

Гольфстрим. Киевский Гольф Клуб

## Киевский Гольф Клуб стал членом Европейской ассоциации собственников гольф полей

*5-7 ноября 2008 года в Берлине состоялась очередная конференция Европейской ассоциации собственников гольф полей (EGCOA) «The Big Change». Такие конференции Ассоциация проводит несколько раз в год, однако для Киевского Гольф Клуба текущее мероприятие имело особый смысл. В этот раз представители Клуба не только приняли участие в одной из авторитетнейших и крупнейших в мире конференций по вопросам гольф-бизнеса, но и прошли необходимую процедуру регистрации, которая позволила Клубу стать членом EGCOA.*

5-7 ноября 2008 года в Берлине состоялась очередная конференция Европейской ассоциации собственников гольф полей (EGCOA) «The Big Change». Такие конференции Ассоциация проводит несколько раз в год, однако для Киевского Гольф Клуба текущее мероприятие имело особый смысл. В этот раз представители Клуба не только приняли участие в одной из авторитетнейших и крупнейших в мире конференций по вопросам гольф-бизнеса, но и прошли необходимую процедуру регистрации, которая позволила Клубу стать членом EGCOA.

Ассоциация была основана в 2004 году представителями гольф-бизнеса Германии, Франции, Дании и Нидерландов. Сегодня она объединяет более 600 хозяев гольф полей из 18 стран, а также аналогичные организации национального уровня, которые существуют во многих европейских странах с развитой гольф-инфраструктурой. Частые и регулярные конференции, семинары, встречи и совещания, которые проводит EGCOA, дают возможность главным «игрокам» на этом рынке находить решения насущных вопросов, обмениваться опытом, а кроме того — повышать квалификацию своего персонала, обучать его в русле новейших тенденций развития индустрии. Традиционно эти новшества и веяния становятся основными темами семинаров EGCOA, на которые, кроме собственников гольф-сооружений, приезжают гольф-менеджеры, архитекторы, директора, консультанты, гринкиперы и многие другие представители отрасли.

Главным вопросом, волновавшим участников берлинской конференции, были изменения гольф-рынка в связи с мировым финансовым кризисом. Поиск оптимальных вариантов разрешения сложившейся ситуации сегодня ведут по нескольким направлениям. Первое — это изменение маркетинговой политики, с ориентацией на более краткосрочные проекты, услуги, клиентские программы и предложения; второе — гибкость бизнеса и стремление к большей рационализации расходов, воздержание от строительства особо дорогостоящих объектов, таких, например, как огромные бункеры, которые требуют постоянного изнуряющего ухода, но не оправдывают своих функций (из выступления Лоуренса Пити, главного специалиста по уходу за гольф полями Crown Golf).

Впрочем, и мировой гольф в целом, и склонности, привычки, психология гольфистов изменяются, независимо от потрясений, которые переживает экономика. Эволюционирует культура, сменяются поколения... Многие вопросы, обсуждаемые на конференции словно в ответ на вызов «сухих» экономических фактов дня сегодняшнего, как оказывалось, имели немало общего с глобальными преобразованиями общества, которые начались не в этом, и не в прошлом году.

Считается, например, что современный европейский гольфист намного более мобилен, чем его родители. И даже если он мальчишкой когда-то играл с отцом или с дедом в одном флайте 18 лунок, то теперь, в молодом или зрелом возрасте, ему не захочется тратить на игру от трех до шести часов! Он активен и в работе, и в отдыхе. Чем придерживаться стабильных привязанностей, он скорее объедет несколько стран, останавливаясь каждый раз в отеле, откуда легко можно попасть минимум на три разных поля, «распробовать» каждое, накапливая и сравнивая впечатления (Питер Уолтон, президент Международной ассоциации гольф-туроператоров, IAGTO).

А сравнивать есть что, поскольку в мире не найти двух одинаковых гольф полей; и даже более: ни одно гольф поле не остается «тем самым» от игры к игре. Говоря об этом, Дэвид МакЛарен, директор по собственности и спортивным объектам European Tour, подчеркнул: гольф привлекает молодых игроков и должен на них ориентироваться. При разумной маркетинговой политике за 2-4 года можно развить вкус и потребности начинающего гольфиста — от коротких групповых тренировок и самостоятельных пробных игр, постепенного знакомства с игрой на полях разной сложности — и до решения обрести статус члена клуба, ощутив престиж такого положения и полюбив клубную среду.

В связи с этим на рынке существует потребность в полях разной целевой направленности. Сложнейшее чемпионское поле по праву становится гордостью любого большого европейского гольф-клуба; однако далеко не на всех этапах своего вовлечения в гольф игроки смогут оценить преимущества такого поля! Просто не каждый может на нем сыграть — результативно и в хорошем темпе. Большинство людей, играющих в гольф достаточно хорошо, предпочитают академические гольф поля. Здесь гольфисты действительно получают удовольствие от игры, имея возможность и отдохнуть, и решать интересные спортивные задачи (Питер Харрадайн, главный менеджер и архитектор компании по строительству гольф полей «Harradine Golf»).

Есть в этой спешке и некоторые «опасности». Кажется тривиальным, однако наспех не многие гольфисты успевают разобраться в правилах игры! О том, к чему это приводит, рассказал писатель, актер и консультант по гольф-этикету Крайддан Петерсон (Швеция). Проявлять учтивость к своим соратникам по игре — дело не только доброй воли и личных психологических качеств человека, но и скоординированности его действий на поле. Гольфист, не знающий этикета, часто задерживает игру, не говоря об ущербе, который он может нанести всем находящимся на поле. Так что «кликбезы» должны попевать за путешествующими игроками (не только за ними, впрочем)!