

## Marketing musí pružnejšie reagovať na zmeny na trhu

Trend; 19/2016; 12/05/2016; s.: 7; Jarmila Horváthová ; Zaradenie: TREND TOP v cestovaní

Nový generálny riaditeľ SACR Igor Donoval o úlohách agentúry

Jarmila Horváthová / horvathova@trend.sk

Slovenská agentúra pre cestovný ruch má niekoľko dní nového generálneho riaditeľa. V čase uzávierky TREND TOP v cestovaní 2016 agentúra informovala, že minister dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja odvolal z funkcie doterajšiu riaditeľku Martu Kučerovú, ktorá viedla SACR od volieb v roku 2012, a na jej miesto vymenoval Igora Donovala. Ten stručne odpovedal na otázky TRENDU

\* Čo plánujete ako prvé v rámci SACR riešiť alebo čo potrebuje podľa vás najnaliehavejšie riešenie?

Stojí pred nami nová výzva v podobe nového brandu krajiny, ktorý potrebujeme čo najúčinnšie a najefektívnejšie zapracovať do komunikácie SACR. Budeme sa usilovať, aby bola nová značka Slovenska Good Idea Slovakia vnímaná ako dobrý nápad v rozhodovaní sa domácich a zahraničných turistov pre Slovensko. Pri tom budeme intenzívne spolupracovať aj s rezortom zahraničných vecí a s tvorcami brandingu. Na šírenie novej identity Slovenska využijeme aj blížiace sa predsedníctvo Slovenska v Rade EÚ.

\* Na konferencii TRENDU sa v marci hovorilo, že by sa mal zmeniť systém financovania SACR a že by bolo dobré z neho urobiť PPP projekt. Čo si myslíte o takomto financovaní, ktoré úspešne funguje napríklad v Rakúsku?

Rozhodovanie o takýchto záležitostiach nie je v kompetencii SACR, ale spadá pod zriaďovateľa, Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR, preto je lepšie sa s touto otázkou obrátiť priamo na nich.

\* V roku 2013 malo Slovensko slušný nárast turistov, v roku 2014 prišiel dvojciferný pokles, vlni dvojciferný nárast. Prečo to podľa vás tak je a čo by bolo treba robiť pre to, aby návštevnosť rástla kontinuálne, ako je to v okolitých krajinách?

Pokles návštevnosti na Slovensku v roku 2014 okrem iného ovplyvnilo aj globálne zníženie návštevnosti regiónu strednej a východnej Európy, na ktorý poukázala vo svojich analýzach aj Európska komisia pre cestovný ruch. Musíme si uvedomiť, že návštevnosť ktorejkoľvek destinácie závisí od vplyvu širšieho spektra faktorov, ktoré dovolenkári zohľadňujú pri výbere svojho pobytu. V značnej miere to môžu byť aj aktuálne klimatické podmienky či socio-ekonomická a bezpečnostná situácia daného regiónu. V SACR si uvedomujeme, že bude potrebné v rámci marketingovej komunikácie pružnejšie reagovať na aktuálne trendy a prebiehajúce zmeny vo vývoji dopytu na trhu cestovného ruchu.

\* Turistická brandža sa posledné roky dosť často ponosovala, že SACR s ňou málo komunikovala a koordinovala svoje aktivity. Bude sa na tomto niečo meniť?

Určite sa budeme orientovať na zlepšenie komunikácie a kooperácie s profesijnými a regionálnymi organizáciami cestovného ruchu a na zabezpečenie súčinnosti a koordinácie aktivít v oblasti strategického destinačného manažmentu.

----

Igor Donoval (38)

**vyštudoval** cestovný ruch na **Ekonomickej fakulte Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici**. V SACR pôsobí od roku 2005, kde pracoval na tvorbe strategických a koncepčných dokumentov a zastupoval agentúru vo viacerých medzirezortných pracovných skupinách. Do vymenovania do funkcie šéfa SACR pracoval na odbore analýz a tvorby produktov cestovného ruchu.