



Strategia Rozwoju Polskiego Jeździectwa
w latach
2019 - 2022

**Nowelizacja przyjęta uchwałą Zarządu:
nr U/2579/12/Z/2019 z dnia 26.09.2019 r.
mająca miejsce po uprzednich nowelizacjach uchwałami
nr U/2409/5/Z/2019 z dnia 13.05.2019 r.
nr U/2538/11/Z/2019 z dnia 09.09.2019 r.**

SPIS TREŚCI:

- I. WSTĘP**
- II. PODSTAWY PRAWNE STRATEGII**
- III. WARTOŚCI jakimi kieruje się PZJ**
- IV. GRUPY INTERESARIUSZY włączone do procesu tworzenia i wdrażania strategii**
- V. RAMY CZASOWE wdrożenia strategii**
- VI. WIZJA PZJ**
 - 1. *Dostępność Jazdy Konnej Dla Wszystkich.*
 - 2. *Jazda Konna Sposobem na Aktywność Fizyczną Polaków na Każdym Etapie Życia.*
 - 3. *Polska Tradycja Hippycka Elementem Tożsamości i Kultury Narodowej.*
 - 4. *Przemysł Jeździecki Istotnym Elementem Rynku Pracy.*
 - 5. *Styl Życia Polaków Związany z Rodzinnym Zaangażowaniem w Posiadanie Koni.*
 - 6. *Sport Narodowy Oparty na Zamiłowaniu Polaków do Koni.*
- VII. MISJA POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO**
- VIII. KLUCZOWE CELE W RAMACH MISJI PZJ**
 - 1. *Organizacja Współzawodnictwa w Sportowych Konkurencjach Związanych z Jazdą Konną.*
 - 2. *Powolywanie Kadr Narodowych w Celu Reprezentowania i Promowania Polski na Najważniejszych Imprezach Sportowych na Świecie.*
 - 3. *Stwarzanie Warunków dla Rozwoju i Wzrostu Ilości Klubów Jeździeckich.*
 - 4. *Usankcjonowanie w Społeczeństwie Wartości Jakiej Wynikają z Obcowania Ludzi z Końmi.*
 - 5. *Tworzenie Warunków dla Popularyzowania Idei Kontaktu ze Sportem w Oparciu o Zdobywanie Sprawnościowych Odznak Jeździeckich i Amatorskiej Rywalizacji poprzez Udział w Towarzyskich Zawodach Jeździeckich.*
 - 6. *Przywrócenie Czołowej Roli Polskich Zawodników w Światowym Jeździectwie*
- IX. CELE STRATEGICZNE POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO**
 - 1. *Zapewnienie Odpowiedniego Poziomu Zarządzania.*
 - 2. *Wykreowanie wizerunku PZJ jako Synonimu Polskiej Hippiki.*
 - 3. *Wyjście Naprzeciw Oczekiwaniom Rynku Sponsorskiego.*
 - 4. *Doskonalenie współpracy z Partnerami Wewnętrznymi i Zewnętrznymi PZJ.*
 - 5. *Podniesienie Poziomu Sportu Wyczynowego.*
 - 6. *Poszerzenie Działania Systemu Sportu Dzieci i Młodzieży.*
 - 7. *Organizacja Struktur Zarządzających i Realizacja Programów Dotyczących Sportu Powszechnego.*
 - 8. *Organizacja i Podniesienie Poziomu Zarządzaniem Sportem Osób Niepełnosprawnych.*
 - 9. *Propagowanie Idei i Wsparcie Organizacyjne dla Wolontariatu Sportowego.*
 - 10. *Stworzenie Kompetencji dla Permanentnej Obecności w Mediach Społecznościowych.*

- X. AKTUALNE PRIORYTETY W DZIAŁANIU POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO –
Działania planowane na rok 2019**
- 1. Finansowa Niezależność – Stworzenie modelu i jego realizacja.**
 - 2. Informatyzacja – Zwiększenie Ilości Baz Danych i Rankingów oraz Stworzenie Obsługi Interesariuszy On-Line.**
 - 3. Kalendarz Centralny Imprez Jeździeckich – Zintensyfikowanie Rozwoju Rynku Organizatorów w mniej popularnych dyscyplinach.**
 - 4. Poziom Kadr Instruktorsko-Trenerskich – Uruchomienie Kompetencji Zarządzania Szkoleniem i Kontroli Jego Jakości.**
 - 5. Ochrona Uczciwości w Sporcie Jeździeckim Przeciwdziałanie negatywnym zjawiskom wynikającym z komercjalizacji sportu wyczynowego.**
- XI. DIAGNOZA STANU POLSKIEGO JEŹDZIECTWA NA 2018 ROK**
- XII. SWOT 2019 – BAZA DO OPRACOWNIA STRATEGII ROZWOJU JEŹDZIECTWA**
- XIII. REALIZACJI STRATEGII ROZWOJU JEŹDZIECTWA: STAN OBECNY I STAN PRZEWIDYWANYCH ZASOBÓW W WYNIKU REALIZACJI STRATEGII**
- XIV. STRUKTURA ORGANIZACYJNA**
- 1. Zarząd**
 - 2. Organy PZJ**
 - 3. Biuro Zarządu**
- XV. FINANSOWANIE REALIZACJI STRATEGII**
- XVI. BUDŻET PZJ 2019 - uwzględniający wydatki na realizację strategii i prognoza budżetowa do 2022 roku.**

I. WSTĘP

Polski Związek Jeździecki niniejszym przedstawia dokument „Strategia Rozwoju Jeździectwa Polskiego w Lat 2019-2022”.

Strategia została przygotowana zgodnie z wytycznymi „Kodeksu Dobrego Zarządzania PZS” i wskazówkami z badania Agencji Rozwoju IDEA, w modelu SMART, zgodnie z którym cel musi być:

- * Skonkretyzowany – rozumiany bez kłopotu, sformułowany jednoznacznie i jego interpretacja nie budzi wątpliwości*
- * Mierzalny – można wyrazić liczbowo stopień jego realizacji*
- * Osiągalny – możliwy do osiągnięcia*
- * Realny – realistyczne przy istniejących lub założonych zasobach*
- * Określony w czasie – z określonym horyzontem czasowym*

Dokument prezentuje wartości, jakimi kieruje się PZJ, określa wizję i misję związku oraz cele, jakie są planowane do realizacji w jej ramach. Pokazuje działania Polskiego Związku Jeździeckiego w cyklu do Igrzysk Olimpijskich (IO) w 2020 roku oraz w perspektywie do Światowych Igrzysk Jeździeckich (World Equestrian Games - WEG), jednej z największych imprez sportowych globu, rozgrywanej co 4 lata w połowie cyklu olimpijskiego, mającej status mistrzostw Świata, we wszystkich konkurencjach jeździeckich zarejestrowanych w Międzynarodowej Federacji Jeździeckiej.

Strategia Rozwoju Jeździectwa Polskiego przedstawia drogę do realizacji docelowej wizji przyszłości polskiego jeździectwa, do zrealizowania której należy dążyć poprzez kontynuowanie planowego działania w kolejnych okresach wyznaczanych cyklem IO i WEG.

Dokument nakreśla również misję i cele strategiczne oraz przedstawia priorytety w działaniu Polskiego Związku Jeździeckiego prowadzące do realizacji niniejszej strategii.

Strategia Rozwoju Jeździectwa Polskiego do 2022 roku powstała w 2019 i będzie stale monitorowana i modyfikowana w oparciu o kontrolowanie realizacji działań oraz bieżącą ewaluację dokonywaną przy współpracy z organami statutowymi i komisjami problemowymi Polskiego Związku Jeździeckiego.

Za realizację założeń Strategii Rozwoju Jeździectwa Polskiego, przygotowywanie i modyfikowanie stosownych dokumentów niezbędnych dla jej realizacji jest odpowiedzialny Zarząd Polskiego Związku Jeździeckiego, który dokument strategii, po jego akceptacji przez Ministerstwo Sportu i Turystyki, przyjmie uchwałą. Następnie strategia będzie przedstawiona do zatwierdzenia przez najbliższe Walne Zebranie Delegatów Polskiego Związku Jeździeckiego.

Zarząd PZJ będzie dokonywał bieżących modyfikacji i korekt strategii, które będą przyjmowane uchwałami. Wszystkie uchwały Zarządu PZJ są i będą nadal umieszczane w sprawozdaniach z kolejnych zebrań, które są publikowane na stronie internetowej Związku. Zmodyfikowany uchwałami Zarządu PZJ dokument Strategii Rozwoju Jeździectwa Polskiego będzie zatwierdzany przez najbliższe Walne Zebranie Delegatów Polskiego Związku Jeździeckiego

Okresowa sprawozdawczość dotycząca działań i oceny postępów związanych z wdrażaniem strategii zawarta będzie w corocznych Sprawozdaniach z Działalności Zarządu, przedstawianych do zatwierdzenia przez Walne Zebrania Delegatów Polskiego Związku Jeździeckiego.

Planując wizję, misję i strategię wzięliśmy pod uwagę, że PZJ powinien odpowiadać nie tylko za współzawodnictwo na najwyższym poziomie (czyli jeździecki sport wyczynowy), ale również za rozwój sportu dzieci i młodzieży, upowszechnianie i promocję sportu w społeczeństwie oraz za sport osób niepełnosprawnych.

II. PODSTAWY PRAWNE STRATEGII

Strategia Rozwoju Jeździectwa Polskiego w Latach 2019-2022 została opracowana w zgodności z następującymi dokumentami:

Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej, Ustawa o Sporcie, Program Rozwoju Sportu do 2020 roku (MSiT), Europejska Karta Sportu (Rada Europy), Kodeks Dobrego Zarządzania Dla Polskich Związków Sportowych (MSiT), Statut Polskiego Komitetu Olimpijskiego, Statut Międzynarodowej Federacji Jeździeckiej, Statut Polskiego Związku Jeździeckiego i innymi nadrzędnymi dokumentami, które odnoszą się do strategii rozwoju sportów oraz dokumentów strategicznych uwzględniających wpływ roli sportu w procesach społecznych i innowacyjnych.

III. WARTOŚCI, JAKIMI KIERUJE SIĘ W DZIAŁANIU PZJ

Kluczowe wartości, jakimi kieruje się w działaniu Polski Związek Jeździecki:

1. **Transparentność** – pełna jawność strategii i podejmowanych w jej ramach działań.
2. **Partycypacyjność** – współuczestniczenie grup interesariuszy w planowaniu i realizacji przyjętej strategii oraz monitorowaniu efektów jej realizacji.
3. **Rzetelność i etyka** – pełna uczciwość, we wszelkich podejmowanych działaniach i dbałość i uczciwość w sportach jeździeckich.
4. **Gospodarność** – dbałość o właściwe, zgodne z celami strategicznymi alokowanie i wykorzystywanie zasobów.
5. **Efektywność** – wybieranie optymalnych, najbardziej skutecznych metod działania w celu realizacji zaplanowanej i zatwierdzonej strategii.

Metodyka działania PZJ w ramach przygotowanej strategii:

1. **Planowanie** – oparte na analizach i doświadczeniu.
2. **Zarządzanie** – bieżące koordynowanie i realizacja zaplanowanych w ramach strategii działań.
3. **Monitoring** – stałe kontrolowanie i mierzenie efektów prowadzonych działań.
4. **Ewaluacja** – ocena zgodności efektów podejmowanych działań z celami strategicznymi.
5. **Korygowanie** – dokonywanie zmian w działaniach realizowanych w ramach strategii, aby przybliżyć się do realizacji założonych celów.

IV. GRUPY INTERESARIUSZY – zaangażowane w konsultacje przygotowanej strategii

Polski Związek Jeździecki w ramach zasady partycypacji angażował i będzie angażował w konsultacje i dyskusje dotyczące „Strategii jeździectwa na lata 2019-2022” następujące grupy interesariuszy:

1. Kluby Sportowe, Trenerzy i Instruktorzy, Sportowcy, Członkowie Związku,
2. Licencjonowani Sędziowie PZJ
3. Licencjonowani Lekarze Weterynarii PZJ
4. Organizatorzy Zawodów Jeździeckich
5. Właściciele Koni
6. Polski Związek Hodowców Koni i inne związki hodowlane
7. Wojewódzkie struktury PZJ – bezpośrednio i za pośrednictwem Organów Statutowych PZJ oraz Komisji Sportowych i Problemowych.
8. Międzynarodowa Federacja Jeździecka

- 9. Ministerstwo Sportu i Turystyki.
- 10. Polski Komitet Olimpijski i Polski Komitet Paraolimpijski
- 11. Polska Agencja Antydopingowa „Polada”

V. RAMY CZASOWE

Polski Związek Jeździecki określa ramy czasowe realizacji poszczególnych celów strategii na najbliższe cztery lata od 2019 do 2022 roku. Działania priorytetowe PZJ planuje w znacznej części zrealizować w roku 2019.

VI. WIZJA PRZYSZŁOŚCI POLSKIEGO JEŹDZIECTWA

Długofalową wizją Polskiego Związku Jeździeckiego jest:
w wymiarze sportowym - zapewnienie polskim zawodnikom godnego miejsca w międzynarodowym sporcie jeździeckim,
w wymiarze społecznym - spopularyzowanie jeździectwa w społeczeństwie, jako jednego z najchętniej uprawianych sportów amatorskich, a w efekcie awans jeździectwa jako sportu narodowego Polaków.

1. Dostępność Jazdy Konnej dla Wszystkich – szeroka dostępność jeździectwa

Jeździectwo, czyli uprawianie w różnych kontekstach jazdy konnej ze swojej natury jest dostępne dla każdego bez względu na wiek i płeć.

Istotnym elementem tej dostępności jest to, że kobieta i mężczyzna w każdym aspekcie współzawodnictwa i w każdej konkurencji jeździeckiej rywalizują na tym samym poziomie. Jazda konna może być uprawiana przez cały rok. W obecnej dobie dostępności krytych ujeżdżalni, sezon zimowy w kontekście możliwości oraz intensywności uprawiania jazdy konnej w praktyce nie różni się od innych pór roku.

Decydującym czynnikiem sukcesu w rywalizacji i satysfakcji z obcowania z końmi jest partnerstwo i porozumienie. Umiejętności budowania partnerstwa i porozumienia są przypisane wszystkim ludziom, dlatego jazda konna nie ma żadnych ograniczeń wynikających z wieku, płci, tężyzny fizycznej, pełnosprawności fizycznej i jest z definicji dostępna dla każdego.

Łatwość zakładania małych, amatorskich klubów jeździeckich oraz posiadanie koni, opieka nad nimi jest już powszechną rzeczywistością w rozwiniętych krajach, a do takiego statusu w bardzo dużym tempie zmierza także Polska.

Polacy mentalnie i historycznie związani są z końmi, szanują ich historyczne zasługi w rozwoju cywilizacji i dostrzegają ogromną rolę koni w kształtowaniu pozytywnych cech osobowościowych, szczególnie w procesie wychowywania młodych ludzi. Rodzice coraz powszechniej dostrzegają szansę stworzenia poprzez zaangażowanie swoich dzieci w czynne uprawianie jazdy konnej skutecznej alternatywy dla młodych pokoleń wobec negatywnych zjawisk jakie niesie rozwój technologiczny.

Konie poprzez emocjonalny wyraz partnerstwa z człowiekiem, a szczególnie dziećmi, angażują je dużo bardziej niż inne sporty pozbawione partnerstwa ze zwierzęciem. Sprawia to, że siła przyciągania ludzi do sportu konnego w każdym wymiarze jest bardzo duża i trwała. Wypełnienie partnerstwa z końmi wobec ich cech i wymagań bytowych angażuje w bardzo dużym wymiarze czasowym i organizacyjnym, często całe rodziny.

Wszystkie te czynniki oraz tempo rozwoju naszego kraju sprawiają, że długofalowa wizja polskiego jeździectwa, to bardzo realna w niedalekiej przyszłości perspektywa powszechnej dostępności jazdy konnej, dla każdego Polaka, która odbije się pozytywnie nie tylko na podniesieniu wartości polskiego sportu konnego, ale i zdrowiu całego społeczeństwa.

2. Jazda Konna Sposobem na Aktywność Fizyczną Polaków na Każdym Etapie Życia – prozdrowotna rola jeździectwa

Prewencja zdrowotna i prozdrowotna aktywność są wyzwaniem dla współczesnego pokolenia. W strategiach rozwoju wielu instytucji państwowych, a także w niniejszej Strategii Rozwoju Polskiego Jeździectwa do 2022 roku sprawa roli sportów konnych w stworzeniu nawyku do aktywności fizycznej Polaków zajmuje główne miejsce.

W dobie przyspieszonego rozwoju technologicznego konie w sposób bezpośredni i skutecznie odrywają człowieka od niezdrowych technologii i przyciągają do ruchu, stanowiącego podstawę profilaktyki mającej na celu wyeliminowanie niekorzystnych i niepożądanych zjawisk odnoszących się do zdrowia społeczeństw.

Większość państw, gdzie jeździectwo oprócz takich sportów jak piłka nożna czy tenis zajmuje czołowe miejsce pod względem ilości osób, które wykupiły licencje celem uczestniczenia we współzawodnictwie sportowym notuje bardzo wysokie statystyki ludzi korzystających z ruchu za pośrednictwem regularnego uprawiania jazdy konnej.

Stworzenie warunków i umożliwienie powstawania jak największej ilości miejsc, gdzie można uprawiać sporty konne w każdym wymiarze jest jednym z podstawowych celów strategii Polskiego Związku Jeździeckiego.

Jazda konna nie jest trudną sztuką. Niekiedy wymaga przełamania pewnych lęków i przeświadczeń wynikających z funkcjonujących stereotypów. Podkreślać należy, że koń jest zwierzęciem przyjaznym, respektującym człowieka i chętnie z nim współpracującym.

Przybliżenie ludziom koni i ich psychologii oraz przełamania stereotypowych barier jest jednym z celów niniejszej strategii. Dlatego jednym z priorytetów Polskiego Związku Jeździeckiego zawartych w niniejszej strategii jest także podniesienie poziomu szkolenia kadr instruktorsko trenerskich (nakłady zaplanowane w Budżetach PZJ). Rola instruktora jazdy konnej jest decydująca, w budowaniu trwałego zamięłowania do koni i tym samym uruchamiania permanentnej aktywności fizycznej człowieka. Ta aktywność ma miejsce w pełnym kontakcie z naturą, co jest niezaprzeczalnym walorem w porównaniu z większością innych sportów. Powszechność korzystania z możliwości jazdy konnej jest realną wizją, do której Polski Związek Jeździecki będzie dążył.

3. Polska Tradycja Hippyjna Elementem Tożsamości i Kultury Narodowej – edukacja i propagowanie tradycji polskiego jeździectwa

Polska tożsamość narodowa jest nierozzerwalnie związana z końmi. Koń jest obecny od zawsze w sztuce polskiej.

Koń niosący na swym grzbiecie historycznych władców narodu polskiego walczących z najeźdźcami, zamięłowanie Polaków do hodowli koni, sławiące Polskę sukcesy naszego jeździectwa, po odzyskaniu niepodległości, koń swoją siłą przez wieki wspierający uprawę roli - to elementy polskiej tradycji hippicznej, które zdecydowanie wyróżniają nasz naród pod tym względem.

W Polsce początki hodowli koni sięgają XII wieku. Odkąd do Polski sprowadzono konie arabskie nasz kraj zasłynął w hodowli tych koni i w świadomości polskiego społeczeństwa funkcjonuje przeświadczenie o ogromnej roli naszej hodowli tej rasy na świecie. Polacy są z tego powodu dumni. Współczesne pokolenia mają zakodowaną rolę koni w historii polskiej wojskowości. Po dzień dzisiejszy kultywowana jest tradycja kawalerska, która bezpośrednio kojarzona jest z odzyskaniem przez Polskę niepodległości. Koń znajduje swoje poczesne miejsce w polskim malarstwie i narodowej literaturze. W ocenie Polaków koń jest bardzo mądrym, pięknym i szlachetnym zwierzęciem, któremu człowiek bardzo dużo zawdzięcza. Jest atrybutem prestiżu i wysokiego poziomu cywilizacyjnego.

Ta siła roli konia w rozwoju naszego państwa i społeczeństwa jest ogromna i wymaga pielęgnacji oraz pogłębiania.

Mając tego świadomość Polski Związek Jeździecki wyznacza sobie za cel dbanie, kultywowanie i propagowanie hippiki w tradycji polskiej jako elementu tożsamości i kultury narodowej i umieszcza ten cel w swojej wizji i będzie go realizował dzięki zaplanowanej strategii.

Kapituła Odznaczeń Polskiego Związku Jeździeckiego, która stoi na straży honoru tytułów i odznaczeń, do których nadawania jest powołana jest zobowiązana do nagradzania również działań na rzecz kultywowania chlubnych tradycji jeździectwa polskiego. Kapituła Odznaczeń zostanie poproszona przez Zarząd Polskiego Związku Jeździeckiego o poszerzenie swoich prerogatyw o sprawy dotyczące honorowania odznaczeniami godnych inicjatyw propagujących polską tradycję hippiczną, jako element tożsamości i kultury narodowej.

4. Przemysł Jeździecki Istotnym Elementem Rynku Pracy – wzmacnianie trendu wzrostu „przemysłu końskiego”

Na przestrzeni kilku ostatnich lat wraz z rozwojem jeździectwa i gospodarki rynkowej w Polsce stworzyły się wyraźne załączki "przemysłu końskiego". Obserwujemy odczuwalny wzrost w obszarach zatrudnienia, który ma miejsce między innymi w klubach jeździeckich przy obsłudze ich statutowej i gospodarczej działalności, w usługach związanych z współzawodnictwem sportowym, przy produkcji sprzętu jeździeckiego, przy realizacji świadczeń sponsorskich oraz w obszarze hodowli koni.

Ilość koni użytkowanych pod siodłem od kilku lat utrzymuje się w szacunkowym przedziale 30-40 tysięcy, z czego w tym roku w Polskim Związku Jeździeckim dla potrzeb uczestnictwa we współzawodnictwie sportowym zarejestrowano 8100 koni, co oznacza ponad 10% przyrost w ciągu ostatnich 5 lat.

Aby zintensyfikować ten trend, Polski Związek Jeździecki czyni i będzie czynił starania, by stwarzać warunki dla systemowego angażowania klubów celem poddania procedurze certyfikacji ich ośrodków jeździeckich (nakłady zaplanowane w Budżetach PZJ). Dzięki temu powstanie jeszcze większa dostępna dla społeczeństwa baza i oferta miejsc dla uprawiania jazdy konnej pod opieką wykwalifikowanej kadry instruktorskiej, z odpowiednią infrastrukturą, z możliwością zdobywania odznak jeździeckich. Obecnie w systemie certyfikacji Polski Związek Jeździecki ma zarejestrowanych 528 klubów jeździeckich. Jest to blisko 20 % przyrost zanotowany w ostatnich 5 latach. Licencje PZJ posiada aktualnie 687 szkoleniowców wobec 545 zarejestrowanych w 2014 roku. Istnieje pilna potrzeba kontynuacji starań o formalnie usankcjonowanie zawodu Ujeżdżacza Koni. Niezbędna jest przychylność w tej mierze odpowiednich władz, aby wprowadzić do systemu edukacji kształcenie Ujeżdżaczy Koni, bowiem istnieje bardzo duże zapotrzebowanie na jeździeckim rynku pracy na ten typ profesji.

Dynamiczny rozwój przemysłu końskiego wzmocni rolę sportu w tworzeniu produktu krajowego brutto, tak jak to ma miejsce w krajach Europy Zachodniej. Jest to proces nierozzerwalnie związany ze wskaźnikami odnoszącymi się do obszarów działania narodowych federacji jeździeckich. Te wskaźniki rosną systematycznie w polskim sporcie konnym, dlatego wizja przemysłu konnego jako istotnego elementu naszego krajowego rynku pracy jest realna i do jej zrealizowania Polski Związek Jeździecki będzie dążył wdrażając strategię.

5. Styl Życia Polaków Związany z Rodzinnym Zaangażowaniem w Posiadanie Koni – upowszechnienie jeździectwa wśród dzieci, młodzieży i ich rodzin

We współzawodnictwie organizowanym przez Polski Związek Jeździecki w obszarze najmłodszych grup wiekowych od lat obserwujemy powszechne zaangażowanie całych rodzin w zakup koni, w przebieg i rozwój kariery wkraczających w swoją przygodę ze sportem zawodników. Nierzadko rodzina angażuje się w budowę własnej infrastruktury dla trzymania i trenowania koni.

W stylu życia społeczeństw krajów najbardziej rozwiniętych posiadanie koni jest niemal naturalną konsekwencją wzrostu zamożności. Widok koni przy domostwach w tych krajach jest rzeczą powszechną. Oferta transportu koni w dzisiejszych czasach jest niezwykle bogata i przygotowana na każdą kieszeń, również już w naszym kraju.

W Polsce miesięczne utrzymanie konia przy wykorzystaniu oferty pensjonatowej ośrodków jeździeckich sięga przeciętnie kwoty 900 zł, co stanowi blisko 20 % kwoty przeciętnego wynagrodzenia w gospodarce narodowej, które w III kwartale 2018 roku osiągnęło poziom równy 4 622,84 PLN. W 2014 ten wskaźnik wynosił 3 783,46 PLN, a cena miesięcznego utrzymania koni była na podobnym poziomie jak obecnie.

Wobec takiego tempa rozwoju polskiej gospodarki oraz związanego z tym wzrostu zamożności polskiego społeczeństwa wizja coraz większej liczby Polaków posiadających własne konie, a także własnej infrastruktury dla ich trzymania i trenowania jest bardzo realna.

Polski Związek jeździecki poprzez wdrożenie strategii zamierza wspierać realizację tej wizji w swoich celach zakłada działania stwarzające warunki do coraz większej oferty ośrodków jeździeckich i pensjonatów dla osób, które zdecydują się na zakup koni.

Czynione będą działania w celu kreowania stylu życia w kontakcie ze zwierzętami z aktywną opieką nad nimi, do spędzania z końmi wolnego czasu na łonie natury, a także do czerpania dobrodziejstw z regularnego uprawiania jazdy konnej.

Opieka nad końmi poprzez swój emocjonalny charakter z jednej strony samoistnie wciąga, a z drugiej strony wymaga rodzinnego zaangażowania. Powoduje to rozwój komunikacji międzypokoleniowej i wzmacnianie samej rodziny. Przy takim pożądanym trendzie przeobrażeń w polskim społeczeństwie sport jeździecki pozyska istotne rzesze swoich zwolenników, co pośrednio i bezpośrednio przekładać się będzie także na wartość medialną jeździeckich wydarzeń sportowych.

6. Sport Narodowy Oparty na Zamiłowaniu Polaków do Koni – wspieranie talentów sportowych

Pierwszy medal w historii polskiego olimpizmu wywalczył na Igrzyskach Olimpijskich w 1924 roku w Paryżu jeździec Adam Królikiewicz na koniu Pikador. Dziesięciu polskich jeźdźców stanęło na podium olimpijskim (Paryż, Amsterdam i Berlin) w okresie międzywojennym zdobywając medale w srebrne (6) i brązowe (4) w klasyfikacjach indywidualnej i drużynowej. W okresie powojennym w Moskwie Jan Kowalczyk wywalczył złoto, a drużyna srebro (Janusz Bobik, Wiesław Hartman, Jan Kowalczyk i Marian Kozicki). Zdobywamy medale na Mistrzostwach Świata i Europy oraz organizujemy takie imprezy. Mamy bogatą historię Konkursów o Puchar Narodów w warszawskich Łazienkach, Olsztynie, Sopocie, Warszawie i Poznaniu.

To wszystko jest mocno zakorzenione w świadomości znacznej części polskiego społeczeństwa.

Pozyskanie statusu dla jeździectwa sportu narodowego pozwoliłoby skuteczniej realizować cele strategiczne. Dlatego Polski Związek Jeździecki będzie dążył do zrealizowania wizji jeździectwa jako sportu narodowego Polaków.

Mając tak bogate tradycje sportowe oraz zakorzenione w polskim społeczeństwie zamiłowanie do koni, w takim tempie rozwijające się zainteresowanie sportami konnymi, a także upowszechniając skutecznie jazdę konną wśród Polaków mamy szansę na sukces w dążeniu do pozyskania statusu przynajmniej jednego z naszych sportów narodowych pod warunkiem powrotu do dawnej świetności szczególnie w konkurencjach olimpijskich.

Przed polskim sportem jeździeckim jest spory dystans do odrobienia. Dużo zamożniejsze kraje wyprzedziły nas w osiągnięciach sportowych w większości konkurencji jeździeckich. W jednej, w powożeniu zaprzęgami konnymi pozostajemy czołówką światową (Bartłomiej Kwiatek – aktualny mistrz świata).

Niniejsza strategia oprócz profesjonalnej pracy nad powrotem do uzyskiwania wyników sportowych na najwyższym światowym poziomie zakłada działania dotyczące aktywnego uczestnictwa we wszelkich obszarach odnoszących się do propagowania roli koni w życiu społeczeństwa, w celu wywołania społecznego odczucia, że sport konny jest przypisany naszemu społeczeństwu i Polacy z nim się utożsamiają.

Polski Związek Jeździecki w niniejszej strategii przyjmuje wiele rozwiązań systemowych w propagowaniu jeździectwa. Między innymi usankcjonowanie od strony formalnej i marketingowej nadawanie patronatów imprezom popularyzującym jeździectwo. Będą one przydzielane jedynie imprezom rzetelnie realizującym wizję przedstawioną w niniejszej strategii.

Wszystkie aspekty strategicznej Wizji Rozwoju Jeździectwa w Polsce, czyli Dostępność Jazdy Konnej dla Wszystkich, Jazda Konna Sposobem na Aktywność Fizyczną Polaków na Każdym Etapie Życia, Polska Tradycja Hippycka Elementem Tożsamości i Kultury Narodowej, Przemysł Jeździecki Istotnym Elementem Rynku Pracy oraz Styl Życia Polaków Związany z Rodzinnym Zaangażowaniem w Posiadanie Koni, w końcowym efekcie synergii powinny ziścić najważniejszy, zakładany cel jakim jest zaakceptowanie przez większość Polaków jeździectwa jako swojego sportu narodowego.

VII. MISJA POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO i kluczowe cele strategiczne

Misją Polskiego Związku Jeździeckiego jest stałe popularyzowanie sportów jeździeckich wśród społeczeństwa oraz stałe podnoszenie poziomu w polskiego jeździectwa sportowego i zdobywanie miejsc medalowych na zawodach międzynarodowych.

VIII. KLUCZOWE CELE W RAMACH MISJI PZJ

1. Organizacja Współzawodnictwa w Sportowych Konkurencjach Związanych z Jazdą Konną

W myśl ustawy o sporcie Polski Związek Jeździecki ma wyłączne prawo do organizowania i prowadzenia współzawodnictwa sportowego o tytuł Mistrza Polski, w konkurencjach jeździeckich oraz do ustanawiania i realizacji reguł sportowych, organizacyjnych i dyscyplinarnych we współzawodnictwie sportowym.

W konkurencjach olimpijskich w Ujeżdżeniu, Skokach przez Przeszkody i Wszechstronnym Konkursie Konia Wierzchowego we wszystkich kategoriach wiekowych Polski Związek Jeździecki organizuje mistrzostwa Polski i Puchary Polski. W konkurencji nieolimpijskiej w Powożeniu Zaprzęgami Czterokonnymi organizowane są mistrzostwa Polski i Puchar Polski. W Powożeniu Zaprzęgami Jednokonnymi i Dwukonnymi rokrocznie przeprowadzana jest rywalizacja o tytuł mistrza Polski. W konkurencji nieolimpijskiej w Sportowych Rajdach Konnych i w konkurencji paraolimpijskiej w Para-Ujeżdżeniu, co roku

odbywają się imprezy mistrzowskie. Natomiast konkurencja nieolimpijska Woltyżerka na dzień dzisiejszy nie ma takiego potencjału, aby rozegrać mistrzostwa Polski, chociaż ma za sobą medale międzynarodowych imprez mistrzowskich. Konkurencja nieolimpijska Reining będący w strukturach Polskiego Związku Jeździeckiego i Międzynarodowej Federacji Jeździeckiej nie wprowadza do kalendarza imprez jeździeckich PZJ zawodów koncentrując swoje współzawodnictwo w zawodowych ligach.

Wdrażana jest systematycznie do struktury Polskiego Związku Jeździeckiego konkurencja Polo.

W większości konkurencji prowadzone są i na bieżąco publikowane rankingi sportowe. W kilku przypadkach odbycie się w kolejnych latach mistrzostw Polski i Pucharów Polski zabezpieczone jest trzyletnimi umowami na organizację ich w ośrodkach, które zostały wyłonione w drodze konkursu ofert ogłoszonego na stronie internetowej Związku. Konkursy ofert na organizację mistrzostw Polski dotyczyły wszystkich konkurencji.

Wszystkie konkurencje mają uchwalone przez Zarząd PZJ regulaminy i przepisy, które normują zasady rywalizacji sportowej. Zgodnie z zasadą transparentności wszystkie te dokumenty są publikowane na stronie internetowej Związku.

Przed Polskim Związkiem Jeździeckim stoi cel doprowadzenia do sytuacji, w której we wszystkich konkurencjach będą rozgrywane mistrzostwa Polski i Puchary Polski oraz prowadzone będą rankingi sportowe. W tym celu zaplanowane są działania Zarządu, aby odpowiednie komisje sportowe wypełniały swoje role aktywnie i systematycznie oraz, z jak najlepszym skutkiem. Wszystkie komisje sportowe mają uchwalone przez Zarząd regulaminy swojego działania, które wyznaczają ich prawa i obowiązki oraz sposób i kalendarz procedowania wszystkich spraw i dokumentów niezbędnych dla bieżącego funkcjonowania konkurencji sportowych. Komisje sportowe zostały zobligowane do opracowania i uchwalenia dokumentów strategii rozwoju swoich konkurencji, w terminie do końca maja oraz do bieżącego ich nowelizowania. Przed Polskim Związkiem Jeździeckim zadanie zaproszenia do współpracy i wstąpienia w strukturę PZJ środowisk zajmujących się łucznictwem konnym.

2. Powoływanie Kadr Narodowych w Celu Reprezentowania i Promowania Polski na Najważniejszych Imprezach Sportowych na Świecie

Zgodnie z ustawą o sporcie Polski Związek Jeździecki ma wyłączne prawo do powoływania kadr narodowych celem przygotowania ich do międzynarodowych imprez mistrzowskich, w tym do Igrzysk Olimpijskich oraz reprezentowania jeździectwa, w międzynarodowych organizacjach sportowych.

Ministerstwo Sportu i Turystyki z budżetu państwa i Funduszu Rozwoju Kultury Fizycznej dofinansowuje, w zdecydowanej mierze przygotowanie kadr Polskiego Związku Jeździeckiego do międzynarodowych imprez mistrzowskich. Minimum 5% procentowy wkład dofinansowania gwarantuje Polski Związek Jeździecki. W praktyce w zależności od konkurencji wkład Polskiego Związku Jeździeckiego przekracza 15%. Polski Związek jeździecki zgodnie z niniejszą strategią planuje zdecydowane zwiększenie swojego wkładu finansowego, głównie po stronie wynagradzania za wyniki sportowe (nakłady zaplanowane w Budżetach PZJ). Takie decyzje miały miejsce w przypadku tegorocznych mistrzostw świata w powożeniu zaprzęgami jednokonnymi, gdzie wartość nagród przekroczyła 20% całorocznego wkładu środków ministerialnych w dyscyplinę - powożenie. W toku swoich prac nad przygotowywaniem kadr narodowych do międzynarodowych imprez mistrzowskich Zarząd PZJ zatwierdza przygotowywane przez komisje sportowe, trenerów kadr narodowych i dział sportu biura PZJ Sportowe Plany Główne. Składają się na nie następujące dokumenty: wykazy członków kadr narodowych wraz z końmi powołanymi do przygotowań, harmonogramy akcji i zgrupowań, wykazy kadry szkoleniowej i współpracującej, wykazy startów kontrolnych przed międzynarodową imprezą

mistrzowską wraz zadaniami wynikowymi, regulaminy powołania do kadry narodowej i regulaminy wyłaniania reprezentacji Polski na międzynarodowe imprezy mistrzowskie. Wszystkie te dokumenty są na bieżąco publikowane na stronie internetowej związku.

W celu zapewnienia realizacji Sportowego Planu Głównego pomiędzy Polskim Związkiem Jeździeckim, właścicielami koni i zawodnikami zawierana jest umowa trójstronna, której podpisanie jest warunkiem powołania przez Zarząd PZJ do kadry narodowej.

Szczegółowe preliminarze każdej akcji Sportowego Planu Głównego wraz z wykazami ich uczestników i wykazem dofinansowanych koni są zatwierdzane i publikowane przed akcją na stronie internetowej PZJ.

W konkurencji, która w danym roku ze względu na brak potencjalnych kandydatów o wystarczającym poziomie sportowym nie zdoła powołać kadry narodowej celem przygotowania jej do międzynarodowej imprezy mistrzowskiej organizowane będą i dofinansowywane konferencje szkoleniowe dla kadr trenersko-instruktorskiej konkurencji.

Planowane jest uchwalenie, w ramach niniejszej strategii kolejnych dokumentów jak: Regulamin Dofinansowywania Akcji Sportowych Sportowego Planu Głównego z Dotacji Publicznych, Środków Sponsorskich i PZJ, który będzie opublikowany na stronie internetowej PZJ.

3. Stwarzanie Warunków dla Rozwoju i Wzrostu Ilości Klubów Jeździeckich.

Kluby jeździeckie w dalszym ciągu stanowią bardzo ważną rolę w strukturach Polskiego Związku Jeździeckiego zarówno w kontekście zarządzania polskim jeździectwem, jak w aspekcie przygotowywania zawodników i koni do rywalizacji sportowej. W zdecydowanej większości są to stowarzyszenia, które swoją działalność prowadzą w oparciu o ośrodki jeździeckie, będące prywatną własnością i w oparciu o konie, które są również prywatną własnością.

Polski Związek Jeździecki zaprasza do udziału we współzawodnictwie sportowym przedstawiając ofertę zawodów Kalendarza Centralnego PZJ, w którym w ostatnich latach znalazła się następująca liczba zawodów: 2014-215, 2015-199, 2016-215, 2017-222, 2018-236. Oprócz tego ofertę w swoich kalendarzach regionalnych przedstawiają Wojewódzkie (Okręgowe) Związki Jeździeckie.

W przypadku udziału w zawodach Kalendarza Centralnego i Kalendarzy WZJ (OZJ) kluby są rejestrowane i upoważniane do uczestnictwa we współzawodnictwie sportowym PZJ i WZJ(OZJ) poprzez wykupienie licencji.

Aktualnie klubów zarejestrowanych w PZJ i WZJ (OZJ) jest 528.

Oprócz tego szacunkowo co najmniej drugie tyle klubów jeździeckich funkcjonuje poza strukturami PZJ i WZJ(OZJ). Ich ilość rośnie systematycznie wraz z poprawą materialną polskiego społeczeństwa, która jest stosunkowo dynamiczna.

Dane statystyczne związane z podstawowymi wskaźnikami ilościowymi rejestrowania i licencjonowania klubów, zawodników i koni informują o corocznym procentowym wzroście mieszczącym się w granicach od 1,5 do 2 %.

Polski Związek Jeździecki w ramach niniejszej strategii, w powyższym aspekcie ma założoną intensywną działalność, aby podnosić ilość i jakość kadry instruktorsko-trenerskiej, aby kluby niezrzeszone mogły skuteczniej przygotowywać zawodników i konie do współzawodnictwa sportowego w ramach Kalendarza Centralnego i Kalendarzy WZJ(OZJ) (nakłady zaplanowane w Budżetach PZJ). Taka gotowość do przystąpienia do rywalizacji chociażby jednej pary jeździec-koń implikuje rejestrację i wykupienie przez klub licencji PZJ lub WZJ(OZJ).

4. Usankcjonowanie w Społeczeństwie Wartości Jakie Wynikają z Obcowania Ludzi z Końmi.

Konie po odegraniu historycznej roli w rozwoju cywilizacyjnym poprzez aspekty takie, jak wykorzystanie w komunikacji, rolnictwie oraz w obronności kraju nie stały się reliktem przeszłości.

We wszystkich krajach rozwiniętych, również w Polsce dostrzeżono istotną rolę koni w kreowaniu eleganckiego, prestiżowego i modnego sportu. W Polsce rozwinęły się wyścigi konne, rozwijają się kolejne dyscypliny dobrze funkcjonujące w innych krajach, takie jak Polo czy Łucznictwo Konne.

Sport Jeździecki i wyścigi konne na trwale wpisały się w rozwój niemal wszystkich państw europejskich, w tym Polski. Ten proces trwa od połowy XIX wieku. Obecnie jeździectwo intensywnie rozwija się w Chinach i innych krajach Azji, a także państwach Bliskiego Wschodu.

We wszystkich tych państwach szybko dostrzeżono nieocenioną rolę obcowania z końmi w wychowywaniu młodych pokoleń. Konie wnoszą do kształtowania cech osobowościowych, takie jej pozytywne elementy, jak umiejętność działania w partnerstwie, trenowanie empatii, odpowiedzialność, cierpliwość, systematyczność i poszanowanie godności drugiej istoty.

Dlatego usankcjonowanie tej roli koni w społeczeństwie jest elementem istotnym elementem Strategii Rozwoju Polskiego Jeździectwa.

Ten element wizji od zawsze jest realizowany w klubach jeździeckich zarówno tych zrzeszonych w PZJ i WZJ(OZJ) jak i w klubach niezrzeszonych. Tych klubów z roku na rok przybywa i strategia Polskiego Związku Jeździeckiego mająca na celu jak najszersze usankcjonowanie w społeczeństwie roli koni w wychowywaniu młodych pokoleń ma potężne wsparcie i dzięki temu jej realizacja jest jak najbardziej realna. W tym celu PZJ wdraża systemowe szkolenia dla Egzaminatorów na Odznaki Jeździeckie i systemowe Szkolenia dla Członków Wojewódzkich Komisji Egzaminacyjnych. Funkcje te zostaną objęte licencjonowaniem wymuszającym kontrolę jakości przekazu osobom wkraczającym w jeździectwo najwyższych wartości jakie niesie za sobą koń i hippika.

Ponadto w ramach niniejszej strategii Polski Związek Jeździecki przy wsparciu swoich komisji sportowych i problemowych, także specjalnie w tym celu powołanej Komisji Jeździectwa Powszechnego będzie aplikował do programów ministerialnych dotyczących pobudzania aktywności fizycznej Polaków, upowszechniania sportu, zagospodarowania wolnego czasu młodzieży i innych, które stwarzać będą szansę dla wsparcia klubów jeździeckich w ich misji i w pozyskiwaniu nowych adeptów (nakłady zaplanowane w Budżetach PZJ).

5. Tworzenie Warunków dla Popularyzowania Idei Kontaktu ze Sportem w Oparciu o Zdobywanie Sprawnościowych Odznak Jeździeckich i Amatorskiej Rywalizacji poprzez Udział w Towarzyskich Zawodach Jeździeckich.

Polski Związek Jeździecki wdrożył system zdobywania odznak jeździeckich. Odznaki i legitymacje są dostarczane klubom przez biuro PZJ, są rejestrowane na podstawie protokołów z egzaminów na odznakę organizowanych w certyfikowanych klubach, a prawo ich nadawania usankcjonowane jest umowami oraz stosownymi regulaminami.

Powszechna Odznaka Jeździecka „Jeźdźę Konno” jest przeznaczona dla najbardziej początkujących adeptów jazdy konnej i jest przyznawana na mocy decyzji licencjonowanego instruktora lub trenera PZJ zatrudnionego przez licencjonowany przez PZJ klub jeździecki.

Od 14 lat w Polskim Związku Jeździeckim funkcjonuje system trzystopniowej odznaki jeździeckiej (Złota, Srebrna i Brązowa) w dyscyplinach olimpijskich i paraolimpijskich oraz

system specjalistycznych odznak (Złota, Srebrna i Brązowa) w dyscyplinach nieolimpijskich.

System odznak to z jednej strony czynnik zachęcający do zdobywania umiejętności przynoszący dodatkową satysfakcję z amatorskiego uprawiania jazdy konnej.

Z drugiej strony system trzystopniowej odznaki PZJ jest pierwszym elementem wprowadzającym do współzawodnictwa sportowego organizowanego przez Polski Związek Jeździecki. Odznaki jeździeckie zdobywane w tym systemie są rejestrowane w centralnej bazie danych PZJ o nazwie Artemor, której zestawienia dostępne są na stronie internetowej Związku. Odznaki Jeździeckie są podstawą do nadawania stopni uprawnień w systemie licencji upoważniających do udziału w zawodach Kalendarza PZJ i Kalendarzy WZJ(OZJ). Obok współzawodnictwa sportowego organizowanego przez Polski Związek Jeździecki w ramach kalendarza Centralnego PZJ i Kalendarzy WZJ(OZJ) rozwinął się stosunkowo intensywnie ruch zawodów towarzyskich w jeździectwie. Obecnie koordynacją i regulacjami dotyczącymi zawodów towarzyskich z mocy decyzji Walnego Zjazdu Delegatów PZJ zajmują się Wojewódzkie (Okręgowe) Związki Jeździeckie. Celem Polskiego Związku Jeździeckiego jest, aby znaleźć taką formułę między innymi dla systemu odznak jeździeckich, aby stała się ona akceptowalna również dla zawodników uczestniczących w zawodach towarzyskich i w naturalny sposób przyciągała do uczestnictwa, w ramach współzawodnictwa sportowego organizowanego przez PZJ.

6. Przywrócenie Czołowej Roli Polskich Zawodników w Światowym Jeździectwie

Jednym z kluczowych celów Polskiego Związku Jeździeckiego jest przywrócenie czołowej roli polskich zawodników w światowym jeździectwie. W dzisiejszych czasach wykreowanie realnych ikon sportu wymaga zaangażowania profesjonalnych firm, ale podstawą jest indywidualny sukces sportowca lub sukces reprezentacji Polski.

Polska jest w czołówce światowej w konkurencji Powożenia Zaprzęgami Jednokonnymi. Bartłomiej Kwiatek jest mistrzem świata, a Weronika Kwiatek w ostatnim dwuletnim cyklu pomiędzy mistrzostwami była vice-mistrzynią świata. Polska drużyna aktualnie jest brązowym medalistą tej imprezy, w poprzednim cyklu była srebrnym medalistą. Aktualnie liderem światowego rankingu w konkurencji Powożenia Zaprzęgami Dwukonnymi jest Rafał Wojtacha. Upřednio powożący tej kategorii wywalczyli dwa medale mistrzostw świata.

Ambitne zadanie powrotu do czołówki światowej przed pozostałymi konkurencjami: przed Powożeniem Zaprzęgami Dwukonnymi z historycznym dorobkiem 9 medali w mistrzostwach świata, przed Zaprzęgami Czterokonnymi z historycznym dorobkiem 10 medali w mistrzostwach Europy i Świata, przed Skokami przez Przeszkody z dorobkiem 2 medali olimpijskich w klasyfikacji indywidualnej i 2 medali w klasyfikacji drużynowej, WKKW z dorobkiem 2 medali olimpijskich w klasyfikacji drużynowej, Woltyżerką z dorobkiem 4 medali mistrzostw świata i Europy.

Zadanie dopracowania się mistrzowskich par po raz pierwszy w historii sportu w kategorii seniorów przed konkurencjami Ujeżdżenia, Para-Ujeżdżenia, Sportowych Rajdów Konnych i Reiningu.

Aby sprostać temu wyzwaniu Polski Związek Jeździecki przy współpracy z Ministerstwem Sportu i Turystyki w ramach niniejszej strategii będzie doskonalił metody zarządzania polskim sportem jeździeckim, opierając swoje działania na między innymi profesjonalnym planowaniu sportowym, na zaangażowaniu najlepszych kadr trenerskich i wprowadzając w życie wytyczne Kodeksu Dobrego Zarządzania Dla Polskich Związków Sportowych (nakłady zaplanowane w Budżetach PZJ).

IX. CELE STRATEGICZNE POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO

1. Zapewnienie Odpowiedniego Poziomu Zarządzania.

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom Kodeksu Dobrego Zarządzania Dla Polskich Związków Sportowych opracowanego w 2018 roku przez Ministerstwo Sportu i Turystyki nowy Zarząd Polskiego Związku Jeździeckiego, który został wybrany w 2017 roku dokonał reorganizacji dotychczasowego sposobu zarządzania Związkiem. Podzielono w strukturze zarządu poszczególne pola działania i odpowiedzialność za ich realizację.

Pracami Zarządu kieruje Prezes, który bezpośrednio odpowiada za sprawy finansowe. Kwestiami organizacyjnymi i marketingowymi oraz dotyczącymi sportu powszechnego kieruje Członek Zarządu w randze Wiceprezesa. Za szkolenia odpowiada Członek Zarządu również w randze Wiceprezesa. Pozostali dwaj członkowie bezpośrednio nadzorują sport kwalifikowany odpowiednio kategorii Seniorów i Kategorii Młodzieżowych. W ten sposób nadzór i jednoosobową odpowiedzialność posiadają najważniejsze obszary decydujące o rozwoju sportu jeździeckiego.

Zakres kompetencji członków Zarządu obejmuje różnorodne obszary, takie jak: zarządzanie, przedsiębiorczość, organizacja zawodów na największą skalę w Polsce, doświadczenie organizacyjne i marketingowe zdobyte przy zarządzaniu wieloletnim cyklem zawodów, doświadczenie dotyczące treningu jeźdźców i koni oraz organizacji szkoleń, doświadczenie wynikające z osiągnięć w sporcie wyczynowym oraz w hodowli koni.

Zarząd usystematyzował ochronę prawną i zapewnienie jak najwyższej jakości swoich działań i decyzji zatrudniając na podstawie umowy o pracę prawnika.

Zarząd wybierany jest przez Walne Zebranie Sprawozdawczo-Wyborcze Delegatów Polskiego Związku Jeździeckiego, którzy z kolei wybierani są przez Walne Zjazdy Delegatów Wojewódzkich Związków Jeździeckich.

Transparentność podejmowanych decyzji przez Zarząd jest bezpośrednio realizowana poprzez jawność obrad i publikację wszystkich podjętych decyzji i przyjętych uchwał na stronie internetowej Związku.

Możliwość uczestniczenia w zebraniach Zarządu PZJ jest zagwarantowana dla każdego członka Komisji Rewizyjnej i każdego Delegata Polskiego Związku Jeździeckiego.

Zarząd odbywa swoje posiedzenia w różnych ośrodkach jeździeckich na terenie całej Polski i obraduje co najmniej raz w miesiącu.

Mając na uwadze szybkość i efektywne zarządzanie czasem osób decyzyjnych Zarząd PZJ po uprzednim usankcjonowaniu w Statucie PZJ stosuje możliwość podejmowania decyzji i przyjmowania uchwał przy użyciu elektronicznych środków komunikacji. Procedura ilustrująca zasady głosowania przy użyciu elektronicznych środków komunikacji i warunki dla ważności tego sposobu podejmowania decyzji i przyjmowania uchwał została zatwierdzona i implementowana do Regulaminu Działania Zarządu.

Wojewódzkie Związki Jeździeckie, wszyscy członkowie organów statutowych, komisji sportowych i problemowych, a także pracownicy biura PZJ otrzymują sprawozdania z obrad Zarządu w mailingu z adnotacją zobowiązującą do zapoznania się, realizacji postanowień uchwał i decyzji Zarządu w swoich obszarach aktywności i realizacji ich zgodnie z powierzonymi obowiązkami pracowniczymi.

W sprawach merytorycznych związanych z organizacją współzawodnictwa sportowego, przygotowaniem kadr narodowych do udziału w międzynarodowych imprezach mistrzowskich, w sprawach interpretacji przepisów i regulaminów sportowych decydujący ciężar decyzyjności spoczywa na komisjach dyscyplin sportowych, kolegium sędziów i odpowiednich komisjach problemowych. Decyzje tych gremiów przyjmowane są uchwałami odnotowanymi w protokołach z posiedzeń, które publikowane są na stronie internetowej Związku.

W zgodzie z zasadą partycypacyjności komisje sportowe zobligowane są do włączania do swoich składów czynnych zawodników i trenerów.

Praca zatrudnionych przez Związek trenerów kadr narodowych jest opiniowana dla potrzeb Zarządu przez odpowiednie komisje sportowe.

Wszystkie decyzje dotyczące obsad trenerów, wyboru organizatorów imprez mistrzowskich i oficjalnych międzynarodowych zawodów oraz decyzje dotyczące zamówień na sprzęt sportowy, wyboru podmiotu badającego sprawozdanie finansowe odbywają się w drodze konkursu ofert ogłaszanego na stronie internetowej PZJ.

Obowiązuje zasada, że Członek Zarządu, Komisji Rewizyjnej, Trener Kadry Narodowej nie mogą łączyć swoich funkcji z inną funkcją w Związku.

Związek dla zabezpieczenia realizacji swoich planów strategicznych wzmocnił dział finansowy biura w celu zwiększenia bardziej precyzyjnego planowania finansowego i dyscypliny realizacji budżetu oraz większej skuteczności obsługi finansowej Związku (nakłady zaplanowane w Budżetach PZJ). Sprawozdanie Finansowe Związku jest badane corocznie przez niezależnego biegłego rewidenta wybieranego przez Komisję Rewizyjną w konkursie ofert ogłaszanym na stronie internetowej Związku.

Zarząd PZJ w swojej strategii zarządzania stawia na wyłonienie kompetentnych komisji sportowych oraz problemowych i delegowanie do nich bieżących decyzji merytorycznych. Zachowana zostaje możliwość odwołania się od tych decyzji do Zarządu. Obszary zadań dla komisji sportowych, kolegium sędziów i problemowych wyznaczają zmodyfikowane w tym roku regulaminy. Nowe zapisy tych dokumentów stwarzają warunki do bieżącej stałej weryfikacji aktywności i realizacji wyznaczonych zadań przez Zarząd tym gremiom.

Zarząd PZJ wprowadzając niniejszą Strategię Rozwoju Jeździectwa, realizując zasadę partycypacji, otwartości i odpowiedzialności w procesach decyzyjnych nałożył na komisje sportowe obowiązek referowania zadań z zakresu przygotowywania kadr do imprez głównych sezonu oraz propozycji zmian w przepisach i regulaminach przedstawiania do konsultacji na dorocznych Konferencjach Środowiskowych organizowanych przez komisje sportowe (nakłady zaplanowane w Budżetach PZJ). Odbywają się one po imprezach głównych sezonu i przed rozpoczęciem kolejnego sezonu sportowego i z założenia mają między innymi charakter szeroko informujący, konsultacyjny, weryfikujący i rozliczający. W konferencjach z obowiązku czynnie uczestniczą członkowie Zarządu, którzy są zobowiązani do udzielania wszelkich wyjaśnień. W ten sposób sankcjonowana jest rola konferencji środowiskowych jako kolejnego bardzo ważnego elementu kontroli wewnętrznej Związku i zasady partycypacji. Protokoły z konferencji publikowane są na stronie Internetowej Związku.

Niezależnie od rozliczeń dokonanych przez Departament Sportu Wyczynowego MSiT oraz przez konferencje środowiskowe poszczególnych konkurencji jeździeckich Zarząd PZJ podsumowuje wykonanie zaplanowanych strategicznych działań w zakresie realizacji zadań z obszaru sportu wyczynowego i podejmuje bieżące decyzje modyfikujące organizację sportu oraz dokonuje weryfikacji dokumentów dotyczących tego procesu, a także wyciąga stosowne konsekwencje personalne.

Po ustabilizowaniu ostatecznie w 2018 roku sytuacji finansowej i wzmocnieniu działu księgowości swoje przychody i wydatki Zarząd PZJ będzie dużo bardziej precyzyjnie określał w corocznie formułowanym i przyjmowanym do realizacji budżecie.

Skład Zarządu oraz składy komisji sportowych, komisji problemowych organów statutowych z wskazaniem obszarów odpowiedzialności tam, gdzie one są ustanowione są opublikowane na stronie internetowej Związku.

Formalne skwitowanie do realizacji Strategii Rozwoju Polskiego Jeździectwa, jej bieżącej nowelizacji przez Zarząd PZJ dokonuje Komisja Rewizyjna oraz coroczne Walne Zebranie Delegatów PZJ.

Zarząd PZJ jest wybierany na czteroletnią kadencję. **Coroczne zatwierdzanie działalności Zarządu, w tym realizacji Strategii Rozwoju Polskiego Jeździectwa**

będzie gwarantować ciągłość strategicznego zarządzania związkiem według stale aktualizowanych operacyjnych planów działania.

PLAN DZIAŁAŃ DLA REALIZACJI CELU STRATEGICZNEGO PZJ NR 1

I. Zapewnienie odpowiedniego poziomu zarządzania

1. Wzmocnienie kompetencji zarządczych i operacyjnych w wybranych strukturach PZJ – administracja/biuro zarządu, kierownictwo struktur regionalnych – poprzez podniesienie efektywności działań:

- a. Przeprowadzenie szkolenia z zarządzania dla zespołu biura PZJ (10-15 osób) w zakresie między innymi:*
 - *zarządzanie (organizacją, procesami, zasobami, zmianą); komunikacja i współpraca*
 - *podniesienie skuteczności osobistej i zespołowej.*
 - *zarządzanie (organizacją, procesami, zasobami, zmianą)*
- b. Opisanie kluczowych procesów operacyjnych wewnątrz organizacji*
- c. Wyznaczenie celów strategicznych i rocznych oraz mierników*

2. Podniesienia kompetencji oraz uzupełnienia zakresu zadań i odpowiedzialności kadry sportowej – trenerzy kadr narodowych, przewodniczący komisji sportowych:

- a. Przeprowadzenie przez Radę Szkolenia Jeździeckiego PZJ szkoleń doskonalących warsztat trenerski dla trenerów zatrudnionych przez PZJ oraz dla przewodniczących komisji sportowych.*
- b. Szkolenie w zakresie podniesienia kompetencji menedżerskich trenerów kadr narodowych, konkurencji olimpijskich i paraolimpijskich oraz przewodniczących komisji sportowych konkurencji nieolimpijskich.*
- c. Zatrudnienie osoby odpowiedzialnej (Kierownik Wyszkożenia) za organizację szkolenia kadr instruktorsko-trenerskich - (docelowo prognozowany model finansowania działań osoby na tym stanowisku poprzez dochody z organizacji kursów i seminariów oraz z licencji PZJ dla szkoleniowców)*
- d. Przyjęcie precyzyjnych kryteriów selekcji i wyboru najlepszych kadr trenerów, zgodnie z wytycznymi „Kodeksu Dobrego Zarządzania Dla Polskich Związków Sportowych”*
- e. Opracowanie i wprowadzenie działań marketingowych promujących szerokie uczestnictwo szkoleniowców z obszaru jeździectwa w zdobywaniu kwalifikacji w systemie szkolenia PZJ*

3. Wzmocnienie administracji związku o niezbędne kompetencje w zakresie:

- *Finansów*
- *Prawa – zatrudnienie prawnika w strukturach biura zarządu związku*
- *Marketingu – stała współpraca z profesjonalną firmą konsultingową w zakresie marketingu strategicznego i operacyjnego – (w tym branding – wzmocnienie marki PZJ, działania PR, sponsoring, eventy, komunikacja do interesariuszy i społeczeństwa w kanałach tradycyjnych i digital; aktywizacja działań na nowej stronie i w social media.*

W zakresie prac ekspertów marketingu leży przygotowanie pełnej strategii marketingowej, operacyjnych planów marketingowych PZJ oraz koordynowanie wszystkich działań w tym zakresie

4. Optymalizacja procesów, decyzyjności i podziału kompetencji w związku:

- a. Podział zakresów odpowiedzialności pomiędzy Członków Zarządu*
- b. Wyłonienie odpowiednich, kompetentnych komisji sportowych i problemowych oraz delegowanie do nich bieżących decyzji merytorycznych.*
- c. W celu bezpieczeństwa działania w ramach przyjętej strategii w procesie, zawsze istnieje możliwość odwołania się od decyzji komisji do Zarządu Związku*
- d. Dookreślenie i zmodyfikowanie regulaminów i obszarów zadań i kompetencji dla komisji sportowych, kolegium sędziów i komisji problemowych*
- e. Wprowadzenie systemu raportowania i bieżącego monitoringu aktywności w zakresie wyznaczonych zadań wszystkich komisji sportowych i problemowych PZJ*
- f. Realizacja zasady partycypacji, otwartości i odpowiedzialności poprzez nałożenie na trenerów i komisje sportowe obowiązku raportowania i referowania zadań wykonywanych w zakresie przygotowywania kadr do głównych imprez sezonu*
- g. Nałożenie na komisje sportowe przywileju proponowania zmian w przepisach i regulaminach i możliwości przedstawiania ich do konsultacji na dorocznych konferencjach środowiskowych.*

5. Usprawnienie komunikacji i dostępności bazy wiedzy poprzez rozbudowę bazodanowego systemu informatycznego PZJ

2. Wykreowanie wizerunku PZJ jako Synonimu Polskiej Hippiki.

Polski Związek Jeździecki mając na mocy ustawy o sporcie monopolistyczną pozycję w organizacji współzawodnictwa sportowego w jeździectwie, organizacji imprez mistrzowskich i Pucharów Polski w konkurencjach jeździeckich, w powołaniach kadr narodowych celem przygotowania ich do startu w międzynarodowych imprezach mistrzowskich w strategii swojego działania wyznacza **cel związany z wykreowaniem wizerunku PZJ jako synonimu całej polskiej hippiki.**

Polski Związek Jeździecki w niniejszej strategii zakłada działania dążące do zbudowania i wzmocnienia w społecznej świadomości, że wszystko co dotyczy polskiej hippiki jest kreowane przez Polski Związek Jeździecki. Aby osiągnąć ten cel niezbędne jest zaplanowanie i wdrożenie profesjonalnych działań w zakresie marketingu i PR, w celu budowania marki PZJ i społecznego zaufania do niej (nakłady zaplanowane w Budżetach PZJ).

Aby osiągnąć ten cel planujemy: wykorzystanie kompetencji marketingowych, ze źródeł zewnętrznych ekspertów, realizację planu podniesienia poziomu wartości tytułów instruktorsko-trenerskich sygnowanych przez PZJ, reorganizację systemu certyfikacji ośrodków pod kątem jakości, poszerzenie obszarów certyfikacji, systemowe upowszechnienie możliwości zdobywania odznaki „Jeźdźę Konno” honorującej początkujących adeptów jeździectwa bez względu na wiek oraz poprzez wdrażanie programów ministerialnych dotyczących motywowania społeczeństwa do aktywności fizycznej poprzez powszechne uprawianie jeździectwa.

Wypracowanie rozpoznawalnego wizerunku Polskiego Związku Jeździeckiego jest niezbędne dla budowy jego marki zaufania społecznego oraz jako produktu

marketingowego o wartości umożliwiającej biznesowe zagospodarowanie w świadczeniach sponsorskich.

PLAN DZIAŁAŃ DLA REALIZACJI CELU STRATEGICZNEGO PZJ NR 2

II. Wykreowanie wizerunku PZJ jako Synonimu Polskiej Hippiki.

- 1. Wzmocnienie wizerunku PZJ poprzez działania PR (redakcyjna współpraca z mediami branżowymi, sportowymi i life style)**
Nawiązanie i aktywizacja współpracy związku z wybranymi mediami o najlepszym zasięgu, aktywizacja działań PR: magazyny branżowe, prasa sportowa, prasa opiniotwórcza, magazyny life style oraz z wybranymi redakcjami radio i telewizji. Współpraca z konkretnymi dziennikarzami i redakcjami /wywiady, informacje-newsy, patronaty audycji i konkursów, wizyty, rozmowy i wywiady z ekspertami PZJ/.
- 2. Opracowanie modelu użyczenia marki PZJ wybranym komercyjnym imprezom upowszechniającym jeździectwo (patronaty)**
Doprecyzowanie modelu współpracy z PZJ w ramach nadawanych przez związek Patronatów (między innymi zasady ekspozycji logotypu, warunki płatności za uzyskiwanie patronatu)
- 3. Nawiązanie współpracy z mediami branżowymi i ogólnopolskimi, w ramach stałego patronatu medialnego**
Nawiązanie stałej współpracy w ramach patronatu związku z wybranymi mediami o najlepszym zasięgu: magazyny branżowe, prasa sportowa, prasa opiniotwórcza, magazyny life style oraz z wybranymi redakcjami radio i telewizji. Współpraca w ramach umów barterowych /stała rubryka tematyczna z logo, stałe patronaty audycji i konkursów, wywiady z ekspertami PZJ/.
- 4. Wypromowanie nowej wersji strony internetowej PZJ (po jej wdrożeniu) oraz miesięczny newsletter dla odwiedzających**
Kampania promująca nową stronę PZJ i aktywne budowanie społeczności wokół strony (unikatowy kontent – news sportowe; social media, newsletter)
- 5. Opracowanie i przeprowadzenie kampanii promującej związek i jego działania w social media**
Przygotowanie konceptu i przeprowadzenie kampanii PZJ w social media – głównie FB (akcja skonsolidowana z promocją nowej strony związku). Stałe aktywne działania w social media.
- 6. Promocja marki PZJ przez influencerów w branży jeździeckiej**
Nawiązanie współpracy z popularnymi influencerami (szeroki zasięg) w branży lub osobami miłośnikami koni/jeździectwa popularnymi w grupach docelowych związku w zakresie popularyzacji sportu (np. dzieci i młodzież)
- 7. Opracowanie szerszej niż dotychczasowo gamy promocji marki PZJ podczas imprez objętych patronatem związku**

Dopracowanie obowiązującego regulaminu przyznawania patronatu PZJ oraz dopracowanie gratyfikacji promocyjnych dla związku w tym zakresie, włącznie z płatnościami za udzielenie patronatu.

8. Przygotowanie portfolio materiałów promujących markę (stand, roll-up, bannery reklamowe etc.)

Zlecenie wyprodukowania niezbędnych materiałów promujących markę PZJ – przeszkody, standy, roll-up-y, bannery, ulotki informacyjne etc. dla zaplanowanych działań promocyjnych

9. Ustalenie zasad aktywnej promocji marki PZJ w certyfikowanych ośrodkach jeździeckich

Opracowanie nowych zasad współpracy z certyfikowanymi przez PZJ ośrodkami jeździeckimi PZJ w zakresie ich odpowiednich standardów (jakość szkolenia, bezpieczeństwo, infrastruktura etc.) oraz w zakresie oczekiwanych form promocji PZJ w miejscu (bannery z logo związku, promocja odznaki – jeźdź konno, dystrybucja ulotek informacyjnych, limity realizacji odznak etc.)

10. Przygotowanie materiałów o działalności związku (ulotki, foldery) i opracowanie planu ich dystrybucji w środowisku

Zinwentaryzowanie aktualnych materiałów informacyjnych i opracowanie portfolio nowych materiałów promocyjnych (dla mediów, na imprezy patronowane, do klubów z promocją odznak itp.)

11. Stworzenie klubu promującego jeździectwo powszechne i markę PZJ jako partnera strategicznego

Wykreowanie konceptu Klubu Miłośników Koni/Jeździectwa, którego celem byłaby promocja związku i jeździectwa w różnych środowiskach.

12. Regularne przygotowywanie sezonowych akcji promujących jeździectwo ze sponsorami i PZJ jako marką nadającą poziom i prestiż

Pozyskanie sponsorów i partnerów medialnych i wykreowanie własnej popularnej imprezy jeździeckiej (Wakacje z koniem i naturą, w różnych regionach, we współpracy z certyfikowanymi ośrodkami jeździeckimi PZJ)

3. Wyjście Naprzeciw Oczekiwaniom Rynku Sponsorskiego.

Aktualnie największym sponsorem Polskiego Związku Jeździeckiego jest Ministerstwo Sportu i Turystyki. Związek ma wieloletnią umowę sponsorską z firmą z branży handlu markowymi zegarkami. Podpisana została umowa na sponsoring związany rocznicowymi obchodami 90-lecia istnienia PZJ z jednym z banków.

Polski Związek Jeździecki w drodze dotychczasowej swojej działalności stworzył możliwości dla wypracowania bardzo wysokiego poziomu Kalendarza Imprez Krajowych i Międzynarodowych Zawodów Jeździeckich organizowanych w Polsce. Ilość zawodów międzynarodowych dorównuje ilości zawodów organizowanych w najbardziej rozwiniętych krajach świata. Docenia to Międzynarodowa Federacja Jeździecka (FEI), która w Polsce ulokowała Mistrzostwa Europy Seniorów w WKKW i Mistrzostwa Europy Kuców. FEI najważniejszej polskiej międzynarodowej imprezie jeździeckiej w skokach przez

przeszkody oraz najważniejszej międzynarodowej imprezie we Wszechstronnym Konkursie Konia Wierzchowego zaproponowała status jednego z etapów w najbardziej prestiżowej na świecie serii konkursów o Puchar Narodów. W sezonie halowym funkcjonuje jedna z największych na świecie serii pod nazwą Cavaliada, której kolejne etapy gromadzą wielotysięczny komplet widzów na trybunach. Wszystkie te imprezy transmitowane są przez polskie stacje telewizyjne i social media. Polsce przyznana została w przyszłym roku organizacja konkursu kwalifikacyjnego do Igrzysk Olimpijskich w Tokio, a na proces przetargowy czeka aplikacja na organizację mistrzostw Świata w Powożeniu Zaprzęgami Dwukonnymi.

Polski Związek Jeździecki jako istotny dokument marketingowy opracował zasady wpisu do kalendarza centralnego w oparciu o załączniki do wniosku o przyznanie prawa organizacji zawodów Kalendarza PZJ. Przewidują one do dyspozycji PZJ 20% powierzchni reklamowej na wszelkich nośnikach i inne prawa marketingowe i medialne. Jest to oferta Polskiego Związku Jeździeckiego dla coraz bardziej wymagającego rynku sponsorskiego. Pozwoli to dywersyfikować przychody dla PZJ i podnosić ich wartość z rynku sponsorskiego

Aby sprostać wyzwaniom współczesnego marketingu Polski Związek Jeździecki w ramach niniejszej strategii planuje poszerzenie współpracy ze specjalistycznymi firmami, ekspertami, a Członek Zarządu w randze Wice-Prezesa Zarządu bezpośrednio zarządza i odpowiada za działania marketingowe Związku

PLAN DZIAŁAŃ DLA REALIZACJI CELU STRATEGICZNEGO PZJ NR 3

III. Wyjście Naprzeciw Oczekiwaniom Rynku Sponsorskiego

1. Analiza obecnych zasad współpracy w ramach sponsoringu PZJ i opracowanie nowych zasad współpracy oferujących szersze spektrum benefitów

Dokładne przeanalizowanie obecnych warunków w umowach sponsorskich przez prawnika i marketingowca oraz zweryfikowanie i uzupełnienie o nowe, szersze i bardziej atrakcyjne benefity dla sponsorów/partnerów PZJ

2. Opracowanie konceptu stałych Sponsorów/Partnerów strategicznych związku

Opracowanie i wdrożenie konceptu, stałych sponsorów/mecenasów sportu jeździeckiego; coroczne środki na wsparcie celów strategicznych PZJ. Opracowanie pakietów (kilka poziomów) i akcja spotkań i negocjacji z zarządami wybranych firm.

3. Wybranie grupy kluczowych mediów i nawiązanie stałej współpracy z nimi, aby wzmocnić promocję związku i sponsorów PZJ

Opracowanie listy kluczowych mediów sportowych, opiniotwórczych i life style i nawiązanie z nimi stałej współpracy w ramach stałego partnerstwa z PZJ, wynegocjowanie w ramach współpracy rabatów dla sponsorów i promocja ich poprzez redakcyjną współpracę z PZJ z tą grupą mediów

4. Przygotowanie wielopoziomowych pakietów sponsorskich

Opracowanie wielopoziomowych (np.: strategiczny, główny, pomocniczy lub: diamond, gold, silver) pakietów sponsorskich w celu umożliwienie poszerzenia wpływów w tym zakresie.

5. Opracowanie koncepcji i realizacja cyklicznych imprez promujących PZJ i kluczowych sponsorów imprezy własnej PZJ

Opracowanie konceptu i wykreowanie własnych, cyklicznych imprez PZJ – sponsorowanych przez partnerów danego eventu. W perspektywie opracowanie konceptu i cyklu spotkań Klub Mecenatów Jeździectwa- zrzeszającego obecnych i potencjalnych sponsorów PZJ (promocja jeździectwa)

6. Współpraca z organizacjami biznesowymi i negocjatorem ze strony PZJ (współpraca z profesjonalną firmą) na szczeblu zarządów w celu poszukiwania nowych sponsorów

Opracowanie listy potencjalnych sponsorów PZJ i współpraca z partnerami zewnętrznymi w ramach aktywnego negocjowania pozyskiwania ich do współpracy.

7. Opracowanie i przeprowadzenie na LinkedIn kampanii zapraszającej potencjalnych sponsorów do współpracy

Opracowanie profesjonalnej kampanii B2B content marketingowej w social media, w ramach kampanii PZJ i promocji jeździectwa pozyskiwanie sponsorów związku; odpowiednio przygotowane posty zapraszające

8. Opracowanie bazy potencjalnych Sponsorów

Przygotowanie listy kluczowych potencjalnych sponsorów na podstawie listy poprzednich sponsorów, multiplikacji baz, doświadczenia zagranicznych organizacji jeździeckich i innych polskich związków sportowych

9. Oszacowanie i przeprowadzeni akcji do zarządów, działów marketingu (direct mail, e-mailing, telemarketing) z ofertą stałego sponsoringu PZJ

Opracowanie i realizacja dużej kampanii direct marketingowej (print i digital) kierowanej do grupy potencjalnych sponsorów

10. Wzbogacenie pakietów sponsorskich o kampanię PZJ w social media (FB, Instagram)

Opracowanie konkretnej rocznej kampanii PZJ i sponsorów związku w social media i włączenie jej do pakietów sponsora

4. Doskonalenie współpracy z Partnerami Wewnętrznymi i Zewnętrznymi PZJ.

Naturalnymi, wewnętrznymi partnerami/interesariuszami Polskiego Związku Jeździeckiego są zawodnicy w nim zrzeszeni, kluby jeździeckie, szkoleniowcy, osoby oficjalne realizujące organizacje współzawodnictwa sportowego oraz Wojewódzkie Związki Jeździeckie i Delegaci Polskiego Związku Jeździeckiego. Niniejsza strategia stawia za cel głębsze zaangażowanie interesariuszy wewnętrznych w proces zarządzania Związkiem. Ta rola partnerów strukturalnych w ramach niniejszej strategii jest uwypuklana i upowszechniana w procesach angażowania ich do pracy w organach statutowych na rzecz realizacji celów Związku. Są oni także współtwórcą strategii wypracowanej w ramach konsultacji z interesariuszami zgodnie z modelem partycypacyjnym. __Rola interesariuszy jest zdefiniowana w ogólnie dostępnych dokumentach między innymi w statucie Związku, w regulaminach działania komisji sportowych i problemowych, które widnieją na stronie internetowej Związku.

Partnerom wewnętrznym Związku chcącym zaangażować się w pracę na rzecz rozwoju jeździectwa stworzono możliwości pośredniego i bezpośredniego wpływu na zarządzanie Związkiem. Wszystkie decyzje i uchwały Walnych Zebrań Delegatów Polskiego Związku Jeździeckiego, Zarządu, Komisji Rewizyjnej, Rady Szkolenia Jeździeckiego, Kolegium Sędziów, Kapituły Odznaczeń, Komisji Sportowych i Problemowych umieszczane są w protokołach z zebrań tych gremiów i są publikowane na stronie internetowej Związku. Wszystkie czynności Rzecznika Dyscyplinarnego wybieranego przez Walne Sprawozdawczo – Wyborcze Zebrania Delegatów PZJ są jawne i również publikowane na stronie internetowej Związku.

Również Strategia Rozwoju Polskiego Związku Jeździeckiego i propozycje jej nowelizacji poddana jest procesowi pośredniej i bezpośredniej kontroli poprzez konieczność wprowadzania w niej zmian uchwałami Zarządu i ostatecznego zatwierdzania tych zmian przez Walne Zebranie Delegatów PZJ.

Partnerzy zewnętrzni/interesariusze Związku pełnią podstawową rolę w rozwoju jeździectwa. Są nimi; Ministerstwo Sportu i Turystyki, instytucje samorządowe, sponsorzy, właściciele i hodowcy koni, właściciele i kadra zarządzająca ośrodków jeździeckich, komitety organizacyjne zawodów Kalendarza Szczegółowego Centralnego PZJ i Kalendarzy Zawodów WZJ oraz związki hodowlane, w tym Polski Związek Hodowców Koni.

Codzienna współpraca z partnerami zewnętrznymi Związku ściśle określa i realizuje główne kierunki rozwoju zdefiniowane w niniejszej Strategii Rozwoju Polskiego Jeździectwa. Stymuluje zakres i rozłożenie ciężaru finansowania jeździeckiego sportu wyczynowego w obszarze środków publicznych i prywatnych. Ustanawia nadzór i kontrolę legalności wydatkowania środków publicznych i związkowych. Stymuluje jakość planów sportowych i ich dofinansowanie. Koordynuje starania w pozyskiwaniu sponsorów sportu jeździeckiego. Precyzuje zasady współpracy przy realizacji świadczeń sponsorskich. Koncentruje prace nad intensywnym rozwojem kalendarza imprez jeździeckich PZJ i kalendarzy imprez jeździeckich WZJ. Kreuje intensywność współpracy z władzami samorządowymi nad rozwojem sportu konnego i upowszechniania jeździectwa w wymiarze lokalnym. Decyduje o adekwatnym wykorzystaniu infrastruktury w sferze jeździectwa wyczynowego i amatorskiego oraz w obszarze aktywności fizycznej Polaków realizowanej poprzez korzystanie z ogólnodostępnej możliwości nauki i uprawiania jazdy konnej. Koordynuje i intensyfikuje działania promocyjne. Inspiruje współpracę nad zapewnieniem profesjonalnej kadry dla potrzeb organizacji zawodów i szkolenia. Koordynuje i kreuje relacje pomiędzy zawodnikami a hodowcami koni tworząc naturalną platformę w zakresie promowania wartości hodowlanej i użytkowej koni.

Partnerami zewnętrznymi o szczególnym znaczeniu są kibice i fani sportów jeździeckich, którzy coraz liczniej zasiadają na widowniach cyklicznych wydarzeń jeździeckich tworząc dzięki między innymi mediom społecznościowym coraz większą więź z jeźdźcami i ich końmi.

PLAN DZIAŁAŃ DLA REALIZACJI CELÓW STRATEGICZNYCH PZJ NR 4

IV. Doskonalenie współpracy z Partnerami Wewnętrznymi i Zewnętrznymi

1. Optymalizacja procesów komunikacyjnych z gronami wszystkich interesariuszy

- 12. Kluby Sportowe,*
- 13. Trenerzy i Instruktorzy*
- 14. Sportowcy*
- 15. Organizatorzy zawodów*
- 16. Właściciele koni*
- 17. Członkowie Związku*

18. Wojewódzkie struktury PZJ – za pośrednictwem Organów Statutowych PZJ oraz Komisji Sportowych i Problemowych
19. Ministerstwo Sportu i Turystyki

Uregulowanie i udoskonalenie procesów komunikacyjnych poprzez: regularne spotkania i rozsyłanie raportów, bieżąca aktualizację nowej strony i możliwość czerpania informacji z niej przez grono wszystkich interesariuszy.

2. Aktywne włączenie interesariuszy/partnerów w prace nad strategią PZJ i jej kolejnymi nowelizacjami

Udostępnienie propozycji strategii PZJ oraz list zapraszający do zgłaszania swoich uwag, sugestii i dodatkowych pomysłów. Analogicznie z propozycjami działań w ramach strategii

3. Dopracowanie informacji o strukturze i kompetencjach poszczególnych organów statutowych PZJ

Opracowanie i rozesłanie do interesariuszy oraz zamieszczenie na stronie przejrzystej informacji o strukturze związku.

4. Bieżąca komunikacja do interesariuszy o wszelkich zmianach i statusie działań strategicznych

Komunikacja klasyczna: listy, pism.,; digital, maile, bieżące – telefony. Kluczowe informacje regularnie zamieszczane i aktualizowane na stronie.

5. Nowa strona internetowa i działania w social media nowym komunikatorem i miejscem dyskusji środowiska

Strona internetowa PZJ w roli szybkiego, skutecznego komunikatora wszystkich grup interesariuszy

5. Podniesienie Poziomu Sportu Wyczynowego.

Wypracowana niezależność finansowa Związku nie oznacza jego wystarczającego wpływu na rozwój sportu wyczynowego z punktu widzenia finansowego wkładu w ten proces. Zdecydowaną większość kosztów związanych z uczestnictwem w sporcie kwalifikowanym nadal pokrywają właściciele koni. Wartość koni, których potencjał pozwala na osiągnięcie miejsc medalowych przekracza zdecydowanie wartość budżetu Związku i dotychczasowych funduszy ze środków publicznych jakie otrzymuje Związek.

Związek od lat skutecznie pozyskuje dotacje ministerialne na rozwój sportu wyczynowego i są one ważnym czynnikiem wspomagającym właściwe wyłonienie reprezentacji Polski i wsparcie finansowe jej udziału w najważniejszych imprezach sezonu. (nakłady zaplanowane w Budżetach PZJ).

W tej sytuacji Związek pozyskując dotacje ze środków publicznych i dysponując własnymi środkami przeznaczonymi w zatwierdzonym przez Zarząd budżecie przyjmuje nową politykę wsparcia sportu wyczynowego. Środki będą skoncentrowane na konkretne cele i przeznaczone zostaną na najbardziej wartościowe plany sportowe implementowane uchwałą Zarządu do Sportowego Planu Głównego danej konkurencji jeździeckiej. Wydatkowanie środków publicznych pozyskanych z Ministerstwa Sportu i Turystyki będzie musiało być również zaaprobowane przez Departament Sportu Wyczynowego MSiT i zatwierdzone umową pomiędzy MSiT a PZJ.

Realizacja planów sportowych dodatkowo będzie zabezpieczana umowami trójstronnymi zawartymi przez Związek, Właściciela konia i Zawodnika. Nieuzasadnione odstępianie od realizacji zatwierdzonego planu sportowego przez Zawodnika lub Właściciela konia

skutkować będzie zwrotem poniesionych do tej pory udokumentowanych nakładów na realizację planu sportowego.

Realizując niniejszą strategię Związek w zakresie sportu wyczynowego wprowadza narzędzia motywacyjne.

Pierwszy sposobem motywacji będzie zasada, że dotacje ministerialne ukierunkowane na sport wyczynowy będą przeznaczone bezpośrednio na dofinansowywane startów kontrolnych wyznaczonych zatwierdzonymi planami sportowymi oraz na udział reprezentacji Polski w docelowych imprezach mistrzowskich przewidzianych tymi planami. Dofinansowana będzie ograniczona ilość miejsc w startach kontrolnych celem wprowadzenia elementu konkurencyjności w staraniach o pozyskanie dofinansowania w starcie kontrolnym. Podstawą do osiągnięcia tego celu będzie legitymowanie się najlepszymi wynikami sportowych. Dofinansowana będzie ilość miejsc równa ilości zawodników przewidzianych do udziału w imprezie głównej sezonu. Będzie ona zdefiniowana w zatwierdzonym Planie Sportowym. W startach kontrolnych dofinansowane miejsca będą obsadzone zawodnikami, którzy w danym momencie będą dysponować najwyższą formą. Ten sposób realizacji wprowadzi czynnik motywacyjny niezbędny w sporcie. Będą nimi również wypłacanie ze środków Związku nagród za konkretnie wcześniej określone wyniki i dodatkowe nagradzanie w przypadku wywalczenia medali międzynarodowych imprez mistrzowskich. Przygotowania kadr narodowych do wyłonienia reprezentacji Polski będzie oparte o udział w konkursach drużynowych. Jeżeli dana konkurencja nie będzie w stanie przedstawić odpowiedniej ilości zawodników dla sformułowania drużyny o odpowiednim potencjale, plany będą przewidywać przygotowywanie udziału w rywalizacji w klasyfikacji indywidualnej.

PLAN DZIAŁAŃ DLA REALIZACJI CELÓW STRATEGICZNYCH PZJ NR 5

V. Podniesienie Poziomu Sportu Wyczynowego.

1. Utrzymanie aktywnego pozyskiwania funduszy ministerialnych na rozwój sportu wyczynowego

Coroczne aktywne negocjacje z Ministerstwem Sportu w celu uzyskania funduszy wspierających cele strategiczne PZJ

2. Przeniesienie stosownych zapisów umów trójstronnych (związek, właściciel konia, zawodnik) do znowelizowanych regulaminów powoływania do Kadry Narodowej i regulaminów powoływania do Reprezentacji Polski o podniesienie stopnia konsekwencji realizacji zapisów tych regulaminów

Współpraca Zarządu PZJ z komisjami sportowymi w celu opracowania nowych zapisów w regulaminach powoływania do kadr narodowych i reprezentacji Polski - wpisanie szerszych konsekwencji i sposobu ich egzekucji dla stron niewykonujących zapisanych warunków współpracy

3. Podniesienie wysokości funduszy przeznaczonych na rozwój sportu wyczynowego (wyższe gratyfikacje za dobre wyniki w zawodach)

Zabudżetowanie wyższych środków na aktywizację rozwoju sportu wyczynowego. Opracowanie nowych, wyższych gratyfikacji za dobre wyniki sportowe jako motywator do startu najlepszych zawodników w wartościowych pod względem sportowym zawodach.

- 4. Alokowanie większych zasobów finansowych bezpośrednio na dofinansowywane startów kontrolnych wyznaczonych zatwierdzonymi planami sportowymi oraz na udział reprezentacji Polski w docelowych imprezach mistrzowskich przewidzianych tymi planami, aby zapewnić udział Polski na tych imprezach**
Analogicznie jak wyżej zabudżetowanie wyższych środków na dofinansowanie startów kontrolnych i udział w zawodach mistrzowskich reprezentacji Polski.
- 5. Aktywizacja angażowania do pracy z zawodnikami najlepszych zespołów trenerskich**
Alokowanie kosztów budżetowych na współpracę z najlepszymi na rynku trenerami, co wpłynie na podniesie poziomu sportu jeździectwa wyczynowego.
- 6. Wprowadzenie w życie wytycznych Kodeksu Dobrego Zarządzania dla Związków Sportowych**
W dbałości o poziom nie tylko sportowy, ale i etyczny wprowadzenie w życie i uświadomienie zasad Kodeksu Dobrego Zarządzania w Związkach Sportowych
- 7. Aktywne poszukiwanie sponsorów dla poszczególnych zawodników reprezentujących Polskę na międzynarodowych imprezach mistrzowskich**
Aktywizacja działań związku w ramach poszukiwania sponsorów dla poszczególnych zawodników i dla reprezentacji Polski.

6. Poszerzenie i Aktywizacja Działania Systemu Sportu Dzieci i Młodzieży.

W strukturach Polskiego Związku Jeździeckiego działa Komisja Sportu Dzieci i Młodzieży. Jej działalność skupiona jest na konkurencji Skoki Przez Przeszkody. Zajmuje się głównie powołaniem do kadry narodowej zawodników startujących na kucach i ewentualnym przygotowaniem reprezentacji polski do udziału w Mistrzostwach Europy na Kucach.

Komisja Sportu Dzieci i Młodzieży nadzoruje część kalendarza PZJ dotyczącą odrębnej kategorii zawodów pod nazwą Zawody Ogólnopolskie Dzieci i Młodzieży rozgrywanych w Konkurencji Skoki przez Przeszkody zarówno w sezonie halowym jak i otwartym. W zawodach tych rywalizują również dzieci na Dużych Koniach jak i pozostałe kategorie młodzieżowe na dużych koniach. W 2018 roku zawody ZO Dzieci i Młodzieży rozegrane były 22 razy.

Ponadto Komisja Sportu Dzieci i Młodzieży nadzoruje organizacje eliminacji i finałów Ogólnopolskiej Olimpiady Młodzieży w trzech jeździeckich konkurencjach olimpijskich.

Powołanie Komisji Sportu Dzieci i Młodzieży i koncentracja jej prac na jednej dyscyplinie wynika z faktu, że skoki przez przeszkody są najbardziej popularną konkurencją i w Polskim Związku Jeździeckim zdecydowanie najwięcej zawodników i koni jest zarejestrowanych właśnie w skokach przez przeszkody.

Niemniej jednak obszar sportu dzieci i młodzieży wymaga organizacyjnych struktur w pozostałych konkurencjach. Zarząd Polskiego Związku Jeździeckiego w ramach niniejszej strategii zamierza poszerzyć działalność komisji sportowych o kompetencje dotyczące sportu dzieci i młodzieży w innych konkurencjach. W pierwszym etapie należy to zrobić w konkurencjach, w których Międzynarodowa Federacja Jeździecka organizuje Mistrzostwa Europy Dzieci na Dużych Koniach i Mistrzostwa Europy Kuców.

PLAN DZIAŁAŃ DLA REALIZACJI CELÓW STRATEGICZNYCH PZJ NR 6

VI. Poszerzenie i Aktywizacja Działania Komisji Sportu Dzieci i Młodzieży

1. Aktywizacja działań Komisji Sportu Dzieci i Młodzieży

Opracowanie przez powyższą komisję harmonogramu konkretnych, zaplanowanych działań. Rozpisanie ich na harmonogramy i skuteczne ich wdrożenie przez Komisję. Ocena efektów działań przez Zarząd PZJ

2. Poszerzenie działalności komisji sportowych o kompetencje dotyczące sportu dzieci i młodzieży w innych konkurencjach poza dyscypliną Skoków przez przeszkody

Poszerzenie działań i zainteresowania Komisji na pozostałe dziedziny sportu jeździeckiego poza skokami i skierowanie jej działań także na inne sporty ma na celu upowszechnienie zainteresowania także innymi dyscyplinami dzieci pasjonujące się jeździectwem, co wpłynie na szersze grono juniorskie w większej ilości dyscyplin jeździeckich

3. Zaplanowanie kampanii promującej sport jeździecki dzieci i młodzieży wśród potencjalnych sportowców i ich rodziców

Wspólnie ze zewnętrznym partnerem w zakresie marketingu opracowanie konceptu i przeprowadzenie szerokiej kampanii promocyjnej, kierowanej do dzieci i młodzieży, potencjalnych juniorów sportowych i ich rodziców (standard i social media)

4. Aktywizacja działań w zakresie pozyskiwania nowych sponsorów zawodów i zawodników z grupy dzieci i młodzieży

Analogiczne jak w sporcie dorosłych starania w ramach pozyskiwania sponsorów dla imprez sportowych dla młodzieżowych grup wiekowych i dla poszczególnych zawodników

5. Podniesienie poziomu trenerów dla młodzieżowych kategorii wiekowych poprzez stworzenie Systemu Szkolenia nadzorowanego przez zatrudnionego Kierownika Wyszkolania PZJ

Operacyjne działania mające na celu podniesienie poziomu zespołów trenerskich młodzieżowych grup wiekowych w jeździectwie. Powołanie osoby odpowiedzialnej za realizację tego działania

7. Organizacja Struktur Zarządzających i Realizacja Programów Dotyczących Sportu Powszechnego.

Zarząd Polskiego Związku Jeździeckiego powołał Komisję Jeździectwa Powszechnego celem uruchomienia działań w zakresie szerokiego upowszechniania sportu jeździeckiego w społeczeństwie polskim. Uchwalony regulamin działania Komisji Jeździectwa Powszechnego określa między innymi priorytety jej działania. Są nimi: przedstawianie do zatwierdzenia przez Zarząd PZJ uzgodnionych z Komisjami Sportowymi, Radą Szkolenia Jeździeckiego oraz Komisją Trenerów i Zawodników PZJ projektów z zakresu sportu powszechnego związanego z jazdą konną. Komisja Jeździectwa Powszechnego sporządza roczne sprawozdanie ze swojej działalności na Walny Zjazd Sprawozdawczy Delegatów PZJ i sprawozdanie za okres działalności pomiędzy Walnymi Zjazdami Sprawozdawczymi Wyborczymi Delegatów PZJ. W przypadku zmiany w ciągu roku lub kadencji

Przewodniczącego Komisji dotychczasowy Przewodniczący składa sprawozdanie za okres swojej działalności. Zadaniem KJP są: realizowanie od strony merytorycznej zleconych przez Zarząd PZJ do wdrożenia programów ministerialnych dotyczących jeździectwa powszechnego, organizacja akcji popularyzujących i promujących jeździectwo powszechne, prowadzenie działalności informacyjnej oraz konsultacyjnej i organizacja dyskusyjnych grup w sprawach związanych z upowszechnieniem jeździectwa, wspieranie wszelkie działań związanych z jeździectwem powszechnym, w tym wykorzystanie szerokiego zasięgu mediów społecznościowych.

Komisja Jeździectwa Powszechnego została wyposażona w możliwość opiniowania organizacji i spraw merytorycznych związanych z systemem odznak jeździeckich PZJ i certyfikacją ośrodków jeździeckich. Posiada prawo zgłaszania formalnych wniosków do Rady Szkolenia Jeździeckiego PZJ odnoszących się do poziomu obsługi przez ośrodki certyfikowane i członków Komisji Egzaminacyjnych na Odznaki Jeździeckie PZJ. KJP zobligowana jest do opiniowania poziomu pracy merytorycznej szkoleniowców z licencją PZJ w trakcie imprez dotyczących sportu powszechnego organizowanych pod patronatem PZJ i ma prawo w tych sprawach zgłaszania wniosków do Rady Szkolenia Jeździeckiego oraz prawo do zgłaszania do Komisji Sportowych PZJ i Kolegium Sędziów oraz Rady Szkolenia Jeździeckiego propozycji zmian w Przepisach i Regulaminach PZJ.

Komisja Jeździectwa Powszechnego ma obowiązek przedstawiania na dorocznej konferencji podsumowania dotychczasowych działań, prezentowania harmonogramu działań w najbliższej perspektywie i inicjowania dyskusji we wszystkich sprawach związanych z jeździectwem powszechnym.

PLAN DZIAŁAŃ DLA REALIZACJI CELÓW STRATEGICZNYCH PZJ NR 7

VII Organizacja Struktur Zarządzających i Realizacja Programów Dotyczących Sportu Powszechnego

1. Uaktywnienie działania Komisji Jeździectwa Powszechnego

Opracowanie przez członków komisji planów konkretnych działań na najbliższy rok i poszczegółowych harmonogramów podejmowanych przez Komisję w ramach strategii działań. Przygotowanie planów i harmonogramów poszczególnych projektów i opracowanie budżetów niezbędnych na realizację działań oraz predykcja przychodów i efektów z podejmowanych działań.

2. Opracowanie konceptu i przeprowadzenie szerokiej kampanii społecznej promującej jeździectwo, jako unikatowy sport powszechny

We współpracy z wybraną doradczą w zakresie marketingu firmą opracowanie szerokiej akcji społecznej promującej jeździectwo jako zdrowy sport powszechny (współpraca z mediami i partnerami/sponsorami/mecenasami projektu)

3. Opracowanie i aktywne prowadzenie kampanii promującej jeździectwo powszechne na stronie PZJ, w mediach społecznościowych i prasie

Opracowanie modelu stałej współpracy i wzajemnych zobowiązań promocyjno-informacyjnych z mediami partnerskim; współpraca z doradcami PR w zakresie poszerzenia zasięgu kampanii promującej jeździectwo, szeroko w społeczeństwie. Opracowanie i wdrożenie rocznej kampanii promującej powszechne jeździectwo w social media (FB, LinkedIn, Instagram)

4. Zaangażowanie w promowanie jeździectwa jako sportu powszechnego mediów współpracujących i nowych (sport, life style)

Wybranie grupy kluczowych mediów ogólnopolskich – sport, life style, zdrowie – o szerokim zasięgu do współpracy redakcyjnej i patronackiej oraz kluczowych portali internetowych – sport, life style. Wypracowanie systemu aktywnej współpracy z nimi w zakresie promocji jeździectwa w szerokim społeczeństwie

5. Wykorzystanie autorytetów publicznych (miłośników jazdy konnej) do propagowania jeździectwa – zawodnicy, artyści

Wybór lubianych społecznie autorytetów/propagatorów jazdy konnej w społeczeństwie – lubiani zawodnicy, aktorzy, kaskaderzy, dziennikarze, politycy itd. i współpraca z nimi w ramach promocji jeździectwa powszechnego

6. Ścisła współpraca z obecnymi lub wykreowanie własnych influencerów promujących jeździectwo powszechne

Nawiązanie współpracy z aktualnie najpopularniejszymi w środowisku „koniarzy”: influencerami w internecie i/lub aktywne wykreowanie własnych; klub PZJ – zachowanie dla nich unikatowych informacji (content management)

7. Opracowanie planu działań promocyjnych – propagujących jeździectwo – programy rekomendacyjne w certyfikowanych ośrodkach jeździeckich, akcje informacyjne w szkołach

Aktywizacja promocji jeździectwa jako sportu powszechnego rozwijającego w wielu kierunkach poprzez opracowanie nowych zasad zobowiązań w tym zakresie certyfikowanych klubów; Upowszechnianie i promocja odznaki PZJ Jeźdź Konno (wzrost wpływów z egzaminów oraz promocja odznak i benefitów jakie daje jej uzyskanie). Akcje promujące jeździectwo w szkołach i przedszkolach (ulotki, wykłady, spotkania z końmi w klubach certyfikowanych; aktywna promocja odznak jeździeckich)

8. Opracowanie przy udziale Komisji Jeździectwa Powszechnego harmonogramów konkretnych działań do podjęcia w najbliższym roku i harmonogramów

Współtworzenie wraz z powołaną Komisją listy harmonogramów konkretnych działań Komisji w ramach realizacji celu upowszechniania sportu jeździeckiego

9. Realizacji odpowiednich programów ministerialnych

Aktywna współpraca z Ministerstwem w ramach realizacji programów ministerialnych

8. Organizacja i Podniesienie Poziomu Zarządzania Sportem Jeździeckim Osób Niepełnosprawnych.

Sport osób niepełnosprawnych jest od lat w Polskim Związku Jeździeckim zorganizowany w ramach konkurencji Para-Ujeżdżenie i ma pewne osiągnięcia sportowe wyrażające się między innymi awansem zawodniczek i ich udziałem w Igrzyskach Olimpijskich w Pekinie i Rio de Janeiro. Co roku Polski Związek Jeździecki wyłania kadrę narodową sportowców niepełnosprawnych i przygotowuje ją do międzynarodowych imprez mistrzowskich. Czyni to w oparciu o dotacje ministerialną i własny wkład finansowy. Obecnie przed Polskim Związkiem Jeździeckim stoi zadanie powołania Komisji Para-Ujeżdżenia, która

wspomogłaby proces organizacyjny związany z akcjami Sportowego Planu Głównego tej konkurencji. Komisje Para-Ujeżdżenia działały sprawnie w poprzednich latach. Na czas do powołania komisji bezpośredni nadzór na konkurencja Para-Ujeżdżenia sprawuje Członek Zarządu w randze Wiceprezesa.

Związek zatrudnia w tej chwili trenera kadry narodowej konkurencji Para-Ujeżdżenia.

Rozwija się również kalendarz zawodów w konkurencji Ujeżdżenia z konkursami przeznaczonymi dla zawodników Para-Ujeżdżenia. Dzieje się tak zarówno w obrębie zawodów ogólnopolskich Kalendarza PZJ, jak i zawodów regionalnych umieszczonych w kalendarzach WZJ(OZJ).

Nowo powołana komisja Para-Ujeżdżenia będzie miała za zadanie wdrożenie się w realizację od strony merytorycznej w inne programy dotyczące osób niepełnosprawnych, które regularnie przygotowuje Ministerstwo Sportu i Turystyki.

PLAN DZIAŁAŃ DLA REALIZACJI CELÓW STRATEGICZNYCH PZJ NR 8

VIII. Organizacja i Podniesienie Poziomu Zarządzaniem Sportem Jeździeckim Osób Niepełnosprawnych

1. Powołanie Komisji Para-Ujeżdżenia

Powołanie komisji, która będzie miała na celu opracowywanie harmonogramów działań i realizację celów w zakresie upowszechniania para-jeździectwa

2. Aktywizacja działań w zakresie rozbudowy krajowego kalendarza zawodów w para jeździectwie i tym samym szerszy udział w międzynarodowych zawodach dla niepełnosprawnych

Aktywizacja działań w celu pozyskanie większej ilości zawodów i tym samym zawodników reprezentujących Polskę na zawodach dla niepełnosprawnych

3. Włączenie do opracowanej i aktywne prowadzonej kampanii promującej jeździectwo powszechne także para jeździectwa sportowego i powszechnego, na stronie PZJ, w mediach społecznościowych i prasie

Kampania informacyjna o jeździectwie niepełnosprawnych w ramach pełnej szerokiej kampanii promującej jeździectwo powszechne w kraju.

4. Zaangażowanie w promowanie para jeździectwa mediów współpracujących i nowych (zdrowie, life style)

Zaangażowanie w działania promujące para jeździectwo mediów, stałych patronów PZJ i innych środowisk promujących równouprawnienie i zdrowie

5. Wykorzystanie aktualnych zawodników do propagowania para jeździectwa

Zaangażowanie aktualnie startujących w zawodach niepełnosprawnych (wywiady, filmiki, blogi) do promocji jeździectwa w gronie osób niepełnosprawnych

6. Opracowanie i zaprezentowanie przez powołaną Komisję Para-Ujeżdżeniową harmonogramów konkretnych działań do podjęcia w najbliższym roku

Przygotowanie harmonogramów poszczególnych działań dla para-jeździectwa przez komisję, a następnie raport z wykonania i ocena przez zarząd efektów wdrożenia tych działań.

9. Propagowanie Idei i Wsparcie Organizacyjne dla Wolontariatu Sportowego.

Praca w komisjach sportowych oraz komisjach problemowych jest pracą społeczną na rzecz Związku.

Najwięksi organizatorzy imprez kalendarza PZJ mają zorganizowany dla potrzeb tych wydarzeń wolontariat i zatrudniają w tym celu koordynatorów. W jeździectwie wolontariat jest popularny i przyciąga liczne rzesze młodych ludzi chcących się rozwijać, poznawać innych ludzi, uczestniczyć w ważnych wydarzeniach. W większości są to członkowie klubów jeździeckich, którzy w ten sposób poszerzają swoją wiedzę o organizacji sportowego współzawodnictwa. Polski Związek Jeździecki od początku wspiera idee wolontariatu i jest otwarty w tej mierze na współpracę z organizatorami największych wydarzeń.

Ponieważ Polski Związek Jeździecki nie jest sam organizatorem zawodów jeździeckich to w swoich strukturach nie powołuje jak na razie komisji do spraw wolontariatu, która byłaby centrum organizacyjnym jeździeckiego wolontariatu sportowego. Niemniej jednak zakłada taką możliwość w momencie rozwinięcia odpowiedniego stopnia kompetencji marketingu sportowego i zbudowania odpowiednio dużego portfela świadczeń sponsorskich. Ponadto Polski Związek Jeździecki dostrzega ogromną siłę wolontariatu i zamierza go propagować i wspierać, bowiem wolontariat niesie sobą szansę przyciągnięcia nowych zwolenników jazdy konnej o zdobytym już doświadczeniu organizacyjnym i wiedzy z dziedziny jeździectwa, z nawiązanymi kontaktami z osobami o tych samych zainteresowaniach. Poza tym wolontariusze mają ogromny wpływ na pozytywną atmosferę podczas wydarzeń sportowych, są łącznikami pomiędzy organizatorem, zawodnikami i kibicami oraz często wnoszą cenne pomysły do organizacji wydarzenia.

PLAN DZIAŁAŃ DLA REALIZACJI CELÓW STRATEGICZNYCH PZJ NR 9

IX Propagowanie Idei i Wsparcie Organizacyjne dla Wolontariatu Sportowego

- 1. Aktywne promowanie wolontariatu sportowego wśród młodzieży – kluby jeździeckie, szkoły, uczelnie**
Opracowanie konceptu i przeprowadzenie w szkołach i certyfikowanych klubach jeździeckich szerokiej kampanii informacyjnej promującej wolontariat na imprezach jeździeckich
- 2. Opracowanie i aktywne prowadzenie kampanii promującej wolontariat sportowy w jeździectwie na stronie PZJ, w mediach społecznościowych i prasie współpracującej**
Aktywna promocja wolontariatu w szerokim zasięgu w digital: strona związku, social media FB; portale mediów współpracujących.
- 3. Opracowanie systemu benefitów niefinansowych dla najlepszych wolontariuszy**
Opracowanie systemu nagród, benefitów dla wolontariuszy (bilety, wejściówki, upominki od sponsorów etc.)
- 4. Opracowanie i wprowadzenie systemu rekomendacji wolontariatu sportowego przez aktywnie działających wolontariuszy**
Opracowanie i wdrożenie system polecania i rekomendacji nowych wolontariuszy przez grupę już regularnie współpracujących (za punkty lub inne benefity)

10. Stworzenie Kompetencji dla Permanentnej Obecności w Mediach Społecznościowych.

Polski Związek Jeździecki w obecnej dobie rozwoju technologii dostrzega ogromną rolę mediów społecznościowych w sporcie, która nadal będzie rosła.

Jest rzeczą naturalną, że to co się dzieje w sporcie, w tym w jeździectwie mając podłoże emocjonalne związane z samą rywalizacją, ale i bezpośrednio z dzielnością koni dzięki mediom społecznościowym może być komentowane we wcześniej nieosiągalnym zasięgu, nawet w czasie rzeczywistym, bez ograniczeń geograficznych. Media społecznościowe promują szeroko sport i skracają dystans między sportowcami, a ich kibicami. Ważne stało się życie codzienne sportowców, ich problemy oraz pozasportowe zainteresowania i o tym z mediów społecznościowych chcą dowiedzieć się ich fani.

W dzisiejszej dobie nowych technologii w komunikacji informacja może dotrzeć natychmiast i w ogromnym zasięgu, właśnie dzięki mediom społecznościowym. Tradycyjne media nie są już w stanie sprostać temu zadaniu.

Media Społecznościowe to dziś kluczowe narzędzie komunikacji B2C, wykorzystywane do budowania marki związków sportowych, promowania dyscyplin sportowych, wzmacniania marki przez sportowców i wykorzystanie jej w marketingu poprzez sport. PZJ planując w strategii aktywnie działając w „social media” buduje zaufanie do marki własnej i promuje aktywnie na szeroką skalę jeździeckie dyscypliny sportowe. Znani sportowcy zaś budując swoje grono fanów wzmacniają siłę marketingową swoich profili, a to przekłada się w dzisiejszej dobie na pieniądze od potencjalnych sponsorów.

Organizatorzy wydarzeń sportowych dzięki mediom społecznościowym wpływają na wypełnienie trybun podczas sportowych zmagani jak, dostarczają najbardziej wartościowych informacji kibicom podczas samego wydarzenia oraz szeroko propagują wydarzenia i dyscypliny sportowe. Takie działania buduje więź określonej społeczności z wydarzeniem, osobą, sportem czy marką.

Polski Związek Jeździecki w ramach poniższej strategii zamierza aktywnie działać w social media promując markę PZJ i propagując szeroko jeździectwo w kręgach społecznych. Zamierza propagować angażowanie się wszystkich podmiotów organizujących wydarzenia jeździeckie jak i samych sportowców w korzystanie z dobrodziejstwa mediów społecznościowych. Z uwagi na ryzyka, jakie niosą potencjalne błędy w kanale komunikacji o tak ogromnym zasięgu istotne jest, aby to zaangażowanie było przemyślane i odpowiedzialne, najlepiej pod okiem współpracującego eksperta. Należy zachować ostrożność, aby nie narażać marek i sportowców na „hejt” ponieważ niekiedy treści pojawiające w mediach społecznościowych potrafią być wulgarne, wzywające do nienawiści oraz demotywujące samych sportowców i wywołujące u nich negatywne emocje.

W Polskim Związku Jeździeckim uruchomione zostaną niezbędne kompetencje eksperckie związane z przygotowaniem strategii marketingowej tego kanału komunikacji oraz obsługa mediów społecznościowych pod kątem optymalnego wykorzystania - uruchomienia, obsługi, wprowadzania do nich odpowiedzialnych treści wpisów i odpowiedniej jakości zdjęć oraz filmów (nakłady zaplanowane w Budżetach PZJ). Polski Związek Jeździecki aktualnie użytkuje w ograniczony sposób jedno medium społecznościowe (Facebook). W niedalekiej przyszłości zostaną uruchomione i utrzymywane inne media społecznościowe (Instagram, Twitter, LinkedIn). Poprzez te media Polski Związek Jeździecki będzie realizował strategię komunikacji zewnętrznej B2B i B2C, promował markę własną, swoich najlepszych sportowców i wydarzenia sportowe w celu wypełniania świadczeń sponsorskich i popularyzacji sportu jeździeckiego.

PLAN DZIAŁAŃ DLA REALIZACJI CELÓW STRATEGICZNYCH PZJ nr 10

X. Stworzenie Kompetencji dla Permanentnej Obecności w Mediach Społecznościowych

1. Opracowanie, wypromowanie i uruchomienie nowej strony internetowej PZJ, z dostępem do social media

Uruchomienie nowej strony internetowej Związku, nawiązanie współpracy z firmą marketingową/agencją w celu przygotowania profesjonalnej kampanii promującej nową stronę oraz PZJ i jego misję w social media

2. Opracowanie strategii i harmonogramów działań komunikacyjnych PZJ w social media (FB, Instagram, LinkedIn)

Przygotowanie konceptu i wdrożenie strategii komunikacji dla PZJ w social media przez profesjonalną w tym zakresie firmę współpracującą

3. Nawiązanie stałej współpracy z doradcą w zakresie planowania kampanii w kanałach digital

Przeprowadzenie konkursu i wybór optymalnej oferty od firmy marketingowej na obsługę social media w zakresie komunikacji PZJ

4. Opracowanie i wdrożenie strategii komunikacyjnych i planu działań PZJ w social media

Wdrożenie i monitoring wybranej strategii oraz jego ewaluacja ocena efektów działania

5. Zlecenie obsługi social media doświadczonej agencji marketingowej

Przekazanie nie tylko przygotowanie strategii, ale także bieżącej obsługi social media wybranej w konkursie agencji marketingowej

6. Stała współpraca z influencerami

Przenalizowanie rynku i nawiązanie współpracy z kluczowymi influencerami oraz wykreowania grupy własnych influencerów w środowisku jeździeckim i młodzieżowym

7. Stworzenie własnej grupy followers-ów oficjalnego fan page FB

Aktywna kampania promująca nową stronę www PZJ oraz fan page – zmasowana kampania na pozyskanie maksymalnej ilości like-ów

XI. AKTUALNE PRIORYTETY W DZIAŁANIU POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO

1. Finansowa Niezależność – Stworzenie modelu i jego realizacja.

Polski Związek Jeździecki w tym roku ustabilizował swoją sytuację finansową i wykaże się dodatnim wynikiem finansowym w następnych latach. W niniejszej strategii Związek przyjmuje formułę dalszej dywersyfikacji dochodów. Swoją bieżącą działalność i funkcjonowanie administracji oraz niezależność finansową Polski Związek Jeździecki systemowo zabezpiecza dochodami z opłat za rejestracje zawodników, koni i klubów,

składek członkowskich oraz ze sprzedaży licencji i od sponsorów. W tym celu prowadzi adekwatną politykę cennika.

Niniejsza strategia wprowadza politykę intensywnej dywersyfikacji dochodów, które będą przeznaczone bezpośrednio na dofinansowanie działalności statutowej. Do tej pory Związek zagospodarował następujące pola innych dochodów: Sprzedaż Odznaki „Jeźdź Konno”, opłaty za egzaminy na odznaki jeździeckie, opłaty za organizację kursów instruktorsko-trenerskich i szkoleń licencyjnych organizowanych przez podmioty zewnętrzne, opłaty za prawa do organizacji imprez jeździeckich, opłaty za wpis do Kalendarza Imprez Szczębla Centralnego PZJ.

W 2019 roku Związek wprowadzi formalne kompetencje do organizacji kursów instruktorsko-trenerskich, w których dochód netto jest zaplanowany wstępnie na wysokości co najmniej 10 % od kosztów uczestnictwa.

Wypracowane środki z dywersyfikacji dochodów w pierwszym rządzie są inwestowane w informatyzację, celem dalszej profesjonalizacji obsługi działalności statutowej, wkład własny do ministerialnych dotacji, na wsparcie zatwierdzonych do realizacji sportowych planów dotyczących przygotowania kadr narodowych do międzynarodowych imprez mistrzowskich oraz na wypracowanie funduszu motywacyjnego, z którego wypłacane będą nagrody za osiągnięcia sportowe.

2. Informatyzacja – Zwiększenie Ilości Baz Danych i Rankingów oraz Stworzenie Obsługi Interesariuszy On-Line i odświeżenie strony internetowej PZJ

Polski Związek Jeździecki aktualnie dysponuje dwoma systemami bazodanowymi, starszym o nazwie „Siodło” i nowszym o nazwie „Artemor” oraz niewdrożonym systemem „Toris”. Zestawienia z systemów Artemor i Siodło dostępne są na stronie internetowej Związku.

W ramach niniejszej strategii nastąpi budowa Głównego Systemu Informatycznego PZJ i rozwiązanie spraw spornych związanych z dotychczas wdrażanymi systemami Artemor i Toris.

Planowane jest rozbudowanie funkcji Głównego Systemu Informatycznego PZJ dotyczące udostępnień dla częściowej samoobsługi przez interesariuszy wewnętrznych Związku przy rejestracji, wykupowaniu licencji, wpisów do kalendarzy imprez sportowych oraz kalendarzy szkoleń.

Ponadto system Główny System Informatyczny PZJ zostanie wyposażony w moduły dotyczące Osób Oficjalnych i Szkoleniowców, w moduły Kalendarza Imprez Sportowych PZJ i Rankingów wszystkich dyscyplin, moduły dotyczące certyfikacji ośrodków, oraz moduł dotyczący konkurencji WKKW związany z bieżącymi uprawnieniami do udziału w zawodach określonej kategorii (nakłady zaplanowane w Budżetach PZJ).

3. Kalendarz Centralny Imprez Jeździeckich – Zintensyfikowanie Rozwoju Rynku Organizatorów w mniej popularnych dyscyplinach.

W Kalendarzu Imprez Sportowych Polskiego Związku Jeździeckiego w konkurencji Skoki przez Przeszkody ilość organizatorów przewyższa zapotrzebowanie wynikające z ilości koni oraz zawodników. To sprawia, że opracowane przez Polski Związek Jeździecki regulujące rynek w relacjach popyt-podaż zasady aplikacji do Kalendarza PZJ zawarte w Załączniku nr 1 do Wniosku o Przyznanie Prawa Organizacji Zawodów Szczębla Centralnego kalendarza PZJ w przypadku Konkurencji Skoki Przez przeszkody w pełni mają zastosowanie przede wszystkim w kontekście oddziaływaniu na jakość zawodów.

W konkurencji WKKW i Ujeżdżenia ilość organizatorów równoważy zapotrzebowanie ze strony zawodników.

Natomiast w pozostałych konkurencjach na dzień dzisiejszy sytuacja jest niekorzystna.

W Powożeniu, Woltyżerce, Sportowych Rajdach Konnych i Para-Ujeżdżeniu istnieje potrzeba zastosowania narzędzi zachęcających do organizacji zawodów Kalendarza PZJ. W ramach niniejszej strategii Polski Związek Jeździecki przy współudziale odpowiednich komisji sportowych opracuje i będzie realizować politykę wsparcia podmiotów mających potencjał na organizację zawodów kalendarza PZJ.

Rozwój kalendarzy zawodów poszczególnych konkurencji jest celem strategicznym działania komisji sportowych które są reprezentantami środowisk tych dyscyplin.

Ponadto podjęte zostaną starania w celu zrównoważenia mapy organizowanych zawodów we wszystkich województwach. Ilość organizowanych zawodów jest nierównomierna, a pobudzenie aktywności organizatorów jest podstawą do rozwoju dyscypliny w skali globalnej jak i w skali danego województwa.

4. Poziom Kadr Instruktorsko-Trenerskich – Uruchomienie Kompetencji Zarządzania Szkoleniem i Kontroli Jego Jakości.

W polskim jeździectwie istnieje pilne zapotrzebowanie na wysokokwalifikowaną kadrę instruktorsko-trenerską. Polski Związek Jeździecki w niniejszej strategii za priorytet swojego działania uznaje uruchomienie kompetencji zarządzania szkoleniem kadr instruktorsko-trenerskich oraz organizacją kursów instruktorsko-trenerskich na wszystkich poziomach kwalifikacji.

W celu podniesienia poziomu szkolenia kadr instruktorsko-trenerskich w ramach niniejszej strategii został zlecony przez Polski Związek Jeździecki opis kwalifikacji w obszarze szkolenia jeździeckiego celem wprowadzenia ich do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji. Brak do tej pory opisanych kwalifikacji, które zostałyby sprawdzone i potwierdzone, brak sposobu kontroli wymaganych efektów uczenia się, brak określonych wymagań, którym musiałaby sprostać osoba ubiegająca się o kwalifikację, tym samym brak na odpowiednim poziomie programów szkolenia i metod nauczania uniemożliwiał w praktyce przygotowywanie na wysokim poziomie kadr instruktorsko-trenerskich i w konsekwencji doprowadził do nienadążania polskiego jeździectwa za postępem, jaki jest obserwowany w innych krajach, gdzie te kwalifikacje są opisane i wprowadzone w życie.

Kwalifikacje opisane przez Polski Związek Jeździecki będą przypisane do Polskiej Ramy Kwalifikacji, która ma odniesienie do Europejskiej Ramy Kwalifikacji.

Polski Związek Jeździecki przystąpi do ubiegania się o prawo do certyfikacji opisanych kwalifikacji włączonych do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji i będzie poddawał się kontroli Podmiotowi Zewnętrznego Zapewnienia Jakości w celu przeprowadzenia okresowej zewnętrznej ewaluacji, monitorowania jakości walidacji i procesów certyfikacji.

5. Ochrona Uczciwości w Sporcie Jeździeckim Przeciwdziałanie Negatywnym Zjawiskom Wynikającym z Komercjalizacji Sportu Wyczynowego.

Nowelizacja Statutu Polskiego Związku Jeździeckiego, zgodnie z wartością rzetelności i etyki, usankcjonowała w Rozdziale II dotyczącym głównych celów Związku punkt mówiący o przeciwdziałaniu dopingowi w sporcie oraz punkt dotyczący krzewienia zasady Fair Play w sporcie.

Związek ma zorganizowane własne struktury kontroli antydopingowej koni. Na rzecz tej kontroli stworzony jest fundusz antydopingowy, na który opodatkowany jest każdy udział konia w zawodach Kalendarza Centralnego PZJ i opłata jest pobierana od organizatorów zawodów. Zarząd PZJ poszerzył opodatkowanie na rzecz funduszu antydopingowego o każdy udział konia w zawodach regionalnych Kalendarzy Wojewódzkich Związków Jeździeckich.

Przepisy antydopingowe z zakresu ochrony koni przed dopingiem opracowane są przez Komisję Weterynaryjną Polskiego Związku Jeździeckiego i zatwierdzone przez Zarząd PZJ. Zarząd zleci Komisji Weterynaryjnej organizowanie cyklicznych akcji edukacyjnych wśród

zawodników, właścicieli koni i klubów. Zarząd na stałe współpracuje z lekarzami testującymi. Niniejsza strategia zakłada co najmniej podwojenie liczby lekarzy testujących. Zarząd zakłada w 2019 roku rozszerzenie współpracy z Państwową Agencją Antydopingową „POLADA”. Planowane jest wprowadzenie systematycznej kontroli antydopingowej zawodników (nakłady zaplanowane w Budżetach PZJ).

Zostanie wprowadzona specjalna zakładka na stronie internetowej PZJ zatytułowana „CZYSTY SPORT” informująca o działaniach podejmowanych w obszarach walki z dopingiem i nieuczciwością w sporcie przez Państwową Agencję Antydopingową, Międzynarodową Federację Jeździecką i Polski Związek Jeździecki. W zakładce prezentowane będą: aktualne przepisy, listy substancji zabronionych, baza leków zabronionych, procedury dla uzyskania wyłączeń dla celów terapeutycznych, opracowania dotyczące suplementów diety i odżywek oraz informacje o sankcjach w przypadku przekroczenia przepisów antydopingowych.

Zarząd PZJ zatwierdził znowelizowany Regulamin Kapituły Odznaczeń, w którym została zawarta procedura przyznawania Nagrody Fair Play Polskiego Związku Jeździeckiego. Nagroda Fair Play jest przyznawana osobom uczestniczącym w rywalizacji sportowej, które swoją postawą i zachowaniem wobec współuczestników zaprezentowały najwyższe wartości humanizmu, olimpizmu i dobrostanu koni. Wniosek o przyznanie tej nagrody, po otrzymaniu zgłoszenia o fakcie zachowania godnego wyróżnienia wraz z uzasadnieniem składa Kapituła do Zarządu Polskiego Związku Jeździeckiego. Po uzyskaniu pozytywnej opinii Kapituła podejmuje decyzję i przyznaje nagrodę.

Zgodnie z Europejską Kartą Sportu (dokument zatwierdzony przez Komitet Ministrów Rady Europy 16 V 2001 roku) pojęcie sportu oznacza wszystkie formy aktywności społecznej, spontaniczne lub zorganizowane, mające na celu ekspresję lub poprawę sprawności fizycznej i osiągnięcie dobrego samopoczucia psychicznego, tworzenie związków społecznych lub osiągnięcie wyników we współzawodnictwie na wszystkich poziomach. Art. 1c karty stwierdza, że należy zapewnić każdemu zainteresowanemu i uzdolnionemu człowiekowi możliwość podnoszenia poziomu osiągnięć sportowych aż do maksymalnych indywidualnie wyników uznawanych powszechnie za wybitne. W tym kontekście Zarząd PZJ wspólnie z Międzynarodową Federacją Jeździecką czyni starania w celu zlikwidowania nieuczciwych praktyk stosowanych przez niektórych organizatorów największych zawodów jeździeckich. Dotyczą one stworzenia możliwości udziału w tych zawodach za wykupienie tzw. Stolika sponsorskiego w sektorze VIP. Usankcjonowane zostały przepisy zabraniające takiego procederu.

XII. DIAGNOZA STANU POLSKIEGO JEŹDZIECTWA NA 2018 ROK

Polski sport jeździecki poza konkurencją Powożenia Zaprzęgami Jednokonnymi przeżywa kryzys trwający od wielu lat. Wynika on głównie z nienadążaniem polskiej hodowli za postępem, jaki ma miejsce w krajach głównie zachodnioeuropejskich, jak z niedostatecznym postępem w szkoleniu kadr instruktorsko trenerskich. Polskie jeździectwo czyni cały czas postępy, ale konkurencja zagraniczna czyni to samo, wykorzystując przewagę w zamożności, rozwoju nauki i gospodarce. W tej sytuacji na dzień dzisiejszy jesteśmy w stanie walczyć o miejsce w pierwszej dziesiątce w rywalizacjach drużynowych i drugiej dziesiątce rywalizacji indywidualnej. W kwalifikacjach olimpijskich odnosimy pojedyncze sukcesy oznaczające prawo startu w igrzyskach olimpijskich. W kategorii dzieci w konkurencji skoki przez przeszkody w ciągu ostatnich lat wywalczyliśmy medale mistrzostw Europy w klasyfikacji drużynowej, ale nie przełożyło się to na sukcesy w następnych latach w kategorii juniorów.

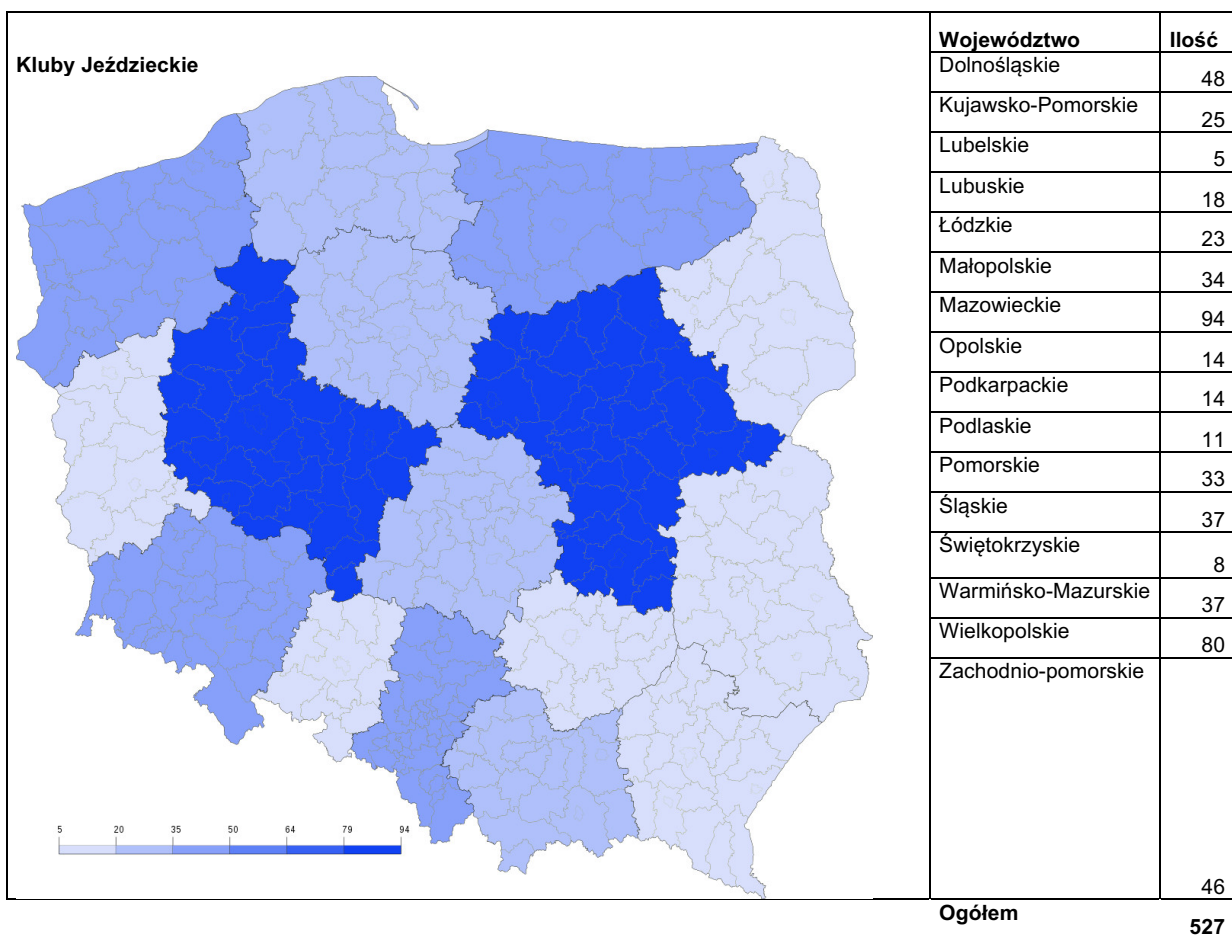
Natomiast polski rynek organizatorów zawodów konnych w dyscyplinach olimpijskich należy do najlepiej rozwijających się w Europie zarówno pod względem ilościowym jak i jakościowym. Również w Powożeniu zaczynamy liczyć się w Europie, głównie za sprawą nowo wybudowanego ośrodka jeździeckiego, który aplikuje do organizacji mistrzostw świata.

W coraz większej liczbie zawodów uczestniczy ilość zawodników zapewniająca organizatorowi dodatni wynik finansowy. Aktualnie w Skokach przez Przeszkody w jednym czasie takich zawodów w Polsce może odbyć się co najmniej trzy. Ten wskaźnik ma tendencję wzrostową obserwowaną od kilku lat.

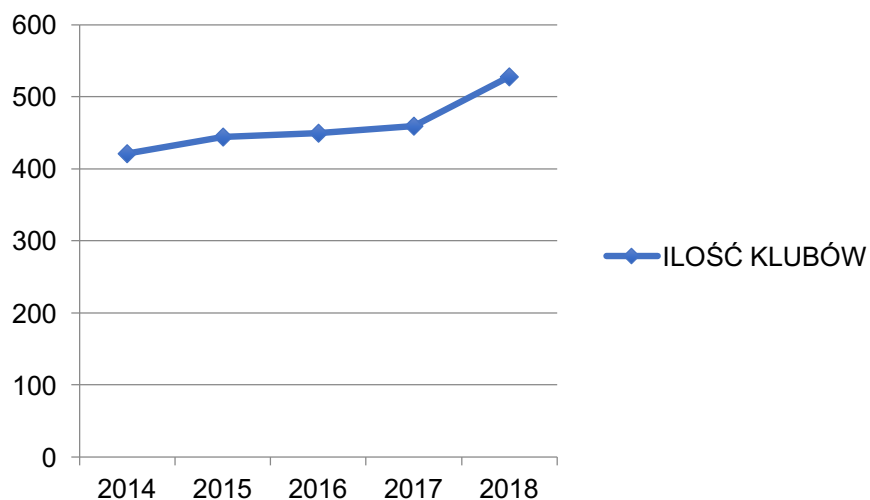
Dynamiczna progresja rynku organizatorów jest istotnym czynnikiem rozwoju jeździectwa w Polsce szczególnie pod względem ilościowym. Ma to bezpośredni wpływ na ekonomię i rynek pracy. W obszarze sportu zawodowego generuje dochody czołówki polskich jeźdźców, którzy w ten sposób profesjonalizują swoje zaangażowanie w sport jeździecki. Dzięki temu w Polsce powstaje coraz więcej stajni sportowych, które utrzymują się z treningu i startów w zawodach. Ta sytuacja ma miejsce głównie w Skokach przez Przeszkody co jest zgodne i współgra z identycznymi procesami zachodzącymi w najbardziej rozwiniętych pod względem jeździeckim krajach.

WIZUALIZACJE GŁÓWNYCH STATYSTYK DIAGNOZUJĄCYCH STAN POLSKIEGO JEŹDZIECTWA

ILOŚĆ KLUBÓW JEŹDZIECKICH W PODZIALE NA WOJEWÓDZTWA

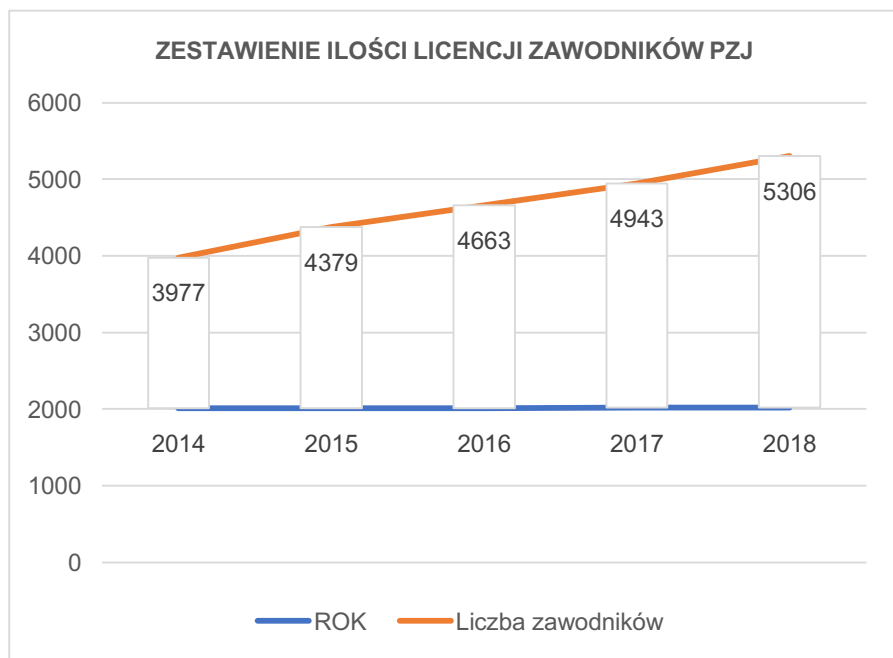


KLUBY JEŹDZIECKIE 2014-2018



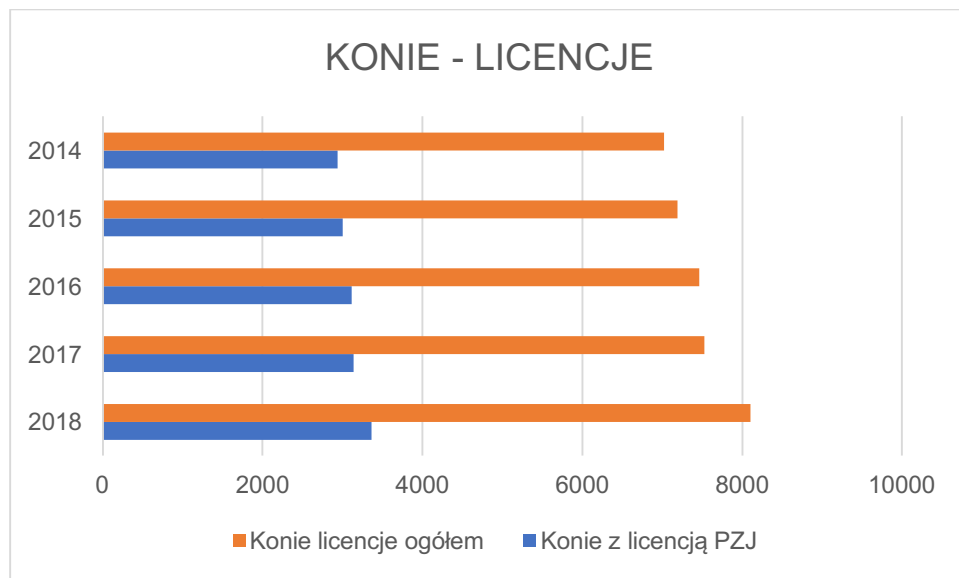
ZESTAWIENIE ILOŚCI LICENCJI ZAWODNIKÓW PZJ W OSTATNICH 5 LATACH

Rok	2014	2015	2016	2017	2018
Licencje ogółem	3977	4379	4663	4943	5306



IŁOŚĆ KONI POSIADAJĄCYCH LICENCJE NA DZIEŃ 22.11.18 – 8100

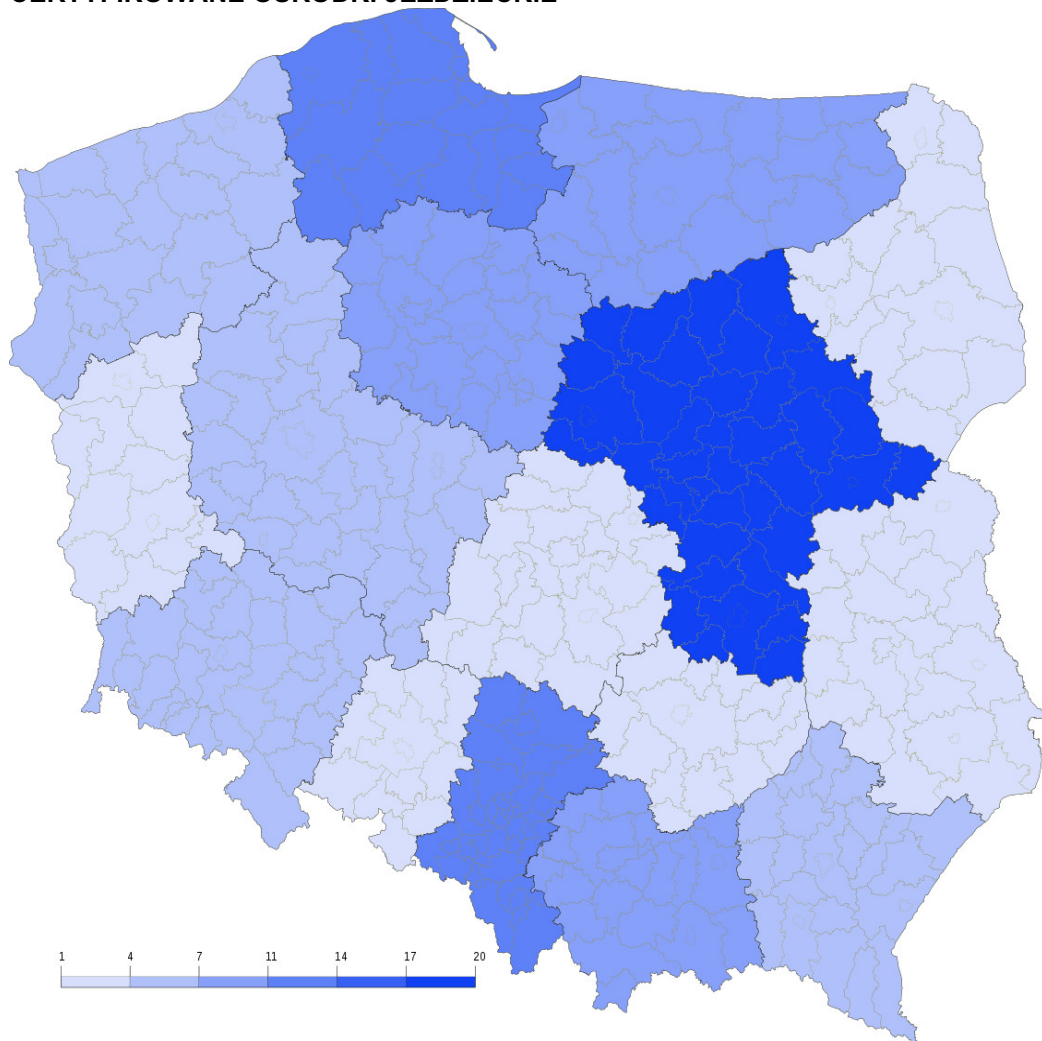
IŁOŚĆ KONI POSIADAJĄCYCH LICENCJE PZJ NA DZIEŃ 22.11.18 – 3362



Certyfikowane Ośrodki Jeździeckie

	Województwo	Ilość
Certyfikowane Ośrodki Jeździeckie	Dolnośląskie	6
	Kujawsko-Pomorskie	8
	Lubelskie	4
	Lubuskie	4
	Łódzkie	4
	Małopolskie	8
	Mazowieckie	20
	Opolskie	2
	Podkarpackie	6
	Podlaskie	3
	Pomorskie	12
	Śląskie	11
	Świętokrzyskie	1
	Warmińsko-Mazurskie	9
	Wielkopolskie	7
	Zachodniopomorskie	5
	Ogółem	110

CERTYFIKOWANE OŚRODKI JEŹDZIECKIE



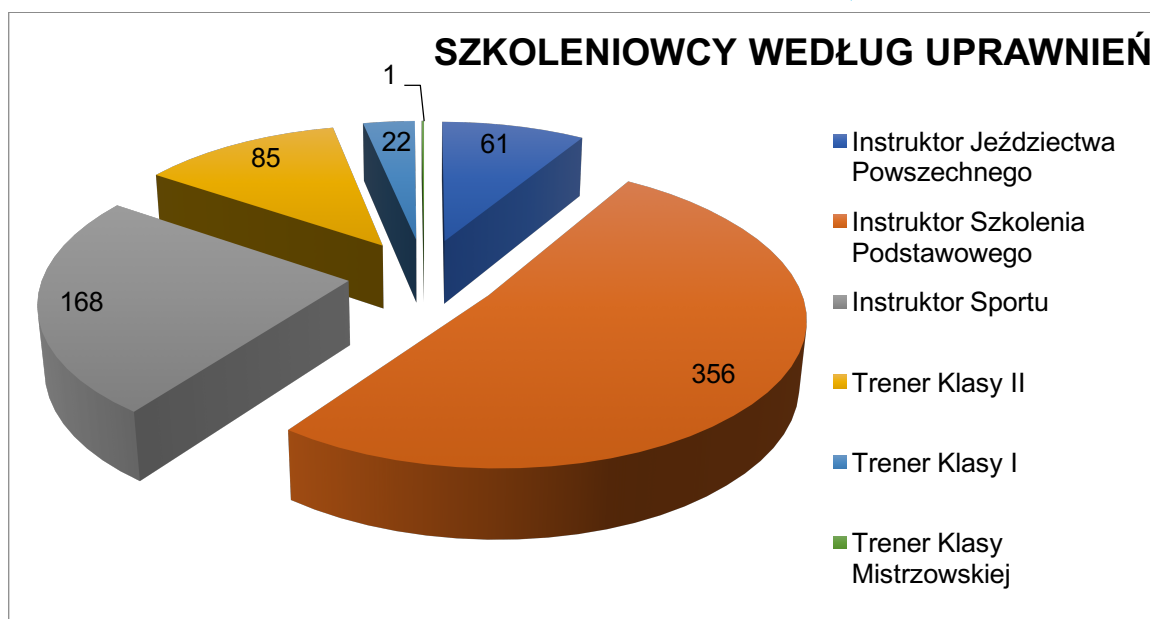
SZKOLENIOWCY PZJ

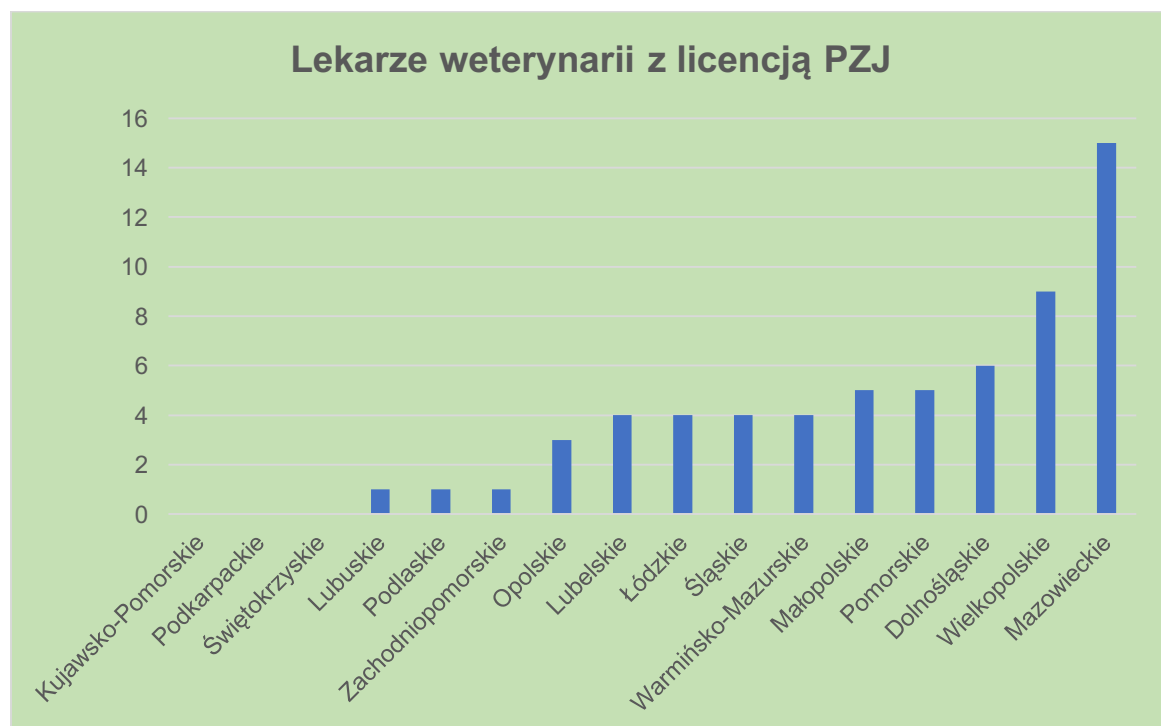
	Województwo	Ilość
Szkoleniowcy	Dolnośląskie	49
	Kujawsko-Pomorskie	22
	Lubelskie	27
	Lubuskie	17
	Łódzkie	34
	Małopolskie	59
	Mazowieckie	143
	Opolskie	31
	Podkarpackie	24
	Podlaskie	18
	Pomorskie	94
	Śląskie	67
	Świętokrzyskie	6
	Warmińsko-Mazurskie	33
	Wielkopolskie	48

	Zachodniopomorskie	15
--	--------------------	----

Ogółem

687

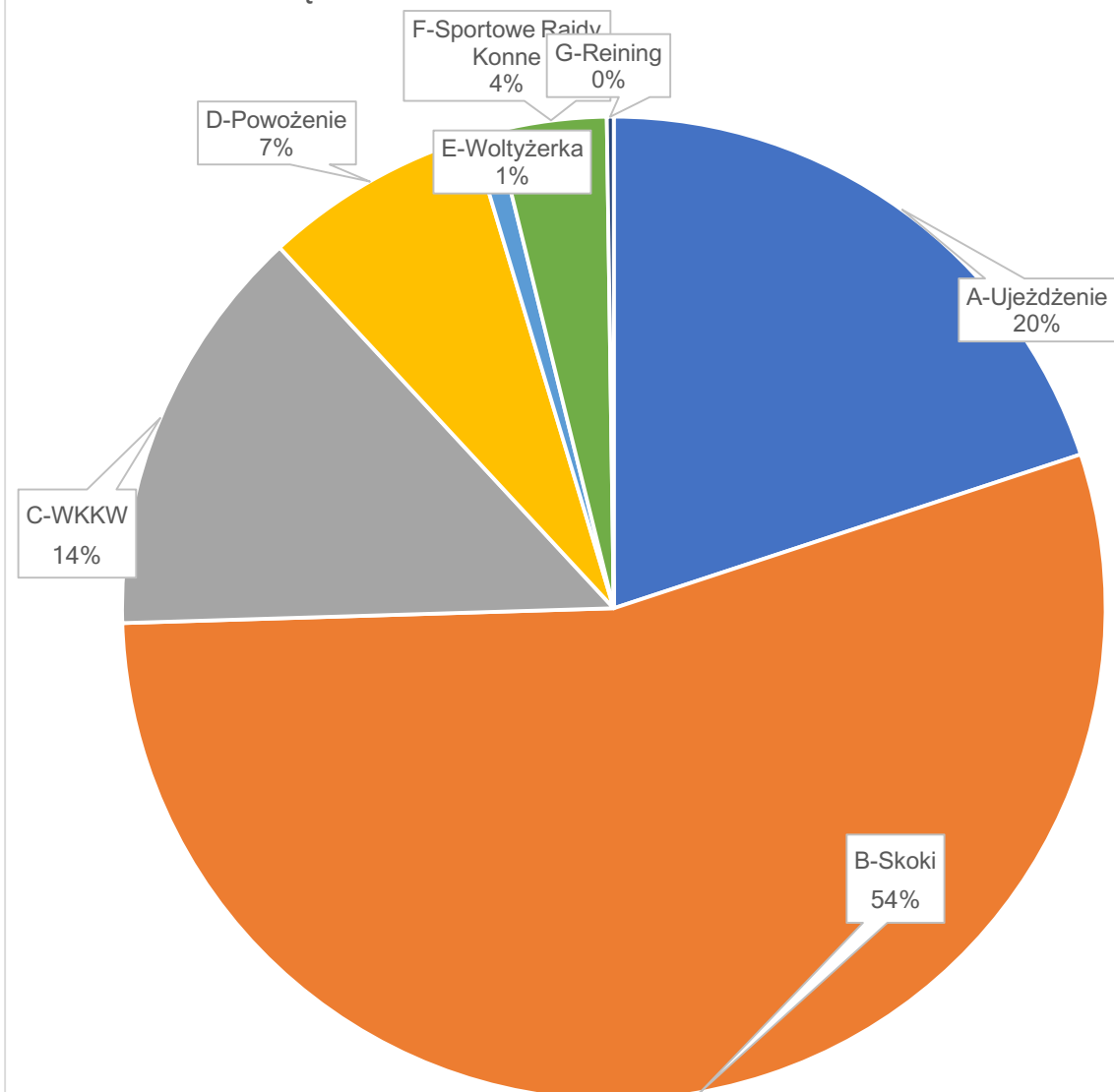




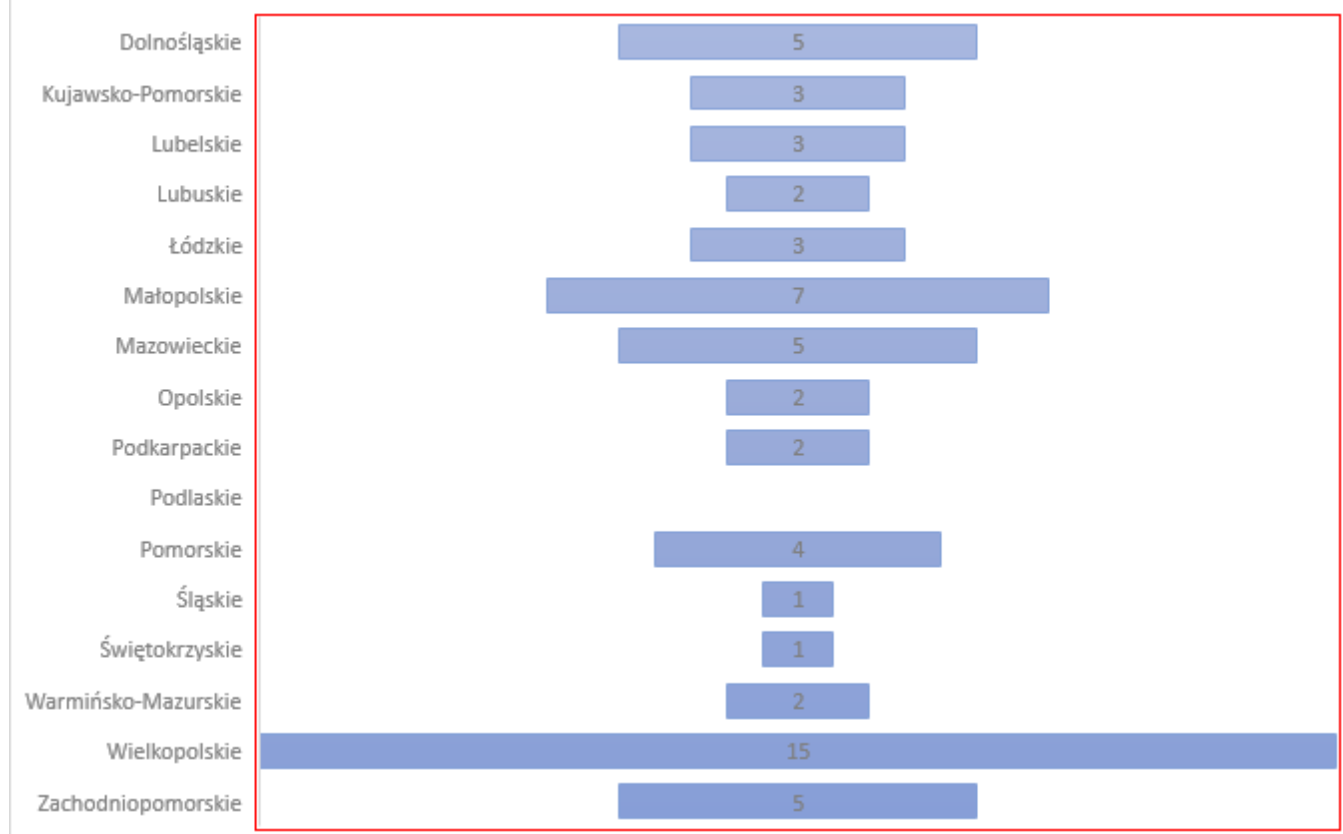
SĘDZIOWIE PZJ Z PODZIAŁEM NA KONKURENCJE

A-Ujeżdżenie	17
B-Skoki	6
C-WKKW	48
D-Powozenie	2
E-Woltyżerka	12
F-Sportowe Rajdy Konne	0
G-Reining	64
	7
	32
	2

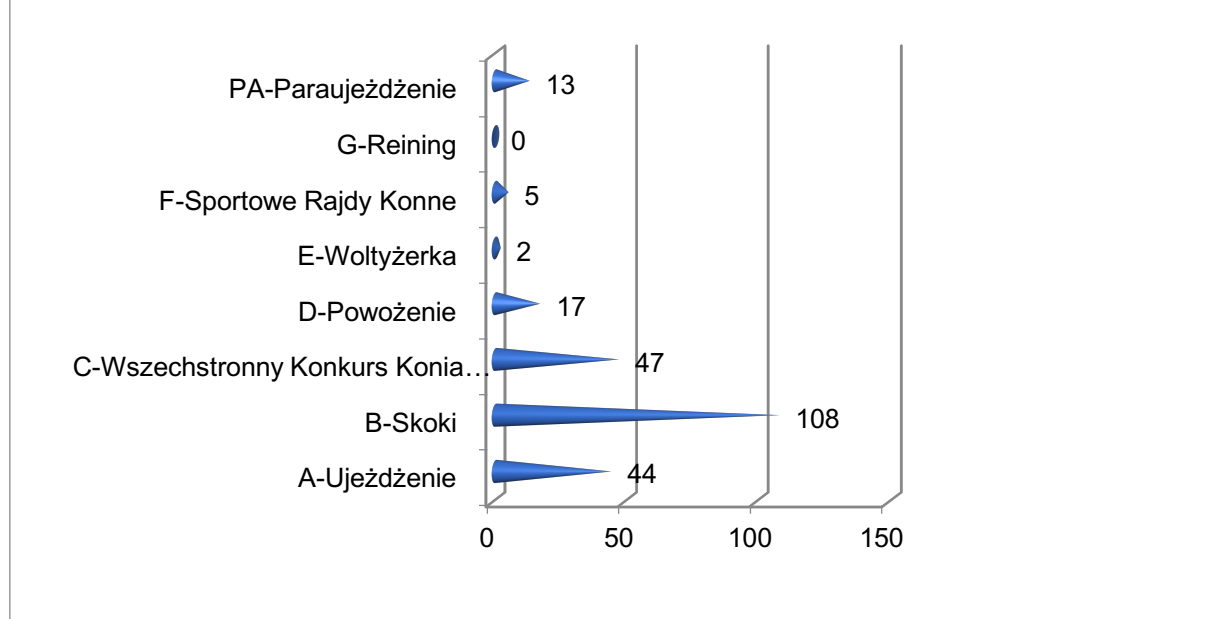
SĘDZIOWIE DYSCYPLIN JEŹDZIECKICH



GOSPODARZE TORU I DELEGACI TECHNICZNI



ZAWODY WEDŁUG DYSCYPLIN W ROKU 2018



XIII. ANALIZA SWOT 2019 – BAZA STRATEGII PZJ NA LATA 2019 - 2022

Mocne strony	Słabe strony
Sprawne zarządzanie w Związku Aktywny rozwój działań statutowych PZJ dzięki dobremu zarządzaniu Wyłączne prawa Związku wynikające z ustawy o sporcie Transparentność w działaniu Związku Zasada partycypacyjna działania PZJ z interesariuszami Duży potencjał osób pracujących dla Związku i obsługi współzawodnictwa sportowego Sprawny system sprzedaży licencji klubowych, zawodników i koni oparty o system informatyczny Dobrze zorganizowany, rozwijający się kalendarz imprez jeździeckich Systemowo zapewniona na każdych zawodach kalendarza imprez jeździeckich oferta powierzchni dla realizacji świadczeń sponsorskich Centralna baza danych i jej stała aktualizacja i rozbudowa Profesjonalizacja i informatyzacja księgowości Delegowanie zadań do komisji sportowych Otwarta komunikacja decyzji podejmowanych przez Zarząd, organy statutowe oraz komisje sportowe i problemowe Posiadanie struktury organizacyjnej opartej o centralne i wojewódzkie ośrodki zarządzania Sprawny system certyfikacji ośrodków jeździeckich Sprawny system zdobywania odznak jeździeckich Licencjonowanie szkoleniowców i osób oficjalnych Zdywersyfikowane, z potencjałem wzrostu źródła przychodów	Wysokie koszty budowy i utrzymania infrastruktury do organizacji zawodów jeździeckich Brak wystarczającej ilości ośrodków jeździeckich, świadczących naukę jazdy konnej w dużych miastach Konieczność procedur administracyjnych wynikających z faktu, że jeździectwo jest sportem wysokiego ryzyka Małe dotacje z MSiT, z uwagi na grupę PZJ w stosowanym algorytmie Słaba postrzegalność i brak aktywnej promocji marki „PZJ” Brak gwiazdy sportowej rozpoznawalnej w społeczeństwie, promującej sport jeździecki Za mało jasne reguły sportu jeździeckiego Relatywnie słaby poziom kadr instruktorsko-trenerskich Relatywnie mała podaż wyselekcjonowanych i przygotowanych do powszechnego użytkowania koni Niewystarczający poziom obsługi administracyjnej i jej profesjonalizacji w niektórych Wojewódzkich Związkach Jeździeckich Zbyt małe korzystanie z dofinansowań do sportu młodzieżowego oferowanego przez samorządy terytorialne Brak wystarczającej ilości lekarzy weterynarii z licencją PZJ Brak wystarczającej ilości lekarzy testujących na doping koni Brak odpowiedniej ilości osób oficjalnych dla obsługi międzynarodowego współzawodnictwa sportowego organizowanego w ramach Kalendarza PZJ o najwyższych uprawnieniach międzynarodowych Zbyt mała podaż jeździeckich kursów szkoleniowych prowadzonych przez najlepszych światowych specjalistów Brak strategicznych kompetencji marketingowych w zespole PZJ Brak strategii i planów marketingowych w omnichannell promujących sporty jeździeckie i markę PZJ

	Brak aktywizacji działań sprzedażowych B2B, w poszukiwaniu sponsorów i darczyńców Brak działań związanych z pozyskiwaniem finansowania z nowych źródeł - fundusze unijne, Brak koncepcji nowych wydarzeń promujących jeździectwo powszechne Słaba, nieprzyjazna użytkownikowi (wizualnie i nawigacyjnie) strona internetowa PZJ Mała aktywność PZJ w mediach społecznościowych Brak profesjonalnej aktywności PZJ w social media Brak skonsolidowanych działań PR PZJ Duża zmienność na stanowiskach w strukturach Związku i słabnące zaangażowanie w pracę społeczną
Szanse Bogata tradycja hipiczna w Polsce Znana, podziwiana historia sukcesów polskiego jeździectwa (Jan Kowalczyk) Tradycje historyczne związane z bohaterstwem ułanów i wodzami kraju (Piłsudski i Kasztanka) Tradycyjne zamiłowanie Polaków do koni Funkcjonowanie w świadomości Polaków ikon takich jak Janów Podlaski – polskie araby czy Służewiec – wyścigi koni Stały wzrost poziomu zamożności społeczeństwa Wyraźny wzrost świadomości społeczeństwa o konieczności aktywności fizycznej, jako elementu profilaktyki zdrowotnej Oczekiwanie społeczne na dostęp do szerokiej oferty na bezpieczne i o gwarantowanej jakości szkolenia/treningi sportowe Bezpośrednie i bliskie sąsiedztwo z państwami o najwyższym poziomie rozwoju jeździectwa i hodowli koni Możliwość uprawiania jazdy konnej bez względu na wiek Rosnąca skłonność społeczeństwa do wypoczywania na łonie natury Moda na zdrowy i elegancki styl życia	Zagrożenia Wysoki koszt uprawiania sportów jeździeckich Duże zaangażowanie w wytrenowanie, wysokiego poziomu w sporcie Droży i trudnodostępni dobrzy trenerzy Niski poziom trenerów na poziomie rekreacji i sportu amatorskiego Konkurencja sportów wymagających mniejszego zaangażowania czasowego, aby pozyskać niezbędny poziom umiejętności do ich uprawiania Wyprzedzenie Polski przez inne kraje w osiągnięciach wysokiego poziomu sportu wyczynowego Brak tendencji do współpracy całego środowiska dla wspólnego dobra promowania i rozwoju sportów jeździeckich Konflikty interesów i konflikty w środowisku Hermetyczność środowiska Mała akceptacja w środowisku dla zmian strategicznych i innowacji technologicznych Brak dobrej komunikacji z partnerami zewnętrznymi (sponsorzy) i grupami docelowymi (amatorzy zainteresowani sportem) Brak koncepcji „zagospodarowania” i wykorzystania w propagowaniu jeździectwa sportu amatorskiego

Siła oddziaływania znamion prestiżu i poczucia elitarności kojarzonych z posiadaniem koni Rosnąca popularność jazdy konnej wśród młodych pokoleń /dzieci, młodzież/ Rosnąca świadomość roli pracy z koniem w hipoterapii, jako metodzie leczenia i terapii wielu schorzeń Moda na ekskluzywne, „eleganckie” dyscypliny sportowe Aktywna promocja jeździectwa za pośrednictwem magazynów branżowych i tematycznych stron internetowych Rosnący rynek mediów elektronicznych o tematyce „konnej” – strony, fora, blogi Promowanie konia jako przyjaciela dzieci (książki, filmy, producenci figurek koni – Schleich, Breyer, Papo, Lego) Rokujące młode pokolenia zdolnych jeźdźców – potencjał do sportu wyczynowego Profesjonalizacja i komercjalizacja sportu jeździeckiego Wysoki poziom i podaż infrastruktury dla uprawiania sportów konnych oraz hodowli koni. Szeroka i powiększająca się dostępność jazdy konnej po relatywnie niskich kosztach	Bardzo wysokie stawki wynagrodzenia trenerów z państw o najwyższym stopniu rozwoju jeździectwa Brak zainteresowania większym zaangażowaniem się w struktury Związku przedstawicieli zrzeszonego w Polskim Związku Jeździeckim i Międzynarodowej Federacji jeździeckiej Reiningu opierającego swoją aktywność na ligach zawodowych Relatywnie wysokie koszty zakupu i utrzymywania koni Ekonomiczna nieopłacalność hodowli koni Wysokie koszty nabycia koni Konieczność procedur administracyjnych wynikających z faktu, że jeździectwo jest sportem wysokiego ryzyka Konieczność rzetelnego i długiego procesu uczenia się jazdy konnej, aby przystąpić do współzawodnictwa sportowego Nierównomierność rozwoju jeździectwa w poszczególnych województwach
---	--

Rekomendacje kluczowych działań jakie należy podjąć na podstawie SWOT znalazły się w celach strategicznych.

XIV. REALIZACJA STRATEGII ROZWOJU JEŹDZIECTWA: STAN OBECNY I STAN PRZEWIDYWANY ZASOBÓW W WYNIKU REALIZACJI STRATEGII w roku 2022

Legenda:

[STAN OBECNY/ KONKURENCJA] { STAN PRZEWIDYWANY PO REALIZACJI STRATEGII / KONKURENCJA}

KONKURENCJE:

A-UJEŹDŻENIE

B-SKOKI PRZESZKODY

C-WSZECHESTRONNY KONKURS KONIA WIERZCHOWEGO

D-POWOŻENIE

E-WOLTYŻERKA

F-SPORTOWE RAJDY KONNE

G-REINING

H-PARAUJEŹDŻENIE

1. OBSZAR SPORTU WYCZYNOWEGO

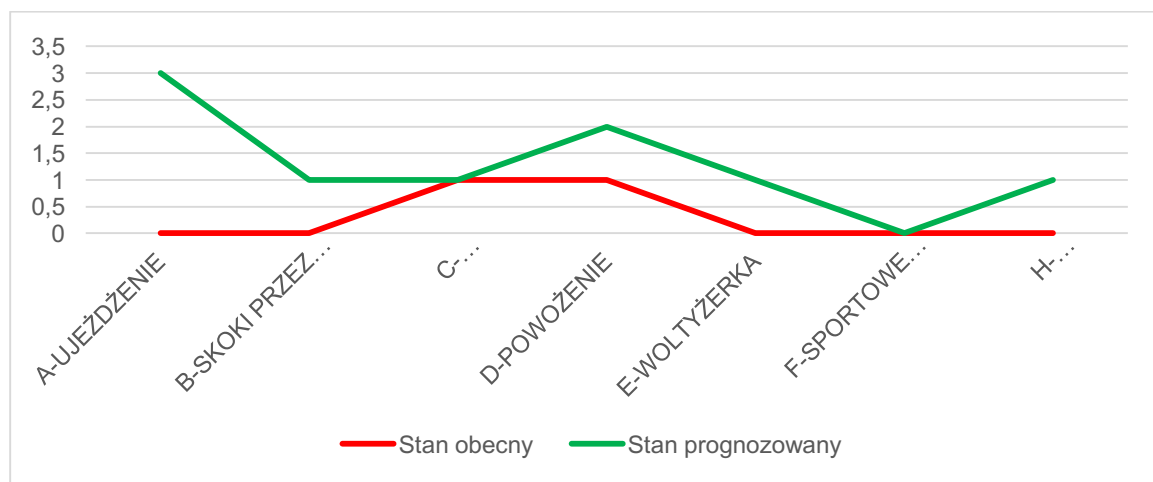
- a. Ilość par jeździec koń mających potencjał, aby zająć miejsca od I do VIII podczas najbliższej międzynarodowej imprezy mistrzowskiej.

[0/A,0/B,1/C,1/D,0/E,0/F,0/H] { 3/A,1/B,1/C, 2/D,1/E,0/F,1/H }



- b. Ilość kategorii wiekowych, w których PZJ jest w stanie aktualnie wystawić drużynę do rywalizacji zespołowej podczas najbliższej międzynarodowej imprezy mistrzowskiej zdolną zająć na niej miejsca od I do VIII.

[1/A,0/B,1/C,3/D,0/E,0/F,0/H] { 2/A,2/B,2/C, 4/D,0/E,0/F,1/H }



- c. Szacunkowa liczba trenerów funkcjonujących dyscyplinie, których kompetencje (wiedza, umiejętności i doświadczenie oraz dotychczasowy warsztat i metodologia pracy) pozwalają na przygotowanie pary do awansu do kadry narodowej.

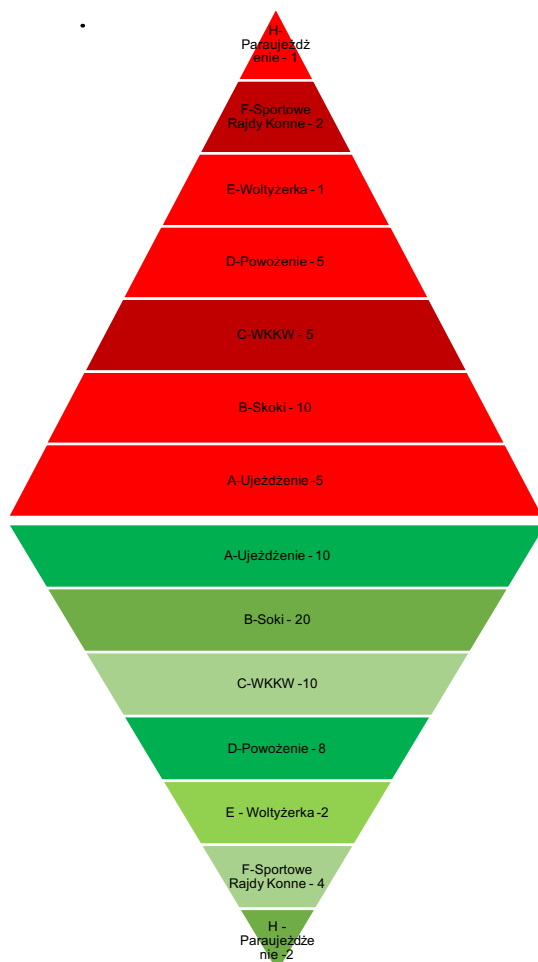
[2/A,5/B,1/C,1/D,1/E,0/F,2/H] { 3/A,10/B,3/C, 3/D,2/E,1/F,3/H }

• A-UJEŹDZENIE 2 • B-SKOKI PRZESZKODY 5 • C-WSZECHESTRONNY KONKURS KONIA WIERZCHOWEGO 1 • D-POWOŻENIE 1 • E-WOLTYŻERKA 1 • F-SPORTOWE RAJDY KONNE 0 • H-PARAUJEŹDZENIE 2	• A-UJEŹDZENIE 3 • B-SKOKI PRZESZKODY 10 • C-WSZECHESTRONNY KONKURS KONIA 3 WIERZCHOWEGO • D-POWOŻENIE 3 • E-WOLTYŻERKA 2 • F-SPORTOWE RAJDY KONNE 1 • H-PARAUJEŹDZENIE 3
--	---



d. Ilość ośrodków mających infrastrukturę stwarzającą warunki do przygotowania par jeździec-koń do poziomu umiejętności pozwalających na uzyskanie awansu do kadry narodowej.

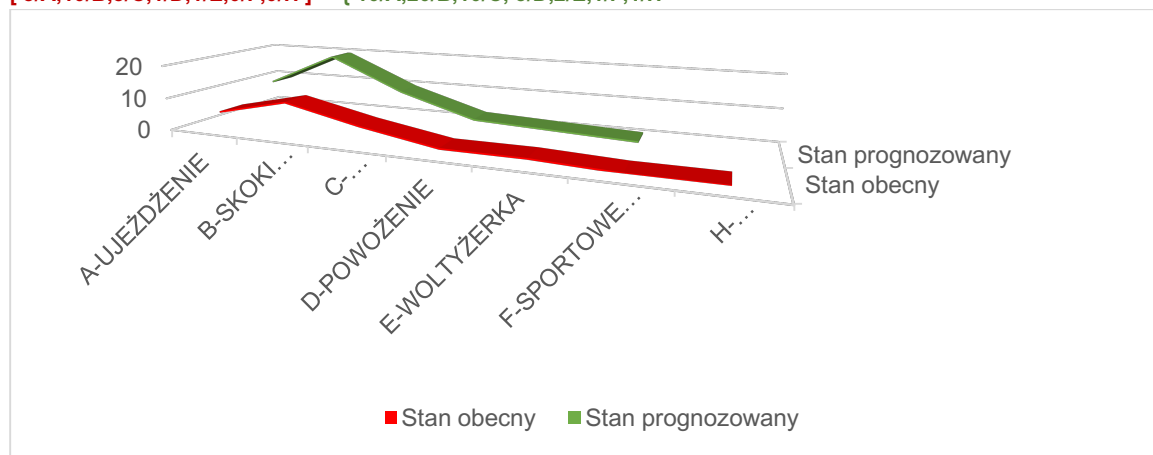
[5/A,10/B,5/C,5/D,1/E,2/F,1/H] { 10/A,20/B,10/C, 8/D,2/E,4/F,2/H }



2. OBSZAR SPORTU DZIECI I MŁODZIEŻY.

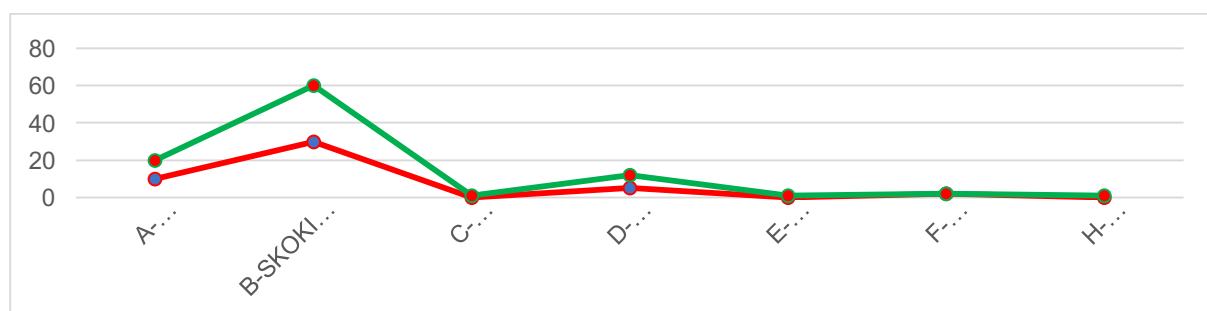
- a. Liczba klubów, które zajmują się szkoleniem dzieci oraz młodzieży i jednocześnie zatrudniają w tym celu osoby z tytułami szkoleniowo-instruktorskimi.

[5/A,10/B,5/C,1/D,1/E,0/F,0/H] { 10/A,20/B,10/C, 3/D,2/E,1/F,1/H }



- b. Liczba klubów organizujących imprezy amatorskie.

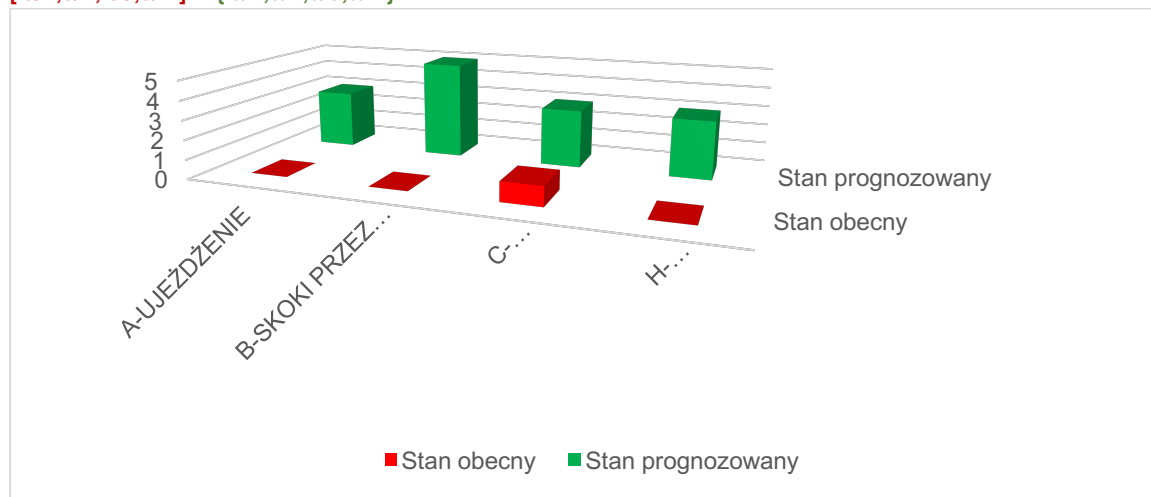
[10/A,30/B,0/C,5/D,0/E,2/F,0/H] { 20/A,30/B,1/C, 7/D,1/E,0/F,1/H }



3. OBSZAR PLANOWANIA SPORTOWEGO.

- a. Ilość par jeździec-koń posiadających dwuletni sportowy plan przygotowań do Igrzysk Olimpijskich i Para-Olimpijskich w Tokio (dotyczy dyscyplin Ujeżdżenie, Skoki przez Przeszkody, WKKW i Para-Ujeżdżenie).

[0/A,0/B,1/C,0/H] { 3/A,5/B,3/C,3/H }



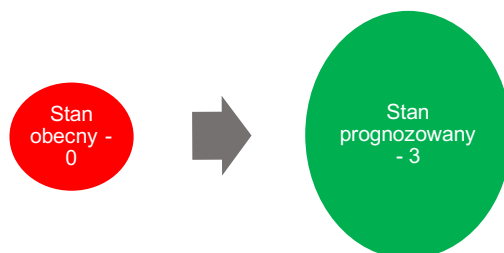
- b. Ilość par jeździec-koń posiadających sześcioletni sportowy plan przygotowań do Igrzysk Olimpijskich i Para-Olimpijskich w Paryżu (dotyczy dyscyplin Ujeżdżenie, Skoki przez Przeszkody, WKKW i Para-Ujeżdżenie).

[0/A,0/B,0/C,0/H] { 3/A,5/B,3/C,3/H }



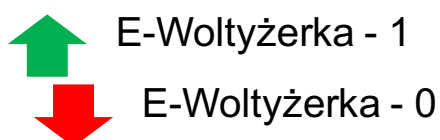
- c. Ilość par jeździec-koń posiadających czteroletni sportowy plan przygotowań do Światowych Igrzysk Jeździeckich w 2022 roku (dotyczy Sportowych Rajdów Konnych).

[0/F] { 3/F }



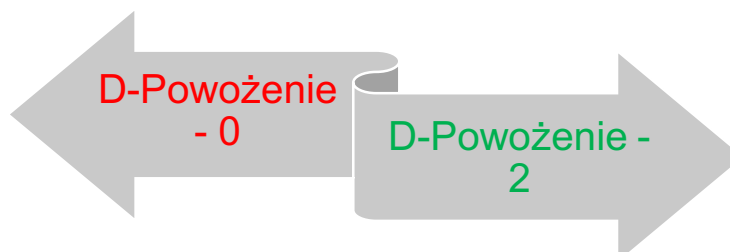
- d. Ilość zawodników posiadających czteroletni sportowy plan przygotowań do Światowych Igrzysk Jeździeckich w 2022 roku (dotyczy Woltyżerki).

[0/E] { 1/E }



- e. Ilość zawodników Powożenia konkurencji zaprzęgi czterokonne posiadających czteroletni sportowy plan przygotowań do Światowych Igrzysk Jeździeckich w 2022 roku.

[0/D] { 2/D }



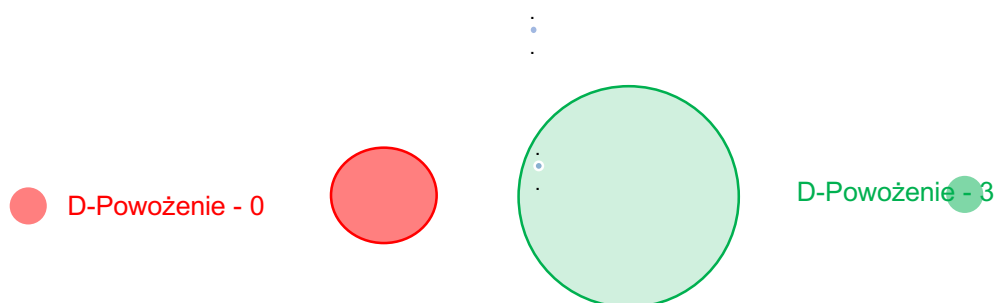
- f. Ilość zawodników Powożenia konkurencji zaprzęgi dwukonne posiadających roczny sportowy plan przygotowań do Mistrzostw Świata w 2019 roku.

[0/D,] { 4/D }



- g. Ilość zawodników Powożenia konkurencji zaprzęgi jednokonne posiadających dwuletni sportowy plan przygotowań do Mistrzostw Świata w 2020 roku.

[0/D] { 3/D }



4. OBSZAR MARKETINGU I POPULARYZACJI PRZEZ AKCJE SPORTOWO-PROMOCYJNE.

- a. Szacunkowa liczba widzów zasiadających na trybunach podczas finałów Mistrzostw Polski.

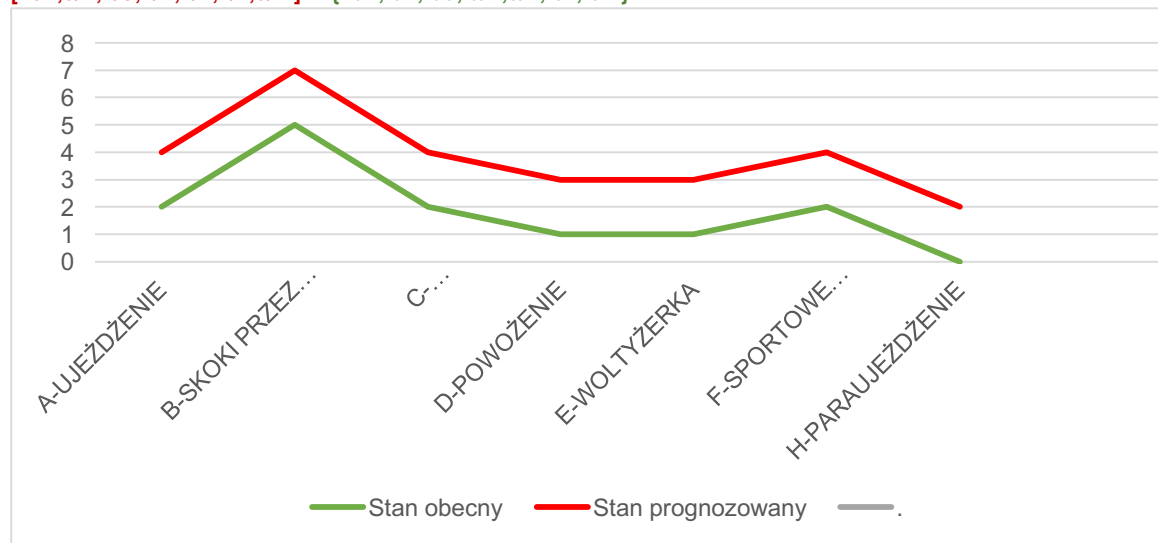
Liczba branżowych portali internetowych.

[2/A,2/B,2/C,1/D,0/E,0/F,0/H] { 3/A,3/B,3/C, 2/D,1/E,1/F,1/H }



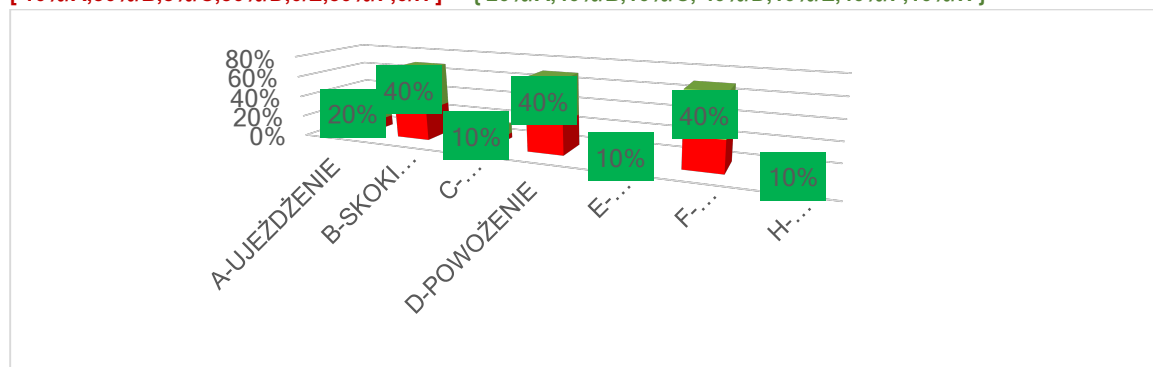
- b. Szacunkowa liczba osób ze środowiska piszących newsy do portali internetowych na temat sportu jeździeckiego.

[2/A,5/B,2/C,1/D,1/E,2/F,0/H] { 4/A,7/B,4/C, 3/D,3/E,4/F,2/H }



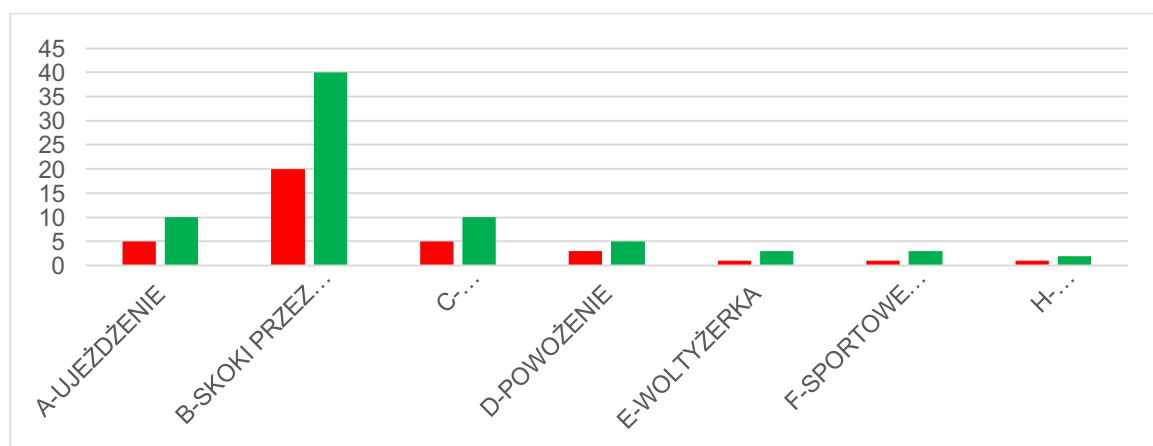
c. Szacunkowy procent osób w stosunku do osób uprawiających jeździectwo wyczynowo uprawiających jeździectwo w ramach zawodów towarzyskich.

[10%/A,30%/B,5%/C,30%/D,0%/E,30%/F,0%/H] { 20%/A,40%/B,10%/C, 40%/D,10%/E,40%/F,10%/H }



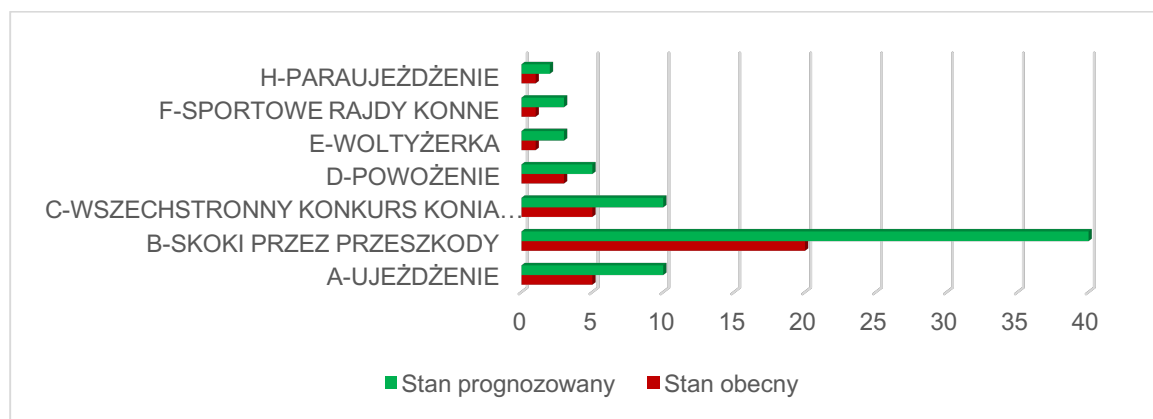
d. Szacunkowe w skali od 1 do 1000 zainteresowanie społeczeństwa polskiego jeździectwem.

[5/A,20/B,5/C,3/D,1/E,1/F,1/H] { 10/A,40/B,10/C, 5/D,3/E,3/F,2/H }



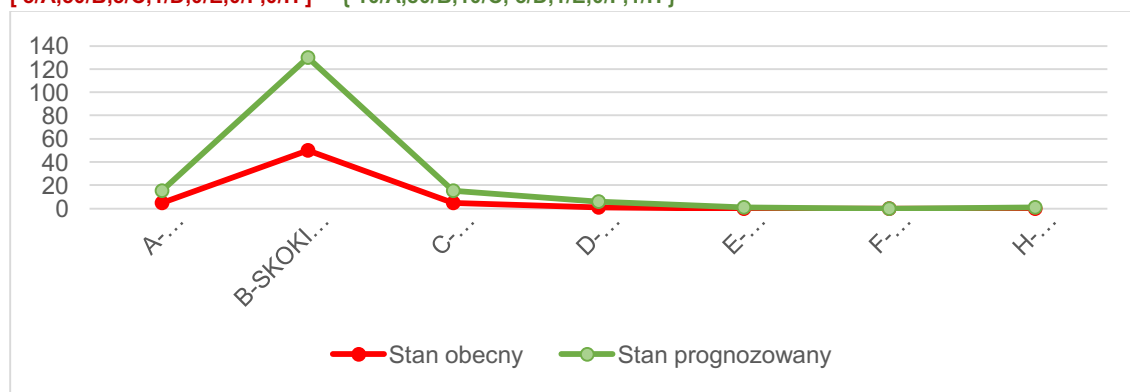
e. Szacunkowe w skali od 1 do 1000 zainteresowanie mediów tradycyjnych i społecznościowych jeździectwem.

[5/A,20/B,5/C,3/D,1/E,1/F,1/H] { 10/A,40/B,10/C, 5/D,3/E,3/F,2/H }



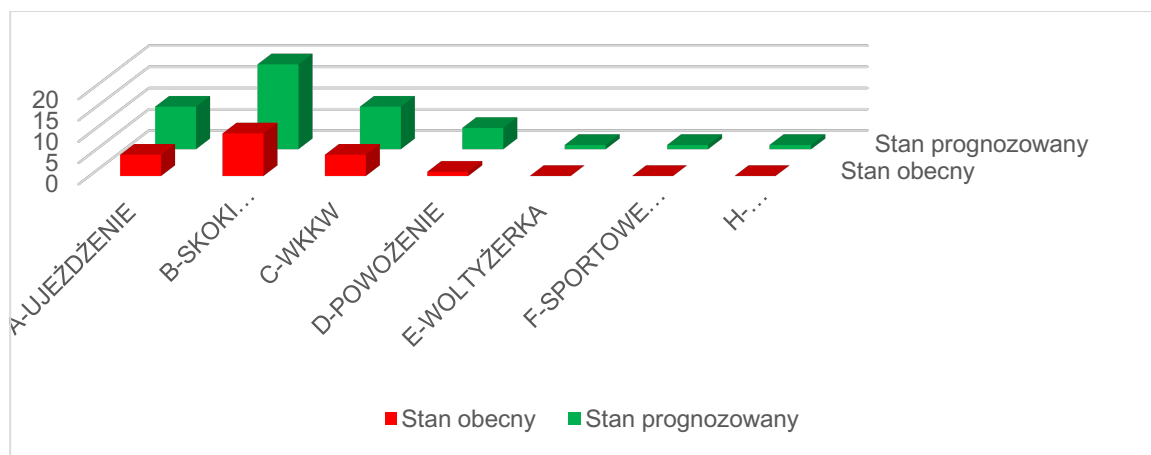
- f. Ilość organizatorów zawodów w dyscyplinie stosujących formy uatrakcyjnijające widowisko i wydarzenie, mające przyciągnąć widzów do dyscypliny (przejażdżki konne, pokazy, prezentacja i promocja wybitnych sportowców i trenerów Państwa dyscypliny, dodatkowe konkursy zabawowe dla dzieci z udziałem wybitnych sportowców dyscypliny, prezentacja i promocja znanych osób z innych dziedzin życia hobbystycznie uprawiających jazdę konną itp.).

[5/A,50/B,5/C,1/D,0/E,0/F,0/H] { 10/A,80/B,10/C, 5/D,1/E,0/F,1/H }



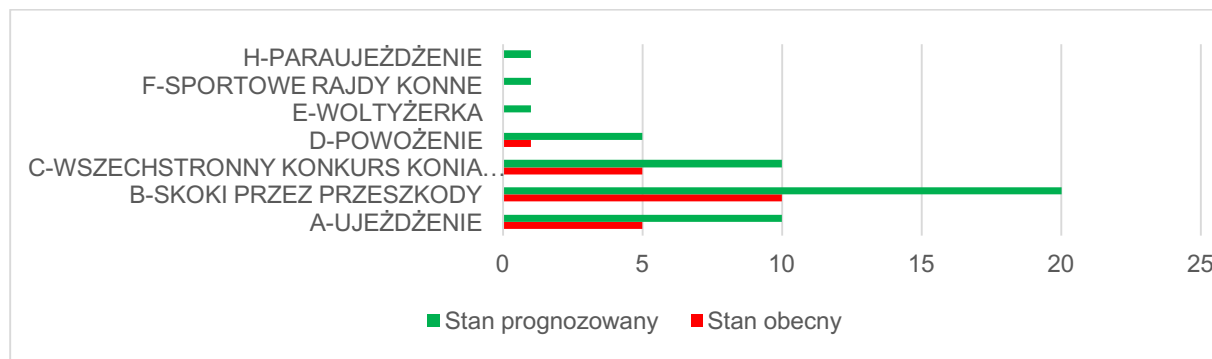
- g. Ilość organizatorów zawodów w dyscyplinie posiadających zmodernizowaną w ostatnim czasie infrastrukturę w celu dostosowania do współczesnych wymogów odwiedzających wydarzenia sportowe kibiców i ich rodzin.

[5/A,10/B,5/C,1/D,0/E,0/F,0/H] { 10/A,20/B,10/C, 5/D,1/E,1/F,1/H }



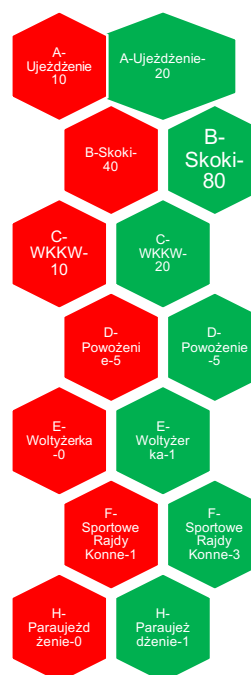
- h. ilość klubów organizatorów egzaminów na odznaki jeździeckie i jednocześnie organizatorów zawodów w jeździectwie umieszczających w programie zawodów uroczyste wręczenie odznak i organizujących proste formy rywalizacji sportowej dla zdobywców tych odznak.

[5/A,10/B,5/C,1/D,0/E,0/F,0/H] { 10/A,20/B,10/C, 5/D,1/E,1/F,1/H }



- k. Ilość organizatorów zawodów w jeździectwie posiadających własne aktywne strony internetowe na bieżąco informujące o organizowanych wydarzeniach i posiadających linki do mediów społecznościowych.

[10/A,40/B,10/C,5/D,0/E,1/F,0/H] { 20/A,80/B,20/C, 5/D,1/E,3/F,1/H }



5. OBSZAR EKONOMICZNY.

Legenda:

[STAN OBECNY] { STAN PRZEWIDYWANY PO REALIZACJI STRATEGII }

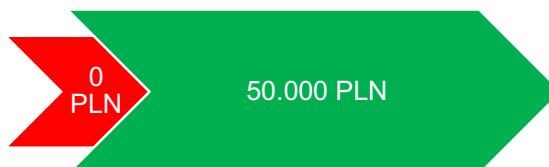
a. Wysokość nakładów na sport wyczynowy z dotacji ministerialnych.

[2 700 000 PLN] { 2 400 000 PLN }



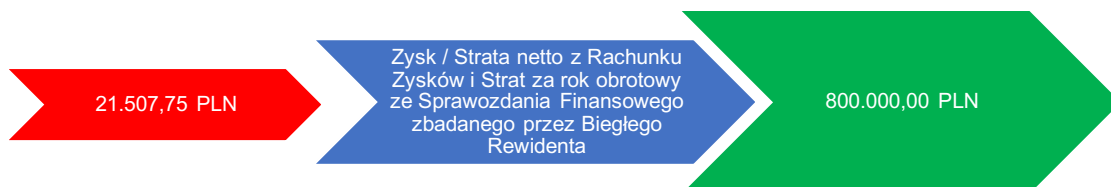
b. Ilość środków pozyskanych z dotacji na sport powszechny.

[0 PLN] { 50 000 PLN }



c. Zysk / Strata netto z Rachunku Zysków i Strat za rok obrotowy ze Sprawozdania Finansowego zbadanego przez Biegłego Rewidenta

[Zysk 21 507,75 PLN] { Zysk 800 000,00 PLN }



6. OBSZAR ZARZADZANIA.

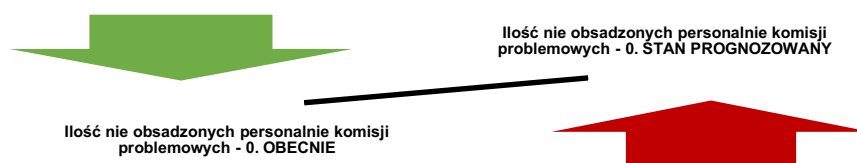
a. Ilość nie obsadzonych personalnie komisji sportowych.

[2] { 1 }



b. Ilość nie obsadzonych personalnie komisji problemowych.

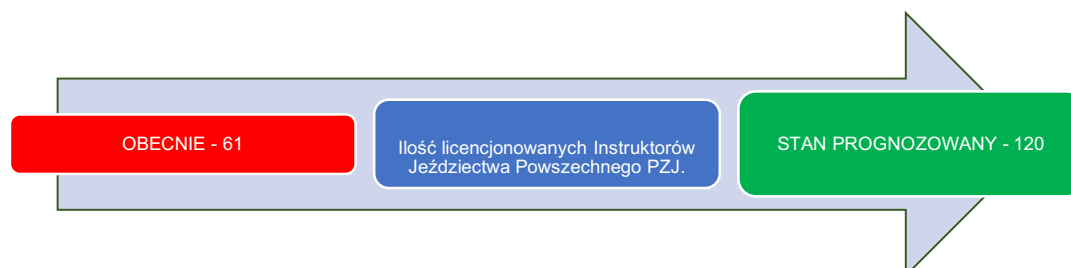
[0] { 0 }



OBSZAR SZKOLENIA KADR INSTRUKTORSKO-TRENERSKICH.

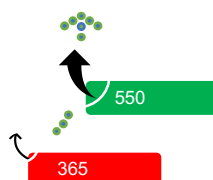
a. Ilość licencjonowanych Instruktorów Jeździectwa Powszechnego PZJ.

[61] { 120 }



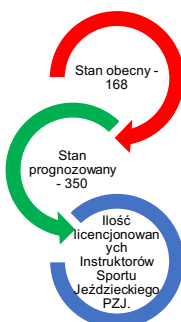
b. Ilość licencjonowanych Instruktorów Szkolenia Podstawowego PZJ.

[356] { 550 }



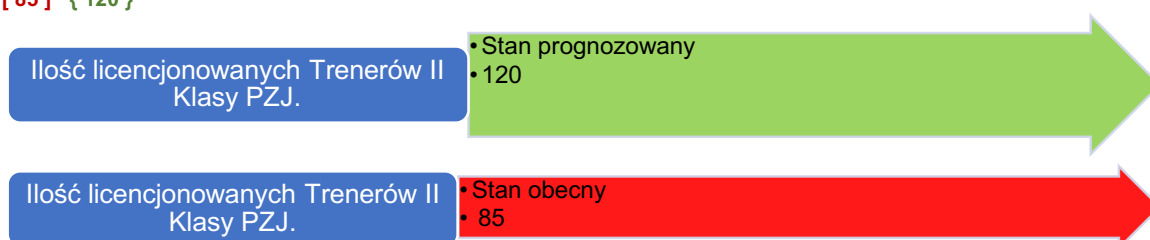
c. Ilość licencjonowanych Instruktorów Sportu Jeździeckiego PZJ.

[168] { 350 }



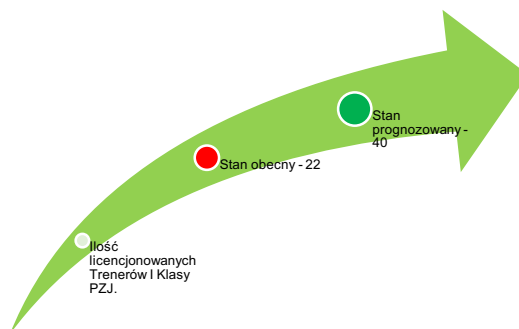
d. Ilość licencjonowanych Trenerów II Klasy PZJ.

[85] { 120 }



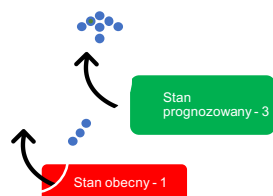
c. Ilość licencjonowanych Trenerów I Klasy PZJ.

[22] { 40 }



d. Ilość licencjonowanych Trenerów Klasy Mistrzowskiej PZJ.

[1] { 3 }



XVII. STRUKTURA ORGANIZACYJNA

PODZIAŁ ODPOWIEDZIALNOŚCI W RAMACH ZARZĄDU

Prezes Zarządu
Finanse

**Wiceprezes
Zarządu**
Marketing
i sprawy
operacyjne
związane z Działem
Sportu

**Wiceprezes
Zarządu**
Szkolenia

Członek Zarządu
Sport seniorski

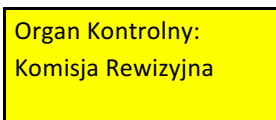
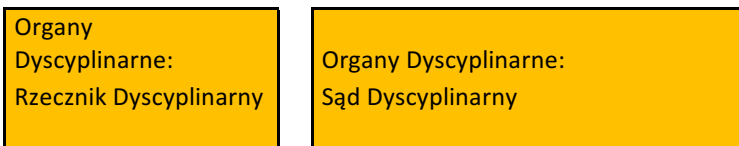
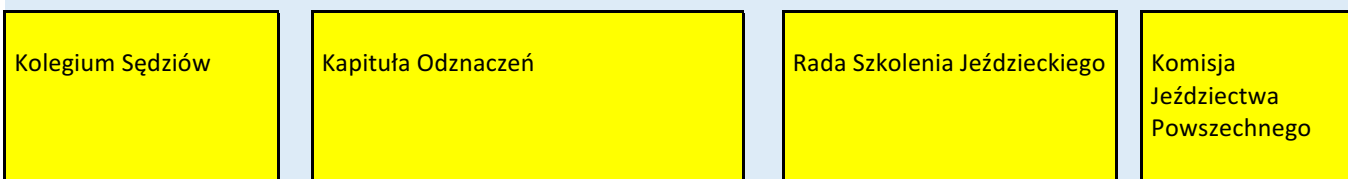
Członek Zarządu
Sport młodzieżowy

ORGANY W STRUKTURACH PZJ

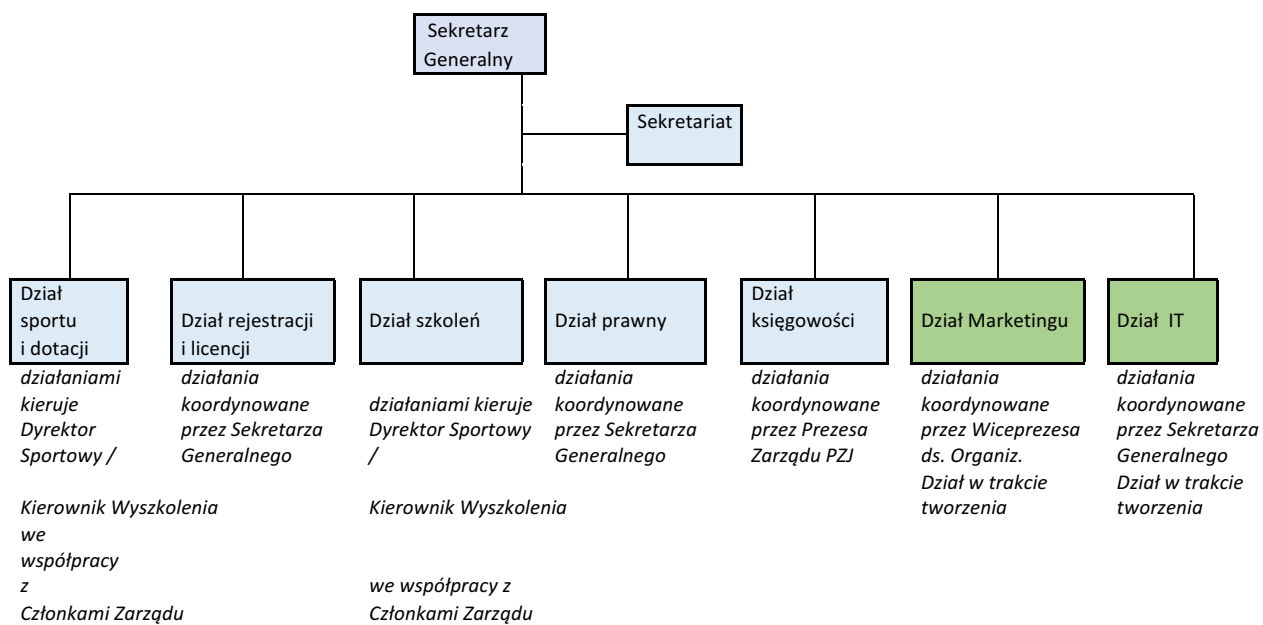
Komisje Sportowe
wszystkie konkurencje

Komisja
Sportu Dzieci i Młodzieży

Komisja
Weterynaryjna



STRUKTURA BIURA PZJ



XVIII. FINANSOWANIE REALIZACJI STRATEGII ROZWOJU JEŹDZIECTWA

Polski Związek Jeździecki obecnie działa w warunkach pełnej płynności finansowej. Budżet utrzymania Biura Polskiego Związku Jeździeckiego oraz kosztów Zarządu jest zabezpieczony systemowo poprzez odpowiednią politykę cennika PZJ. Strona przychodów tego budżetu gwarantowana jest dochodami z licencji klubów, zawodników, koni, szkoleniowców oraz osób oficjalnych obsługujących współzawodnictwo sportowe organizowane przez Polski Związek Jeździecki.

Finansowanie działań wynikających z przyjętej wizji, misji i realizacji celów strategicznych i aktualnych priorytetów Związku określonych w niniejszym dokumencie będzie pokrywane ze zdywersyfikowanych przychodów, a głównie środków pozyskiwanych na bieżąco z dochodów z następujących źródeł.

1. z certyfikacji ośrodków jeździeckich,
 2. ze sprzedaży odznak jeździeckich i opłat za egzaminy na odznaki,
 3. z opłat za wpis do Kalendarza Centralnego PZJ i procentu od puli nagród finansowych w zawodach
 4. z funduszu na badania antydopingowe,
 5. z opłat za prawa do organizacji danego statusu imprezy jeździeckiej,
 6. z opłat za nadanie statusu kursu na Instruktora Jeździectwa Powszechnego i Instruktora Szkolenia Podstawowego PZJ oraz statusu szkolenia specjalistycznego kadr instruktorsko-trenerskich PZJ,
 7. ze sponsoringu,
 8. z dotacji ministerialnych.
- Z innych możliwych źródeł:**
9. fundusze unijne
 10. 1% z podatku
 11. Inni darczyńcy

Obecnie środki wymienione w punktach 1-7 stanowią ponad 50% budżetu Związku oraz zabezpieczają i gwarantują realizację zadań wynikających ze Strategii Rozwoju Polskiego Jeździectwa 2019-2022.

Środki wymienione w punkcie 8 będą wspierane środkami PZJ w celu postępu w wynikach sportu wyczynowego poprzez planowane działania wymienione w adekwatnych punktach misji i celów strategicznych dotyczących przygotowania kadr narodowych do międzynarodowych mistrzostw Polski.

Obecny sponsoring zagwarantowany jest wieloletnią umową i jest na poziomie 11% budżetu Związku. W tym roku negocjowana jest następna umowa sponsoringowa.

Wszystkie wskaźniki ilościowe, na których oparte są dochody wymienione w punktach 1-6 w ciągu ostatnich 5 lat mają stałą kilkuprocentową tendencję wzrostową wykazaną statystycznymi diagramami zawartymi w Rozdziale VII – Diagnoza Stanu Polskiego Jeździectwa. Oznacza to bezpieczną sytuację finansową PZJ i stały wzrost nakładów przez najbliższe lata na realizację Strategii Rozwoju Polskiego Jeździectwa i permanentne monitorowanie i zwiększanie skuteczności jej realizacji.

Po włączeniu do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji opisanych i zatwierdzonych przez Ministerstwo Sportu i Turystyki jeździeckich kwalifikacji szkoleniowych i pozyskaniu prawa do ich certyfikowania zostaną stworzone kompetencje do organizacji kursów instruktorsko-trenerskich. W ten sposób uruchomione zostanie kolejne źródło dochodów przy pomocy, którego wsparta będzie realizacja Strategii Rozwoju Polskiego Jeździectwa.

Przedstawione w niniejszym punkcie źródła finansowania generowane działalnością Polskiego Związku Jeździeckiego zabezpieczają na potrzeby realizacji strategii kwotę

równą co najmniej połowie budżetu rocznego Związku. Kwota ta co roku zgodnie z przytoczonymi w strategii statystykami powinna przyrastać, o minimum 5%.

Środki publiczne pozyskiwane przez Polski Związek Jeździecki są w całości przeznaczone na realizację Strategii Rozwoju Polskiego Jeździectwa i obecnie wynoszą 2 700 000 PLN. W przypadku realizacji strategii w aspekcie podniesienia poziomu jeździectwa wyczynowego zwiększona zostanie wartość danych do algorytmu będącego podstawą do wyliczania przez Ministerstwo Sportu i Turystyki wysokości dotacji dla Polskich Związków Sportowych.

XIX. BUDŻET PZJ 2019 uwzględniający wydatki na realizację strategii i prognoza budżetowa do 2022 roku – stanowi załącznik do niniejszego dokumentu i jest przedstawiony w arkuszu excel