



# Sedanost in prihodnost vinskega in gastronskega turizma na turističnih kmetijah

Sklepni znanstveno-strokovni simpozij

Sreda, 25. 1. 2023

UP FTŠ Turistica



[WWW.TURISTICA.SI](http://WWW.TURISTICA.SI)



REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA KMETIJSTVO,  
GOZDARSTVO IN PREHRANO



**ARRS**  
JAVNA AGENCIJA ZA RAZISKovalNO DELAVNOST  
REPUBLIKE SLOVENIJE

## Sklepni znanstveno-strokovni simpozij: Sedanjost in prihodnost vinskega in gastronskega turizma na turističnih kmetijah

Portorož, 25. 1. 2023

**Organizator:** Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije – Turistica

**Priprava in vodenje simpozija:** Aleš Gačnik, Simon Kerma

**Moderiranje simpozija:** Martina Robačar, Aleš Gačnik, Irma Potočnik Slavič, Štefan Bojnec

**Organizacijska ekipa:** Ana Allegra, Mariana Rodela, Rian Bizjak, Rizah Palamar

**Priprava zbornika povzetkov:** Aleš Gačnik, Mariana Rodela



# Program simpozija

9.30-10.00: **Registracija udeležencev in jutranja kavica**

**Moderatorja:** *dr. Aleš Gačnik, dr. Martina Robačar*

**10.00-10.30: Pozdravni nagovori:** dr. Klavdija Kutnar (rektorica UP), dr. Marijana Sikošek (dekanja UP FTŠ Turistica), Tatjana Buzeti (državna sekretarka na MKGP), Dubravka Kalin (generalna direktorica Direktorata za turizem), Matija Vimpolšek (dosedanji predsednik Združenja turističnih kmetij Slovenije), dr. Simon Kerma (vodja projekta).

**10.30-10.45: Mesto in vloga turističnih kmetij v kontekstu gastronomskega turizma in razvoja turizma na podeželju** (dr. Aleš Gačnik - UP FTŠ Turistica)

**10.45-11.15: Analiza rezultatov anket z nosilci dopolnilne dejavnosti turizem na kmetiji** (dr. Simon Kerma - UP FTŠ Turistica, dr. Matjaž Hladnik – UP FAMNIT)

**11.15-11.45: Potencial razvoja enogastronomskega turizma na podeželju. Uvidi obiskovalcev turističnih kmetij** (dr. Emil Juvan - UP FTŠ Turistica)

**11.45-12.00: Kako se odraža trajnostni razvoj na turističnih kmetijah?** (dr. Dejan Cigale, dr. Barbara Lampič – UL FF)

**12.00– 12.30: Odmor s prigrizkom**

**Moderatorja:** *dr. Irma Potočnik Slavič, dr. Štefan Bojnec*

**12.30-12.45: Vinske turistične ceste kot dejavnik razvoja podeželja** (dr. Barbara Lampič, dr. Irma Potočnik Slavič - UL FF)

**12.45-13.00: Analiza vinskih in gastronomskih prireditev v slovenskih vinorodnih okoliših** (dr. Igor Jurinčič, dr. Simon Kerma, dr. Aleš Gačnik - UP FTŠ Turistica)

**13.00-13.15: Dobre prakse na področju vinskega turizma na podeželju: izbrani primeri iz tujine** (dr. Aleš Gačnik, dr. Igor Jurinčič - UP FTŠ Turistica)

**13.15-13.30: Vključevanje tradicionalnih / avtohtonih sort rastlin in pasem živali v ponudbo turističnih kmetij** (dr. Alenka Baruca Arbeiter, dr. Matjaž Hladnik, dr. Dunja Bandelj – UP FAMNIT)

**13.30-13.45: Perspektive razvoja ekoloških turističnih kmetij** (dr. Martina Robačar, dr. Martina Bavec, dr. Franc Bavec – UM FKBV)

**13.45-14.00: Analiza uporabe digitalnih kanalov komuniciranja turističnih kmetij (spletna mesta in družbena omrežja)** (dr. Aleš Gačnik, mag. Maja Plahutnik Nahtigal - UP FTŠ Turistica)

**14.00-14.15: Pomen turističnih kmetij pri ohranjanju in razvoju slovenskega podeželja** (dr. Štefan Bojnec – UP FM)

**14.15-15.00: Diskusija in zaključki simpozija**

# Zbornik povzetkov

## **Mesto in vloga turističnih kmetij v kontekstu gastronomskega turizma in razvoja turizma na podeželju**

*Aleš Gačnik - Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije – Turistica*

Gastronomski turizem je opredeljen kot tip aktivnosti, ki ga oblikuje izkušnja obiskovalca, povezana s hrano ter s hrano povezanimi produkti (UNWTO, 2020). Gre za na najhitreje razvijajočo se vrsto turizma, ki zajema vsa naša čutila in temelji tako na spoštovanju kmetijske in gastronomske dediščine, na lokalnih in regionalnih kulturah, kot tudi na sodobnih oblikah ustvarjalnosti. Zazrt je v avtentičnost, v trajnost in unikatnost in kot tak predstavlja odlično platformo za celostni trajnostni razvoj Slovenije, ki temelji na integrativni in holistični razvojni paradigmi ter na medsektorskemu povezovanju, kot preseku kmetijstva, turizma, kulture, znanosti, izobraževanja, okolja ... Slovenija potrebuje top chefe, a potrebuje tudi top kmete, potrebuje ne le Michelinove restavracije, ampak tudi kakovostne in inovativne turistične kmetije. Izpostavljamo pozicijo turističnih kmetij v kontekstu različnih razvojnih strategij, njihove temeljne značilnosti, kot tudi statističnih pregled dopolnilnih dejavnosti na kmetijah in njihovo prostorsko razporeditev. Prav tako pa izpostavimo nekatere posebnosti vinskega in gastronomskega turizma na kmetijah ter njihove razvojne priložnosti.

## **Analiza rezultatov anket z nosilci dopolnilne dejavnosti turizem na kmetiji**

*Simon Kerma, Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije - Turistica*

*Matjaž Hladnik, Univerza na Primorskem, Fakulteta za matematiko, naravoslovje in informacijske tehnologije*

V prispevku predstavljamo rezultate obsežne in precej kompleksne anketne raziskave, katere namen je bil prepoznati glavne značilnosti turističnih kmetij, analizirati njihovo ponudbo (s poudarkom na hrani in pijači) ter identificirati potrebe turističnih kmetij na področju vključevanja v turistične programe in storitve. Anketa bila izvedena na slučajnostnem vzorcu kmetijskih gospodarstev z dopolnilno dejavnostjo turizem na kmetiji. Vzorec je obsegal 300 kmetijskih gospodarstev (izmed 957 vseh tovrstnih kmetij v letu 2021). Eden od pomembnejših kriterijev pri vzorčenju je bila ustrezna prostorska razporeditev v anketo vključenih kmetij iz vseh 12 statističnih regij Slovenije. Anketiranje je potekalo od sredine oktobra 2021 do konca februarja 2022. Kljub številnim objektivnim težavam in omejitvam (zlasti v povezavi s COVID-19) je v raziskavo privolilo 138 turističnih kmetij, med katerimi je bilo uporabnih 128 izpolnjenih anket oz. 43 % zajetih v vzorec. Nekateri na vsa vprašanja namreč niso mogli odgovorjati, saj se je med drugim izkazalo, da imajo formalno prijavljeno dopolnilno dejavnost turizem na kmetiji, a s to aktivnostjo na kmetiji dejansko še niso pričeli. Anketirali smo nosilce dopolnilnih dejavnosti oziroma ožje družinske člane, pogosto pa se je v pogovor z odprtim vprašanjem in mnenjem ob koncu ankete vključilo večje število družinskih članov. Neposredno anketiranje na terenu se je izkazalo kot nenadomestljiv vir informacij, ki smo jih pridobili ob pogovoru in ogledu turističnih kmetij. Opravili smo analizo izbranih relevantnih

vsebin za vse kmetije skupaj ter primerjalno po skupinah glede na tipologijo turističnih kmetij in glede na njihovo starost oziroma trajanje izvajanja dopolnilne dejavnosti turizem na kmetiji.

## **Potencial razvoja enogastronomskega turizma na podeželju: uvidi obiskovalcev turističnih kmetij**

*Emil Juvan - Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije - Turistica*

Vedenje in dejavniki vedenja obiskovalcev turističnih kmetij (TK) so ključnega pomena za identifikacijo potenciala in razvoj eno-gastronomskega turizma na podeželju. Raziskava med naključnim vzorcem izkušenih obiskovalcev TK v Sloveniji kaže, da dobrih 64 % vprašanih TK obišče nekajkrat letno in najpogosteje z družino, bistveno redkeje obiskujejo druge gostinske obrate. Glavna razloga za prehranjevanje na TK sta kulinarika (doma ali lokalno pridelane hrane) in podeželski ambient. Ob ekološko pridelani hrani in kulinariki (drugačna od drugih prehrabnih obratov) sta to tudi najpomembnejša dejavniki privlačnosti TK. Med atributi privlačnosti TK za bivanje so podeželsko okolje, kulinarika in individualen odnos do gosta. Polovici ali več vprašanim pri odločanju za obisk TK pomagajo specializacija TK na področju zdravega življenja, vinogradništva in družini prijazno. Potencial razvoja eno gastronomskega turizma podeželja naj temelji na valorizaciji ambienta, naravnega okolja, ponudbe (predvsem eno gastronomske) in avtentičnega načina izvajanja ponudbe, saj obiskovalci te attribute prepoznavajo kot glavne odlike TK. V kontekstu kulinarike je prav tako potrebno razširiti izbor kulinarikne ponudbe, izboljšati kakovost vin ter se prilagoditi sodobnim dietetičnim potrebam in pričakovanjem gostov. Izpostavlja pa se tudi potreba po izboljšanju kakovosti infrastrukture. Raziskave sicer ni moč posploševati na populacijo obiskovalcev TK vendar 1) daje uvid v potencial razvoja eno-gastronomskega turizma TK kot ga vidijo obiskovalci in 2) nakazuje potrebo po obsežnejši in reprezentativni raziskavi na celotni populaciji obiskovalcev TK. S tem se omogoči tudi analiza stabilnosti vedenja glede na socio-demografske in situacijske značilnosti obiskovalcev TK.

## **Kako se odraža trajnostni razvoj na turističnih kmetijah?**

*Dejan Cigale in Barbara Lampič - Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta*

Turizem na kmetiji je pomemben z vidika razvoja podeželja, ohranjanja kmetijstva in kulturne pokrajine ter ekosistemov, hkrati pa lahko prispeva tudi k trajnostnemu razvoju turizma. Turizem na kmetiji je tudi pomemben del slovenske turistične ponudbe in konec leta 2020 je bilo v državi 957 turističnih kmetij z gostinsko dejavnostjo. Prispevek obravnava različne vidike trajnostnosti, ki so prisotni na slovenskih turističnih kmetijah. Pri tem so uporabljeni različni podatkovni viri. Med drugim je namenjena pozornost prisotnosti oznak trajnostnega turizma, dostopnosti za različne skupine obiskovalcev (dostopni turizem), zastopanosti ekološke pridelave kot najbolj trajnostne oblike kmetijstva, pridelavi tradicionalnih in avtohtonih sort kmetijskih rastlin oz. reji tradicionalnih in avtohtonih pasem (ki prispevajo k ohranjanju biodiverzitete in genskih virov), povezavam z zavarovanimi območji idr. Analizirani so tudi nekateri drugi relevantni podatki o turističnih kmetijah (njihova velikost, ukvarjanje z drugimi dopolnilnimi dejavnostmi ...). Ugotovljeno stanje kaže, da so na turističnih kmetijah prisotni številni elementi trajnostnega turizma, kar še v večji meri velja za ekološke turistične kmetije. Na drugi strani so za turizem na kmetiji značilne nekatere negativne

poteze, npr. izrazito sezonsko turistično povpraševanje, kratka povprečna doba bivanja, skromna povprečna zasedenost ipd. Kljub temu se je pokazalo, da je ta vrsta turistične ponudbe nadpovprečno odporna na krizne dogodke, kakršnim smo bili priča v času pandemije covid-19.

## **Vinske turistične ceste kot dejavnik razvoja podeželja**

*Barbara Lampič in Irma Potočnik Slavič - Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta*

Vinske turistične ceste (VTC) so kot projekt Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano nastale pred skoraj tridesetimi leti: kot tematski projekt se je izvajal na območju (takratnih) 53 občin, pri čemer je več kot polovica od njih vzporedno izvajala tudi projekte Celostnega razvoja podeželja in obnove vasi (CRPOV). V turističnem kontekstu so se VTC oglaševale kot "turistični produkt slovenskega podeželja". Območja VTC vključujejo občine v treh vinorodnih okoliših, prostorsko pa so vezane na vinorodne podokoliše. Skupaj je bilo vzpostavljenih 20 VTC (danes obsegajo preko 570.000 ha), žal pa ideja o celoviti ponudbi, razen v nekaterih primerih, nikoli ni dejansko zaživela. V sklopu projekta VINGATUR smo izvedli podrobno (prostorsko) analizo sedanjega stanja vseh 20 vinskih turističnih cest, in sicer: spreminjanje obsega vinogradov (med letoma 1994 in 2022), podrobnejšo strukturo dejanske rabe tal (analiza pridelovalnega potenciala), prisotnost turističnih kmetij, zastopanost zavarovanih območij in območij NATURA 2000, prisotnost nepremične kulturne dediščine, turistični potencial in obisk (število ležišč v turistični ponudbi ter število prenočitev). S podrobnejšo časovno-prostorsko analizo pa smo v Goriških brdih poskušali ugotoviti, kako je vzpostavitev tematskih poti (npr. vinsko-turističnih, pohodnih in drugih), predvsem pa njihovo vključevanje v LEADER/CLLD projekte pomembno sovplivalo na izgradnjo turistične infrastrukture, registracijo dopolnilnih dejavnosti na kmetijah in turistični obisk.

## **Analiza vinskih in gastronomskih prireditvev v slovenskih vinorodnih okoliših**

*Igor Jurinčič, Simon Kerma in Aleš Gačnik - Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije – Turistica*

Gastronomska in vinska ponudba turističnih kmetij se kaže v njihovi vpetosti v lokalna praznovanja in prireditve, kot so ocenjevanja vin, klobas, salam, golažjate, odprte vinske kleti, pohode med vinogradi, postavljanja klopotev, martinovanja in sejme ob krajevnih praznikih. Med regijskimi prireditvami in festivali so takšna, ki slavijo eno posebno jed (npr. čompe fest, frika fest), sadje (praznik kozjanskega in topliškega jabolka) ali vino (cvičkarija, Brda in vino, martinovanja), kot tudi regijska ocenjevanja vin, salam ter drugih pridelkov in izdelkov ter gastronomska doživetja (Okusi Vipavske, Posavja, Bele krajine). Na nacionalnih gastronomskih prireditvah in festivalih v pretežni meri sodelujejo vinarji, kot npr. Festival slovenskih vin v Ljubljani, Vinski univerzum, Ljubljanska vinska pot, VinDel in Pubec v Mariboru, Pop up festival v Novem mestu, PortoRose (festival vrtin in vin rose) ter festivali penin v Portorožu, Gornji Radgoni in Metliki. Kot največje ocenjevanje z razstavo nagrajenih izdelkov iz vseh možnih področij živil in jedi pa moramo izpostaviti Dobrote slovenskih kmetij na Ptuju. Slovenske turistične kmetije so mednarodno vpete v ocenjevanja in ponudbo kmetijskega sejma AGRA v Gornji Radgoni in sejma Alpe-Adrija v Celovcu. Oljkarji so prisotni na različnih ocenjevanjih v Italiji in na Hrvaškem. Največ mednarodnih aktivnostih na sejmih in ocenjevanjih pa je med vinarji (Anglija, Italija, Češka, Avstrija, Nemčija, Hrvaška, Srbija in Kitajska).

## **Dobre prakse na področju vinskega turizma na podeželju: izbrani primeri iz tujine**

*Aleš Gačnik in Igor Jurinčič - UP FTŠ Turistica*

V okviru 6th UNWTO Global Conference on Wine Tourism v mestu Alba v deželi Piemonte, sva imela priložnost spoznati primere dobre prakse razvoja vinskega in gastronomskega turizma v pokrajini Langhe, Roero in Monferrato, ki je bila kot kulturna krajina uvrščena na seznam UNESCO svetovne dediščine leta 2014. Tako na podeželju kot v mestnih trgovinah in lokalih prevladujejo ponudniki vin in drugih zaščitene lokalnih proizvodov ter tradicionalnih jedi. Lokalno prebivalstvo in oblasti delujejo povezano ob zavedanju, da jim je uvrstitev pokrajine na seznam UNESCO svetovne kulturne dediščine prinesla mednarodno prepoznavnost. Usmeritve na področju razvoja vinskega turizma v Italiji lahko izpostavimo kot ene od najbolj kreativnih in inovativnih, kjer se vino izpostavlja v številnih specializiranih povezavah in partnerstvih z dediščino in dediščinskimi institucijami, z umetnostjo in kulturnimi institucijami, z rekreacijo in seveda z raznoterimi oblikami gastronomskih povezovanj, tako v mestih, kot na podeželju. Na primeru načrtnega strateškega razvoja vinskega turizma v Avstriji izpostavimo zgodovino Štajerske vinske turistične ceste, avstrijsko organizacijo za vinski marketing, tematske vinske hotele ter njihove programe. Pomen razvoja vinskih hotelov in festivalov predstavimo tudi na primerih dobrih praks Madžarske in hrvaške Istre.

## **Vključevanje tradicionalnih/avtohtonih sort rastlin in pasem živali v ponudbo turističnih kmetij**

*Alenka Baruca Arbeiter, Matjaž Hladnik in Dunja Bandelj – Univerza na Primorskem, Fakulteta za matematiko, naravoslovje in informacijske tehnologije*

Slovenija ima izjemne naravne danosti za ohranjanje avtohtonih in tradicionalnih rastlinskih in živalskih vrst, med katerimi so mnoge zapostavljene ali celo pozabljene. Za analizo razširjenosti gojenja in uporabe avtohtonih/tradicionalnih rastlinskih in reje živalskih vrst na turističnih kmetijah, je bilo anketiranih 128 turističnih kmetij. Kar 64 % turističnih kmetij je navedlo, da se ukvarjajo z gojenjem sort kmetijskih rastlin, za katere menijo, da so avtohtone/tradicionalne. Iz anketnih odgovorov je bilo razvidno, da jih vsaj 39 % goji sorte, ki so v Sloveniji opredeljene kot avtohtone/tradicionalne. Prevladovala so jablana (sorte Bobovec, Carjevič, Gorenjska/Dolenjska voščenska), vinska trta (sorte Refoš, Malvazija, Kraljevina, Rebula), hruška (sorti Tepka, Vinska moštnica) in oljka (sorti Istrska belica, Črnica). Posamezne turistične kmetije so navedle Ljubljansko in Varaždinsko zelje, Ptujsko in Belokranjsko čebulo ter Ptujski česen. Slaba polovica kmetij je odgovorila, da gostom predstavijo omenjene sorte, najpogosteje z vključevanjem v kulinarčno ponudbo in vodene degustacije. V primerjavi z gojenjem rastlin, je bistveno manj turističnih kmetij (30 %) odgovorilo, da vzrejajo avtohtone/tradicionalne pasme živali. Iz odgovorov je bilo za 22 % turističnih kmetij mogoče potrditi, da gre za pasme, uvrščene na seznam slovenskih avtohtonih/tradicionalnih pasem. Najbolj zastopane pasme so bile Krškopoljski prašič, Štajerska kokoš, Kranjska čebela in Cikasto govedo, manj pogoste pa Lipicanec in Jezersko-solčavska ovca. Večina kmetij je odgovorila, da živali vključujejo v turistično ponudbo, največkrat za ogled in

spoznavanje živali ter jahanje konjev. Na turističnih kmetijah se zavedajo pomena ohranjanja avtohtonih/tradicionalnih genskih virov, vendar je potencial mnogih domačih sort in pasem premalo poznan. Njihovo ohranjanje in vzdrževanje lahko poveča pestrost pridelave, prispeva k ohranjanju kmetijske diverzitete in dediščine ter bogati ponudbo na turističnih kmetijah.

## **Perspektive razvoja ekoloških turističnih kmetij**

*Martina Robačar, Martina Bavec in Franc Bavec – Univerza v Mariboru, Fakulteta za kmetijstvo in biosistemske vede*

Dopolnilne dejavnosti na kmetijah omogočajo izboljšanje dohodkovnega položaja kmetije, zagotavljajo in ustvarjajo nova delovna mest na podeželju. Ena od oblik dopolnilnih dejavnosti je turizem na kmetiji. Turistične kmetije pritegnejo goste zaradi ponudbe jedi in pijač, miru, bogate naravne in kulturne dediščine, stika z naravo ter individualnega pristopa do gostov. Ohranjanje naravnih virov in blaženja podnebnih sprememb sta ključnih nalogi trajnostnega turizma, zato so ekološka živila in njihov naravi prijazen način pridelave temelj sodobne gastronomije tudi na turističnih kmetijah. Ekološka živila so zaupanja vredna in so sledljiva na vseh stopnjah pridelave, predelave in končne ponudbe v gastronomiji, kar v praksi ureja nacionalna zakonodaja. V Sloveniji je 24 % turističnih kmetij z gostinsko dejavnostjo (228 od skupno 957) vključeno v kontrolo ekološke pridelave in predelave in le dve od teh ponujata certificirane obroke/jedi/sestavine. Raziskave v zaključenem projektu Eko gastro (CRP V4-1514) so pokazale, da gosti na ekoloških turističnih kmetijah pričakujejo celotno ponudbo jedi iz ekoloških sestavin, kar pa ni zagotovljeno, če ni kontrolirana tudi priprava jedi. Akcijski načrt razvoja ekološkega kmetijstva v Sloveniji načrtuje 30 % ekoloških turističnih kmetij do leta 2027. Če upoštevamo mnenja in pričakovanja gostov na ekoloških turističnih kmetijah, je potrebno povečati certificiranje ekoloških jedi in hkrati informirati goste o razlikah označb, ki se pojavljajo tudi kot del Zelene sheme slovenskega turizma.

## **Analiza uporabe digitalnih kanalov komuniciranja turističnih kmetij (spletna mesta in družbena omrežja)**

*Aleš Gačnik in Maja Plahutnik Nahtigal - UP FTŠ Turistica*

Uporaba interneta in družbeni mediji so v zadnjem desetletju bistveno spremenili načine sodobnega komuniciranja in poslovanja. Digitalni kanali so postali dragoceno orodje za komuniciranje, prisotnost organizacije na internetu pa ključnega pomena za povečanje prepoznavnosti blagovne znamke in rasti poslovanja. Učinkovito digitalno marketinško strategijo lahko dosežemo z naborom različnih digitalnih komunikacijskih kanalov, med katerimi so najbolj učinkoviti spletno mesto, družbeni mediji in spletni portali. Uporaba posameznih kanalov mora biti načrtovana, nadzorovana, posamezni kanali pa atraktivni, popolni in ažurni.

V raziskavi ugotavljamo, kakšna je splošna internetna prisotnost turističnih kmetij, katere digitalne komunikacijske kanale najpogosteje uporabljajo in kakšno je povprečno število uporabljenih kanalov. Večina turističnih kmetij se na internetu predstavlja na lastnem spletnem mestu, pri družbenih omrežjih pa ostaja še veliko priložnosti (med najbolj uporabljanimi izstopata Facebook in Instagram). Zavedanje o uporabi informacijsko-komunikacijske tehnologije za podporo v poslovanju v turizmu (in kmetijstvu) je na splošno še vedno nizko, kljub temu pa so digitalni kanali prepoznani kot najpomembnejša promocijska orodja. Pri turističnih kmetijah, ki imajo lastno spletno mesto,

ovrednotimo spletna mesta glede na stopnjo razvoja. Na primeru dobre prakse predstavimo lastnosti dobro zasnovane digitalne marketinške in komunikacijske strategije izbranih turističnih kmetij.

## **Pomen turističnih kmetij pri ohranjanju in razvoju slovenskega podeželja**

*Štefan Bojnec, Univerza na Primorskem, Fakulteta za management*

Razvoj turističnih kmetij v Sloveniji ima relativno dolgo tradicijo povezovanja in komplementarnosti med kmetijstvom, turizmom in razvojem slovenskega podeželja. Njihovi začetki so bili povezani z razvojem pomembnih turističnih krajev in atrakcijami turistične destinacije. Njihov nadaljnji razvoj je bil prekinjen po drugi svetovni vojni. Novejši razvoj kaže njihovo prisotnost po celotni Sloveniji, s tem, da se stopnje razvitosti ponudbe delno razlikujejo regionalno in glede na vrste turizma. Turistične kmetije povezane s ponudbo vina in kulinariko soustvarjajo vinske turistične destinacije v vseh treh slovenskih vinskih turističnih deželah. Gostota turističnih kmetij, specifična gastronomska in druga ponudba ter povezovanje in nadgrajevanje z vinogradništvom in vinom se širi iz Goriških Brd na številne izvirne in inovativne primere dobrih praks in z raznoliko in inovativno ponudbo turističnih kmetij na več drugih območjih. Tako postajajo turistične kmetije nosilci družinskega podjetništva in lokalnega turističnega razvoja s specifičnimi kombinacijami ponudbe vina in kulinarike povezano z domačnostjo, lokalno tradicijo in razvojem podeželja obogateno z naravno-kulturnimi danostmi. Pomembno vlogo pri razvoju turističnih kmetij igrajo mladi nosilci in prevzemniki kmetij z relativno visoko prisotnostjo žensk. Turistične kmetije postajajo pomemben nosilec povezovanja vinskega in gastronomskega turizma pri ohranjanju poseljenosti in razvoju slovenskega podeželja, ki privablja specifične skupine turistov željnih domačnosti in raznolike specifične ponudbe. Kot specifičen segment turistične ponudbe postajajo komplementaren dejavnik razvoja turistične destinacije, ki bi ga bilo potrebno v večji meri vključiti v promocijo slovenskega turizma.