



**PIERWSZE SPRAWOZDANIE Z REALIZACJI  
STRATEGII ROZWOJU POLSKIEGO JEŹDZIECTWA  
W LATACH  
2019 - 2022**

Przyjętej uchwałą Zarządu:  
nr U/2579/12/Z/2019 z dnia 26.09.2019 r.  
mającej 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.

**PIERWSZE SPRAWOZDANIE MA FORMUŁĘ PRZEDSTAWIENIA JEGO  
NAJWAŻNIEJSZYCH KONKLUZJI W BEZPOSREDNIM ODNIESIENIU SIĘ DO  
POSZCZEGÓLNYCH KLUCZOWYCH PUNKTÓW ZAWARTYCH W DOKUMENCIE  
„STRATEGIA ROZWOJU POLSKIEGO JEŹDZIECTWA W LATACH 2019-2022” W  
KOLEJNOŚCI ZGODNEJ ZE SPISEM TREŚCI.**

## **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 Hippyjna 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. *Powoływanie 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 Kontakt z 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.*

## I. WSTĘP

*Polski Związek Jeździecki w dniu 29.09.2019 roku zatwierdził dokument „Strategia Rozwoju Jeździectwa Polskiego w Latach 2019-2022”.*

*Strategia została przygotowana zgodnie z wytycznymi „Kodeksu Dobrego Zarządzania PZS” i wskazówkami z badania Agencji Rozwoju IDEA, w modelu SMART.*

*Dokument przedstawił wartości, jakimi kieruje się PZJ i zdefiniował wizję i misję związku oraz cele, jakie są planowane do realizacji w jej ramach tj. w cyklu do Igrzysk Olimpijskich (IO) w 2020 roku oraz w perspektywie do Światowych Igrzysk Jeździeckich (World Equestrian Games - WEG).*

*Dokument zaprezentował również misję i cele strategiczne oraz przedstawił priorytety w działaniu Polskiego Związku Jeździeckiego prowadzące do realizacji strategii.*

*Strategia oraz niniejszy PIERWSZE SPRAWOZADNIE Z REALIZACJI STRATEGII ROZWOJU POLSKIEGO JEŹDZIECTWA W LATACH 2019-2022 będą przedstawione do zatwierdzenia przez najbliższe Walne Sprawozdawcze Zebranie Delegatów Polskiego Związku Jeździeckiego.*

**REALIZACJE STRATEGII ROZWOJU NIE TYLKO POLSKIEGO JEŹDZIECTWA NIESPODZIEWANIE ZAKŁÓCIŁA EPIDEMIA COVID-19. PODKREŚLAMY, ŻE POLSKI ZWIĄZEK JAK DOTYCHCZAS PORADZIŁ SOBIE NADSPODZIEWANIE DOBRZE Z NIESPODZIEWANYM KRYZYSEM I REALIZACJA ROZWOJU POLSKIEGO JEŹDZIECTWA W LATACH 2019-2022 JEST REALIZOWANA ZE STOSUNKOWO NIEWIELKIM OPÓŹNIENIEM.**

## AD. 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.**
2. **Jazda Konna Sposobem na Aktywność Fizyczną Polaków na Każdym Etapie Życia.**

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).

STOSOWNIE DO POWYŻEJ PRZEDSTAWIONYCH DWÓCH PUNKTÓW DOTYCZĄCYCH WIZJI PRZYSZŁOŚCI POLSKIEGO JEŹDZIECTWA ZARZĄD POLSKIEGO ZWIĄZKU ZREALIZOWAŁ OPISY PIĘCIU KWALIFIKACJI W RAMACH PROCEDUR PRZEWIDZIANYCH USTAWĄ O ZINTEGROWANYM SYSTEMIE KWALIFIKACJI I ZŁOŻYŁ JE W MINISTERSTWIE SPORTU.

TE KWALIFIKACJE DOTYCZĄ:

INSTRUKTORA JAZDY KONNEJ

INSTRUKTORA SPORTU

TRENERA I KLASY

TRENERA II KLASY

TRENERA WYKŁADOWCY

PONADTO ZARZĄD PZJ, OPRACOWAŁ NOWE ZASADY SZKOLENIA KADR INSTRUKTORSKICH I TRENERSKICH, URUCHOWIŁ ORGANIZACJE PRZEZ POLSKI ZWIĄZEK JEŹDZIECKI KURSÓW NA INSTRUKTORA SPORTU ORAZ OPRACOWAŁ NOWE UMOWY NA ORGANIZACJE KURSÓW NA INSTRUKTORA JAZDY KONNEJ PRZYSTOSOWANE DO NOWYCH ZASAD SZKOLENIA KADR INSTRUKTORSKICH I TRENERSKICH.

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

Rola 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 hipiczną, jako element tożsamości i kultury narodowej.

W ODNIESIENIU DO POWYŻEJ PRZEDSTAWIONEGO PUNKTU DOTYCZĄCEGO WIZJI PRZYSZŁOŚCI POLSKIEGO JEŹDZIECTWA W DNIU 25.11.2019 ROKU ZARZĄD ZATWIERDZIŁ ZNOWELIZOWANY REGULAMIN KAPITUŁY ODZNACZEŃ PRZEWIDUJĄCY NAGRODĘ SPECJALNĄ PRZEZNACZONĄ DLA OSÓB FIZYCZNYCH I INSTYTUCJI ZAANGAŻOWANYCH W KULTYWOWANIE, PROPAGOWANIE HISTORII I TRADYCJI JEŹDZIECKICH ORAZ POSTACI ZWIĄZANYCH Z JEŹDZIECTWEM I SPORTEM KONNYM

4. **Przemysł Jeździecki Istotnym Elementem Rynku Pracy – wzmacnianie trendu wzrostu „przemysłu końskiego”**
5. **Styl Życia Polaków Związany z Rodzinnym Zaangażowaniem w Posiadanie Koni – upowszechnienie jeździectwa wśród dzieci, młodzieży i ich rodzin**

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).

REALIZUJĄC POWYŻSZE PUNKTY STRATEGII DOTYCZĄCY WIZJI PRZYSZŁOŚCI POLSKIEGO JEŹDZIECTWA ZARZĄD PZJ ZATWIERDZIŁ NOWY REGULAMIN CERTYFIKACJI OSRODKÓW JEŹDZIECKICH ORAZ POWOŁAŁ W DRODZE KONKURSU OFERT OSOBĘ KONTROLUJĄCĄ CERTYFIKOWANE OŚRODKI PRZEZNACZAJĄC ŚRODKI NA TEN CEL W BUDŻECIE PZJ.

NOWY REGULAMIN CERTYFIKACJI OSRODKÓW ZOSTAŁ OPRACOWANY POD KĄTEM WYWOŁANIA TRENDU DLA PODNIESIENIA JAKOŚCI BAZY I ZWIĘKSZENIE OFERTY MIEJSC DLA UPRAWIANIA W POLSCE JAZDY KONNEJ W JAK NAJLEPSZYCH WARUNKACH RÓWNIEŻ POD WZGLĘDEM BEZPIECZEŃSTWA. TYM SAMYM NOWY REGULAMIN CERTYFIKACJI POPRZEZ JEGO KLAROWNIEJSZE ZASADY I PRZYWILEJE Z TYM ZWIĄZANE, MA ZA ZADANIE ZDYNAMIZOWANIE POLSKIEGO "PRZEMYSŁU KONNEGO" POPRZEZ DANIĘ IMPULSÓW DLA ROZWOJU I PODNOSZENIA POZIOMU INFRASTRUKTURY, ANGAŻOWANIA SIĘ DOTYCHCZASOWYCH OŚRODKÓW JEŹDZIECKICH W PROCES CERTYFIKACJI, A TAKŻE POWSTAWANIA NOWYCH KLUBÓW JEŹDZIECKICH PRZY KOLEJNYCH NOWOBUDOWANYCH OSRODKACH JEŹDZIECKICH.

NOWY REGULAMIN CERTYFIKACJI OSRODKÓW JEŹDZIECKICH ZNOWELIZOWAŁ KATEGORIE CERTYFIKACJI OŚRODKÓW JEŹDZIECKICH, POZIOMY OCEN JAKOŚCI I WYPOSAŻENIA OŚRODKÓW JEŹDZIECKICH, STANDARDY W ZAKRESIE SZKOLENIA W CERTYFIKOWANYCH OSRODKACH JEŹDZIECKICH, WARUNKI UBIEGANIA SIĘ O CERTYFIKAT I WPROWADZIŁ NOWE ZASADY PERMANENTNEJ KONTROLI UTRZYMANIA POZIOMU KATEGORII CERTYFIKACJI PRZEZ OSRODKI, KTÓRE JUŻ TĄ CERTYFIKACJĘ UZYSKAŁY.

NOWE ZASADY CERTYFIKACJI OŚRODKÓW PZJ MAJĄ PRZYNIEŚĆ RÓWNIEŻ WIĘKSZĄ I WYŻSZEJ JAKOŚCI PODAŻ MIEJSC W PENSJOANATACH DLA KONI, TAK ABY ZARÓWNO CENA UTRZYMANIA KONI W PENSJOANATACH STAWAŁA SIĘ BARDZIEJ PRZYSTĘPNA I TYM SAMYM CORAZ WIEKSZA LICZBA POLAKÓW DECYDOWAŁA SIĘ NA KUPNO KONIA.

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

Bardzo ważną wizją polskiego jeździectwa jest pozyskanie statusu sportu narodowego.

MAJĄC TAK BOGATE TRADYCJE SPORTOWE ORAZ ZAKORZENIONE W POLSKIM SPOŁECZEŃSTWIE ZAMIŁOWANIE DO KONI WAŻNYM BYŁO UZYSKANIE KWALIFIKACJI DRUŻYNY WKKW NA IGRZYSKA OLIMPIJSKIE W TOKIO. WCIAŻ MAMY SZANSE ZAKWALIFIKOWAĆ SIĘ NA IGRZYSKA OLIMPIJSKIE W TOKIO W DRUGIEJ Z TRZECH NASZYCH KONKURENCJI OLIMPIJSKICH: W SKOKACH PRZEZ PRZESZKODY. TA SZANSA W SKOKACH PRZEZ PRZESZKODY WYNIKA Z FAKTU, ŻE KWALIFIKACJE OLIMPIJSKIE ZAKOŃCZYLIŚMY NA MIEJSCACH REZERWOWYCH ZARÓWNO W KLASYFIKACJI DRUŻYNOWEJ JAK I INDYWIDUALNEJ.

TO SPORY KROK W REALIZACJI TEJ WIZJI, ALE OCZYWIŚCIE PRZED POLSKIM SPORTEM JEŹDZIECKIM WCIAŻ SPORY DYSTANS DO ODOBNIENIA, ABY MYŚLEĆ ZNACZĄCYM SUKCESIE PODCZAS IGRZYSK OLIMPIJSKICH W TOKIO, KTÓRY RADYKALNIE PRZYBLIŻYŁBY NAS DO ZREALIZOWANIA POWYŻSZEJ WIZJI. Z DRUGIEJ STRONY TO BARDZO DŁUGA DROGA I DUŻY KROK NA NIEJ ZOSTAŁ JUŻ ZROBIONY.

POLSKI ZWIĄZEK JEŹDZIECKI REALIZUJĄC NINIEJSZĄ STRATEGIĘ PRZYJĄŁ JAKO ROZWIĄZANIE SYSTEMOWE DOTYCZĄCE PROPAGOWANIA JEŹDZIECTWA ZASADĘ NADAWANIA PATRONATÓW IMPREZOM POPULARYZUJĄCYM JEŹDZIECTWO W SPOSÓB DUŻO BARDZIEJ WYMAGAJĄCY NIŻ MIAŁO TO MIEJSCE DO TEJ PORY. SĄ ONE PRZYDZIELANE JEDYNIEMU IMPREZOM RZETELNIE REALIZUJĄCYM WIZJE PRZEDSTAWIONĄ W NINIEJSZEJ STRATEGII I KAŻDY PRZYDZIAŁ JEST ZATWIERDZANY UCHWAŁĄ ZARZĄDU.

## AD. VII. I VIII. MISJA POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO I KLUCZOWE CELE W RAMACH MISJI PZJ

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

### 1. Organizacja Współzawodnictwa w Sportowych Konkurencjach Związanych z Jazdą Konną

W myśl ustawy o sporcie Polski Związek Jeździecki mając 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 Polski Związek Jeździecki w sposób transparentny przeprowadza Konkursy Ofert na Organizację Mistrzostw Polski i Pucharów Polski.

KONKURSY TE MAJĄ NIE TYLKO FORMUŁĘ OFERTY ORGANIZACJI MISTRZOSTW POLSKI W NASTĘPNYM ROKU, ALE MAJĄ ALTERNATYWĘ W POSTACI MOŻLIWOŚCI

ZŁOŻENIA OFERTY NA ORGANIZACJE MISTRZOSTW POLSKI W TRZECH KOLEJNYCH LATACH. TAKA ALTERNATYWNA FORMUŁA PRZYNOSI KORZYŚCI OBU STRONOM. KOMITET ORGANIZACYJNY MA SZANSE NA OPRACOWANIE WIELOLETNIEJ STRATEGII DLA TEJ IMPREZY, CO DLA JEŹDZIECTWA OZNACZA STABILIZACJE I ROZWÓJ PODSTAWOWYCH PARAMETRÓW NAJWAŻNIEJSZYCH IMPREZ KRAJOWEGO SEZONU.

W WYNIKU TAKIEJ POLITYKI ZARZĄD PZJ WYŁOŃ WIELOLETNICH ORGANIZATORÓW MISTRZOSTW POLSKI W UJEŹDŻENIU, MISTRZOSTW POLSKI MŁODZIKÓW I KUCÓW ORAZ PUCHARU POLSKI DZIECI II W SKOKACH PRZEZ PRZESZKODY, MISTRZOSTW POLSKI W PARAUJEŹDŻENIU ORAZ HALOWYCH MISTRZOSTW POLSKI W SKOKACH PRZEZ PRZESZKODY. DO TEGO ROKU OBOWIĄZUJĄ TRZYLETNIE UMOWY NA ORGANIZACJE NASTĘPUJĄCYCH IMPREZ: MISTRZOSTWA POLSKI W UJEŹDŻENIU, MISTRZOSTWA POLSKI W SKOKACH PRZEZ PRZESZKODY, MISTRZOSTWA POLSKI MŁODZIKÓW I KUCÓW ORAZ PUCHAR POLSKI DZIECI II W SKOKACH PRZEZ PRZESZKODY, HALOWY PUCHAR POLSKI MŁODZIKÓW I KUCÓW ORAZ PUCHAR POLSKI DZIECI II I I W SKOKACH PRZEZ PRZESZKODY. DO PRZYSZŁEGO ROKU OBOWIĄZUJĄ TRZYLETNIE PRAWA ORGANIZACJI MISTRZOSTW POLSKI W POWOŻENIU ZAPRZĘGAMI JEDNOKONNYMI I ZAPRZĘGAMI DWUKONNYMI.

NADAL KONKURENCJA NIEOLIMPIJSKA WOLTYŻERKA NIE MA WYSTARCZAJĄCEGO POTENCJAŁU, ABY ROZEGRAC MISTRZOSTWA POLSKI. ZARZĄD POWOŁAŁ NOWY SKŁAD KOMISJI WOLTYŻERKI, PRZED KTÓRYM POSTAWIŁ CEL MIĘDZY INNYMI PODOŁANIA TEMU WYZWANIU.

KONKURENCJA NIEOLIMPIJSKA REINIG BĘDĄCA W STRUKTURACH POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO I MIĘDZYNARODOWEJ FEDERACJI JEŹDZIECKIEJ NADAL NIE WPROWADZA DO KALENDARZA PZJ IMPREZ JEŹDZIECKICH KONCENTRUJĄC SWOJE WSPÓLZAWODNICTWO W ZAWODOWYCH LIGACH. JEST TO TENDENCJA OGÓLNOŚWIATOWA, Z KTÓRĄ ZMAGA SIĘ MIĘDZYNARODOWA FEDERACJA JEŹDZIECKA. ZOSTAŁY OD TEGO ROKU WPROWADZONE PRZEZ MIĘDZYNARODOWĄ FEDERACJĘ JEŹDZIECKĄ NOWE PRZEPISY, KTÓRE MAJĄ ZA ZADANIE ODBUDOWAĆ POZYCJE REINIGU ZARZĄDZANYM PRZEZ MIĘDZYNARODOWĄ FEDERACJĘ JEŹDZIECKĄ ORAZ NARODOWE FEDERACJE. W POLSKIM ŚRODOWISKU TEJ KONKURENCJI JAK DO TEJ PORY NIE WYWOŁAŁY ONE ŻADNEGO SKUTKU.

WDRAŻANIE DO STRUKTURY POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO KONKURENCJI POLO NA SKUTEK BRAKU AKTYWNOŚCI W KIERUNKU ZINTEGROWANIA SIĘ POD AUSPICJAMI POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO ZE STRONY STOSUNKOWO LICZNEGO I AKTYWNEGO ŚRODOWISKA TEJ KONKURENCJI STANĘŁO W MARTWYM PUNKCIE. ZARZĄD PZJ ZORGANIZOWAŁ SWOJE POSIEDZENIE W JEDNYM Z OŚRODKÓW TEJ KONKURENCJI. PRZEPROWADZONO STOSOWNE ROZMOWY I WSTĘPNE USTALENIA, ALE JAK DO TEJ PORY NIE WYWOŁAŁO TO ŻADNEJ REAKCJI ŚRODOWISKA TEJ KONKURENCJI.

POLSKI ZWIĄZEK JEŹDZIECKI OPUBLIKOWAŁ RANKINGI SPORTOWE W NASTĘPUJĄCYCH KONKURENCJACH: UJEŹDŻENIE, SKOKI PRZEZ PRZESZKODY, WKKW, POWOŻENIE I SPORTOWE RAJDY KONNE.

WSZYSTKIE KONKURENCJE MAJĄ AKTUALNIE OBOWIĄZUJĄCE ZATWIERDZONE PRZEZ ZARZĄD PZJ REGULAMINY I PRZEPISY, KTÓRE SKUTECZNIE NORMUJĄ ZASADY RYWALIZACJI SPORTOWEJ.

ZGODNIE Z ZASADĄ TRANSPARENTNOŚCI, BARDZO WAŻNĄ DLA PRZEPROWADZANIA NAJWAŻNIEJSZYCH IMPREZ W ROKU W DUCHU FAIR PLAY I PEŁNEJ CZYTELNOŚCI REGUŁ JEST ZASADA, ŻE WSZYSTKIE TE DOKUMENTY POPRZEZ CAŁĄ SWOJĄ DROGĘ PROCEDOWANIA (DWA ETAPY) SĄ PUBLIKOWANE NA STRONIE INTERNETOWEJ ZWIĄZKU.

NOWELIZACJE DOTYCHCZASOWYCH PRZEPISÓW I REGULACJI PRZEPROWADZANE PRZEZ KOMISJE SPORTOWE WRAZ Z PROTOKOŁAMI ICH POSIEDZEŃ ZAWIERAJĄCYMI STOSOWNE UCHWAŁY SĄ PO PRZESŁANIU DO BIURA PZJ PUBLIKOWANE NA STRONIE PZJ.

ISTOTNE W TEJ ZASADZIE JEST TO, ŻE JUŻ NA POCZĄTKU DROGI LEGISLACJI STWARZA SZANSE NA DOSKONALENIE PRZYJĘTYCH PRZEZ KOMISJE SPORTOWĄ ZMIAN POPRZEZ MOŻLIWOŚĆ ZAREAGOWANIA ŚRODOWISKA W TOKU EWENTUALNEJ KONSTRUKTYWNEJ KRYTYKI NANIESIONYCH ZMIAN.

NASTĘPNIE OSTATECZNA REDAKCJA PRZEPISÓW I REGULAMINÓW POD WZGLĘDEM KOMPATYBILNOŚCI Z POZOSTAŁYMI PRZEPISAMI ZWIĄZKOWYMI ZARÓWNO NADRZĘDNYMI JAK I PODRZĘDNYMI JEST W SPOSÓB FORMALNY PRZEPROWADZANA PRZEZ KOLEGIUM SĘDZIÓW POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO. OSTATECZNE REDAKCJE TYCH DOKUMENTÓW ZANIM TRAFIĄ POD OBRADY ZARZĄDU PZJ WRAZ Z PROTOKOŁEM KOLEGIUM SĘDZIÓW SĄ ZATWIERDZANE PRZEZ KOLEGIUM SĘDZIÓW I RÓWNIEŻ PUBLIKOWANE NA STRONIE PZJ. I TO JEST DRUGA MOŻLIWOŚĆ UDOSKONALENIA TYCH DOKUMENTÓW POPRZEZ KONSTRUKTYWNE UWAGI ŚRODOWISKA ZANIM OSTATECZNIE ZOSTANĄ ZATWIERDZONE PRZEZ ZARZĄD PZJ.

PRZED POLSKIM ZWIĄZKIEM JEŹDZIECKIM WCIAŻ JEST JESZCZE NIE W PEŁNI ZREALIZOWANY ZASADNICZY CEL DOPROWADZENIA DO SYTUACJI, W KTÓREJ WE WSZYSTKICH KONKURENCJACH BĘDĄ ROZGRYWANE MISTRZOSTWA POLSKI I PUCHARY POLSKI ORAZ PROWADZONE BĘDĄ RANKINGI SPORTOWE.

PRZED NAMI DOPILNOWANIE, ABY KOMISJA WOLTYŻERKI STWORZYŁA WARUNKI DO ORGANIZACJI MISTRZOSTW POLSKI. ZARZĄD PZJ ZNACZĄCO OBNIŻYŁ I W NIEKTÓRYCH PRZYPADKACH ZLIKWIDOWAŁ OPŁATY NA RZECZ ZWIĄZKU PRZEZ ZAWODNIKÓW, KLUBY I ORGANIZATORÓW TEJ KONKURENCJI. PRZEZNACZYŁ TEŻ ŚRODKI MINISTERIALNE DLA TEJ KONKURENCJI.

WSZYSTKIE KOMISJE SPORTOWE ŚCIŚLE PRACUJĘ W OPARCIU O 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 I ICH SPRAWNEGO PROCEDOWANIA BIEŻĄCYCH SPRAW MERYTORYCZNYCH.

NIESTETY ŻADNA KOMISJA NIE OPRACOWAŁA JAK DO TEJ PORY STRATEGII ROZWOJU SWOJEJ KONKURENCJI, DO CZEGO BYŁA W SPOSÓB FORMALNY ZOBIGOWANA. NIECHĘĆ KOMISJI DO STWORZENIA TAKICH DOKUMENTÓW I ICH NOWELIZOWANIA JEST BŁĘDEM. ZARZĄD NADAL BĘDZIE ZACHĘCAŁ KOMISJE

SPORTOWE DO PLANOWEGO DZIAŁANIA NIE TYLKO W OPARCIU O WEWNĘTRZNE DOKUMENTY MINISTERIALNE, ALE RÓWNIEŻ W OPARCIU OTWARTE STRATEGICZNE DOKUMENTY PRZEDSTAWIANE DO WERYFIKACJI SWOJEGO ŚRODOWISKA NA STRONIE INTERNETOWEJ.

ZARZĄDOWI PZJ JAK DO TEJ PORY NIE UDAŁO SIĘ NAWIĄZAĆ WSPÓŁPRACY ZE ŚRODOWISKIEM ZAJMUJĄCYM 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 przygotowania kadr Polskiego Związku Jeździeckiego do międzynarodowych imprez mistrzowskich.

POLSKI ZWIĄZEK JEŹDZIECKI ZGODNIE Z NINIEJSZĄ STRATEGIĄ W NIESPOTYKANEJ DO TEJ PORY SKALI ZWIĘKSZYŁ SWÓJ WKŁAD FINANSOWY. MA TO MIEJSCE GŁÓWNIEM W KONKURENCJI WKKW, KTÓRA UZYSKAŁA DLA POLSKI KWALIFIKACJE OLIMPIJSKIE W RYWALIZACJI DRUŻYNOWEJ.

NIESTETY REPREZENTANCI POLSKI W POSZCZEGÓLNYCH KONKURENCJACH JEŹDZIECKICH NIE ZDOŁALI UZYSKAĆ NA MIĘDZYNARODOWYCH IMPREZACH MISTRZOWSKICH SATYSFAKCUJĄCYCH WYNIKÓW. TO NIE POZWOLIŁO ZARZĄDOWI PZJ NA UŻYCIEM KLUCZOWEGO NARZĘDZIA DLA REALIZACJI MISJI ZWIĘKSZANIA OSIĄGNIĘĆ POLSKICH NARODOWYCH REPREZENTACJI W KONKURENCJACH JEŹDZIECKICH JAKIM JEST WYPŁACANIE NAGRÓD FINANSOWYCH Z FUNDUSZY ZWIĄZKOWYCH ZA WYBITNE SPORTOWE REZULTATY PODCZAS MIĘDZYNARODOWYCH IMPREZ MISTRZOWSKICH.

W RAMACH TEGOROCZNYCH PRAC NAD PRZYGOTOWYWANIEM KADR NARODOWYCH DO MIĘDZYNARODOWYCH IMPREZ MISTRZOWSKICH ZARZĄD PZJ ZATWIERDZIŁ NOWY REGULAMIN POWOŁYWANIA DO KADR NARODOWYCH ORAZ NORMY WYNIKOWE DLA POWOŁAŃ DO KADR NARODOWYCH POSZCZEGÓLNYCH KONKURENCJI ORAZ ZATWIERDZIŁ REGULAMINY POWOŁYWANIA DO REPREZENTACJI POLSKI. ZARZĄD PZJ ZNOWELIZOWAŁ UMOWĘ TRÓJSTRONNĄ POMIĘDZY POLSKIM ZWIĄZKIEM JEŹDZIECKIM, ZAWODNIKIEM I WŁAŚCICIELEM KONIA.

TRENERZY ZATRUDNIENI PRZEZ POLSKI ZWIĄZEK JEŹDZIECKI I OPŁACANI Z FUNDUSZY MINISTERIALNYCH PRZYGOTOWALI WSTĘPNE HARMONOGRAMY PLANOWANYCH DZIAŁAŃ NA BIEŻĄCY ROK.

ZARZĄD POWOŁAŁ KADRY NARODOWE W DYSCYPLINACH OLIMPIJSKICH I PARAOLIMPIJSKICH I ICH SPORTOWE PLANY GŁÓWNE NA 2020 ROK.

W ZWIĄZKU Z PANDEMIĄ COVID - 19 WSZYSTKIE PLANY ZWIĄZANE Z BIEŻĄCYM SEZONEM ULEGAJĄ BIEŻĄCYM ZMIANOM. PO PEŁNYM POWROCIE DO REALIZACJI WSPÓŁZAWODNICTWA SPORTOWEGO I PO REORGANIZACJI KALENDARZA

IMPREZ KRAJOWYCH POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO JAK KALENDARZA MIĘDZYNARODOWEJ FEDERACJI JEŹDZIECKIEJ BĘDZIE MOŻLIWY PEŁNY POWRÓT DO REALIZACJI NINIEJSZEGO KLUCZOWEGO CELU REALIZACJI MISJI POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO.

PODOBNIENIE JAK W LATACH UBIEGŁYCH I W TYM SZCZEGÓŁOWE PRELIMINARZE KAŻDEJ AKCJI SPORTOWYCH PLANÓW GŁÓWNYCH WRAZ Z WYKAZAMI ICH UCZESTNIKÓW I WYKAZEM DOFINANSOWANYCH KONI SĄ I BĘDĄ ZATWIERDZANE PRZEZ CZŁONKÓW ZARZĄDU DS. SPRTU I SPORTU MŁODZIEŻOWEGO POD WZGLĘDEM MERYTORZYCNYM I PUBLIKOWANE PRZED AKCJĄ NA STRONIE INTERNETOWEJ PZJ. RACJONALNOŚĆ WYDATKÓW PRZEZNACZONYCH NA AKCJE SPORTOWO-SZKOLENIOWE JEST ZATWIERDZANA PRZEZ PREZESA ZWIĄSKU I WICEPREZESA ZWIĄZKU DS. ORGANIZACYJNYCH.

ZARZĄD PZJ ZGODNIE Z POWYŻSZYM KLUCZOWYM CELEM REALIZACJI MISJI PZJ JAK I NADRZĘDNYM CELEM ODNOSZĄCYM SIĘ DO TRANSPARENTNOŚCI UCHWALIŁ REGULAMIN DOFINANSOWYWANIA AKCJI SPORTOWEGO PLANU GŁÓWNEGO Z DOTACJI PUBLICZNYCH, ŚRODKÓW SPONSORSKICH I PZJ, KTÓRY JEST OPUBLIKOWANY NA STRONIE INTERNETOWEJ PZJ.

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

Kluby jeździeckie stanowią kluczowy cel misji Polskiego Związku Jeździeckiego. Pełnią one ważną rolę w strukturach Polskiego Związku Jeździeckiego zarówno w aspekcie zarządzania polskim jeździectwem. Kolejna istotna rola jest przygotowywanie zawodników i koni do rywalizacji sportowej.

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 ROKU 2019 BYŁO TYCH IMPREZ 214. ALE SĄDZĄC PO ZNACZĄCYM WZROŚCIE ILOŚCI STARTUJĄCYCH W ZAWODACH 2019 ROKU NALEŻAŁO SIĘ SPODZIEWAĆ W NAJBLIŻSZYM CZASIE USTABILIZOWANIA ILOŚCI IMPREZ KALENDARZA PZJ NA POZIOMIE 2018 ROKU.

NIESTETY PO OGŁOSZENIU PANDEMII COVID-19 I ZWIĄZANYCH Z TYM ZAKAZAMI ORGANIZACJI IMPREZ SPORTOWYCH ILOŚĆ ZAWODÓW KALENDARZA PZJ 2020 DRASTYCZNIE SPADŁA. SCENARIUSZ POWROTU DO NORMALNOŚCI W PRZYPADKU ZAWODÓW KRAJOWYCH PRZEBIEGA NADZWYCZAJ POMYSLNIE, NATOMIAST ŹLE SYTUACJI W PRZYPADKU ZAWODÓW MIĘDZYNARODOWYCH NIE JEST ZADOWOLAJĄCA. NIE WIEMY NADAL JAKA BĘDZIE EKONOMICZNA KONDYCJA KOMITETÓW ORGANIZACYJNYCH ZAWODÓW MIĘDZYNARODOWYCH W NAJBLIŻSZYCH MIESIĄCACH W NIEWĄTPLIWIE NOWEJ SYTUACJI GOSPODARCZEJ NASZEGO KRAJU. DOŚWIADCZENIE POPRZEDNIEGO KRYZYSU Z KOŃCA UBIEGŁEJ DEKADY UCZY, ŻE KALENDARZ MIĘDZYNARODOWYCH IMPREZ JEŹDZIECKICH SZYBKO SIĘ ODRADZA JUŻ NA POCZĄTKU STABILIZACJI GOSPODARCZEJ.

W PRZYPADKU CHĘCI UDZIAŁU W ZAWODACH KALENDARZA CENTRALNEGO PZJ I KALENDARZY WZJ (OZJ) KLUBY MUSZĄ SIĘ REJESTROWAĆ I WYKUPIĆ LICENCJE POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO.

NA KONIEC 2019 ROKU BYŁO ZREJESTROWANYCH ZAREJESTROWANYCH W PZJ I WZJ (OZJ) 546 KLUBÓW, CO W STOSUNKU DO WCZEŚNIEJSZEJ STATYSTYKI (528) STANOWI PRZYROST ILOŚCI NOWYCH KLUBÓW, KTÓRE ZGŁOSIŁY AKCES DO WSPÓŁZAWODNICTWA SPORTOWEGO O 3.4 %. WCZEŚNIEJSZE DANE STATYSTYCZNE ZWIĄZANE Z PODSTAWOWYMI WSKAŹNIKAMI ILOŚCIOWYMI REJESTROWANIA I LICENCJONOWANIA KLUBÓW, ZAWODNIKÓW I KONI INFORMOWAŁY O COROCZNYM PROCENTOWYM WZROŚCIE MIESZCZĄCYM SIĘ W GRANICACH OD 1,5 DO 2 %.

POLSKI ZWIĄZEK JEŹDZIECKI W RAMACH NINIEJSZEJ STRATEGII, W POWYŻSZYM ASPEKCIE REALIZUJE PROGRAM DOSKONALENIA KADR INSTRUKTORSKICH I TRENERSKICH KTÓRE TO KADRY MAJĄ PODNIEŚĆ JAKOŚĆ SZKOLENIA W KLUBACH JEŹDZIECKICH I SPOPULARYZOWAĆ ZRZESZANIE SIĘ W TYCH KLUBACH MIŁOŚNIKÓW JAZDY KONNEJ. JAK JUŻ WSPOMNIELIŚMY DO MINISTERSTWA SPORTU ZOSTAŁY ZŁOŻONE OPISY PIĘCIU KWALIFIKACJI (INSTRUKTOR JAZDY KONNEJ PZJ, INSTRUKTOR SPORTU PZJ, TRENER II STOPNIA PZJ, TRENER I STOPNIA PZJ ORAZ TRENER WYKŁADOWCA PZJ), CELEM WŁĄCZENIA ICH DO ZINTEGROWANEGO SYSTEMU KWALIFIKACJI, CO W KOŃCOWYM EFEKCIE MA PODNIEŚĆ JAKOŚĆ KSZTAŁCENIA KADR INSTRUKTORSKO-TRENERSKICH W NASZYM KRAJU I TO SZKOLENIE ROZPOWSZECHNIĆ. RÓWNIEŻ JAK JUŻ O TYM WSPOMNIELIŚMY POLSKI ZWIĄZEK JEŹDZIECKI ROZPOCZĄŁ ORGANIZACJE KURSÓW NA STOPIEŃ INSTRUKTORA SPORTU. WZROST ILOŚCI WYKWALIFIKOWANEJ KADRY INSTRUKTORSKO-TRENERSKIMI Z UPRAWNIENIAMI I LICENCJĄ WYDANĄ PRZEZ POLSKI ZWIĄZEK JEŹDZIECKI ZDANIEM POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO W SPOSÓB ZNACZĄCY PRZEŁOŻY SIĘ NA WIĘKSZĄ ILOŚĆ KLUBÓW MAJĄCYCH POTENCJAŁ DO ZAREJESTROWANIA SWOICH ZAWODNIKÓW W PZJ W CELU UCZESTNICTWA W ZAWODACH KALENDARZA IMPREZ SPORTOWYCH.

4. **Usankcjonowanie w Społeczeństwie Wartości Jakiej Wynikają z Obcowania Ludzi z Końmi.**
5. **Tworzenie Warunków dla Popularyzowania Idei Kontakt z Sportem w Oparciu o Zdobywanie Sprawnościowych Odznak Jeździeckich i Amatorskiej Rywalizacji poprzez Udział w Towarzyskich Zawodach Jeździeckich.**

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, również w klubach niezrzeszonych w Polskim Związku Jeździeckim. Tych klubów z roku na rok przybywa i ważnym elementem misji Polskiego Związku Jeździeckiego jest dotarcie do tych klubów.

W TYM CELU PZJ ZA POŚREDNICTWEM KOMISJI JEŹDZIECTWA POWSZECHNEGO CHCIAŁBY SPOPULARYZOWAĆ IDEĘ ZDOBYWANIA ODZNAK JEŹDZIECKICH PRZEZ CZŁONKÓW KLUBÓW NIEZRZESZONYCH W PZJ. ISTOTĄ TEJ SPRAWY JEST, ABY

DLA TEGO CELU KLUBY TE PODEJMOWAŁY DECYZJE O ZRZESZENIU SIĘ W PZJ. TYM SAMYM NALEŻY PRZYGOTOWAĆ SIĘ RÓWNIEŻ NA ZWIĘKSZENIE LICZBY EGZAMINÓW NA ODZNAKI JEŹDZIECKIE. DLATEGO POLSKI ZWIĄZEK JEŹDZIECKI PODJĄŁ DZIAŁANIA MAJĄCE NA CELU ZWIĘKSZENIE ILOŚCI EGZAMINATORÓW NA ODZNAKI POPRZEZ DAŻENIE DO STWORZENIE SYSTEMOWEGO DOSZKALANIA EGZAMINATORÓW EGZAMINÓW NA ODZNAKI PZJ.

DO TEJ PORY ZARZĄD NIE ZDECYDOWAŁ SIĘ JESZCZE NA FORMALNE LICENCJONOWANIE EGZAMINATORÓW NA ODZNAKI JEŹDZIECKIE, KTÓRE SYSTEMOWO BĘDZIE WYMUSZAŁO DOSZKOLENIE. PRZEPROWADZONO WSTĘPNIE CZTERY SZKOLENIA DLA CZŁONKÓW WOJEWÓDZKICH KOMISJI EGZAMINACYJNYCH. WPROWADZENIE SYSTEMU LICENCYJNEGO BĘDZIE MIAŁO ZA ZADANIE WYMUSZENIE SYSTEMATYCZNEGO UZUPEŁNIANIA I DOSKONALENIA WIEDZY JAK RÓWNIEŻ WYMIANY DOŚWIADCZEŃ. PONADTO EGZAMINATORZY NA ODZNAKI JEŹDZIECKIE BĘDĄ CZŁONKAMI KOMISJI EGZAMINUJĄCYCH NA INSTRUKTORA JAZDY KONNEJ.

KLUCZOWĄ ROLĘ MA TUTAJ ODEGRAĆ KOMISJA JEŹDZIECTWA POWSZECHNEGO. W TYM MIĘDZY INNYMI CELU ZARZĄD PZJ ZORGANIZOWAŁ SPOTKANIE Z PRZEWODNICZĄCYM KOMISJI JEŹDZIECTWA POWSZECHNEGO. ZAPADŁY WSPÓLNE USTALENIA. ZARZĄD PZJ AKTUALNIE CZEKA NA ODPOWIEDŹ ZE STRONY KOMISJI JEŹDZIECTWA POWSZECHNEGO CZY PODEJMIE SIĘ REALIZACJI TYCH I INNYCH UZGODNIEŃ.

EPIDEMIA COVID 19 ZNACZNIE SPOWOLNIŁA REALIZACJE DZIAŁAŃ MOBILIZUJĄCYCH KOMISJE JEŹDZIECTWA POWSZECHNEGO I OSIĄGNIĘCIE POROZUMIENIA CO DO DALSZYCH FORM WSPÓŁPRACY Z KOMISJĄ JEŹDZIECTWA POWSZECHNEGO, ALE ZARZĄD PZJ NADAL STOI NA ZDECYDOWANYM STANOWISKU ZWIĘKSZENIA AKTYWNOŚCI KJP.

## **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.

ZARZĄD POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO NIEUSTANNIE SZUKA NAJLEPSZEJ FORMUŁY DLA PLANOWANIA SPORTU WYCZYNOWEGO.

SUKCESYWNIE ZWIĘKSZANE SĄ WYMAGANIA WOBEC TRENERÓW ZATRUDNIONYCH PRZEZ POLSKI ZWIĄZEK JEŹDZIECKI I BEZPOŚREDNI NADZÓR ZARZĄDU PZJ NAD PRACĄ TRENERÓW, PRZEWODNICZĄCYCH KOMISJI SPORTOWYCH KONKURENCJI, W KTÓRYCH POLSKI ZWIĄZEK JEŹDZIECKI NIE ZATRUDNIA TRENERÓW. CHODZI O BARDZIEJ RACJONALNE PLANOWANIE Z OKREŚLANIEM ETAPOWYCH CELÓW, DOBREJ JAKOŚCI STARTÓW KONTROLNYCH I ORGANIZOWANIEM ODPOWIEDNICH SZKOLEŃ Z UZNANYMI NA RYNKU EUROPEJSKIM I ŚWIATOWYM TRENERAMI. ZARZĄD PZJ ZABIEGA O BARDZIEJ ZAANGAŻOWANĄ PRACĘ OPERACYJNĄ TRENERÓW PRZY REALIZACJI ZAPLANOWANYCH AKCJI Z RAPORTOWANIEM BIEŻĄCYCH ANALIZ ORAZ PRZEDSTAWIANIE DO ZARZĄDU EWENTUALNYCH PROGRAMÓW NAPRAWIAJĄCYCH PRZECIWDZIAŁAJĄCYCH NIEOSIĄGANIU ZAKŁADANYCH ZAŁOŻONYCH CELÓW.

KAŻDY ZAWODNIK W PRAKTYCE OPIERA SIĘ NA INDYWIDUALNEJ OPIECE TRENERSKIEJ OPŁACANEJ ZE SWOICH ŚRODKÓW. DLATEGO ROLA TRENERA ZATRUDNIANEGO PRZEZ PZJ I PRZEWODNICZĄCEGO KOMISJI SPORTOWEJ KONKURENCJI, W KTÓREJ PZJ NIE ZATRUDNIA TRENERÓW JEST DUŻO SZERSZA NIŻ W JEJ DOTYCHCZASOWYM ROZUMIENIU.

ZARZĄD PZJ W KONKURENCJA OLIMPIJSKICH ZATRUDNIA TRENERÓW Z PIENIĘDZY MINISTERIALNYCH. ZARZĄD WIDZI PILNĄ POTRZEBĘ DZIAŁAŃ DOTYCZĄCYCH PRACY TRENERÓW ZATRUDNIONYCH Z DOTACJI MINISTERIALNYCH I UDOSKONALENIA SPOSOBU WYNAGRADZANIA, TAK ABY POZYSKAĆ NARZĘDZIA DO BIEŻĄCEJ MOTYWACJI DO EFEKTYWNIJSZEJ ICH PRACY. TO WYMAGA WSPÓŁPRACY ZARZĄDU PZJ Z MINISTERSTWEM SPORTU. TAKIE PRÓBY SĄ PODEJMOWANE.

## II. 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.

WPROWADZONE ZASADY NOWE ZASADY ZARZĄDZANIA ZDYNAMIZOWAŁY PRACĘ ZARZĄDU PZJ, CO ODZWIERCIEDLAJĄ SPRAWOZDANIA Z ZEBRAŃ ZARZĄDU PUBLIKOWANE NA STRONIE PZJ.

ZARZĄD PZJ ZAKUPIŁ DLA POTRZEB SIEDZIBY POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO I BIURA PZJ NIERUCHOMOŚĆ POŁOŻONĄ W WARSZAWIE.

ZAPEWNIONE ZOSTAŁO BEZPIECZEŃSTWO FINANSOWE ZWIĄZKU, POSTĘPUJE REORGANIZACJA BIURA PZJ W MAJĄCA NA CELU ZWIĘKSZENIE WYDAJNOŚCI I TYM SAMYM REDUKCJE ZATRUDNIENIA.

UTWORZONY ZOSTAŁ ODDZIAŁ BIURA PZJ W LESZNE, KTÓREGO ZADANIEM JEST ROZŁADOWANIE OKRESOWYCH SPIĘTRZEŃ ZADAŃ W DZIALE REJESTRACJI I LICENCJI ORAZ W DZIALE SPORTU.

STRUKTURĄ ZATRUDNIENIA ZARZĄDZA BEZPOŚREDNIO PREZES ZARZĄDU I WICEPREZES DS. ORGANIZACYJNYCH.

WDROŻANA JEST NOWA STRONA INTERNETOWA POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO.

WYZNACZONO OSOBĘ ODPOWIEDZIALNĄ ZA ADMINISTRACYJNĄ OBSŁUGĘ NOWEJ STRONY INTERNETOWEJ PZJ Z OBOWIĄZKIEM DODAWANIA OPRACOWANYCH SAMODZIELNIE TREŚCI, TREŚCI NA ZLECENIE CZŁONKÓW ZARZĄDU PZJ ORAZ MATERIAŁÓW PRZESŁANYCH PRZEZ CZŁONKÓW ZARZĄDU PZJ, PRACOWNIKÓW BIURA PZJ, PRZEWODNICZĄCYCH ORGANÓW

STATUTOWYCH ORAZ PRZEWODNICZĄCYCH KOMISJI PROBLEMOWYCH PZJ, A TAKŻE INNYCH OSÓB UPOWAŻNIONYCH PRZEZ ZARZĄD PZJ.

KWESTIAMI ORGANIZACYJNYMI ZWIĄZANYCH Z MARKETINGIEM POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO KIERUJĄ BEZPOŚREDNIO PREZES ZARZĄDU I WICEPREZES ZARZĄDU DS. ORGANIZACYJNYCH.

ZA SZKOLENIA ODPOWIADA WICEPREZES ZARZĄDU DS. SZKOLENIOWYCH.

W TYM OBSZARZE ZREALIZOWANO OPIS KWALIFIKACJI I ZŁOŻONO W MINISTERSTWIE SPORTU STOSOWNE WNIOSKI W CELU ICH ZATWIERDZENIA DO ZINTEGROWANEGO SYSTEMU KWALIFIKACJI ORAZ POZYSKANIA W DALSZYM ETAPIE DLA POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO STATUSU INSTYTUCJI CERTYFIKUJĄCEJ. PRZYJĘCIE OPISÓW 5 POZIOMÓW KWALIFIKACJI W JEŹDZIECTWIE DO ZINTEGROWANEGO SYSTEMU KWALIFIKACJI MA UMOŻLIWIĆ PORÓWNANIE KWALIFIKACJI NADANYCH W POLSCE Z KWALIFIKACJAMI I W INNYCH KRAJACH UNII EUROPEJSKIEJ POPRZEC ODNIESIENIE ICH DO POLSKIEJ RAMY KWALIFIKACJI, A ZA JEJ POŚREDNICTWEM DO POZIOMÓW EUROPEJSKIEJ RAMY KWALIFIKACJI. PRZYPISANIE NASZYCH KWALIFIKACJI DO ODPOWIEDNIEGO POZIOMU POLSKIEJ RAMY KWALIFIKACJI UMOŻLIWI WYBÓR KWALIFIKACJI, KTÓRE SĄ DANEJ OSOBIE POTRZEBNE, KTÓRE PODNIOSĄ WARTOŚĆ NA RYNKU PRACY.

POLSKI ZWIĄZEK JEŹDZIECKI CERTYFIKUJĄC BĘDZIE OKREŚLAŁ ZAKRES I STOPIEŃ ZŁOŻONOŚCI KOMPETENCJI DO POZYSKANIA POPRZEC ZDOBYCIE KWALIFIKACJI NA DANYM POZIOMIE, ZDOLNOŚĆ DO SAMODZIELNEGO WYKONYWANIA OKREŚLONYCH ZADAŃ I PONOSZENIA ODPOWIEDZIALNOŚCI ZA SKUTKI I JAKOŚĆ TYCH DZIAŁAŃ. PO SPRAWDZENIU WIEDZY I UMIEJĘTNOŚCI POLSKI ZWIĄZEK JEŹDZIECKI JAKO INSTYTUCJA CERTYFIKUJĄCA BĘDZIE WYSTAWIAĆ ŚWIADECTWA DLA TYCH KWALIFIKACJI. POSIADANIE TAKIEGO ŚWIADECTWA BĘDZIE OZNACZAŁO, ŻE DANA OSOBA POSIADA UMIEJĘTNOŚCI PRZEWDZIANE TĄ KWALIFIKACJĄ I STWARZA WARUNKI DLA GWARANCJI UZYSKANIA POZYTYWNYCH EFEKTÓW UCZENIA.

POZOSTALI DWAJ CZŁONKOWIE ZARZĄDU PZJ BEZPOŚREDNIO NADZORUJĄ SPORT KWALIFIKOWANY ODPOWIEDNIO KATEGORII SENIORÓW I KATEGORII MŁODZIEŻOWYCH.

ZARZĄD PZJ USTANOWIŁ BEZPOŚREDNI SWÓJ NADZÓR NA PROCESEM WNIOSKOWANIA I REALIZACJI DOTACJI MINISTERIALNYCH.

PRZEJĄŁ INICJATYWĘ W FORMOWANIU TAKICH DOKUMENTÓW JAK: REGULAMIN POWOŁYWANIA DO KADRY NARODOWEJ, REGULAMIN POWOŁYWANIA DO REPREZENTACJI POLSKI, SPORTOWY PLAN GŁÓWNY, REGULAMIN DOFINANSOWYWANIA AKCJI SPORTOWEGO PLANU GŁÓWNEGO ORAZ UMOWA TRÓJSTRONNA POMIĘDZY ZAWODNIKIEM, WŁAŚCICIELEM KONIA I POLSKIM ZWIĄZKIEM JEŹDZIECKIM ORAZ PRELIMINARZE AKCJI HARMONOGRAMÓW PLANOWANYCH DZIAŁAŃ W RAMACH POSZCZEGÓLNYCH DOTACJI MINISTERIALNYCH.

TRENERZY SĄ ZATRUDNIENI PRZEZ POLSKI ZWIĄZEK JEŹDZIECKI NA UMOWACH CYWILNO-PRAWNYCH I MAJĄ OBOWIĄZEK PRZEDSTAWIANIA COMIESIĘCZNIE EWIDENCJE GODZIN WYKONYWANIA UMOWY, KTÓREJ ZATWIERDZENIE PRZEZ ZARZĄD PZJ JEST WARUNKIEM WYPŁACENIA MIESIĘCZNEGO WYNAGRODZENIA.

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.

PO IMPREZACH GŁÓWNYCH SEZONU I PRZED ROZPOCZĘCIEM KOLEJNEGO SEZONU SPORTOWEGO ODBYŁY SIĘ KONFERENCJE POSZCZEGÓLNYCH KONKURENCJI JEŹDZIECKICH, W KTÓRYCH UCZESTNICZYLI CZŁONKOWIE ZARZĄDU.

NIEZALEŻNIE OD ROZLICZEŃ DOKONANYCH PRZEZ DEPARTAMENT SPORTU WYCZYNOWEGO MINISTERSTWA SPORTU ORAZ PRZEZ KONFERENCJE POSZCZEGÓLNYCH KONKURENCJI JEŹDZIECKICH ZARZĄD PZJ NA BIEŻĄCO ANALIZOWAŁ I KORYGOWAŁ WYKONANIE ZAPLANOWANYCH STRATEGICZNYCH DZIAŁAŃ W ZAKRESIE REALIZACJI ZADAŃ Z OBSZARU SPORTU WYCZYNOWEGO.

ZARZĄD PZJ PODJĄŁ BIEŻĄCE ISTOTNE DLA KWALIFIKACJI OLIMPIJSKICH I POZOSTAŁYCH OBSZARÓW ZWIĄZANYCH Z UDZIAŁEM POLSKICH REPREZENTACJI W PRZYGOTOWANIACH DO UDZIAŁU W IMPREZACH W MIĘDZYNARODOWYCH IMPREZACH MISTRZOWSKICH DECYZJE, W TYM PERSONALNE ODNOSZĄCE SIĘ DO NIEWYWIĄZYWANIA SIĘ ZE SWOICH OBOWIĄZKÓW TRENERÓW KADR NARODOWYCH.

ISTOTNĄ I POZYTYWNAJĄ ROLE W PODNIESIENIU JAKOŚCI PODEJMOWANYCH DECYZJI I UCHWAŁ ODGRYWA ZATRUDNIENIE RADCY PRAWNEGO ZWIĄZKU.

TRANSPARENTNOŚĆ PODEJMOWANYCH DECYZJI PRZEZ ZARZĄD JEST KONSEKWENTNIE 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 NADAL ODBYWA SWOJE POSIEDZENIA W RÓŻNYCH OŚRODKACH JEŹDZIECKICH NA TERENIE CAŁEJ POLSKI I OBRADUJE CO NAJMNIJ RAZ W MIESIĄCU.

KOLEGIUM SĘDZIÓW PRZEDSTAWIŁO W TYM ROKU DO ZATWIERDZENIA NOWE PRZEPISY OGÓLNE POLSKIEGO ZWIĄZKU JEŹDZIECKIEGO ORAZ NOWE PRZEPISY O OSOBACH OFICJALNYCH.

NA BIEŻĄCO KOMISJE SPORTOWE PRZEDSTAWIAJĄ DO ZATWIERDZENIA NOWELIZACJE PRZEPISÓW I REGULAMINÓW Z OBSZARÓW SWOICH KOMPETENCJI MERYTORYCZNYCH. NASTĘPNIE KOLEGIUM SĘDZIÓW PO ZATWIERDZENIU KOMPATYBILNOŚCI TYCH DOKUMENTÓW I Z INNYMI PRZEPISAMI

ZWIĄZKOWYMI PRZESYŁA JE DO OSTATECZNEGO ZATWIERDZENIA PRZEZ ZARZĄD PZJ. TO SIĘ DZIEJE SPRAWNIEJ NIŻ W POPRZEDNICH LATACH. ISTOTNA ZMIANA JEST TEŻ TAKA, ŻE DZIĘKI PUBLIKOWANIU NA STRONIE INTERNETOWEJ NA WSZYSTKICH ETAPACH ZATWIERDZANIA TYCH PRZEPISÓW I REGULAMINÓW ŚRODOWISKO JEŹDZIECKIE MA MOŻLIWOŚĆ ZAINGEROWANIA W TEN PROCES KONSTRUKTYWNYMI UWAGAMI I TAK SIĘ DZIEJE.

ZARZĄD PZJ UCHWAŁIŁ ROCZNY BUDŻET RÓWNIEŻ W KONTEKŚCIE REALIZACJI STRATEGII ROZWOJU POLSKIEGO JEŹDZIECTWA W LATACH 2019-2022 I PILNUJE DYSCYPLINY JEGO WYKONANIA.

SPRAWOZDANIE FINANSOWE ZWIĄZKU ZOSTAŁO ZBADANE PRZEZ NIEZALEŻNEGO BIEGŁEGO REWIDENTA WYBRANEGO PRZEZ KOMISJĘ REWIZYJNĄ W KONKURSIE OFERT OGŁOSZONYM NA STRONIE INTERNETOWEJ ZWIĄZKU.

MINISTERSTWO SPORTU ZATWIERDZIŁO STRATEGIĘ ROZWOJU POLSKIEGO JEŹDZIECTWA W LATACH 2019-2022.

PIERWSZE SPRAWOZDANIE STRATEGII ROZWOJU POLSKIEGO JEŹDZIECTWA W LATACH 2019-2022 ZOSTAŁO NINIEJSZYM PRZEDSTAWIONE PRZEZ ZARZĄD PZJ COROCZNEMU WALNEMU ZEBRANIU DELEGATÓW PZJ.

Z POWODU EPIDEMII COVID-19 ZARZĄD PZJ ZINTENSYFIKOWAŁ SWOJE DZIAŁANIA W CELU OBRONY ZWIĄZKU I JEGO INTERESARIUSZY PRZED NEGATYWNYMI SKUTKAMI ZARÓWNO W OBSZARZE DOTYCZĄCYM ZDROWIA JAK I W OBSZARZE EKONOMICZNYM.

## W ZAKRESIE PLANU DZIAŁAŃ DLA REALIZACJI CELU STRATEGICZNEGO PZJ NR 1 W ASPEKTCIE ZAPEWNIENIE ODPOWIEDNIEGO POZIOMU ZARZĄDZANIA

- a. PLANOWANO PRZEPROWADZENIE SZKOLENIA Z ZARZĄDZANIA, PODNIESIENIA SKUTECZNOŚCI OSOBISTEJ I ZESPOŁOWEJ DLA ZESPOŁU BIURA PZJ, ALE ZE WZGLĘDU NA EPIDEMIE COVID – 19 TO SZKOLENIE ZOSTAŁO ODŁOŻONE W CZASIE. NATOMIAST ZNOWELIZOWANO SPOSOBY PREMIOWANIA PRACOWNIKÓW BIURA PZJ W CELU PODNIESIENIA SKUTECZNOŚCI OSOBISTEJ I UWZGLĘDNIANIA PRACY ZESPOŁOWEJ NA WSZYSTKICH STANOWISKACH PRACY ZE WZGLĘDU NA RÓŻNE SZCZTY OBCIĄŻEŃ W RÓŻNYCH OBSZARACH OPERACYJNYCH OBSŁUGIWANYCH PRZEZ BIURO PZJ. KOLEJNI PRACOWNICY SĄ WDRAŻANI I ZAZNAJAMIANI Z KLUCZOWYMI PROCESAMI OPERACYJNYMI. WPROWADZONO SPRAWOZDAWCZOŚĆ Z WYKONYWANYCH CZYNNOŚCI PRZEZ PRACOWNIKÓW BIURA JAKO MIERNIK DLA OKREŚLENIA INTENSYWNOŚCI ZACHODZĄCYCH PROCESÓW OPERACYJNYCH.

- 1. 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 Wyszkozenia) 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*

**DZIAŁAŃ W POWYŻSZYM ZAKRESIE W ZNACZNEJ MIERZE NIE UDAŁO SIĘ WYKONAĆ. ZARZĄD CZYNI DALSZE STARANIA W CELU ICH REALIZACJI**

## **2. 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.*

**DZIAŁANIA W POWYŻSZYM ZAKRESIE ZOSTAŁY PODJĘTE I W DUŻYM STOPNIU ZREALIZOWANE**

## **3. 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.*

DZIAŁANIA W POWYŻSZYM ZAKRESIE ZOSTAŁY PODJĘTE I POZA PUNKTAMI E. I F.  
ZREALIZOWANE

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

ZARZĄD PODPISAŁ UMOWĘ NA ROZBUDOWĘ ISTNIEJĄCEGO SYSTEMU BAZODANOWEGO ARTEMOR

## 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) – **WDRAŻANE DO REALIZACJI**

*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/.*

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY PODJĄĆ W CELU REALIZACJI:** OPRACOWAĆ BAZĘ MEDIÓW W SEGMENTACH: OGÓLNOPOLSKA, REGIONALNA, BRANŻOWA, SPORTOWA, NISZOWA, LIFE STYLE – MEDIA TRADYCYJNE I DIGITAL; PROWADZENIE BIURA PRASOWEGO I DYSTRYBUCJA INFORMACJI PRASOWYCH DO MEDIÓW

OPTYMALNE ZLECENIE TYCH DZIAŁAŃ WYSPECJALIZOWANYM PROFESJONALISTOM PR – OUTSOURCING DO EKSPERTÓW PR

**2. Opracowanie modelu użyczenia marki PZJ wybranym komercyjnym imprezom upowszechniającym jeździectwo (patronaty) - WDRAŻANE DO REALIZACJI**

*Doprecyzowanie modelu współpracy z PZJ w ramach nadawanych przez związek Patronatów (między innymi zasady ekspozycji logotypu, warunki płatności za uzyskiwanie patronatu)*

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY PODJĄĆ W CELU REALIZACJI:** OPRACOWAĆ STANDARDOWĄ UMOWĘ NA UDZIELANIE PATRONATÓW; W RAMACH UMOWY SKONKRETYZOWANIE FORMY I MIEJSCA EKSPONOWANIA LOGO PZJ ORAZ SYSTEM OPŁAT ZA JEGO UDZIELENIE (ILOŚCIOWY – UCZESTNICY LUB WARTOŚCIOWY - % OD PRZYCHODU)

**3. Nawiązanie współpracy z mediami branżowymi i ogólnopolskimi, w ramach stałego patronatu medialnego - WDRAŻANE DO REALIZACJI**

*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 radia i telewizji. Współpraca w ramach umów barterowych /stała rubryka tematyczna z logo, stałe patronaty audycji i konkursów, wywiady z ekspertami PZJ/.*

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY PODJĄĆ W CELU REALIZACJI:** OPRACOWAĆ BAZĘ MEDIÓW W SEGMENTACH: OGÓLNOPOLSKA, REGIONALNA, BRANŻOWA, SPORTOWA, NISZOWA, LIFE STYLE – MEDIA TRADYCYJNE I DIGITAL; DOKONANIE WYBORU MEDIÓW KLUCZOWYCH DLA PZJ I WYSTOSOWANIE DO NICH PROPOZYCJI WSPÓŁPRACY, OPRACOWANIE STANDARDOWEJ UMOWY BARTEROWEJ Z PATRONEM MEDIALNYM I ICH PODPISANIE Z WYBRANYMI MEDIAMI, AKTYWNA WSPÓŁPRACA I KOORDYNOWANIE DZIAŁAŃ TYCH MEDIÓW W RAMACH PROMOCJI DZIAŁAŃ PZJ ORAZ CAŁEJ MARKI, REGULARNA DYSTRYBUCJA INFORMACJI PRASOWYCH DO MEDIÓW.OPTYMALNE PROWADZENIE TYCH DZIAŁAŃ JAK W PKT 1 PRZEZ TYCH SAMYCH WYSPECJALIZOWANYCH PROFESJONALISTOM PR – OUTSOURCING DO EKSPERTÓW PR.

**4. Wypromowanie nowej wersji strony internetowej PZJ (po jej wdrożeniu) oraz newsletter dla odwiedzających - ROZPOCZĘTA REALIZACJA**

*Kampania promująca nową stronę PZJ i aktywne budowanie społeczności wokół strony (unikatowy kontent – news sportowe; social media, newsletter)*

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY PODJĄĆ W CELU REALIZACJI:** „POSTAWIĆ” NOWĄ STRONĘ WWW PZJ (Z ODPOWIEDNIO ZAPLANOWANYM W SEO W STRUKTURZE) OPRACOWAĆ PLAN KAMPANII PROMUJĄCEJ STRONĘ (M. IN. GOOGLE ADS, FB ADS, REKLAMY U PARTNERÓW MEDIALNYCH, POZYCJONOWANIE STRONY), PRZEPROWADZIĆ KAMPANIĘ ANALIZUJĄC JEJ EFEKTY.

OPTYMALNE JEST ZLECENIE TYCH DZIAŁAŃ WYSPECJALIZOWANYM PROFESJONALISTOM MARKETINGU DIDITAL – OUTSOURCING DO EKSPERTÓW MARKETINGU.

**5. Opracowanie i przeprowadzenie kampanii promującej związek i jego działania w social media – DO TEJ PORY NIEROZPOCZĘTA REALIZACJA**

*Przygotowanie konceptu i przeprowadzenie kampanii PZJ w social media – głównie FB (akcja skonsolidowana z promocją nowej strony związku). Stałe aktywne działania w social media.*

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY PODJĄĆ W CELU REALIZACJI:** OPRACOWANIE STRATEGII KOMUNIKACJI W SOCIAL MEDIA, PROMOCJA NOWEJ STRONY WWW POPRZEZ SOCIAL MEDIA, PROMOCJA MARKI PZJ I WYDARZEŃ ORGANIZOWANYCH PRZEZ ZWIĄZEK, ZBIERANIE WŁASNEJ BAZY „FOLLOWERSÓW”. BIEŻĄCE PROWADZENIE AKTYWNOŚCI NA SOCIAL MEDIA (MIN 3 POSTY TYGODNIOWO; PRZED IMPREZAMI CODZIENNIE).

OPTYMALNE JEST ZLECENIE TYCH DZIAŁAŃ WYSPECJALIZOWANYM PROFESJONALISTOM MARKETINGU DIGITAL – OUTSOURCING DO EKSPERTÓW MARKETINGU

**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) - DO TEJ PORY NIEROZPOCZĘTA REALIZACJA*

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY PODJĄĆ W CELU REALIZACJI:** PRZEPROWADZENIE BADAŃ RYNKU I PRACOWANIE BAZY INFLUENCER-ÓW DLA POSZCZEGÓLNYCH SEGMENTÓW RYNKU, WYBÓR OPTYMALNYCH DLA ZWIĄZKU W POSZCZEGÓLNYCH GRUPACH, NAWIĄZANIE WSPÓŁPRACY W RAMACH PROMOCJI MARKI I JEJ DZIAŁAŃ

OPTYMALNE JEST ZLECENIE TYCH DZIAŁAŃ WYSPECJALIZOWANYM PROFESJONALISTOM MARKETINGU DIGITAL – OUTSOURCING DO EKSPERTÓW MARKETINGU

**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. - DO TEJ PORY NIEROZPOCZĘTA REALIZACJA*

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY PODJĄĆ W CELU REALIZACJI:** OPRACOWANIE ODPOWIEDNICH UMÓW OKREŚLAJĄCYCH FORMY PROMOCJI PZJ NA IMPREZACH SPORTOWYCH I PATRONACKICH ORAZ USTALENIE STRUKTURY I ZASAD ROZLICZEŃ Z ORGANIZATORAMI.

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

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

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻAŁO PODJĄĆ W CELU REALIZACJI:** PRZEPROWADZENIE ANALIZY „STANÓW MAGAZYNOWYCH”, ZAPLANOWANIE I REALIZACJA DODATKOWYCH NIEZBĘDNYCH MATERIAŁÓW, NAWIĄZANIE WSPÓŁPRACY Z ELASTYCZNYMI, ZAUFANYMI PODWYKONAWCAMI (NA WYPADEK PILNYCH POTRZEB MATERIAŁOWYCH)

**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.) – W DUŻYM STOPNIU ZREALIZOWANE*

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻAŁO PODJAĆ W CELU REALIZACJI:** ZMIANY W SYSTEMIE CERTYFIKACJI OŚRODKÓW (W TOKU), OPRACOWANIE ODPOWIEDNICH UMÓW OKREŚLAJĄCYCH FORMY PROMOCJI MARKI PZJ W TYCH OŚRODKACH I NA IMPREZACH SPORTOWYCH PRZEZ NICH ORGANIZOWANYCH ORAZ USTALENIE STRUKTURY I ZASAD ROZLICZEŃ ZA CERTYFIKACJĘ I PROMOCJĘ.

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

*Zinventaryzowanie aktualnych materiałów informacyjnych i opracowanie portfolio nowych materiałów promocyjnych (dla mediów, na imprezy patronowane, do klubów z promocją odznak itp.) -DO TEJ PORY NIEROZPOCZĘTA REALIZACJA*

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY PODJAĆ W CELU REALIZACJI:** WERYFIKACJA POTRZEB W TYM ZAKRESIE W POSZCZEGÓLNYCH SEGMENTACH, OPRACOWANIE GRAFICZNE I DRUK MATERIAŁÓW, DYSTRYBUCJA ICH PO OŚRODKACH CERTYFIKOWANYCH I ORGANIZATORACH IMPREZ. OPRACOWANIE I PRODUKCJA EKSKLUZYWNEGO WYDAWNICTWA – FOLDERU DLA VIP – SPONSORZY, PARTNERZY, ZAGRANICZNI KOOPERANCI I INNI ISTOTNI INTERESARIUSZE OPTYMALNE JEST ZLECENIE TYCH DZIAŁAŃ WYSPECJALIZOWANYM PROFESJONALISTOM MARKETINGU (KREOWANIE I OPRACOWANIE)– OUTSOURCING DO EKSPERTÓW MARKETINGU

**11. Stworzenie klubu promującego jeździectwo powszechne i markę PZJ jako partnera strategicznego -DO TEJ PORY NIEROZPOCZĘTA REALIZACJA**

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

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY PODJAĆ W CELU REALIZACJI:** OPRACOWANIE KONCEPTU KLUBU, KTÓREGO CELEM JEST SZEROKA PROMOCJA MARKI PZJ, JAKO JEJ PATRONA; PREDYKCJA BUDŻETU NIEZBĘDNEGO NA WDROŻENIE TEGO PROJEKTU OPTYMALNE JEST ZLECENIE TYCH DZIAŁAŃ WYSPECJALIZOWANYM PROFESJONALISTOM MARKETINGU – OUTSOURCING DO EKSPERTÓW MARKETINGU

**12. Regularne przygotowywanie sezonowych akcji promujących jeździectwo ze sponsorami i PZJ jako marką nadającą poziom i prestiż -DO TEJ PORY NIEROZPOCZĘTA REALIZACJA**

*Pozyskanie sponsorów i partnerów medialnych i wykreowanie własnej popularnej imprezy jeździeckiej (NA PRZYKŁAD: Wakacje z koniem i naturą, w różnych regionach, we współpracy z certyfikowanymi ośrodkami jeździeckimi PZJ) - DO TEJ PORY NIEROZPOCZĘTA REALIZACJA*

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY PODJAĆ W CELU REALIZACJI:** WYPRACOWANIE KONCEPTU PIERWSZEJ AKCJI WŁASNEJ PZJ, OSZACOWANIE BUDŻETU PROJEKTU, POZYSKANIE SPONSORÓW PROJEKTU I MEDIA, KOORDYNOWANIE AKCJI. OPTYMALNE JEST ZLECENIE TYCH DZIAŁAŃ WYSPECJALIZOWANYM PROFESJONALISTOM MARKETINGU – OUTSOURCING DO EKSPERTÓW MARKETINGU

### 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 Zaprzęgamii 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 – W DUŻYM STOPNIU ZREALIZOWANE*

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY NALEŻAŁO PODJĄĆ W CELU REALIZACJI: ANALIZA AKTUALNYCH UMÓW SPONSORSKICH, OPRACOWANIE NOWEGO MODELU UMÓW SPONSORSKICH Z GRATYFIKACJĄ STOPNIOWĄ BENEFITÓW SPONSORSKICH**

**OPTYMALNE JEST ZLECENIE TYCH DZIAŁAŃ WYSPECJALIZOWANYM PROFESJONALISTOM ZAKRESU PRAWA I MARKETINGU – OUTSOURCING DO EKSPERTÓW MARKETINGU**

**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. – REALIZACJA ROZPOCZĘTA*

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY PODJĄĆ W CELU REALIZACJI:** OPRACOWANIE BAZY POTENCJALNYCH SPONSORÓW PZJ (MARKI PREMIUM) Z KONTAKTAMI DO OSÓB DECYZYJNYCH (ZARZĄDY, SZEFOWIE MARKETINGU I PR), OPRACOWANIE SYSTEMU GRADACJI SPONSORÓW, ZALEŻNIE OD WYSOKOŚCI WPŁAT – SPONSOR STRATEGICZNY (DIAMENTOWY, ZŁOTY, SREBRNY...), OPRACOWANIE I PRZEPROWADZENI AKCJI POZYSKIWANIA SPONSORÓW (E-MAILING, TELEMARKETING (UMAWIANIE SPOTKAŃ) SPOTKANIA I NEGOCJACJE) OPTYMALNE JEST ZLECENIE TYCH DZIAŁAŃ WYSPECJALIZOWANYM PROFESJONALISTOM MARKETINGU – OUTSOURCING DO EKSPERTÓW MARKETINGU

**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 - DO TEJ PORY NIEROZPOCZĘTA REALIZACJA*

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY PODJĄĆ W CELU REALIZACJI:** OPRACOWANIE BAZY MEDIÓW W SEGMENTACH: OGÓLNOPOLSKA, REGIONALNA, BRANŻOWA, SPORTOWA, NISZOWA, LIFE STYLE – MEDIA TRADYCYJNE I DIGITAL; PROWADZENIE BIURA PRASOWEGO I DYSTRYBUCJA INFORMACJI PRASOWYCH DO MEDIÓW, STAŁE PROWADZENIE DZIAŁAŃ PR I BUDOWANIE RELACJI Z DZIENNIKARZAMI ORAZ PROMOWANIE INFORMACJI O SPONSORACH PZJ OPTYMALNE ZLECENIE TYCH DZIAŁAŃ WYSPECJALIZOWANYM PROFESJONALISTOM PR – OUTSOURCING DO EKSPERTÓW PR

**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. - DO TEJ PORY NIEROZPOCZĘTA REALIZACJA*

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY PODJĄĆ W CELU REALIZACJI:** OPRACOWANIE NOWEGO, SZERSZEGO SYSTEMU GRADACJI SPONSORÓW, ZALEŻNIE OD WYSOKOŚCI WPŁAT – SPONSOR STRATEGICZNY (DIAMENTOWY, ZŁOTY, SREBRNY...), CO UMOŻLIWI ZEBRANIE WIĘKSZYCH PRZYCHODÓW OD SPONSORÓW.

OPTYMALNE JEST ZLECENIE TYCH DZIAŁAŃ WYSPECJALIZOWANYM PROFESJONALISTOM MARKETINGU – OUTSOURCING DO EKSPERTÓW MARKETINGU

**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 Mecenasów Jeździectwa- zraszającego obecnych i potencjalnych sponsorów PZJ (promocja jeździectwa) - DO TEJ PORY NIEROZPOCZĘTA REALIZACJA*

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY PODJĄĆ W CELU REALIZACJI:** WYPRACOWANIE KONCEPTU PIERWSZEJ AKCJI PROPONOWANEJ KONKRETNEMU, WYBRANEMU SPONSOROWI, OSZACOWANIE BUDŻETU PROJEKTU, POZYSKANIE SPONSORÓW PROJEKTU I MEDIA WSPÓŁPRACUJĄCE, KOORDYNOWANIE AKCJI.

OPTYMALNE JEST ZLECENIE TYCH DZIAŁAŃ WYSPECJALIZOWANYM PROFESJONALISTOM MARKETINGU – OUTSOURCING DO EKSPERTÓW MARKETINGU

**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.*

*Opracowanie listy potencjalnych klubów biznesu, gdzie PZJ będzie mógł prowadzić networking i promować jeździectwo i sponsoring związków i współpraca z tymi partnerami zewnętrznymi w ramach aktywnego networkingu biznesowego* -DO TEJ PORY NIEROZPOCZĘTA REALIZACJA

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY PODJĄĆ W CELU REALIZACJI:** PRZYGOTOWANIE BAZY KLUBÓW BIZNESU I ORGANIZACJI BIZNESOWYCH INTERESUJĄCYCH DLA PZJ DO NETWORKINGU I POSZUKIWANIA SPONSORÓW, OPRACOWANIE MODELU WSPÓŁPRACY ORGANIZACJAMI BIZNESOWYMI, CYKL SPOTKAŃ Z ZARZĄDAMI TYCH ORGANIZACJI I STOWARZYSZEŃ I USTALENIE ZASAD WSPÓŁPRACY, AKCJE PROMUJĄCE PZJ I JEGO SPONSORING W RAMACH POSZCZEGÓLNYCH ORGANIZACJI.

OPTYMALNE JEST ZLECENIE TYCH DZIAŁAŃ WYSPECJALIZOWANYM PROFESJONALISTOM MARKETINGU – OUTSOURCING DO EKSPERTÓW MARKETINGU

**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 związków; odpowiednio przygotowane posty zapraszające.* -DO TEJ PORY NIEROZPOCZĘTA REALIZACJA

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY PODJĄĆ W CELU REALIZACJI:** OPRACOWANIE KAMPANII CONTENT MARKETINGOWEJ PZJ NA LINKEDIN I INSTAGRAM (B2B), AKTYWNE PROWADZENIE SOCIAL MEDIÓW KIEROWANYCH DO POTENCJALNYCH SPONSORÓW, BIEŻĄCE MIERZENIE EFEKTYWNOŚCI AKCJI

OPTYMALNE JEST ZLECENIE TYCH DZIAŁAŃ WYSPECJALIZOWANYM PROFESJONALISTOM MARKETINGU – OUTSOURCING DO EKSPERTÓW MARKETINGU

**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* -DO TEJ PORY NIEROZPOCZĘTA REALIZACJA

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY PODJĄĆ W CELU REALIZACJI:** OPRACOWANIE BAZ POTENCJALNYCH SPONSORÓW PZJ, POZYSKANIE KONTAKTÓW BEZPOŚREDNICH DO OSÓB DECZYJNYCH (ZARZĄDY, DYREKCJA MARKETINGU I PR), OPRACOWANIE KANAŁÓW O FORMY DOTARCIA DO NICH, PRZEPROWADZENIE AKCJI POZYSKIWANIA (SOCIAL MEDIA, E-MAILING, SPOTKANIA)

OPTYMALNE JEST ZLECENIE TYCH DZIAŁAŃ WYSPECJALIZOWANYM PROFESJONALISTOM MARKETINGU – OUTSOURCING DO EKSPERTÓW MARKETINGU

**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. -DO TEJ PORY NIEROZPOCZĘTA REALIZACJA*

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY PODJĄĆ W CELU REALIZACJI:** OPRACOWANIE STRATEGII I PLANÓW DZIAŁANIA DO AKCJI PROMOCYJNEJ, OSZACOWANIE BUDŻETU PROJEKTU, OPRACOWANIE „HISTORII” W KOMUNIKACJI I WYBÓR OPTYMALNYCH KANAŁÓW DOTARCIA (SOCIAL MEDIA, E-MAILING, DIRECT MAIL, SPOTKANIA), PROWADZENIE AKCJI I WERYFIKACJA JEJ EFEKTÓW FINANSOWYCH.

OPTYMALNE JEST ZLECENIE TYCH DZIAŁAŃ WYSPECJALIZOWANYM PROFESJONALISTOM MARKETINGU – OUTSOURCING DO EKSPERTÓW MARKETINGU

**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. -DO TEJ PORY NIEROZPOCZĘTA REALIZACJA*

**DZIAŁANIA JAKIE NALEŻY PODJĄĆ W CELU REALIZACJI:** OPRACOWANIE STRATEGII DZIAŁAŃ W SOCIAL MEDIA DLA PZJ, OPRACOWANIE MODELU PREZENTACJI SPONSORÓW W RAMACH AKCJI, PRZYGOTOWANIE PLANÓW DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH W SOCIAL MEDIA, PRAKTYCZNE AKTYWNE WDROŻENIE I PROWADZENIE KAMPANII W SOCIAL MEDIA, MONITOROWANIE ZASIĘGÓW I EFEKTÓW KAMPANII.

OPTYMALNE JEST ZLECENIE TYCH DZIAŁAŃ WYSPECJALIZOWANYM PROFESJONALISTOM MARKETINGU – OUTSOURCING DO EKSPERTÓW MARKETINGU

**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 zatwierdzenia 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 Szczębla 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.

**W DUŻYM STOPNIU REALIZOWANE**

## **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**

- 1. Kluby Sportowe,*
- 2. Trenerzy i Instruktorzy*
- 3. Sportowcy*
- 4. Organizatorzy zawodów*
- 5. Właściciele koni*
- 6. Członkowie Związku*
- 7. Wojewódzkie struktury PZJ – za pośrednictwem Organów Statutowych PZJ oraz Komisji Sportowych i Problemowych*
- 8. 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 grona wszystkich interesariuszy.*

## W DUŻYM STOPNIU REALIZOWANE

### 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*

## W DUŻYM STOPNIU REALIZOWANE

### 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.*

## W DUŻYM STOPNIU REALIZOWANE

### 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.*

## W DUŻYM STOPNIU REALIZOWANE

### 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*

## W DUŻYM STOPNIU REALIZOWANE

## 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.

Pierwszym 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.

**W DUŻYM STOPNIU REALIZOWANE**

## **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*

**W DUŻYM STOPNIU REALIZOWANE**

#### **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*

**NIE ZREALIZOWANE DO TEJ PORY**

**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.*

**W DUŻYM STOPNIU REALIZOWANE**

**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.*

**W DUŻYM STOPNIU REALIZOWANE**

**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.*

**W DUŻYM STOPNIU REALIZOWANE**

**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*

**W DUŻYM STOPNIU REALIZOWANE**

**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.*

**W DUŻYM STOPNIU REALIZOWANE**

**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.

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

## **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*

**W MAŁYM STOPNIU REALIZOWANE**

#### **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*

**W MAŁYM STOPNIU REALIZOWANE**

#### **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)*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

#### **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*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

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

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

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

**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 Sprawozdawczo-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.

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

## 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 poszczególnych 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.*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

#### 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)*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

#### 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)*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

#### 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*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

#### 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*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

**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)*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

**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)*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

**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*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

**9. Realizacji odpowiednich programów ministerialnych**

*Aktywna współpraca z Ministerstwem w ramach realizacji programów ministerialnych*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

**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-Ujeżdżenie.

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*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

#### **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*

**W DUŻYM STOPNIU REALIZOWANE**

#### **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.*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

#### **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*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

#### **5. Wykorzystanie aktualnych zawodników do propagowania para jeździectwa**

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

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

#### **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.*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

## **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*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

#### **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.*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

### **3. Opracowanie systemu benefitów niefinansowych dla najlepszych wolontariuszy**

*Opracowanie systemu nagród, benefitów dla wolontariuszy (bilety, wejściówki, upominki od sponsorów etc.)*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

### **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)*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

## **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 społecznościowych wpływają na wypełnienie trybun podczas sportowych zmagania 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 demotywuujące 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 obsługą 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

### III. 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*

**W DUŻYM STOPNIU ZREALIZOWANE**

#### 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*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

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

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

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

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

*Wdrożenie i monitoring wybranej strategii oraz jego ewaluacja ocena efektów działania*

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

**5. Zlecenie obsługi social media doświadczonej agencji marketingowej**

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

**DO TEJ PORY CZĘŚCIOWO REALIZOWANE**

**6. Stała współpraca z influencerami**

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

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**

**7. Stworzenie własnej grupy followers-ów oficjalnego fun page FB**

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

**DO TEJ PORY NIE REALIZOWANE**