



**OBČINA ROGAŠKA SLATINA**

Izletniška ulica 2, 3250 Rogaska Slatina

T: 03 81 81 700

F: 03 81 81 724

E: [obcina@rogaska-slatina.si](mailto:obcina@rogaska-slatina.si)

[www.rogaska-slatina.si](http://www.rogaska-slatina.si)

**DODATNO GRADIVO**  
**ZA 31. SEJO OBČINSKEGA SVETA**

**Rogaška Slatina, 26. februar 2014**



**OBČINA ROGAŠKA SLATINA**  
**OBČINSKI SVET**

Izletniška ulica 2, 3250 Rogaska Slatina

T: 03 81 81 700  
F: 03 81 81 724  
E: [obcina@rogaska-slatina.si](mailto:obcina@rogaska-slatina.si)  
[www.rogaska-slatina.si](http://www.rogaska-slatina.si)

Številka: 0320-0002/2014

Datum: 26.2.2014

**Zadeva: Gradivo za dodatno točko dnevnega reda 31. redne seje Občinskega sveta Občine Rogaska Slatina**

Predlagatelj: Komisija za mandatna vprašanja, volitve in imenovanja

**Zadeva: Predlog soglasja k imenovanju v.d. direktorja JZ za turizem in kulturo Rogaska Slatina**

Pravne podlage: Odlok o spojitvi JZ za kulturo Rogaska Slatina in JZ turizem Rogaska Slatina v JZ za turizem in kulturo Rogaska Slatina (Uradni list RS, št. 52/13)  
Statut Občine Rogaska Slatina (Uradni list RS, št. 26/12)

Poročevalec: mag. Bojan Pirš

Priloga: Zapisnik Komisije za mandatna vprašanja, volitve in imenovanja z dne 26. 2.2014  
Program dela predlaganega kandidata

**Predlog sklepa: Občinski svet Občine Rogaska Slatina soglaša z imenovanjem g. Saša Kopinča, Kamniška ulica 52, Maribor za v.d. direktorja JZ za turizem in kulturo Rogaska Slatina za obdobje 1 leta.**



**OBČINA ROGAŠKA SLATINA**  
Izletniška ulica 2, 3250 Rogaska Slatina

T: 03 81 81 700  
F: 03 81 81 724  
E: [obcina@rogaska-slatina.si](mailto:obcina@rogaska-slatina.si)  
[www.rogaska-slatina.si](http://www.rogaska-slatina.si)

**OBČINSKEMU SVETU**  
**OBČINE ROGAŠKA SLATINA**

Številka: 0320-0002/2014  
Datum: 26. 02. 2014

**Zadeva: Imenovanje vršilca dolžnosti JZ za turizem in kulturo Rogaska Slatina**

Na podlagi sklepa 5. redne seje Sveta JZ za turizem in kulturo Rogaska Slatina (po dveh neuspešno zaključenih razpisih za mandat direktorja novoustanovljenega zavoda) smo v občinskih strokovnih službah prišli do zaključka, da bi lahko z vršilcem dolžnosti nalog direktorja dosegli začetek uresničevanja ciljev, ki smo jih ob spojitvi javnih zavodov zastavili.

Ocenjujemo, da lahko v.d. direktorja v roku enega leta izvede vse aktivnosti, ki so potrebne za zagotovitev začetka delovanja novega zavoda in njegovo redno obratovanje, Svet zavoda pa lahko pred potekom enega leta ponovno izvede javni razpis.

Predlaganega kandidata je potrdil Svet zavoda, pozitivno mnenje k njegovemu imenovanju je danes podala tudi Komisija za mandatna vprašanja, volitve in imenovanja.

Občinskemu svetu Občine Rogaska Slatina predlagamo, da poda soglasje k imenovanju g. Saše Kopinča za vršilca dolžnosti direktorja JZ za turizem in kulturo Rogaska Slatina za obdobje enega leta.

Petra GAŠPARIĆ  
Podsekretarka

mag. Branko KIDRIČ  
Župan

# SAŠA KOPINČ

## ← *Curriculum Vitae*

KAMNIŠKA ULICA 52 E-mail: [sasokopinc@gmail.com](mailto:sasokopinc@gmail.com)  
2000 MARIBOR Gsm: + 386 31 345 698

---

### OSEBNI PODATKI

Datum in kraj rojstva: 09. december 1978 v Celju, Slovenija  
Spol: moški  
Državljanstvo: slovensko

#### Osebnostne lastnosti:

- komunikativen, delaven, zanesljiv, prilagodljiv, lojalen, kreativen, samoiniciativen, sposoben vodenja in pogajanj, profesionalen in usmerjen k rezultatom

#### Prosti čas:

- tenis, triatlon, pohodništvo.
- 

### IZOBRAZBA

V izdelavi magistrsko delo na podiplomskem magistrskem študiju »ekonomske in poslovne vede« - EPF Maribor - po zaključitvi pridobitev strokovnega naziva Mag. ekon. in posl. ved

1998/99 - 2001/02 Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta

Smer: Finance in bančništvo

Študijski program: Poslovna ekonomija

Diplomsko delo: »Financiranje naložb s tveganim kapitalom«

Oktober 2002: Pridobitev strokovnega naziva »Diplomiran ekonomist«

1994/96 - 1997/98 Srednja ekonomska šola Maribor

Smer: Ekonomsko komercialni tehnik

Poklic: Ekonomski tehnik

1986/87 - 1993/94 Osnovna šola Rogaška Slatina

---

### ZAPOSILITEV

07/2009 - Zaposlen v Probanka d.d. kot Vodja Sektorja za spremljavo investicijskega bančništva in zakladništva

- vodenje teama,
- izvajanje operativnih postopkov spremljave investicijskega bančništva in zakladništva,
- izdelava internih poročil za potrebe uprave,
- izdelava poročil za zunanje regulatorje,
- sodelovanje na različnih projektnih nalogah v okviru banke,
- drugo...

02/2007-09/2008 - Zaposlen v Probanka d.d. kot Strokovni sodelavec za področje evidentiranja in poročanja

- evidentiranje poslovnih dogodkov v analitične evidence,
  - izdelava internih poročil za potrebe uprave banke.
-

---

08/2006-01/2007 – Zaposlen v Probanka d.d. kot Strokovni sodelavec – asistent za spremljavo investicijskega bančništva

- izvajanje materialnih in denarnih poravnav v okviru investicijskega bančništva in zakladništva.

11/2002-07/2006 – Zaposlen v finančno računovodskem inženiringu SPEKTRUM d.o.o. kot finančni analitik

- izdelava analitičnih poročil za potrebe podjetja in zunanje komitente,
- izdelava medletnih in letnih računovodskih poročil,
- ohranjanje stikov z obstoječimi strankami in pridobivanje novih,
- raziskava trga in priprava trženjskih analiz,
- iskanje novih pristopov trženja storitev,
- priprava promocijskega materiala .

---

**ZNANJA in  
IZKUŠNJE**

**Računalništvo:**

- okolje Windows, MS Office (Word for Windows, Excel, Powerpoint), Internet, elektronska pošta..

**Tuji jeziki:**

- angleški jezik – aktivno
- nemški jezik – osnovno razumevanje

**Vozniško dovoljenje:**

- B kategorija, lastni prevoz

---

**AMBICIJE**

- pridobivanje novih znanj in izkušenj.
- soočanje z novimi izzivi,
- osebni razvoj.

---

**KARIERNI  
CILJI**

Uspešno opravljeno delo, doseganje dobrih rezultatov, prispevek k rasti uspešnosti organizacije so moji cilji, ki me vodijo k osebnemu zadovoljstvu.

---



**PROGRAM DELA JAVNEGA ZAVODA ZA TURIZEM IN  
KULTURO ROGASKA SLATINA ZA LETO 2014  
IN NADALJNJE PETLETNO OBDOBJE**

Pripravil: Saša Kopinč

Februar, 2014

## KAZALO

<b>1 OPREDELITEV VIZIJE JAVNEGA ZAVODA ZA TURIZEM IN KULTURO ROGAŠKA SLATINA.....</b>	<b>3 -</b>
1.1 PREDPOSTAVKE.....	3 -
1.2 PREDVIDENE AKTIVNOSTI V LETU 2014.....	3 -
1.2.1 Vzpostavitev delovanja JZTK.....	3 -
1.2.2 Pregled poslovanja trenutnih zavodov.....	4 -
1.2.3 Delna izvedba aktivnosti za doseg ciljev za mandatno obdobje 2014- 2019 -4 -	
1.3 CILJI JAVNEGA ZAVODA ZA TURIZEM IN KULTURO ROGAŠKA SLATINA 2014-2019.....	5 -
1.4 ORGANIZACIJSKA STRUKTURA JZTK.....	6 -
1.5 OPIS IN REALIZACIJA ZASTAVLJENIH CILJEV.....	7 -
1.5.1 Pregled in analiza obstoječih aktivnosti in dogodkov na področju turizma in kulture.....	7 -
1.5.2 Celovita promocija destinacije »Rogaška« - povezati vse ključne deležnike/nosilce turistične ponudbe in zagotoviti medsebojno sodelovanje, povezati kulturno ponudbo s turizmom kjer je to mogoče.....	7 -
1.5.3 Oblikovanje skupnih produktov destinacije.....	8 -
1.5.4 Promocija in trženje z uporabo učinkovitih kanalov trženja in promocije.....	8 -
1.5.5 Aktivno trženje nepremičninskega premoženja JZTK.....	9 -
1.5.6 Postati aktiven in uspešen partner pri projektih.....	10 -
1.5.7 Vpeljava metrik v turizem in kulturo z namenom spremljanja zadovoljstva turistov, obiskovalcev in prebivalcev destinacije.....	10 -

## **1 OPREDELITEV VIZIJE JAVNEGA ZAVODA ZA TURIZEM IN KULTURO ROGAŠKA SLATINA**

Javni zavod za turizem in kulturo Rogaška Slatina bo postal nepogrešljiv člen pri nadaljnjem razvoju turistične dejavnosti in kulturne ponudbe v občini/regiji, tako, da bo povezoval vse deležnike in skrbel za sistematičen razvoj v skladu s strategijo, skupno promocijo programov in skupen nastop na domačih in tujih trgih.

### **1.1 Predpostavke**

- Program dela Javnega zavoda za turizem in kulturo (v nadaljevanju JZTK) temelji na ugotovitvah in smernicah, ki so zapisane v dokumentu *Strategija razvoja in trženja turistične destinacije Rogaška Slatina za obdobje 2008-2013* ter *Odloku o spojitvi Javnega Zavoda za kulturo Rogaška Slatina in Javnega Zavoda za Turizem Rogaška Slatina v Javni zavod za turizem in kulturo Rogaška Slatina*;
- Dokument Program dela JZTK nakazuje smer delovanja JZTK za mandatno obdobje 2014-2019 in podrobno ne opredeljuje aktivnosti oziroma jih opredeljuje v le omejenem obsegu;
- Program dela in aktivnosti bodo podrobno opredeljene v vsakokratnem letnem programu dela.

### **1.2 Predvidene aktivnosti v letu 2014**

V primeru potrditve mojega mandata bodo moje prve aktivnosti do konca leta 2014 usmerjene predvsem v vzpostavitev delovanja novonastalega zavoda ter izvedbi aktivnosti, ki bodo pripomogle k realizaciji nekaterih ciljev mandatnega obdobja 2014-2019.

#### **1.2.1 Vzpostavitev delovanja JZTK**

- akt o ustanovitvi – vpis v sodni register,
- priprava oz. sodelovanje pri pripravi statuta zavoda,
- sodelovanje pri otvoritveni bilanci novonastalega zavoda (predvidevam, da se bosta obstoječi bilanci zavodov združili),
- seznanitev s kadrovske zasedbo novonastalega zavoda, vzpostavitev notranje organizacije (vzpostavitev dveh služb), priprava pravilnika o sistematizaciji in nazivih delovnih mest, sklenitev pogodb o zaposlitvi, priprava opisnih listov del in nalog zaposlenih,
- organizacija dela in vzpostavitev koncepta »univerzalni zaposleni«, ki vzpostavi izvajanje aktivnosti zaposlenega tako na področju dela sedanjega zavoda za turizem, kakor tudi sedanjega zavoda za kulturo,
- zagotovitev akta o varnosti...



## **1.2.2 Pregled poslovanja trenutnih zavodov**

Seznanitev s poslovanjem zavodov, ki bo vključeval podroben analitičen pregled vseh postavk izkaza prihodkov in odhodkov, bilance stanja v letu 2013, z namenom poglobljenega vpogleda v samo delovanje zavodov.

## **1.2.3 Delna izvedba aktivnosti za doseg ciljev za mandatno obdobje 2014-2019**

**Pregled in analiza obstoječih aktivnosti in dogodkov, ki se izvajajo na področju turizma in kulture (v nadaljevanju cilj opredeljen pod točko 1.5.1)**

Predvidevam, da je večina programov in glavnih dogodkov za leto 2014 že planirana in potrjena, zato se bom, kot navajam v točki 1.5.1, v letu 2014 predvsem osredotočil na seznanitev obstoječih programov, njihov pregled in analizo ter njihovo ovrednotenje glede na namen in ciljno publiko. Pri analizi bo zasledovan finančni vidik in učinek posameznega opazovanega dogodka z vidika javnega dobra.

Vse pridobljene informacije bodo nato uporabljene pri opredelitvi programa JZTK za leto 2015.

**Celovita promocija destinacije »Rogaška« - povezati vse ključne deležnike/nosilce turistične ponudbe in zagotoviti medsebojno sodelovanje, povezati kulturno ponudbo s turizmom kjer je to mogoče (v nadaljevanju cilj opredeljen pod točko 1.5.2)**

Za leto 2014 načrtujem prvotno le obisk in osebno predstavitev pri ključnih deležnikih z namenom skupnega spoznavanja in identifikacije pogledov glede skupnih produktov destinacije, uporabe enotne tržne znamke »Rogaška« ter skupnega nastopa pri promociji na domačih in tujih trgih.

Tako bom v stik stopil z hotelirji, ponudniki apartmajev in zasebnih sob, ponudniki zdravstvenih storitev, ponudniki wellness in masažnih storitev, vinskimi ponudniki, ponudniki gostinskih nastanitev, ponudniki storitev kmečkih turizmov...

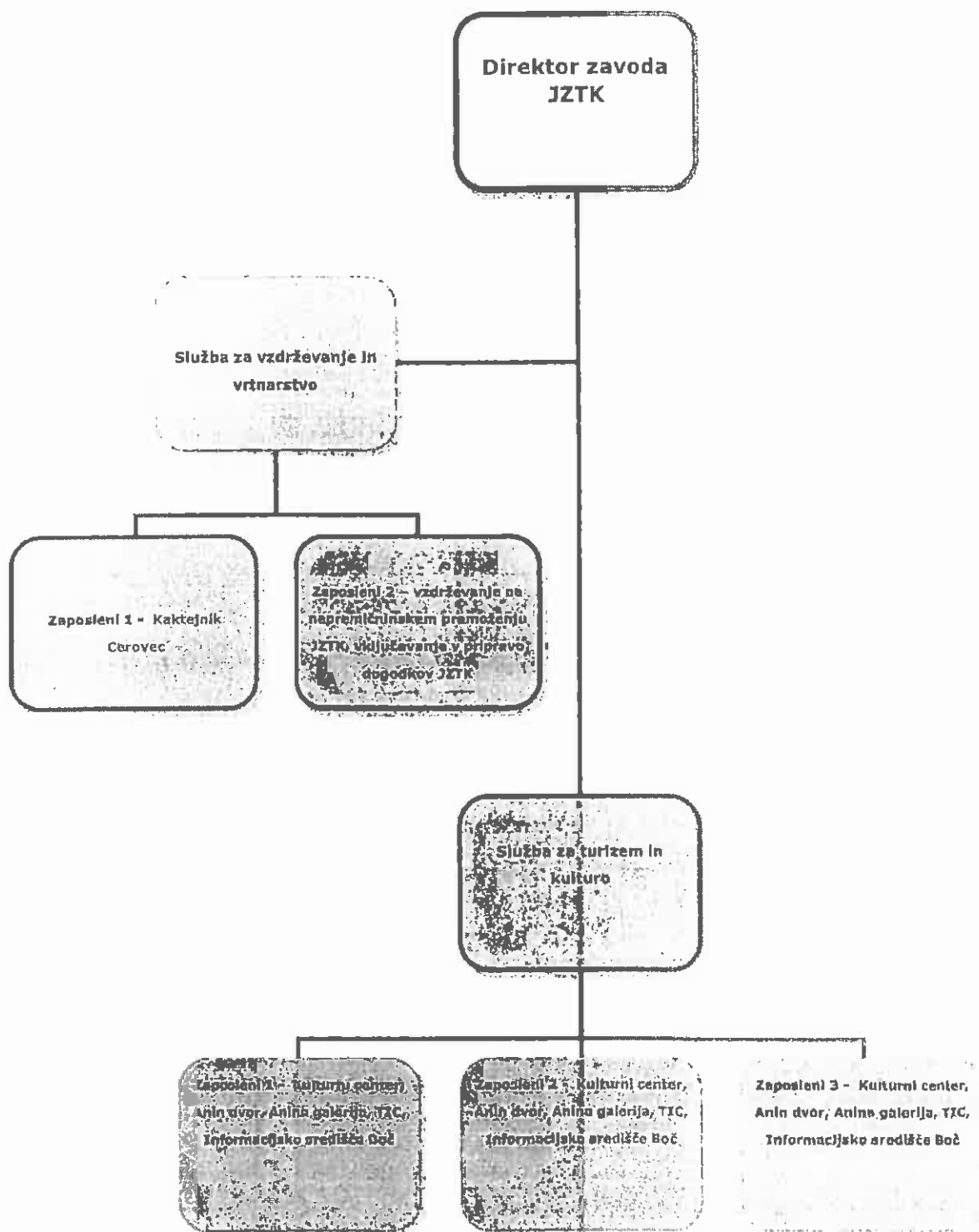
Prav tako bom navezal stik z različnimi društvi s področja kulture (JSKD Rogaška Slatina), športa in ostalimi društvi, ki lahko zaokrožijo celovito turistično-kulturno ponudbo destinacija.

### **1.3 Cilji Javnega zavoda za turizem in kulturo Rogaška Slatina 2014-2019**

Upoštevajoč zastavljeno vizijo in predpostavke menim, da so ključni cilji JZTK za mandatno obdobje 2014-2019 sledeči:

- A. Pregled in analiza obstoječih aktivnosti in dogodkov, ki se izvajajo na področju turizma in kulture;
- B. Celovita promocija destinacije »Rogaška« - povezati vse ključne deležnike/nosilce turistične ponudbe in zagotoviti da med seboj sodelujejo, povezati kulturno ponudbo s turizmom, kjer je to mogoče;
- C. Oblikovanje skupnih produktov destinacije;
- D. Promocija in trženje z uporabo učinkovitih kanalov trženja in promocije;
- E. Aktivno trženje nepremičninskega premoženja JZTK;
- F. Postati aktiven in uspešen partner pri projektih;
- G. Vpeljava metrik v turizem in kulturo z namenom spremljanja zadovoljstva turistov, obiskovalcev in lokalnih prebivalcev.

## 1.4 Organizacijska struktura JZTK



## 1.5 Opis in realizacija zastavljenih ciljev

### 1.5.1 Pregled in analiza obstoječih aktivnosti in dogodkov na področju turizma in kulture

Začetna aktivnost bo namenjena pregledu, analizi in ovrednotenju obstoječih prireditev/dogodkov glede na namen in ciljno publiko. Pri analizi bo zasledovan finančni vidik in učinek posameznega opazovanega dogodka z vidika javnega dobra. Pričakujem, da bo glede na opravljeno analizo določene dogodke potrebno smiselno preoblikovati, opustiti, določene dodati, obstoječe dobre zadržati in morebiti nadgraditi. Program prireditev bo ciljno naravnano, centralno upravljano, objavljen in posredovan javnosti z nivoja JZTK.

Program turističnih, kakor tudi kulturnih dogodkov bo tako vseboval:

- opredelitev nosilnih »top pomembnih« prireditev, ki bodo ustrezno podprte s promocijo po mesecih,
- prireditve, ki oživljajo tradicijo Rogaške Slatine,
- tematsko obarvane prireditve,
- drugo...

### 1.5.2 Celovita promocija destinacije »Rogaška« - povezati vse ključne deležnike/nosilce turistične ponudbe in zagotoviti medsebojno sodelovanje, povezati kulturno ponudbo s turizmom kjer je to mogoče

Cilju bom v času mandata posvetil veliko pozornosti. Deloval bom v smeri ustvarjanju pozitivne medsebojne komunikacije in ustvarjal pogoje za povezovanje različnih deležnikov lokalnega okolja.

S tesnim sodelovanjem s ključnimi deležniki v lokalnem okolju bom identificiral stične točke in točke razhajanj glede:

- skupnih produktov destinacije,
- uporabe enotne tržne znamke »Rogaška« ter
- skupnega nastopa pri promociji na domačih in tujih trgih.

Zavzemal se bom za uskladitev različnih interesov ter skupen nastop na trgih doma in v tujini pod skupno tržno znamko »Rogaška«.

Prav tako bom posebno pozornost namenil povezovanju lokalnih kulturnih dogodkov s turistično ponudbo, torej, da bodo tisti kulturni dogodki, kjer je to mogoče postali del turistične ponudbe.

### **1.5.3 Oblikovanje skupnih produktov destinacije**

Zavod bo skozi sodelovanje z ostalimi deležniki turistične dejavnosti strmel k oblikovanju celovitih turističnih produktov, ki bodo določali identiteto turistične destinacije.

Produkti, ki jih bomo razvijali bodo sledili konkurenčnim prednostim destinacije in tako temeljili na zdravilni mineralni vodi, zdravstvenih storitvah, wellness programih, kongresnem turizmu, kot tudi kulturni dediščini in aktivnemu preživljanju časa.

Deležnikom bomo pomagali pri promociji in trženju tako oblikovanih produktov preko primernih kanalov (opredeljeno v nadaljevanju).

### **1.5.4 Promocija in trženje z uporabo učinkovitih kanalov trženja in promocije**

Današnja tehnologija ponuja za promocijo in trženje pestro paleto možnosti, vsaka od njih ima svoje dobre in slabe strani. Zato bo zavod pri svojem delovanju uporabil tiste pristope, ki bodo za posamezen produkt glede na ciljno tržno skupino najprimernejši. Cilj je doseči:

- večjo prepoznavnost destinacije z enotno tržno znamko,
- rast obiska prenovljenega spletnega portala (opredeljeno v nadaljevanju),
- povečanje prodaje storitev in produktov destinacije,
- rast števila objav in pojavljanj destinacije Rogaška v slovenskih in tujih medijih,
- izboljšali obveščenost glede javnih dogodkov in prireditev,
- drugo...

### **Oglaševanje in komuniciranje**

V predvidenih finančnih okvirih bomo oglaševali destinacijo, produkte/storitve in dogodke:

- v lokalnih tiskanih medijih,
- radiju,
- specializiranih domačih in tujih revijah,
- brošurah in knjižicah,
- oglasnih deskah lociranih na frekventnih lokacijah,
- jumbo plakatih,
- drugo.

Vzpostavili bomo odlično sodelovanje z novinarsko javnostjo na lokalnem, državnem in mednarodnem nivoju. Novinarsko javnost bomo na osnovi obstoječih in novih kontaktov redno obveščali z različnimi sporočili in tako povečevali prepoznavnost destinacije.

Pri večjih projektih in dogodkih bomo organizirali novinarske konference.

Posluževali se bomo izkoriščanja spleta kot učinkovitega orodja za promocijo preko socialnih omrežij (Facebook, Twitter...), forumov, blogov...

### **Skupni nastopi doma in v tujini**

JZTK bo pobudnik izvedbe skupnih nastopov na sejmi, borzah doma in v tujini. Vse predstavitve bodo usklajene s ključnimi deležniki v destinaciji, ki bodo pri tem tudi aktivno sodelovali.

### **Spletna stran zavoda za turizem**

Ker postaja svetovni splet vedno pomembnejši za promocijo in trženje bomo preučili možnost nadgraditi obstoječo spletno stran s spletno trgovino, ki bo promovirala in prodajala turistične storitve, nočitvene kapacitete, prehrabene izdelke in izdelke domače obrti, značilne za lokalno področje. Spletna stran bo, poleg predstavitve in kontaktov, vsebovala tudi spletno trgovino z integriranim plačilnim sistemom, ki bo podpiral plačevanje z večino kreditnih kartic in UPN bančnim nakazilom. Sodelovanje za lokalne ponudnike bo popolnoma brezplačno oziroma predvideva njihove minimalne stroške. Razlika med ceno ponudbe in ceno ponudnika storitve bo ustvarjen prihodek JZTK. Spletna stran bi bila v prvi fazi samo v slovenski različici, kasneje pa tudi v ruski, italijanski, nemški in angleški.

Spletna stran bo vsem članom omogočala:

- brezplačno oziroma z minimalnimi stroški zagotovljeno promocijo in prodajo storitev/izdelkov v okviru vnaprej pripravljenih turističnih aranžmajev pod njihovo lastno blagovno znamko,
- vstop in trženje preko spleta manjšim ponudnikom, ki si zaradi svoje majhnosti ne morejo privoščiti individualne promocije in prodaje preko spleta,
- obdelavo rezervacij in plačil preko spletne trgovine,
- skupne nastope na prireditvah in specializiranih sejmi,
- skupno ponudbo večjim touroperatorjem.

### **1.5.5 Aktivno trženje nepremičninskega premoženja JZTK**

Ena izmed glavnih nalog JZTK v mandatnem obdobju bo trženje nepremičninskih kapacitet, ki jih ima JZTK v upravljanju s katerimi bo ustvarjal dodatni prihodek za svoje delovanje.

Prostim kapacitetam kulturnega centra bomo ponovno našli najemnike, ter tako povečali prihodke iz naslova najemnin poslovnih prostorov.

Aktivno bomo pričeli s trženjem Aninega dvora. Za tovrstne namene bomo pripravili zanimive družabne dogodke, dogodke in ogleda namenjene predšolski in šolski mladini, razmislili o uporabi dvora za izvedbo porok na visokem nivoju, uporabi dvora za namene kongresne dejavnosti oziroma ga vključili v kongresno ponudbo, ki jo ponujajo hotelirji ipd.. V ta namen bomo pripravili trženjske liste potencialnih koristnikov ponudbe in aktivno pričeli s trženjem in pridobivanjem uporabnikov storitev/dogodkov Aninega dvora.

### **1.5.6 Postati aktiven in uspešen partner pri projektih**

JZTK bo postal aktiven partner pri projektih slovenskega turizma. Osredotočen bo predvsem na projekte v okviru SPIRIT in sodelovanje z Razvojno agencijo Sotla.

Vključevanje v projekte bo potekalo na dva načina in sicer:

- JZTK kot aktivni partner pri izvedbi aktivnosti v okviru večjih projektov,
- JZTK kot vodilni partner pri vodenju lokalnih projektov.

Ključni projekti na katerih bomo sodelovali in pridobili sredstva so predvsem projekti na področju kulture in turizma.

### **1.5.7 Vpeljava metrik v turizem in kulturo z namenom spremljanja zadovoljstva turistov, obiskovalcev in prebivalcev destinacije**

Namen vpeljave metrik v turizem in kulturo je dvig kakovosti, obiska in zadovoljstva vseh deležnikov na sistematičnem pristopu in ne zgolj na podlagi »občutka« posameznikov, ki sprejemajo odločitve. Vzpostavitev omenjenega sistema sem zapisal v cilje predvsem zaradi tega, ker sem mnenja, da je turizem konkurenčna panoga, ki mora v prvi vrsti skrbeti za zadovoljstvo turistov, obiskovalcev in lokalnih prebivalcev.

Zadovoljstvo je eden od prametrov, ki je sicer težje merljiv, vendar pa je to podatek »iz prve roke«, na podlagi katerega lahko deležniki prilagodijo svojo ponudbo in tako izboljšajo svojo ponudbo storitev in izdelkov.

Vzpostavili bomo celovit sistem, ki bo temeljil na merjenju in analizi zadovoljstva glede ponudbe na področju turizma in kulture za vse tri ciljne skupine (turiste, obiskovalce in lokalne prebivalcev).

Za vzpostavitev sistema bomo uporabili in prilagodili eno od metodologij, ki so v danem trenutku znane in splošno preverjene.