



Strateške smernice za razvoj turizma na območju Halož

Strokovne podlage za ustanovitev Interesne zveze haloških občin na področju razvoja turizma



Julij, 2018

NAROČNIKI:

Občina Cirkulane, Cirkulane 40 a, 2282 Cirkulane

Občina Majšperk, Majšperk 39, 2322 Majšperk

Občina Makole, Makole 35, 2321 Makole

Občina Podlehnik, Podlehnik 9, 2286 Podlehnik

Občina Videm, Videm pri Ptujju 54, 2284 Videm pri Ptujju

Občina Zavrč, Goričak 6, 2283 Zavrč

Občina Žetale, Žetale 4, 2287 Žetale

DOKUMENT:

Strateške smernice za razvoj turizma na območju Haloz

Strokovne podlage za ustanovitev Interesne zveze haloških občin na področju razvoja turizma

PRIPRAVLJAVEC:



ZNANSTVENO-RAZISKOVALNO SREDIŠČE BISTRA PTUJ
SCIENTIFIC RESEARCH CENTRE BISTRA PTUJ

SLOVENSKI TRG 6, SI - 2250 PTUJ - SLOVENIJA

Odgovorna oseba: doc. dr. Štefan Čelan, direktor

Pripravljalavec dokumenta: mag. Mojca Šibila Drobnič

DATUM:

5. julij, 2018

Kazalo vsebine

UVOD.....	6
1. NAMEN IN CILJI STRATEŠKEGA DOKUMENTA	8
1.1 Osrednji cilji dokumenta.....	8
1.2 Specifični cilji dokumenta	9
1.3 Faze oblikovanja strateških smernic	9
1.4 Komu je strateški dokument namenjen ?.....	10
1.5 Skupna odgovornost za realizacijo	10
2. OPREDELITEV TURISTIČNE DESTINACIJE HALOZE	11
2.1 Geografske značilnosti območja	12
2.1.1 Geografsko območje	12
2.1.2 Pokrajinska raznolikost	13
2.1.3 Splošni prostorski razvojni procesi zadnjih let	14
2.1.4 Spremembe rabe zemljišč na območju Haloz skozi obdobja	16
3. ANALIZA TRENUTNEGA STANJA TURISTIČNE DEJAVNOSTI IN NJENIH RAZVOJNIH MOŽNOSTI	20
3.1 Ocena stanja na območju Haloz	20
3.1.1 Demografske značilnosti območja Haloz	20
3.1.2 Gospodarstvo na območju Haloz	22
3.2 Kazalniki razvoja turizma na območju Haloz	23
3.3 Pregled obstoječe turistične ponudbe.....	26
3.2.1 Občina Cirkulane	26
3.2.2 Občina Majšperk	28
3.2.3 Občina Makole	29
3.2.4 Občina Podlehnik	29
3.2.5 Občina Videm.....	30
3.2.6 Občina Zavrč	31
3.2.7 Občina Žetale	32
3.3 Izpostavljene posebnosti destinacije Haloze	33
3.3.1 Vstopne točke v destinacijo	33
3.3.2 Kulturna dediščina Haloz, etnološke zbirke, interpretacijske točke	34
3.3.3 Kulinarčna ponudba Haloz	37
3.3.4 Živa dediščina, prireditve posebnega pomena za Haloze	38
3.4 Turistični potencial na območju Haloz.....	40
3.5 SWOT analiza	42
3.6 Prepoznani ključni izzivi	45

4.	USKLAJENOST STRATEŠKIH SMERNIC S KROVNIMI DOKUMENTI IN POLITIKAMI	47
4.1	Strategija turizma in turistična politika EU	47
4.2	Trajnostni turizem	48
4.2.1	Sistem kazalnikov za evropski turizem.....	48
4.2.2	Zelena shema slovenskega turizma	48
4.3	Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma	49
4.4	Območni razvojni program Spodnje Podravje 2014-2020.....	49
4.5	Razvojni program za razvoj Haloz 2014-2020.....	50
5.	POMEN TRAJNOSTNEGA KONCEPTA RAZVOJA ZA TURIZEM V HALOZAH	51
6.	EKONOMSKI POMEN TURIZMA	55
6.1	Mednarodni okvir in trendi v turizmu	55
6.2	Slovenija in turizem	57
6.3	Podravska regija in Spodnje Podravje	59
6.4	Haloze in turizem	59
7	MEDOBČINSKO SODELOVANJE.....	61
7.1	Medobčinsko sodelovanje v državah članicah Evropske Unije.....	61
7.1.1	Medobčinsko sodelovanje v Italiji.....	62
7.1.3	Medobčinsko sodelovanje v Nemčiji	62
7.1.4	Medobčinsko sodelovanje v Franciji	63
7.2	Medobčinsko sodelovanje v slovenski zakonodaji	63
8	INTERESNA ZVEZA OBČIN KOT ENA IZMED OBLIK MEDOBČINSKEGA SODELOVANJA	65
8.1	Namen, vloga in ustanovitev interesne zveze občin	65
9	STRATEŠKI MODEL TRŽENJA ZA USMERJENO IN UČINKOVITO TRŽENJE	67
9.1	Usmeritve za izgradnjo močne in prepoznavne turistične blagovne znamke	67
9.2	Usmeritve za prioritetne vrste turizma	69
9.3	Usmeritve za razvoj in oblikovanje turističnih proizvodov	70
9.4	Usmeritve za tržno segmentacijo in razvoj ciljnih trgov	71
9.5	Usmeritev za strateško pozicioniranje.....	72
10	STRATEŠKE USMERITVE ZA PREDNOSTNA PODROČJA OZ. PREDNOSTNE CILJE.....	73
10.1	Prednostni cilj 1: Upravljanje destinacije Haloze v smeri povezovanja in sinergij ter partnerstva med deležniki	73
10.2	Prednostni cilj 2: Trajnostni koncept razvoja turizma	75
10.3	Prednostni cilj 3: Turistična in druga podpora infrastruktura	77
10.4	Prednostni cilj 4: Intenzivno in digitalno trženje	78
10.5	Prednostni cilj 5: Kakovost in inovativnost	79
10.6.	Prednostni cilj 6: Konkurenčnost.....	80
11	ZAKLJUČEK.....	81
12	LITERATURA IN VIRI.....	84

Kazalo slik

Slika 1: Faze od priprave strateški smernic za razvoj turizma v Halozah do ustanovitve interesne zveze in priprave Strategije za razvoj turizma v Halozah	9
Slika 2: Turistična destinacija Haloze	11
Slika 3: Geografsko območje Haloz	13
Slika 4: Spodbujanje razvoja manj razvitih območij v Sloveniji v letih 1971 - 2011	15
Slika 5: Struktura obdelovalnih zemljišč v Halozah leta 1824, 2000 in 2011 v %	17
Slika 6: Raba zemljišč na območju Haloz leta 2011	17
Slika 7: Območja umika njivskih in vinogradniških površin v obdobju 2000-2011	18
Slika 8: Spreminjanje rabe tal na območju Haloz med leti 2000 in 2011	19
Slika 9: Demografski razvoj v Halozah: tipologija naselij	20
Slika 10: Etnološke zbirke na območju Haloz, 2010	36
Slika 11: Turistični potencial in ponudba v Halozah	41
Slika 12: Strateške usmeritve Slovenije	48
Slika 13: Elementi trajnostnega razvoja turizma na območju Haloz	52
Slika 14: Rast prihodov mednarodnih turistov – Evropa in Slovenija	57
Slika 15: Prenočitve turistov po vrstah občin 2016	58
Slika 16: Prenočitve turistov po statističnih regijah 2016	58
Slika 17: Elementi, ki opredeljujejo Haloze kot turistično destinacijo	68
Slika 18: Prednostni cilji	73
Slika 19: Glavne naloge deležnikov trajnostne in konkurenčne destinacije Haloze	76

Kazalo tabel

Tabela 1: Prebivalstvo po starostnih skupinah 2017	21
Tabela 2: Osnovni podatki o poslovanju gospodarskih družb po občinah za leto 2010 in 2017	22
Tabela 3: Osnovni podatki o poslovanju samostojnih podjetnikov po občinah za leto 2010 in 2017	23
Tabela 4: Prenočitvene zmogljivosti v letih 2008 in 2012	24
Tabela 5: Prenočitvene zmogljivosti v letu 2017	24
Tabela 6: Pregled obstoječe ponudbe na območju občine Cirkulane	27
Tabela 7: Pregled obstoječe ponudbe na območju občine Majšperk	28
Tabela 8: Pregled obstoječe ponudbe na območju občine Makole	29
Tabela 9: Pregled obstoječe ponudbe na območju Podlehnik	30
Tabela 10: Pregled obstoječe ponudbe na območju občine Videm	30
Tabela 11: Pregled obstoječe ponudbe na območju občine Zavrč	32
Tabela 12: Pregled obstoječe ponudbe na območju občine Žetale	33
Tabela 13: Vpisane enote nepremične kulturne dediščine na km ² in na 1.000 prebivalcev	34
Tabela 14: Seznam enot kulturne dediščine Haloz, ki so funkciji trženja	35
Tabela 15: Interpretacija dediščine v stopnji prodajnega aktivnega trženja	35
Tabela 16: Ponudba kulinarike a la card v gostinskih lokalih	37
Tabela 17: Turistične kmetije s ponudbo kulinarike po predhodnem naročilu	37
Tabela 18: Turistični ponudniki povezani s kulinariko ali domačimi proizvodi iz Haloz	38
Tabela 19: Identifikacija prireditev posebnega pomena za Haloze	40
Tabela 20: Cilji razvoja trajnostnega turizma na območju Haloz	53
Tabela 21: Uporaba blagovnih znamk na območju turistične destinacije Haloze	67
Tabela 22: Predlagane usmeritve glede razvoja turističnih proizvodov na območju Haloz	70

UVOD

Turizem je gospodarska panoga, ki lahko močno vpliva na občutke zadovoljstva v življenjih ljudi. Turistična potovanja povečujejo te občutke pri obiskovalcih, ob pravilni usmerjenosti razvoja turizma, pa lahko vplivajo tudi na zadovoljstvo in srečo tistih, ki so obiskani. Torej članov lokalne skupnosti, živeče na območjih turističnih destinacij. Haloze so privlačna in slikovita gričevnata pokrajina z raznovrstnimi turističnimi potenciali. V zadnjem obdobju je prišlo do številnih pozitivnih premikov, na pozitiven odnos do turizma pa kažejo tudi stališča lokalnega prebivalstva, kar predstavlja dober obet za razvoj turizma v prihodnje. Ker je turistični sektor specifičen zaradi svoje močne odvisnosti od okolja, v katerem deluje, je njegov razvoj potrebno natančno dolgoročno načrtovati in nadzorovati. Ni dovolj zasledovati le kvantitativnih ekonomskih ciljev, ampak je potrebno spremljati različne vrste kazalnikov in opazovati celoten vpliv turizma na celotno okolje turističnega sistema.

Učinkovitega upravljanja turistične destinacije ne more biti brez jasne organizacijske strukture s strani akterjev, ki delujejo na področju turizma in podrobne analize trga in okolja, turističnih trendov, trenutnih danosti destinacije ter opredeljenih ukrepov. Na tej osnovi je bil oblikovan strateški del dokumenta, ki predstavlja možnosti nove organiziranosti za upravljanje turizma v destinaciji na območju Haloz ter ključnih ukrepov oz. strateških smernic, potrebnih za razvoj te panoge.

Strateške smernice za razvoj turizma na območju Haloz predstavljajo podlago za ustanovitev interesne zveze haloških občin, ki bodo pod to obliko organiziranosti prevzele odgovornost za razvoj turizma na tem območju. Strateške smernice so nastale v tesnem sodelovanju z občinami na območju Haloz, ki bodo pristopile k ustanovitvi Interesne zveze občin. Pri oblikovanju je pripravljavec izhajal iz že sprejetih dokumentov, ki iz različnih vidikov obravnavajo sorodne tematike: prostorsko urejanje, gospodarski razvoj, razvoj podeželja, lokalne razvojne načrte turizma; posebej je potrebno omeniti skladnost s Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021, ter upoštevanje trendov razvoja evropskega in svetovnega turizma, ter predvsem načel trajnostnega razvoja in priporočil za razvoj »zelenega turizma« kot turizma prihodnosti.

Po opredelitvi procesa in metodologije dela je bila izvedena opredelitev turistične destinacije, analiza okolja in trenutnega stanja, ter najpomembnejši elementi turističnega razvoja in dimenzij upravljanja turističnega območja. Sledila je faza oblikovanja strateških smernic, ki je na temelju analize in aktivnega sodelovanja z občinami na območju Haloz opredelila ukrepe oz. strateško razvojni model turistične destinacije Haloze, ki bo služil občinam za pripravo ustanovitvenega akta Interesne zveze občin. Po ustanovitvi interesne zveze haloških občin pa bo sledila priprava Strategije razvoja turistične destinacije Haloze.

Dokument »Strateške smernice za razvoj turizma v Halozah« tesneje povezuje območje sedmih občin, vsaki posebej pa zagotavlja enakovredno vključevanje njenih ciljev in ukrepov za večjo prepoznavnost občinske identitete. Tako so zagotovljeni pogoji za načrtovano ustanovitev Interesne zveze haloških občin in pripravo njenega ustanovitvenega akta. Občine Cirkulane, Majšperk, Makole, Podlehnik, Videm, Zavrč in Žetale, bodo za organizacijsko strukturo uresničevanja Strategije razvoja turizma turistične destinacije Haloze, ter s tem povezanih razvojnih projektov na področju turizma ustanovile »Interesno zvezo občin«.

Cilj ustanovitve interesne zveze občin je vzpostavitev institucionalne oblike medobčinskega sodelovanja, ki bo instrument za skupno izvajanje občinskih nalog na področju razvoja turizma. Interesna zveza občin bo ustanoviteljicam omogočila skupno odločanje o razvojnih vprašanjih, združevanju sredstev, razpolaganje in upravljanje s premoženjem namenjenim za zagotavljanje razvoja turizma, odločanje in izvajanje skupnih razvojnih projektov na tem področju.

Občine na območju Haloz, bodo ustanovile »Interesno zvezo haloških občin« z aktom o ustanovitvi zveze občin, ki ga kot odlok potrdijo občinski sveti občin ustanoviteljic.

Odgovornost za razvoj turizma na območju turistične destinacije Haloze, ki ga v tem dokumentu razumemo kot geografsko območje občin Cirkulane, Majšperk, Makole, Podlehnik, Videm, Zavrč in Žetale, bo z ustanovitvijo interesne zveze haloških občin, prešlo pod njeno okrilje. Ker pa bo doseg delovanja in zmožnosti doseganja učinkov zgolj s strani interesne zveze občin omejena, bo za uspešno realizacijo razvoja turizma na območju Haloz potrebna celovita priprava strategije za razvoj turizma (vizija, poslanstvo, trženje, akcijski načrt), pri pripravi katere bo nujno aktivno sodelovanje in prizadevanje vseh deležnikov: podjetij iz turistične panoge, podpornih institucij, lokalnih skupnosti in drugih.

1. NAMEN IN CILJI STRATEŠKEGA DOKUMENTA

Učinkovitega upravljanja turistične destinacije ne more biti brez jasne organizacijske strukture s strani akterjev, ki delujejo na področju turizma in podrobne analize trga in okolja, turističnih trendov, trenutnih danosti destinacije ter opredeljenih ukrepov. Na tej osnovi je bil oblikovan strateški del dokumenta, ki predstavlja možnosti nove organiziranosti za upravljanje turizma v destinaciji na območju Haloz, ter ključnih ukrepov potrebnih za razvoj te panoge.

Turizem se ne ozira na meje. Ko turist danes obiše Haloze, to razgibano pokrajino gričev in hribov na severovzhodu Slovenije, ki slovi po prvinski lepoti krajine, prijaznih ljudi ter izvrstnih vinih, ne razmišlja o tem, v katero od sedmih destinacijskih občin (Cirkulane, Majšperk, Makole, Podlehnik, Videm, Zavrč in Žetale) je prišel. Je v Halozah, enih in edinih; prišel je po nepozabno doživetje.

Da pa bo njegovo doživetje res nepozabno, mora biti izpolnjenih več pogojev; prvi korak na tej poti je vzpostavitev strateškega upravljanja oz. opredelitev organiziranosti in ključnih ukrepov razvoja destinacije Haloze, kot je načrtan v tem dokumentu.

Strateške smernice za razvoj turizma na območju Haloz predstavljajo podlago za ustanovitev interesne zveze haloških občin, ki bodo pod to obliko organiziranosti prevzele odgovornost za razvoj turizma na tem območju.

Oblikovanje strateških smernic na območju turistične destinacije Haloze, ki jo v tem dokumentu razumemo kot geografsko območje občin Cirkulane, Majšperk, Makole, Podlehnik, Videm, Zavrč in Žetale, na temelju strokovnosti in raziskovalnega pristopa postavlja usklajeno smer nadaljnjega razvoja turizma na območju Haloz, z opredelitvijo krovnih ukrepov, je šele prvi nujni korak na poti razvoja turizma.

Strateške smernice so nastale v tesnem sodelovanju z občinami na območju Haloz, ki bodo pristopile k ustanovitvi Interesne zveze občin. Pri oblikovanju je pripravljavec izhajal iz že sprejetih dokumentov, ki iz različnih vidikov obravnavajo sorodne tematike: prostorsko urejanje, gospodarski razvoj, razvoj podeželja, lokalne razvojne načrte turizma; posebej je potrebno omeniti skladnost s Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021, ter upoštevanje trendov razvoja evropskega in svetovnega turizma, ter predvsem načel trajnostnega razvoja in priporočil za razvoj »zelenega turizma« kot turizma prihodnosti.

1.1 Osrednji cilji dokumenta

Osrednji cilj strateškega dokumenta je oblikovanje strateškega modela, ki podaja okvir in smernice dela na področju razvoja turizma destinacije Haloze.

Dokument na trajnosten način valorizira potenciala tega območja, ponudi osnovo za povečanje turističnega prometa in na ta način prinaša vrednost za ljudi, ki tu živijo, delajo ali to območje obiščejo.

Oblikovanje strateških smernic za razvoj turizma v Halozah predstavlja podlago za ustanovitev Interesne zveze haloških občin, ki pa bo po njeni ustanovitvi razširjen s Strategijo razvoja turizma v Halozah, ki bo prispevala k jasnemu pozicioniranju turizma na tem območju, s katerim se bodo identificirali vsi ključni deležniki obravnavanega območja. Oblikovan dokument analizira stanje in ponuja odgovor na ključna vsebinska in razvojna področja ter opredeljuje osnovne ukrepe za doseg te ciljev.

1.2 Specifični cilji dokumenta

Specifični cilji dokumenta naslavlajo:

- Pregled obstoječe ponudbe in danosti - skozi analizo turistične in s turizmom povezane ponudbe opredeliti potenciale, ki jih ponuja območje, njegova zgodovina, naravne danosti, vrednote, kulturne znamenitosti in drugi značilnosti tega območja.
- Opredelitev ključnih strateških smernic za razvoj turističnega območja.
- Usklajenost strateških smernic do razvojnega koncepta Slovenije, kot ga opredeljuje krovni dokument Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021, ter drugi že sprejeti dokumenti, ki iz različnih vidikov obravnavajo sorodne tematike: prostorsko urejanje, gospodarski razvoj, razvoj podeželja in lokalne razvojne načrte turizma.
- Ukrepe na področju razvoja turizma v Halozah, ki jih bo podrobneje opredelila Strategija razvoja za Haloze, po ustanovitvi Interesne zveze haloških občin.

1.3 Faze oblikovanja strateških smernic

Strateške smernice za razvoj turizma na območju Haloz, predstavljajo podlago za ustanovitev Interesne zveze haloških občin, zato dokument odgovarja na vprašanja:

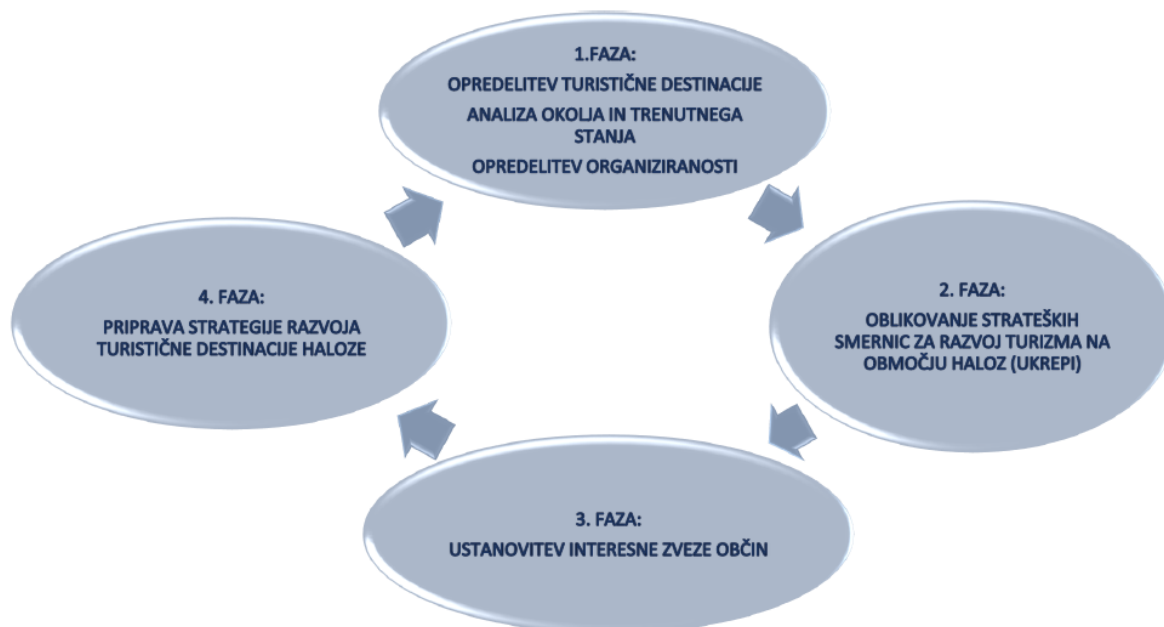
KJE SMO ?

KAM ŽELIMO ?

KAKO BOMO PRIŠLI TJA ?

KAKO BOMO SPREMLJALI ZASTAVLJENE CILJE ?

Slika 1: Faze od priprave strateški smernic za razvoj turizma v Halozah do ustanovitev interesne zveze in priprave Strategije za razvoj turizma v Halozah



Po opredelitvi procesa in metodologije dela je bila izvedena opredelitev turistične destinacije, analiza okolja in trenutnega stanja, ter najpomembnejši elementi turističnega razvoja in dimenzij upravljanja turističnega območja. Sledila je faza oblikovanja strateških smernic, ki je na temelju analize in aktivnega sodelovanja z občinami na območju Haloz opredelila ukrepe oz. strateško razvojni model turistične destinacije Haloze, ki bo služil občinam za pripravo ustanovitvenega akta Interesne zveze občin. Po ustanovitvi interesne zveze haloških občin pa bo sledila priprava Strategije razvoja turistične destinacije Haloze.

1.4 Komu je strateški dokument namenjen ?

Dokument »Strateške smernice za razvoj turizma v Halozah« tesneje povezuje območje sedmih občin, vsaki posebej pa zagotavlja enakovredno vključevanje njenih ciljev in ukrepov za večjo prepoznavnost občinske identitete. Tako so zagotovljeni pogoji za načrtovano ustanovitev Interesne zveze haloških občin in pripravo njenega ustanovitvenega akta.

Namen dokumenta je skupaj z občinami na območju Haloz oblikovati ukrepe trajnostnega razvoja turizma na območju Haloz, ki bodo določali identiteto turistične destinacije in predstavljali smernice za ustanovitev Interesne zveze haloških občin. Nova oblika organiziranosti za upravljanje s turizmom v destinaciji Haloze, ustanovitev interesne zveze občin, bo v prihodnosti ključna oblika združevanja in organiziranosti v turizmu na tem območju.

Dokument predstavlja krovno vodilo namenjeno vsem ključnim deležnikom, ki s svojim delovanjem tako ali drugače, posredno ali neposredno, vplivajo na razvoj in rast turizma na območju Haloz.

- **Občinam na območju Haloz**, ki bodo ustanovile novo obliko organiziranosti in povezovanja na področju turizma – interesno zvezo haloških občin.
- **Interesni zvezi občin**, ki bo po svoji ustanovitvi pristopila k pripravi Strategije razvoja na področju turizma.
- **Turističnim ponudnikom na območju Haloz nudi:**
 - pomoč za boljše razumevanje konkurenčnih prednosti turistične ponudbe Haloz;
 - usmeritev za vključevanje v celovite turistične produkte in doživetja na ravni destinacije;
 - usmeritev za večje vključevanje in povezovanje med deležniki v okviru lastne in drugih panog.

1.5 Skupna odgovornost za realizacijo

Odgovornost za razvoj turizma na območju turistične destinacije Haloze, ki ga v tem dokumentu razumemo kot geografsko območje občin Cirkulane, Majšperk, Makole, Podlehnik, Videm, Zavrč in Žetale, bo z ustanovitvijo interesne zveze haloških občin, prešlo pod njeno okrilje. Ker pa bo doseg delovanja in zmožnosti doseganja učinkov zgolj s strani interesne zveze občin omejena, bo za uspešno realizacijo razvoja turizma na območju Haloz potrebna celovita priprava strategije za razvoj turizma (vizija, poslanstvo, trženje, akcijski načrt), pri pripravi katere bo nujno aktivno sodelovanje in prizadevanje vseh deležnikov: podjetij iz turistične panoge, podpornih institucij, lokalnih skupnosti in drugih.

2. OPREDELITEV TURISTIČNE DESTINACIJE HALOZE

Haloze so izredno raznolika pokrajina tako iz naravnega, kot tudi družbenega in gospodarskega vidika. Statistično gledano so Haloze območje v Podravju. Razprostirajo se od Makol in Jelovškega potoka na zahodu do Goričaka in Drenovca na vzhodu, na severu do Dravinje in Drave ter slovensko-hrvaške meje na jugu. Pokrajina, ki meri 325 km², je reliefno ena najbolj pestrih slovenskih pokrajin. Iz ravninskega sveta Dravskega in Ptuijskega polja se dviga do 300 metrov nadmorske višine visoko gričevje. Prepreženo z globoko vrezanimi dolinami se vzpenja proti jugu do 460 m nad morjem. Tu se Haloze naslanjajo na mejno Bočko-Maceljsko hribovje. Območje Haloz obsega sedem občin: Cirkulane, Majšperk, Makole, Podlehnik, Videm, Zavrč in Žetale.

Haloze spadajo med manj razvite pokrajine v Sloveniji. Na jugu se površje dviga poti hrvaški meji. Vzhodni, nižji del gričevja (Vinorodne Haloze) je eno najbolj kakovostnih vinorodnih območij v naši državi. Razmere za kmetijstvo so slabe, kar polovico površja pokriva gozd. Zaradi depopulacije v kmetijstvu primanjkuje delovne sile, dobri potenciali za razvoj pa se kažejo v turizmu. Zadnja leta je obrobje pokrajine, širše doline in sedem občinskih središč zajela urbanizacija. Med nerazvitimi slovenskimi pokrajinami izstopajo Haloze, ki so zaradi součinkovanja številnih razvojnih, žal omejitvenih dejavnikov posebnost. Kratek pogled v razvojno problematiko regije prikaže njeno pestrost. Kljub bližini manj kot 30 km oddaljenega regionalnega središča Ptuja, manjših regionalnih središč Slovenske Bistrice in Kidričevega ter nekoliko bolj oddaljenega makroregionalnega središča Maribora se Haloze soočajo z ekstremnimi razvojnimi problemi.

Haloze se začenjajo na zahodu pri Makolah, tako da tvorita njihovo zahodno mejo Jelovski potok ter gmota Plešivca, in se od tod vlečejo v sorazmerno ozki progi v smeri JZ - SV od Goričaka ob slovensko - hrvaški meji. Na severu omejujeta Haloze Dravinja in Drava, na jugovzhodu in vzhodu pa vzhodni odrastki Karavank, izraženi v gorski pregraji Boč - Donačka gora - Macelj. Vzhodno od Maclja poteka meja Haloz po razvodnici med Dravo in njenim pritokom Bednja, ki je hkrati slovensko - hrvaška meja. Haloze v celoti obsegajo okrog 32.500 hektarjev površin, na kateri živi 18.863 prebivalcev (SURS na dan 31.12.2017) v sedmih občinah. Geografsko opredelitev turistične destinacije Haloze obsega območje občin Cirkulane, Majšperk, Makole, Podlehnik, Videm, Zavrč in Žetale.

Slika 2: Turistična destinacija Haloze



Občina Cirkulane

Občina Cirkulane se nahaja v severovzhodnem delu Slovenije in je približno 15 km oddaljena od mesta Ptuj. Pokriva območje veliko 32 km², na katerih živi 2.331 prebivalcev.

Občina Majšperk

Občina Majšperk leži na zahodnem delu Haloz. Velika je 72,8 km² in ima 4.013 prebivalcev. Šteje 26 naselij in 3 krajevne skupnosti.

Občina Makole

Občina Makole se nahaja Dravinjski dolini na zahodnem robu Haloz ob izteku Jelovškega potoka. Občina meri 36,9 km², na območju 13 naselij živi 2.020 prebivalcev.

Občina Podlehnik

Podlehnik je naselje v severozahodnem delu vinorodnih Haloz, katerega jedro je v dolini potoka Rogatnice med Novo cerkvijo in Sveto Trojico. Razprostira se na 46 km², na katerih živi 1.876 prebivalcev.

Občina Videm

Občina Videm leži na južnem robu Dravskega polja, na obeh straneh Dravinje, kjer se Haloze približajo rokavom reke Drave, meri 80,2 km² na katerih živi 5.526 prebivalcev. Središče občine je Videm, ki je gručasto naselje, večinoma na levem bregu Dravinje ob krakih lokalnih cest proti Ptuj, Lancovi vasi in Zgornjem Leskovcu.

Občina Zavrč

Občina Zavrč je ena izmed manjših občin v Sloveniji, saj meri le 19,25 km². Občina je redko in pretežno slemensko poseljena. Na jugu in na vzhodu meji na Republiko Hrvaško. Občina je sestavljena iz devetih naselij, v katerih prebiva okrog 1.802 prebivalcev.

Občina Žetale

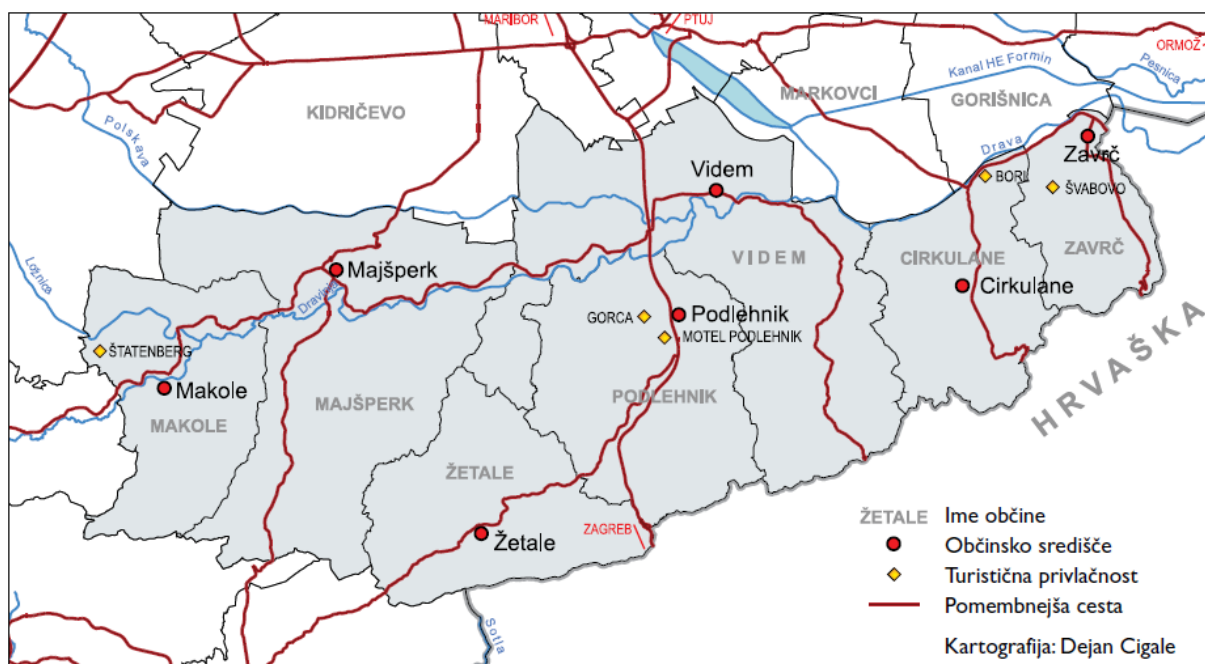
Žetale ležijo na jugozahodnem delu Haloz. So razloženo obmejno središčno naselje z gričevnatim jedrom v slikovitem zgornjem delu doline potoka Rogatnice. Meri 38 km² na katerih živi 1.295 prebivalcev.

2.1 Geografske značilnosti območja

2.1.1 Geografsko območje

Haloze so izredno raznolika pokrajina tako iz naravnega, kot tudi družbenega in gospodarskega vidika. Statistično gledano so Haloze območje v Podravju. Haloze geografsko delimo na dva dela: Vzhodne ali Spodnje ali Vinorodne Haloze (ob Ptujskem polju) ter Zahodne ali Zgornje ali Gozdnate Haloze. Haloze so na S omejene z rekama Dravinjo in Dravo, na J in V z državno mejo Republike Hrvaške, na Z pa z dolino Jelovškega potoka. Haloze so prijeten svet močno razgibanih, nizkih terciarnih goric panonske Slovenije. Prometno odročno obmejno gričevje je s skromnimi možnostmi za preživetje še do nedavnega veljalo za eno najbolj nerazvitih področij Slovenije. Haloze v celoti obsegajo okrog 32.500 hektarjev površin, na kateri živi 18.863 prebivalcev (SURS na dan 31.12.2017) v sedmih občinah. Haloze se začenjajo na zahodu pri Makolah, tako da tvorita njihovo zahodno mejo Jelovski potok ter gmota Plešivca, in se od tod vlečejo v sorazmerno ozki progji v smeri JZ - SV od Goričaka ob slovensko - hrvaški meji. Na severu omejujeta Haloze Dravinja in Drava, na jugovzhodu in vzhodu pa vzhodni odrastki Karavank, izraženi v gorski pregraji Boč - Donačka gora - Macelj. Vzhodno od Maclja poteka meja Haloz po razvodnici med Dravo in njenim pritokom Bednja, ki je hkrati slovensko - hrvaška meja.

Slika 3: Geografsko območje Haloz



Opomba: Motel Podlehnik, v občini Podlehnik ne obratuje več od leta 20016, z gradnjo AC je bil leta 2017 porušen.

Dravinja loči Haloze od severno ležečega zloženega slemena Savinjsko, ki pripada Podravinju oziroma Dravinjskim goricam. To sleme je bilo še v miocenu združeno s Halozami, saj je tekla Dravinja severneje. Šele ko se je Dravinja zaradi tektonskih procesov premaknila proti jugu in se urezala v odpornejše plasti miocenskih mornarjev in peščenjakov kakor tudi soteških skladov, ki sestavljajo višji svet Haloz, je ločila Savinjsko od Haloz. Ime Savinjsko za zložen hrbet med Dravinjo na jugu in Polskavo na severu so uveljavili geografi. Domačini ga redko uporabljajo. Polanci z Dravskega polja Savinjsko često prištevajo k Halozam, še pogosteje pa uporabljajo zanj ime za goro (Ptujška gora). Zahodni del Haloz je na severu omejen z Dravinjo in Savinjsko prištevamo k Dravinjskim goricam.

2.1.2 Pokrajinska raznolikost

Haloze se razprostirajo ob slovensko-hrvaški meji med Makolami na zahodu in Goričakom na vzhodu. So svet nizkih terciarnih gorc v dolžini 31 km in v širini 10 km, proti zahodu pa se zožijo na okrog 6 km. Proti zahodu se pokrajina vzpne tudi prek 500 m nad morsk gladino, ko se Haloze naslonijo na Donačko goro, Resnik in Macelj. Najvišji vrh v Halozah so 624 m visoke Jelovice.

V Halozah med kamninami prevladujejo peščeni laporji, v njihovem zahodnem delu pa se pojavljajo tudi kremenovi peščenjaki. Višji deli Zahodnih Haloz so zgrajeni iz litotamnijskega apnenca, ki ga v največjem obsegu najdemo med Zavrčem in Borlom. Najlepše je viden po skali, na kateri je grad Borl. Na lapornatih apnencih je relief bolj strm, pobočja porašča gozd. V Vzhodnih Halozah je relief najmočnejše oblikovalo dokaj gosto vodno omrežje. Vodotoki Rogatnica, Škrabca, Jesenica, Peklača, Psičina, Bela in Turški potok so ustvarili širše doline, v katerih so tudi tri občinska središča (Goričak – Občina Zavrč, Cirkulane, Podlehnik), zato so izpostavljena močnejši urbanizaciji. Za pokrajino med dolino Peklače in Jelovskim potokom na zahodu so značilna bolj strma pobočja, priostreni vrhovi, manjša slemena, ozke doline ter višje absolutne in relativne višine. Naravne razmere sicer omogočajo kmetijsko dejavnost, vendar le specializacijo s tržno usmeritvijo v vinogradništvo, saj tudi tradicionalno sadjarstvo že dolga desetletja nima pomembnega tržnega deleža.

Večji haloški vodotoki so oblikovali dokaj široke doline haloških potokov, ki so zapolnjene z debelimi naplavinami. Strmec vodotokov je v spodnjem delu majhen, zato so tu okljuki in marsikje mokrotna območja, ob obilnejših padavinah tudi poplave. Danes je večina večjih vodotokov regulirana, kar je marsikje spremenilo rabo zemljišč in omogočilo razmeroma dobro prometno dostopnost ter prehodnost v smeri sever–jug in urbanizacijo

Vzhodne Haloze imajo najboljše vinogradniške lege na vzhodu in jugu pokrajine na nižjih in daljših slemenih, razpotegnjenih v smeri vzhod–zahod. K Srednjim Halozam štejemo nekoliko višji svet med Peklačo, osrednjim porečjem Rogatnice in zgornjim porečjem Psičine. So nekoliko višje in strmejše od Vzhodnih Haloz, s krajšimi uravnavami ter ožjimi in krajšimi dolinami. Podobno kot drugod v Halozah se tudi tukaj njive in vinogradi krčijo. Vinogradov je danes le še 13,2 % kmetijskih zemljišč, povečujeta se deleža gozdov in travnikov. Večje strmine so opuščene ali slabo izkoriščane.

Naslednja pokrajinska enota v Halozah so Zahodne Haloze. Zahodne Haloze so izrazito gozdnato hribovje, ki sega tudi več kot 600 m nad morsko gladino. Med antiklinalo z visokimi kopastimi vrhovi Jelovice, Bolfenkom, Vildonom in Janškim vrhom ter drugim pasom visokih Haloz na jugu je sklenjeno podolje, ki v osredju prehaja v obsežno in razvejano Žetalsko kotlino. Gozd prekriva nad 60 % površja. Zaradi odseljavanja in posledičnega opuščanja obdelave zemlje se povečujeta deleža gozdov in travnikov.

2.1.3 Splošni prostorski razvojni procesi zadnjih let

Splošni prostorski razvojni procesi so v zadnjih letih močneje zajeli tudi Haloze. Prometna in druga infrastruktura je pokrajino približala bližnjim razvojnim središčem, vključno z Mariborom. Vprašanje kakovosti bivalnega okolja kot čedalje pomembnejšega razvojnega dejavnika zadnja leta vpliva tudi na živahno urbanizacijo obrobni predelov, širših dolin in sedmih občinskih središč. Najnovejše geografske raziskave so kljub nedvomnemu razvojnemu zaostajanju Haloz opozorile na razvojno raznolikost pokrajine. Zastavlja se vprašanje o današnji razvitosti ali nerazvitosti pokrajine in njenih posameznih delov. Najnovejši regionalnorazvojni procesi so zato sprožili ponovno zanimanje za Haloze, za vrednotenje dejavnikov in možnosti za skladnejši regionalni razvoj ter vrednotenje pokrajine kot celote.

Regionalni razvoj je odvisen od številnih dejavnikov, med katerimi so največkrat v ospredju položajni, naravnogeografski ter socioekonomski, v prostorskem pogledu pa segajo od lokalnih do globalnih. Z naraščanjem vpliva globalnih procesov se regionalno razvojne razlike večinoma poglobljajo, pa tudi spreminjajo. Nobena še tako razvita država nima svojega ozemlja razvitega enakomerno. Tudi Slovenija ima zakon o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja, kar pa ni zmanjšalo koncentracije razvoja ob slovenskem razvojnem, cestnem in prebivalstvenem križu.

Med nerazvitimi slovenskimi pokrajinami izstopajo Haloze, ki so zaradi součinkovanja številnih razvojnih, žal omejitvenih dejavnikov posebnost. Kratek pogled v razvojno problematiko regije prikaže njeno pestrost. Kljub bližini manj kot 30 km oddaljenega regionalnega središča Ptuja, manjših regionalnih središč Slovenske Bistrice in Kidričevega ter nekoliko bolj oddaljenega makroregionalnega središča Maribora se Haloze soočajo z ekstremnimi razvojnimi problemi.

Površje je izrazito dinamično, zato se uvršča med območja z omejitvenimi dejavniki za dostopnost in moderno kmetijstvo (z izjemo vinogradništva in sadjarstva na vzhodu pokrajine ter govedoreje na zahodu). Haloze strukturno in funkcionalno delimo na dva dela: na višje in strmejše Gozdne ter na položnejše Vinorodne.

Pestri socioekonomski odnosi so v preteklosti zavirali razvoj pokrajine, ki je doživljala kmetijsko specializacijo in komercializacijo, v današnjem času pa tudi ogozdovanje in opuščanje obdelovalnih zemljišč. Kombinacija za kmetijstvo neugodnih naravnih in lastniško posestnih razmer, odsotnost delovnih mest v pokrajini in na njenem obrobju, izredno neugodna kvalifikacijska sestava prebivalstva, pomanjkljiva komunalna in prometna infrastruktura ter nizka socialna raven prebivalstva, so že v petdesetih letih prejšnjega stoletja pospeševali depopulacijo. Viničarstvo, ki je pred drugo svetovno vojno pomenilo popolno socialno degradacijo pokrajine, je zamenjala močna depopulacija: agrarno prenaseljenost je v novejšem času nadomestilo pomanjkanje delovne sile. Haloze so tako dolga leta relativno in absolutno razvojno zaostajale za državnim povprečjem. Kot odgovor na številne ugotovljene razvojne izzive je bil leta 1971 sprejet prvi v nizu zakonov, namenjenih razreševanju problematike velikih razvojnih razlik v Sloveniji. Manj razvita območja so bila opredeljena predvsem v severovzhodni Sloveniji. Že takrat so se Haloze skupaj s celotno občino Ptuj uvrstile med manj razvita območja.

Slika 4: Spodbujanje razvoja manj razvitih območij v Sloveniji v letih 1971 - 2011

leto	zakon	tipi manj razvitih območij
1971	Zakon o ukrepih za pospeševanje razvoja manj razvitih območij	manj razvita območja
1975	Zakon o pospeševanju skladnejšega regionalnega razvoja v SR Sloveniji	manj razvita območja; manj razvita obmejna območja (1981–1990); območja v prehodnem obdobju (1981–1990);
1990	Zakon o spodbujanju razvoja demografsko ogroženih območij v Republiki Sloveniji	demografsko ogrožena območja; demografsko ogrožena obmejna območja; gorsko-višinska območja; območja v prehodnem obdobju (1991–1997);
1999	Zakon o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja (ZSRR)	območja s posebnimi razvojnimi problemi in ekonomsko šibka območja; območja s strukturnimi problemi in visoko brezposelnostjo; razvojno omejevana obmejna in območja z omejitvenimi dejavniki;
2005	Zakon o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja (ZSRR-1)	/
2011	Zakon o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja (ZSRR-2)	obmejna problemska območja; problemska območja z visoko brezposelnostjo (začasni ukrep).

Zakon o pospeševanju skladnejšega regionalnega razvoja iz leta 1975 je, ob upoštevanju večjega števila meril, kljub bližini Ptuja Haloze opredelil kot manj razvito območje. Čeprav so se merila za določitev manj razvitih območij v letih 1980 in 1985 spremenila, so Haloze ostale manj razvito območje.

V obdobju spodbujanja razvoja demografsko ogroženih območij (1991–1999) so bile Haloze uvrščene med demografsko ogrožena obmejna območja, kamor so spadali vse krajevne skupnosti in območja naselij, ki so izkazovali negativne prebivalstvene težnje, opredeljene s kazalnikom gibanje števila prebivalcev in staranje prebivalstva. Obmejnost je bila prepoznana kot omejitveni razvojni dejavnik, kar je veljalo še zlasti za območja ob meji z Republiko Hrvaško. Med obmejne krajevne skupnosti so se uvrstile tiste, ki so bile v 10-kilometrskem obmejnem pasu. Konec devetdesetih let 20. stoletja med demografsko ogrožena obmejna območja niso spadale celotne Haloze. Iz sistema manj razvitih območij so bila izvzeta naselja z boljšo prometno dostopnostjo, posebno ob glavni cesti med Mariborom in Zagrebom.

Leta 1999 se je na področju spodbujanja regionalnega razvoja zgodil pomemben preobrat. S sprejemom Zakona o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja se je spodbujanje razvoja z manj razvitih območij preneslo na vse razvojne (statistične) regije. Kljub temu je zakon za spodbujanje razvoja problemskih območij (manj razvitih, v strukturni krizi) predvidel območja s posebnimi razvojnimi problemi.

Opredeljeni so bili trije tipi: ekonomsko šibka območja, območja s strukturnimi problemi in visoko brezposelnostjo ter razvojno omejevana obmejna in območja z omejitvenimi dejavniki. Haloške občine so se uvrščale med ekonomsko šibka območja, območja s strukturnimi problemi zaradi visoke stopnje brezposelnosti, visokega deleža aktivnih prebivalcev, zaposlenih v kmetijstvu, in obmejne lege.

Zakon o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja je bil leta 2005 spremenjen in ni predvideval prednostnih območij delovanja regionalne politike. Leta 2011 je bil sprejet nov zakon o spodbujanju skladnega regionalnega razvoja, ki ponovno opredeljuje manj razvita obmejna območja. Mednje se zaradi obmejne lege spet uvrščajo tudi vse haloške občine (občina Majšperk zaradi visokega deleža Nature 2000).

Haloze so bile tako kot druga manj razvita območja v Sloveniji deležna modernizacije. Zgrajena je bila temeljna infrastruktura (vodovod, elektrika, telefon), spodbujal se je gospodarski razvoj v središčnih naseljih nižje stopnje na obrobju pokrajine (Majšperk). Skupaj z okolico Ptuja so se od sedemdesetih let 20. stoletja zlasti na področju gospodarske infrastrukture razvijale hitreje kot nekatere druge pokrajine v Sloveniji. Kljub temu se razvojni zaostanek ni zmanjšal. Haloze so se uvrščale med manj razvita območja v vseh obdobjih spodbujanja njihovega razvoja. Razvojnega preboja glede na opredelitev manj razvitih območij v Sloveniji torej niso doživele. (Vir: Simon Kušar, Haloze manj razvito območje v Geografski obzornik, Letnik 59, Številka 1-2, 2012).

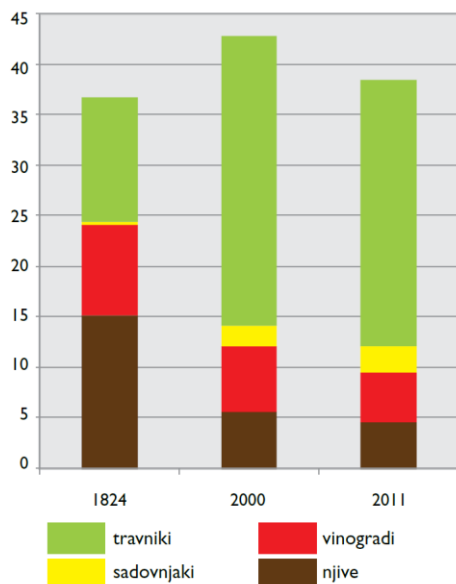
2.1.4 Spremembe rabe zemljišč na območju Haloz skozi obdobja

Neugodna prebivalstveni in gospodarski razvoj v Halozah se zrcalita tudi v rabi zemljišč. Proces spreminjanja rabe zemljišč v zadnjem desetletju kažejo na ekstenzifikacijo kmetijske pridelave zaradi izrazitega procesa ozelenjevanja in ogozdovanja. Po podatkih MKGP je bilo leta 2000 na območju Haloz 1209,6 ha njiv in vrtov (5,7 % ozemlja), vinogradov 1.389,2 ha (6,5 %), sadovnjakov pa 427,7 ha (2,0 %). Kar 48,7 % Haloz so pokrivali gozdovi, 28,6 % pa travniki. Pozidanih in ostalih sorodnih zemljišč je bilo 1038,2 ha (4,9 %). Leta 2011 so na območju Haloz njive in vrtovi pokrivali 996,8 ha vsega površja (4,7 %), vinogradi 1022,9 ha (4,8 %), sadovnjaki 582,4 ha (2,7 %), travniki 5598,3 ha (26,3 %), zemljišča v zaraščanju 864,0 ha (4,1 %) in gozd 11.196,1 ha (52,7 %). Do leta 2011 so se površine njiv in vrtov zmanjšale za 212,8 ha (ali za slabih 18 %), vinogradov za 366,3 ha (za 26,4 %), medtem ko so se zemljišča v zaraščanju povečala za 385,9 ha (ali za 80,7 %), površina gozdov pa za 850,7 ha (za 8,2 %). Zanimivo je, da so se sadovnjaki povečali za 154,8 ha ali za 36,2 %. Podatki torej nakazujejo splošno težnjo ozelenjevanja in zaraščanja ter ekstenzifikacije kmetijske pridelave. Z vidika obremenjevanja okolja bi to sicer lahko ocenili za pozitivno okoliščino, vendar pa se za tem skrivajo predvsem neugodni prebivalstveni in gospodarski procesi. Najpogostejše kombinacije sprememb rabe zemljišč v obdobju med letoma 2000 in 2011 na območju Haloz so bile: travniki v gozd (671,6 ha), travniki v zemljišča v zaraščanju (535,7 ha), njive v travnike (445,4 ha), zemljišča v zaraščanju v gozd (285,1 ha), travniki v njive (256,6 ha), vinogradi v travnike (245,8 ha), travniki v sadovnjake (242,8 ha), gozdovi v travnike (215,3 ha), sadovnjaki v travnike (166,7 ha), mešana raba zemljišč v gozdove (132,4 ha) in travniki v pozidana zemljišča (109,4 ha).

Njive in vrtovi so v zadnjem desetletju prehajali zlasti v travnike (445,4 ha) ter v zemljišča v zaraščanju (23,3 ha), po 19,9 ha pa je prešlo v gozd oziroma v pozidana zemljišča. Njive so v travnike prehajale predvsem na dnu dolin in na spodnjih delih pobočij, to je na nadmorskih višinah do 350 m, višje je bil prehod manj izrazit. Proces prehajanja njiv v travnike je bil najizrazitejši na položnejših legah, torej tam, kjer so razmere za poljedelstvo ugodnejše. Kar 151 ha ali 33,9 % vseh prehodov njiv v travnike se je izvršil na naklonih pod 5°, nadaljnjih 120,8 ha (ali 27,1 %) pa na naklonih med 5° in 10°. Podobno lahko ugotavljamo za prehode njiv v gozd.

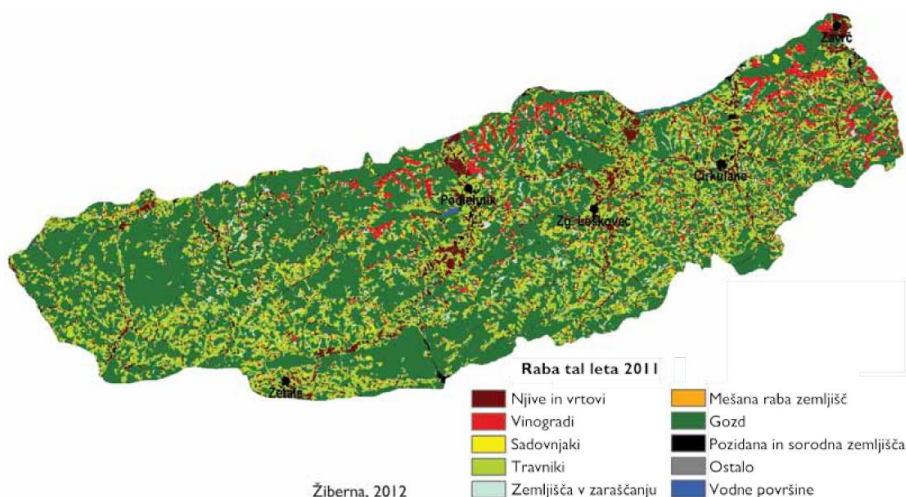
Ekspozicije na intenzivnost zmanjševanja njiv niso imele pomembnega vpliva, nekoliko manj intenzivno je bilo njihovo zmanjševanje v severovzhodnih in severozahodnih legah. Najbolj izrazito krčenje njiv je bilo na sorazmerno dobro obsevanih legah, in sicer takšnih z od 1000 do 1200 kWh/m².

Slika 5: Struktura obdelovalnih zemljišč v Halozah leta 1824, 2000 in 2011 v %



Vinogradi so v omenjenem obdobju najpogosteje prehajali v travnike (245,8 ha), zemljišča v zaraščanju (96,4 ha) in sadovnjake (30,5 ha). 28,3 ha vinogradov je prešlo v gozd, 26,7 ha pa se je umaknilo pozidanim zemljiščem. Najizraziteje so se vinogradi umikali v nižjem delu termalnega pasu (med 250 in 300 oziroma med 300 in 350 m nadmorske višine). Umik vinogradniških leg na najbolj strmih (a dobro obsevanih) legah po drugi svetovni vojni smo običajno interpretirali z oteženo uporabo mehanizacije na velikih naklonih in s tem povezanimi višjimi stroški pridelave.

Slika 6: Raba zemljišč na območju Haloz leta 2011



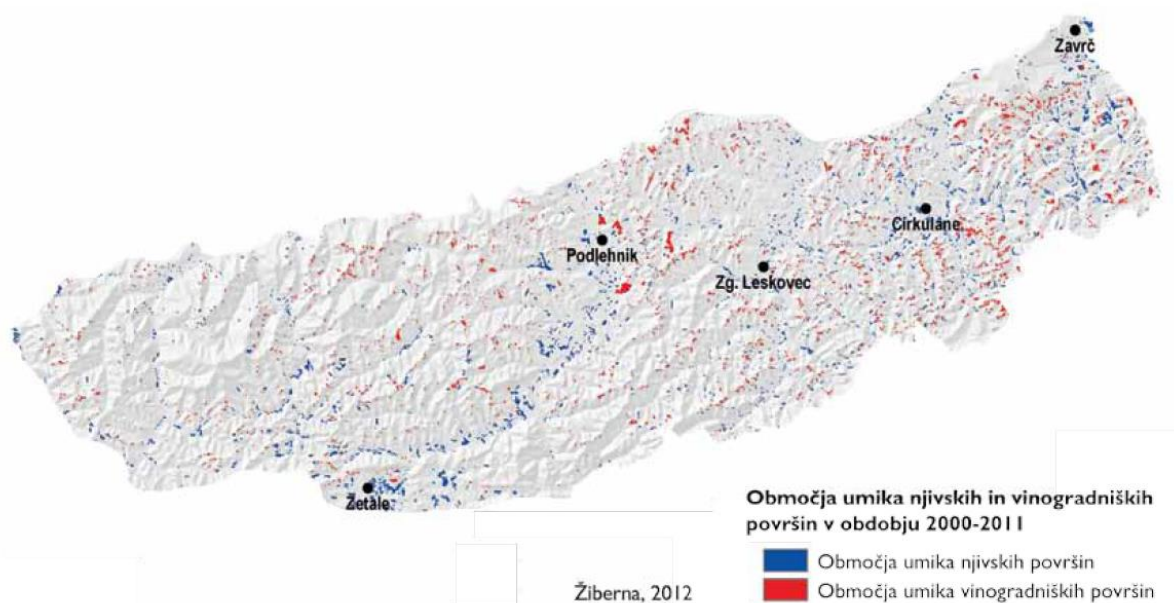
V zadnjem desetletju pa so se vinogradi umikali predvsem na manj strmih do zmerno strmih legah z naklonom do 25°, ki vsaj še pogojno omogočajo strojno obdelavo. Najbolj izrazito nazadovanje vinogradov je bilo na jugovzhodnih, južnih in jugozahodnih legah. Prav zato ne preseneča dejstvo, da je bil delež umika vinogradov najintenzivnejši na najbolj obsevanih legah, ki prejemajo več kot 1000 kWh/m².

Če so se vinogradi od začetka 20. stoletja do devetdesetih let umikali z dinamiko 209,6 ha na desetletje, potem se je v zadnjem obdobju njihovo krčenje intenziviralo, saj se je povečalo na kar 333 ha na desetletje.

Prostorsko je umik vinogradov opaznejši na območju Vinorodnih Haloz. V večjih strnjenih kompleksih so se vinogradi umaknili predvsem na območju Sedlaška, na pobočjih vzhodno od Podlehnik, Strmca, Dravinjskega Vrha, Gradišča, Belskega Vrha, Gruškovca in Turškega Vrha. Med intenzivnejšimi oblikami rabe zemljišč v zadnjem desetletju niso nazadovali le sadovnjaki, saj se je njihova površina skupno povečala za 154,8 ha. Najpogosteje so v sadovnjake prehajali travniki in gozdovi, po drugi strani pa so se tudi sadovnjaki spreminjali v travnike, gozd in zemljišča v zaraščanju. Površina travnikov se je v obravnavanem obdobju zmanjšala za 486,6 ha (ali za 8 %). Najpogosteje so prehajali v gozd, zemljišča v zaraščanju, njive in sadovnjake.

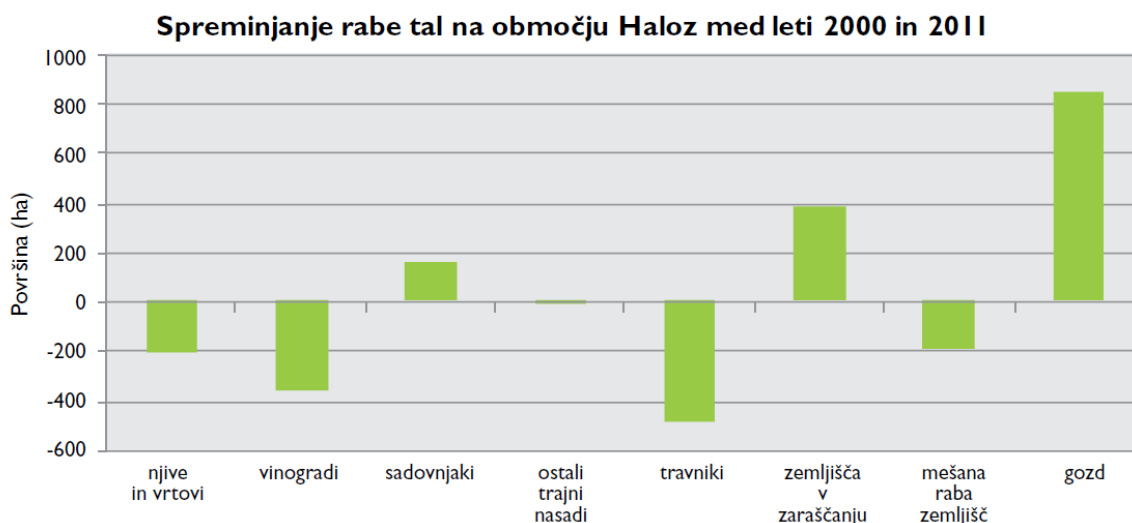
Travniki so se najbolj umikali na nadmorskih višinah med 250 in 400 m, torej na pobočjih, in sicer predvsem na večjih naklonih. Kar 27,2 % travnikov je prešlo v gozd na naklonih med 20° in 25°, nadaljnjih 26,2 % na naklonih med 15° in 20°, 18,8 % pa na naklonih med 25° in 30°. Ta proces je najintenzivneje potekal na vzhodnih in zahodnih legah. Na območju Haloz se je tako v obdobju med letoma 2000 in 2011 najbolj povečala površina gozdov (za 850,7 ha ali za 8,2 %) in zemljišč v zaraščanju (385,9 ha ali 80,7 %).

Slika 7: Območja umika njivskih in vinogradniških površin v obdobju 2000-2011



Spreminjanje rabe zemljišč v smeri ekstenzifikacije zveni še bolj neugodno, če upoštevamo naravni potencial za nekatere oblike rabe zemljišč, ki so v preteklosti tu našle svoj domicil in so Halozam prinašale ne le pomemben del dohodka, ampak so tej pokrajini vtisnile tudi identiteto. Vinogradništvo je v takih naravnih razmerah najbrž edina kmetijska dejavnost, ki daje pomemben dohodek. Izkoriščenost ugodnih leg za vinogradništvo je daleč pod možnostmi. Primerjava med rabo zemljišč leta 2011 in prvorazrednimi topoklimatskimi legami (tistimi v termalnem pasu, to je med 300 in 450 m, ter z nad 1200 kWh/m² globalnega sončnega obsevanja) kaže, da je v Halozah izkoriščenost kakovostnih vinogradniških leg majhna. Le 14,3 % prvorazrednih topoklimatskih leg pokrivajo vinogradi, večina teh leg pa je pod gozdom (37,9 %) ali travniki (33,4 %). 7,5 % prvorazrednih leg se zarašča, 3,7 % je zasajenih s sadovnjaki.

Slika 8: Spreminjanje rabe tal na območju Haloz med leti 2000 in 2011



Neugodna okoliščina za prihodnji razvoj vinogradništva je tudi dejstvo, da so vinogradi v Podravju sorazmerno stari. V štajerskem vinorodnem okolišu je obnova vinogradov v obdobju med letoma 2007 in 2011 dosegla manj kot polovico enostavne reprodukcije, pri čemer je stanje najslabše prav v Halozah. Vinogradov, starih od 5 do 25 let, je v Sloveniji 58 %, v Halozah pa 64 %, vinogradov, starih več kot 25 let, je v Sloveniji 58 % in v Halozah 35 %. Druga težava haloškega vinogradništva je velika razdrobljenost vinogradniških zemljišč. Leta 2004 je bila povprečna velikost vinograda v Halozah 0,73 ha, medtem ko je bila v primorskem vinorodnem okolišu 1,42 ha. (Vir: povzeto po Igor Žiberna, Spreminjanje rabe zemljišč v Halozah, 2012).

3. ANALIZA TRENUTNEGA STANJA TURISTIČNE DEJAVNOSTI IN NJENIH RAZVOJNIH MOŽNOSTI

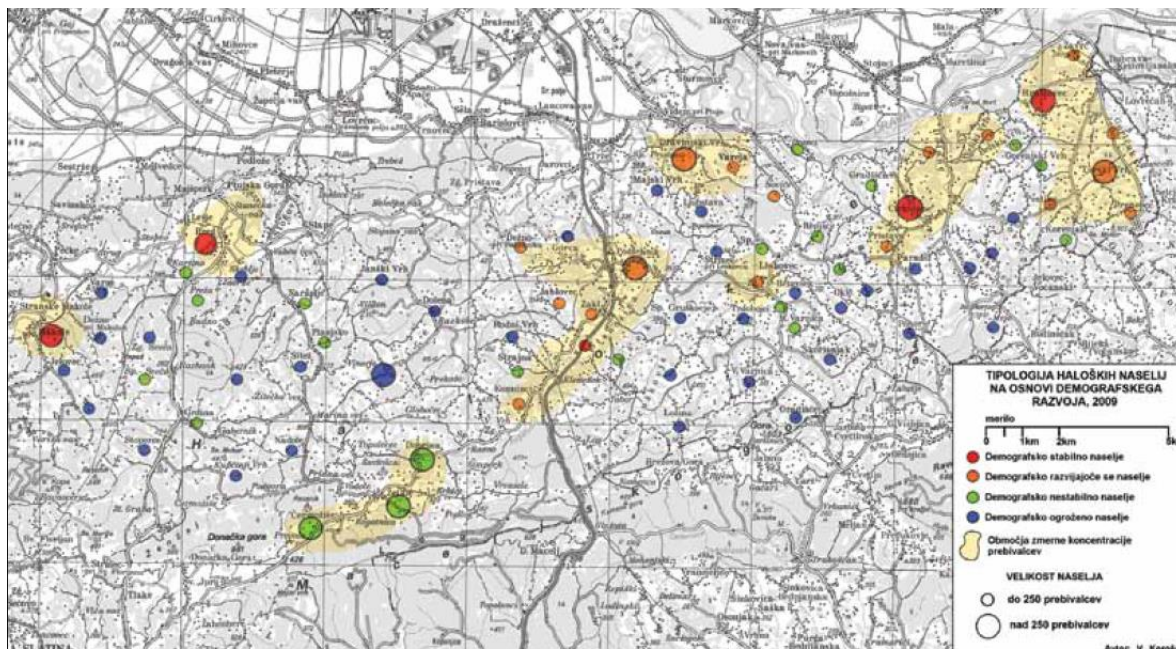
3.1 Ocena stanja na območju Haloz

3.1.1 Demografske značilnosti območja Haloz

Od druge svetovne vojne do danes se je število prebivalcev Haloz zmanjšalo za več kot tretjino. Do začetka osemdesetih let prejšnjega stoletja se je število prebivalcev zmanjševalo zaradi odseljevanja domačinov v bližnja industrijska središča in celo v tujino, medtem ko v zadnjem obdobju prebivalstveni razvoj ogroža negativen naravni prirast, ki je posledica staranja prebivalcev. Na minimalno rast števila prebivalcev po letu 2002 vpliva priseljevanje lastnikov počitniških bivališč in širitev zazidalnih zemljišč v nekaterih središčnih naseljih. Na statistične podatke o demografski strukturi Haloz vpliva tudi dejstvo, da je veliko prebivalcev v Halozah zgolj prijavljenih, prebivajo pa zunaj pokrajine.

Za Haloze je značilen prostorsko izrazito neenakomeren prebivalstveni razvoj. Tako na eni strani število prebivalcev v prometno dostopnejših središčnih in dolinskih naseljih narašča (tudi zaradi priselitev), na drugi strani pa se nadaljuje odseljevanje prebivalcev in gospodarsko nazadovanje naselij v obmejnem pasu in težje dostopnih delih gričevja. Medtem ko je leta 1981 v središčnih in njim bližnjih naseljih živela dobra petina Haložanov, se je do leta 2010 njihov prebivalstveni delež povečal na eno tretjino.

Slika 9: Demografski razvoj v Halozah: tipologija naselij



Demografski trendi v razvitem delu sveta kažejo na vedno večji delež starejšega prebivalstva, ki je posledica manjše rodnosti in daljše življenjske dobe. Tipični znak staranja je naraščajoči delež neaktivnih, kar povzroča vse večji pritisk na javne izdatke (pokojske, socialne, zdravstvene itd.). Demografski trendi v Sloveniji se ne razlikujejo bistveno od tistih v drugih razvitih evropskih državah. Glavne značilnosti so nizka rodnost in nizka stopnja natalitete. Nadaljevanje teh trendov vodi v izgrazito staranje populacije.

Po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije za leto 2017 na območju Haloz živi **18.899** prebivalcev kar predstavlja 5,88% celotnega prebivalstva Podravja, povprečna gostota poselitve na območju sedmih občin na območju Haloz znaša 59,97 prebivalcev/km², kar je tako pod povprečjem regije Podravje, kakor tudi pod državnim državnim povprečjem.

Tabela 1: Prebivalstvo po starostnih skupinah 2017

Območje	0-14 let	15-64 let	65 + let	Skupaj	Povprečna starost	Indeks staranja	Gostota naseljenosti
Občina Cirkulane	306	1.619	406	2.331	43,6	132,7	72,6
Občina Majšperk	575	2.708	730	4.013	43,4	127,0	55,1
Občina Makole	276	1.361	383	2.020	43,7	138,8	54,7
Občina Podlehnik	203	1.360	313	1.876	44,8	154,2	40,8
Občina Videm	737	3.917	872	5.526	42,9	118,3	69,1
Občina Zavrč	195	1.396	211	1.802	41,1	108,2	93,4
Občina Žetale	172	951	208	1.331	42,6	120,9	34,1
Haloze	2.464	13.312	3.123	18.899	43,16	128,59	59,97
Podravje	44.170	213.261	63.989	321.420	43,9	144,9	148,1
Slovenija	309.686	1.360.846	395.629	2.066.161	43,1	127,8	101,9

Vir: SURS; <http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp> (4.6.2018)

Največja gostota naseljenosti prebivalstva je v občini Zavrč, v kateri živi 93,4 prebivalcev/km², medtem ko na območju občine Žetale gostota naseljenosti dosega le 34,1 prebivalcev/km².

Posledice depopulacije vplivajo na starostno, izobrazbeno in dejavnostno sestavo prebivalcev. Po statističnih podatkih za leto 2017 je bilo v Halozah 13,04 % prebivalcev starih do 14 let, kar je manj od regijskega in državnega poprečja. Nizek delež mladih je v dobri polovici haloških naselij, od tega je v dvajsetih naseljih celo nižji od 10 %. Največ takšnih naselij je na območju Leskovca, Žetal in Majšperka. Pozitivnim demografskim spremembam sledimo v izobrazbeni sestavi, ki se najhitreje spreminja v naseljih, v katerih število prebivalcev narašča in se socialno ter gospodarsko razvijajo.

Tabela: Gibanje števila prebivalcev 2008-2017

leto / območje	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2017	Indeks 2017/2008
Občina Cirkulane	2.326	2.283	2.313	2.299	2.296	2.312	2.331	100,0
Občina Majšperk	4.146	4.045	4.097	4.063	4.028	3.980	4.013	97,0
Občina Makole	2.106	2.089	2.102	2.071	2.080	2.037	2.020	96,0
Občina Podlehnik	1.937	1.892	1.891	1.897	1.861	1.873	1.876	97,0
Občina Videm	5.592	5.565	5.603	5.618	5.636	5.603	5.526	99,0
Občina Zavrč	1.554	1.519	1.609	1.622	1.661	1.740	1.802	116,0
Občina Žetale	1.404	1.326	1.343	1.326	1.355	1.340	1.331	95,0
Haloze	19.065	18.719	18.958	18.896	18.917	18.885	18.899	100,0

Vir: SURS; <http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp> (4.6.2018)

Na območju Haloz se število prebivalcev v obdobju od 2008-2017 ni bistveno spreminjalo. V primerjavi z letom 2008 je v letu 2017 na območju Haloz živelo 166 manj ljudi. Občina Zavrč pa je v obravnavanem obdobju zabeležila za dobrih 15,96% povečanje števila prebivalstva.

Drugo skupino predstavlja delovni kontingent prebivalstva, to je **skupina od 15 do 64 let** starosti (delavci, kmetje, podjetniki posamezniki, vzdrževane osebe). Pri demografski analizi osredotočeni v razvoj je pomembna tako starostna kot tudi kvalifikacijska struktura, ker prav ta skupina odraža značilnost in razvojno zmožnost. Delež aktivnega prebivalstva je na območju Haloz nekoliko višji, kot znaša povprečje Slovenije (65,86) ter Podravja (66,35) in sicer znaša 70,44%.

V starejšo populacijo štejemo prebivalce stare **nad 65 let starosti**. Ta skupina prebivalcev se iz leta v leto povečuje in je na območju Haloz v letu 2017 dosegla že 16,52% celotnega prebivalstva Haloz.

Indeks staranja prebivalstva znaša v občinah na območju Haloz v povprečju 128,59, kar je sicer primerljivo s slovenskim povprečjem, ki znaša 127,8, vendar so znotraj haloškega območja kar 3 občine (Občina Cirkulane, Občina Makole in Občina Podlehnik), ki krepko presegajo slovensko povprečje. Najvišji indeks staranja na območju Haloz ima Občina Podlehnik, medtem, ko najnižji indeks staranja beliši občina Zavrč.

3.1.2 Gospodarstvo na območju Haloz

Na območju občin v Halozah je v letu 201 poslovalo gospodarskih družb, kar je za 25,6% več kot v letu 2010. Gospodarske družbe so v letu 2017 skupaj zaposlovale 755 ljudi, kar je 1,15 % vseh zaposlenih v gospodarskih družbah v Podravju, ter v primerjavi z letom 2010 za 235 delovnih mest več.

Tabela 2: Osnovni podatki o poslovanju gospodarskih družb po občinah za leto 2010 in 2017

Območje	Družbe		Zaposleni		Prihodki		Čisti prihodki od prodaje		Vrednost aktive na dan 31.12.	
	število	delež v %	število	delež v %	zneski v tisoč EUR	delež v %	zneski v tisoč EUR	delež v %	zneski v tisoč EUR	delež v %
leto 2017										
Občina Cirkulane	21	0,3	100	0,2	8.560	0,1	8.506	0,1	3.803	0,1
Občina Majšperk	38	0,5	140	0,2	9.551	0,1	9.499	0,1	10.722	0,1
Občina Makole	17	0,2	113	0,2	9.011	0,1	8.727	0,1	10.038	0,1
Občina Podlehnik	17	0,2	30	0,0	3.747	0,0	3.667	0,0	3.515	0,0
Občina Videm	39	0,5	143	0,2	21.342	0,2	21.259	0,2	13.287	0,2
Občina Zavrč	10	0,1	215	0,3	13.642	0,2	13.526	0,2	7.111	0,1
Občina Žetale	5	0,1	14	0,0	1.365	0,0	1.315	0,0	1.670	0,0
Haloz	147	1,8	755	1,15	67.218	0,8	66.499	0,8	50.146	0,7
Podravje	8.201	100,0	65.589	100,0	8.873.518	100,0	8.608.426	100,0	7.472.454	100,0
leto 2010										
Občina Cirkulane	27	0,4	59	0,1	2.605	0,0	2.505	0,0	2.055	0,0
Občina Majšperk	25	0,4	178	0,3	10.319	0,1	9.676	0,1	8.735	0,1
Občina Makole	16	0,2	124	0,2	7.763	0,1	7.379	0,1	10.141	0,1
Občina Podlehnik	16	0,2	16	0,0	964	0,0	945	0,0	3.489	0,0
Občina Videm	23	0,3	60	0,1	7.508	0,1	7.231	0,1	7.256	0,1
Občina Zavrč	7	0,1	69	0,1	3.725	0,0	3.712	0,0	2.560	0,0
Občina Žetale	3	0,0	14	0,0	1.115	0,0	1.018	0,0	856	0,0
Haloz	117	1,6	520	0,8	33.999	0,3	32.466	0,3	35.092	0,3
Podravje	6.658	100,0	64.077	100,0	7.803.184	100,0	7.430.010	100,0	8.754.693	100,0

Vir: Ajpes: Informacija o poslovanju gospodarskih družb, zadrug in samostojnih podjetnikov posameznikov v statistični regiji Podravje v letu 2017 in 2010

Gospodarske družbe so v letu 2017 ustvarile 67.215.000 EUR prihodkov oziroma 0,8% celotnih prihodkov, ki so jih ustvarile gospodarske družbe v Podravju v enakem obdobju. V primerjavi z letom 2010 se prihodek gospodarskih družb na območju Haloz povečal za 97,7%. Čisti prihodki od prodaje, ki so jih izkazale gospodarske družbe delujoče na območju Haloz so se v letu 2017 glede na leto 2010 povečali za 100,8%, prav tako pa se je v primerjavi z letom 2010 za 42,9% povečala vrednost aktive ob koncu leta.

Tabela 3: Osnovni podatki o poslovanju samostojnih podjetnikov po občinah za leto 2010 in 2017

Območje	Podjetniki		Zaposleni		Prihodki		Čisti prihodki od prodaje		Vrednost aktive na dan 31.12.	
	število	delež v %	število	delež v %	zneski v tisoč EUR	delež v %	zneski v tisoč EUR	delež v %	zneski v tisoč EUR	delež v %
leto 2017										
Občina Cirkulane	30	0,4	46	0,6	3.001	0,4	2.944	0,4	1.941	0,4
Občina Majšperk	92	1,1	100	1,4	8.325	1,1	8.131	1,0	4.908	1,1
Občina Makole	44	0,5	20	0,3	3.188	0,4	3.127	0,4	2.103	0,5
Občina Podlehnik	47	0,6	108	1,5	17.410	2,2	16.884	2,2	10.198	2,2
Občina Videm	108	1,3	128	1,7	9.230	1,2	9.078	1,2	5.387	1,2
Občina Zavrč	17	0,2	52	0,7	2.642	0,3	2.579	0,3	1.064	0,2
Občina Žetale	23	0,3	33	0,4	2.546	0,3	2.497	0,3	2.357	0,5
Haloze	361	4,4	487	6,6	46.342	5,9	45.240	5,8	27.958	6,1
Podravje	8.320	100,0	7.394	100,0	788.211	100,0	775.102	100,0	466.416	100,0
leto 2010										
Občina Cirkulane	38	0,3	44	0,5	3.127	0,4	3.107	0,4	1.713	0,3
Občina Majšperk	112	1,0	122	1,4	9.027	1,2	8.879	1,2	5.668	0,9
Občina Makole	55	0,5	25	0,3	2.969	0,4	2.887	0,4	1.614	0,3
Občina Podlehnik	45	0,4	90	1,1	9.157	1,2	8.759	1,1	5.519	0,9
Občina Videm	135	1,2	138	1,6	8.674	1,1	8.568	1,1	6.259	1,0
Občina Zavrč	27	0,2	9	0,1	788	0,1	780	0,1	597	0,1
Občina Žetale	23	0,2	26	0,3	1.725	0,2	1.703	0,2	1.500	0,2
Haloze	435	3,8	454	5,3	35.467	4,6	34.683	4,5	22.870	3,7
Podravje	11.087	100,0	8.503	100,0	784.835	100,0	765.682	100,0	614.347	100,0

Vir: Ajpes: Informacija o poslovanju gospodarskih družb, zadrug in samostojnih podjetnikov posameznikov v statistični regiji Podravje v letu 2017 in 2010

Na obravnavanem območju občin je leta 2017 poslovalo 361 samostojnih podjetnikov. Število samostojnih podjetnikov na območju Haloz je v letu 2017 predstavljalo 4,4% vseh samostojnih podjetnikov v Podravju. Največ samostojnih podjetnikov je v letu 2017 poslovalo na območju občine Videm, medtem ko najmanj na območju občine Zavrč. Samostojni podjetniki, ki so delovali na območju Haloz, so v letu 2017 skupaj zaposlovali 487 ljudi, kar predstavlja 6,6% zaposlenih pri samostojnih podjetnikih v Podravju. V letu 2017 so samostojni podjetniki ustvarili 46.342.000 EUR prihodkov, kar je za 30,66% več kot v letu 2010.

3.2 Kazalniki razvoja turizma na območju Haloz

Haloze so privlačna in slikovita gričevnata pokrajina z raznovrstnimi turističnimi potenciali. Kljub temu sodijo med turistično najmanj razvite slovenske pokrajine. Na voljo je le malo nastanitvenih zmogljivosti, skromen pa je tudi turistični obisk. Znanе so predvsem po vinskem turizmu in turistični ponudbi, namenjeni bolj aktivnim turistom. V zadnjem obdobju je prišlo do številnih pozitivnih premikov, na pozitiven odnos do turizma pa kažejo tudi stališča lokalnega prebivalstva, kar predstavlja dober obet za razvoj turizma v prihodnje.

Če bi kot merilo razvitosti turizma na območju Haloz vzeli podatke Statističnega urada Republike Slovenije (SURS), bi lahko prišli do sklepa, da turizma v Halozah skorajda ni. Edini kraj z območja Haloz, za katerega obstaja daljši podatkovni niz s področja turizma, je Podlehnik, in sicer po zaslugi tamkajšnjega motela, ki pa je zdaj že nekaj časa zaprt. SURS je objavljал podatke o turističnem obisku tega kraja od leta 1979 do leta 2006. Motel je izkoriščal ugodno prometno lego ob cesti proti sosednji Hrvaški. V njem so prenočevali tranzitni gosti, ki pa se na tem območju niso zadrževali, zato motel k razvoju turizma v Halozah ni prispeval skoraj ničesar. Vseeno je bil edini večji nastanitveni objekt v okolici. O značilnostih njegovega turističnega obiska največ pove povprečna doba bivanja, ki je bila na primer leta 1980 le en dan (natančneje 1,04 dneva).

Značilen je bil izrazit višek turističnega obiska v poletnih mesecih, povezan s povečanim obsegom prometnih tokov proti Hrvaški, le-ti pa so bili v veliki meri pogojeni s turizmom na hrvaški obali.

Po zaprtju motela v Podlehniku so ostale na območju sedmih haloških občin zelo skromne nastanitvene zmogljivosti. Po podatkih SURS-a je bilo leta 2008 na območju Haloz bilo na voljo 47 sob in 117 ležišč, v letu 2012 je to število padlo na 90 ležišč, kar je pokazatelj upadanja v teh štirih leti.

Tabela 4: Prenočitvene zmogljivosti v letih 2008 in 2012

Območje	2008		2012	
	Število sob	Zmogljivosti ležišča skupaj	Število sob	Zmogljivosti ležišča skupaj
Občina Cirkulane	13	31	4	16
Občina Majšperk	3	12	3	11
Občina Makole	4	8	-	-
Občina Podlehnik	16	41	18	42
Občina Videm	6	14	3	11
Občina Zavrč	5	11	5	10
Občina Žetale	-	-	-	-
Haloze	47	117	33	90
Spodnje Podravje	568	1.435	614	1.531
Podravje	2.509	6.848	3.035	8.059

Vir: Statistični urad Republike Slovenije

Zadnji razpoložljivi podatki Statističnega urada Republike Slovenije, pa po podatki za leto 2017 kažejo na ponovni porast, saj je v letu 2017 bilo na območju Haloz na voljo 81 sob in 224 skupnih zmogljivosti ležišč.

Tabela 5: Prenočitvene zmogljivosti v letu 2017

Občina		Število objektov	Število sob	Zmogljivosti - ležišča - SKUPAJ
Cirkulane	Skupine nastanitvenih objektov - SKUPAJ	...	2	10
	Hoteli in podobni nastanitveni objekti	-	-	-
	Kampi	-	-	-
	Ostali nastanitveni objekti	...	2	10
Majšperk	Skupine nastanitvenih objektov - SKUPAJ	...	3	13
	Hoteli in podobni nastanitveni objekti	-	-	-
	Kampi	1	-	-
	Ostali nastanitveni objekti	...	3	13
Makole	Skupine nastanitvenih objektov - SKUPAJ	...	9	26
	Hoteli in podobni nastanitveni objekti	-	-	-
	Kampi	-	-	-
	Ostali nastanitveni objekti	...	9	26
Podlehnik	Skupine nastanitvenih objektov - SKUPAJ	...	19	42
	Hoteli in podobni nastanitveni objekti	1	18	36
	Kampi	-	-	-
	Ostali nastanitveni objekti	...	1	6

Občina		Število objektov	Število sob	Zmogljivosti - ležišča - SKUPAJ
Videm	Skupine nastanitvenih objektov - SKUPAJ	...	43	123
	Hoteli in podobni nastanitveni objekti	2	24	68
	Kampi	-	-	-
	Ostali nastanitveni objekti	...	19	55
Zavrč	Skupine nastanitvenih objektov - SKUPAJ	...	5	10
	Hoteli in podobni nastanitveni objekti	-	-	-
	Kampi	-	-	-
	Ostali nastanitveni objekti	...	5	10
Žetale	Skupine nastanitvenih objektov - SKUPAJ	...	-	-
	Hoteli in podobni nastanitveni objekti	-	-	-
	Kampi	-	-	-
	Ostali nastanitveni objekti	...	-	-
SKUPAJ		4	81	224

Vir: Statistični urad Republike Slovenije - <http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp> (23.5.2018)

Med maloštevilnimi turističnimi objekti kaže posebej omeniti turistične kmetije. Po podatkih registra dopolnilnih dejavnosti za leto 2012 je bilo na območju haloških občin 13 kmetij, ki imajo kot dopolnilno dejavnost na kmetiji registriran turizem. Največ jih je bilo v občini Videm, in sicer kar pet. Izrazito prevladuje gostinska dejavnost, ki je zastopana na devetih kmetijah. Nastanitev pa je v ponudbi le na treh kmetijah, na štirih pa imajo registrirano negostinsko turistično dopolnilno dejavnost (ogled kmetije, njenih značilnosti in okolice, oddaja površin za piknike, prikaz značilnih kmetijskih in gozdarskih opravil, ježa živali, izposoja športnih rekvizitov). V nekaterih primerih se dejavnost turizma na kmetiji dopolnjuje tudi s predelavo kmetijskih pridelkov. Slednja lahko za obiskovalce turistične kmetije predstavlja tudi dodatno turistično ponudbo. Čeprav je število turističnih kmetij razmeroma skromno, so pomemben segment turistične ponudbe, saj jih najdemo tudi na območjih, ki so bolj oddaljena od glavnih prometnih poti in kjer drugače ni (ali skoraj ni) druge turistične ponudbe. S tega vidika si zasluži večjo pozornost kot bi lahko sklepali na podlagi skromnih absolutnih števil.

Ker so Haloze (tudi) vinogradniška pokrajina, je na vinogradništvo vezan pomemben del turistične ponudbe. Vinorodni podokoliš Haloze je del vinorodnega okoliša Štajerska Slovenija. Čez območje poteka vinsko turistična cesta – VTC 11. Kljub temu turistična ponudba ne temelji zgolj na vinogradništvu, ampak so se vinskemu turizmu pridružile še različne druge oblike, usmerjene tako v športno rekreacijo kot tudi (v manjši meri) v ponudbo kulturne dediščine območja.

Razgibana pokrajina, ki ponuja obsežne razglede, je zelo primerna za pohodništvo, kar je še posebej pomembno zato, ker v severovzhodni Sloveniji ni veliko območij s primerljivimi razmerami. Poleg tega nizke nadmorske višine omogočajo nadpovprečno dolgo planinsko oziroma pohodniško sezono. Na območju med drugim najdemo Haloško planinsko pot, Evropsko pešpot E7 in Bračičevo planinsko pot, poimenovano po geografu Vladimirju Bračiču (1919-1996). Na planinsko privlačnost območja vpliva tudi bližina Donačke gore (884 m) kot enega privlačnejših planinskih ciljev v vzhodni Sloveniji. Na območju ni planinskih koč, je pa v neposredni bližini Rudijev dom na Donački gori (590 m). Obiskovalci planin lahko prenočijo na turističnih kmetijah in v drugih nastanitvenih objektih.

Na obravnavanem območju se je uveljavilo tudi kolesarjenje. O pomenu Haloz za to športnorekreacijsko dejavnost med drugim priča tudi vključitev kolesarskih tur s tega območja v različne kolesarske vodnike. Prednost Haloz je razgiban relief, saj omogoča doživljajsko privlačno kolesarjenje, ki je zanimivo tudi s športnega vidika. Pozitivna okoliščina je tudi le zmerna obremenjenost cest z avtomobilskim prometom.

Med preostalimi rekreacijskimi dejavnostmi lahko omenimo še ribolov, lovski turizem, jadralno padalstvo in nabiranje gob. Območje je privlačno tudi zaradi naravnih vrednot in kulturne dediščine. Med prvimi kaže omeniti pragozdni rezervat na Donački gori (Rogaški) in Reseniku, ki sega na območje občine Majšperk, pa tudi obsežna območja Nature 2000 (Boč–Haloze–Donačka gora, Dravinjska dolina, Vinorodne Haloze, Drava), ki obsegajo večinske dele občin Majšperk, Žetale in Cirkulane ter znatne dele ostalih treh občin. Res pa med temi naravnimi vrednotami ni takšnih, ki bi po svoji turistični privlačnosti izrazito izstopale v širšem prostoru.

3.3 Pregled obstoječe turistične ponudbe

Geografsko opredelitev turistične destinacije Haloze obsega območje občin Cirkulane, Majšperk, Makole, Podlehnik, Videm, Zavrč in Žetale.

3.2.1 Občina Cirkulane

Današnjo reliefno podobo občine so ustvarili od pleistocenske dobe naprej potok Bela s svojimi pritoki Belico, Dugo in Gradiškim potokom. Najvišji vrh v občini je Vrbanjšak v Velikem Vrh, ki doseže 412 m n. v. Ob potokih je nekaj ravninskega sveta, ostalo so griči. Razgibano reliefno pokrajino sestavlja 13 naselij, od tega kar 6 naselij meji na Republiko Hrvaško. Naselja v Občini Cirkulane so: Brezovec, Cirkulane, Dolane, Gradišča, Pristava, Slatina, Veliki Vrh, Gruškovec, Mali Okič, Medribnik, Meje, Paradiž in Pohorje.

Občina Cirkulane je posebej ponosna na grad Borl, ki je zaradi svoje strateške lege ob ogrsko-hrvaški meji od nekdaj igral pomembno vlogo. Prvotno je bil obmejna ogrska postojanka in je verjetno stal že v prvi tretjini 12. stoletja ali celo prej. Madžarsko ime gradu je Borlyn (kar označuje rečni prehod), znan pa je tudi pod nemškim imenom Ankenstein.

Cirkulane, nekoč sv. Barbara v Halozah, je razgibano naselje. Vas Cirkulane je izredno tesno povezana z gradom Borl, ki se nahaja v Dolanah, na veliki skali nad reko Dravo. V Cirkulanah stoji cerkev sv. Barbare, ki je lepa baročna cerkev z 52 metrov visokim, rahlo nagnjenim zvonikom. Cerkev premore tudi grobnico, v kateri je pokopanih 21 duhovnikov in najbrž tudi grofje Sauri, ki so dali cerkev tudi zgraditi. Skozi leto se odvijajo številne prireditve ob cerkvi od rezi vinske trte, postavitve klopotcev, trgatve in Martinovega. Največ obiskovalcev in romarjev pa pride konec julija na aninsko nedeljo.

V Občini Cirkulane se nahaja tudi Bračičeva planinska pot, ki se začne in konča pri njegovi rojstni hiši, ki stoji tik ob cerkvi. Cirkulane so znane tudi po fašenku in pustnih likih kot je haloški korant, rusa, baba deda nosi, druga večja prireditev pa je tudi Barbarno v mesecu decembru. Danes vinogradniki iz Cirkulan in okolice združujejo vsa tradicionalna znanja in koristijo naravne danosti za proizvodnjo vrhunskih belih vin sort laški rizling, ranfol, sauvignon, šipon, renski rizling in tudi aromatična vina, kot so traminec, rumeni muškat.

Tabela 6: Pregled obstoječe ponudbe na območju občine Cirkulane

Nočitve	Dom pri sv. Ani
	Turistična kmetija Kozarčan, Ditriktdivine d.o.o.
Kulinarika	Turistična kmetija Kozarčan
	Hiša usnja Herman
	Mesnica Borl
	Sirarstvo Bedrač
	Vinarstvo AS-Arnečič
	Kruh pri Kovači
	Pekarna Blanka
	Gostilna Krona
	Okrepčevalnica pri Žigi
	Okrepčevalnica Varež
	Bar Levičnik
	Bar Marinka
	Stankov mlin
	Čebelarji v Cirkulanah
	Ekološka kmetija Finžgar
	Ekološka kmetija Bedrač
	Ekološka kmetija Pintarič
Kultura / narava	Potomka najstarejše trte na svetu in učni društveni vinograd (Pri cerkvi sv. Ane)
	Župnijska cerkev sv. Barbare, Cerkev sv. Ane, Cerkev sv. Elizabeta, Cerkev sv. Katarine
	Sakralna znamenja
	Doprsni kip dr. Vladimira Bračiča
Šport / prosti čas	Športnorekreacijski center Šumica
	Prodaja in ogled živali na kmetiji
	Planinske in pohodniške poti: Marijina romarska pot, Mustrova pot , Evropska pešpot, Haloška planinska pot in Bračičeva planinska pot.

Vir: Haloze: turistični vodnik, PRJ HALO, podeželsko razvojno jedro, 2015 in podatki Občine Cirkulane, 2018

Seznam varovane kulturne dediščine v občini Cirkulane:

Dolane-Grad Borl, Cirkulane-Cerkev sv. Barbare, Veliki Vrh-Cerkev sv. Ane, Pohorje-Cerkev sv. Elizabete, Dolane-Park gradu Borl, Borl-Območje kompleksnega varstva, Cirkulane-Cerkev sv. Katarine, Cirkulane-Kapela sv. Viljema, Gradišča-Štuhecova kapelica, Paradiž-Domačija Benc, Veliki Vrh-Holčeva kapelica, Veliki Vrh-Kapelica križevega pota, Dolane-Majcenovičeva kapelica, Cirkulane-Kapelica sv. Marije, Gruškovec-Kapelica, Veliki Vrh-Veseličeva zidanica, Brezovec-Domačija Kokol, Brezovec-Golobičeva viničarija, Gruškovec-Fürstov štok, Cirkulane-Hiša Cirkulane 56, Cirkulane-Župnišče, Cirkulane-Hiša Cirkulane 42 ali Okič-Hiša Mali Okič 32, Mali Okič-Viničarija Mali Okič 33, Cirkulane-Spomenik NOB Cirkulane-Spomenik NOB na pokopališču, Cirkulane - spomenik žrtvam fašističnega nasilja, Paradiž - zidanica Paradiž 43, Dolane - Gestapovska mučilnica na gradu Borl.

3.2.2 Občina Majšperk

Majšperk je občina v Halozah, ki skupaj s Ptujsko goro predstavlja vstopno točko v zahodni, nekoliko gozdnati predel Haloz. Majšperk se omenja že v 12. stoletju, ko se omenja grad Monsberg, ki je imel v zgodovini pomemben gospodarski, predvsem pa strateški pomen, saj je bil del obrambnega pasu, usmerjenega proti napadalnosti ogrskih kraljev. Grad so leta 1695 požgali uporni kmetje. Kljub ponovni pozidavi je po letu 1850 začel naglo propadati. Ohranjen je le še del obrambnega stolpa.

Danes je Majšperk samostojna občina, ustanovljena leta 1995 z vsemi potrebnimi ustanovami in infrastrukturo. Ogledate si lahko Muzej volne in volnenih izdelkov z večletno tradicijo. Med znamenitostmi Majšperka velja omeniti tudi grad na Hamrah (današnji Breg pri Majšperku) s kapelo sv. Janeza Nepomuka, v centru Majšperka je cerkev sv. Miklavža izpred leta 1261, na vrhu slemena Jelovic pa stoji podružnična cerkev sv. Bolfenka iz leta 1649. V občini Majšperk se seveda nahaja tudi Ptujška Gora, znan romarski kraj z najlepšim slovenskim gotskim spomenikom - Baziliko Marije zavetnice s plaščem iz konca 14. stoletja, od koder se ponuja čudovit razgled na vse strani.

Tabela 7: Pregled obstoječe ponudbe na območju občine Majšperk

Nočitve	Apartmaji TISA
	Kamp TISA
Kulinarika	Okrepčevalnica pri babici Bredi
	Mlin Sajko
	Okrepčevalnica Gajser
	Gostilna Dolinca
	Picerija Špajza s haloškim pridihom
	Okrepčevalnica Zelena dolina
	Dolina Winettu
	Janževina
	Tržnica Majšperk
	Izletniška kmetija Lončarič
	Prodaja suhomesnatih izdelkov Lampret
	Čebelarji v Občini Majšperk
Kultura / narava	Gomile, prazgodovinska grobišča
	Bazilika Marije Zavetnice
	Galerija Paleta
	Stalna fotografska razstava Stojana Kerblerja
	Janževina
	Starotrška hiša in zeliščni vrt s potomko stare trte z Lenta
	Cerkev v Majšperku, na Bolfenku, Janškem vrhu in v Stopercih
	Sestrško jezero z opazovalnico ptic
	Muzej volne in gobelinov
	Galerija Gajšt Sestrže
	Ostanki gradu Monsberg
	Dvorec Omre
	Geografska učna pot Stoperce
	Hiške za knjige (Little free library) v Majšperku, na Bregu in v Stopercih
Šport / prosti čas	Vaški mlin Naraplje
	Poligon orientacijskega teka Naraplje
	Pump track, skate park, cage ball, tenis, squash, fitnes in nogomet v Športnem parku Majšperk
	Kolesarske in pohodne poti

Vir: Haloze: turistični vodnik, PRJ HALO, podeželsko razvojno jedro, 2015 in podatki Občine Majšperk 2018

3.2.3 Občina Makole

Občina Makole se nahaja v Dravinjski dolini na zahodnem robu Haloz ob izteku Jelovškega potoka, kot vas pa so bile Makole prvič omenjene leta 1375. O njeni bogati naravni in kulturni dediščini nam pričajo razne kovačije, mlini in ostanki rudnika črnega premoga v Šegi, danes pa so Makole turistično zanimiva občina. Največji ponos je dvorec Štatenberg. Obiskovalcem pričara dih preteklosti s privlačnim muzejskim delom in prostranim angleškim parkom. V znamenju umetniškega snovanja zaživi jeseni, ko v barvitih septembru gosti slikarsko kolonijo. Grajsko vinsko klet so leta 2001 prenovili in uredili v degustacijski prostor. Dvorec, park in širša okolica so zavarovani kot krajinski park Štatenberg. Kulturni znamenitosti v naselju sta cerkev sv. Andreja in poznogotska cerkev sv. Lenarta.

V neokrnjeni naravi pa se nahajajo številni vodni izviri, kraške jame (Belojača) in prelepi vinogradi. Vsako leto pripravijo mednarodni festival Forma Viva Makole, kjer sodelujejo različni umetniki. Po tem festivalu pa je dobila ime tudi 7 km dolga Pot Forma Viva, kjer so na ogled skulpture, nastale na dosedanjih festivalih in si jo je možno ogledati tudi s turističnim vlakcem.

Tabela 8: Pregled obstoječe ponudbe na območju občine Makole

Nočitve	Hostel Strug
Kulinarika	Dvorec Štatenberg
	Ekološka kmetija Vovk
	Turistična kmetija Ačko
Kultura / narava	Cerkev sv. Andreja
	Kavklerjeva klet
	Rudnik Šega
	Jama Belojača
	Galerija Dvoršak
Šport / prosti čas	Tenis Apolonija
	Turistični vlakec Zeleni turizem

Vir: Haloze: turistični vodnik, PRJ HALO, podeželsko razvojno jedro, 2015 in podatki Občine Makole, 2018

3.2.4 Občina Podlehnik

Podlehnik je naselje v severno-zahodnem delu Haloz, katerega jedro je v dolini potoka Rogatnice med Novo cerkvijo in Sveto Trojico. Najstarejše arheološke najdbe v okolici sodijo v neolitsko obdobje. To so glajene kamnite sekire in preluknjana kamnita kladiva iz serpentina. V srednjem veku je po dolini vodila pomembna trgovska pot iz Dravskega polja na Hrvaško, ki jo je čuval manjši grad Lehnik ali Liechtenegg, po katerem je kraj dobil ime.

Pomembna cesta se še danes vije iz Avstrije preko Podlehnik do Hrvaške, kjer stoji drugi največji mejni prehod med Slovenijo in Hrvaško v Gruškovju. Ustavite se lahko v viničarskem muzeju na Gorci, kjer si je v avgustu možno ogledati tudi postavev klopotca. V etnografskem muzeju na prostem je zbranih veliko predmetov s haloškega območja. Še danes je na tem prostoru znan doma izdelan glasbeni instrument, imenovan trstenke. Zelo znana je podružnična cerkev Matere Božje z zvezdasto obokanim prezbitrijem. V občini je še kako živa legenda o lovu na čarovnice, s katero so še danes povezane šege in navade davnih časov. Pomembni dogodki so Martinovanje, postavitev klopotca v avgustu, kožuhanje in druge prireditve.

Tabela 9: Pregled obstoječe ponudbe na območju Podlehnik

Nočitve	Gostišče ob Ribniku
Kulinarika	Gostišče ob Ribniku
	Zidanica Svenšek
	Degustacija in prodaja vin JUS
	Kmetija in vinogradništvo Cestnik-Vaupotič
	Vinogradništvo in vrtnarstvo Plavi
	Vinogradništvo in vinarstvo Konrad Vaupotič
	Meso izdelki Žerak
	Čebelarji v Podlehniku
Kultura / narava	Cerkev sv. Trojice na Gorci
	Viničarski muzej in etnografska zbirka
	Osterbergerjeva zidanica
	Vila Gorca

Vir: Haloze: turistični vodnik, PRJ HALO, podeželsko razvojno jedro, 2015

3.2.5 Občina Videm

Občina Videm leži na južnem robu Dravskega polja, kjer se Haloze najbolj približajo rokavom reke Dravinje. Kraj je dobil ime po župnijski cerkvi sv. Vida, ki je bila zgrajena že v času romantike in se prvič omenja leta 1320. Na območju občine se nahajata tudi cerkev sv. Magdalene in cerkev sv. Avgušтина, ki se nahajata na istem hribu, visokem 503 m. Zaživita kot romarski središči konec avgusta. V občini najdemo mnoge kulturne in etnografske posebnosti, ohranjenih je mnogo običajev. Djočanova kmetija v Trzcu je etnološko-etnografski muzej haloškega roba. V kraju Pobrežje se nahaja zbirka pod nazivom Noša v Pobrežju in okolici v drugi polovici 19. stoletja. Etnološka zbirka Od zrna do kruha se nahaja v Dravcih.

Občina zaradi ugodne vinogradniške lege slovi po odličnih vinih izbranih vrst: Laški rizling, Renski rizling, Sauvignon, Rumeni muškat, Traminec, ter po bogati kulinarčni ponudbi: kruh iz krušne peči, gibanica, gerpa ali ocvirkovka, haloška bunka, meso iz zaseke, slivovka. Obiska je še kako vreden tudi Krajinski park Šturmovci, naravna znamenitost, skozi katero vodi naravoslovna učna pot in kjer so ohranjene ogrožene vrste živali in rastlin.

Tabela 10: Pregled obstoječe ponudbe na območju občine Videm

Nočitve	Apartmaji Pozama
	Motel Majolka
	Okrepčevalnica pri treh Lipah
	Sobe nad barom osmica
	Sobe Selinšek
	Kmetija Korpič

Kulinarika	Peka kruha in gibanic Vidovič
	Kmetija Pintarjevi
	Bar Desetka
	Trgovina in bar Leska
	Gostilna pri Kostanju
	Motel Majolka
	Okrepčevalnica pri treh Lipah
	Vidova Klet
	Vinotoč Maroh
	Vinogradništvo Ivan Kramer
	Vinogradništvo Milošič
	Vina Zavec
	Kmetija Pajnikiher
	Čebelarji V Občini Videm
Kultura / narava	Cerkev sv. Andraža v Halozah s podružnicama
	Cerkev sv. Avgušтина
	Cerkev sv. Magdalene
	Etnografski muzej v Veliki Varnici
	Pletenine Koštrun
	Cerkev sv. Vida
	Cerkev sv. Janža – Dravinjski vrh
	Cerkev sv. Družine na Selih
	Etnografski muzej Tržec, Djočanova domačija
	Petrova domačija
	Od zrna do kruha
	Kočarjeva domačija
Šport / prosti čas	Dravaspust

Vir: Haloze: turistični vodnik, PRJ HALO, podeželsko razvojno jedro, 2015 in podatki Občine Videm, 2018

3.2.6 Občina Zavrč

V Občini Zavrč dosežejo vinorodne Haloze najsevernejšo točko, ki jo oklepa od Ptuja in Markovec sem pritekajoča se reka Drava. Reka Drava je v preteklosti zelo vplivala na razvoj naselja, tudi sam nastanek cerkve Sv. Marije bi naj bil povezan z brodolomom splavarjev in njihovega srečnega izstopa iz deroče reke v kraju Zavrč. Zaradi neokrnjene narave, naravnih lepot in kulturnih znamenitosti se obiskovalci radi vračajo. Poleg vseh lepot, ki nam jih je podarila narava, se v občini nahajajo še ostale lepote in znamenitosti, ki jih je v preteklosti ustvaril človek. Ena izmed najlepših kulturnih znamenitosti je na vzpetini ležeči dvorec Zavrč, ki so ga zgradili grofje Sauri, nekdanji lastniki gradu Borl.

Največjo tradicijo v tem delu Haloz ima vinogradništvo, ob katerem pa so se razvila številna gostinska, trgovska in drobna obrtna dejavnost. Na območju Občine Zavrč, se nahajajo tradicionalne vinogradniške lege kot so Turški vrh, Drenovec, Goričak. Majhna Občina Zavrč skriva številna presenečenja, ki se jih splača raziskati, dejstvo je tudi, da so Turki ob njihovi vrnitvi izpred Dunaja v Turškem vrhu pokopali turško babico z velikim zakladom.

Tabela 11: Pregled obstoječe ponudbe na območju občine Zavrč

Nočitve	Turistično vinogradniška kmetija Pungračič
Kulinarika	Turistično vinogradniška kmetija Pungračič
	Vinogradništvo vinarstvo Turčan
	Bar Zlati gol
	Bar pri Veseliči
	Bikers caffe
	Čebelarji v Zavrču
	vinotoč Kotolenko
Kultura / narava	Dvorec Zavrč
	Cerkev sv. Miklavža v Zavrču, Cerkev sv. Janža, Cerkev sv. Device Marije, Cerkev sv. Mohorja in Fortunata
	Arheološko najdišče Prodnica
	Turistična točka Švabovo
	Obležje kulturne dediščine »turška babica«
	Rojstna hiša slovenskega igralca Maksa Furjana Zavrč
	Dravska klet
Šport / prosti čas	Vožnja s kočijo
	Športni park Zavrč
	Romanje k Devici Mariji
	Haloška planinska pot
	Romarska Marijina pot

Vir: Haloze: turistični vodnik, PRJ HALO, podeželsko razvojno jedro, 2015 in podatki Občine Zavrč, 2018

3.2.7 Občina Žetale

Zgodovina omenja Žetale že leta 1228. Turki so kraj v preteklosti večkrat opustošili. Žetalsko dolino bogatijo številne cerkve. Cerkev sv. Boštjana iz leta 1415 je bila postavljena v spomin na čas, ko je tod morila kuga. V bližini je romarska cerkev Marije pomočnice iz leta 1725. Iz Žetal vodi označena planinska pot na Donačko goro mimo Resenika in Medgorja na vzhodni tretji vrh po severni prepadni strani in je zavarovana z jekleno vrvjo. V Občini Žetale je moč prehoditi tudi pot do debele bukve in do izvira Sotle ter krožno ekološko pohodno pot.

Po jutranjem pogledu na Žetale z vzhodne strani, ko sonce obsije temna gozdnata pobočja Maclja, vrh Donačke gore in Resenika in vinograde, lahko ta kraj primerjamo z alpskimi turističnimi kraji. Ta nekoliko višji del Haloz imenujemo tudi gozdnati del Haloz. V preteklosti so na tem delu Haloz delali kope in proizvajali oglje. Posebna znamenitost Žetal je Vukova domačija, obnovljena stara domačija, ki prikazuje način bivanja in življenja v Halozah pred 100 leti in je vredna ogleda. Najbolj znana prireditve v Žetalah je kostanjev piknik v mesecu oktobru. 15. avgusta pa je tradicionalno romanje k cerkvi Marije pomočnice.

Tabela 12: Pregled obstoječe ponudbe na območju občine Žetale

Kulinarika	Izletniška kmetija Darinka Kodrič
	Vinogradništvo Plajnšek
	Bar Žetale
	Bar Dobrinček
	Čebelarji v Žetalah
Kultura / narava	Cerkev sv. Mihaela
	Cerkev Marije Tolažnice
	Pušnikova domačija
	Vukova domačija
Šport / prosti čas	Piknik prostor Gastro Kočice
	Krožno tematska pot po poteh kulturne dediščine v Občini Žetale
	Gozdna učna pot k debeli bukvi
	Pohodna ekološka pot
	Športni park Rim

Vir: Haloze: turistični vodnik, PRJ HALO, podeželsko razvojno jedro, 2015 in podatki Občine Žetale, 2018

Številni domačini vidijo turizem kot eno bolj perspektivnih razvojnih možnosti območja. Uspešnost razvojnih prizadevanj na podeželju je v veliki meri odvisna od angažiranosti lokalnega prebivalstva in od njegovih znanj, sposobnosti ter pripravljenosti za povezovanje. Haloze sodijo med tiste slovenske pokrajine, ki so v preteklosti doživljale negativne demografske procese, deloma pa so ti prisotni še danes. Prebivalci so se že tradicionalno zaposlovali v bližnjih urbanih središčih. To z vidika nadaljnjega razvoja turizma ni ugodno, saj mnoga haloška naselja postajajo predvsem spalna naselja za prebivalce, zaposlene drugod. Kljub temu mnenja lokalnega prebivalstva kažejo na **pozitiven odnos do turizma**, v zadnjem obdobju pa je prišlo tudi do številnih pozitivnih premikov.

3.3 Izpostavljene posebnosti destinacije Haloze

Haloze so privlačna in slikovita gričevnata pokrajina z raznovrstnimi turističnimi potenciali. Kot turistična destinacija pa se po svojih danostih, razlikujejo od drugih destinacij. Prav posebnosti Haloz so tiste, ki jih je potrebno posebej izpostaviti, kot konkurenčno prednost.

3.3.1 Vstopne točke v destinacijo

Za območje Haloz oz. turistično destinacijo je značilno, da predstavljajo njene najpomembnejše znamenitosti, hkrati tudi vstopne točke na to območje, preko katerih lahko obiskovalec zlahka razišče pokrajino v vsej njeni raznolikosti.

Gorca tik ob pirinski avtocesti kot eni najpomembnejših in najprometnejših evropskih magistralk obiskovalca popelje v osrčje vinogradniške pokrajine.

Grad Borl je v vrhunskem epskem delu Wolframa von Eschenbacha sedež svetega grala. Dežela Parzivala odpira izjemne možnosti prepoznavnosti ne le za Haloze, ampak za ptujsko in štajersko območje in vso Slovenijo; gre za najpomembnejši evropski duhovni ep, ki ga v delu von Eschenbacha od osnovnega šolanja gojijo vsi germanski narodi in daje možnost prepoznavnosti Haloz na vsaj 300 milijonskem nemško govorečem trgu.

Ptujska Gora s svetovno znano gotsko baziliko, s plastiko Marije Zavetnice s plaščem je vrhunski umetnostno zgodovinski spomenik in osrednja točka umetnostno zgodovinskega in romarskega turizma Haloz.

Štatenberg, razkošni poletni rezidenčni pozno baročni dvorec, danes vezan na gostinsko ponudbo, v prihodnosti morda tudi s prestižnimi prenočišči v samem objektu ali v njegovi okolici, je izhodišče za umeščanje vrhunskih, a razpršenih in v kulturni prostor umeščenih nastanitvenih zmogljivosti.

Donačka gora kot eden zadnjih neokrnjenih evropskih pragozdov je izhodišče pohodništvu in kolesarstvu.

Vidova klet se nahaja v centru naselja Videm pri Ptujju za cerkvijo sv. Vida. Je prodajno promocijski center vinogradnikov iz vinorodnega okoliša Haloze, članov Vinarske zadruge Haloze z.o.o., so.p.. V Vidovi kleti se izvajajo vodene degustacije vin in različni dogodbi in prireditve skozi vse leto.

3.3.2 Kulturna dediščina Haloz, etnološke zbirke, interpretacijske točke

Ne le, da je kulturna dediščina pogosto glavni razlog za potovanje, temveč je često tudi pomemben sekundarni razlog pri izbiri ene destinacije pred drugo, ter odločen povod za podaljšanje dolžine bivanja na potovanju. Kulturna dediščina v turizmu je orodje za gospodarski razvoj, ki dosega gospodarsko rast s privabljanjem obiskovalcev, ki se zanimajo v celoti ali delno za zgodovino, umetniško, znanstveno dediščino. Tako potovanje je osredotočeno na kulturno okolje, vključno s pokrajino, umetnostjo, vrednotami, tradicijami in dogodki. Obstaja soglasje, da kulturne vire ustvarjajo ekonomske vitalnosti s povečanjem človeškega kapitala in ustvarjanje gospodarske vitalnosti s pomočjo turizma, obrti in kulturne znamenitosti. Programi, ki temeljijo na takih virih, lahko obnovijo, oživijo ali okrepijo skupnosti in kraje ter služijo za preureditev in kulturno preno. Kulturni viri lahko prispevajo k inovativnemu življenjskemu prostoru, kar omogoči, da bodo delovale skupnosti bolj atraktivno in omogočale nove oblike znanja pridelane za uspeh. Prav tako se s kulturno dediščino skušajo izpolniti želje lokalnih skupnosti po kulturnem udejstvovanju in prostem času, kar zagotavlja občutek pripadnosti kot tudi medkulturni zavesti tako znotraj kot zunaj območja.

Haloze so izjemno bogate z naravno in kulturno dediščino. Ta predstavlja pomemben gradnik skupne haloške identitete. Pravilna interpretacija in predstavitev je del splošnega procesa za ohranjanje kulturne dediščine ter je lahko gonilo lokalnega razvoja. Potencial kulturne dediščine v lokalnem razvoju do sedaj ni bil dovolj izkoriščen. Na območju turistične destinacije Haloze je iz popisov kulturne dediščine evidentiranih skupno 272 enot nepremične kulturne dediščine, 3 enote žive oziroma nesnovne kulturne dediščine in 8 večjih zbirk premične kulturne dediščine.

Tabela 13: Vpisane enote nepremične kulturne dediščine na km² in na 1.000 prebivalcev

Občina	Vpisane enote	Enot na km ²	Enot na 1.000 prebivalcev
Cirkulane	28	0,87	12,2
Majšperk	55	0,76	13,7
Makole	30	0,81	14,7
Podlehnik	23	0,50	12,6
Videm	53	0,66	9,7
Zavrč	25	1,30	14,5
Žetale	17	0,45	12,5
Slovenija	29.911	1,48	14,49

Vir: Model za interpretacijo kulturne dediščine Haloz, Ines Bezjak, PRJ Halo, 2016

Ukrepi za ohranjanje in trženje enot kulturne dediščine na območju Haloz zajemajo tri cilje:

- ohranjanje in revitalizacija enot kulturne dediščine Haloz,
- trženje in ustvarjanje novih delovnih mest na področju kulturne dediščine v namen trajnostnega turizma,
- ustvarjanje skupnih kulturno-turističnih produktov Haloz z revitalizacijo enot kulturne dediščine.

Na območju destinacije Haloz se že danes določene enote kulturne dediščine tržijo v turističnih produktih, in sicer bodisi samostojno bodisi preko turističnih agencij in v sklopu drugih interpretacijskih točk.

Tabela 14: Seznam enot kulturne dediščine Haloz, ki so funkciji trženja

1. Bazilika Marije Zavetnice	21. GAOK - spominki
2. Cerkev sv. Andraža	22. Gomile Podložje
3. Cerkev sv. Andreja	23. Pletenine Koštrun
4. Cerkev sv. Barbare	24. Štok Janški hram
5. Vukova domačija	25. Jama Belojača
6. Cerkev sv. Mihaela	26. Kavklerjeva klet
7. Cerkev sv. Miklavža v Majšperku	27. Kočarjeva domačija
8. Cerkev sv. Miklavža v Zavrču	28. Muzej volne in gobelinov
9. Cerkev sv. Trojice na Gorci	29. Od zrna do kruha - etnografska zbirka
10. Cerkev sv. Vida	30. Osterbergerjeva zidanica
11. Vidova klet	31. Petrova domačija
12. Vila Gorca	32. Dvorec Štatenberg
13. Dvorec Zavrč	33. Sv. Ana – Cirkulane potomka najst.trte
14. Etnografski muzej Djočanova domačija	34. Pušnikova domačija
15. Etnografski muzej v Veliki Varnici	35. Rudnik Šega
16. Viničarski muzej in etnografska zbirka	36. Starotrška hiša
17. Galerija Dvoršak	
18. Galerija Paleta	
19. Galerija Stojana Kerblerja	
20. Grad Borl	

Vir: PRJ Halo, evidentirano in objavljeno na www.turizem.haloze.org.

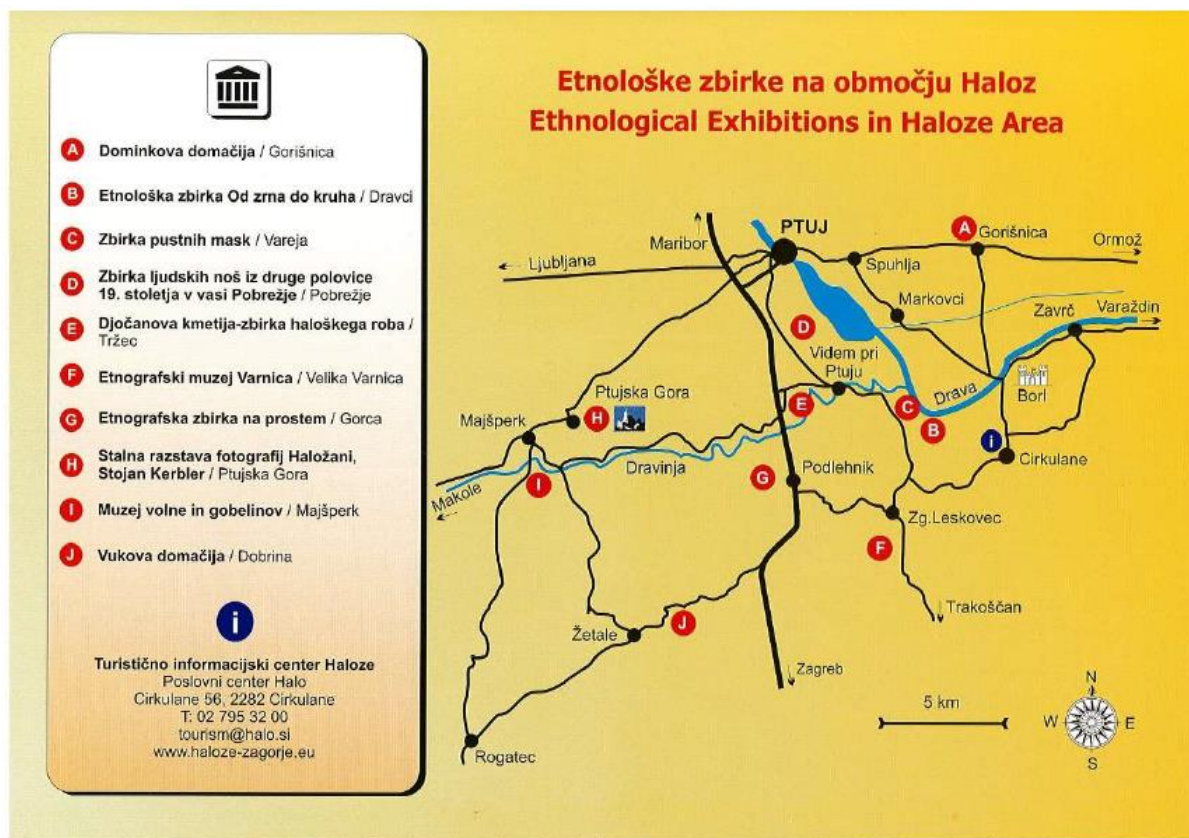
Na interpretacijskih točkah, na območju Haloz, imajo usposobljene lastne lokalne turistične vodiče in delno uvedene vsebine interpretacije dediščin. V večini primerov se je potrebno predhodno najaviti, nekateri pa imajo tudi naveden odpiralni čas.

Tabela 15: Interpretacija dediščine v stopnji prodajnega aktivnega trženja

1. Bazilika Marije Zavetnice	8. Od zrna do kruha - etnografska zbirka
2. Vidova klet	9. Kavklerjeva klet
3. Vukova domačija	10. Muzej volne in gobelinov
4. Etnografski muzej Djočanova domačija	11. Starotrška hiša
5. Etnografski muzej v Veliki Varnici	12. Viničarski muzej in etnografska zbirka
6. Galerija Stojana Kerblerja	
7. Dvorec Štatenberg	

Vir: PRJ Halo, evidentirano in objavljeno na www.turizem.haloze.org.

Slika 10: Etnološke zbirke na območju Haloz, 2010



Vir: PRJ HALO, Včeraj za jutri, ohranimo običaje in šege v Halozah znancem, 2010

Opomba: Manjša etnološka zbirka se nahaja tudi na Dvorcu Štatenberg.

Glede na bogato nepremično in živo kulturno dediščino, na območju Haloz obstaja potreba po ohranjanju let te, kajti prepoznavnost turističnega območja se gradi tudi skozi zgodovino. Seveda je to hkrati velik izziv, saj je obnova objektov kulturne dediščine velik finančni zalogaj. Skupaj z obnovo objektov kulturne dediščine se bodo ohranjala tudi območja Natura 2000 ter vrste in habitatni tipi ter skupaj ustvarili sinergijski učinki s področja varstva kulturne dediščine, turizma in kmetijstva. Objekte kulturne dediščine bi bilo potrebno združiti v enotno blagovno znamko ter jih na tak način tudi tržiti. Izzivi so v namembnosti teh objektov za turizem, saj bi se v njih lahko uredile etnološke zbirke, kjer je možnost pa tudi prenočitvene kapacitete, gostinska dejavnost ter prostori za prireditve.

Obnova teh objektov bi prav tako doprinesla priložnost za namene domače in umetnostne obrti, ki bi potekale na način, kot so v preteklosti, torej v sozvočju z naravo in okoljem. Prav tako bi se izkazali sinergijski učinki s povezovanjem ohranjanja kulturne dediščine in kmetijstva, ki bi se dosegali z obnovo objektov kulturne dediščine na način, da bi bili primerni za pridelavo/predelavo hrane. Na tak način bi bilo moč znižati stroške posamezne kmetije, ki ima registrirano dopolnilno dejavnost in ustvariti sinergijski učinek na vseh treh zgoraj omenjenih področjih, saj bi bili končni izdelki lahko zelo zanimiv turistični produkt, vse skupaj pa bi tako pomembno prispevalo k ohranjanju delovnih mest tako v kmetijstvu kot na področju turizma (Strategija lokalnega razvoja za LAS Haloze 2014-2020, 2016).

3.3.3 Kulinarična ponudba Haloz

Med pomembno dediščino območja Haloz sodi tudi kulinarika, v kateri se prepletajo številne jedi preteklih generacij in meščanski vplivi, ki so segali tudi do Haloz. Vse skupaj pa zaokroža dolga tradicija proizvodnje odličnih vin. Kulinarično in gastronomsko podobo Slovenije sooblikujejo tudi kulinarika iz Haloz, najjužnejša gričevnata pokrajina v severovzhodni Sloveniji z izjemnimi pogoji za vinogradništvo. Zraven dobrega vina, pa Haloze ponujajo tudi jedi, ki skupaj z vini sooblikujejo vsakdanjike in praznike prebivalcev. Severovzhodna Slovenija je »domovina« najrazličnejših pogač in med njimi je v Halozah najbolj razširjena »kvasenica«, imenovana tudi »haloška gibanica«. Kulinarična identiteta območja je na eni strani vse pomembnejši kriterij, ki vpliva na odločitev posameznikov, kam potovati. Po drugi strani pa so kulinarična doživetja pomemben del občutkov in spominov, ki jih obiskovalec odnese domov.

Kulinarična podoba Haloz združuje jedi, ki pomenijo:

- nadaljevanje izročila,
- ustvarjanje zgodovinskega spomina tam, kjer je bilo to izročilo že prekinjeno,
- iskanje nove prepoznavnosti pri jedeh, ki v haloškem okolju pomenijo novost.

Reprezentativne jedi na območju Haloz v gastronomski piramidi jedi so: kislja juha, rdeče meso, kokošja juha, prežganka, slivova juha, krompir na kropcu, kumare v mlečni juhi, repni pire, mlinci, repa krhljanka, sirek (skuta oz. sirnjek), endivija ali regrat z zaseko in krompirjem, solata črne redkve, koruzna zlivanka, ocvirkovka (gerpa oz. oprešak) in haloška gibanica (PRJ HALO in SLOVINO, Okusi Haloz, Vozelj, 2016).

Na območju Haloz obstaja vrsta ponudnikov, ki zraven pestre kulinarike ponuja tudi tradicionalne haloške jedi. Turisti te jedi lahko poskušajo v a la card v gostinskih lokalih, na turističnih kmetijah s ponudbo kulinarike in pri turističnih ponudnikih povezanih s kulinariko ali domačimi proizvodi iz Haloz.

Tabela 16: Ponudba kulinarike a la card v gostinskih lokalih

1. Dolina Winettu	8. Gostišče ob Ribniku
2. Gostilna Dolinca	9. Hiša usnja Herman
3. Gostilna Krona	10. Okrepčevalnica Gajser
4. Gostilna pri Kostanju	11. Okrepčevalnica Pri treh lipah
5. Gostinstvo dvorec Štatenberg	12. Okrepčevalnica Zelena dolina
6. Motel Majolka	13. Picerija Špajza
7. Okrepčevalnica pri babici Bredi	

Vir: TIC Haloze, www.turizem.haloze.org, 2017

Tabela 17: Turistične kmetije s ponudbo kulinarike po predhodnem naročilu

1. Izletniška kmetija Kodrič	5. Vinotoč Maroh
2. Izletniška kmetija Lončarič	6. Turistična kmetija Kozarčan
3. Kmetija Cestnik-Vaupotič	7. Turistična kmetija Ačko, Štatenberg
4. Kmetija Pungračič	

Vir: TIC Haloze, www.turizem.haloze.org, 2017

Tabela 18: Turistični ponudniki povezani s kulinariko ali domačimi proizvodi iz Haloz

1. Degustaicija in prodaja vin JUS	16. Stankov mlin
2. Ekološka kmetija Finžgar	17. Vidova klet, promocijsko prodajni center
3. Kmetija Pajnkriher - vino	18. Vina Zavec
4. Kmetija Pintarjevi – vino, ovce	19. Vinarstvo AS-Arnečič
5. Mesnica Borl	20. Vinogradništvo Konrad Vaupotič
6. Meso izdelki Žerak	21. Vinogradništvo in vinarstvo Plavi
7. Mlin Sajko	22. Vinogradništvo Ivan Kramer
8. Peka kruha in gibanic Vidovič	23. Vinogradništvo Plajnšek
9. Pekarna Blanka	24. Vinogradništvo vinarstvo Turčan
10. Prodaja suhomesnatih izdelkov Lampret	25. Zidanica Svenšek
11. Sirarstvo Bedrač	26. Kruh pri Kovači
12. Športni park Zavrc	27. Viničarski muzej Gorca
13. Romanje k Devici Mariji	
14. Haloška planinska pot	
15. Romarska Marijina pot	

Vir: TIC Haloze, www.turizem.haloze.org, 2017 in občine na območju Haloz, 2018

3.3.4 Živa dediščina, prireditve posebnega pomena za Haloze

Živa dediščina so nesnovne dobrine, kot so prakse, predstavitve, izrazi, znanja veščine, in z njimi povezane premičnine in kulturni prostor (kjer se ta dediščina predstavlja ali izraža), ki jih skupnosti, skupine in včasih tudi posamezniki prenašajo iz roda v rod in jih nenehno poustvarjajo kot odziv na svoje okolje, naravo in zgodovino. S tem razvijajo občutek identitete in kontinuitete, kar podpira spoštovanje za kulturno raznovrstnost in človekovo ustvarjalnost.

V skladu z značajem slovenske nesnovne dediščine in strokovnega izrazoslovja razdelimo področje žive dediščine v naslednje zvrsti:

1. ustno izročilo in ljudsko slovstvo,
2. uprizoritve in predstavitve,
3. šege in navade,
4. gospodarska in obrtniška znanja,
5. znanja o okolju,
6. kulturni prostor.

Struktura prireditev v Halozah je zelo pestra. Na letni ravni organizatorji prireditev izvedejo skoraj 100 različnih prireditev in dogodkov.

Razdelitev prireditev glede na status organizatorja:

- Društva in druge nevladne organizacije
- Občine – lokalne skupnosti
- Javni zavodi (predvsem osnovne šole in vrtci)
- Gospodarske družbe, podjetniki in posamezniki
- Župnijski uradi, verske organizacije.

Največ javnih prireditev izvedejo društva - iz koledarja prireditev na območju Haloz je razvidno, da je 90% organizatorjev društev.

Pri nadaljnji obravnavi je potrebno razmišljati o razmejitvi, kaj je prireditve in kaj je dogodek. Za status prireditve so v naslednjih poglavjih navedeni osnovni kriteriji. Številne dogodke organizirajo recimo osnovne šole in vrtci, ki jih lahko štejemo kot dogodke, ki pa imajo neposreden vpliv na ohranjanje žive dediščine v Halozah z vidika izobraževanja mladih na tem področju.

Struktura prireditve v Halozah glede na vsebino prireditve:

- športni dogodki-prireditve (ligaške nogometne tekme v različnih kategorijah, tekaški maratoni, organizirani pohodi po poteh, kolesarska srečanja, drugi športno rekreacijski dogodki),
- gasilske veselice in tematski dogodki glede na specifično dejavnost društev (srečanja gasilcev, lovski srečanja, srečanja radioamaterjev, ovčje kozji bal, gozdarski prazniki...),
- srečanja s področja ljubiteljske kulture (revije pevskih zborov, ljudskih pevcev, folklornih in tamburaških skupin...), občinski prazniki (srečanja z občani),
- etnografske prireditve (fašenk-pust, kmečke igre),
- prireditve povezane z opravili na kmetijah (vincekova rez, postavljanje klopotev, Martinovanje, razstave dobrot in kulinarike...),
- verski dogodki (romanja in drugi prazniki, godovi cerkvenih zavetnikov, ipd.),
- druge prireditve, vezane na specifične dejavnosti (slikarske kolonije-ex tempore, kiparske-forma viva, ipd.),
- prireditve, vezane na posamezen dogodek ali praznik (koncerti zabavno glasbenih skupin, 1. maj, kresna noč, ipd.).

Osnovno kategorizacijo prireditve lahko ne glede na vsebino in ciljno skupino obiskovalcev razdelimo na naslednje:

- tradicionalne prireditve, ki se izvajajo vsako leto ob določenem terminu in se izvajajo 5 ali več let – prireditve posebnega pomena za Haloze,
- mednarodne prireditve, so tradicionalne prireditve, ki imajo mednarodno udeležbo,
- prireditve lokalnega pomena, ki so značilne za določen kraj, naselje in se izvajajo letno ali občasno – prireditve občinskega pomena,
- občasne priložnostne prireditve ali dogodki.

Z identifikacijo prireditve skupnega pomena želijo organizatorji na območju Haloz podati usmeritev in možnosti vključitve tradicionalnih prireditve, ki se izvajajo na območju Haloz, v statusno obliko prireditve posebnega pomena za Haloze. S ciljem, da omenjene prireditve postanejo eden od možnih nosilcev razvoja turizma v Halozah, ki bo organizatorjem prireditve, turističnim ponudnikom ter ostalim deležnikom na območju Haloz dajal tudi konkretne ekonomske učinke in ne zgolj promocijsko vrednost območja Haloz.

Pri vsem tem se je potrebno zavedati, da izvedba tradicionalne prireditve pomeni multidisciplinaren učinek tako na proizvajalce hrane, pijač, drobno obrt, kakor tudi druge posredno ali neposredno vključene akterje, kot je marketing, oglaševanje, tiskanje ipd.

Eden od osnovnih ciljev bi moral biti, da se pri izvedbi tradicionalne prireditve zaključi krog lokalno pridelanih proizvodov do udeležencev na prireditvi, saj bi le s tem lahko prireditve pridobila status prireditve posebnega pomena za Haloze.

Tabela 19: Identifikacija prireditev posebnega pomena za Haloze

1. Vincekova rez	13. Romanje k Devici Mariji Zavrč
2. Fašenk – karnevali in pavorke	14. Hiša festivala jabolk-Zavrč
3. Vidovo dnevi	15. Martinova konjenica-Zavrč
4. Ovčje kozji bal	16. -Konjeniške igre za pokal občine Zavrč
5. Postavljanje klopotcev v Halozah	17. -Miklavžev koncert ljudskih pevcev Zavrč
6. Romanja: Ptujška gora, Sv. Avguštin, Sv. Ana, ipd.	18. -Prireditve ljudskih pevk »čez haloške griče pesem doni«
7. Kostanjev piknik v Žetalah	19. Pohod po poti Maksa Furjana Zavrč-planinska sekcija Zavrč
8. Forma Viva Makole	20. Pohod prijateljstva osnovna šola Zavrč
9. Martinovanje v Halozah	
10. Barbarno – semanji dan	
11. Andrejev sejem, Idi v Makole	
12. Ex tempore Žetale	

Vir: Identifikacija prireditev skupnega pomena na območju Haloz, Golc, Horvat, 2013

3.4 Turistični potencial na območju Haloz

Pomemben turistični potencial je tudi prisotnost **kulturne dediščine**. Na območju obravnavanih občin je po registru nepremične kulturne dediščine skoraj 200 enot. Največ jih je v občinah Majšperk (55) in Videm (48). Podobno kot pri naravnih vrednotah je tudi pri kulturni dediščini mogoče ugotoviti, da je le malo res izstopajočih oziroma turistično nadpovprečno privlačnih enot. Izjema je predvsem grad Borl, ki pa žal zaenkrat ne izkorišča teh potencialov.

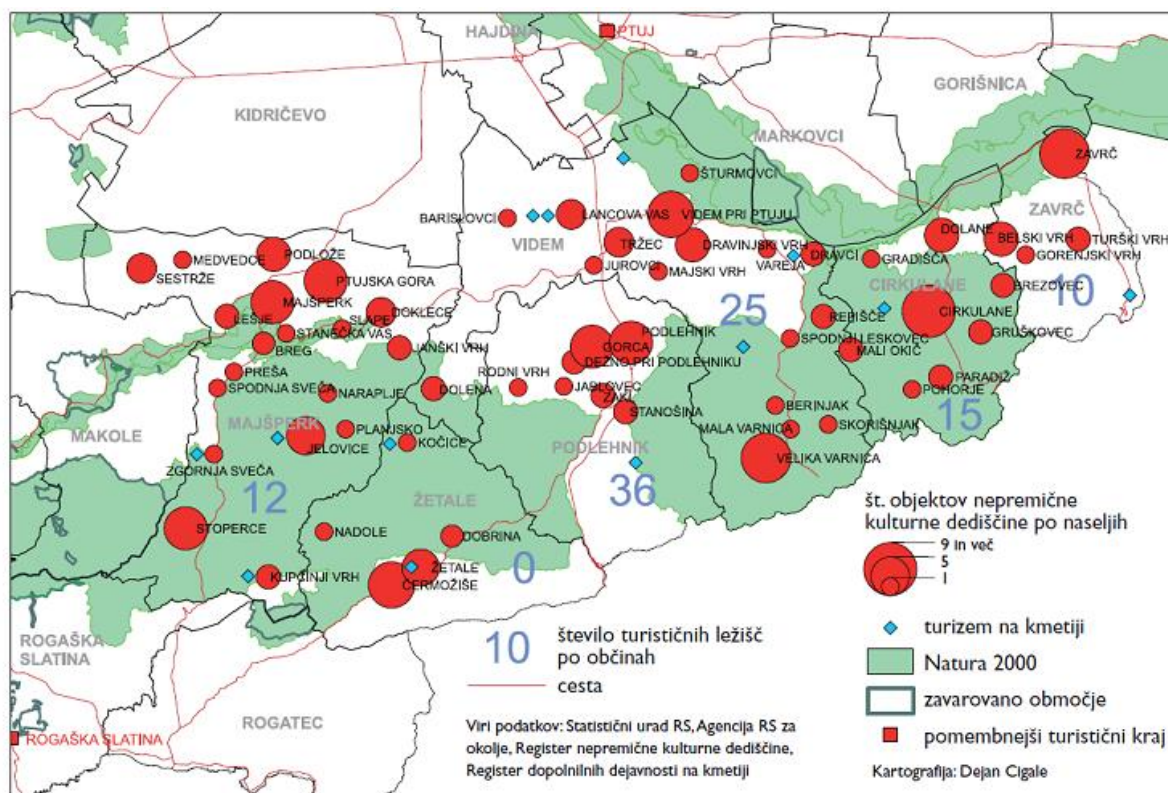
Med tistimi, ki z vidika turizma imajo (ali pa bi lahko imele) pomembnejšo vlogo, je treba kot izjemno pomemben romarski cilj omeniti zlasti Ptujsko Goro (občina Majšperk), podobno, čeprav manj pomembno vlogo, pa ima tudi cerkev svete Ane v Velikem Vrhju blizu Cirkulan.

Številni ostali objekti so zanimivi predvsem kot drugotne turistične privlačne točke, saj po svojem pomenu v širšem prostoru ne izstopajo. Čeprav so sami po sebi le zmerno privlačni, je v številnih primerih precej bolj privlačna celotna pokrajina, saj pri mnogih objektih za slikovito "kuliso" poskrbi razgibano haloško gričevje.

V zadnjih letih je bilo veliko storjenega prav na področju **vključevanja kulturne dediščine v turistično ponudbo**. To je bilo v veliki meri povezano z izvajanjem nekaterih projektov, ki so bili sofinancirani tudi s strani Evropske unije. Med rezultati tovrstnih projektov je mogoče omeniti obnovo Vukove in Pušnikove domačije v Žetalah in Vinogradniškega muzeja v Veliki Varnici, ureditev Pohodne ekološke poti Žetale, Krožno tematske poti po poteh kulturne dediščine v Občini Žetale in več drugih.

Z vidika razvoja turizma v Halozah je pomembna bližina nekaterih dobro obiskanih turističnih krajev, zlasti Ptuja in Rogaške Slatine. Turisti v teh turističnih središčih so lahko potencialni enodnevni obiskovalci Haloz. Na drugi strani je mogoče povezati bivanje v Halozah z obiskom teh turističnih krajev (na primer kopanje v termalni vodi, igranje golfa na Ptuj in podobno), kar privlačnost bivanja na območju Haloz še povečuje.

Slika 11: Turistični potencial in ponudba v Halozah



Vir: Turizem v Halozah v Geografski obzornik, Letnik 59, Številka 1-2, 2012.

Opomba: Ker se označeni turistični potencial in ponudba na sliki nanaša zgolj na območje Haloz znotraj Spodnjega Podravja, za občino Makole pripravljavec kartografije ni označil točk.

3.5 SWOT analiza

PREDNOSTI
➤ privlačna pokrajina, ➤ neokrnjena narava, ➤ ohranjeno podeželje, ➤ čisto okolje, ➤ bogata naravna in kulturna dediščina, ➤ razvejana društvena dejavnost, predvsem kulturna in športna (obstoje številnih aktivnih kulturnih in športnih društev), ➤ velik interes za eko in integrirano kmetovanje, ➤ zelo dobri klimatski, geološki in drugi pogoji oz. ugodne naravne danosti za zelenjadarstvo, sadjarstvo, vinogradništvo in trsničarstvo, ➤ dolgoletne in bogate izkušnje v vinogradništvu, ➤ obstoječi nasadi starih sort in jablan, ➤ dobri pogoji za lov, ribarjenje, pohodništvo, kolesarjenje, ➤ območja naravne krajine so raznolika in sorazmerno dobro ohranjena (NATURA 2000), ➤ raznolikost obnovljivih virov (lesna biomasa, bioplin iz rastlin in živalskega gnoja), ➤ obstajajo vinske ceste, ki nudijo možnosti za razvoj turizma na kmetijah, ➤ vključenost občin v regionalno destinacijsko organizacijo, ➤ bližina zdravilišč, golf igrišč in velikih mest, ➤ avtocesta Graz-Zagreb poteka skozi Haloze, ➤ bližina mejnega prehoda, ➤ ugodne naravne možnosti za tradicionalno, ekološko in integralno pridelavo v agroživilstvu in gozdarstvu, ➤ obstaja veliko število lokalno značilnih izdelkov in ohranjenih starih obrti, kar ponuja možnosti za razvoj dopolnilnih dejavnosti v kmetijstvu in skupni nastop na tržišču, tudi v povezavi z živilsko predelovalno industrijo, ➤ gozdovi kot pomemben surovinski vir -velik potencial lesa in uporabe biomase, ➤ vključenost občin v LAS, ➤ obstoječe študije in razvojni programi za Haloze.

SLABOSTI

- nadpovprečni indeks staranja prebivalstva,
- visoka stopnja brezposelnosti,
- neugodna starostna in izobrazbena struktura brezposelnih,
- depopulacija prebivalstva,
- neustrezna usposobljenost delovne sile in njihova premajhna mobilnost vplivajo na neskladje med ponudbo in povpraševanjem na trgu dela,
- prenizka vlaganja v razvoj, raziskave ter nove proizvode in storitve in s tem povezana nizka dodana vrednost,
- pomanjkanje velikih, visokotehnoloških, uspešnih podjetij v visoko dodano vrednostjo in nizka stopnja inovacijske in podjetniške kulture,
- premajhno število izvozno usmerjenih podjetij in končnih izvoznih produktov iz skupine visoko tehnoloških proizvodov,
- neto dodana vrednost na zaposlenega v gospodarskih družbah, zaostajanje za povprečjem slovenskih družb,
- pomanjkanje domačega kapitala,
- priliv zunanjih naložb je nizek,
- mala in srednja podjetja slabo vključena v izobraževalne programe in programe usposabljanja,
- splošno zelo nizka raven inovativnosti v podjetjih,
- podjetja se prepočasi prilagajajo povečani konkurenci in izzivom globalizacije,
- nova mala podjetja ne rastejo,
- nespodbudno poslovno okolje in administrativne ovire,
- neenakomerna razvitost prometne infrastrukture: nekateri deli niso ustrezno dostopni,
- ponekod še neurejena infrastruktura (kanalizacija, urejenost podeželja...),
- neizkoriščeni naravni potenciali (les, biomasa), nizka raven uporabe OVE,
- infrastruktura oskrbe s pitno vodo (zastarela omrežja, zajetja, čistilne naprave in velike izgube pitne vode,
- zmanjšanje obsega kakovostne kmetijske zemlje zaradi urbanizacije, zaraščanje kmetijskih površin,
- razdrobljena zemljiško-posestna zgradba,
- nerazvite dopolnilne dejavnosti na kmetijah,
- kmetije so nizko produktivne zaradi majhnosti tehnološko zastarele in neučinkovite mehanizacije, večina kmetovalcev je premalo strokovno usposobljena,
- neučinkovita promocija, pomanjkljiva znanja iz poznavanja trga (trženja izdelkov) in promocije,
- neugodna starostna struktura nosilcev kmetijskih gospodarstev,
- nepovezanost v verigi proizvodnje in predelave ter prodaje,
- nizke odkupne cene kmetijskih produktov podeželja,
- konkurenčna sposobnost kmetij glede na pogoje EU je nizka,
- propadanje naravne in kulturne dediščine - objekti kulturne dediščine so močno ogroženi in slabo vzdrževani, predvsem tisti, ki so v lasti države,
- slabo izkoriščen turistični potenciali,
- primanjkuje integralnih turističnih proizvodov,
- pomanjkanje podjetniške iniciative na podeželju (majhno število družinskih MSP),
- šibko vključevanje kulturne dediščine v turistično ponudbo regije.

PRILOŽNOSTI/MOŽNOSTI

- hitrejša aktivacija mladih do 26 let in starejših nad 50 let s pomočjo ukrepov aktivne politike zaposlovanja,
- prenos in uporaba znanja in inovacij v gospodarstvu,
- spodbujanje inovativnosti preko vlaganj v raziskave in razvoj,
- novi pristopi v menedžmentu (znanje, inovativnost, novi načini vodenja, tržna usmerjenost),
- investiranje na področja za katera obstaja domači potencial,
- spodbujanje in ustanavljanje podjetniških mrež oz. podjetniških grozdov,
- razvoj lastnih prodajnih mrež in blagovnih znamk na vseh področjih,
- zelena delovna mesta,
- promocija, trženje domačih proizvodov in storitev,
- internacionalizacija,
- razvoj integriranega poselitveno-prometnega sistema, v katerem središča občin opravljajo ustrezne poselitvene središčne funkcije,
- uvažanje proizvodnje obnovljivih virov energije,
- znižanje porabe energije na enoto proizvoda,
- povečanje energetske samozadostnosti,
- naravni potenciali za uvažanje sonaravnega kmetovanja ter izboljšanje samooskrbe s hrano,
- naravni pogoji odpirajo možnosti za razvoj turizma in raznovrstnih drugih dopolnilnih dejavnosti v vseh panogah kmetijstva in gozdarstva; (les in biomasa),
- vzpostavitev verig lokalnih pridelovalcev hrane - prodaja na domu, kmečke tržnice,
- opuščena kmetijska zemljišča (predvsem v lasti kmetijskega sklada),
- povezovanje lastnikov kmetijskih gospodarstev za skupen nastop na tržišču,
- izkoriščanje gozdnega potenciala (lesni proizvodi in izdelki),
- povečanje kakovostnih integralnih turističnih proizvodov ter skupnih promocijskih nastopov za povečanje prepoznavnosti destinacije,
- povezovanje kmetijstva, turizma in ostalih storitvenih in dopolnilnih dejavnosti na podeželju,
- razvoj zelenega turizma v območjih Natura 2000,
- razvoj kmetijstva (vinogradništvo, drobnica, ekološko kmetijstvo, idr.),
- razvoj dopolnilnih dejavnosti na kmetijah,
- razvoj malih in srednjih podjetij na področju storitvenih dejavnosti,
- interaktivno povezovanje turizma, kmetijstva in storitvenih dejavnosti za izboljšanje blaginje skupnosti,
- izboljšanje turistične infrastrukture,
- vzpostavljanje novih, potencialnih trgov za lansiranje produktov podeželja Haloz,
- krepitev ekološke zavesti in usmerjanje k zdravemu načinu življenja,
- večja informiranost ciljnih skupin na podeželju,
- razvoj ekoloških kmetij,
- oživitev tradicionalnih prireditev na podeželju,
- prikazovanje tradicionalnih znanj in običajev,
- izdelava tradicionalnih izdelkov domače obrti,
- čezmejno sodelovanje.

NEVARNOSTI/OVIRE
➤ poglobljanje gospodarske, socialne in družbene nerazvitosti, ➤ množično odseljevanje aktivnega prebivalstva, ➤ nadaljnje padanje števila prebivalcev in negativnega prirasta bo imelo za posledico še večji delež starega prebivalstva, ➤ beg možganov se lahko zaradi pomanjkanja ustreznih delovnih mest nadaljuje, ➤ pretežna usmerjenost v tradicionalne trge oz. prevelika vezanost na malo število trgov, ➤ pomanjkanje in nekonkurenčnost lokacij bosta še nadalje zmanjševala privlačnost regije za zunanje naložbe, ➤ izginjanje manjših območij, pomembnih za ohranjanje biotske raznovrstnosti, ➤ kljub pomoči države še vedno prisotni neugodni pogoji za vlaganje v kmetijstvo ter razvoj podeželja, ➤ prestroga in nefleksibilna zakonodaja na področju pridobivanja dovoljenj za dopolnilne dejavnosti v kmetijstvu, ➤ klimatske spremembe (povečano pomanjkanje vode za zalivanje, toča in poplave), ➤ globalizacija trga hrane (cenovna politika, nekonkurenčnost, zmanjšanje tržnega deleža), ➤ opuščanje obdelave kmetijskih zemljišč zaradi nekonkurenčnosti na kmetijskih trgih, ➤ opuščanje vinogradništva, zelenjadarstva in sadjarstva, ➤ naraščanje zaraščanja kmetijskih površin, ➤ prepočasna implementacija modela javno zasebnega partnerstva za razvoj turističnih produktov in infrastrukture, ➤ pomanjkanje finančnih sredstev za doseganje zastavljenih ciljev, ➤ zaostajanje v razvoju za drugimi konkurenčnimi destinacijami, ➤ počasno okrevanje turističnega sektorja po gospodarski recesiji.

3.6 Prepoznani ključni izzivi

Turistična destinacija Haloze se s svojimi turističnimi potenciali umešča v tokove potnikov na relaciji Pirnske avtoceste (Maribor-Zagreb) od severa na jug Evrope, po kateri letno skozi Haloze potuje 9,1 milijonov potnikov. Druga relacija je Ptuj – Varaždin, po kateri potuje letno 1,7 milijona potnikov. Najbližje turistični destinaciji Haloze se nahajata kot vodilni destinaciji Ptuj in Rogaška Slatina. V Mestni Občini Ptuj je bilo v letu 2016 ustvarjenih 140.951 prenočitev, v Rogaški Slatini pa 226.357 prenočitev. Skupaj je v letu 2016 mesto Ptuj in Rogaško Slatino obiskalo 102.078 turistov (Vir: Delovna skupina za razvoj Haloz, Gradivo: Turistična destinacija Haloze, ki predstavlja tako za Slovenijo kakor za prebivalce v Halozah možen razvojni potencial, 2017).

Območje Haloz ima raznovrstne turistične potenciale. Kljub temu sodi med turistično manj razvite slovenske pokrajine. Znano je predvsem po **vinskem turizmu**, ki pa je razmeroma skromno razvit. Poleg tega je na širšem območju severovzhodne Slovenije na tem področju velika konkurenca. Zaradi **slabše gospodarske razvitosti** kot v osrednji Sloveniji je kupna moč prebivalstva manjša, kar vpliva na **manjše lokalno povpraševanje**. Pomemben segment bi lahko predstavljali obiskovalci iz nekoliko bolj oddaljenih urbanih območij (Zagreb, Gradec) ali stacionarni turisti, nastanjeni na območju Haloz in v njihovi okolici, vendar zaenkrat njihovega večjega obiska ni mogoče zaznati. Na drugi strani je, v nasprotju z večino drugih vinogradniških območij v Sloveniji in soseščini, večji doživljajski potencial pokrajine izrazita prednost Haloz.

Drugo obetavno področje je ponudba za turiste, katerih motivi so predvsem športnorekreacijski. Pri tem slabša cestna infrastruktura za pohodnike in kolesarje ni moteča, vpliva pa tudi na manjši avtomobilski promet, kar je dobrodošlo za oboje.

Čeprav v okviru severovzhodne Slovenije Haloze nedvomno sodijo med območja z najboljšimi možnostmi za **razvoj športnorekreacijskega turizma**, do zdaj ni prišlo do razvoja "kritične mase" tovrstne ponudbe, ki bi vplivala na večjo prepoznavnost med to skupino turistov. Gostinska ponudba takšnim obiskovalcem ni posebej prilagojena, čeprav povpraševanje bolj aktivnih turistov ni enako povpraševanju "vinskih" turistov, katerim sta uživanje vina in hrane glavna motiva za obisk.

4. USKLAJENOST STRATEŠKIH SMERNIC S KROVNIMI DOKUMENTI IN POLITIKAMI

Strateške smernice za razvoj turizma v Halozah upoštevajo smernice in vsebino sledečih krovnih dokumentov:

- Strategija in politika turizma EU: Sporočilo komisije Evropskemu parlamentu, svetu, evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in odboru regij: »Evropa, prva svetovna turistična destinacija – nov okvir evropske turistične politike« (2010);
- ETIS – Sistem kazalnikov za evropski turizem (2016)
- Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021 (2017)
- Zelena shema slovenskega turizma (2014)
- Regionalni razvojni program Podravje 2014-2020
- Območni razvojni program Spodnje Podravje za obdobje 2014-2020
- Razvojni program za razvoj Haloz 2014-2020 - prikaz stanja na problemskem območju Haloz (s predlogom ukrepov in instrumentov)
- Blagovna znamka Slovenije (I feel Slovenia);
- Zgodbe v slovenskem turizmu (2013);
- Strategija razvoja gastronomije Slovenije (2006);

4.1 Strategija turizma in turistična politika EU

V letu 2010 je Evropska Komisija objavila sporočilo oziroma dokument »Evropa, prva svetovna turistična destinacija – nov okvir evropske turistične politike«, ki je postavil novo strategijo in akcijski načrt za turizem Evropske unije. Ta je usmerjen predvsem v pospešitev rasti in zagotovitev razmer, ki bodo povečale privlačnost evropskega turizma.

V skladu z Lizbonsko pogodbo je cilj evropske turistične politike spodbuditev konkurenčnosti turizma ob upoštevanju, da je njegova konkurenčnost dolgoročno tesno povezana s „trajnostjo“ njegovega razvojnega vzorca. Trajnost turizma je jasno umeščena v novo gospodarsko strategijo Unije „Evropa 2020“. Za doseg zastavljenih ciljev se **ukrepi za spodbujanje turizma** lahko delijo **na štiri sklope**, ki predstavljajo ogrodje akcijskega okvira za turizem:

- (1) ukrepi za okrepitev konkurenčnosti evropskega turističnega sektorja,
- (2) ukrepi za spodbujanje trajnostnega, odgovornega in kakovostnega turizma,
- (3) ukrepi za utrditev podobe in okrepitev razpoznavnosti Evrope kot skupnosti trajnostnih in kakovostnih turističnih destinacij,
- (4) ukrepi za čim boljši izkoristek potenciala politik in finančnih instrumentov EU pri razvoju turizma.

4.2 Trajnostni turizem

4.2.1 Sistem kazalnikov za evropski turizem

Konkurenčnost turizma je tesno povezana z njegovo trajnostjo, saj je kakovost turističnih destinacij močno odvisna od naravnega in kulturnega okolja ter vključevanja destinacij v lokalno skupnost. Trajnost turizma je povezana s številnimi vidiki: odgovorna raba naravnih virov, upoštevanje okoljskega učinka dejavnosti, uporaba »čiste« energije, varstvo dediščine ter ohranitev naravne in kulturne nedotaknjenosti destinacij, kakovost in trajnost ustvarjenih delovnih mest, učinki na lokalno gospodarstvo, kakovost sprejema strank.

Sistem kazalnikov za evropski turizem je namenjen turističnim destinacijam. Oblikovan je kot postopek za spremljanje, upravljanje ter izboljševanje trajnosti turistične destinacije, je pa v lasti lokalnih predstavnikov in se vodi na lokalni ravni. Osnovno načelo sistema kazalnikov je, da se odgovornost za destinacijo, lastništvo in odločanje medsebojno delijo. Praktičen priročnik navaja sedem korakov za vpeljavo sistema kazalnikov v turistični destinaciji. Kazalniki se nanašajo na področja: 1. Upravljanje destinacije; 2. Ekonomska vrednost; 3. Vpliv na družbo in kulturo; 4. Vpliv na okolje.

4.2.2 Zelena shema slovenskega turizma

Zelena shema slovenskega turizma (ZSST) je **nacionalni program in certifikacijska shema**, ki pod krovno znamko SLOVENIA GREEN:

- združuje vsa prizadevanja za trajnostni razvoj turizma v Sloveniji,
- destinacijam in ponudnikom ponuja konkretna orodja za oceno in izboljšanje trajnostnega delovanja,
- skozi znamko Slovenia Green to zeleno delovanje tudi promovira

Temelji na evropskih (ETIS) in globalnih (GSTC) kriterijih ter priporoča uporabo GSTR orodja za merjenje uspešnosti na področju uvajanja zelenega delovanja. Ključni strateški cilj sheme je uvajanje trajnostnih modelov v slovenski turizem, tako na ravni turističnih ponudnikov kot destinacij. Vse cilje strateških usmeritev spremlja trajnostni razvoj in skrb za ekonomsko, družbeno-kulturno in naravno okolje.

Slika 12: Strateške usmeritve Slovenije

STRATEŠKE USMERITVE SLOVENIJE



“Slovenska turistična organizacija je zeleno t.j. trajnostno usmeritev opredelila kot edino pravo razvojno priložnost naše dežele in njene turistične ponudbe, integralno uvajanje trajnostne usmeritve pa postavila v jedro samega delovanja, to je razvoja in promocije slovenskega turizma. Privlačna konkurenčna turistična ponudba, zasnovana na trajnostnem konceptu ter razvoju kakovostnih in inovativnih turističnih produktov visoke dodane vrednosti je tisti ključni element konkurenčnosti, ki našo deželo in njeno turistično ponudbo razlikuje od ostalih destinacij.”

Vir: STO, Zelena shema slovenskega turizma

4.3 Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma

Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021 je usmerjena v scenarij pospešenega trajnostnega razvoja turizma do leta 2021 in za doseganje navedenih ciljev predlaga šest ključnih politik in vrsto nujnih ukrepov in aktivnosti, ki jih bo treba izvesti:

- nova organiziranost: makro destinacije in turistični produkti,
- institucionalni in pravni okvir,
- namestitve, turistična infrastruktura in naložbe,
- kadri v turizmu,
- prostor, naravni in kulturni viri,
- mala in srednje velika podjetja (MSP).

Razvojna – strateška izhodišča in ključne prednostne točke opredeljujejo poslanstvo prihodnjega slovenskega turističnega sektorja kot:

- dolgoročno trajnostno z vplivom na rast in zaposlovanje (blaginja),
- vključevanje poslovnih nalog in interesov malih in srednjih podjetij, velikih turističnih in ne-turističnih podjetij v slovenski turistični trg,
- prizadevanje za povečanje prepoznavnosti in celostne podobe Slovenije v svetu.

Vizija aktualne Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma se glasi:

Slovenija je globalna zelena butična destinacija za zahtevnega obiskovalca, ki išče raznolika in aktivna doživetja, mir in osebne koristi.

4.4 Območni razvojni program Spodnje Podravje 2014-2020

Območni razvojni program Spodnje Podravje 2014-2020 (ORP Spodnje Podravje) turizem prepozna kot eno ključnih dejavnosti na območju Spodnjega Podravja z dobrimi, a na nekaterih področjih še neizkoriščenimi potenciali za razvoj. Področje trajnostnega turizma in razvoja podeželja uvršča med razvojne prioritete, katere temeljni cilj je povečanje konkurenčnosti turizma in razvoj podeželja. ORP Spodnje Podravje kot ključno turistično ponudbo opredeljuje termalni turizem, izletniško-rekreacijski turizem, vinske ceste in kulinarični turizem, turizem na kmetijah ter mestni turizem v povezavi s kulturnim turizmom.

Ključni ukrepi na področju turizma v programskem obdobju 2014-2020 so usmerjeni v:

- krepitev sodelovanja akterjev v turizmu,
- spodbujanje razvoja in raziskovalnega dela ter inovativnosti v turizmu,
- učinkovitejši marketing,
- krepitev prepoznavnosti destinacije in razvoj integralnih turističnih produktov,
- v razvoj turistične, športne in kulturne infrastrukture.

Znotraj področja razvoja turizma dokument opredeljuje naslednja investicijska področja, in sicer:

- Upravljanje turistične destinacije in struktur za destinacijski marketing in management;
- Oblikovanje integralnih turističnih produktov za mreženje naravne in kulturne dediščine ter tradicij območja;
- Razvoj kulture in umetnosti ter ohranjanje kulturne dediščine;
- Naložbe v turistično, športno in kulturno infrastrukturo.

V letu 2010 je bila vzpostavljena regionalna destinacijska organizacija (v nadaljevanju RDO), ki zagotavlja območno povezanost turističnega in kulturnega sektorja. Območje, ki ga pokriva RDO, obsega 19 občin na območju Spodnjega Podravja in osem pridruženih občin izven administrativnih meja RDO. RDO deluje kot organizacija za spodbujanje razvoja in promocije celovitih turističnih proizvodov turistične destinacije in izvajanja aktivnosti načrtovanja, oblikovanja in trženja celovite turistične ponudbe, spodbujanja razvoja turistične infrastrukture, ter promocije celovite turistične ponudbe.

4.5 Razvojni program za razvoj Haloz 2014-2020

Razvojni program za razvoj Haloz 2014-2020 v okviru prioritetnega področja »Spodbuditi gospodarski razvoj na podeželju« obravnava Razvoj turizma, z izvedbo naslednjih ukrepov:

- spodbujanje dopolnilnih dejavnosti na kmetijah,
- povezovanje ponudnikov turističnih produktov v Halozah in izven,
- skupna promocija in trženje turistične ponudbe,
- zagotavljanje pogojev za vzpostavitev javno zasebnega partnerstva na podeželju.

Zgoraj navedeni ukrepi naj bi udeležili uresničevanje naslednjih ciljev:

- povečati možnosti za razvoj sonaravnega in trajnostno naravnega turizma,
- povezati turistične ponudnike v Halozah s turističnimi ponudniki izven Haloz;
- organizirati skupno promocijo in trženje;
- izvajati ukrepe za nastajanje mikro in malih družinskih podjetij,
- zagotoviti nova kakovostna in dohodkovno zanimiva delovna mesta na podeželju
- izboljšati bivalne pogoje in kakovost življenja na podeželju,
- zmanjšati razvojne razlike med podeželjem in urbanimi središči,
- pospeševati podjetništvo – povečati obseg gospodarskih aktivnosti,
- krepiti obstoječe in vzpostaviti nove oblike in instrumente za spodbujanje podjetništva in zagotoviti sistemsko podpora podjetniškim projektom na podeželju,
- povečati zaposlovanje na podeželju ter ohraniti obstoječa delovna mesta,
- spodbuditi razvoj novih gospodarskih dejavnosti na podeželju, zlasti dejavnosti z visoko dodano vrednostjo.

Projektne usmeritve dokumenta Razvojni program za razvoj Haloz 2014-2020 naslavlja trajnostni turizem na območju Haloz, vključno z izgradnjo nujno potrebne infrastrukture, vzpostavitev novih produktov, njihovega trženja in promocije.

5. POMEN TRAJNOSTNEGA KONCEPTA RAZVOJA ZA TURIZEM V HALOZAH

Turizem je gospodarska panoga, ki lahko močno vpliva na občutke zadovoljstva v življenjih ljudi. Turistična potovanja povečujejo te občutke pri obiskovalcih, ob pravilni usmerjenosti razvoja turizma, pa lahko vplivajo tudi na zadovoljstvo in srečo tistih, ki so obiskani. Torej članov lokalne skupnosti, živeče na območjih turističnih destinacij.

Ker je turistični sektor specifičen zaradi svoje močne odvisnosti od okolja, v katerem deluje, je njegov razvoj potrebno natančno dolgoročno načrtovati in nadzorovati. Ni dovolj zasledovati le kvantitativnih ekonomskih ciljev, ampak je potrebno spremljati različne vrste kazalnikov in opazovati celoten vpliv turizma na celotno okolje turističnega sistema.

Trajnostni razvoj je proces, ki naj zagotovi zadovoljevanje potreb sedanjih generacij in s tem ne onemogoči bodočim generacijam, da bodo zadovoljile svoje lastne potrebe. Trajnostni turizem se je razvil iz koncepta trajnostnega razvoja, ki je utemeljen na treh stebrih:

- ekonomskem stebru, ki opredeljuje ekonomsko učinkovitost podjetij ter njihovo dolgoročno poslovanje;
- socialnem stebru, ki opredeljuje spoštovanje človekovih pravic in zagotavljanje enakih možnosti za vse;
- ekološkem stebru, ki opredeljuje varovanje in smotrno upravljanje z viri, še posebej z omejenimi in življenjsko pomembnimi.

Trajnostni turizem je turizem, ki upošteva sedanje in bodoče ekonomske, socialne in ekološke vplive in hkrati zadovoljuje potrebe obiskovalcev, gospodarstva, okolja in lokalnih prebivalcev (Mihalič, 2006, str. 98).

Zaradi svoje specifičnosti, turistični sektor, že sam po sebi spodbuja zavedanje o socialnih in okoljskih problemih. Turistični trg namreč deluje na neposredni interakciji med potrošnikom/turistom in ponudnikom turističnega proizvoda/skupnosti. Kakovost turističnega proizvoda, je tako močno odvisna, od visoko kvalitetnega naravnega, kulturnega in socialnega okolja. Prav ta kombinacija zavedanja, interakcije in odvisnosti med deležniki na turističnem trgu, kot tudi med različnimi okolji, dela ta sektor tako poseben. Zaradi tega, je edini pravi proistop za njegov dolgoročen in uspešen razvoj, trajnostni razvoj (UNWTO, 2007, str. 51).

Trajnostni turizem so okolju prijazna trajnostna potovanja v destinacije, kjer so flora, favna in kulturna dediščina primarne atrakcije in kjer so vplivi podnebja minimizirani. Izbiranje zelenih potovalnih destinacij pomeni podporo lokalnim restavracijam, turističnim kmetijam, nočitvenim kapacitetam, nakupu izdelkov domače obrti, uporabo storitev lokalnih prebivalcev s ciljem pomagati njihovem gospodarstvu in čim bolj zmanjšati negativne vplive na okolje ter družbeno skupnost.

Izvirno se v poslovanju termin »ZELEN« nanaša na okoljske zadeve, vendar danes zaobjema vse poglede trajnostnega razvoja, ki temelji na štirih osnovnih principih (UNWTO):

- okoljski vidik – čim bolj zmanjšati onesnaženost zraka, vode in zemlje ter količine odpadkov, ki jih ustvarjajo turistični ponudniki ter obiskovalci. Ohranjati in krepiti kakovost ter značilnost krajinske krajine, zavarovati in ohranjati naravna območja, habitate in prosto živeče rastline ter živali.

- družbeni vidik – ohranjati in izboljševati kakovost življenja v lokalnih skupnostih, spoštovati ter krepiti kulturno in zgodovinsko dediščino, tradicijo in raznolikost destinacije.
- gospodarski vidik – zagotoviti konkurenčnost in sposobnost preživetja turističnih destinacij in podjetij, da se bodo lahko še naprej razvijala in prinašala koristi na dolgi rok,
- podnebni vidik- v zadnjem obdobju se zgornjim trem stebrom dodaja še vidik podnebnih sprememb, kjer je cilj zmanjšati vplive turizma na podnebje in povečati prilagajanje turizma podnebnim spremembam.

Turistična destinacija Haloze želi, da postane trajnostni koncept razvoja na območju Haloz samoumeven, ne samo na področju turizma, ampak na vseh področjih delovanja. V tem dokumentu se sicer v ospredje postavlja turizem, vendar je zaradi narave te dejavnosti nujno povezovanje z vsemi ostalimi dejavnostmi in aktivnostmi na območju Haloz in le tako bo možno udejanjiti trajnostni koncept. Trajnostni koncept turizma na območju Haloz zahteva ravnotežje med ekonomskimi, družbeno-kulturnimi, okoljskimi in podnebnimi elementi.

Slika 13: Elementi trajnostnega razvoja turizma na območju Haloz



Vir: UNWTO, 2006

Prakse trajnostnega razvoja kažejo, da je koncept primeren za vse vrste destinacij, saj se načela trajnostnega turizma obravnava večplastno. Ob varovanju okolja in narave je omogočen odgovoren in dolgoročen gospodarski razvoj, rast družbene in kulturne integritete destinacije in blagostanja prebivalcev in zagotavljanju poglobljenih doživetij lokalnega okolja, za kar si v lokalne skupnosti na območju Haloz tudi prizadevajo. Območje Haloz ima vse danosti za trajnostni razvoj turizma. V območju ni težke industrije ali okoljsko spornih dejavnosti, ki bi omejevale usmeritev v poglobljen trajnostni razvoj.

S celovito organiziranimi aktivnostmi bi na območju Haloz udejanjili 12 ciljev razvoja trajnostnega turizma, ki jih oblikovala UNWTO.

Tabela 20: Cilji razvoja trajnostnega turizma na območju Haloz

Cilji	Opis
1. Ekonomska izvedljivost	Turizem na območju Haloz graditi na realnih ekonomskih osnovah, da bo sposoben preživetja in razvoja. Razumeti je potrebno zahteve trga in pričakovanja obiskovalcev, zgraditi dober destinacijski koncept, zagotoviti ugodne pogoje za razvoj dejavnosti in podjetništva ob prepoznanih lokalnih zmogljivostih
2. Lokalna blaginja	Povečati doprinos turizma h krepitvi blaginje na območju Haloz, s povečevanjem medsebojnih poslovnih povezav (poslovni dogovori), graditvijo raznolike ponudbe za prepoznane ciljne trge in segmente, podaljševanjem dolžine bivanja, povečevanjem potrošnje obiskovalcev in zmanjševanjem odliva prihodkov izven destinacije.
3. Kakovost zaposlitve	Skozi razvoj turistične in s turizmom povezanih dejavnosti povečevati zaposlitvene priložnosti, spoštovati in uveljavljati delovno zakonodajo, spodbujati podjetja, da zagotavljajo izobraževanje zaposlenih in jim ponujajo ustrezne karijerne možnosti, zagotavljati socialno varnost tistih, ki zaradi občasnih podjetniških težav ostajajo brez službe.
4. Socialna pravičnost	Zagotoviti usmerjanje ekonomskih in socialnih koristi turizma tudi v podporo socialnih programov, spodbujanje ponudnikov pa tudi turistov, da sponzorirajo in podpirajo projekte »za skupno dobro«, razvijanje možnosti zaslužka tudi za ljudi s posebnimi potrebami ipd.
5. Zadovoljstvo obiskovalcev	Obiskovalcem zagotoviti izpolnitev pričakovanj z nadzorom kvalitete storitev in spremljanjem njihovih izkušenj in zadovoljstva, z zagotavljanjem koristnih informacij, z omogočanjem dostopnosti tudi gibalno oviranim obiskovalcem, z zagotavljanjem možnosti obiska tudi socialno ali ekonomsko depriviligiranim skupinam
6. Lokalni nadzor	Vključevanje in krepitev vloge lokalnih skupnosti na območju Haloz v načrtovanje, upravljanje in odločanje o razvoju turizma, spodbujanje partnerstev in učinkovitih načinov sprejemanja odločitev, spoštovanje in upoštevanje morebitnih posebnosti posameznih območij ali skupin prebivalcev znotraj območja Haloz.
7. Blagostanje skupnosti	Izboljševati kakovost življenja na območju Haloz z ustreznim razporejanjem obsega obiskovalcev, časovne razporeditve in lokacijskih obremenitev, s premišljenim načrtovanjem in upravljanjem turističnih podjetji in infrastrukture, s promocijo skupne rabe ponudbe in storitev tako s strani prebivalcev kot obiskovalcev, s spodbujanjem odgovornega odnosa obiskovalcev do pravil in načina življenja v destinaciji.
8. Kulturno bogastvo	Spoštovati in krepiti kulturno in zgodovinsko dediščino, ji zagotoviti primerno upravljanje in zaščito, primerno vključevanje in obravnavanje dediščine na širšem (vplivnem) območju posameznih znamenitosti, izvajati izobraževanja in osveščanja lokalnih skupnosti o pomenu in načinih predstavitve kulturnega izročila, tradicije in običajev.
9. Krajinska usklajenost	Zagotoviti primeren način umeščanja turističnih projektov v lokalno okolje, zagotoviti primeren videz in vključevanje turističnih zgradb in dejavnosti, preprečevati fizično in vizualno slabšanje okolja; vzdrževati kulturno krajino kot eno izmed dolgoročnih osnov turistične dejavnosti.
10. Biotska raznovrstnost	Podpiranje ohranjanja naravnih območij, habitatov in prosto živečih živali in rastlin in kar najbolj zmanjšati škodo, ki se jim lahko povzroča.

Cilji	Opis
11. Učinkovitost virov	Zagotoviti racionalno rabo naravnih virov, upoštevanje dejansko razpoložljivih kapacitet naravnih in drugih virov pri načrtovanju razvoja turizma, zmanjševanje porabe vode v turistični dejavnosti in energije, še posebej tiste iz neobnovljivih virov, zagotavljanje racionalne in učinkovite rabe surovin/materialov, promocija »zmanjšaj - ponovno uporabi - predelaj«.
12. Okoljska čistost	Zmanjšati onesnaženost zraka, vode in zemlje ter količine odpadkov, ki jih ustvarjajo turistična podjetja in obiskovalci, pospeševati in promovirati uporabo trajnostnih oblik transporta, zmanjševati uporabo okolju nevarnih kemikalij, preprečevati praznjenje odplak v vodotoke, zmanjševati in sortirati odpadke, premišljeno načrtovati in razvijati nove turistične kapacitete skladno z zeleno shemo slovenskega turizma (Green destination in accommodation).

Zgodnje vključevanje deležnikov na območju Haloz v trajnostni razvoj, je izključno zagotovilo za dolgoročno konkurenčnost destinacije. Deležniki na območju Haloz so:

- obiskovalci, ki pričakujejo poglobljena doživetja z veliko lokalno dodane vrednosti, nove izkušnje in zadovoljstvo z obiskom Haloz,
- ponudniki turističnih storitev, ki lahko neprenehoma vlagajo v dejavnost le z ustvarjanjem dobička in s tem omogočanja blagostanja investorjev, zaposlenih in posledično blagostanje v destinaciji Haloze,
- lokalne skupnosti, ki pričakuje delovna mesta in valorizacijo lokalnih potencialov; iz naslova turizma tudi fiskalne učinke, ki lahko omogočajo višjo kakovost življenja na območju občin v Halozah,
- socialno in kulturno okolje, ki zahteva ohranjanje identitete, dediščine in kulturne krajine, zaradi katerih je destinacija Haloze zanimiva ter privlačna za obisk,
- naravno okolje, ki se ga ohranja z (za)varovanjem, prepoznavanjem nosilne zmogljivosti ter postavljanjem režimov ravnanja in programov doživetij – usmerjanjem obiska, ki na dolgi rok prinašajo ugodno stanje naravnega okolja na območju Haloz.

Pomen trajnostnega razvojnega koncepta za turizem na območju Haloz na konkurenčnem turističnem trgu narekujejo (prilagojeno po Beunders, 2004):

- unikatni profil destinacije Haloze – ponudba unikatnih doživetij, posebnih vonjav, okusov, vtisov in občutkov,
- tesno in odlično sodelovanje med vsemi deležniki na območju Haloz, ki krepijo partnerski odnos in gradijo na vrednotah območja,
- skladna, celovita, raznolika, kakovostna in inovativna ponudba deležnikov s področja turizma in z njim povezanimi gospodarskimi in negospodarskimi dejavnostmi na območju Haloz, ki temeljijo na dinamičnem podpornem okolju in kreativnosti na področju marketinških aktivnosti,
- visoka, s standardi določena kakovost in nadzor kakovosti turističnih produktov in storitev pod skupno destinacijsko in blagovno znamko destinacije Haloze,
- celovita dolgoročna vizija trajnostnega razvoja območja Haloz, ki ob naravnosti na kupca upošteva značilnosti in zmogljivosti destinacije in njenih deležnikov.

6. EKONOMSKI POMEN TURIZMA

6.1 Mednarodni okvir in trendi v turizmu

Po podatkih UNWTO (b. d.) turistični sektor na mednarodnem nivoju dosega stabilno rast v višini 3 do 4 %. Rast je stabilna in je na svetovni ravni ne prizadenejo ne politične nestabilnosti, vojni konflikti, demografski trendi in okoljske katastrofe. Turistični sektor se je izkazal za odpornega celo proti ekonomskim pretresom in je v času zadnje velike svetovne recesije beležil le padec v letu 2009. Tako je turistični sektor v svetovnem merilu v letu 2015 znova dosegal rekordne vrednosti: zabeleženih je bilo 1,186 mrd turističnih prihodov in skupen turistični promet v višini 1,5 bilijona ameriških dolarjev na področju izvoza, kar predstavlja kar 7 % vsega svetovnega izvoza. Turistični sektor je tako na svetovni ravni v letu predstavljal 10 % svetovnega BDP in zagotavljal eno od 11 zaposlitev na svetu. V svetovnem merilu se na področju izvoza storitev turizem uvršča na 3. mesto, za gorivom in kemikalijami ter pred hrano in avtomobilskimi proizvodi. Dolgoročne napovedi kažejo stabilno rast turističnega sektorja tudi v prihodnje ter povečanje števila turističnih prihodov na 1,8 mrd v letu 2030.

V današnjem svetu spremenljivih gospodarskih in družbenih razmer, porasta tehnologije, globalizacije, zabrisanih tradicionalnih demografskih meja, internacionalizacije poslovanja itd., se spreminjajo tudi navade in zahteve potrošnikov. Vse vpliva na porast novih trendov in spreminjanje obstoječih v vseh sektorjih. Še posebej se ti trendi kažejo v turističnem sektorju, kjer raznolika turistična ponudba blaga in storitev, vpliva na življenjske izkušnje potrošnikov, njihove vedenje in odzive; slednje pomembno vpliva na prihodnji izbor turističnih storitev in blaga. Mednarodni trendi zaostrejuje konkurenco, prav tako pa potrošniki postajajo vse bolj zahtevni; le-ti imajo vse manj časa za sprejemanje odločitev in imajo visoka pričakovanja od turističnih ponudnikov. Potrošniški trendi spreminjajo turistično pokrajino. Mednarodni prihodi turistov se iz leta v leto povečujejo. Evropa, kot prva svetovna najbolj obiskanih regionalna destinacija, je v letu 2015 zabeležila 5% povečanje mednarodnih prihodov turistov.

Pomemben trend predstavlja tudi vzpon novih destinacij. Razvijajoči se trgi bodo kmalu presegli rastoče trge v mednarodnih prihodih turistov z 58% deležem. Trenutno je od 20 top globalnih destinacij 10 mest iz Bližnjega vzhoda in Azije, in polovica izmed njih je dosegla dvomestno rast med letoma 2009 in 2015 (Tutek, Gebbie in Chan, 2015, str. 2).

Na trende turističnega sektorja, vpliva tudi hitra rast prebivalstva v razvijajočih se gospodarstvih, ki širi velikost potencialnega »odhodnega« trga. Populacija v številnih razvitih gospodarstvih se stara, z naraščanjem deleža števila ljudi starejših od 50 let. To pomeni, da se spreminja tudi struktura potnikov, s posebnim željam in potrebam v smislu prilagajanja, porabe storitev, varnosti in zelenih izdelkov. Vse pogostejši pojav je tudi t. i. večgeneracijsko potovanje, kjer tri generacije družin preživljajo počitnice skupaj.

Na turizem ima velik vpliv tehnološki razvoj. Mobilna tehnologija krepi povezanost in omogoča zagotavljanje informacij v realnem času. Digitalna tehnologija, socialni mediji in spletne distribucijske platforme spreminjajo razmerja med potrošniki in proizvajalci, ki podpirajo sodelovanje in omogočajo svojim potrošnikom bolj osebne izkušnje. Poleg tega je v porastu generacija pod vplivom tehnološkega napredka, za katero je značilno, da so njeni pripadniki zelo različni drug od drugega, s posebnimi potrebami za komunikacijo, porabo in turistično izkušnjo.

Tehnološka (r)evolucija v hotelski industriji predstavlja pomembno vlogo, saj je težko dohajati hitrost spremembe tehnologije in njena kompleksnost predstavlja izzive v njenem upravljanju. Digitalni kanali prevladujejo turizem in prinašajo pravo revolucijo, ki odločilno vpliva na konkurenčnost turističnih ponudnikov.

Tudi mnenja turistov in blogi turistov igrajo večjo vlogo pri potovalnih odločitvah. Po podatkih poročila ITB (2015) World travel trends report 2015/2016, socialni mediji vplivajo na skoraj četrtnino vseh mednarodnih potovanj; še posebej na izbiro turistične destinacije in izbor nastanitve. Število aktivnih uporabnikov Facebooka je doseglo približno 1,5 milijarde ljudi po vsem svetu, medtem ko druge družabne platforme, kot so Twitter, LinkedIn, Google+, WhatsApp in TripAdvisor še naprej vztrajno rastejo. Socialni mediji so zelo priljubljeni pri mednarodnih potnikih in približno 70 % potnikov je aktivnih uporabnikov socialnih medijev. Internet je daleč najbolj pomemben vir informacij, pri čemer približno 75% ljudi s pomočjo spletne informacije načrtujejo svoja potovanja, v primerjavi s približno eno tretjino ljudi, ki potovanje načrtuje s pomočjo potovalnih agencij in približno eno četrtnino, ki za to uporablja informacije svojih prijateljev. Približno 30 % "on-line" mednarodnih potnikov aktivno uporabljajo socialne medije pri raziskovanju o svojem potovanju, nekaj manj pa jih uporablja uradne spletne strani destinacij in ponudnikov namestitev.

Varnost in zaščita ostajata pomembna skrb za mednarodne potnike. Bolj kot kadar koli prej potrebno zagotoviti politično, gospodarsko in socialno stabilnost, da bi se preprečil terorizem in zagotovila varnost za vse turiste. Politična napetost, terorizem in državljanski nemiri so nepredvidljivi in predstavljajo nevarnost za turizem v katerikoli destinaciji na svetu. Leta 2015 in 2016 so nasilje in politični nemiri zaznamovali nekatere destinacije, kar je bistveno vplivalo na njihov turistični sektor in turistično povpraševanje. Poleg tega je dramatičen porast beguncev, ki prihajajo v Evropo, prizadel nekatere destinacije in upočasnil tok čezmejnega potovanja, saj se je zaostila mejna kontrola potnikov. Vse to je imelo posledice za mobilnost in pretok ljudi, s posledicami na ravni destinacije, kot tudi za izhodne turistične tokove. Zdravje in zdrav način življenja postaja vse bolj pomembno kar vpliva tudi na odločanje turistov o izbiri destinacije. Le-to je še posebej izrazito pri turistih v zrelih letih, katerih število se v zadnjih letih povečuje.

Po podatkih poročila ITB (2015) World travel trends report 2015/2016, glavni trend v svetu predstavlja velik porast ogledov mest (ang. city trips), križarjenj in potovanj v oddaljene kraje. Vse več ljudi potuje na počitnice v tujino (beležena je 34 % rast med leti 2007 in 2014.). Križarjenja so dosegla kar 248 % rast v sedmih letih, medtem ko so se obiski mest povečali za 82% in dosegli 22 % delež vseh počitniških potovanj. Za primerjavo, počitnice, ki so zaznamovane kot sonce in plaža, so med letoma 2007 in 2014 porasle za 39 % in predstavljajo 29 % vseh počitniških potovanj. Vodena potovanja so rasla počasneje in se povečala za 21 % in predstavljajo 20 % vseh počitniških potovanj. V nasprotju s tem pa so počitnice na podeželju stagnirale v smislu obsega in zdaj predstavljajo le 7 % vseh počitniških potovanj.

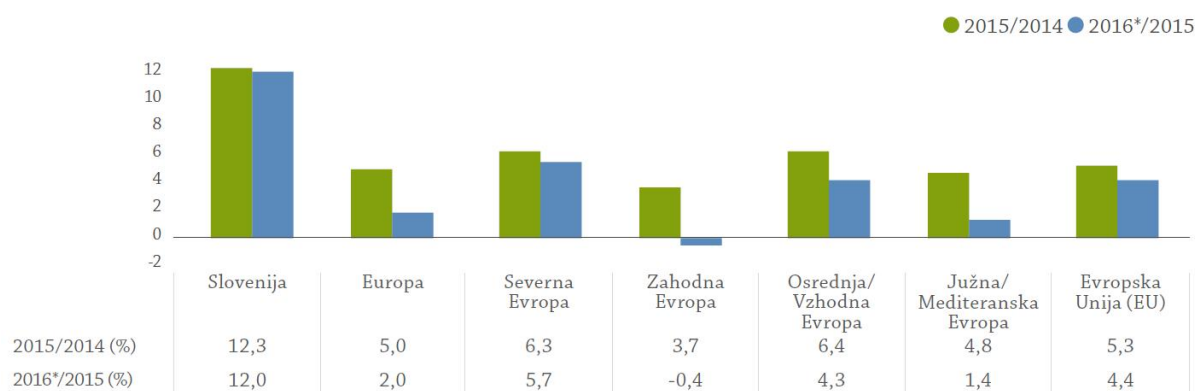
V nadaljevanju ITB poročila omenjajo trend potovanj izven turistične sezone potovanj. Število potovanj med januarjem in aprilom se je od leta 2007 do leta 2014 povečalo za 60 % in zdaj predstavlja 27 % vseh počitniških potovanj. Za primerjavo, poletna potovanja (maj - avgust) so se povečala za 17 % in imajo 41 % delež, medtem ko so se izleti v septembru - decembru povečali za 16 % in imajo 31 % delež, po podatkih World Travel MONITOR. V istem obdobju so se potovanja v oddaljene kraje dosegla 17 % celotnega trga vseh potovanj. Trg poslovnih potovanj (sestanki, konference, razstave) se je med letoma 2007 in 2014 prav tako povečal za 37 % in dosegel 54 % tržni delež.

Pomemben trend predstavlja trajnostni razvoj. Za trajnostni razvoj turizma je potrebno sodelovanje vseh deležnikov, kot tudi močno politično vodstvo. Namreč, globalni turizem je v porastu, zato morajo biti ekonomski, socialni in okoljski vzvodi uravnoteženi za zagotovitev dolgoročnega trajnostnega razvoja turizma (Tutek, Gebbie in Chan, 2015, str. 2).

6.2 Slovenija in turizem

Turizem v samostojni Sloveniji beleži rast vse od leta 1993, ko smo po začasni izgubi trgov bivših republik in strahu tujcev zaradi vojnega dogajanja v neposredni bližini znova začeli beležiti večje zanimanje gostov iz drugih držav v primerjavi z domačimi gosti. Od leta 1995, odkar je bil ustanovljen Center za promocijo turizma, je Slovenija beležila stabilno rast turističnih prihodov in prihodkov s povprečno 3 % stopnjo. Po podatkih Statističnega urada RS je Slovenija v zadnjih 20 letih več kot potrojila skupno število turističnih prihodov, rast turističnega sektorja pa je v zadnjih letih presegala svetovno in evropsko povprečje na tem področju.

Slika 14: Rast prihodov mednarodnih turistov – Evropa in Slovenija



*podatki 2016 za Evropo so vezani na klasifikacijo IMF
Vir: SURS, 2017; UNWTO Turistični barometer, januar 2017

Vir: STO Slovenija, Turizem v številkah 2016, str. 5, julij 2017

V mednarodnem merilu slovenski turizem sicer beleži nadpovprečno rast že zadnjih nekaj let, kljub temu po nekaterih kazalcih pada oz. se njegov položaj primerjalno z ostalimi destinacijami po svetu znižuje. Če je Slovenija leta 2011 zasedala 33. mesto na svetovni lestvici konkurenčnosti, kar je predstavljalo napredek za 11 mest v 4 letih, je slovenski turizem do leta 2016 padel za 6 mest, na 39. mesto, in s tem v 5 letih izgubil polovico prigarane izboljšanja (Strategija razvoja slovenskega turizma 2012-2016 in WEF). Začasni statistični podatki SURS za leto 2017 kažejo še eno izjemno turistično leto v Sloveniji. Slovenski turizem že četrto leto zapored beleži povečano rast prihodov in prenočitev. Tako so turistični nastanitveni objekti lani našteali več kot 4,7 milijona turističnih prihodov in 12,0 milijona turističnih prenočitev, kar pomeni za 13,4% več prihodov in 11,3% več prenočitev kot v letu 2016. Od tega so tuji turisti ustvarili 8,1 milijona vseh turističnih prenočitev (67%) oziroma za 15% več kot v letu 2016 in 3,4 milijona prihodov (+ 17% glede na 2016). Domači turisti so ustvarili 3,9 milijona prenočitev (+ 4% glede na 2016) in 1,3 milijona prihodov (+ 6%) (Vir: STO, Pregled turističnega leta 2017, dostopno na: <https://www.slovenia.info/sl/poslovne-strani/raziskave-in-analize/turizem-v-stevilkah>, 15. maj 2018)

Turistični sektor je v letu 2015 zaposloval 13 % vseh zaposlenih v Sloveniji, ustvaril 8 % vrednosti celotnega slovenskega izvoza in prispeval 13 % k bruto domačemu proizvodu. Slovenija je v letu 2015 prvič zabeležila več kot 10 milijonov prenočitev, od tega več kot 6 milijonov v hotelih.

Ključni trgi ostajajo, skladno s svetovnim trendom, neposredno sosednje in bližnje evropske države Italija, Avstrija, Nemčija, Hrvaška, Nizozemska, Združeno kraljestvo, Ruska federacija, Srbija, Madžarska in Češka republika. Turisti iz teh držav so skupno ustvarili 42 % vseh nočitev in več kot 65 % nočitev tujcev. Kraji, ki ustvarijo največ prenočitev v Sloveniji, so Piran, Ljubljana in Bled, med tipi občin z največ prenočitvami pa so daleč spredaj zdraviliške občine, ki skupno ustvarile kar 45,9 % vseh nočitev (STO Slovenija 2016).

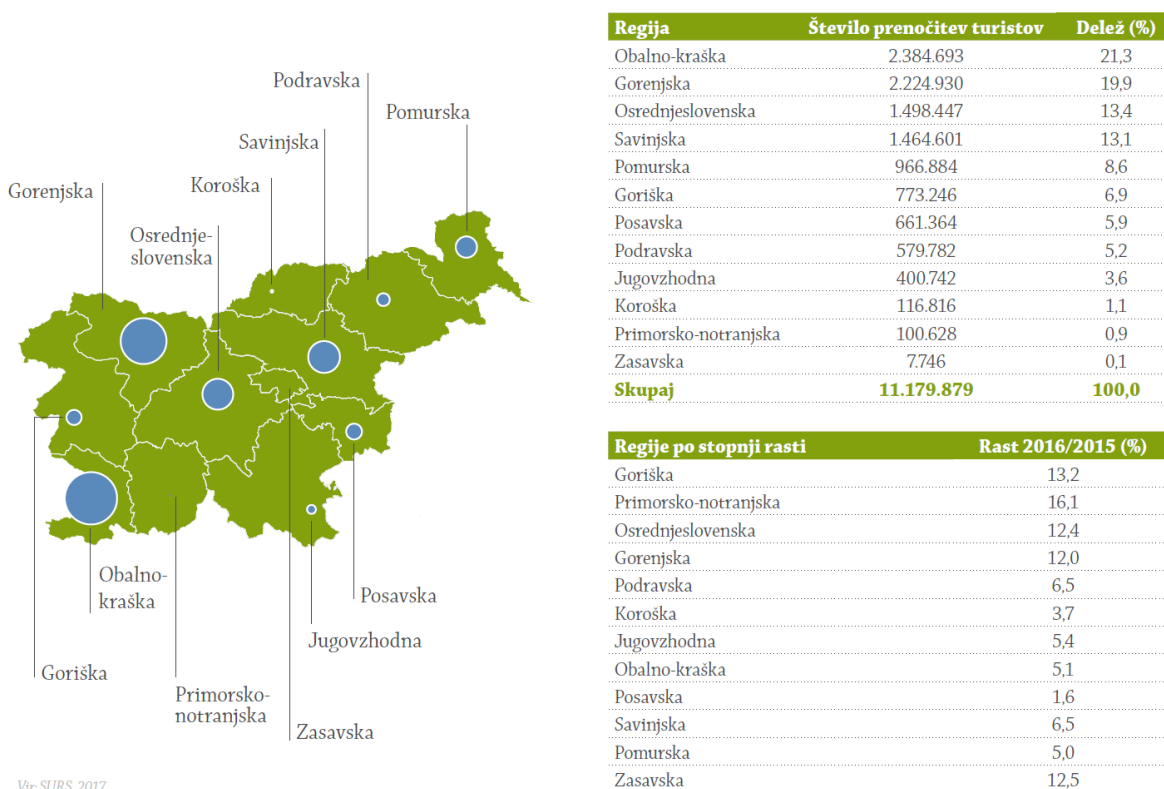
Slika 15: Prenocitve turistov po vrstah občin 2016

	Domači	Delež (%)	Tuji	Delež (%)
Zdraviliške občine	1.744.708	45,5	1.420.853	19,5
Gorske občine	704.551	18,4	2.162.842	29,4
Obmorske občine	953.495	24,8	1.322.543	18,0
Ljubljana	57.615	1,5	1.276.988	17,3
Mestne občine	127.069	3,3	641.793	8,8
Druge občine	250.323	6,5	517.099	7,0
Skupaj	3.837.761	100,0	7.342.118	100,0

Vir: SURS, 2017

Vir: STO Slovenija, Turizem v številkah 2016, str. 10, julij 2017

Slika 16: Prenocitve turistov po statističnih regijah 2016



Vir: SURS, 2017

Vir: STO Slovenija, Turizem v številkah 2016, str. 9, julij 2017

Strateško se je slovenski turizem s strategijo razvoja turizma v letih 2012-2016 usmeril proti zelenemu konceptu, ki promovira uporabo lokalno dostopnih virov in dobrin; domačo kulinariko ob bogati dediščinski ponudbi.

Od leta 2015 Slovenska turistična organizacija implementira tudi sistem zelene sheme slovenskega turizma, v okviru katere se podeljuje znake destinacijam (Slovenia Green Destination) in ponudnikom (Slovenia Green Accomodation), saj so zeleni trendi vse bolj prepoznavni na globalni ravni. Z jesenjo 2016 je Slovenija postala prva uradno priznana turistična destinacija na svetu (Green Destinations, 2016), kar lahko ključno pripomore pri uspešnosti turistične panoge, hkrati pa potrjuje pomen trajnostno usmerjenega delovanja v turizmu in tudi nasploh.

6.3 Podravska regija in Spodnje Podravje

V letu 2016 je **Podravsko regijo** obiskalo skupno 276.097 turistov, od tega 70,4 % tujih in 28,6 % domačih. Glede na leto 2010 je število turistov v Podravski regiji naraslo za 47,96% in v primerjavi z letom 2015 za 9,57%.

Skupno so ti turisti v letu 2016 opravili 579.782 nočitev, kar je v primerjavi z letom 2010 za 23,78 % več ter za 6,55% več v primerjavi z letom 2015. Povprečna doba bivanja je v Podravski regiji, po zadnjih razpoložljivih podatkih znaša 2,2 dni.

Spodnje Podravje je v letu 2015 obiskalo skupno 63.197 turistov, od tega 56,6 % tujih in 43,4 % domačih. Glede na leto poprej se je število turistov povečalo za 6,1 %.

Skupno so turisti v Spodnjem Podravju v letu 2015 opravili 145.700 prenočitev, njihovo število pa je glede na leto poprej naraslo za 6,8 %. Povprečna dolžina bivanja turistov na območju Spodnjega Podravja je tako znašala 2,3 dneva in je nekoliko nižja od povprečja Slovenije, kjer znaša 2,6 dni.

Iz podatkov je razvidno, da je rast števila prihodov turistov in rast števila prenočitev v Spodnjem Podravju nižja glede na rast v Podravski regiji in Sloveniji

6.4 Haloze in turizem

Haloze so privlačna in slikovita gričevnata pokrajina z raznovrstnimi turističnimi potenciali. Kljub temu sodijo med turistično najmanj razvite slovenske pokrajine. Na voljo je le malo nastanitvenih zmogljivosti, skromen pa je tudi turistični obisk. Znanе so predvsem po vinskem turizmu in turistični ponudbi, namenjeni bolj aktivnim turistom. V zadnjem obdobju je prišlo do številnih pozitivnih premikov, na pozitiven odnos do turizma pa kažejo tudi stališča lokalnega prebivalstva, kar predstavlja dober obet za razvoj turizma v prihodnje.

Če bi kot merilo razvitosti turizma na območju Haloz vzeli podatke Statističnega urada Republike Slovenije (SURS), bi lahko prišli do sklepa, da turizma v Halozah skorajda ni. Edini kraj z območja Haloz, za katerega obstaja daljši podatkovni niz s področja turizma, je Podlehnik, in sicer po zaslugi tamkajšnjega motela, ki pa je zdaj že nekaj časa zaprt. SURS je objavljал podatke o turističnem obisku tega kraja od leta 1979 do leta 2006. Motel je izkoriščal ugodno prometno lego ob cesti proti sosednji Hrvaški. V njem so prenočevali tranzitni gosti, ki pa se na tem območju niso zadrževali, zato motel k razvoju turizma v Halozah ni prispeval skoraj ničesar. Vseeno je bil edini večji nastanitveni objekt v okolici. O značilnostih njegovega turističnega obiska največ pove povprečna doba bivanja, ki je bila na primer leta 1980 le en dan (natančneje 1,04 dneva). Značilen je bil izrazit višek turističnega obiska v poletnih mesecih, povezan s povečanim obsegom prometnih tokov proti Hrvaški, le-ti pa so bili v veliki meri pogojeni s turizmom na hrvaški obali.

Po zaprtju motela v Podlehniku so ostale na območju sedmih haloških občin zelo skromne nastanitvene zmogljivosti. Po podatkih SURS-a je bilo leta 2008 na območju Haloz na voljo 47 sob in 117 ležišč. Glede na podatke za leto 2012 je bilo v sedmih haloških občinah 90 ležišč, kar kaže na njihovo upadanje.

Zadnji razpoložljivi podatki Statističnega urada Republike Slovenije za leto 2017 kažejo na ponovni porast, saj je v letu 2017 bilo na območju Haloz na voljo 81 sob in 224 skupnih zmožljivosti ležišč.

Zelo skromen je tudi turistični obisk. Zaradi majhnega števila ponudnikov SURS podatkov o turističnem obisku za večino občin niti ne objavlja (po Zakonu o državni statistiki je SURS individualne podatke dolžan varovati), zato ni mogoče dobiti vpogleda v trende ali druge osnovne značilnosti turističnega obiska, kot sta na primer sezonska razporeditev obiska ali državni izvor turistov. Podatki, zbrani po stari metodologiji, so sicer na voljo za več občin, a le do leta 2009. Ti podatki kažejo na največji turistični obisk v občini Podlehnik, torej v občini, ki je razpolagala v letu 2009 tudi z največjim številom turističnih ležišč. Sedaj z največjim številom ležišč razpolaga občina Videm.

Na območju Haloz velja posebej omeniti turistične kmetije. Po podatkih registra dopolnilnih dejavnosti za leto 2012 je bilo na območju haloških občin 13 kmetij, ki imajo kot dopolnilno dejavnost na kmetiji registriran turizem. Največ jih je bilo v občini Videm, in sicer kar pet. Izrazito prevladuje gostinska dejavnost, ki je zastopana na devetih kmetijah. Nastanitev pa je v ponudbi le na treh kmetijah, na štirih pa imajo registrirano negostinsko turistično dopolnilno dejavnost (ogled kmetije, njenih značilnosti in okolice, oddaja površin za piknike, prikaz značilnih kmetijskih in gozdarskih opravil, ježa živali, izposoja športnih rekvizitov). V nekaterih primerih se dejavnost turizma na kmetiji dopolnjuje tudi s predelavo kmetijskih pridelkov. Slednja lahko za obiskovalce turistične kmetije predstavlja tudi dodatno turistično ponudbo.

Ker so Haloze (tudi) vinogradniška pokrajina, je na vinogradništvo vezan pomemben del turistične ponudbe. Vinorodni podokoliš Haloze je del vinorodnega okoliša Štajerska Slovenija. Čez območje poteka vinsko turistična cesta – VTC 11. Kljub temu turistična ponudba ne temelji zgolj na vinogradništvu, ampak so se vinskemu turizmu pridružile še različne druge oblike, usmerjene tako v športno rekreacijo kot tudi v ponudbo kulturne dediščine območja.

Pomemben turistični potencial je tudi prisotnost **kulturne dediščine**. Na območju obravnavanih občin je po registru nepremične kulturne dediščine skoraj 200 enot. Največ jih je v občinah Majšperk (55) in Videm (48). Podobno kot pri naravnih vrednotah je tudi pri kulturni dediščini mogoče ugotoviti, da je le malo res izstopajočih oziroma turistično nadpovprečno privlačnih enot. Izjema je predvsem grad Borl, ki pa žal zaenkrat ne izkorišča teh potencialov. Med tistimi, ki z vidika turizma imajo (ali pa bi lahko imele) pomembnejšo vlogo, je treba kot izjemno pomemben romarski cilj omeniti zlasti Ptujsko Goro (občina Majšperk), podobno, čeprav manj pomembno vlogo, pa ima tudi cerkev svete Ane v Velikem Vrhu blizu Cirkulan. Številni ostali objekti so zanimivi predvsem kot drugotne turistične privlačne točke, saj po svojem pomenu v širšem prostoru ne izstopajo. Čeprav so sami po sebi le zmerno privlačni, je v številnih primerih precej bolj privlačna celotna pokrajina, saj pri mnogih objektih za slikovito "kuliso" poskrbi razgibano haloško gričevje (Cigale D., Turizem v Halozah v Geografski obzornik, Letnik 59, Številka 1-2, 2012, str. 32).

V zadnjih letih je bilo veliko storjenega prav na področju **vključevanja kulturne dediščine v turistično ponudbo**. To je bilo v veliki meri povezano z izvajanjem nekaterih projektov, ki so bili sofinancirani tudi s strani Evropske unije. Med rezultati tovrstnih projektov je mogoče omeniti obnovo Vukove in Pušnikove domačije v Žetalah in Vinogradniškega muzeja v Veliki Varnici, ureditev Pohodne ekološke poti Žetale, Krožno tematske poti po poteh kulturne dediščine v Občini Žetale in več drugih.

Z vidika razvoja turizma v Halozah je pomembna bližina nekaterih dobro obiskanih turističnih krajev, zlasti Ptuja in Rogaške Slatine. Turisti v teh turističnih središčih so lahko potencialni enodnevni obiskovalci Haloz. Na drugi strani je mogoče povezati bivanje v Halozah z obiskom teh turističnih krajev (na primer kopanje v termalni vodi, igranje golfa na Ptuj in podobno), kar privlačnost bivanja na območju Haloz še povečuje.

7 MEDOBČINSKO SODELOVANJE

Medobčinsko sodelovanje pri izvrševanju občinskih pristojnosti se pojavlja v različnih oblikah: v neformalnem, v pogodbenem sodelovanju ali v institucionalizirani obliki. Razlogi za medobčinsko sodelovanje so večplastni.

Prvič, razvoj medobčinskega sodelovanja je povezan predvsem s problemom razdrobljenosti občin, majhnosti občin in razpršenega prebivalstva. V več državah igra medobčinsko sodelovanje ključno vlogo v organizaciji lokalnih oblasti zaradi velikega števila majhnih občin, tudi v državah, ki nimajo tradicije medobčinskega sodelovanja.

Drugič, zlasti manjše občine imajo težave pri izvajanju javnih storitev, ki so bolj zapletene v tehničnem in dražje v finančnem smislu. Občine tako s sodelovanjem združujejo kadrovske, finančne in organizacijske vire, da bi ustvarili sinergijo in optimizirale ekonomijo obsega. Pogosto gre za javne službe, ki že po definiciji presegajo geografske meje občin.

Tretjič, lokalni finančni viri so nezadostni, občine pa nimajo vedno usposobljenega osebja, zagotavljanje javnih storitev je vseskozi pod pritiskom večje učinkovitosti. Mnogi poudarjajo potrebo po učinkovitem upravljanju in razvoju novih, domiselnih oblik opravljanja javnih storitev, kjer prav medobčinsko sodelovanje omogoča optimalno uporabo javnih sredstev.

Četrtoč, zaradi istih razlogov se zdi, da je medobčinsko sodelovanje pri izvajanju javnih storitev za prebivalce politično sprejemljivejša rešitev, kot pa načrti za teritorialno reorganizacijo oziroma zmanjševanje števila občin. Slednje vedno znova naleti na ostro nasprotovanje prebivalcev in lokalnih funkcionarjev.

Petič, nekatere države imajo težave zaradi posebnih naravnih značilnosti (npr. hribovita Norveška, Grčija s številnimi otoki), ki jih je mogoče z medobčinskim sodelovanjem učinkovito premagovati.

In šestič, razlog za medobčinsko sodelovanje je v nekaterih primerih tudi ta, da so regionalne ravni oblasti prevelike ali pa jih sploh ni.

7.1 Medobčinsko sodelovanje v državah članicah Evropske Unije

V Evropi poznamo tri glavne modele medobčinskega sodelovanja:

- visoko formaliziran model, katerega oblike sodelovanja temeljijo na javnem pravu, s konkretnimi javnimi subjekti, z vnaprej določenimi osnovnimi storitvami in ustreznimi vodstvenimi strukturami. Državni nadzor, tako finančni kot pravni, je dobro razvit. Oblike medobčinskega sodelovanja in pravni okviri so precej podrobni.
- fleksibilen model, ki temelji na avtonomiji občin, ki se pragmatično povezujejo z drugimi občinami in prosto izbirajo vsebine in oblike tega sodelovanja. Ta model temelji na oblikah kot so zveze, združenja ali skupna podjetja na podlagi zasebnega prava. Večina pravil sodelovanja je določena s statuti in ustanovnimi akti.
- tretji model je kombinacija prvih dveh, kamor sodi večina držav, ki imajo razvito medobčinsko sodelovanje.

V državah Evropske unije, predvsem tistih, v katerih je administrativni poseg države v funkcionalno nekonsistentno mrežo občin temeljil na spoštovanju tradicije in socioloških sestavin lokalne skupnosti (skupina ljudi, ki živijo na določenem zaokroženem območju in jih v skupnost povezujejo skupne potrebe in interesi), so izkoristili medobčinsko sodelovanje za premostitev finančno ekonomske šibkosti velikega števila po prebivalstvu majhnih občin ter za pospeševanje skladnejšega razvoja na področju servisne funkcije lokalnih oblasti, pri čemer so izhajali iz tehnološkega razvoja, zahteve po vse višjem standardu javnih služb in posledično sorazmerno visoke cene, ki jo je treba za to plačati. Pospeševanje medobčinskega sodelovanja je na normativnem področju šlo v dve smeri. Prva je zakonsko normiranje obveznega oblikovanja zvez za določene naloge, druga pa pospeševanje prostovoljnega povezovanja občin za določene naloge.

7.1.1 Medobčinsko sodelovanje v Italiji

V Italiji je medobčinsko sodelovanje spremenila reforma v 90-tih letih 20. stoletja, ko je bil sprejet zakon števil. 142/1990, ki naj bi dejansko omogočil medobčinsko sodelovanje in naj ne bi bila samo črka na papirju. Zakon je omogočil medobčinsko sodelovanje, zahteval združevanje, vendar v časovnem obdobju 10-tih let, v praksi pa je to pomenilo, da so v samo nekaj primerih ustanovili medobčinske zveze, morda je bil razlog v tem, ker se je nanašal samo na občine z do največ 5.000 prebivalci. Zato je v letu 1999 zakon števil. 267/1999 na novo uredil medobčinsko sodelovanje glede na občine, ki sodelujejo (odpravljena je bila meja 5.000 prebivalcev v občini) in medobčinsko sodelovanje ni bilo več prostovoljno. Kasneje je nacionalna in regionalna zakonodaja v letih od 2008 do 2010 pospeševala medobčinsko sodelovanje. V italijanskem sistemu je omogočenih več pravnih oblik medobčinskega sodelovanja: sporazumi, dogovori, območni sporazumi, območni plani, konzorciji, zveze občin in gorske skupnosti. V praksi so izvedene tiste oblike, ki so najbolj primerne glede na vrste nalog, ki jih občine izvajajo skupaj ali območja na katere se nanašajo. Podatki o številu medobčinskih zvez so se na podlagi navedenega spremenili od 16 zvez občin v letu 1999 do 322. Položaj v letu 2017 je tak, da je v Italiji ustanovljenih 535 zvez občin, ki vključujejo 3.107 občin in 12 milijonov prebivalcev. Gorskih skupnosti je 94.

7.1.3 Medobčinsko sodelovanje v Nemčiji

V Nemčiji segajo začetki medobčinskega sodelovanja v nekaterih delih države v 19. stoletje. Zadnje večje reforme pa so bile izvedene v 70-tih letih prejšnjega stoletja. Nemška ureditev sledi pospeševanju prostovoljnega povezovanja občin za določene naloge, medobčinsko sodelovanje je vezano predvsem na mesta in okoliške občine. V vsakem primeru pa je skupno izvajanje nalog vezano na zvezno ustavo (Grundgesetz) in določbo, da povezovanje oblik temelji na pravici do lokalne samouprave v skladu z zakoni. Oblike sodelovanja pa variirajo odvisno od zvezne dežele in njene ureditve. Slovenska najpomembnejša partnerica v Nemčiji je Svobodna dežela Bavarska, zato navajamo nekaj podrobnosti o njej. Po prenovi lokalne samouprave na Bavarskem pred desetletji je iz 7.500 občin nastalo 2.076 občin, ki imajo v povprečju od 2.000 do 10.000 prebivalcev. Občine z 2.000 prebivalci in manj, ki ne morejo vseh svojih nalog opravljati same, med seboj sodelujejo. Na Bavarskem imajo takšno vrsto sodelovanja urejeno z zakonom o medobčinskem sodelovanju. Razlogov za sodelovanje je več: povečanje učinkovitosti izvajanja nalog, združevanje kadrovske in finančne potencialov, usklajevanje nalog, ki presegajo finančno zmogljivost ene občine (npr. gradnja sežigalnice odpadkov), omogočiti izvajanje ukrepov občine, ki delujejo preko občinskih meja (npr. obrtna območja). Zakon omogoča zasebnopravne in javnopravne oblike sodelovanja. Pri zasebnopravnih oblikah sodelovanja občine ustanovijo družbe zasebnega prava, predvsem za gospodarsko dejavnost. Javnopravne oblike sodelovanja občin pa so tri vrste: občinska delovna skupnost, namenski sporazum in namensko združenje. Najpomembnejša oblika med temi je namensko združenje, ki je pravna oseba javnega prava. Zaradi majhnosti občin je na Bavarskem kar 1.500 namenskih združenj.

Občine same izberejo primerno obliko sodelovanja za katerokoli izmed nalog, ki jih bodo skupaj opravljale. Največ namenskih združenj je na področju šolstva, kulture, športa, reševalne službe, oskrbe z vodo, odstranjevanja odpadnih voda in odpadkov in hranilniške službe.

7.1.4 Medobčinsko sodelovanje v Franciji

Francija ima 36.600 občin. Glede na veliko število, s tem povezana raznolikost občin in sistem enakih pristojnosti, je zakonodajalec iskal rešitve za racionalnejše izvajanje nalog francoskih občin. Tako je francosko medobčinsko sodelovanje poseben primer, ki je nastal iz t.i. enonamenskih sindikatov (gre za enonamenske zveze občin, ki jih je uvedel že zakon iz leta 1890), ki so z večnamenskimi sindikati, distrikti in zvezami občin (*communautes de communes*) prerasli vsa podobna gibanja po vrstah in po številu interesnega institucionalnega medobčinskega sodelovanja. Zato je Francija 1999 ter z dograjevanjem sistema v letih 1998 in 2004 sprejela poseben zakon o medobčinskem sodelovanju (*Chevènement-ojev zakon*), v katerem vzpostavlja tri oblike institucij tega sodelovanja – zveze občin, zveze naselij in mestne zveze, postavlja zahteve glede števila prebivalstva, sklenjenosti območja in nalog, ki jih zveza mora izbrati, da bi imela dostop do sredstev, ki jih 6 država namenja za pospeševanje dejavnosti lokalne samouprave, predvsem medobčinskega sodelovanja. Sistem sodelovanja občin temelji na prostovoljnem sodelovanju. V praksi gre predvsem za sodelovanje na področju lokalnih javnih služb ter sodelovanje na področju prostorskega načrtovanja, ekonomskega razvoja, varovanja okolja in javnega transporta.

7.2 Medobčinsko sodelovanje v slovenski zakonodaji

Pravne podlage za medobčinsko sodelovanje opredeljuje 10. člen Evropske listine lokalne samouprave (MELLS), ki določa pravico lokalnih oblasti do združevanja. Lokalne oblasti imajo pri izvajanju svojih pooblastil pravico sodelovati in v okviru zakona oblikovati konzorcije z drugimi lokalnimi oblastmi za izvajanje nalog skupnega pomena. Vsebinsko podobno rešitev določa 6. člen Zakona o lokalni samoupravi, ko pravi, da občine med seboj prostovoljno sodelujejo zaradi skupnega urejanja in opravljanja lokalnih zadev javnega pomena. V ta namen ustanavljajo zveze, lahko združujejo sredstva in v skladu z zakonom ustanavljajo skupne organe ter organe skupne občinske uprave, ustanavljajo in upravljajo sklade, javne zavode, javna podjetja in ustanove. Zakon o lokalni samoupravi določa tri oblike za medobčinsko sodelovanje:

- organ skupnega upravljanja javnih zavodov javnih podjetij, javnih skladov in javnih agencij (člen 61),
- organ skupne občinske uprave (člen 49 a, b, c, č in d) in
- interesna zveza občin (člen 86).

Prva je namenjena skupnemu zagotavljanju javnih služb, kar občine zagotavljajo s soustanoviteljstvom javnih podjetij, javnih zavodov in javnih skladov. Zakon je naložil občinam, da morajo ustanoviti skupni organ za izvrševanje ustanoviteljskih pravic in usklajevanje odločitev v zvezi z zagotavljanjem javnih služb. Ukrep je bil realiziran sorazmerno pozno. Razlog je bil v nerazumevanju vsebine nalog skupnega organa občin ustanoviteljic skupnega javnega zavoda ali javnega podjetja ter načina odločanja oziroma »teže« glasov posamezne občine ustanoviteljice, glede na njen delež v javnem zavodu ali javnem podjetju. Najpogostejša napaka je torej bila, da so skupni organi poleg nalog iz pristojnosti občin ustanoviteljic in njihovih ustanoviteljskih pravic opravljali tudi upravljalvske naloge organov javnih zavodov oziroma javnih podjetij. Ne glede na jasne določbe Zakona o javnih financah glede tega so šele določbe Zakona o integriteti in preprečevanju korupcije preprečile združevanje opravljanja teh nalog v eni osebi.

Druga uspešna oblika medobčinskega sodelovanja so skupne občinske uprave. V organe skupne občinske uprave je bilo v letu 2017 vključenih 186 občin. Vendar se je za ustanovitev organa skupne občinske uprave v obdobju od leta 1995 pa do 2006 odločilo zelo malo občin. Trend je spremenila novela Zakona o financiranju občin, s katero je bilo uvedeno sofinanciranje skupnega opravljanja nalog občinske uprave iz državnega proračuna.

Interesne zveze občin so tretja, toda edina institucionalna oblika medobčinskega sodelovanja, ki ima pravni status javnega prava in ki se v praksi ni uveljavila. Namen ustanovitve interesne zveze občin, ki ga zasleduje zakon, je skupno urejanje in izvajanje javnih služb. Določba omogoča občinam prenos posameznih občinskih nalog v urejanje in izvajanje zvezi, združevanje sredstev ter ustanavljanje različnih izvajalskih organizacijskih oblik. Rezultat pa je, da nalog, ki jih posamezna občina naloži zvezi, sama ne zagotavlja več. Postopek ustanovitve zveze občin, ki ga je omogočala do sedaj veljavna zakonodaja, je bil povezan z vrsto postopkovnih težav, ki je občine odvrčajo že od poskusov. Pomemben razlog je bil tudi način ustanovitve z ustanovitvenim aktom, to je občinskim odlokom, ki ga sprejemajo občinski sveti občin ustanoviteljic. Odlok je moral biti sprejet v enakem besedilu po postopkih, določenih v poslovnikih občinskih svetov za sprejetje občinskega odloka. Zato je bila podana sprememba 86. člena Zakona o lokalni samoupravi, ki poenostavlja ustanovitev zveze. 9. člen Zakona o spremembah in dopolnitvah Zakona o lokalni samoupravi – (ZLS-S) (Uradni list št. 30/18), ki ureja interesno zvezo občin, je glede na dosedanjo ureditev prinesel določene spremembe. Po spremembi je interesna zveza občin institucionalna oblika medobčinskega sodelovanja, ki je pravna oseba javnega prava, na katero lahko občine prenesejo izvajanje nalog iz svoje pristojnosti, tudi del regulatornih pristojnosti. Z novo ureditvijo, ki je pričela veljati 11.5.2018, je predlagan nov izvršilni organ zveze občin, ki ga sestavljajo župani občin ustanoviteljic, kjer se določi tudi vrednost glasu posameznega župana pri sprejemanju odločitev tega organa. Akt o ustanovitvi zveze občin je po svoji vsebini pogodba, ki s potrditvijo občinskih svetov pridobi lastnost splošnega akta. Ustanoviteljicam je omogočeno, da v zvezi občin načrtujejo, financirajo in izvajajo razvojne programe.

8 INTERESNA ZVEZA OBČIN KOT ENA IZMED OBLIK MEDOBČINSKEGA SODELOVANJA

Z namenom, da se občinam omogoči skupno izvajanje nekaterih njihovih nalog na institucionalen način ter uveljavitev zahtev, ki jih pred njih postavljajo nacionalni programi razvoja še pred pripravo zakona o medobčinskem sodelovanju, je bila sprejeta odločitev, da pravne podlage zvez občin določi že zakon o spremembah in dopolnitvah zakona o lokalni samoupravi, ki je bil predlagan v zakonodajni postopek v začetku leta 2002. Šele uporaba teh določb naj bi namreč pokazala, ali obstajajo resnični interesi in potrebe občin po obsežnejšem in natančnejšem normiranju tega področja, po drugi strani pa omogočila tudi državnim organom ugotoviti, ali so zveze občin primerna oblika za uveljavljanje nacionalnih interesov pri izvajanju nalog lokalne samouprave.

Namen 86.člena ZLS je natančnejša opredelitev vsebine povezovanja občin v zveze ter določitev podlage za ustanovitev zveze in njeno delovanje. V skladu z določbo so zveze pravne osebe javnega prava, ki jih ustanovijo dve ali več občin za skupno urejanje in izvajanje posameznih upravnih občinskih nalog ter za izvajanje skupnih razvojnih in investicijskih programov. Zakon o lokalni samoupravi (Uradni list RS, št. 94/07 – uradno prečiščeno besedilo, 76/08, 79/09, 51/10, 40/12 – ZUJF, 14/15 – ZUUJFO in 11/18 – ZSPDSLS-1) in Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakon o lokalni samoupravi – (ZLS-S) (Uradni list št. 30/18), v svojem 6. členu določa, da občine med seboj prostovoljno sodelujejo zaradi skupnega urejanja in opravljanja lokalnih zadev javnega pomena. V ta namen ustanavljajo zveze, lahko združujejo sredstva in v skladu z zakonom ustanavljajo skupne organe ter organe skupne občinske uprave, ustanavljajo in upravljajo sklade, javne zavode, javna podjetja in ustanove.

Občine se zaradi predstavljanja in uveljavljanja lokalne samouprave ter usklajevanja in skupnega zagotavljanja svojih interesov povezujejo v združenja. Občine, zveze in združenja lahko sodelujejo tudi z lokalnimi skupnostmi drugih držav in z mednarodnimi organizacijami lokalnih skupnosti.

8.1 Namen, vloga in ustanovitev interesne zveze občin

Zveze občin so oblika medobčinskega sodelovanja, ki ponuja široke možnosti sodelovanja, posebej pri izvajanju gospodarskih javnih služb, ki zahtevajo velike investicijske vložke in vzdrževanje zahtevne infrastrukture. Leta 2002 je novela Zakona o lokalni samoupravi prinesla novost, s katero je zakonodajalec v 86. členu omogočil, da dve ali več občin lahko zaradi skupnega urejanja in izvajanja posameznih upravnih nalog ter zaradi izvajanja skupnih razvojnih in investicijskih programov, z aktom o ustanovitvi, ki ga sprejmejo njihovi občinski sveti, ustanovijo eno- ali večnamenske interesne zveze.

86. člen Zakona o lokalni samoupravi (Uradni list RS, št. 94/07 – uradno prečiščeno besedilo, 76/08, 79/09, 51/10, 40/12 – ZUJF, 14/15 – ZUUJFO in 11/18 – ZSPDSLS-1) in Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakon o lokalni samoupravi – (ZLS-S) (Uradni list št. 30/18) določa, da dve ali več občin lahko zaradi skupnega urejanja in izvajanja posameznih upravnih nalog ter zaradi izvajanja skupnih razvojnih in investicijskih programov z aktom o ustanovitvi ustanovijo enonamensko ali večnamensko zvezo občin, ki je oseba javnega prava.

Občine Cirkulane, Majšperk, Makole, Podlehnik, Videm, Zavrč in Žetale, bodo za organizacijsko strukturo uresničevanja Strategije razvoja turizma turistične destinacije Haloze, ter s tem povezanih razvojnih projektov na področju turizma ustanovile »Interesno zvezo občin«. Gre za institucionalno obliko medobčinskega sodelovanja, ki je instrument za skupno izvajanje občinskih nalog.

Zveza občin ustanoviteljicam omogoča skupno odločanje o razvojnih vprašanjih, združevanju sredstev, umeščanju javne infrastrukture v prostor, razpolaganje in upravljanje s premoženjem namenjenim za zagotavljanje konkretne službe, odločanje in izvajanje skupnih investicijskih projektov vzdrževanja javne infrastrukture in izgradnje nove infrastrukture, določanje podrobnejših tehničnih pogojev, cen in drugih ekonomskih pogojev za zagotavljanje lokalnega gospodarskega dobrega.

Zveza bo torej omogočala občinam skupno urejanje in izvajanje posameznih upravnih nalog, regulatornih (oblastnih) nalog, servisnih nalog, odločanje o upravnih stvareh ter sprejemanja skupnih razvojnih programov in skupnih investicijskih programov. Zveza občin ni nadomestilo za pokrajine, saj ni posebna samoupravna lokalna skupnost, pač vmesni upravni sistem. Zveza ni občinam nadrejena, pač pa omogoča prenos občinskih nalog v izvajanje zvezi in združevanje sredstev za izvedbo večjih investicijskih posegov, saj je samostojna pravna oseba javnega prava.

Zveza občin ima svet, ki ga sestavlja z aktom o ustanovitvi zveze občin določeno število predstavnikov občinskih svetov občin ustanoviteljic. Posamezna občina ima v svetu zveze občin tolikšen delež glasov, kot ima prebivalcev v razmerju do števila prebivalcev vseh občin, vključenih v zvezo občin, če z aktom o ustanovitvi zveze občin ni določeno drugače. Zveza občin ima izvršilni organ, ki ga sestavljajo župani občin ustanoviteljic. Zvezo občin zastopa eden od županov. Način njegovega imenovanja in vrednost glasu posameznega župana pri sprejemanju odločitev izvršilnega organa zveze občin določijo ustanoviteljice z aktom o ustanovitvi zveze občin.

Zakon še določa, da akt o ustanovitvi zveze občin, ki ga kot pogodbo sklenejo župani ter z odloki potrdijo občinski sveti občin ustanoviteljic, vsebuje vsaj:

- ime in sedež zveze občin,
- delovno področje, pristojnosti in naloge zveze občin,
- predpise in druge akte iz pristojnosti občinskih organov, za katere sprejemanje bo po ustanovitvi zveze občin pristojen svet zveze občin,
- pristojnosti, sestavo, organizacijo in način odločanja sveta zveze občin,
- pristojnosti, organizacijo in način dela izvršilnega organa zveze občin,
- zastopanje zveze občin kot pravne osebe javnega prava,
- zagotavljanje sredstev za delovanje in izvajanje nalog zveze občin,
- poslovanje zveze občin ter njene pravice, obveznosti in odgovornosti,
- začetek delovanja in prenehanja zveze občin,
- pravice, obveznosti in odgovornosti ustanoviteljic ter načela urejanja medsebojnih premoženjskih in drugih razmerij,
- pridobitev lastnosti ustanoviteljice in izstop iz ustanoviteljstva.

Za finančno poslovanje zveze občin se smiselno uporabljajo določbe zakona, ki ureja finančno poslovanje posrednih uporabnikov občinskega proračuna, in zakona, ki ureja financiranje občin, in se nanašajo na javne zavode, katerih ustanoviteljica je občina.

Akt o ustanovitvi zveze občin začne veljati z dnem uveljavitve zadnjega izmed odlokov, s katerim so občinski sveti potrdili akt o ustanovitvi.

9 STRATEŠKI MODEL TRŽENJA ZA USMERJENO IN UČINKOVITO TRŽENJE

Strateški model trženja postavlja izhodišča za izgradnjo močne turistične znamke, opredeljuje vrste turizma na osnovi katerih destinacija razvija in oblikuje turistične proizvode in programe, opredeljuje ciljne segmente in trge na katere naj se v prihodnjem razvoju obdobju usmeri destinacija ter določa ključne dimenzije po katerih se destinacija lahko razlikuje in si želi razlikovati od drugih destinacij.

Strateški model trženja tako predstavlja celovito in povezovalno orodje, ki predstavlja izhodišče za vse trženjske aktivnosti, ki se bodo odvijale na destinaciji.

Upoštevanje usmeritev strateškega modela trženja destinaciji daje sposobnost usmerjenega razvoja in trženja turistične ponudbe, ki bo v očeh turistov in ostalih deležnikov jasno razpoznavna. Oblikovanje modela, ki temelji na tem, kar destinacija je (identiteta), kar destinacija ima (viri) in kaj destinacija zna (znanje in sposobnosti), zagotavlja uravnotežen in trajnosten razvoj ter doseganje dolgoročne konkurenčnosti turistične ponudbe destinacije.

9.1 Usmeritve za izgradnjo močne in prepoznavne turistične blagovne znamke

Turistično blagovna znamka destinacije je pomemben dejavnik dolgoročne prepoznavnosti turistične ponudbe, spodbuja konkurenčnost in pomembno vpliva na percepcijo turista glede kakovosti ponudbe destinacije. Če je turistična znamka šibka, destinacija ne izrablja dovolj dobro svojega potenciala za jasno in usmerjeno komuniciranje svoje turistične ponudbe in pozicije glede na ostale občine.

Na območju turistične destinacije Haloze ni vzpostavljenega modela prepoznavne turistične znamke. V obdobju od leta 1994 naprej, se je v tovrstne namene uporabljalo več prepoznavnih znakov za povezovanje ponudbe v turistični destinaciji Haloze.

Tabela 21: Uporaba blagovnih znamk na območju turistične destinacije Haloze

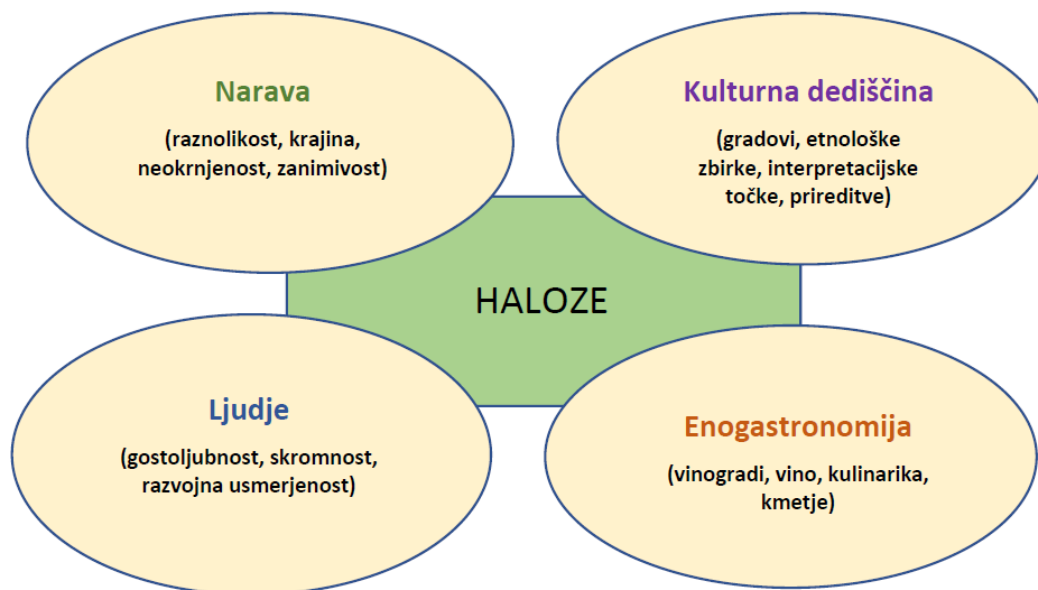
	Vinsko turistična cesta VTC 11 – Haloze	Haloški klopotec v jesenskih barvah, uveden leta 1996 v sklopu razvoja vinske turističnih cest v Sloveniji. Znamka vsebuje tudi napis Haloze v pisavi Tekton. Uvedle so ga občine na območju Haloz v sodelovanju s Projektnim svetom VTC 11-Haloze.
	Turistična cona Haloze – Zagorje	Uveden leta 2004 v fazi vzpostavitve turističnih con med Slovenijo in Hrvaško. Projektna pisarna za čezmejno sodelovanje med Halozami in hrvaškim Zagorjem.
	Turistična vas Halonga	Halonga je staroslovanski izraz za Haloze. Uveden v letu 2000 v sklopu GIZ RPT HEI Gospodarsko interesnega združenja za razvoj podjetništva in turizma. Uporablja ga konzorcij Halonga.

	Raj na zemlji	Uveden v letu 2008 s strani Zavoda za razvoj Haloz z namenom povezovanja ponudbe na območju Haloz in širjenju pozitivne podobe Haloz.
	Zakladi Dravinjske doline	Uveden v letu 2014, v sklopu programa Razvoj regij. Občine Poljčane, Makole in Majšperk.
	Podravska-ptujsko-ormoška regionalna destinacijska organizacija	Uveden v letu 2013. Znanstveno-raziskovalno središče Bistra Ptuj, v sklopu programa vzpostavitve RDO – regionalnih destinacijskih organizacij

Vir: Delovna skupina za razvoj Haloz, Gradivo: Turistična destinacija Haloze, ki predstavlja tako za Slovenijo kakor za prebivalce v Halozah možen razvojni potencial, 2017.

Med osebnostnimi značilnostmi destinacije Haloze so najbolj izpostavljene: **narava**, predvsem njena zanimivost in raznolikost, **kulturna dediščina**, etnološke zbirke, interpretacijske točke, **kulinarična ponudba**, **živa dediščina**, prireditve posebnega pomena, **gostoljubnost**, skromnost in usmerjenost v razvoj.

Slika 17: Elementi, ki opredeljujejo Haloze kot turistično destinacijo



Dosedanje izkušnje jasno kažejo v smeri, da so z vidika destinacije Haloze nujno potrebni koraki v smeri izgradnje močne in prepoznavne turistične znamke ter vzpostavitev učinkovitega sistema upravljanja s turistično znamko. Haloze potrebujejo močno krovno znamko, ki jih bo predstavljajo na povezan način, kot celotno destinacijo in bo med občani in turističnimi ponudniki sprejeta kot »njihova« turistična znamka.

Za doseganje tega izziva je potrebno, v sklopu oz. fazi priprave strategije, osvežiti vizualno podobo znamke, še pomembneje pa zasnovati vsebinsko smiselno, avtentično in privlačno zgodbo znamke, ki bo imela vizualno podporo tudi v svoji celostni grafični podobi.

Nadalje je potrebno zagotoviti, da se bodo ključni elementi celostne podobe znamke sistemsko uporabljali v vseh komunikacijskih gradivih in skozi vse komunikacijske kanale vključenih občin v povezavi s turizmom.

Turistična znamka naj izraža jasno identiteto, ki naj se opredeli skozi ključne elemente najpomembnejših turističnih proizvodov, skozi komuniciranje pa se konsistentno izpostavljajo tudi ključne konkurenčne prednosti. Pri natančni opredelitvi vsebine identitete znamke je lahko v pomoč teorija o osebnostnih značilnosti destinacijske blagovne znamke. Jennifer L. Aaker (1997, str. 351) opredeli 5 različnih dimenzij osebnosti blagovne znamke, ki simbolično predstavljajo blagovne znamke. To so iskrenost (sincerity), vznemirljivost (excitement), sposobnost (competence), uglajenost (sophistication) in robustnost (ruggedness).

9.2 Usmeritve za prioritete vrste turizma

Pri opredelitvi krovnega trženjskega modela je v prvi vrsti pomembna odločitev glede temeljne usmeritve – vrst turizma, ki jih bodo občine, z ostalimi deležniki, na celotnem območju Haloz prioriteto razvijale v prihodnjem razvojnem obdobju in vanje posledično usmerjala razpoložljive resurse.

V fazi priprave strategije razvoja turizma, se naj skupaj z deležniki, ki aktivno delujejo na območju Haloz, skozi metode spraševanja določi prioritete razvoja posameznih vrst turizma na območju Haloz ter s tem opredelili smeri razvoja turizma za prihodnje strateško razvojno obdobje.

Izmed vseh za Haloze možnih vrst turizma in možnosti razvoja turističnih proizvodov (športni turizem, vinski turizem, kulinarčni turizem, turizem na kmetijah, izletništvo, kulturni turizem, dediščinski turizem, turizem na kmetijah, tranzitni in drugo) je možno na destinacijo s strani deležnikov oblikovati š prioritete smeri t.i. prostočasnega turizma (angl. Leisure tourism), ki predstavljajo osnovo za nadaljnji razvoj turističnih proizvodov, programov in storitev na območju Haloz:

Možne prioritete vrste turizma za razvoj turizma na območju Haloz so:

1. **Dediščinski turizem** (naravna in kulturna dediščina)
2. **Vinski turizem, kulinarčni turizem, turizem na kmetijah**
3. **Športni turizem, izletništvo in kolesarjenje**

Dediščinski turizem – gre za elemente kulturne dediščine in njihov razvoj s potencialom razvoja najpomembnejših kulturnih znamenitosti ter dogodkov v povezavi z njimi in naravno dediščino na območju Haloz.

Vinski, kulinarčni turizem in turizem na kmetijah – njegov pomen razvoja turizma v povezavi z edinstvenostjo naravne kulturne krajine, tradicijo pridelave vin in kulinarike, ki se skupaj s kakovostno ponudbo vin kaže kot potencial za razvoj turizma v prihodnje. Posebno pozornost je potrebnosti nameniti povezavi med vinarji, kulinarčnimi ponudniki, turističnimi kmetijami, dobavitelji butičnih proizvodov, rokodelcev.

Športni turizem, izletništvo in kolesarjenje predstavlja aktivni turizem na območju Haloz (pohodne, kolesarske poti, kolesarske poti,...). Njegovi elementi so: šport, pohodništvo in kolesarjenje.

9.3 Usmeritve za razvoj in oblikovanje turističnih proizvodov

Izbira turističnih proizvodov, ki predstavljajo potencial in hkrati temelj razvoja turistične ponudbe območja, morajo biti v tesni povezavi z odločitvijo glede razvoja posameznih vrst turizma. V fazi priprave strategije se je potrebno osredotočiti na tiste vrste turizma in turistične proizvode, ki so neločljivo povezani z identiteto, naravnimi, kulturnimi ter lokacijsko povezanimi prednostmi občin na območju Haloz, da bi se ustrezno dvignila prepoznavnost in konkurenčnost območja.

Tabela 22: Predlagane usmeritve glede razvoja turističnih proizvodov na območju Haloz

Predlagane skupine vrst turizma	Turistični proizvodi in programi	Usmeritve za razvoj turističnih proizvodov
Dediščinski turizem (naravna in kulturna dediščina)	Doživite Haloze v neokrnjeni in razgibani naravi, ob pogledu na naravne in kulturne znamenitosti in podoživite kulturno dediščino Haloz	Ustrezno izpostaviti dediščinski turizem, atraktivneje oblikovati in komunicirati proizvod ključnih vstopnih točk Haloz (Ptujška gora, Grad Borl, Dvorec Štatenberg,...). Oblikovati zgodbe skladno s sodobnim konceptom zgodbarjenja (angl. storytelling) in jih vključiti v prenovljene programe. Prenoviti oz. vzpostaviti komunikacijske materiale in povečati učinkovitost trženja etnoloških zbirk, interpretacijskih točk in prireditev (tradicionalne prireditve, prireditve posebnega pomena za Haloze, mednarodne prireditve, prireditve lokalnega pomena, ki so značilne za določen kraj, naselje in se izvajajo letno ali občasno, prireditve občinskega pomena).
Vinski, kulinarčni turizem in turizem na kmetijah	Kulinarčni potep s pridihom kulturnega	Prenoviti turistične proizvode in jih nadgraditi. Povezati pohodniške poti, izlete in kolesarske poti z obstoječo turistično ponudbo. Nadgraditi programe z vključitvijo dobaviteljev butičnih proizvodov, rokodelcev, izdelovalcev spominkov v turistično ponudbo. Smiselno oblikovati zgodbe in jih vključiti v komuniciranje.
Športni turizem, izletništvo in kolesarjenje	Vse vrste športnega turizma, kolesarske, pohodniške poti, organizirani sprehodi, gozdne učne poti,...	Učinkoviteje tržiti in komunicirati obstoječo ponudbo, ko so gostje že na destinaciji.

Na podlagi opravljene analize predlagamo sledeče strateške usmeritve in smernice pri kreiranju in lansiranju turističnih produktov, ki se naj podrobneje opredelijo in analizirajo, v fazi priprave strategije razvoja turizma na območju Haloz:

- **Usmerjeno kreiranje produktov za izbrane ciljne segmente**
 - Izdelava matrike »stebri turistične ponudbe - ciljni segmenti«, ki bo jasno opredelila, kakšne vsebine ponujamo določenim segmentom in hkrati v kakšni smeri razvijati turistično ponudbo v okviru posamezne tematike/stebra.
 - Postavitev letnega plana aktivnosti po segmentih in turistični ponudbi.
 - Cilj: zagotoviti diverzifikacijo produktov ter učinkovitejše, ciljno trženje.
- **Aktivna vloga Interesne zveze haloških občin pri razvoju turističnih produktov**
 - Koordinatorska in usmerjevalna vloga je izjemnega pomena v primeru rastoče destinacije. Pomembno je zagotoviti dejansko realizacijo, ki bo skladna s strateškimi usmeritvami in zastavljenimi cilji.
- **Razvijanje produktov skladno s strateškim modelom »razvoj produktov« in »vstop na trg«**
 - RAZVOJ PRODUKTOV: novi produkti – obstoječi trg
 - VSTOP NA TRG: obstoječi produkti – obstoječi trg
 - Izbrani strategiji sta glede na omejena finančna sredstva manj tvegani in realno dosegljivi. Temeljita na mehkih izboljšavah obstoječih produktov, z usmerjenostjo na obstoječe trge (njihovo okrepitev) pa optimizirajo vložena sredstva v trženje.
- **Poudarek na mehkih inovacijah**
 - Mehke inovacije dajejo večjo prednost ljudem-kadrom v turizmu, paketnim ponudbam (tematske poti), zgodbam ter kreiranju dogodkov. Vse to je vir dodane vrednosti za obiskovalca, zahteva manjša investicijska vlaganja ter v večji meri sloni na trženjskem vidiku ter kreiranju doživetij.
- **Razvoj turističnih atrakcij in podporne ponudbe s konkurenčno prednostjo in finančno vzdržnostjo**
 - Razvoj turističnih atrakcij je ključen za privabljanje obiskovalcev. Biti mora nadgrajen s podporno turistično ponudbo in seveda ustreznim trženjskim konceptom, zgodbo in doživetjem, ki ga nudi obiskovalcu

9.4 Usmeritve za tržno segmentacijo in razvoj ciljnih trgov

Skladno s ponudbo na območju Haloz se lahko turisti/obiskovalci razvrstijo v naslednje ciljne segmente:

- Iskalci pristnosti in dobrega počutja,
- Ljubitelji kulinarike in vin, rekreativci in športniki,
- kulturni, dediščinski in festivalski turisti,
- iskalci zdravja, sprostitve in zabave.

Za vsak izbran segment je v nadaljevanju potrebno opredeliti ključne krovne turistične produkte oz. produktne skupine ter segmente skozi čas tudi ustrezno spremljati in upravljati. Za učinkovito targetiranje ciljnih skupin je ključno njihovo poznavanje ter razumevanje; kaj je tem posameznikom pomembno in česa si želijo. Poleg primarnega geografskega kriterija je tako potrebno sistematično spremljati nove trende na tem področju ter strukturo turistov po drugih demografskih, psihografskih in življenjsko-stilskih kazalnikih (npr. starost, spol, življenjski status, namen obiska, interesi, potrošnja, način nakupovanja turističnih proizvodov,...).

Sodoben turist je vpet v divji tempo življenja, kjer se bolj ali manj sooča s pomanjkanjem časa. S tem povezana je močna želja po umiritvi in sprostitvi ter želja po kvalitetnem preživljanju prostega časa in negovanju odnosov z najbližjimi. S široko dostopnostjo informacij in turistične ponudbe sodoben turist išče možnosti krajših ali daljših oddihov ter sanjari o možnih destinacijah, doživetjih. Ob obisku destinacije sodobni turist išče doživetja, izkušnje in avtentičnost. Želi spoznati drugačne kulture, navade in običaje, skozi njega pa reflektira sebe in svoje vrednote.

Z vidika razvoja trgov se v prihodnjem razvojnem obdobju pričakuje nadaljnja stabilna rast s strani obstoječih emitivnih trgov, ki so neposredno dostopni (Slovenija, Hrvaška, Avstrija, Italija, Srbija, Nizozemska in Nemčija). Oddaljeni trgi (Rusija, VB, Izrael, Koreja) imajo večji potencial oz. večjo možnost za razvoj, vložki vanje pa so odvisni od sposobnosti in možnosti vključitve velikih turističnih družb v mednarodne turistične tokove in so v veliki meri odvisni od transportnih poti kot tudi ustaljenih tokov turistov v tem delu Evrope.

Z vidika trženjskega pristopa se za primarne ciljne trge priporoča strategija intenzivnega trženja, medtem ko se za sekundarne ciljne trge predlaga pristop povezovanja in intenzivnejšega sodelovanja s krovno turistično organizacijo ter ponudniki, ki niso neposredni konkurenti, imajo pa že omogočen dostop do tokov turistov s strani teh trgov (že odprti posredni distribucijski kanali).

9.5 Usmeritev za strateško pozicioniranje

Strateško pozicioniranje podaja usmeritev glede osnovnih razlikovalnih prednosti območja glede na njene konkurente. Za pravilno tržno pozicioniranje za prihodnje obdobje so ključni odgovori na vprašanja v nadaljevanju:

- Po čem želimo, da nas turisti prepoznajo v primerjavi s konkurenti?
- Kaj je osnova za dolgoročno izgradnjo unikatnih primerjalnih prednosti območja Haloz, ki jih konkurenca ne more z lahkoto posnemati?
- Katero potrebo turistov lahko zadovoljimo bolje od konkurenčnih destinacij?

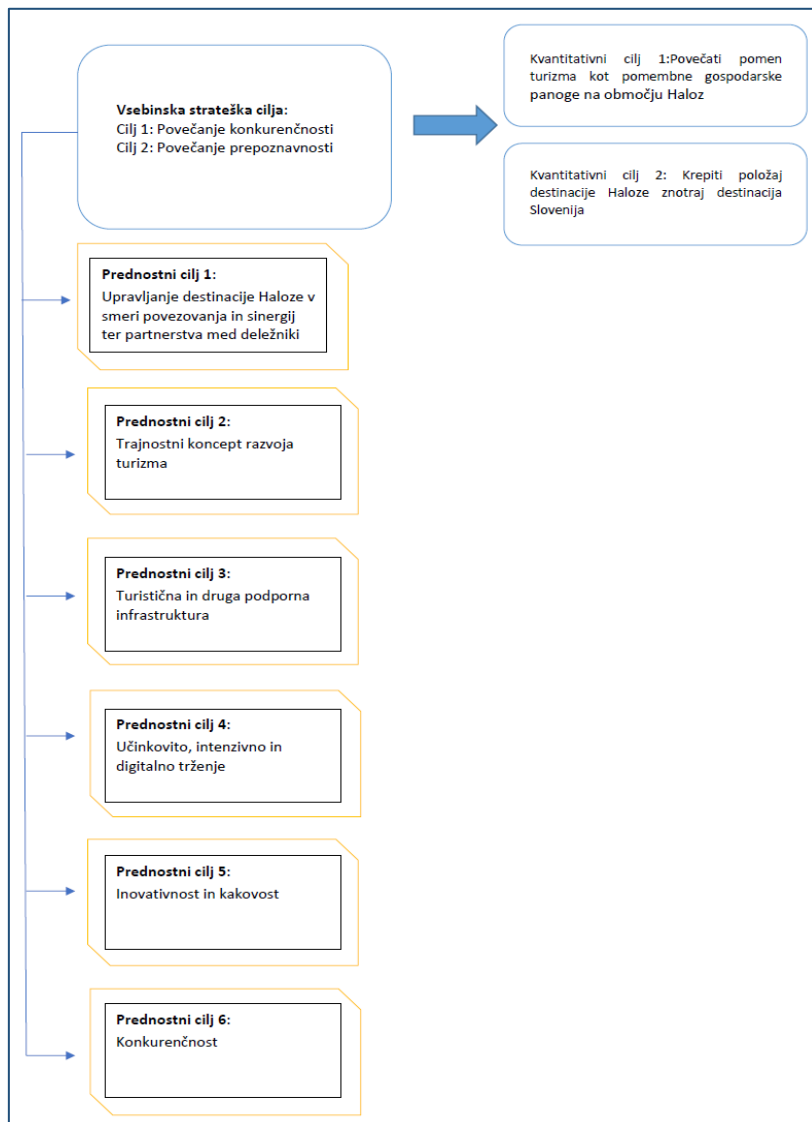
Ključne prednosti na osnovi katerih naj se v prihodnjem razvojnem obdobju gradi razlikovalna prednost v primerjavi z drugimi turističnimi destinacijami, je potrebno smiselno vključiti v prenovi celovitega koncepta turistične znamke in njegovega dolgoročnega upravljanja. Smiselno in potrebno je sistematično, vizualno in vsebinsko poudarjanje ključnih prednosti območja Haloz v vseh oblikah komuniciranja.

Na podlagi opravljene analize se v okviru strateških smernic predlaga, da se v prihodnjem obdobju turizem na območju Haloz razvija na treh dimenzijah:

1. Dediščinski turizem
2. Vinski, kulinarični turizem in turizem na kmetijah
3. Športni turizem, izletništvo in kolesarjenje

10 STRATEŠKE USMERITVE ZA PREDNOSTNA PODROČJA OZ. PREDNOSTNE CILJE

Slika 18: Prednostni cilji



Glede na prepoznane prednosti in priložnosti ter izzive, v nadaljevanju podajamo strateške usmeritve za prednostna področja oz. prednostne cilje za območje turističnega razvoja Haloz, ki pa jih bo v fazi priprave strategije pripravljavec podrobneje razdelal.

Iz slike je razvidno, katera prednostna področja so tista, katerim naj se posveti območje Haloz, v sodelovanju z Interesno zvezo haloških občin in ostalimi partnerji oz. deležniki, ki delujejo na območju Haloz. Vsako prednostno področje ima v nadaljnjih podpoglavjih dodeljene ukrepe, ki so dodatno konkretizirani s predlaganimi aktivnostmi.

Prepoznali smo šest prednostnih področij oz. ciljev in dva ključna vsebinsko strateška cilja, ki sta usmerjena v povečanje konkurenčnosti in prepoznavnosti turistične destinacije Haloze.

10.1 Prednostni cilj 1: Upravljanje destinacije Haloze v smeri povezovanja in sinergij ter partnerstva med deležniki

Dobra organiziranost oz. vzpostavljen uspešen in učinkovit modela upravljanja turistične destinacije je ključen dejavnik uspešnosti vsake turistične destinacije. To velja tudi za turistično destinacijo Haloze in z njo prispevamo k optimalnemu izkoristku identificiranih priložnosti za nadaljnji razvoj turizma na območju Haloz.

Lahko celo trdimo, da je prav od sposobnosti vzpostavitve uspešnega modela organiziranosti in upravljanja turistične destinacije Haloze v pretežni meri odvisna uspešnost nadaljnjega razvoja turizma v občinah na območju Haloz. Prav odsotnost primerne modela upravljanja turistične destinacije se namreč danes kaže kot ključna ovira za uspešnejši razvoj turizma na območju Haloz.

Ali drugače povedano, od sposobnosti vzpostavitve primerne modela upravljanja turistične destinacije je v pretežni meri odvisna sposobnost uresničevanja večine ostalih prednostnih ciljev.

Dejstvo je, da danes na turističnem trgu ne nastopajo posamezni turistični ponudniki, temveč turistične destinacije. Turisti namreč pri odločanju o cilju potovanja gledajo v katero turistično destinacijo bodo šli. Pri njihovem izboru pa vedno bolj prevladujejo tiste destinacije, ki ponujajo čim boljši splet posameznih turističnih proizvodov in storitev, s katerimi lahko v največji možni meri zadovoljijo njihova pričakovanja. Turisti glede pričakovanj postajajo vedno bolj zahtevni. Ne želijo biti le pasivni opazovalci dogajanja v turistični destinaciji, temveč želijo vedno bolj postati njihov del. Obljuba pristnih, edinstvenih doživetij postaja glavni prodajni atribut vsake turistične destinacije.

Pristna, edinstvena doživetja v turistični destinaciji so sestavljena iz vrste turističnih proizvodov (namestitev, hrana, pijača,) ter in še posebej iz vrste proizvodov in storitev, ki izhajajo iz naravnih vrednot in kulturne dediščine destinacije. Dejstvo pri tem je, da pristnih doživetij ne more zagotavljati le en turistični ponudnik, temveč veliko število raznovrstnih ponudnikov javnega, zasebnega in civilnega (društvenega) sektorja, ki delujejo na raznovrstnih področjih od kmetijstva, trgovin, obrti, šeg, navad, kulture in upravljanja z naravnimi vrednotami do ponudnikov raznovrstnih osebnih storitev, športnih in zabavnih doživetij. Torej pristna, edinstvena doživetja lahko oblikuje le skupina turističnih in s turizmom povezanih ponudnikov. V destinaciji mora zato obstajati nekdo, ki aktivno povezuje posamezne turistične ponudnike in skupaj z njimi razvijati nove, inovativne turistične proizvode in doživetja.

Ob samem oblikovanju pristnih doživetij je še pomembnejše njihovo trženje na ciljnih trgih. Brez ustreznega trženja namreč še tako inovativni turistični proizvodi in odlična, enkratna doživetja ne dosežejo svojih kupcev. Izhajajoč iz dejstva, da turisti povprašujejo po turističnih destinacijah in ne po posameznih turističnih proizvodih in storitvah, ugotavljamo, da je za vsako turistično destinacijo ključno, da vzpostavi model skupnega trženja in promocije celovite turistične ponudbe, vseh možnih spletov edinstvenih doživetij, s katerimi privablja turiste v destinacijo. Te zahtevne naloge ne more opravljati vsak turistični ponudnik sam, temveč jih v sodobnih turističnih destinacijah zanje in v njihovem imenu opravljajo destinacijske organizacije, katerih temeljni cilj in poslanstvo je zagotavljati dolgoročno uspešnost in konkurenčnost turistične ponudbe destinacije na ciljnih trgih in s tem prispevati k dolgoročni konkurenčnosti in uspešnosti poslovanja vseh turističnih ponudnikov v njej.

Poleg razvojne funkcije ter funkcije trženja in promocije na ravni turistične destinacije je za uspešno poslovanje pomembna tudi informiranje turistov, ko ti pridejo v turistično destinacijo. Tudi ta funkcija je v sodobnih turističnih destinacijah organizirana skupaj na ravni turistične destinacije, saj se le na ta način lahko zagotovi celovita informiranost gostov o vseh možnostih in priložnostih ter doživetjih, ki je ponuja turistična destinacija.

Nenazadnje se je potrebno zavedati, da turistična destinacija ne more biti popolnoma omejen prostor, določen z občinskimi mejami. Turist na svojem raziskovalnem potepanju meja ne pozna in se zanje, vsaj na lokalni ravni, ne meni. Zanje turistična destinacija predstavlja geografsko območje, ki jim ponuja celovit splet turističnih proizvodov in storitev, ki ga želijo kupiti / spoznati. Turistovo obnašanje narekuje turističnim ponudnikom, da se povezujejo tudi izven občinskih meja in oblikujejo nova avtentična in edinstvena doživetja, ki jih turisti lahko doživijo v širši regiji ali celo državi. Povezovanje turističnih ponudnikov na regionalni in državni ravni je zato pomembna funkcija destinacijskega managementa. Enako velja tudi za vključevanje celovite turistične ponudbe v celovito trženje turistične ponudbe Slovenije. Ustvarjanje edinstvenega profila in edinstvenih doživetij v destinaciji zahteva nujno sodelovanje, povezovanje turističnih ponudnikov v destinaciji. Zahteva oblikovanje učinkovitega modela upravljanja turistične destinacije, unikatnih produktov, ki bo zagotavljal osnovne pogoje – platformo za razvoj novih unikatnih doživetij v turističnih destinaciji.

Na podlagi analize obstoječega stanja, strukture turističnih in drugih ponudnikov v občinah na območju Haloz ter obstoječih oblik organiziranosti turizma v teh občinah in pregleda trenutnega izvajanja funkcij destinacijskega managementa, so se občine na območju Haloz odločile za Interesno zvezo občin, ki po njihovem mnenju predstavlja najprimernejši subjekt za vlogo povezovalca in razvijalca skupne platforme za razvoj novih, unikatnih doživetij na območju turistične destinacije Haloze.

Ukrep 1: Vzpostavitev modela destinacijskega managementa

Namen ukrepa: Vzpostaviti uspešen model upravljanja ali managementa turistične destinacije Haloze, ki bo zagotavljal uspešno in učinkovito izvajanje glavnih funkcij destinacijskega managementa s poudarkom na razvojni funkciji in funkciji trženja in promocije na ravni turistične destinacije. Občine na območju Haloz so za to obliko izbrale interesno zvezo občin.

Ukrep 2: Vzpostaviti sistem stalnega partnerskega komuniciranja med javnim, zasebnim in civilnim (društvenim) sektorjem in znotraj zasebnega sektorja

Namen ukrepa: Ustvariti komunikacijsko platformo med ključnimi turističnimi deležniki na območju vključenih občin, ki bo zagotavljala učinkovito komuniciranje zainteresiranih turističnih in s turizmom povezanih deležnikov na območju Haloz o razvojnih vprašanjih, spremljanju tekočega poslovanja in doseganja rezultatov na področju turizma. Komunikacijska platforma predstavlja tudi temeljno podlago za graditev zaupanja med turističnimi ponudniki, kot pomembnega dejavnika uspešnega managementa turistične destinacije Haloze.

Ukrep 3: Priprava Strategija razvoja turizma na območju Haloz za najmanj petletno obdobje

Namen ukrepa: Izdelati Strategijo razvoja turizma turistične destinacije Haloze, za vsaj petletno obdobje, ki bo zraven jasne vizije in poslanstva vključevala akcijski načrt in vrednotenje strategije ter ključne dejavnike uspeha za implementacijo strategije.

Ukrep 4: Sodelovanje in povezovanje z drugimi občinami, destinacijami, regijo in nacionalno ravni

Namen ukrepa: Izboljšati prepoznavnost turistične ponudbe območja Haloz na ciljnih trgih z vključevanjem v trženske in promocijske aktivnosti na ravni regije in države ter vzpostavljanje pogojev za oblikovanje edinstvenih turističnih doživetij na regionalnem in širšem nivoju.

10.2 Prednostni cilj 2: Trajnostni koncept razvoja turizma

Trajnostni koncept razvoja turizma na območju Haloz se nanaša na konkurenčnost destinacije Haloze na zelenem turističnem trgu, ki ga narekujejo (prilagojeno po Beunders 2004):

- Unikaten profil destinacije – ponudba unikatnih doživetij, posebnih vonjav, okusov, vtisov in občutkov, edinstvenih za območje Haloz.
- Tesno in odlično sodelovanje med deležniki – partnerski dolgoročni odnos, ki temelji na zaupanju in krepí tiho znanje posameznih v verige povezanih istovrstnih ponudnikov (horizontalne verige), ki gradijo na vrednotah območja in omogočajo obiskovalcem čutiti Haloze z vsemi čuti.
- Skladna, celovita, raznolika in inovativna ponudba deležnikov s področja turizma in z njim povezanimi gospodarskimi in negospodarskimi dejavnostmi, ki temeljijo na kakovostnih izdelkih in storitvah (vertikalne verige), doživljajski infrastrukturi in dinamičnem podpornem okolju, v katerem se nagraduje inovativnost doživetij in kreativnost na področju marketinških aktivnosti.
- Visoka, s standardi določena kakovost in nadzor kakovosti turističnih produktov in storitev – prizadevanja za kakovost življenja rezidentov, krepitev vrednot in spoštovanja lokalne tradicije, optimalno samooskrbnost in energetska učinkovitost ter odličnost in kreativnost doživetij turistov.

- Celovita srednje in dolgoročna vizija trajnostnega razvoja - procesno naravnani strateški razvoj in trženje turizma na območju Haloz – slika prihodnosti, ki ob naravnosti na kupca upošteva značilnosti in zmogljivosti posameznih mikro območij in deležnikov na območju haloških občin (inovativnost in kreativnost v verige povezanih ponudnikov).

Slika 19: Glavne naloge deležnikov trajnostne in konkurenčne destinacije Haloze

INTERESNA ZVEZA HALOŠKIH OBČIN Management	OBČINE NA OBMOČJU HALOZ Občine Cirkulane, Občina Majšperk, Občina Makole, Občina Podlehnik, Občina Videm, Občina Zavrč in Občina Žetale	TURISTIČNO GOSPODARSTVO
Razvoj in trženje celostne ponudbe destinacije Haloze, podpora ponudnikom in ozaveščanje na področju trajnostnega delovanja	Oblikovanje in udejanjanje odgovorne razvojne politike občin, ustvarjanje čim boljših pogojev za razvoj zelenega turizma	Razvoj in trženje zelene ponudbe in zelenih produktov
Naloga managementa je oblikovanje celostne ponudbe destinacije in trženje po principu trajnostnega razvojnega koncepta – oblikovanje in nenehna nadgradnja tržne znamke, ki odseva zeleno pozicioniranje destinacije, vzpostavitev ustreznih distribucijskih kanalov do prepoznanih ciljnih skupin, strateška in operativna promocija zelene ponudbe. Usmerjanje, spodbujanje, usposabljanje in ozaveščanje vseh deležnikov na ponudbeni strani destinacije da prepoznajo svojo poslovno priložnost in trajnostnih konceptih in zelenih produktih – sheme trajnostnega razvoja.	Naloga lokalnih skupnosti je uvajanje razvojnih ukrepov na področju gospodarstva, kulture, športa, okolja in prostora, ki morajo slediti in uresničevati principe trajnostnega razvoja (prostorsko planiranje, gospodarska in celotna infrastruktura, varstvo okolja, varovanje narave in kulturne dediščine, politika kmetijstva, gozdarstva....) ter zagotavljati družbeno odgovornost, kakovost življenja lokalnega prebivalstva ter privlačno okolje za investitorje in mlade družine.	Naloga turističnega gospodarstva je v trajnostnem razvoju prepoznati poslovno priložnost za učinkovitejšo pozicioniranje, doseganje višje cene, boljšega imidža in večje konkurenčnosti na dolgi rok (razvoj zelenih produktov tržne kombinacije in ponudbe storitev, trajnostna gradnja, zmanjševanje porabe vode in odpadkov, uporaba obnovljivih virov energije, povezovanje z managementom destinacije in razvijanje lokalnega karakterja ponudbe, lokalna delovna sila, vključevanje lokalnih pridelkov, izdelkov in storitev, še predvsem hrane, vstopanje v partnerske odnose lokalnih dobaviteljskih, Tržnih idr. verig)
Aktivnosti na območju destinacije so močno prepletene in soodvisne, zato je tesno sodelovanje in koordinacija med njimi ključnega pomena za uspešen trajnostni razvoj, ki lahko prinaša sinergične učinke na dolgi rok le ob dolgoročni viziji in procesnem načrtovanju aktivnosti, ki naj temeljijo na vsakoletnih akcijskih načrtih.		

Ukrep 1: Celovita trajnostna usmeritev občin na območju Haloz (s prepoznano destinacijsko znamko)

Namen ukrepa: Oblikovati trajnostno destinacijo Haloze s prepoznano destinacijsko in kolektivno blagovno znamko, povezati istovrstne ponudnike v horizontalne mreže in z vertikalnimi povezavami vzpostaviti celovito organizirano ponudbo zelenih doživetij za prepoznane ciljne trge in segmente.

Ukrep 2: Vzpostavljjanje elementov trajnostnega razvoja destinacije Haloze:

Namen ukrepa: Spodbujati razvoj Haloz v trajnostno destinacijo, ki s svojo krajinsko podobo, povezanostjo kmetijskih in gozdarskih površin in lokalno oskrbno verigo zagotavlja dolgoročno uspešno delovanje ter motiviranje podjetij za okolju prijazno poslovanje, kar pritegne zahtevnejše ciljne segmente.

Ukrep 3: Haloze, dostopna destinacija

Namen ukrepa: Oblikovati destinacijo Haloze, ki bo omogočala dostopnost informacij, lokacij, in doživetij za različne ciljne skupine domačinov in obiskovalcev.

10.3 Prednostni cilj 3: Turistična in druga podporna infrastruktura

V zadnjih 25 letih turizem ni bil med razvojnimi prednostnimi nalogami države. Rezultat tega je skromna naložbena politika v turizmu, premalo valorizirana naravna in kulturna dediščina ter zaostajanje za konkurenco. Veriga vrednosti v slovenskem turizmu ima zgodovinsko premalo kapitala v vseh treh ključnih stebrih razvoja: nastanitvenih zmogljivostih, turistični infrastrukturi in turističnih znamenitostih. Rezultat so turistični produkti in izkušnje, ki so na globalni ravni premalo prepoznani in konkurenčni.

Turistična infrastruktura, vključno z nastanitvenim sektorjem je ključni del turistične ponudbe in pomemben dejavnik pri spreminjanju prihodnje strukture gostov tudi na območju Haloz, zato je prestrukturiranje nastanitvenih zmogljivosti najpomembnejši ukrep za izboljšavo in tržno repozicioniranje turizma na kratek in srednji rok.

Pričakovane naložbe v trenutne nastanitvene zmogljivosti in naložbe v nove zmogljivosti morajo odsevati destinacijske značilnosti in doživetja, ter se navezovati na turistične produkte destinacije. Zraven razvoja vseh osnovnih storitev je pomemben segment obnove starih hiš in ostale kulturne dediščine vključno z revitalizacijo gradu Borl ter vključevanja številnih sakralnih objektov na območju Haloz. Ta segment je zelo pomemben pri turistični promociji celotnega območja in jih lahko štejemo med ključne nosilce razvoja celotnega območja Haloz. Sem spadajo ureditev notranjih prostorov nekaterih izmed teh hiš, restavriranje določenih objektov oziroma posameznih elementov teh objektov, ureditev inštalacij, obnova fasade, strehe, vendar vse v sodelovanju in po načelih zaščite kulturne dediščine.

V sklopu turistične infrastrukture, ki se nanaša na nastanitvene objekte je torej potrebno posebno pozornost najprej nameniti nadgradnji obstoječih zmogljivosti in izboljšanju storitev na višjo raven, kjer zmogljivosti niso dovolj izkoriščene. Nadgradnja in obnova že obstoječega, naj ima prednost pred gradnjo novih zmogljivosti.

Da bi valorizirala svoje znamenitosti in raznolikost skozi visokokakovostna in butična doživetja, tako Slovenija kakor tudi destinacija Haloze potrebuje močan poseg v prestrukturiranje in obnovo svoje turistične infrastrukture in turističnih znamenitosti. Z drugimi besedami, regijske turistične identitete in profile je poleg ustrezne nastanitvene strukture in standardov kakovosti treba graditi na podlagi modernizirane in inovativne turistične infrastrukture in turističnih znamenitosti, ki spodbujajo povečanje zasedenosti zmogljivosti in povečanje dnevne porabe gostov. Slednje bo sledilo in utrdilo trajnostni razvoj turističnega sektorja v prihodnje.

Glede na zapisano morajo operativne strategije upoštevati:

- Identifikacija ključnih novih naložb v nastanitvene zmogljivosti in obnovo oz. nadgradnjo obstoječih
- osredotočenost na valorizaciji ohranjene narave s ciljem krepitev outdoor produkta, ki vključuje:
 - obnovo turistične infrastrukture;
 - naravi prijaznega dostopa, infrastrukture, kakovosti storitev in ustvarjanje trga za zavarovana območja, ki so premalo turistično valorizirana in interpretirana,
 - izboljšanje izkušenj obiskovalcev prek izkoriščanja poslovnih priložnosti, povezanih z outdoor turistično ponudbo;
- osredotočenost na trajnostnem vključevanju kulturne dediščine, ki vključuje projekte:
 - izboljšanje dostopa in kakovosti storitev v ključnih slovenskih kulturnih znamenitostih in
 - trajnostno upravljanje ključnih slovenskih kulturnih znamenitosti;

10.4 Prednostni cilj 4: Intenzivno in digitalno trženje

Za enega od ključnih prednostnih ciljev z vidika učinkovitosti trženja turizma destinacije Haloze se predlaga usmeritev vrste ukrepov in aktivnosti na področju intenzivnega digitalnega trženja. Danes je to po pomenu, potencialu trženja in razvojnih možnostih najbolj pomemben način komuniciranja, ki najvišje učinke dosega ravno na področju turizma.

V turizmu je moč in pomen digitalnega trženja tako velika zato, ker omogoča spremljanje in vplivanje na gosta v vseh fazah nakupnega odločanja turista (od faz sanjarjenja gosta, do raziskovanja ponudbe na spletu, izvedbe rezervacije, spremljanje izkušnje gosta na destinaciji, kot tudi v fazi spremljanja zadovoljstva gosta po izvedenem obisku destinacije in opravljenih vseh storitvah. Skozi intenzivno digitalno trženje tako gosta nagovorimo, prepričamo, mu prodamo, ga spremljamo med izvajanjem storitve in po zaključku obiska na destinaciji.

Da bi izkoristili potencial, ki ga danes omogoča digitalno trženje v turizmu, je z vidika managementa potrebno, da ima v svojem načrtu dela jasno opredeljen program dela na področju digitalnega trženja in razpolaga z ustreznimi kadrovskimi resursi ter finančnimi sredstvi za učinkovito izvedbo vseh predlaganih aktivnosti. Vsebinska vzpostavitev in nadgradnja ter optimizacija spletnih strani, vzpostavitev aktivnega dela na socialnih omrežjih, vzpostavitev in aktivno delo na odnosih z različnimi ciljnimi javnostmi, povečanje učinkovitosti oglaševanja skozi digitalno oglaševanje in povečanje učinkovitosti trženja dogodkov so samo glavni ukrepi, ki se predlagajo za doseg tega maksimalnega učinka. Intenzivno trženje prenovljene ponudbe novemu naboru posrednih poslovnih partnerjev pa je ukrep, ki strmi k dodatni rasti potenciala za povečanje povpraševanja po turističnih proizvodih, programih in dogodkih na območju Haloz.

Ukrep 1 : Prenova in nadgradnja najpomembnejših tiskanih komunikacijskih materialov

Namen ukrepa: Povečati konsistentnost in učinkovitost komuniciranja.

Ukrep 2: Vsebinska osvežitev in optimizacija spletne strani

Ukrep 3: Vzpostavitev aktivnega dela na socialnih omrežjih

Namen ukrepa: Vključevanje vseh vrst javnosti (obiskovalcev, občanov, mnenjskih voditeljev, širše javnosti) v informiranje, spremljanje in podporo trženjskim aktivnostim. Spremljanje odziva in zadovoljstva javnosti glede turistične ponudbe, dogodkov in trženjskih aktivnosti.

Ukrep 4: Razvoj in aktivno upravljanje z odnosi s ciljnim javnostmi (Customer Relationship Management)

Namen ukrepa: Zgraditi veliko bazo podatkov o gostih oz. obiskovalcih, mnenjskih voditeljih, novinarjih, bloggerjih, znanih osebnosti, ponudnikih, domačinih, jo razvijati in izvajati ciljne kampanje namenjene obveščanju široke javnosti in pridobivanju podpornikov. Gradnja odnosov s ciljnim skupinami in vzpostavitev dolgoročnega sodelovanja.

Kontaktne podatke o različnih ciljnih skupinah posameznikov (občanih, obiskovalcih, gostih, mnenjskih voditeljih, novinarjih, bloggerjih, ponudnikih, osebnostih iz javnega življenja) so za turistični managementna območja ključnega pomena, saj predstavljajo možnost neposrednega kontaktiranja in obveščanja teh javnosti o vseh novih ponudbah, enkratnih dogodkih in pomembnih novicah s področja turizma. Izgradnja velike baze podatkov in sistema ažuriranja podatkov pomeni za management turistične destinacije Haloze veliko priložnost. Poleg izgradnje baze je velikega pomena tudi dobro opredeljen načrt komuniciranja kampanj in aktivnosti s katerimi se zagotovi sistematična rast podatkovne baze.

Ukrep 5: Vzpostavitev mreže posrednih distribucijskih partnerjev

Namen ukrepa: Povečati število partnerjev doma in v tujini za pospešeno trženje turističnih programov in dogodkov.

Ukrep 6 : Povečanje učinkovitosti oglaševanja skozi digitalno oglaševanje

Namen ukrepa: Povečati učinkovitost oglaševanja.

Povečanje učinkovitosti oglaševanja skozi digitalno oglaševanje

Digitalno oglaševanje v turizmu postaja najpomembnejša in daleč najbolj učinkovita oblika komuniciranja turistične ponudbe. Zaradi možnosti hitrega prilagajanja oglaševalskih aktivnosti povpraševanju, usmerjanja oglaševalskih kampanj v ciljne skupine, možnosti povezovanja učinkov oglaševalskih kampanj s kampanjami na socialnih omrežjih in s kampanjami podjetij ali nacionalne turistične organizacije predstavljajo za destinacijo Haloze izjemen neizkoriščen potencial.

Ukrep 7: Intenzivno trženje dogodkov

Namen ukrepa: Izkoristiti potencial organizacije obstoječih in novih dogodkov.

10.5 Prednostni cilj 5: Kakovost in inovativnost

Kakovost in inovativnost ponudbe turistične destinacije je pomemben dejavnik, ki neposredno vpliva na zadovoljstvo turistov s turistično ponudbo in na njihovo pripravljenost, da se na destinacijo ponovno vrnejo. Posredno kakovost in inovativnost ponudbe pozitivno vpliva na potrošnjo turistov na destinaciji, pomemben pa je tudi učinek kakovostne ponudbe na celovito percepcijo posamezne destinacije in njene turistične ponudbe.

Med ukrepi za doseganje višje kakovosti in inovativnosti ponudbe destinacije Haloze je predvideno oblikovanje manjkajočih turističnih proizvodov in dopolnitev obstoječih proizvodov, ki izhajajo iz prioritete usmeritve destinacije v dediščinski turizem in turizem povezan z enogastronomijo, kolesarstvom ter pohodništvom. Obstoječe turistične proizvode bi bilo smiselno nadgraditi s pristnimi in avtentičnimi doživetji s ciljem, da se izpostavijo v najboljši meri edinstvene prednosti in posebnosti ponudbe širše destinacije. Zraven oblikovanja novih in inovativnih turističnih proizvodov se skozi ukrepe predlagajo tudi novi in inovativni načini trženja pomembnih znamenitosti na destinaciji, vključevanje inovativnih spominkov v turistično ponudbo ter promocija in motiviranje turističnih akterjev za pridobitev okoljskih znakov kakovosti ter znakov specializacije v turizmu.

Ukrep 1: Oblikovanje novih turističnih proizvodov

Namen ukrepa: Oblikovati dodatne turistične proizvode. Pripraviti programe, povezati ponudnike in oblikovati atraktiven in inovativen proizvod.

Ukrep 2: Inovativni načini trženja najpomembnejših zanimivosti na destinaciji

Namen ukrepa: Namensko vizualno izpostaviti znamenitosti, atrakcije in ponudbene točke, ki so primerne za fotografiranje in snemanje z mobilnimi napravami ter fotoaparati (t.i. »Sharing spot-i«).

Ukrep 3: Inovativni spominki (od zgodb in prednosti ponudbe do spominkov)

Namen ukrepa: Izbrati in v procese trženja vključiti nove inovativne spominke, ki odražajo avtohtonost in avtentičnost ponudbe destinacije.

Ukrep 4: Okoljski znaki kakovosti in znaki s področja kakovosti in specializacije

Namen ukrepa: Spodbujanje vključevanja ponudnikov v pridobitev okoljskih znakov kakovosti (EU Marjetica, Zelena shema slovenskega turizma, mednarodni ekološki standard ISO in podobni) ter znakov specializacije (Certifikat družini prijazno podjetje, znak specializacije za pohodništvo in kolesarsko turistično ponudbo).

10.6. Prednostni cilj 6: Konkurenčnost

Med najbolj pomembne dejavnike konkurenčnosti turizma destinacije Haloze za prihodnje obdobje štejejo izgradnja močne in prepoznavne turistične znamke s široko mrežo podpornikov znamke, povečana mobilnost ter predvsem dodatne investicije v športni in rekreativni turizem ter nočitvene kapacitete.

Ukrep 1: Prenova in vzpostavitev močne turistične znamke z jasno identiteto

Namen ukrepa: Vizualno in vsebinsko prenoviti znamko destinacije Haloze z določitvijo identitete, vključitvijo prepoznavnih elementov turistične ponudbe in koncepta zgodbarjenja.

Ukrep 2: Doseči hitro rast prepoznavnosti znamke ter zagotoviti široko podporo znamki

Namen ukrepa: Zagotovitev široke vključenosti ponudnikov, društev, javnih institucij, ki bodo uporabljali destinacijsko turistično znamko, zagotoviti dosledno in sistematično uporabo destinacijske znamke ter hitro rast podpore in prepoznavnosti znamke skozi tržno komunikacijske in ostale aktivnosti na destinaciji

Ukrep 3: Povečati mobilnost turistov znotraj destinacije

Namen ukrepa: Vzpostaviti večjo mobilnost gostov znotraj destinacije, skozi možnosti izposoje in najema električnih koles ali drugih »zelenih« električnih vozil.

Ukrep 4: Dodatne investicije in trženje športnega in izletniškega turizma

Namen ukrepa: Skozi načrtovane investicije oblikovati nove možnosti za trženje športnega in izletniškega turizma.

11 ZAKLJUČEK

Učinkovitega upravljanja turistične destinacije ne more biti brez jasne organizacijske strukture s strani akterjev, ki delujejo na področju turizma in podrobne analize trga in okolja, turističnih trendov, trenutnih danosti destinacije ter opredeljenih ukrepov. Na tej osnovi je bil oblikovan strateški del dokumenta, ki predstavlja možnosti nove organiziranosti za upravljanje turizma v destinaciji na območju Haloz ter ključnih ukrepov oz. strateških smernic, potrebnih za razvoj te panoge. Dobra organiziranost oz. vzpostavljen uspešen in učinkovit modela upravljanja turistične destinacije je ključen dejavnik uspešnosti vsake turistične destinacije. To velja tudi za turistično destinacijo Haloze in z njo prispevamo k optimalnemu izkoristku identificiranih priložnosti za nadaljnji razvoj turizma na območju Haloz. Lahko celo trdimo, da je prav od sposobnosti vzpostavitve uspešnega modela organiziranosti in upravljanja turistične destinacije Haloze v pretežni meri odvisna uspešnost nadaljnjega razvoja turizma v občinah na območju Haloz. Prav odsotnost primerne modela upravljanja turistične destinacije se namreč danes kaže kot ključna ovira za uspešnejši razvoj turizma na območju Haloz.

Dejstvo je, da danes na turističnem trgu ne nastopajo posamezni turistični ponudniki, temveč turistične destinacije. Turisti namreč pri odločanju o cilju potovanja gledajo v katero turistično destinacijo bodo šli. Pri njihovem izboru pa vedno bolj prevladujejo tiste destinacije, ki ponujajo čim boljši splet posameznih turističnih proizvodov in storitev, s katerimi lahko v največji možni meri zadovoljijo njihova pričakovanja.

Dokument »Strateške smernice za razvoj turizma v Halozah« tesneje povezuje območje sedmih občin, vsaki posebej pa zagotavlja enakovredno vključevanje njenih ciljev in ukrepov za večjo prepoznavnost občinske identitete. Tako so zagotovljeni pogoji za načrtovano ustanovitev Interesne zveze haloških občin in pripravo njenega ustanovitvenega akta. Občine Cirkulane, Majšperk, Makole, Podlehnik, Videm, Zavrč in Žetale, bodo za organizacijsko strukturo uresničevanja Strategije razvoja turizma turistične destinacije Haloze, ter s tem povezanih razvojnih projektov na področju turizma ustanovile »Interesno zvezo občin«.

Po spremembi Zakona o lokalni samoupravi – (ZLS-S) (Uradni list št. 30/18), je interesna zveza občin institucionalna oblika medobčinskega sodelovanja, ki je pravna oseba javnega prava, na katero lahko občine prenesejo izvajanje nalog iz svoje pristojnosti, tudi del regulatornih pristojnosti. Z novo ureditvijo, ki je pričela veljati 11.5.2018, je predlagan nov izvršilni organ zveze občin, ki ga sestavljajo župani občin ustanoviteljic, kjer se določi tudi vrednost glasu posameznega župana pri sprejemanju odločitev tega organa. Akt o ustanovitvi zveze občin je po svoji vsebini pogodba, ki s potrditvijo občinskih svetov pridobi lastnost splošnega akta. Ustanoviteljicam bo tako omogočeno, da bodo v interesni zvezi občin načrtovale, financirale in izvajale razvojne programe, na področju turistične dejavnosti.

Cilj ustanovitve interesne zveze občin je vzpostavitev institucionalne oblike medobčinskega sodelovanja, ki bo instrument za skupno izvajanje občinskih nalog na področju razvoja turizma. Interesna zveza občin bo ustanoviteljicam omogočila skupno odločanje o razvojnih vprašanjih, združevanju sredstev, razpolaganje in upravljanje s premoženjem namenjenim za zagotavljanje razvoja turizma, odločanje in izvajanje skupnih razvojnih projektov na tem področju. Odgovornost za razvoj turizma na območju turistične destinacije Haloze, ki ga v tem dokumentu razumemo kot geografsko območje občin Cirkulane, Majšperk, Makole, Podlehnik, Videm, Zavrč in Žetale, bo z ustanovitvijo interesne zveze haloških občin, prešlo pod njeno okrilje. Ker pa bo doseg delovanja in zmožnosti doseganja učinkov zgolj s strani interesne zveze občin omejena, bo za uspešno realizacijo razvoja turizma na območju Haloz potrebna celovita priprava strategije za razvoj turizma (vizija, poslanstvo, trženje, akcijski načrt), pri pripravi katere bo nujno aktivno sodelovanje in prizadevanje vseh deležnikov: podjetij iz turistične panoge, podpornih institucij, lokalnih skupnosti in drugih.

Strateški model trženja, ki je predstavljen v poglavju devet tega dokumenta, postavlja izhodišča za izgradnjo močne turistične znamke, opredeljuje vrste turizma na osnovi katerih destinacija razvija in oblikuje turistične proizvode in programe, opredeljuje ciljne segmente in trge na katere naj se v prihodnjem razvoju obdobju usmeri destinacija ter določa ključne dimenzije po katerih se destinacija lahko razlikuje in si želi razlikovati od drugih destinacij.

Strateški model trženja tako predstavlja celovito in povezovalno orodje, ki predstavlja izhodišče za vse trženske aktivnosti, ki se bodo odvijale na destinaciji. Upoštevanje usmeritev strateškega modela trženja destinaciji daje sposobnost usmerjenega razvoja in trženja turistične ponudbe, ki bo v očeh turistov in ostalih deležnikov jasno razpoznavna. Oblikovanje modela, ki temelji na tem, kar destinacija je (identiteta), kar destinacija ima (viri) in kaj destinacija zna (znanje in sposobnosti), zagotavlja uravnotežen in trajnosten razvoj ter doseganje dolgoročne konkurenčnosti turistične ponudbe destinacije.

Izmed vseh, za Haloze možnih vrst turizma in možnosti razvoja turističnih proizvodov (športni turizem, vinski turizem, kulinarčni turizem, turizem na kmetijah, izletništvo, kulturni turizem, dediščinski turizem, turizem na kmetijah, tranzitni in drugo), je možno na destinacijo s strani deležnikov oblikovati tri prioritete smeri t.i. prostočasnega turizma (angl. Leisure tourism), ki predstavljajo osnovo za nadaljnji razvoj turističnih proizvodov, programov in storitev na območju Haloz:

Možne prioritete vrste turizma za razvoj turizma na območju Haloz so:

4. Dediščinski turizem (naravna in kulturna dediščina)
5. Vinski turizem, kulinarčni turizem, turizem na kmetijah
6. Športni turizem, izletništvo in kolesarjenje

Prepoznali smo šest prednostnih področij oz. ciljev in dva ključna vsebinsko strateška cilja, ki sta usmerjena v povečanje konkurenčnosti in prepoznavnosti turistične destinacije Haloze.

Ključna vsebinsko strateška cilja sta:

- Povečati pomen turizma kot pomembne gospodarske panoge na območju Haloz
- Krepiti položaj destinacije Haloze znotraj destinacija Slovenija

Prednostna področja:

- Upravljanje destinacije Haloze v smeri povezovanja in sinergij ter partnerstva med deležniki
- Trajnostni koncept razvoja turizma
- Turistična in druga podpora infrastruktura
- Učinkovito, intenzivno in digitalno trženje
- Inovativnost in kakovost
- Konkurenčnost

Izbira turističnih proizvodov, ki predstavljajo potencial in hkrati temelj razvoja turistične ponudbe območja, morajo biti v tesni povezavi z odločitvijo glede razvoja posameznih vrst turizma. V fazi priprave strategije se je potrebno osredotočiti na tiste vrste turizma in turistične proizvode, ki so neločljivo povezani z identiteto, naravnimi, kulturnimi ter lokacijsko povezanimi prednostmi občin na območju Haloz, da bi se ustrezno dvignila prepoznavnost in konkurenčnost območja.

Na podlagi opravljene analize predlagamo sledeče strateške usmeritve in smernice pri kreiranju in lansiranju turističnih produktov, ki se naj podrobneje opredelijo in analizirajo v, v fazi priprave strategije razvoja turizma na območju Haloz:

- usmerjeno kreiranje produktov za izbrane ciljne segmente;
- aktivna vloga Interesne zveze haloških občin pri razvoju turističnih produktov;
- razvijanje produktov skladno s strateškim modelom »razvoj produktov« in »vstop na trg«
- poudarek na mehkih inovacijah;
- razvoj turističnih atrakcij in podporne ponudbe s konkurenčno prednostjo in finančno vzdržnostjo.

Aktivnosti na območju destinacije so močno prepletene in soodvisne, zato je tesno sodelovanje in koordinacija med njimi ključnega pomena za uspešen trajnostni razvoj, ki lahko prinaša sinergične učinke na dolgi rok le ob dolgoročni viziji in procesnem načrtovanju aktivnosti, ki naj temeljijo na vsakoletnih akcijskih načrtih in v sodelovanju z vsemi deležniki na področju turizma.

INTERESNA ZVEZA HALOŠKIH OBČIN - Razvoj in trženje celostne ponudbe destinacije Haloze, podpora ponudnikom in ozaveščanje na področju trajnostnega delovanja.

Naloga managementa je oblikovanje celostne ponudbe destinacije in trženje po principu trajnostnega razvojnega koncepta – oblikovanje in nenehna nadgradnja tržne znamke, ki odseva zeleno pozicioniranje destinacije, vzpostavitev ustreznih distribucijskih kanalov do prepoznanih ciljnih skupin, strateška in operativna promocija zelene ponudbe. Usmerjanje, spodbujanje, usposabljanje in ozaveščanje vseh deležnikov na ponudbeni strani destinacije da prepoznajo svojo poslovno priložnost in trajnostnih konceptih in produktih – sheme trajnostnega razvoja.

OBČINE NA OBMOČJU HALOZ - Oblikovanje in udejanjanje odgovorne razvojne politike občin, ustvarjanje čim boljših pogojev za razvoj turizma.

Naloga lokalnih skupnosti je uvajanje razvojnih ukrepov na področju gospodarstva, kulture, športa, okolja in prostora, ki morajo slediti in uresničevati principe trajnostnega razvoja (prostorsko planiranje, gospodarska in celotna infrastruktura, varstvo okolja, varovanje narave in kulturne dediščine, politika kmetijstva, gozdarstva....) ter zagotavljati družbeno odgovornost, kakovost življenja lokalnega prebivalstva ter privlačno okolje za investitorje in mlade družine.

TURISTIČNO GOSPODARSTVO - Razvoj in trženje ponudbe in produktov

Naloga turističnega gospodarstva je v trajnostnem razvoju prepoznati poslovno priložnost za učinkovitejše pozicioniranje, doseganje višje cene, boljšega imidža in večje konkurenčnosti na dolgi rok (razvoj zelenih produktov tržne kombinacije in ponudbe storitev, trajnostna gradnja, zmanjševanje porabe vode in odpadkov, uporaba obnovljivih virov energije, povezovanje z managementom destinacije in razvijanje lokalnega karakterja ponudbe, lokalna delovna sila, vključevanje lokalnih pridelkov, izdelkov in storitev, še predvsem hrane, vstopanje v partnerske odnose lokalnih dobaviteljskih, tržnih idr. verig).

12 LITERATURA IN VIRI

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *JMR, Journal of Marketing Research*, 34, 3.
- Ajpes; Informacija o poslovanju gospodarskih družb, samostojnih podjetnikov in zadrug v Podravski regiji v letu 2017, maj 2018.
- Ajpes; Informacija o poslovanju gospodarskih družb, samostojnih podjetnikov in zadrug v Podravski regiji v letu 2010, maj 2011
- Beunders, M. A. Nick. (2004). Framework for the Development of a Tourism Destination Management - Introduction Training Course for Managers in the Tourism Industry – Project Closing the Gap. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo Republike Slovenije.
- Cigale D. Turizem v Halozah v Geografski obzornik, Letnik 59, Številka 1-2, 2012.
- Delovna skupina za razvoj Haloz, Gradivo: Turistična destinacija Haloze, ki predstavlja tako za Slovenijo kakor za prebivalce v Halozah možen razvojni potencial, 2017.
- Geografski obzornik, Letnik 59, Številka 1-2, 2012, *Haloze manj razvito območje*, Simon Kušar
- Golc J.; Golc S.; Albin Bezjak; et al: Haloze: Turistični vodnik, PRJ HALO, podeželsko razvojno jedro, 2015
- Muhalič, T. (2006). Trajnostni turizem. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- RAZVOJNI PROGRAM ZA RAZVOJ HALOZ 2014-2020-PRIKAZ STANJA NA PROBLEMSKEM OBMOČJU HALOZ (s predlogom ukrepov in instrumentov), Znanstveno-raziskovalno središče Bistra Ptuj, Delovna skupina za razvoj Haloz, julij 2015
- STO, Pregled turističnega leta 2017. Dostopno na: <https://www.slovenia.info/sl/poslovne-strani/raziskave-in-analize/turizem-v-stevilkah> (15.maj 2018).
- STO, zelena shema Slovenskega turizma (kratek pregled). Dostopno na: https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/zelenashema/2018_gradiva/kratekpregledmaj18slo.pdf (18. maj 2018).
- STO Slovenija, (2017) Turizem v številkah 2016. Dostopno na: https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/2017_06_sto_tvs_2016_a4_slo_web_1.pdf.
- Strategija lokalnega razvoja za LAS Haloze 2014-2020, 2016
- Tutek, E., Gebbie, M. in Chan K. Y. G. (2015). *Tourism Megatrends 10 things you need to know about the future of Tourism*. Dostopno na: http://www.crowehorwath.net/uploadedFiles/IE/industries/Hotels,_Tourism_and_Leisure/Horwath%20HTL%20Tourism%20Megatrends.pdf.
- World Tourism Organization (UNWTO). Tourism Development in Europe. Madrid: World Tourism Organization 2007.
- Zakon o lokalni samoupravi (Uradni list RS, št. 94/07 – uradno prečiščeno besedilo, 76/08, 79/09, 51/10, 40/12 – ZUJF, 14/15 – ZUUJFO in 11/18 – ZSPDSLS-1)
- Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakon o lokalni samoupravi – (ZLS-S) (Uradni list št. 30/18)