

# LOGISTIKA

## RAZPRŠENEGA HOTELA

LAZAR PAVIĆ

Univerza v Mariboru, Fakulteta za logistiko, Celje, Slovenija  
lazar.pavic@um.si

Poglavje obravnava problematiko ustanovitve koncepta razpršenega hotela, ki temelji na principih trajnosti, krožnega gospodarstva in ponovne uporabe že obstoječih resursov in virov v določeni krajevni skupnosti. Gre za nov koncept razvoja turistične dejavnosti v odročnih krajih in na podeželskih območjih, ki omogoča rešitev večjega števila problemov, ki lahko nastanejo v lokalnem okolju. Izpostavljene so ključne prednosti razpršenega hotela kot koncepta razvoja turizma v primerjavi s tradicionalnim hotelom kot nastanitvenim obratom. V nadaljevanju poglavje obravnava različne faze ustanovitve koncepta razpršenega hotela, med katerimi se kot najpomembnejšo fazo lahko izpostavi konkretne korake, ki so nujno potrebni za ustanovitev koncepta razpršenega hotela v lokalni skupnosti.

DOI  
[https://doi.org/  
10.18690/um.fl.1.2025.4](https://doi.org/10.18690/um.fl.1.2025.4)

ISBN  
978-961-286-969-4

**Ključne besede:**  
razpršeni hotel,  
logistika,  
krožno gospodarstvo,  
trajnostnost,  
turizem



Univerzitetna založba  
Univerze v Mariboru

**DOI**  
[https://doi.org/  
10.18690/um.fl.1.2025.4](https://doi.org/10.18690/um.fl.1.2025.4)

**ISBN**  
978-961-286-969-4

**Keywords:**  
dispersed hotel,  
logistics,  
circular economy,  
sustainability,  
tourism

# THE LOGISTICS OF A DISPERSED HOTEL

LAZAR PAVIĆ

University of Maribor, Faculty of Logistics, Celje, Slovenia  
[lazar.pavic@um.si](mailto:lazar.pavic@um.si)

Chapter addresses the issue of establishing the concept of a dispersed hotel grounded in the principles of sustainability, circular economy, and the reuse of pre-existing resources within a specific community. This represents a novel approach to the development of tourism activities in remote and rural areas, offering a solution to a multitude of challenges that may arise within the local environment. The chapter highlights the key advantages of the dispersed hotel as a tourism development concept when compared to the traditional hotel as an accommodation establishment. Furthermore, the chapter delves into various phases involved in the establishment of the dispersed hotel concept, among which the most pivotal phase can be identified as the concrete steps necessary for the implementation of the dispersed hotel concept within the local community.



## 1 Uvod

Načrtovanje razvoja turizma na posameznem območju danes predstavlja pomemben izziv. To posebej velja za kraje, ki so oddaljeni od glavnih prometnih tokov, večjih mest, infrastrukture in resursov, ki so potrebni za nemoteno izvajanje vseh turističnih aktivnosti. Po drugi strani načrtovanje razvoja turizma, ki sledi smernicam koncepta trajnostnega razvoja, lahko doprinese pomembne koristi vsem skupinam deležnikov. Eno izmed možnosti in pomembno alternativo masovnim oblikam turizma predstavlja razvoj zelenih oblik turizma, ki ob upoštevanju večjega števila kriterijev, stališč vseh deležnikov in nenazadnje varstvenih in razvojnih kriterijev, lahko pripomorejo k trajnostnosti celotnega kraja kot turistične destinacije.

Pomemben element trajnostnega razvoja turizma predstavlja avtentičnost turistične izkušnje. Gre za ponudbo ohranjene arhitekture, nesnovne dediščine, povezovanje tradicionalnih dogodkov, različnih kulinarčnih, izobraževalnih, športnih in drugih dogodkov, v katero je obvezno vključeno lokalno prebivalstvo. Povezovanje avtentičnosti z zelenimi oblikami turizma, domačnostjo lokalnega prebivalstva na eni strani ter revitalizacija in trajnostni razvoj podeželskih območij na drugi, predstavlja izziv, ki se lahko razreši skozi ponudbo drugačnih, inovativnih turističnih produktov, ki vključujejo zelene turistične prakse (Cucari, Wankowicz, & De Falco, 2019). Eno izmed možnih rešitev predstavlja model razpršenega hotela, ki ga bomo podrobneje predstavili v nadaljevanju.

## 2 Opredelitev pojma »razpršeni hotel«

V nadaljevanju bomo podali opredelitev pojma "razpršeni hotel". Predstavili bomo osnovna teoretična izhodišča, primerjali hotel in razpršeni hotel ter na kratko predstavili ključne prednosti uvedbe koncepta razpršenega hotela, ki prinašajo hkratne koristi za vse (deležniki, lokalno prebivalstvo, turisti, okolje).

### 2.1 Hotel ali razpršeni hotel?

Beseda hotel prihaja iz francoskega jezika (*hot el*) in opredeljuje »velike, razkošne zgradbe z vežami in slavnostnimi dvoranami, ki so služile kot bivališča plemičev v mestu«. Od začetka 18. stoletja beseda dobiva nov pomen in opredeljuje večja,

moderna gostišča, katerih osrednji fokus predstavljajo hotelske sobe in zajemajo pretežni del površine hotela (Lebe, 2013).

Razvoj sodobnega turizma je omogočil ustanovitev različnih tipov hotelov, ki po svoji funkciji presegajo ponudbo osnovnih hotelskih storitev, kar sta nastanitev in prehrana (Lebe, 2013). Glede na vrsto objekta, hoteli danes ponujajo različne tipe sob, ustrezno oblikovane namenske prostore, prilagojene ponudbi različnih negostinskih storitev ter kategoriji samega hotela ustrezno opremo.

Za razliko od klasičnega hotela, razpršeni hotel v osnovi ne predstavlja hotela, temveč nov model razvoja turizma. Pogoj za nastanek razpršenega hotela je povezovanje in sodelovanje prebivalstva določenega kraja (potencialne turistične destinacije), ki uporabi vse obstoječe vire v kraju in poveže vse obstoječe dejavnosti v kraju v celostno, unikatno in privlačno turistično ponudbo, pripravljeno za točno opredeljeno ciljno skupino turistov (Črnogoj Marc, Zavodnik Lamovšek, & Mrak, 2016).

Poleg tega razpršeni hotel predstavlja enega izmed načinov upora proti urbanizaciji, saj gre za razvoj turizma v podeželskih in odročnih krajih, prepuščenih demografskemu in ekonomskemu nazadovanju. Na ta način razvoj koncepta razpršenega hotela spodbuja revitalizacijo podeželja in skrbi za ohranjanje arhitekturnih značilnosti določenega kraja.

Za uspešno delovanje koncepta razpršenega hotela na določeni destinaciji, ki sledi smernicam trajnostnega razvoja, je nujno upoštevanje naslednjih smernic (Šifkovič Vrbica, 2017).

- Lastnik hotela je zadruga kot pravno-organizacijska oblika, ki jo ustanovijo lokalni prebivalci. Včasih je možno tudi, da je en investitor lastnik celotnega hotela, vendar tak razpršeni hotel ne predstavlja reprezentativnega primera trajnostnega načina delovanja lokalne skupnosti.
- Vsi člani zadruga, ki tvorijo razpršeni hotel, morajo biti enakopravni pri soodločanju.
- Namen ustanovitve razpršenega hotela je na praktičen način prikazati in olajšati izvedbo projektov s področja lokalnega krožnega gospodarstva in trajnostne

samooskrbne ekonomije ter na ta način spodbuditi razmišljanje o trajnostnih načinih potrošnje.

- Končni rezultat ustanovitve koncepta razpršenega hotela na določenem območju predstavlja hkratno dobrobit za vse vključene, in sicer lokalno prebivalstvo, turiste in okolje.

Koncept razpršenega hotela na operativni ravni zajema naslednje otipljive elemente (Šifkovič Vrbica, 2017):

- združeni deli, ki jih vsebuje razpršeni hotel, so: rezervacije, promocija, prijava, recepcija, ki tako kot v hotelu predstavlja stično točko vseh dogajanj in poslovnih procesov ter druga hotelska ponudba, odvisno od koncepta konkretnega hotela (denimo skupna jedilnica, v kateri se gostom ponuja hrana);
- razpršeni deli, ki se kažejo predvsem v nastanitvi v manjših hišah (sobah) v manjšem kraju.

Poleg otipljivih je za nemoteno delovanje koncepta razpršenega hotela nujno potrebno zagotoviti tudi standardizacijo kakovosti večjega števila storitev. V prvi vrsti gre za tipične gostinske storitve, kot sta nočitev in prehrana, ki se smiselno združujejo z ostalimi turističnimi storitvami, ki jih ponuja kraj (destinacija), kot so: lokalni kulturni programi, vodeni ogledi naravnih in kulturnih znamenitosti, izposoja koles, prodaja lokalnih izdelkov, sodelovanje v kmečkih opravilih, običajih itd., odvisno od specifik zastavljenega koncepta konkretnega razpršenega hotela.

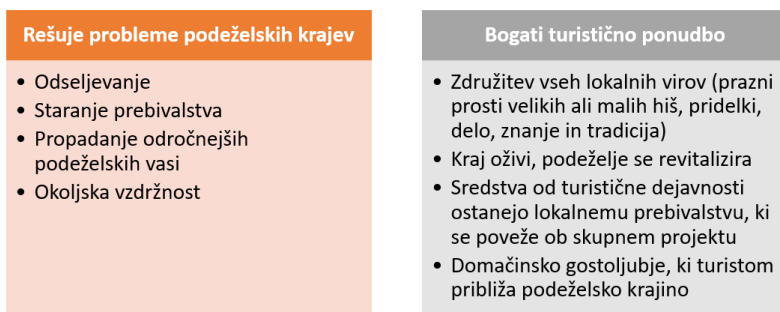
## **2.2 Zakaj razpršenost?**

Koncept razpršenega hotela ima nekaj ključnih prednosti, ki jih predstavljamo v nadaljevanju. Gre predvsem za reševanje problemov, s katerimi se soočajo prebivalci podeželskih in odročnih krajev, kot so: odseljevanje, staranje prebivalstva, propadanje odročnejših podeželskih vasi in nenazadnje okoljska vzdržnost. Istočasno, z reševanjem zaznanih problemov na podeželju, prihaja tudi do razširitve turistične ponudbe kraja oziroma destinacije, v kateri bo ustanovljen razpršeni hotel (De Montis, Ledda, Ganciu, Serra, & De Kontis, 2015).

Z združevanjem vseh materialnih in nematerialnih virov kraj ponovno oživi in počasi prihaja do revitalizacije podeželja. Na ta način pridobljena sredstva od razvite turistične dejavnosti ostanejo lokalnemu prebivalstvu, ki se poveže ob skupnem projektu in ustvari občutek pripadnosti, kar je eden izmed osnovnih predpogojev za ustvarjanje gostoljubnega vedenja domačinov do turistov. To se na koncu kaže kot pomemben prispevek k blaginji lokalne skupnosti, ki se kaže kot povezana in jasno opredeljena turistična ponudba celotnega kraja, ki jo tvorijo usklajeno delujoči lokalni ponudniki kraja (destinacije), v kateri deluje razpršeni hotel (Confalonieri, 2011).

Posredni učinki ustanovitve razpršenega hotela se kažejo predvsem izven turistične dejavnosti: priložnost za trženje kmetijskih produktov, ustvarjanje lokalnih delovnih mest, odsotnost velikih investitorjev, kar pomeni, da skoraj celoten dobiček ostane v lokalnem okolju. Krovna prednost uveljavitve koncepta razpršenega hotela se kaže v tem, da trajnostni razvoj na ta način postaja eden izmed pomembnih standardov kakovosti turističnih storitev, katerih porabniki so lojalni izobraženi turisti, ki spoštujejo lokalno tradicijo in okoljsko vzdržnost kraja (destinacije), v katerega se ponovno vračajo (Dragicevic & Letunic, 2015). Ključne prednosti vzpostavitve koncepta razpršenega hotela so predstavljene na Sliki 4.1.

## ZAKAJ RAZPŠENOST?



Slika 4.1: Koraki vzpostavljanja koncepta razpršenega hotela

Vir: lasten.

### 3 Kako do razpršenega hotela? Od pobude do evalvacije

Vzpostavitev koncepta razpršenega hotela načeloma poteka v petih različnih fazah. Časovno trajanje posamezne faze ter njihovo zaporedje je odvisno od specifik posameznega kraja (destinacije), v katerem poteka ustanovitev samega koraka, predvsem pa od zrelosti lokalne skupnosti in njenega zavedanja o koristih, ki jih prinaša razpršeni hotel. V praksi se zelo pogosto zgodi, da je posamezne faze potrebno ponoviti. V grobem pet glavnih faz ustanovitve koncepta razpršenega hotela predstavljajo (Šifkovič Vrblca, 2017):

- pobuda;
- določanje ključnih deležnikov razpršenega hotela;
- koraki vzpostavitve razpršenega hotela;
- komunikacija in
- evalvacija.

#### 3.1 Pobuda

Pobuda predstavlja prvo in esencialno fazo ustanovitve razpršenega hotela. V tej fazi morebitni pobudnik kritično presodi in oceni, ali v kraju (destinaciji) obstajajo viri, ki so ključnega pomena za obstoj razpršenega hotela. To so predvsem: prostorski viri in nepremičnine, znanje lokalnega prebivalstva in sposobnosti za ukvarjanje s turizmom ter nenazadnje volja ljudi, da se posvetijo turistični dejavnosti. V primeru, da se izkaže, da je virov dovolj, v naslednji fazi prihaja do oblikovanja pobude. Pobudnik razpršenega hotela je lahko vsak gospodarski subjekt ali posameznik iz nameravanega kraja ustanovitve razpršenega hotela. Faza priprave pobude zajema več različnih aktivnosti, med katerimi je treba izpostaviti predvsem ciljane in kontinuirane stike z deležniki (ponudniki) turističnih storitev na destinaciji in možnosti njihovega povezanega in organiziranega delovanja, kar predstavlja nujni predpogoj za ustanovitev razpršenega hotela. Na podlagi stanja na terenu pobudnik pripravi oceno zmogljivosti lokalne skupnosti in oceno sposobnosti samoorganiziranja. Opravi pogovor z občino, katere podpora je nujna pri izvedbi takšnega projekta. Zelo je zaželeno organizirati obisk kakšnega razpršenega hotela kot primera dobre prakse, pri čemer bi se ponudniki na terenu iz prve roke seznanili s ključnimi prednostmi takšnega koncepta in načini njegovega delovanja. Ključnega

pomena je, da pobuda, ki je predstavljena, izhaja iz realnih potreb lokalnega okolja in rešuje vsaj enega izmed problemov lokalne skupnosti.

### 3.2 Določanje ključnih deležnikov razpršenega hotela

V drugi fazi je potrebno opredeliti ključne deležnike in njihovo vlogo pri ustanovitvi koncepta razpršenega hotela. Obstaja več skupin deležnikov, ki se po namenu in nalogah pri ustanovitvi koncepta razpršenega hotela razlikujejo. Pomembno je izpostaviti, da je za uspešno ustanovitev omenjenega koncepta nujno potrebno usklajeno delovanje vseh sodelujočih, kar se lahko doseže edino v primeru, da so naloge vsake skupine deležnikov jasno opredeljene. Pri ustanovitvi koncepta razpršenega hotela sodelujejo naslednje skupine deležnikov (Šifkovič Vrbica, 2017):

- zadruga;
- občina;
- druge organizacije in podjetja;
- lokalno prebivalstvo;
- podporni akterji in
- turisti.

Zadruga predstavlja najprimernejšo pravno organizacijsko obliko za projekte lokalne skupnosti, saj temelji na dveh osnovnih izhodiščih participatornega delovanja; soupravljanje in solastništvo. Člani zadruga oziroma njeni ustanovitelji so v prvi fazi ravno tisti ponudniki turističnih storitev v lokalnem kraju (destinaciji), ki bojo na začetku obratovanja razpršenega hotela ponujali različne storitve v okviru razpršenega hotela: ponudniki nastanitvene dejavnosti, ponudniki gostinskih storitev, turistične kmetije, organizatorji športnih dejavnosti, lokalne organizacije, ki delujejo na področju kulture itd. V naslednji fazi je možna priključitev ostalih ponudnikov in preučevanje njihovih stališč (Dragicevic, Tomasevic, Stanovic, & Avejic, 2016). Glavni namen zadruga je oblikovanje celovite in kakovostne ponudbe razpršenega hotela, ki temelji na avtentičnosti lokalnega okolja.

Vloga občine pri ustanovitvi koncepta razpršenega hotela je pomembna in se kaže predvsem v storitvah podporne narave. Občina ni del zadruga, vendar je lahko pobudnik in aktivna podpora pri ustanovitvi koncepta razpršenega hotela v lokalnem



okolju, saj dobro pozna konkretne probleme na terenu, s katerimi se sooča lokalna skupnost. Podpora občine se kaže predvsem v nujenju administrativne podpore pri različnih formalnih postopkih, nujenju subvencij za ureditev in najem določenih prostorov (gre predvsem za skupne prostore, ki jih ponuja razpršeni hotel) in promociji koncepta razpršenega hotela doma in v tujini.

Druge organizacije in podjetja, ki v lokalnem kraju (destinaciji) ponujajo neturistične storitve so ključnega pomena, saj gre za storitve, ki jih turisti nujno potrebujejo tekom bivanja na destinaciji. Gre za storitve, kot so: lekarne, pošte, banke, zdravstvene storitve, pralnice, vrtnarije, obrtniška dejavnost itd. Čeprav takšne organizacije niso članice zadruga, v sodelovanju z razpršenim hotelom lahko vidijo jasne koristi, ki jih lahko pridobijo.

Vloga lokalnega prebivalstva, ki ni del zadruga, se kaže predvsem pri zagotavljanju širše podpore lokalne skupnosti. Da bi do takšne podpore prišlo, je ključnega pomena od samega začetka jasno in transparentno komunicirati ključne koristi, ki bi jih celoten kraj (destinacija) imel od ustanovitve razpršenega hotela ter takšne koristi pozneje realizirati. Na ta način bo ideja ustanovitve razpršenega hotela prepoznana kot ideja, ki prinaša dobro vsem, tudi tistim, ki se s turizmom ne ukvarjajo in v zadrugi ne sodelujejo.

Podporni akterji pri ustanovitvi koncepta razpršenega hotela so predvsem organizacije, ki so locirane izven lokalne skupnosti, na ravni regije ali države. Gre predvsem za regionalne razvojne agencije, lokalne, regionalne in nacionalno turistično organizacijo, različne akcijske skupine, ki delujejo na ravni lokalnih skupnosti, različne nevladne organizacije itd. Poleg administrativne pomoči, znanja in finančnih mehanizmov, ki jih lahko ponudijo v podporo projektu ustanovitve razpršenega hotela, lahko nekatera društva v nabor hotelskih storitev vključijo programe, ki jih že ponujajo in se nanašajo na področja rekreacije, kulture, športa, edukacije, organizacije dogodkov itd (Dragicevic, Tomasevic, Stanovic, & Avejic, 2016).

Turisti predstavljajo nepogrešljiv del koncepta razpršenega hotela, zato je pri načrtovanju ustanovitve tega koncepta v določenem kraju nujno potrebno upoštevati dosedanje izkušnje glede turizma na destinaciji. V primeru, da v kraju do sedaj ni bilo organiziranih turističnih aktivnosti, morajo zadrugi skupaj z lokalno

skupnostjo opredeliti, kakšne turiste si v kraju želijo oziroma opredeliti eno ali več ciljnih skupin, za katere bo pripravljena ponudba razpršenega hotela. V primeru, da je turizem na destinaciji že uveljavljen, je potrebno analizirati obstoječe podatke in premisliti, ali se ponudba razpršenega hotela pripravlja za že obstoječe ciljne skupine turistov, ali gre za uvedbo popolnoma nove ciljne skupine (Monge, Cattaneo, & Scilla, 2015). Segmentacijo ciljnih skupin turistov je mogoče izvesti na podlagi več različnih kriterijev (lokacija, spol, starost, stopnja izobrazbe, motiv obiska, dohodek itd.).

### 3.3 Koraki vzpostavitve razpršenega hotela

Vzpostavitev razpršenega hotela je kompleksen projekt, ki zajema več različnih faz in veliko logistike od ideje do realizacije (Slika 4.2).



Slika 4.2: Koraki vzpostavljanja koncepta razpršenega hotela

Vir: lasten.

V grobem je mogoče opredeliti nekaj osnovnih korakov, vendar se morajo njihovo trajanje, časovno zaporedje in predvsem operativna izvedba posameznih aktivnosti konkretno prilagajati specifikam konkretnega primera oziroma lokalne skupnosti, v kateri bo nastal razpršeni hotel. Koraki vzpostavitve razpršenega hotela so naslednji (Šifkovič Vrbica, 2017):

- priprava predstavitvene ideje in pridobivanje podpore lokalne skupnosti;
- priprava načrta vzpostavitve razpršenega hotela;
- opredelitev hotelskih storitev;
- pridobivanje dovoljenj in upoštevanje standardov;
- ustanovitev zadruge in
- pridobivanje finančnih sredstev.

V prvem koraku, ki zajema pripravo predstavitvene ideje, je nujno potrebno zagotoviti podporo občine in širše skupnosti ter pripraviti seznam prvih potencialnih ponudnikov turističnih storitev v lokalnem kraju, ki bi želeli postati del zadruge. Obvezni načeli pri pripravi uspešne predstavitvene ideje, ki bo pridobila podporo širše lokalne skupnosti, sta participatornost in odprta komunikacija. Iz vsebinskega vidika je v predstavitev poslovne ideje nujno potrebno zajeti: oceno potreb lokalne skupnosti, iz katere izhaja poslovna ideja, oceno potencialov, ki jih ima lokalna skupnost za uveljavitev takšne poslovne ideje v lokalnem okolju, predstavitev primerov domačih in tujih dobrih praks ter pripravo osnutka koncepta razpršenega hotela.

Idejo je potrebno predstaviti širši lokalni skupnosti z organizacijo dogodka, ki lahko zajema ogled primera razpršenega hotela ali predstavitev s strani enega izmed predstavnikov že obstoječega razpršenega hotela. V primeru pozitivnih odzivov s strani širše lokalne skupnosti v tej fazi pride še do oblikovanja zadruge, katere naloga je, da na podlagi podanega osnutka koncepta in morebitnih predlogov, podanih s strani širše lokalne skupnosti (sodelujočih v razpravi), pripravi okvir koncepta delovanja razpršenega hotela. Na tej stopnji je spet zelo pomembno kontinuirano in odprto komuniciranje z lokalno skupnostjo, posebno v smislu jasnega izpostavljanja konkretnih koristi, ki jih bo širša lokalna skupnost pridobila glede na zaznane probleme, s katerimi se sooča, virov, ki so na voljo, investicij in morebitnih ovir, ki so že zdaj zaznane. Glavni cilj tega koraka je pridobitev načelne podpore lokalne skupnosti, kar predstavlja zeleno luč za nadaljnje delo.

Priprava načrta vzpostavitve razpršenega hotela je korak, ki zajema analizo stanja, natančno opredelitev zelene vrste razpršenega hotela in opredelitev hotelske infrastrukture. Pri analizi stanja je potrebno natančno opredeliti temelje, na katerih se bo razvijal koncept razpršenega hotela. Kot je bilo že prej izpostavljeno, so v prvi

fazi to potrebe, ki obstajajo v lokalni skupnosti ter problemi in ovire, ki jih zaznava lokalno prebivalstvo. Koncept razpršenega hotela, ki temelji na potrebah lokalnega prebivalstva in hkrati razrešuje probleme lokalne skupnosti, ima večji potencial za uspeh v lokalnem okolju. Poleg tega koncept razpršenega hotela obvezno zajema še naslednje elemente: naravni viri kraja, kulturne znamenitosti in posebnosti, lokalni pridelki, kulinarika in pijača, kulturne posebnosti in tradicija v kraju, infrastruktura, stavbe in oskrba s temeljnimi dobrinami, znanja, ki so prisotna v lokalni skupnosti, že razvita turistična ponudba v lokalni skupnosti, skladnost z morebitnimi razvojnimi načrti in strateškimi dokumenti lokalne skupnosti ter ne nazadnje analiza deležnikov, ki so pripravljeni podpreti idejo ustanovitve razpršenega hotela (Presenza, Petruzzelli, & Sheehan, 2019). Vse naštetje elemente je potrebno analizirati in oceniti z vidika morebitnega izhodišča, na katerem bo zasnovan razpršeni hotel.

V nadaljevanju je potrebno opredeliti želeni tip razpršenega hotela. Opredelitev tipa razpršenega hotela je predvsem v konkretni navezi z opravljeno analizo stanja. V tem koraku je potrebno opredeliti: želeni tip turistov (ciljno skupino, eno ali več), vrsto ponudbe razpršenega hotela (celoletno ali sezonsko poslovanje), posebnost in unikatnost ponudbe razpršenega hotela ter podrobnosti, ki se nanašajo na sam izgled ponudbe (lokacija recepcije, lokacija nastanitvenih delov hotela, organizacija gostinskih storitev, načini oskrbe turistov z lokalnimi pridelki tekom bivanja, organizacija ostale negostinske ponudbe razpršenega hotela, organizacija promocije itd.). V tem koraku je potrebno opredeliti istočasno usklajenost izvajanja gostinskih storitev na način, ki bo omogočil večanje blaginje lokalne skupnosti, ob upoštevanju vseh okoljskih in družbenih standardov za izvajanje dejavnosti. Ne nazadnje, so vse odločitve, ki se nanašajo na izbiro želenega tipa razpršenega hotela, neposredno odvisne od vsote predvidenih investicij za izbrano vrsto (tip) razpršenega hotela (Monge, Cattaneo, & Scilla, 2015).

Posebno pozornost je v tem koraku treba nameniti urejanju hotelske infrastrukture. Odvisno od konkretnega primera, je treba premisliti o tem, ali je boljše povezati obstoječe ponudnike nastanitve in prehrane (če slednji v določenem kraju že obstajajo in obratujejo) ali zgraditi vse na novo. Pomemben del hotelske infrastrukture predstavlja tudi infrastruktura, ki se nanaša na skupne prostore, kot so: recepcija, jedilnica, skupni prostori za izvajanje posameznih rekreativnih aktivnosti itd. Posebej je potrebno biti pozoren pri prevzemu in ponovni uporabi

prostorov, ki so opuščeni in preučiti morebitne formalne ovire. Ne nazadnje, je pri tem koraku potrebno pripraviti tudi oceno finančnega vidika same ideje.

Pri opredelitvi hotelskih storitev, ki bodo del ponudbe razpršenega hotela, je potrebno natančno premisliti glede opredelitve in standardizacije dveh skupin storitev:

- ponudba temeljnih hotelskih storitev, ki zajema nočitev, prehrano, čiščenje in vzdrževanje ter
- ponudba ostalih storitev bolj turistične narave, ki zajema različna doživetja, vodene ogleda, urejenost lokalnega prometa in mikromobilnost v kraju/destinaciji, dogodke na destinaciji, različne kulturne, izobraževalne in razvedrilne programe ter drugo.

Potrebno je omeniti, da je pri izvajanju vseh storitev razpršenega hotela nujno določiti interne standarde poslovanja, ki se nanašajo na zadovoljitev potreb turistov. Nekateri izmed teh so: okoljski in naravovarstveni standardi, varovanje kulturne dediščine, trajnostna mobilnost, trajnostna oskrba z lokalno ekološko pridelano hrano, trajnostna energetska oskrba, ravnanje z vodo in odpadki, dostopnost infrastrukture osebam z omejeno možnostjo za mobilnost, zadrugiško upravljanje, pravičnost plačil in politika cen ter drugo (Romolini, Fissi, & Gori, 2017).

Poleg jasno določenih internih standardov poslovanja, je nujno upoštevati tudi celotno zakonodajo in predpisane eksterne standarde za izvajanje gostinske in turistične dejavnosti, kot so: predpisani standardi za izvajanje gostinskih storitev, standardi glede varnosti živil, registracija dejavnosti, turistična taksa itd. Pri morebitnih gradbenih delih je nujno upoštevati zakonodajo, ki se nanaša na dovoljenja s področja poseganja v naravo in morebitna gradbena dovoljenja, ki se nanašajo na področje gradbenih dovoljenj namestitvenih objektov in morebitnih posegov v naravo.

V naslednjem koraku je potrebno pravno-formalno ustanoviti zadrugo. Namen zadruge, ki jo ustanovijo najmanj tri fizične ali pravne osebe, je skrb za gospodarsko korist in razvoj gospodarske ali družbene dejavnosti njenih članov. Zadruga temelji na enakopravnosti pri sodelovanju in upravljanju. Ne glede na višino kapitalskega vložka, velja pravilo »en član en glas«. Več informacij o ustanovitvi zadruge je na

voljo na spletni strani Zadrुžne zveze Slovenije ([www.zzs.si](http://www.zzs.si)) in Slovenske poslovne točke SPOT ([www.spot.gov.si](http://www.spot.gov.si)).

Zadnji korak v procesu vzpostavitve razpršenega hotela predstavlja pridobivanje finančnih sredstev. Za manjše investicije lahko poskrbijo lastniki prostorov, za večje investicije, posebej tiste, ki se nanašajo na skupne prostore in začetek obratovanja samega hotela, pa je potrebno pridobiti sredstva iz drugih virov (občina, javni razpisi domačih ministrstev in skladov ter sredstva, ki so na voljo iz Evropskih skladov).

### **3.4   Komunikacija**

Dobro komuniciranje oziroma dober pretok informacij predstavlja odlično popotnico za uspešno realizacijo ideje vzpostavitve razpršenega hotela. Z namenom zagotavljanja transparentnosti v komuniciranju se priporoča, da je na spletu javno objavljena projektna ideja in, da se javnost sproti informira o poteku projekta. Uspešnost komuniciranja je zagotovljena, če uspešnost prenosa informacij poteka v več smereh hkrati. V prvi vrsti je pomembno, da komunikacija med člani zadruge poteka nemoteno. Obvezna je tudi ustreznost komuniciranja zadruge z občino, ključnimi deležniki in zaposlenimi ter vsemi ostalimi, ki niso del zadruge, a so vključeni v ponudbo razpršenega hotela. Ne nazadnje ustrezno komuniciranje in deljenje potrebnih informacij turistom in širši javnosti pomembno pripomore k uspešnosti delovanja celotnega koncepta razpršenega hotela.

Da bi bila komunikacija uspešna, je nujno pripraviti ustrezen komunikacijski načrt, katerega poudarek mora biti na zagotavljanju trajnosti in komuniciranju elementov zadružnega razpršenega hotela z namenom spodbujanja sprememb v načinih razmišljanja in motiviranosti k bolj trajnostnemu ravnanju. Temu je potrebno obvezno prilagoditi kanale komuniciranja, da lahko poslana sporočila dosežejo svoj namen. Pomemben del komunikacije s turisti predstavlja promocija, ki bo v sodelovanju s turistično organizacijo in drugimi deležniki, ki skrbijo za promocijo turizma na destinaciji, vplivala na odločitev turistov glede izbire razpršenega hotela za svoje počitnice.

### **3.5 Evalvacija**

Zadnja faza vzpostavitve razpršenega hotela je faza evalvacije. Namen te faze je spremljanje napredka pri realizaciji zastavljene ideje ustanovitve združnega razpršenega hotela, ugotavljanje morebitnih odstopanj od načrtovanega in izboljševanje nadaljnjih korakov v realizaciji projekta. Glede na to, da gre za skupen projekt lokalne skupnosti, ki v širšem kontekstu rešuje zaznano problematiko lokalne skupnosti, iz katere izhaja, je nujno zagotoviti kontinuirano sprejemanje odzivov na realizacijo projekta iz širšega lokalnega okolja.

Faze evalvacije potekajo tudi v času izvedbe projekta, zato je nujno potrebno zagotoviti ustrezne načine za merjenje zadovoljstva obeh skupin, neposredno vključenih v delovanje razpršenega hotela: gostov hotela in ponudnikov, ki so vključeni v delovanje zadruga, ki upravlja razpršeni hotel. S tem se ovrednoti realizacija ideje iz obeh zornih kotov za širšo sliko evalvacije v lokalni skupnosti tako kot v fazi ustanovitve projekta. Evalvirati je potrebno mnenje ostalih prebivalcev kraja, ki podajo končno sliko usklajenosti delovanja hotela z lokalno skupnostjo.

## **4 Sklep**

Razpršeni hotel predstavlja eno izmed inovativnih oblik turistične izkušnje. Kljub temu, da zna beseda »hotel« v njegovem nazivu zavesti, gre za nov koncept razvoja turizma, ki temelji na načelih trajnosti in krožnega gospodarstva. Poudarek koncepta predstavlja skrb za ohranjanje avtentičnosti turistične izkušnje in reševanje konkretnih problemov, ki obstajajo v določeni lokalni skupnosti. Na ta način se v prvi plan postavlja solidarnostna komponenta turistične dejavnosti, ki temelji na ohranjanju skrbi za dobrobit lokalnega prebivalstva in celotnega okolja.

Izpostaviti je treba pozitivne lastnosti in koristi, ki jih koncept razpršenega hotela lahko prinese lokalni skupnosti. Te se kažejo v lokalnem okolju, v katerem razpršeni hotel deluje. Kažejo se predvsem v ponovni uporabi že obstoječih virov in njihovem združevanju v nov koncept, ki kraju vdahne novo življenje. Pomemben dejavnik predstavlja tudi dejstvo, da razpršeni hotel ustvarja nova delovna mesta za lokalno prebivalstvo, kar pomeni, da prihaja do revitalizacije morebitnih odročnih krajev in podeželskih območij. V širšem smislu koncept razpršenega hotela omogoča okoljsko vzdržnost, saj zaradi dejstva, da koncept ne temelji na velikih investicijah in masovnosti turistične izkušnje, ima posledično bistveno manjše vplive na okolje.

Predstavljene faze ustanovitve koncepta razpršenega hotela predstavljajo samo osnovno izhodišče v teoriji. Realizacija posameznih faz v praksi je odvisna od konkretnega primera lokalne skupnosti, v kateri se koncept razpršenega hotela želi ustanoviti. Praksa kaže, da je ena izmed največjih ovir prizadevanje za pridobitev širše podpore v lokalni skupnosti, zaradi česar pogosto prihaja do zastoja v posameznih fazah realizacije ideje. Pogosto prihaja tudi do pomanjkanja znanja, veščin in spretnosti, ki so potrebne za razvoj posamezne turistične ideje, saj se odročni in podeželski kraji pogosto soočajo s problemom odseljavanja mlajšega prebivalstva in posledično staranjem populacije. Natančnega recepta za ustanovitev razpršenega hotela ni, vendar je v tem procesu ključnega pomena povezovanje koncepta s konkretnim problemom, s katerim se sooča lokalna skupnost kot celota.

## Literatura

- Confalonieri, M. (2011). A typical Italian phenomenon: The "albergo diffuso". *Tourism Management*, 32, 685-687.
- Cucari, N., Wankowicz, E., & De Falco, S. (2019). Rural tourism and Albergo Diffuso: A case study for sustainable land-use PLANNING. *Land Use Policy*, 82, 105-119. doi:<https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2018.11.050>
- Črnogoj Marc, T., Zavodnik Lamovšek, A., & Mrak, G. (2016). Razpršeni hotel kot primer celostne obnove vasi Padna in razvoja podeželja. *Urbani izživ*, 177-187.
- De Montis, A., Ledda, A., Ganciu, A., Serra, V., & De Kontis, S. (2015). Recovery of rural centres and "albergo diffuso": A case study in Sardinia, Italy. *Land Use Policy*, 47, 12-28.
- Dragicevic, M., & Letunic, S. (2015). Diffuse hotels in the function of creating augmented agricultural. *Procedia Economics and Finance*, 32, 437 – 441. doi:10.1016/S2212-5671(15)01415-X
- Dragicevic, M., Tomasevic, A., Stanovic, N., & Avejic, I. (2016). The managers' attitude towards diffuse hotels as innovative form of agricultural households tourist offer. *Procedia Economics and Finance*, 39, 102-117. doi:10.1016/S2212-5671(16)30248-9
- Lebe, S. (2013). *Gostinski management : študijsko gradivo pri predmetu Gostinski management*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
- Monge, F., Cattaneo, D., & Scilla, A. (2015). The widespread hotel: New hotel model for business tourist. *Journal of Investment and Management*, 4(1-1), 69-76. Pridobljeno iz 10.11648/j.jim.s.2015040101.19
- Presenza, A., Petruzzelli, M., & Sheehan, L. (2019). Innovation through tradition in hospitality. The Italian case of Albergo Diffuso. *Tourism Management*(72), 192-201.
- Romolini, A., Fissi, S., & Gori, E. (2017). Integrating territory regeneration, culture and sustainable tourism. The Italian albergo diffuso model of hospitality. *Tourism Management Perspectives*, 22, 67-72. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2017.02.002>
- Slovenska Poslovna Točka SPOT. (b. d.). <https://spot.gov.si/sl/teme/zadruga/>
- Šifkovič Vrbica, S. (2017). *Priručnik za vzpostavitev združenega razpršenega hotela*. Ljubljana: Pravno-informacijski center nevladnih organizacij - PIC.
- Zadružna Zveza Slovenije. (b. d.). <https://zzs.si/zadruznistvo/ustanovitev-zadruga/>