



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

«БОЛЕЕ СТРЕМИТЕЛЬНОМУ УВЕЛИЧЕНИЮ АУДИТОРИИ ГОЛЬФА МЕШАЮТ СТЕРЕОТИПЫ»

РОССИЯ ПОКА ЗАМЕТНО ОТСТАЕТ
ОТ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН ПО ПОПУЛЯРНОСТИ ГОЛЬФА.
ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ ГОЛЬФ-КЛУБА «ПЕТЕРГОФ»
ЕКАТЕРИНА НИКОЛАЕВА РАССКАЗАЛА В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕ-
СПОНДЕНТУ ВГ МИХАИЛУ КУЗНЕЦОВУ О ТОМ, МОЖЕТ ЛИ ЭТОТ
ВИД СПОРТА ПРИНОСИТЬ ДЕНЬГИ, КАК НА НЕГО ПОВЛИЯЛА
ПАНДЕМИЯ И ЕСТЬ ЛИ В РОССИИ ГОЛЬФ-ТУРИЗМ.

BUSINESS GUIDE: Как на вашей работе сказалась пандемия?

ЕКАТЕРИНА НИКОЛАЕВА: Гольф-клуб «Петергоф», как и многие парки и спортивные учреждения, не работал до середины июня. Но после его открытия наша работа довольно быстро вошла в привычное русло. Правда, состав нашей аудитории значительно расширился. Если обычно в высокий сезон наш клуб в основном посещали гольфисты из Петербурга и иностранные группы туристов, то в этом году их сменили гольфисты из других регионов России, которые не смогли уехать за границу. Российский гольф-туризм значительно набрал обороты в этом сезоне, и мы наблюдаем определенную тенденцию роста в этом направлении.

BG: Ощутили ли вы снижение посещаемости, учитывая неблагоприятную эпидемиологическую ситуацию?

Е. Н.: В этом году гольф, наоборот, пользуется гораздо большей популярностью, чем в прошлом. Посещаемость клуба индивидуальными гостями на 25% выше, чем в предыдущем году. В текущих условиях гольф является одним из наиболее безопасных видов спорта и отдыха. Им можно заниматься на свежем воздухе, что позволяет организовать большое расстояние между гостями и предложить им различные безопасные форматы тренировок.

BG: Как вы обеспечиваете безопасность посетителей?

Е. Н.: Работа клуба осуществляется с соблюдением всех требований Роспотребнадзора. Помимо соблюдения рекомендованного расстояния между посетителями, мы регулярно проводим санитарную обработку мест общего пользования. Наибольшее внимание уделяется уходу за прокатным инвентарем.

BG: Россия серьезно уступает по популярности гольфа зарубежным странам. С чем это связано?

Е. Н.: Действительно, гольф в России остается недоступным и не столь популярным видом спорта. Во многом это связано с недостаточным развитием инфраструктуры. Например, в той же Финляндии насчитывается 150 гольф-полей. В нашей стране сейчас действует всего 17–18 луночных гольф-клубов. Но стоит отметить, что все они соответствуют высоким мировым стандартам. Это признают как иностранные гости, так и владельцы международных

гольф-туроператоров, посетивших Россию в поисках новых дестинаций для своих клиентов. Кроме того, отставанию России от других стран в сфере гольфа есть историческое объяснение. Первое его упоминание относится к периоду правления Николая II. Говорят, что царская семья, находясь в летней резиденции, часто брала уроки по мини-гольфу. Однако после революции об этом виде спорта надолго забыли. Первое гольф-поле на 18 лунок появилось в подмосковном Нахабино только в 1994 году, и долгое время оно оставалось единственным. Широкое распространение игра получила только после 2006 года, когда в стране началось активное строительство клубов. Это постепенно изменило ситуацию. Сейчас в России действует 32 поля разного уровня, большое внимание уделяется детскому гольфу.

BG: Насколько сейчас велика аудитория гольфа? Что мешает более активному развитию этого спорта?

Е. Н.: Количество гольфистов в нашей стране приближается к пяти тысячам. По сравнению с другими странами это не так много — например, в Финляндии 144 тыс. гольфистов. Более стремительно увеличению аудитории мешают стереотипы. Например, есть миф, что гольф — очень дорогой вид спорта. Еще одно заблуждение заключается в том, что гольф не дает достаточной физической нагрузки. Мы с удовольствием развеиваем эти мифы.

BG: Разве гольф не является игрой для обеспеченных людей?

Е. Н.: Долгое время гольф действительно считался очень дорогим видом спорта. Но сейчас это вполне доступное хобби для представителей среднего класса. К примеру, программа «Знакомство с гольфом» в нашем клубе стоит всего 1500 рублей, обучение в детской школе гольфа — 5000 рублей за месяц. Подобный уровень цен позволяет расширить аудиторию, сделав гольф еще доступнее и привлекательнее для разных категорий населения.

BG: Во всем мире гольф-клубы, как правило, строятся не сами по себе, а являются частью коттеджных поселков, отелей или апартаментов, что позволяет вернуть инвестиции. Могут ли отдельные клубы быть самостоятельным бизнесом?

Е. Н.: Наличие коммерческой или жилой недвижимости всегда являлось хорошим подспорьем для таких проектов. Но актив-

ный рост числа гольфистов в России дает нам надежду, что в скором времени наши поля станут высокодоходными предприятиями. С коммерческой стороны гольф-клуб интересен как рекламная площадка для профильных компаний или место для проведения различных мероприятий — от дня рождения на пять человек до клиентского дня большой корпорации. Мы рассчитываем, что вновь сможем организовывать подобные события после окончательного снятия ограничений. Также у нас есть идеи по развитию инфраструктуры для создания гольф-резорта. Но подробности этого проекта мы пока раскрывать не можем.

BG: В России в силу климатических особенностей игровой сезон длится не очень долго. Насколько это затрудняет окупаемость гольф-клуба?

Е. Н.: В России сезон игры в гольф длится с апреля по октябрь, но не обязательно ограничивается только этими месяцами. Например, в прошлом году активно играли в ноябре, так как погода это позволяла. Как показывает практика, говорить о климате как об основном показателе посещаемости клуба не стоит. Например, в Шотландии на 100 гольф-полей больше, чем в Испании, где их около 350. Хотя в первом случае климат близок к климату Санкт-Петербурга. В жару играть еще хуже, чем в холод, а дождь, напротив, несколько не мешает игре.

BG: Что является основным источником ваших доходов — членские взносы, плата за использование поля?

Е. Н.: У гольф-клубов в принципе есть несколько источников доходов: продажа сезонного членства, тренировки, туристские группы, спонсоры и мероприятия. «Петергоф» является клубом с открытой системой членства, что позволяет ему принимать всех желающих гольфистов без ограничений, развивать туризм, детский спорт, проводить мероприятия разного уровня.

BG: Многие бизнесмены предпочитают проводить время на зарубежных полях для гольфа. За счет чего российские проекты могут с ними конкурировать?

Е. Н.: В России большинство 18-луночных гольф-полей вполне конкурентоспособны на мировом уровне. Они отвечают всем международным стандартам, обустроены необходимой инфраструктурой. Показа-

телем развития рынка является и появление специализированных турагентств вроде «Гольф ин Раша», которые организуют внутренние и внешние туры для любителей гольфа.

BG: Могут ли гольф-клубы быть источником турпотока из-за рубежа или других регионов России? Можно ли говорить, что в России существует гольф-туризм?

Е. Н.: Гольф-туризмом постепенно начинают заниматься системно. В 2019 году в России начала свою деятельность организация «Международный Центр Гольф Туризма». Ее деятельность как раз направлена на информирование иностранных гольф-туристов (которых насчитывается около 30 млн) о том, что в России есть гольф. Организация берет на себя работу по подбору партнеров, которые помогают обеспечить полный спектр услуг для гольф-путешественников на самом высоком уровне. За год своей работы они привезли в Россию около 50 групп. На 2020 год заявок было вдвое больше, но пандемия внесла свои коррективы в планы любителей гольфа. Тем не менее, уже активно формируются запросы для иностранных групп на 2021 год.

BG: Что необходимо для развития гольф-туризма?

Е. Н.: Основным инструментом позиционирования страны в качестве места для гольф-туризма — профильные международные выставки. На них есть возможность познакомиться с иностранными туроператорами и пригласить их в Россию на ознакомительную поездку. Кроме того, важно формировать интересные маршруты и пакеты. Иностранные гости называют основным преимуществом гольфа в России возможность сочетать прекрасную игру с насыщенной культурной программой. Со своей стороны мы принимаем активное участие в подобных мероприятиях. К примеру, в этом году поучаствовали в финской выставке «GoExpo», откуда привезли множество запросов на туры от любителей гольфа из Северной Европы. В октябре планируется глобальная выставка профессионалов в сфере гольфа International Golf Travel Market, которую мы также собираемся посетить. Подобные мероприятия объединяют представителей отрасли и позволяют совместными силами продвигать Россию на мировом рынке как привлекательное для туризма и отдыха место. ■