

# Úloha golfového profesionála v golfovém klubu

Mgr. Petr Krabec

III. ročník Five Star Golf Academy - PGAC 2014

# Úloha golfového profesionála v golfovém klubu



Motto: „*Jedna je věc je chtít a druhá věc je moci.*”

Motto: „*Realita nás někdy vrátí na zem.*”

## PROHLÁŠENÍ AUTORA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Odevzdáním závěrečné práce souhlasím s jejím zveřejněním podle zákona č.111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů.

Prohlašuji, že autorem práce jsem já osobně.

Beru na vědomí, že závěrečná práce bude uložena v elektronické podobě v informačním systému PGAC či FTVS UK a bude dostupná k nahlédnutí.

Na moji práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3.2.

## **Obsah:**

- 1) Úvod - cíl práce
- 2) Golf jako životní styl i sportovní odvětví
- 3) Rozvoj rekreačního golfu v ČR
- 4) Golf x marketing x business
- 5) Pojmy golfový profesionál, golfový klub, majitelé resortů
- 6) Aspekty možného začlenění golfového profesionála v golf. klubu
- 7) Závěr

## **1) Úvod - cíl práce**

Tato práce je v obecné rovině věnována vztahu a vzájemným interakcím mezi golfovým klubem, majiteli hřišť či tréninkových ploch a golfovými profesionály v regionu ČR. Abychom mohli alespoň částečně nahlédnout do této problematiky, tak je nutné v základních rysech popsat, a uvědomit si, určitá specifika našeho regionu. Práce proto vymezuje a objasňuje základní pojmy a na problematiku nahlíží z historického, sociálního, marketingového a ekonomického hlediska. Zamýšlí se nad samotnou podstatou možnosti fungování golfových profesionálů v golfových klubech a tudíž i jejich případné úlohy v těchto klubech.

## 2) Golf jako životní styl i sportovní odvětví

GOLF.

Co je to vlastně golf? Záliba? Sport? Zábava? Společenská událost? Zaměstnání? Soutěž? Business setkání? Trávení volného času? ?????

Golf je, ...golf je prostě fenomén. Golf je jistě vše výše napsané, ale je i mnohem více. Především je ale sportem, a to jak na úrovni výkonnostní, tak i na úrovni amatérské. Sport jako takový je v současnosti již neodmyslitelnou součástí našeho zdravého životního stylu. Sport nám totiž zabezpečuje všestranný rozvoj morálně volních vlastností, posiluje fyzickou i psychickou odolnost, cílevědomost, sebedůvěru, odpovědnost atd. Velice často nám sport pomáhá najít naše hranice přirozených schopností a možností a pomáhá nám dosáhnout stanovených cílů. Pro mnoho lidí na celé naší planetě se golf stal nedílnou součástí jejich života a pro mnoho z nich dokonce i určitým životním stylem. To vše nám přináší golf, pokud na něj pohlížíme jako na sport.

### 3) Rozvoj rekreačního golfu v ČR

Golf se ale stal v současné době navíc i masovým a dynamicky se rozvíjejícím rekreačním sportem v České republice. Novodobé fungování tuzemského golfu po roce 1990 lze bezesporu označit za zatím nejlepší éru tohoto sportu u nás. Už na jaře 1990 Český golfový svaz (ČGS) změnil svůj název na Československou golfovou federaci (ČGF). Současně začaly golfové oddíly opouštět tělovýchovné jednoty a stávat se suverénními golfovými kluby. Po rozdělení Československa v roce 1993 začala fungovat samostatná ČGF. Devadesátá léta a především přelom století byly pro český golf nejdynamičtější obdobím v celé jeho historii. Během této doby došlo k markantnímu vzestupu počtu hřišť, klubů i hráčů. Zatímco v roce 1990 fungovalo (podle údajů z ročenek ČGF) na našem území 8 znormovaných golfových hřišť a 12 klubů, aktuálně je tuzemským golfistům k dispozici okolo 100 hřišť a 150 klubů. S rozšiřujícím se počtem golfových resortů roste také obec aktivních hráčů golfu, která má nyní v ČR vedle florbalu nejdynamičtěji rostoucí členskou základnu.

Obliba tohoto sportu roste také pro jeho nesporné přednosti, jako jsou pohyb v přírodě, dlouhá chůze po měkkém trávníku, potřeba stálého zdokonalování golfových ran, potřeba emoční rovnováhy, fyzické kondice, přesnosti a dodržování gentlemanských pravidel hry. Golf dává také příležitost těm lidem, kterým nevyhovují např. kontaktní sporty, ale také lidem různého věku, pohlaví, fyzických dispozic či zdravotního omezení. Je dobré, že golf již pomalu ztrácí také punc snobského sportu a stává se z něj sport, který je snadno dostupný každému, kdo o něj projeví zájem. Po raketovém nárůstu počtu členské základny z posledních cca deseti let, můžeme stále i nyní konstatovat, že počet hrajících golfistů v ČR nadále pomalu narůstá. Drtivá většina golfistů si tento sport od počátku zamiluje a někteří jej skutečně přijmou jako svůj životní styl a něco, bez čeho se nemohou obejít. Řčení, že kdo jednou golf začne hrát, tak již nepřestane, se ukazuje jako zcela přesné. Obec amatérských hráčů roste i díky obrovskému zájmu médií o profesionální golf, neboť golf patří k nejsledovanějším sportům vůbec. Existuje nepřeborné množství specializovaných televizních kanálů, golfových magazínů či golfových serverů.

#### 4) Golf x marketing x business

Jedním z cílených marketingových instrumentů k popularizaci golfu a ještě většímu nárůstu členské základny byla kampaň ČGF – Hraj golf, změň život. V tuzemském prostředí se jednalo o kampaň na propagaci golfu jako takového, jejímž zadavatelem byla Česká golfová federace, jako sportovní svaz, který má formu občanského sdružení, dle zákona č. 83/1990 Sb., O sdružování občanů. Členy ČGF nejsou většinou samotní golfisté, ale jednotlivé golfové kluby, tedy jiná občanská sdružení, každé se svými interními zájmy, cíly a finančními možnostmi.

Výbor ČGF v roce 2010 konstatoval, že: *„dle jeho názoru prudký rozvoj výstavby hřišť a snížení dynamiky přírůstku členů v posledních třech letech způsobil, že je v ČR nyní nižší počet hráčů na hřiště, než by bylo pro zdravou ekonomickou efektivitu resortů žádoucí.“*

Obecná koncepce rozvoje golfu v České republice si kladla za cíl: *„Dosažením většího počtu hráčů podpořit výchovu vrcholových sportovců a národních reprezentantů. Zvýšení herní úrovně a posílení respektování pravidel a etikety.“* V rámci kampaně „Hraj golf, změň život“, byly proto jako prioritní označeny tři oblasti:

- 1) *Golfové kluby a golf jako společenská hra*
- 2) *Pohled na český golf*
- 3) *Spolupráce s provozovateli a majiteli hřišť a jinými golfovými i negolfovými institucemi.*

Cílem projektu tak, jak byl v roce 2010 představen, bylo během tří let získat 50 000 nových golfistů, a tím takřka zdvojnásobit počet golfistů registrovaných v klubech pod hlavičkou ČGF. Projekt "Hraj golf, změň život" měl především dvě roviny. Jednak rovinu konkrétní nabídky zájemcům o golfovou hru a pak rovinu mediální, jejímž cílem bylo oslovit další potenciální golfisty především prostřednictvím známých osobností přes zapojení atraktivních mediálních partnerů, jako jsou ČT4 Sport, MF Dnes, CineStar a další.

Bohužel i přes poměrně masivní nasazení v těchto médiích lze konstatovat, že kampaň nijak zásadně neprohloubila povědomí o dostupnosti golfu v masovém publiku. Kampaň pomohla získat cca 9 000 zájemců, z toho zaevidovaných cca 5 000. Skoro polovina ze zaevidovaných přitom s tréninkem nezačala z kapacitních důvodů a startovní balíček dokončilo a osvědčení o způsobilosti ke hře nebo členství v ČGF získalo jen cca 600 zájemců.



Jako jeden z problémů, proč byla celá kampaň neúspěšná, se ukazuje, že ČGF ke svému projektu nezískala samotné své členy, ať už kluby nebo golfisty samotné. Partnerství v projektu potvrdilo pouze 48 klubů, přitom v ČR jich působí min 3x tolik. Nedostatečná byla především vnitřní vysvětlovací kampaň objasňující potenciální benefity razantního zvýšení počtu aktivních golfistů. Do jisté míry negativní vliv spatřuji i v samotném startovním balíčku. Jeho atraktivní cena totiž do značné míry devaluje úsilí těch, kteří s golfem začali před začátkem programu a museli investovat nesrovnatelně vyšší částku, aby mohli získat tzv. Zelenou kartu.

I přes tento poměrně nezdařený pokus o ještě masivnější nárůst hráčské základny můžeme konstatovat, že zájem o hru je v ČR poměrně velký a nese s sebou nejen rozvoj hry jako takové, ale samozřejmě také obrovský růst golfového businessu, a to ve všech možných oborech. Jedná se o budování infrastruktury a provozování golfových hřišť či samostatných tréninkových ploch, provozování obchodů s golfovým vybavením a oblečením, golfové módy, merchandisingu, marketingových aktivit spojených s golfem a to jak obecně nebo např. při organizaci golfových tour či turnajů, golfových cest a golfové turistiky, trenérské činnosti, zřizování golfových klubů atd. Ve všech těchto oborech nachází své uplatnění mnoho pracovníků, managerů, zaměstnanců a také golfových profesionálů, kteří přispívají k rozvoji tohoto sportu.

## 5) Pojmy golfový profesionál, golfový klub, majitelé resortů

### Golfový profesionál

Jedním článkem v celém golfovém soukolí, je role tzv. golfového profesionála. Co to ale vlastně je golfový profesionál, tak zvaný "profík"? Golf má totiž jako již jeden z mála sportů ve světě a tudíž i v našich končinách, statut profesionálního sportu. U nás to v praxi znamená, že kdo chce vystoupit z amatérských golfových vod mezi profesionály, tak se musí stát členem Profesionální golfové asociace hráčů a trenérů golfu v ČR založené v roce 1990 (PGAC), která se následně v listopadu 1999 stala i plnoprávným členem PGA of EUROPE.

Členem PGAC a tudíž profíkem, se u nás může dotyčný stát ve dvou rovinách. V první řadě jako golfový **profesionál - hráč**, který musí při vstupu splňovat přísnou hráčskou výkonnost a prokazovat ji na nadále na oficiálních turnajích a v druhé řadě jako **profesionál - trenér**, jehož herní výkonnost nemusí při vstupu dosahovat kvalit profesionála hráče, ale který by měl po absolvování povinného studia v rámci interního vzdělávacího programu PGAC následně zahajovat svoji trenérskou práci v oblasti výuky golfu, jako tzv. profesionální trenér golfu.

Již toto specifické dělení je v očích golfové veřejnosti poměrně složitě uchopitelné a slovo "profík" je v 90 % chápáno, jako profí hráč. Realita je přitom zcela opačná. Valná většina členů PGAC je v roli profesionál - trenér, s úmyslem se nadále nevěnovat profesionální hře, ale naopak si následně vydělávat jako profesionální - certifikovaný trenér golfu. Jen malá část těchto plně kvalifikovaných trenérů, se následně 100 % věnuje profesionálnímu - sportovnímu tréninku s mládeží či hráči, jejichž cílem je golf provozovat jakou soutěžní - výkonnostní sport. Valná většina těchto trenérů naopak nadále působí jako trenér pro hráče začínající, amatérské a rekreační.

Otázka tedy zní? Co je prioritním zájmem golfového profesionála?

## Golfový klub

Dalším důležitým článkem je tzv. golfový klub. Golfový klub je v ČR trochu specifický pojem, neboť se jedná ve většině případů o občanská sdružení, která jsou členy ČGF. Samotní golfisté (až na výjimky registrované v centrální mimoklubové registraci ČGF) jsou členy jednotlivých golfových klubů a ne samotné ČGF.

Golfové kluby v sobě tudíž sdružují minimálně tři kategorie hráčů:

- Rekreační golfisté (nehrají s úpravou HCP)
- Výkonnostní golfisté (hrají s úpravou HCP)
- Soutěžní golfisté

Právě v tom je hlavní specifikum ČGF mezi ostatními sportovními organizacemi. V podstatě jde totiž o velmi heterogenní skupinu spojující všechny tři výše nastíněné kategorie hráčů. To je svým způsobem výjimečné, neboť jiné sportovní svazy jsou většinou velmi vyhraněné ve svých cílech. Buďto jde primárně o dosahování vrcholných sportovních výsledků, jako například v případě atletického svazu, nebo jde naopak o organizace zaměřené především na rekreační sportování a životní styl, typickými příklady jsou Sokol nebo Klub českých turistů. V ČR máme golfové kluby otevřené i uzavřené novým členům, ale také určité specifikum, a to jsou tzv. virtuální kluby. Jedná se kluby, které nemají žádné zázemí golfového hřiště či tréninkové plochy a jsou zakládány pouze za účelem sdružovat členy, kterým za paušální roční klubový poplatek nabízejí zvýhodněné fee na hřištích, s kterými klub uzavře smlouvu o spolupráci.

Otázka tedy zní? Co je prioritním zájmem golfového klubu?

## Majitelé

Posledním bodem pomyslného trojúhelníku, jsou majitelé golfových resortů, a to buď samotných golfových hřišť, nebo jen tréninkových ploch. Ve většině případů se jedná o fyzické či právnické osoby z ČR nebo zahraničí, kteří vynaložili obrovské finanční částky na vybudování a následný provoz těchto golfových resortů. Tito majitelé potom resorty sami provozují, nebo jejich provoz svěřili do rukou zájemců o jejich provozování, ale všichni toto činí se stejným cílem. Tímto cílem je pro většinu investorů zcela jednoznačně finanční návratnost celé investice ve stanovené časové ose a následně tvorba zisku, což je také zákonná podmínka podnikání. Vzhledem k vysokým počátečním investicím a poměrně krátké historii golfu u nás a krátkému provozu konkrétních hřišť je tudíž zřejmé, že většina resortů ještě nebyla schopna generovat zisk ani v takové výši, aby pokryl veškeré počáteční investice.

Otázka tedy zní? Co je prioritním zájmem majitele golfového resortu?

## 6) Aspekty možného začlenění golfového profesionála v golf. klubu

Již ze stručného popisu a zjednodušené charakteristiky těchto tří pomyslných bodů trojúhelníku je více než zřejmé, že se zde setkávají tři ve většině případů samostatné a zcela oddělené subjekty, které na sobě i velice často nezávisle působí. Na nezodpovězené otázky, co je prioritním zájmem těchto tří samostatných subjektů, nelze proto najít zcela jednoznačnou odpověď, neboť se bude lišit v čase a jiná bude nyní a jiná např. za 10 let. Jeden cíl ale mají už v současné době společný. Tímto cílem je jednoznačně vytvářet zisk.

Z tohoto pohledu se již můžeme podívat na roli a problematiku začlenění tzv. golfového profesionála v golfovém klubu. Ale hned se také můžeme zeptat, jakého tedy vlastně profesionála by měl golfový klub mít? Profesionála hráče? Nebo profesionála trenéra?

Jako u tří subjektů výše uvedeného pomyslného trojúhelníku, je i zde zcela přirozené, že zájmy a cíle jsou u těchto dvou skupin profesionálů zcela rozdílné a fakticky se rozcházejí. Rovnice hráč chce hrát a trenér chce trénovat, je zde zcela výstižná. Také morálně - volní vlastnosti, schopnosti, znalosti a osobnostní předpoklady jsou pro obě skupiny rozdílné a tudíž budou hrát zásadní roli i pro majitele klubu v případně zvažování jejich angažmá. Logická volba by pak měla od majitelů klubů padat přirozeně na profika-trenéra.

Chtějí ale vůbec tyto profesionálové působit v golfovém klubu?

A za jakých podmínek?

A v jakých klubech?

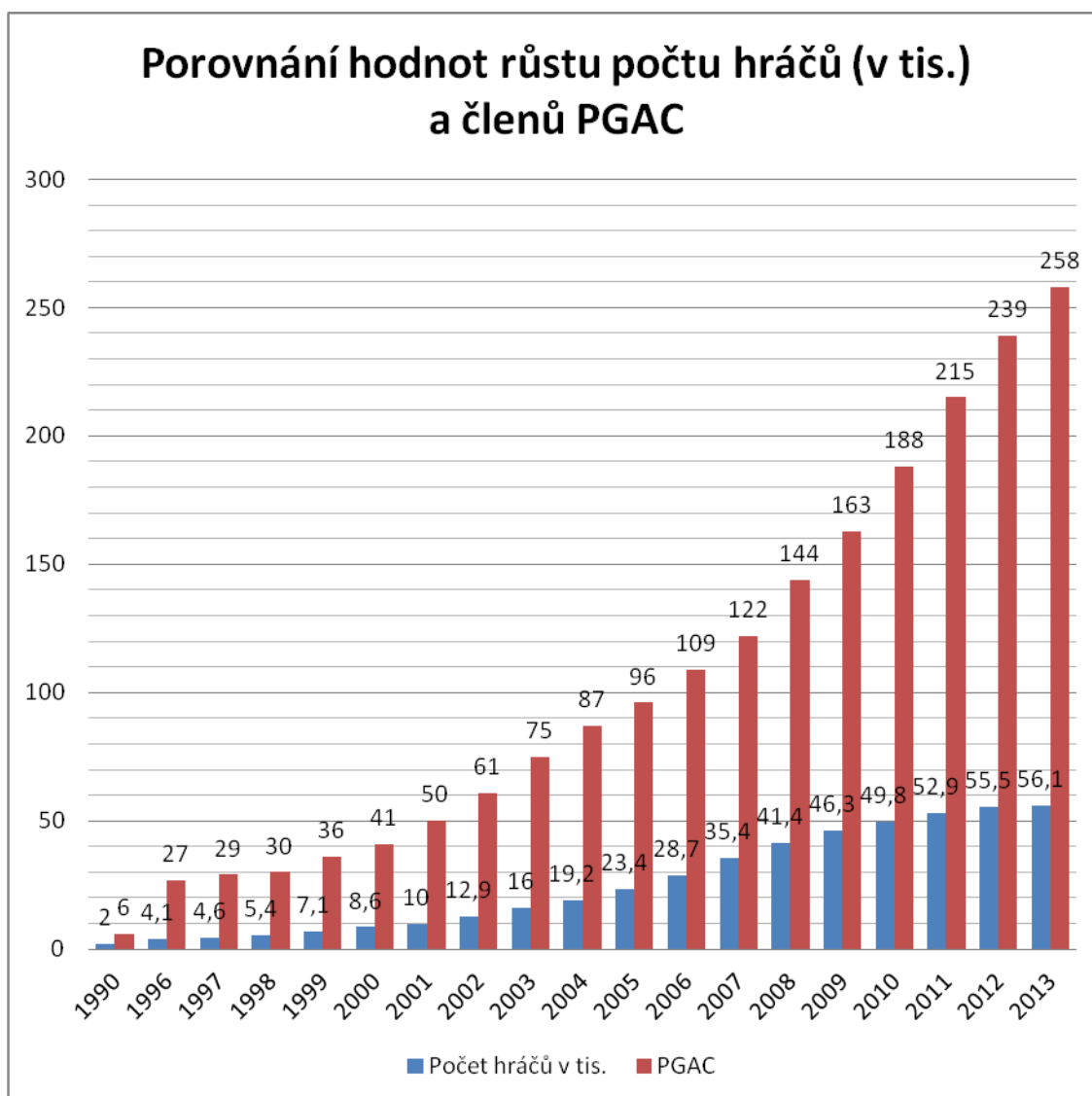
V klubech s hřištěm, s drivingem nebo jen ve virtuálních klubech bez ničeho?

A mají vůbec kluby zájem o práci těchto lidí a prostředky na to je zaplatit?

A rozhodují vůbec samotné kluby o angažování profesionála nebo o tom rozhoduje majitel resortu?

Čím více si můžeme těchto oprávněných otázek položit, tím složitější je řešení a nalezení optimálního stavu. Abychom si mohli alespoň částečně odpovědět na těchto pár otázek, tak si musíme v první řadě uvědomit, co je zájmem většiny profíků - trenérů, kteří za tímto účelem v ČR vstoupili do PGAC, prošli tříletým placeným cyklem vzdělávání a získali příslušné vzdělání a příslušný certifikát k provozování této živnosti. Odpověď je jednoduchá - trénovat a předávat své poznatky a znalosti dál a vydělávat peníze.

Vzhledem k poměrně složitému pohybovému stereotypu, který je pro hraní golfu nutný a i vzhledem k nutnosti každého začínajícího golfisty získat tzv. oprávnění pro hru, využívají služeb golfových trenérů prakticky všichni nováčci, kteří mají o golf zájem. Na první pohled by se zdálo, že golfový trenér má tudíž o živobytí postaráno, ale ono tomu tak není. Golfových trenérů každým rokem o cca 20 přibývá (v současné době je stav cca 280), ale stejným tempem rozhodně neroste členská základna a ani není reálné, aby stále vznikala další nová hřiště, kluby a tudíž i další pracovní příležitosti.

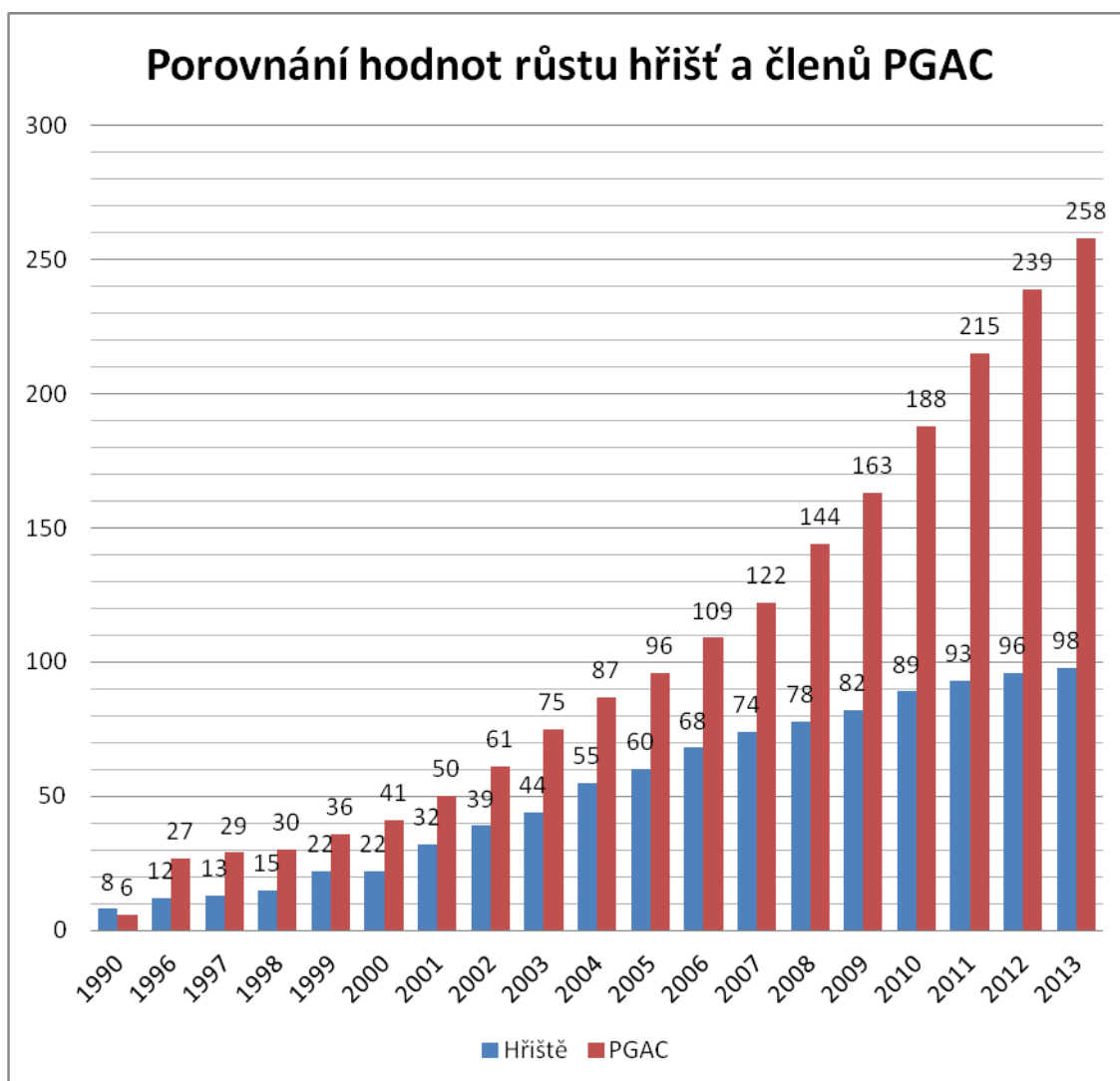


Začínající golfisté k trenérovi chodí v současné době často již jen na jednu-dvě lekce, namísto většího počtu, který absolvovali dříve a i osvědčení pro hru si mohou nechat vydat prakticky zadarmo od tzv. garanta. Trenérům samozřejmě stále zůstává početná klientela těch, kteří už golf hrají a chodí na lekce proto, že se chtějí zlepšovat. Z demografického hlediska dochází v segmentu golfistů k řadě proměn. V souvislosti s postupnými změnami image golfu se na hřištích objevuje stále více mladých lidí a žen. Řada aktivních golfistů jsou také rodiče, kteří vedou ke golfu rovněž své děti, a tak i význam této skupiny roste.

Přestože v široké veřejnosti stále přetrvává stereotypní vnímání golfu jako hry pro bohaté, i tento pohled se daří postupně měnit a golfu se věnují stále častěji také lidé, kteří nepatří do ekonomicky nejsilnějších tříd společnosti. Stále častěji také vyrůstají i nízkonákladová golfové hřiště a tréninkové plochy přístupná široké veřejnosti.

Kam ale tito lidé trénovat skutečně chodí a jak daleko jsou schopni a ochotni za trenérem dojet? Pojedou do svého klubu, nebo raději klidně na obyčejný, ale nejbližší driving range? Na toto již částečně odpovídají různé marketingové studie, které jasně prokázaly rozdíly v chování dané jak regionálně, tak i věkem, pohlavím, vzděláním atd. V obecné rovině je nutné vycházet z faktu, že průměrný věk golfové veřejnosti je „střední věk“ 40-60 let, 3/4 členů jsou muži a průměrná dojezdová vzdálenost na golfové hřiště je 40 km. Dojezdová vzdálenost na pouhý cca hodinový trénink, je ovšem výrazně kratší, a to v průměru cca 10 km a samozřejmě se i výrazně mění v závislosti na regionu. Zcela jiná bude v Praze, velkých městech a aglomeracích a zcela jiná bude v menších městech a na vesnici. Koncentrace hráčů v závislosti na regionu a jeho počtu a rozložení hřišť, je velice rozdílná a pro hráče často limitující. Tomuto faktu se samozřejmě přizpůsobují i golfové profesionálové - trenéři.



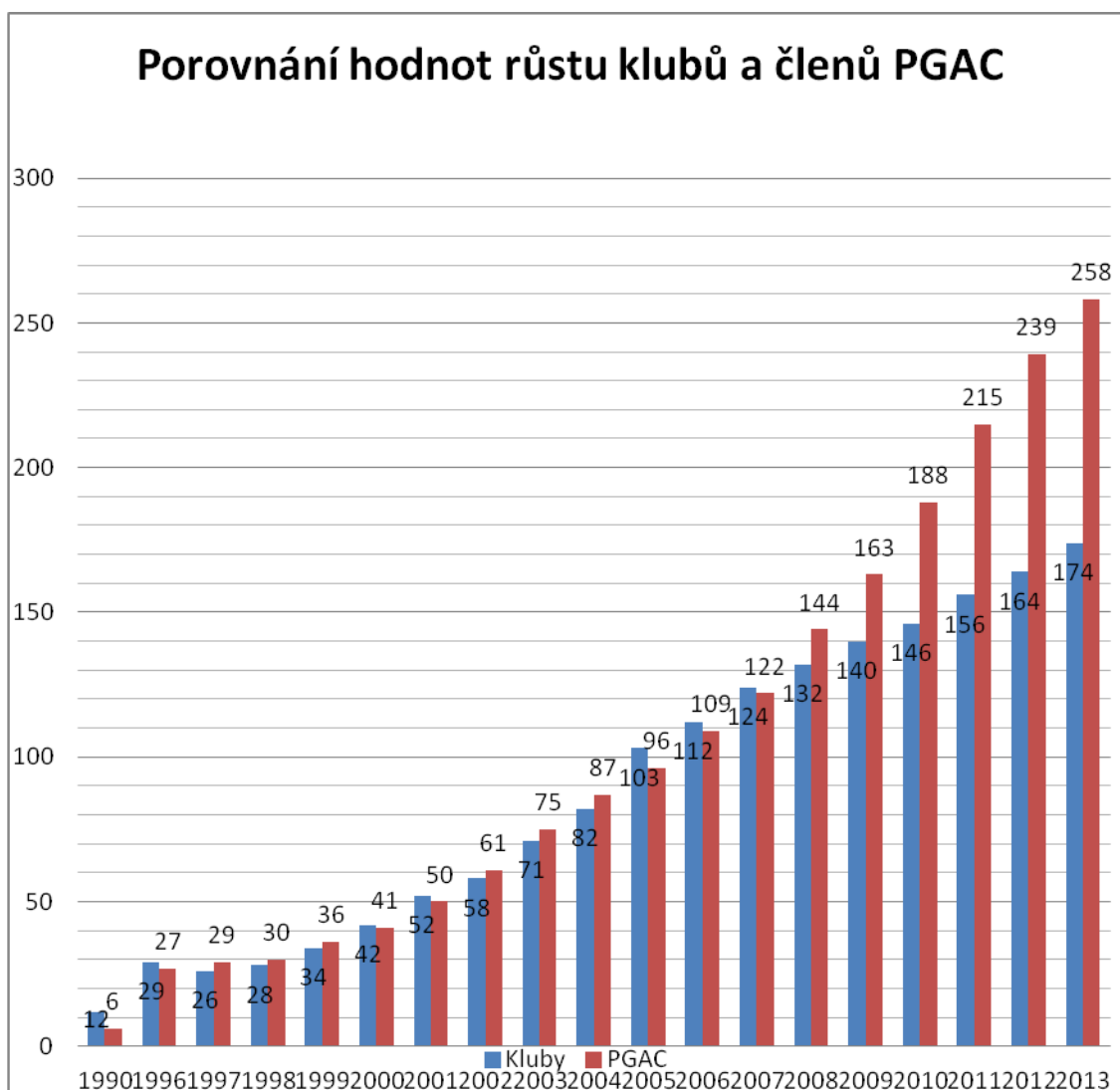


Kde tito trenéři tedy působí a kde trénují? Realita našeho trhu došla tak daleko, že jednotliví trenéři se o své klienty navzájem přetahují, často nemají žádné pevné zázemí jednoho pracovního působiště, pronajímají si rohožky a během dne přebíhají z jednoho driving range na druhý, aby si své klienty v dané lokalitě udrželi. Klubových trenérů je minimálně, často se zde spíše profilují určité spolky trenérů či akademie, které si pronajímají celé tréninkové plochy jen pro sebe a jiné trenéry v obavě, aby nepřišli o klienty, na tyto plochy vůbec nevpustí, nebo od nich požadují nehorázné poplatky za tzv. rohožkovné.

Trenéři také často mění své působiště a to v situaci, když např. na dané hřiště přestanou chodit jejich hráči-klienti. To je z ekonomického hlediska pochopitelné. Ale v současné české praxi

to posléze vypadá tak, že například v Praze působí obrovské množství trenérů, kteří naopak chybí v mnoha venkovských klubech. Jejich roli zde pak plní cvičitelé, kteří na to často nemají příslušnou odbornou kvalifikaci a měli by být profesionálním trenérům spíše jakými si pomocníky.

Práce profesionálního trenéra není lehká. Stát osm i více hodin denně na rohožce a říkat v zásadě stále to samé, to velmi rychle omrzí a z práce se pak stává stereotypní dřina. Na druhou stranu ale částky, které trenéři za své lekce berou, nejsou malé. Hodinová lekce se u nás pohybuje mezi 600 - 1000 korunami, když má trenér hodně žáků a když je na rohožce od rána do večera, může si velmi dobře vydělat. I proto může být trénování pro hodně lidí atraktivní životní cestou. Nicméně profese golfového profesionála je u nás (stejně jako golf sám) stále ve fázi postupného ujasňování si vlastního postavení a to v souvislosti s jejich prací platí i pro PGAC jako celek. Např. její požadavek na doložení smlouvy s golfovým klubem od nových zájemců vstupujících do řad PGAC se v kontextu všeho výše popsaného jeví už pouze vzhledem k počtu hřišť x počtu profesionálních trenérů, jako zcela nesmyslný.



Do nedávné doby to měli trénující profíci snadnější, dnes už ale zdaleka nejsou jedinou vstupní branou pro nováčky, navíc se kvůli ekonomické krizi všude šetří, počet trenérů roste a konkurence se zvyšuje.

V souvislosti se začleněním golfového profesionála do golfového klubu je nutné si uvědomit, co je zájmem většiny našich standardních golfových klubů. Ve valné většině se rozhodně nejedná o výchovu juniorských či seniorských vrcholových sportovců, a tudíž tyto kluby nemají zájem o golfového profesionála specializujícího se čistě na trénink nejvyšší sportovní úrovně.

Standardní golfový klub, který je součástí golfového resortu s vlastním hřištěm a zázemím, sdružuje určité množství klubových členů a to v převážné většině rekreačních hráčů. Zájem těchto klubů je spokojenost a stálost těchto členů, jejichž poplatky jsou nedílnou součástí ekonomického zdraví celého resortu.

Většina klubů se proto snaží své členy udržet a nabízí jim nepřehledné množství doplňujících služeb jako je např. pořádání a zajištění zahraničních zájezdů, zlevněného zboží, zlevněných fee na partnerských hřištích atd. Klub samozřejmě musí vycházet z potřeb a zájmů svých členů, mezi které ale bohužel prioritně nepatří osoba golfového profesionála působícího pod hlavičkou samotného klubu či resortu. Část členské základny by takového profesionála, který by byl této skupině rekreačních hráčů v klubu k dispozici, přivítala a jeho služeb i pravidelně využívala.

Marketingové studie však ukazují, že ve většině klubů není o tyto služby takový zájem, aby se vedení klubu vyplatilo spolupracovat s golfovým profesionálem na plný pracovní úvazek, ale často ani na poloviční pracovní úvazek. Tato skutečnost je samozřejmě dána např. polohou hřiště vůči dojezdové vzdálenosti členů klubu z místa jejich bydliště nebo zaměstnání. Studie ukazují, že průměrná akceptovatelná, dojezdová vzdálenost na lekci s trenérem je cca 10 - 15 km a členové klubu v případě dojezdové vzdálenosti větší, o lekce zájem nemají a preferují např. jen driving range v místě jejich bydliště. Z anket dále vyplývá, že členi klubu by na svém hřišti sice golfového trenéra, který je zná jménem, pravidelně se s nimi v klubu setkává, poradí jim a zná jejich golfový vývoj, rádi měli, ale na druhé straně dodávají, že o pravidelné tréninkové lekce by mělo zájem jen poměrně malé procento.

Alfa a omega tedy zní, jestli golfový klub vůbec má zájem golfového trenéra zaměstnat a jestli do takového klubu vůbec chce golfový trenér nastoupit a hlavně za jakých podmínek?

Současná situace je totiž taková, že cca 90 % klubů či majitelů golfových hřišť golfové trenéry vůbec nezaměstnává na klasický pracovní úvazek, ale trenérům za příslušnou provizi pouze umožňuje působit na jejich tréninkových plochách. To samozřejmě vede k situaci, že takovýto trenér nemá ke klubu a klubovému životu jako takovému, prakticky žádný vztah.

Tento stav mohou změnit pouze kluby a majitelé a to pouze za situace, že si sami dokáží ekonomicky odůvodnit přínos spojení klubu a plnohodnotně zaměstnaného golfového trenéra.

Pracovní náplní takto zaměstnaných trenérů nemůže být dle výše uvedeného samozřejmě pouze trenérská činnost zaměřená na členy klubu či vedení golfových klinik, ale mělo by se jednat o činnost mnohem komplexnější, kde se tito golfový profesionálové navíc podílí i na chodu klubu jako takového a to např. v zázemí, při pořádání turnajů, na samotném hřišti v pro shopu atd. Pokud si majitelé tuto práci vyhodnotí jako přínosnou a svým členům tyto služby k jejich i vlastní spokojenosti umožní využívat, tak se i v našem regionu dočkáme klubového života, neboť to je v dlouhodobém horizontu budoucnost fungování golfových klubů jako takových.

V téhle souvislosti je na místě úvaha nad tím, jaká by měla být role golfového profesionála-trenéra. Ideál je takový, že tento profesionál - trenér by měl být součástí každého klubu a nejlépe jeho zaměstnancem s plným platem, který si tudíž klienty nemusí sám shánět. Měl by v klubu nejen trénovat a být k dispozici klubovým členům, ale měl by např. pomáhat i na hřišti, s pořádáním turnajů, golfových klinik, ale i např. v zázemí či pro shopu. V rámci klubu by měl pomáhat řešit záležitosti týkající se hřiště a jeho úprav, údržby, provozu, obecně sportovních otázek, pravidel a samozřejmě by se měl věnovat dětem a rozvoji mládeže v klubu. Pro členy klubu je potom příjemnou samozřejmostí, že v rámci klubu je „jejich“ trenér, s kterým se znají, který zná je a jejich hru a který je jim k dispozici malou radou, lekcí nebo pomůže s nákupem golfového vybavení v pro shopu.

## **7) Závěr**

Toto je samozřejmě ideální stav, který funguje dobře v zahraničí a asi i v několika málo našich klubech, ale běžným jevem rozhodně není a v dohledné době u nás ani nebude a to z důvodů historických, mentálních a samozřejmě také ekonomických, tak jak bylo vysvětleno v předchozím textu.

Na vysvětlení, proč daný model u nás nefunguje tak dobře jako v zahraničí, existuje mnoho faktorů a zdůvodnění. Hlavně musíme vyjít z historie a masivnějšího rozvoje golfu v ČR, který se začal výrazněji profilovat až po roce 1990. Proto nám nezbývá než doufat, že v dohledné době se stane běžnou praxí, že provozovatel, majitel hřiště a klubu, budou běžně jednou právnickou osobou s jasným a jednotným zájmem a cílem a nebude v rámci jednoho resortu docházet k praktické konkurenci a vzájemnému ekonomickému boji těchto jednotlivých složek.

Dobře fungující klubový život a to i s přispěním práce golfového profesionála, který by majitelům i klubům zajišťoval pravidelné příjmy a navíc utvářel příjemné klubové zázemí, není totiž v golfovém klubu otázka několika let, ale spíše generací. Nezbývá než věřit, že morální profil a profesní schopnosti našich golfových profesionálů přispějí k tomu, abychom tento čas co možná nejvíce zkrátali.

## SEZNAM ZDROJŮ

1. CAMPBELL, Malcolm: *Nová encyklopedie golfu*
2. MACHÁČEK, David: *Fenomén golfu v marketingové komunikaci a jeho aplikace v praxi*
3. KOTLER, Philip: *Marketing*
4. SEKOT, Aleš: *Sociologické problémy sportu*
5. SIRAK, Ron: *Peníze za více práce*
6. VAJNER, Miloš: *Golf jako volnočasová aktivita*
7. ZAHRADNÍČEK, Michal: *ČESKÁ GOLFOVÁ FEDERACE. Může se stát golfová federace moderním sportovním svazem?*
8. *ČGF Aktualizovaná koncepce Výboru ČGF do roku 2013*
9. SEDLÁK, Prokop: *Historie golfu v České republice*
10. HUDSKÝ, Aleš, SKOPOVÝ, Karel: *Golf je věc cti. Byznys se někdy může inspirovat.*
11. *ČGF statistika do roku 2013*
12. *PGAC statistika do roku 2013*