



СТРАТЕГИЈА ЗА ЛОЗАРСТВО И ВИНАРСТВО

2023 – 2033

Септември 2023

МИНИСТЕРСТВО ЗА ЗЕМЈОДЕЛСТВО, ШУМАРСТВО И
ВОДОСТОПАНСТВО НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Врз основа на член 5 став 1 од Законот за виното („Службен весник на Република Македонија“ бр. 50/10, 53/11, 6/12, 23/13, 106/13, 188/13, 149/15, 39/16, 172/16 и „Службен весник на Република Северна Македонија“ бр. 235/19), Владата на Република Северна Македонија, на седницата, одржана на 5 Септември 2023 година, донесе:

**НАЦИОНАЛНА СТРАТЕГИЈА ЗА РАЗВОЈ НА ЛОЗАРСТВОТО И
ВИНАРСТВОТО ЗА ПЕРИОДОТ
2023-2033 ГОДИНА**

I. ВОВЕД

Македонската винска индустрија успешно го надминува секој предизвик, од осамостојувањето до денес. Нејзината важна позиција како втор најголем извозник од областа на земјоделството како и извоз на производ со додадена вредност, заслужува посебна стратегија која ќе го поддржи нејзиниот натамошен развој. Извршените анализи и истражувања за изработката на овој стратешки документ се однесуваат на целиот синџир на производство и на сите инволвирани чинители, односно корисници на мерките кои ќе бидат предмет на систематизација и развој за периодот 2023-2033 година.

Анализата на институционалната и правната рамка покажуваат позитивен правец кон солидна интеграција на секторот. Споредено со почетната ситуација, кога примарното производство на сировината – винско грозје, беше строго одделено од производството и пласманот на виното кои беа под ингеренции на Министерството за економија во минатото, сега, целиот процес е под ингеренција на Министерството за земјоделство шумарство и водостопанство(во понатамошниот текст МЗШВ), односно Секторот за винарство, лозарство и овоштарство. Со новиот Закон за виното, како и со подзаконските акти кои произлегуваат од него усогласени со Европското законодавство ќе се овозможи целосна реконструкција на секторот во насока на градење на заштитени географски ознаки за вино преку кои ќе се постават сет на правила на производство на грозје и вино со што ќе се гради препознатливост на македонското вино на интернационалните пазари.

Површините под лозја забележуваат голем пад, приближно една третина од максималната површина од 33 илјади хектари забележена кон крајот на осумдесетите години од минатиот век. Регистарот на лозови насади, воспоставен на целата територија на Републиката во 2010 година дава податоци за површините под лозје (приближно 23 илјади хектари) во кој се содржани и податоци за сортите, старосната структура, начинот на наводнување. Не целосни се податоците за почвена структура и има недостаток на информации за подлога на садање и слични податоци кои треба да ги одредат основите за понатамошен развој на лозарството. Старосната структура се подобрува со многу спора динамика, од 1% годишно претежно од средните и големите производители на грозје и од винариите. Треба да се вложат дополнителни напори за поддршка на домашното производство на висококвалитетни, безвирусни садници за винско грозје, посебно од автохтони сорти. Согласно податоците 79% од лозјата се на индивидуалните грозје - производители, а 21% на деловните субјекти и винарниците.

Над 88% од лозјата се над 15 годишна возраст, а повеќето од нив се над 25 годишна возраст. Оттука, произлегува заклучокот дека најнеопходна е обновата на лозјата кај индивидуалните грозје-производители. Ако се земе во предвид дека подигнување на ха/нов лозов насад чини од 15-20.000 евра, а рокот за поврат на инвестицијата е 15-20 години од кои првите 3 години без никаков род (grace period of loan) со комерцијално достапните кредити (над 6% каматна стапка и хипотекарни заложувања) нема да може да се постигне брзо обновување на лозовите насади во наредни 10 години.

Состојбата со структурата и капацитетите на винарските визби е прилично поларизирана. Од вкупно 163 винарски визби, кои се регистрирани на почеток на 2023 година, 75,5% се мали семејни винарии со капацитет до 50 илјади хектолитри. Овие капацитети иако неодамна основани (со промените во Законот за вино од 2020 година) не смеет да вршат извоз, односно промет на виното кое го произведуваат надвор од земјата. Иако нумерички најбројни, нивниот удел во откупот на винско грозје во бербата 2022 година се движи од 1.300.000 до 1.500.000 кг, што покажува дека нивната пондерирана вредност во откупот е многу мала и во следните 10 години не ќе можат значително да допринесат во зацврстувањето на производството на винско грозје, но инвестициите согласно законот за рурален развој ќе продолжат, со цел да се припремат истите за вински туризам и негов развој.

Вкупните капацитети за производство на вино се 1.72 милиони хектолитри (согласно информациите од МЗШВ на почеток на 2023 година) и се два пати поголеми од вкупното производство на вино. Меѓутоа, капацитетите за производство на вино во шишиња се само 650 илјади хектолитри, што не ги задоволува потребите за производство на вино во шише. Со реконструкцијата на лозовите насади и пласман на пазарите, ќе се јави потреба од капацитети за флаширано вино, не само за негово проширување туку и модернизирање.

Од повеќегодишната анализа на извезените количини вино, се забележува позитивен тренд на извезено флаширано вино во однос на наливното. Од апсолутна доминација на наливното вино, пред 18 години (во 2005: 92% извезено наливно ниво), процентот на флаширано вино во 2022 година веќе достигнува 31% од вкупно извезените количини на вино од земјава. Бројот на нови земји на листата увозници е зголемен на преку 25, а допрено е и до надворешни пазари кои порано не биле стандардни дестинации за нашето вино. Меѓутоа, извозната и следствено малопродажната цена на нашето вино е несразмерно ниска во однос на останатите вина кои се нудат на странските пазари во оној сегмент кој ни доминира во извозот како земја. Оваа разлика покажува дека постои голем простор за напредок во повисоките сегменти на пазарот на вино во шише.

Едновременно, третман на флаширано вино има секое пакување по царински тарифник ≤ 2 литри. Оттука, токму пакувањето од 2 литри, PET пакување има најголемо учество во извозот на флашираниот сегмент (41,2% од флаширано вино како просек % од последните три години).

Исто така, во периодот од 2005 до 2023 година, големите винарници како ВВ Тиквеш АД Кавадарци, која е всушност најголемата за флаширан производ во 2023 комплетно се преорентира на флаширано вино со нула учество на извезено наливно вино, а винарницата Стоби која се основаше во 2008 со доминантно учество на флаширан производ. Останатите поголеми винарници како Имако и Езимит, исто така имаат значителен раст во извоз на флаширан производ за сметка на наливниот, а основани се пред три децении. Дополнителна винарија која е со значителен капацитет од над 5 милиони литри и која се очекува да расте во делот на извозот на флаширан производ е Винарија Далвина од Струмица.

Битен елемент на оваа стратегија е да се напомене дека во следните 10 години, не се очекува, ниту најавува отварање на поголеми винарници. Впрочем и да се случи отварање на поголема винарница, стапката на раст од 2005-2023 година во флаширано вино како конверзија од наливното не може да се прати и согласно на тоа зголемување на извозот на флаширано вино во следните 10 години треба да се бара во два параметра:

1. Органски раст на флаширан сегмент на лидерите на извозот и зголемување на премиум сегмент (Премиузмизација)
2. Конверзија од наливно кон флаширано на винарниците чие производство е доминантно за германските куќи на флаширање, а кои очекувано во следните 10 години повеќе ќе гравитираат во сегментот на флаширан производ 1 литар – 2 литри (ПЕТ пакување), односно поефтин флаширан сегмент.

Малите семејни винарии се асоцираат со винскиот туризам, руралниот развој, органско производство и слични т.н. ниш-пазари. Како такви, треба да бидат предмет на поддршка на програмата за рурален развој. Главен проблем за малите винарии е финализацијата на флашираното вино. Иако во Република Северна Македонија има фирми кои се представници на опрема и репроматеријали кои се достапни и за малите семејни винарии, сепак оваа група на мали производители сеуште не се финансиски стабилни за обезбедување на целиот процес за финализација на виното.

Дополнителен проблем на малите винарии е нивната промоцијата и маркетинг и секако нивниот постојан квалитет за да имаат финализација на флашираното вино. За да го одржат квалитетот мора да имаат соодветна опрема и ангажирање на стручно лице.

Оттука, станува јасно дека површината под лозови насади не може екстремно да се зголемува, но може да се реконструира и да влезе во позитивна промена од година во година за да се задржат насадените хектари и да се достигне максимум пред зачленувањето во ЕУ. Од тој момент, само 1% годишен раст од регистрираните лозови насади е дозволен.

Улогата на сите чинители, пред се' научно-истражувачките институции, невладините организации, едукаторите и медиумите, како и локалната управа треба да се поддржи и да биде поактивна и проактивната во креирањето и имплементацијата на стратешките цели. Стратегијата за лозарство и винарство е изработена врз основа на опсежна и темелна анализа која го прифаќа целокупниот процес од засадување нови лозови насади до преземањето на финалниот производ од страна на купувачот како еден и единствен вредносен ланец. Тој вредносен ланец има за цел сите чинители во истиот да бидат задоволни со соработката и со крајниот резултат. Таквиот пристап значи здрава конкуренција помеѓу индивидуалните ланци на набавка и хоризонталните пандани во истите, со логична пазарна сегментација и придобивките од истата. Еднакво, таквиот пристап носи и групирање на напорите вертикално во индивидуалните ланци, каде што прераспределбата на профитот нема да значи одземање на дел од колачот кај едните со цел поголем дел за другите, туку зголемување на колачот кој ќе се дели, преку зголемен обем и

пазарен дел, како последица на квалитетен напредок кај сите чинители, индивидуално и заеднички. Ваквиот пристап ќе значи одржлив развој на секторот на долг рок.

Директни корисници на резултатите од активноста се сите чинители во вредносниот ланец на лозарство и винарство: лозари, откупувачи, преработувачи, логистички фирми задолжени за транспорт и дистрибутери. Индиректни корисници на резултатите од активноста се сите чинители во земјоделството и сродните индустрии. Новиот пристап во сферата на лозарството и винарството неминовно ќе значи и вовед кон унапредување на работењето на целиот земјоделски и преработувачки сектор.

Правилно имплементиран со минимални прилагодувања, може да биде применет кај сите потсектори, без оглед дали се работи за свежи производи или за преработки. Вредносните ланци за различни видови земјоделски производи споделуваат голем број од ресурсите на различни нивоа на ланецот. Тоа не само што значи лесен трансфер на знаењето, туку и потенцијално намалени трошоци кај сите чинители и кај сите ланци на набавка.

Основниот ефект кај сите чинители во вредносните ланци кај лозарството и винарството е зголемување на вредноста на крајниот производ, преку унапредување на работните процеси, оптимизација на трошоците и зголемувањето на квалитетот, што води до поголема конкурентност на производите на пазарот и поголем пазарен удел. Со тоа би се зголемил вкупниот приход и профитот кој го делат чинителите во ланецот. Во такви услови, поделбата на заработката би била на партнерски, а не на зависни основи.

Со оваа десетгодишна стратегија МЗШВ заедно со сите засегнати страни во лозарството и винарството се обврзува дека ќе цели кон остварување на стратешките цели во периодот 2023 – 2033 година зацртани во оваа стратегија.

Анализите и истражувањето врз основа на кои произлегува оваа стратегија беа извршени во три фази до конечното финализирање на стратегијата која е означена како четврта фаза од која произлезе моделирањето на мерките кои ќе ја поддржат стратешката определба за развој на секторот и врз основа на која ќе се креира Акционен план за реализација на активностите. Овој стратешки документ е оформен со особен фокус на дефинирање на улогите на сите чинители во вредносниот ланец, **подобрен индекс на квалитет на производството, воведување на нови производствени технологии и современ маркетинг пристап** за промоција и маркетинг на крајните производи во и надвор од Република Северна Македонија на долгорочен план.

Првите 3 фази од истражувањата се спроведени за потребите на Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство во периодот 2018/2019 година:

Прва фаза - Детална анализа и обработка на постоечките домашни и странски бази на податоци и релевантни информации од Државен завод за статистика, Царинска управа, Министерство за земјоделство шумарство и водостопанство како и неговите подрачни единици и Упрвата за семе и саден материјал, FAOstat, Tradingeconomics и други, со цел да се прикажат актуелните состојби во винарскиот сектор и во неговото опкружување, а пред сè лозарството и производството на грозје како основна сировина. За поточно следење на

трендовите, опфатен е временски период од минимум десет години, каде што постоеа расположливи податоци.

Втора фаза - Со цел да се направи сеопфатно пазарно истражување за извозните можности на индустријата, од страна на Здружението „Вина од Македонија“ и „Македонија експорт“ направена е анализа на глобалните текови на светскиот пазар на вино, потоа анализа на македонскиот вински сектор и соодветните аспекти, како доработка и пакување, мапирање на внатрешни и надворешни чинители во вредносниот ланец, изработени PESTEL и SWOT анализи, како и преглед на можностите за пласман. Дополнително, за оцена на профитабилноста, направена е споредбена финансиска анализа на дел од најуспешните винарии во 2018 година.

Трета фаза – Врз основа на анализите и истражувањата во првите две фази, целиот процес е заокружен врз основа на моделот на Портер, познат како Дијамант, на национални конкурентни предности на индустриите. Моделот ги обработува сите внатрешни и надворешни фактори во работењето на претпријатието/индустријата, нудејќи информации кои помагаат да се разбере моменталната ситуација и да се понудат решенија кои ќе го унапредат работењето. Моделот на Портер оди чекор понатаму од прифаќањето дека не постои потполно слободен пазар во кој фирмите учествуваат на рамноправни основи; овој модел ги смета за нужни интервенциите од страна на државата, во повеќе области и на повеќе нивоа, земајќи го нејзиното активно учество во процесите како обврска. Со такви интервенции, високоразвиената индустрија има добра стартна основа да ги надмине домашните рамки и да израсне во почитуван играч на меѓународните пазари.

По реализација на анализата и истражувањето, Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство на Република Северна Македонија, во Октомври 2022 формираше работна група составена од релевантни преставници од секторот лозарство, винарство, научни институции и членови на МЗШВ со цел да се премине во четвртата фаза која всушност ја означува и изработката на оваа стратегија:

Четврта фаза – Врз основа на анализите и истражувањата во првите три фази, целиот процес на креирање на оваа стратегија продолжи во 2022 - 2023 година, во која беше направена целосна ревизија на податоците од истражувањето и анализата кои се одвиваа во првите три фази и беше заокружена стратегијата со поставување на стратешки цели и нивна имплементација во десетгодишниот период. За потребите на стратегијата во следната петта фаза која ќе се одвива до крајот на 2023та година, ќе се изработи и акционен план за реализација со јасно поставен период на имплементација, буџет и чинители одговорни за остварување на целите на секторот.

По извршување на активностите добиена е целосна и јасна слика за состојбата во која се наоѓа секторот, јасно дефинирани активности кои се разработени во склоп на стратешката рамка, нивна реализација и индикатори за одржливост по исполнување на активностите. Со имплементацијата на активностите се очекува подобрување на процесот на производство, со особен акцент на индивидуалните делови на процесот: контролата на квалитет која ги определува основните барања предвидени со законите, но во исто време и постојаност на

квалитетот која е едно од примарните барања на европскиот и светските пазари, интеграцијата на вредносниот ланец, која значи дека сите чинители во вертикалната поставеност се водат со исти, однапред познати цели и заеднички придонесуваат кон исполнување на истите.

II. ВИЗИЈА

Површината под лозови насади и количината на производство на македонско вино, како и органиченоста за конзумација на македонското вино на домашен пазар, ја прави македонската винска индустрија извозно зависна. Оттаму произлегува дека главната визија е извозно ориентирана со градење на препознатливост на интернационалните пазари и развој на рурален и вински туризам што ќе пласира производ со поголема додадена вредност преку градење на вински брендови.

Главна стратешка цел на оваа десетгодишна стратегија е зајакнување на конкуретноста на македонската винска индустрија во делот на лозарството и винарството со цел искористување на целосниот потенцијал на индустријата да стане препознатлив вински бренд на регионалните и интернационалните пазари, преку фокусирање на локални сорти и поднебјата за истакнување на нивните најдобри карактеристики.

Целта е да ја проширime нашата присутност на меѓународниот пазар. Во таа насока е потребно еднакво зајакнување како на малите лозари во насока на производство на квалитетно грозје и унапредување на нивните вештини кон квалитетно производство на грозје и нивно економско јакнење преку воспоставување на вистински партнерски односи помеѓу лозарите и винариите, така и зајакнување на позициите на винариите извозници на македонските вина пред се од сегментот флаширано вино, преку што ќе се обезбеди повисока продажна цена на виното, што последователно ќе придонесе кон повисока откупна цена на грозјето.

Визијата за развој е јасно отсликана со подготовката на новиот Закон за вино во кој најголемите измени се однесуваат во делот на Географските ознаки и нивна заштита кои целосно се усогласени со Регулативата број 1308/2013 од 17 декември 2013 година за основање на заедничка организација на пазарите на земјоделски производи и за укинување на Регулативите (ЕЕЗ) бр. 922/72, (ЕЕЗ) бр. 234/79, (ЕЗ) бр. 1037/2001 и (ЕЗ) бр. 1234/2007 од Европска Унија. Со овие измени во новиот закон ќе се овозможи на група производители на вино и грозје во одреден вински регион да започнат со креирање и имплементација на систем за Географски Ознаки кој треба да се базира на споделување на заеднички пристап и заеднички правила.

Градењето на Географски Ознаки за вино подразбира дека производителите се способни да развијат производи поврзани со потеклото кои имаат специфични квалитативни својства; кои се со постојан квалитет; неодвоиво се поврзани со местото каде се произведуваат; и кои можат да изградат добра репутација со текот на времето и преставуваат алатка за градење на препознатливоста на македонското вино на странските пазари.

Системот на Географски ознаки, нивно креирање и имплементација како главна цел на оваа стратегија ќе значи повеќекратна корист за секторот во насока на остварување на визијата:

- Менување на пристапот на производство на грозје и вино во насока на подобрување на квалитетот, зголемување на контролата и градење на ознаки преку кои ќе се гради препознатливост на финалниот производ – виното;
- Креирање на еден вид на колективен бренд кој е потребно постојано да се негува со цел градење на успешна приказна;
- Саморегулирање на односите на производителите на грозје и вино и нивна интеграција во систем на географски ознаки;
- Поставување на сет на правила за производство на грозје и вино кои се поставени од страна на главните чинители во секторот, а прифатени, почитувани и поддржани од страна на надлежните државни институции;
- Зголемување на вредноста на финалниот производ – виното, што последователно значи зголемување на вредноста на сировината – винско грозје.

Како што ќе биде понатаму елаборирано во овој документ, има важни предизвици и можности кои се земаат предвид, како што е сумирано подолу:

Главни предизвици:

- Отсуство на одржлива, историска соработка меѓу главните играчи во македонската винска индустрија особено недостаток на меѓусебна интеграција;
- Недостаток на применлива стратегија за индустријата во насока на развојна компонента со цел декларирање на земјата како винска земја, а не како земја понудувач на сировина;
- Ограничена достапност на средства за поддршка на финален брендиран производ – виното со цел задржување на постојните пазари и влез и освојување на нови интернационални пазари;
- Споро прилагодување кон нови техники и технологии на одгледување на лозовите насади и спора модернизација и обновување на лозовите насади;
- Слаба свесност на индустријата за борба со климатските промени и воведување на техники за оджливост и зачувување на биодиверзитетот на лозовите насади.

Главни можности:

- Донесување на новиот Закон за вино и подзаконските акти со кој ќе се овозможи реконструкција на постојните виногорја и вински региони и ќе се започне со процесот на градење на географски ознаки за вино по примерот на винските региони во ЕУ и светот;
- Донесување на овој стратешки документ кој во процесот на креирање ги вклучи сите засегнати страни во делот на лозарството и винарството и науката;
- Позитивните залагања од страна на МЗШВ за донесување на новиот закон за вино и оваа десет годишна стратегија и заложбите на сите чинители во индустријата за

воведување на насоки кои ќе придонесат кон развој и зголемување на вредноста на македонското винско грозје и македонското вино;

- Постоене на финансиски фондови за модернизација на лозарството и винарството преку ИПАРД фондовите, промените во системот на субвенционирање, поддршката обезбедена од МЗШВ преку други програми за поддршка на секторот лозарство и винарство како и дополнителните можности за поддршка кои ќе произлезат од оваа стратегија;
- Македонската винската индустрија во целина е подобна за користење на разни донаторски фондови за развој како и имплементација на развојни проекти преку апликација на ЕУ фондови.

Врз основа на координација со сите главни чинители во секторот се определија главните стратешки цели на оваа десет годишна стратегија кои се однесуваат на:

1. Интеграција на чинителите во секторот;
2. Реконструирање и модернизација на секторот;
3. Зголемување на препознатливоста на македонското вино на надворешните пазари и зголемување на извозот на различен опсег на пазари;
4. Развој на винскиот туризам;
5. Заштита од климатски промени и обезбедување одржливост и зачувување на биодиверзитетот во лозовите насади.

III. АНАЛИЗА НА АКТУЕЛНАТА СОСТОЈБА

3.1 Анализа на состојбата во лозарството и винарството во Република Северна Македонија

Одгледувањето на виновата лоза, како и производството на грозје и вино на територијата на Република Северна Македонија има голема вековна традиција. Доказ за тоа се бројни артефактски записи и преданија кои укажуваат дека виновата лоза на овие простори се развивала паралелно со самиот развој на човештвото и многу често била основна егзистенционална гранка за опстанок на многу фамилии.

Винското грозје и производството на вино е една од клучните стопански активности поврзани со земјоделството во Република Северна Македонија. Со својот тероар, клима, почва, терен и традиција, земјата ги има сите предуслови за производство на висококвалитетно вино. Винскиот сектор е значајна земјоделска гранка со учество од околу 20% од бруто земјоделскиот производ на Република Северна Македонија. Извозот на вино е на второ место после тутунот во остварен девизен прилив од извозот на земјоделските производи и е еден од ретките земјоделски производи кои се извезуваат од земјата со додадена вредност.

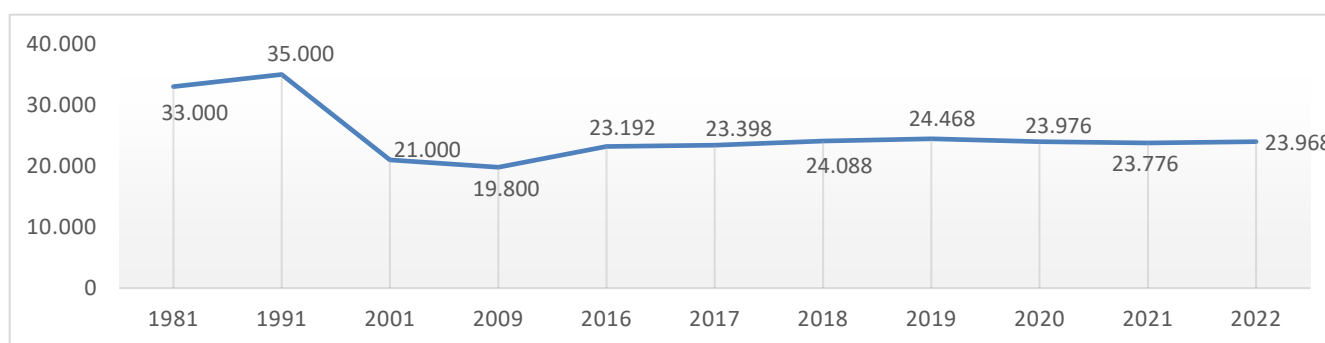
Во почетокот на 21 век, и покрај големите тешкотии, социјални и економски кризи во регионот и светот, лозарството и понатаму е значајна стопанска и земјоделска гранка за Република Северна Македонија. Денес лозарството учествува со околу 4 % во вкупно обработливите површини во земјата. Според официјалните податоци на Државен завод за статистика (во понатамошниот текст ДЗС) во Република Северна Македонија има вкупно 180.000 земјоделски стопанства. Од нив околу 48.000 земјоделски стопанства поседуваат лозови насади. За некои од нив, лозарството е дополнителна дејност. Се смета дека основното производство во областа на лозарството во Република Северна Македонија се обавува на околу 21.400 земјоделски стопанства. Околу 30% од овие стопанства произведуваат само за потребите на сопствена потрошувачка и домашно производство на ракија, или го продаваат своето грозје за производство на ракија.

Производството на винско грозје придонесува за егзистенција на околу 21.400 семејни земјоделски домаќинства, 52 компании производители на винско грозје, 12.000 сезонски работници и повеќе од 2.500 вработени со полно работно време во 163 регистрирани винарии. Според извештаите на МЗШВ, повеќе од 100.000 лица се вклучени во лозарството и винарскиот процес.

3.1.1 Вкупна површина, локации и сорти за кои се доделуваат одобренија за садење

Според податоците од Државниот завод за статистика (ДЗС), вкупната површина под лозови насади во Република Северна Македонија останува стабилна, со пораст во периодот од 2014 -2019 и намалување на површините во 2020 и 2021 година. Старосната структура се подобрува со многу спора динамика, од 1% годишно претежно од средните и големите производители на грозје, но голем процент од лозовите насади од индивидуалните производители не се обнуваат и се напуштаат.

Графикон 1– Површина под лозови насади во хектари (1990 – 2022)



Извор на податоци: ДЗС

Историски гледано, од скромни 14.000 во седумдесеттите години на минатиот век, површините под лозови насади се прошируваат на 33.000 хектари во 1981 година, за да ја достигнат максималната површина во 1991 година, од 35.000 ha. Десет години подоцна, во 2001 година, забележен е огромен пад на површините под лоза на само 21.000 ha. Од тогаш, големината на површините варира од година во година со тренд на опаѓање до 2009 година, кога паѓаат под 20.000 хектари. Согласно податоците од Државниот завод за статистика (ДЗС), вкупната површина под лозови насади во Република Северна Македонија во последните 5 години е стабилна, со просечни површини од околу 24.000 хектари.

Во површините под лозови насади, винските сорти грозје учествуваат со околу 85% во однос на трпезните сорти грозје чие учество во вкупните насади изнесува 15%.

Табела 1 - Вкупна површина под винско и трпезно грозје

Вкупна површина (ха) (винско +трпезно)	Површина под винско грозје (ха)	Површина под трпезно грозје (ха)
23.968	20.307	3.661

Извор: ФАРМ Регистар од МЗШВ

Од вкупната површина под лозови насади во Република Северна Македонија, се проценува дека околу 15% од истата е во сопственост на државата и воглавно се дава под долгорочен закуп (30 години) на индивидуални земјоделски стопанства.

Од површините под лозови насади наменети за производство на винско грозје 70% се обработуваат од страна на индивидуални земјоделски стопанства, додека 30% се земјоделски компании.

Просечната површина на насадите кај индивидуалните земјоделски стопанства се движи помеѓу 1,1 ха и 1,3 ха фрагментирана во неколку парцели со површина од 0,3-0,4 ха. Застапеноста на сорти грозје по поединечна парцела кај индивидуалните земјоделски стопанства се движи во рамките на една до три сорти. Големината на секое лозје варира, почнувајќи од мали индивидуални лозари до поголеми блокови од неколку стотици хектари управувани од најголемите винарии и големите производители на грозје.

Лозовите насади во Република Северна Македонија имаат неповолна старосна структура. Има повеќе причини за тоа како:

- фрагментирани парцели кои се резултат на долгогодишно „ситнење“ на обработливите површини;
- несигурен пласман и ниски цени;
- слабо инвестирање во изминативе години;
- недоволна желба на младите генерации да се занимаваат со производство на грозје;
- миграција на младите во странство.

Табела 2 - Вкупна површина под лозови насади и старосна структура

Вкупна површина (ха) (винско +трпезно)	Старост на лозови насади до 15 год.	Старост на лозови насади од 15 - 25год.	Старост на лозови насади над 25 год.
23.968	5.072	8.838	10.058

Извор: ФАРМ Регистар на МЗШВ

Денес 79 % од вкупните лозови насади се постари од 15 години и треба да бидат цел на инвестиција на нивно обновување за да се одржи производствениот потенцијал. Процентот на обновување на насади моментално е околу 1 % на годишно ниво што е многу пониско од идеалниот тренд кој треба да се движи на околу 5 % од вкупните површини во текот на една година.

Локации и сорти за кои се издава одобрение за садење

Реден бр.	Македонско име	Меѓународно име / OIV	Виногорје															
			Скопско	Велешко	Тиквешко	Гевгелиско-Валандовско	Струмичко-Радовиско	Овче-полско	Кочанско-Виничко	Кумановско	Кратовско	Пјанечко	Прилепско	Битолско	Преспанско	Охридско	Кичевско	Тетовско
1	Аликан буше (ц)	Alicante bouschet (r)	•															
2	Албарино (б)	Albarino/Alvarinho (w)		•	•	•												
3	Аглианико (ц)	Aglianico (r)	•															
4	Анселота (ц)	Ancellotta (r)	•															
5	Аринарноа (ц)	Arinarnoa (r)	•		•	•	•											
6	Асиртико (б)	Assyrtiko (w)		•	•	•												
7	Беглерка бела (б)				•													
8	Беглерка црна (ц)				•													
9	Белан (б)	Grenache blanc (w)	•	•	•	•	•											
10	Бургундец бел (б)	Pinot blanc (w)	•	•	•	•	•											
11	Бургундец сив (б)	Pinot gris (w)	•	•	•				•	•		•	•	•	•	•	•	•
12	Бургундец црн (ц) (б)	Pinot noir (r) (w)	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
13	Каберне франк (ц)	Cabernet franc (r)	•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•		•		
14	Каберне совинјон (ц)	Cabernet sauvignon (r)	•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•		•		
15	Коломбард (б)	Colombard (w)		•	•	•												
16	Шардоне (б)	Chardonnay (w)	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
17	Фиано (б)	Fiano (w)	•		•	•	•											
18	Франковска (ц)	Blauer limburger (r)	•	•	•	•												
19	Гаме бојадисер (ц)	Gamay freaux (r)			•													
20	Гаме црн (ц)	Gamay noir (r)							•	•		•	•	•	•	•	•	•
21	Греко ди Туфо (б)	Greco di Tufo (w)	•		•		•											
22	Гренаш црн (ц)	Grenache noir (r)		•	•	•	•											
23	Глера (б)	Glera (w)		•	•	•												
24	Ерви (ц)	Ervi (r)									•							
25	Жилавка (б)		•	•	•	•	•	•	•					•				
26	Жупљанка (б)		•	•	•	•	•			•				•				
27	Жупски бојадисер (ц)		•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•		•		
28	Ирсаи Оливер (б)	Irsai Oliver (w)									•							
29	Карменер (ц)	Carmenere (r)	•		•		•											
30	Кадарка (ц)	Kadarka (r)	•	•	•	•	•	•	•									
31	Карињан (ц)	Carignan (r)				•												
32	Краински бојадисер (ц)		•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•		•		
33	Кратошија (ц)		•	•	•	•	•	•	•	•						•		
34	Мавруд (ц)	Mavrud (r)			•													
35	Малбек (ц)	Malbec (r)			•													
36	Манцони (б)	Manzoni Bianco (w)	•															
37	Мараштина (б)	Marastina (w)			•													
38	Марсан (б)	Marsanne (w)		•	•	•												
39	Марселан (ц)	Marselan (r)		•	•	•												
40	Малвазија ароматична(б)	Malvasia di Candia aromatic	•		•	•	•											
41	Мелник (ц)	Melnik (r)			•													
42	Мерло (ц)	Merlot (r)	•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•		•		
43	Монтепулчиано (ц)	Montepulciano (r)	•	•	•	•	•	•	•									
44	Мурведер (ц)	Mourvedre (r)			•													
45	Мускат Гало (б)	Moscato Giallo (w)	•															
46	Мускат Хамбург (ц) (б)	Muscat de hambourg (r) (w)	•		•	•	•	•	•	•	•		•	•		•		
47	Црвен Мускат (ц)	Muskateller (r)			•		•	•	•	•	•	•		•	•	•	•	•
48	Мускат отонел (б)	Muscat ottonel (w)	•		•		•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
49	Небиоло (ц)	Nebbiolo (r)	•		•	•	•				•							
50	Никодинка (ц)			•														
51	Охридско бело (б)															•		
52	Охридско црно (ц)															•		
53	Пинотаж (ц)	Pinotage (r)	•		•	•	•											
54	Пињолето (б)	Pignoletto (w)	•															
55	Плавец мал (ц)	Plavac mali crni (r)	•	•	•			•										

56	Пловдина (ц)	Plovdiva (r)				•	•										
57	Примитиво (ц)	Primitivo (r)	•		•	•	•										
58	Прокупец (ц)	Prokupac (r)	•	•	•				•	•	•	•	•	•	•	•	•
59	Ребо (ц)	Rebo (r)								•							
60	Рефошко (ц)		•	•	•	•	•	•	•								
61	Рајнски Ризлинг (б)	Rheinriessling (w)	•	•	•		•	•		•	•			•		•	
62	Ризлинг италијански (б)	Riesling Italian (w)	•	•	•			•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
63	Русан (б)	Roussanne (w)		•	•	•											
64	Р кацител (б)	Rkaziteli (w)	•	•	•	•	•	•		•	•			•		•	
65	Санџовезе (ц)	Sangiovesse (r)	•	•	•	•	•	•	•								
65	Совињон бел (б)	Sauvignon blanc (w)	•	•	•		•	•		•	•			•		•	
67	Семилон (б)	Sémillon (w)	•	•	•			•		•	•			•		•	
68	Смедеревка (б)	Smederevka (w)	•	•	•	•	•	•	•	•	•						
69	Станушина (ц)	Stanušina (r)		•	•			•									
70	Сирах (ц)	Syrah (r)	•	•	•	•	•	•	•								
71	Темјаника (б)	Muscat de frontignan (w)	•	•	•	•	•	•	•								
72	Темпранило (ц)	Tempranillo (r)	•		•	•	•										
73	Теран (ц)	Terrano (r)	•	•	•	•	•	•	•								
74	Траминац ароматичен (б)	Gewurztraminer (w)	•	•	•		•		•	•	•	•	•	•	•	•	•
75	Траминац бел (б)	Savagnin blanc (w)	•	•	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
76	Траминац црвен (б)	Savagnin rose (w)	•	•	•		•		•	•	•	•	•	•	•	•	•
77	Јуни блан (б)	Ugni blanc (w)	•		•		•										
78	Вердо мал (ц)	Petit verdo (r)	•	•	•	•	•	•	•								
79	Верментино (б)	Vermentino (w)		•	•	•											
80	Виоње (б)	Vioigner (w)	•		•	•	•	•									
81	Вранец (ц)	Vranac (r)	•	•	•	•	•	•	•	•			•			•	

Легенда: • - препорачана сорта
 (б) - сорта која што обезбедува сировина за бело вино
 (ц) - сорта која што обезбедува сировина за црвено и/или розе вино

Во делот на саден материјал за лозови садници, скоро сразмерен е односот на лозови садници од домашно производство со увезени лозови садници во текот на една година, со предимство на увезен саден материјал.

Табела 3 - Производство на домашен саден материјал (2017-2022) број – вински и трпезни сорти

Година	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Лозови садници	780.000	351.000	819.850	815.000	755.000	815.000
Просек 2017-2022						722.642

Извор на податоци: Управа за семе и саден материјал при МЗШВ

Табела 4 – Сертифициран саден материјал од домашно производство (2021-2022) број – вински и трпезни сорти

Тип на садник/калем	2021	2022
лозови садници	755.000	815.000
калем гранки - окца	6.085.000	4.500.000
ожилени калеми	158.080	277.420
матични растенија	12.000	360.000

Извор на податоци: Управа за семе и саден материјал при МЗШВ

Табела 5 – Увоз на саден материјал – број на садници во период од 2020 до 2022 година – вински и трпезни сорти

Година	2020	2021	2022	Просек
Број на лозови садници	958.363	1.063.462	1.145.900	1.055.908

Извор на податоци: Царина преку Земјоделски Институт Скопје

Со цел подлабока анализа на лозови садници произведени и сертифицирани од домашно производство во продолжение е приложен преглед на лозови садници по тип на сорта:

Табела 6 – Сертифициран саден материјал од домашно производство (2022) број по тип на сорта

Вранец	171.000
Смедеревка	110.000
Мерло	110.000
Црн Бургундец	80.000
Франковка	80.000
Темјаника	76.000
Афус али	40.000
Викторија	40.000
Шардоне	28.000
Мишел	24.000
Молдавија	24.000
Мускат Хамбург	16.000
Кардинал	16.000
Вкупно	815.000

Извор на податоци: Управа за семе и саден материјал при МЗШВ

Врз основа на годишните извештаи и регистрите на МЗШВ, констатирано е дека во вкупните површини под лозови насади, винските сорти учествуваат со 85%, од кои 60% се црвените вински сорти и 40% бели вински сорти.

Табела 7 - Површина на винско грозје и површина на најзастапените сорти (Вранец и Смедеревка)

Вкупна површина под винско грозје (ха)	Вкупна површина под сортите (вранец и смедеревка)	Површина под сортата Вранец	Површина под сортата Смедеревка
20.307	13.002	7.616	5.386

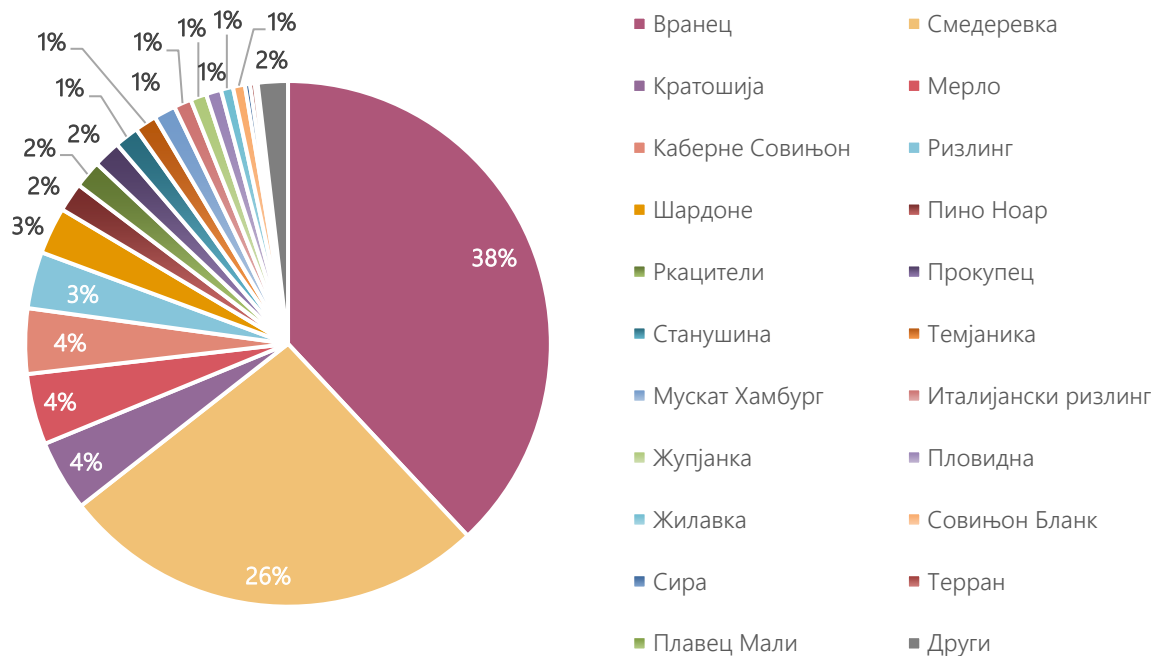
Извор: ФАРМ Регистар на МЗШВ

Од црвените вински сорти доминира сортата Вранец со околу 7.616 ха, потоа Мерло, Каберне совинјон и Кратошија секоја со околу 1000 ха, и сортите Бургундец црн, Прокупец и Станушина секоја со околу 500 ха. Кај белите вински сорти најголемо учество според површините зазема сортата Смедеревка со околу 5.386 ха, потоа следуваат Рајнски ризлинг околу 1000 ха, Шардоне 800 ха, Ркацител 480, Темјаника 380 ха, Италијански ризлинг 300 ха, Жупљанка 280, Жилавка и Совинјон бланк по 200 ха и др. Во правилникот за класификација на одобрени и препорачани сорти постојат вкупно 81 регистрирана одобрена сорта на винско грозје на територијата на целата држава, а само во Тиквешкиот регион како најзначајно виногорје се препорачани 66 вински сорти за производство на вино. Вака

големиот број на одобрени и препорачани сорти на винско грозје придонесува кон преголема диверзификација на производството на вино што придонесува пак кон неможност за градење на препознатливост на стилот на виното кое доаѓа со потекло од одреден вински регион или географска ознака во иднина.

Површините засадени со лозови насади се развиваат бавно. Бидејќи приносот варира многу широко, производството и квалитетот исто така се предмет на значителни варијации.

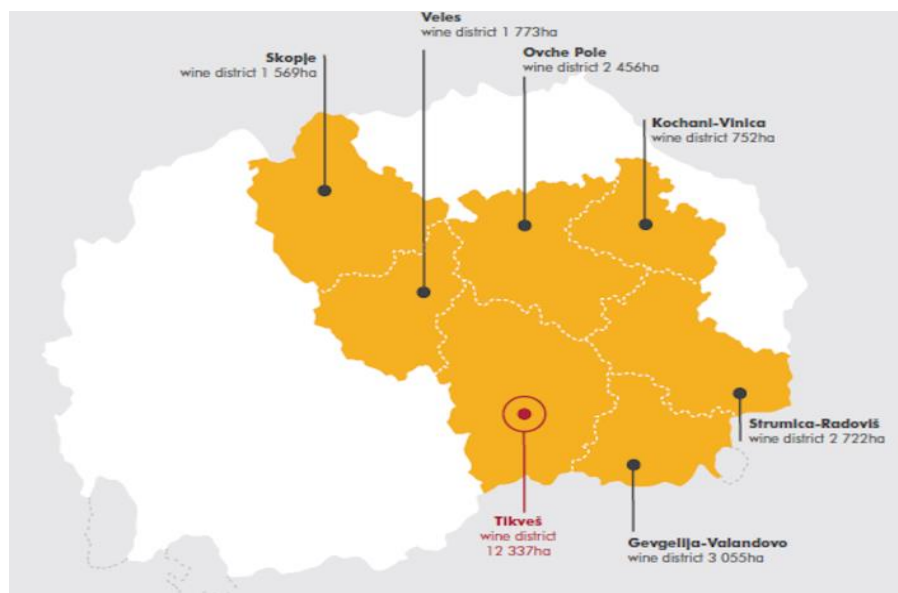
Графикон 2 – Учество на вински сорти на грозје во вкупни површини под лозови насади



Извор на податоци: МЗШВ

Вкупната територија на земјата е поделена на 3 вински региони и 16 вински области.

Графикон 3 – Вински регион Повардарие и виногорја



Извор на мапа: Здружение Вина од Македонија / податоци МЗШВ

Централниот вински регион, (познат и како „Повардарие“) се протега покрај реката Вардар која тече од север кон југ, поминувајќи низ многу различни тероари. Овој вински регион зафаќа речиси 45% од територијата на Северна Македонија и вклучува седум виногорја кои постепено варираат од север кон југ. Во однос на важноста на производството и квалитетот на виното, долината на реката Вардар е ефективно главната винска артерија за македонското вино бидејќи 87% од вкупната површина со лозови насади во земјата се наоѓа во овој вински регион и големото мнозинство лозари и 90% винариите се концентрирани во оваа неверојатна винска долина.

Од сите земјоделски стопанства кои се занимаваат со производство на грозје во Република Северна Македонија (21.000), околу 30% од истите, особено оние кои произведуваат во помал обем и помали површини, произведуваат само за потребите на домашна потрошувачка и домашно производство на ракија.

Просечната вкупна берба на винско грозје во периодот 2012 – 2022 година изнесува 133.000.000 кг, додека за извоз во странство во истиот временски период во просек се пласирани околу 13 милиони килограми на годишно ниво. Значителен дел од производството е преку откупни центри, односно е обработено од индивидуалните земјоделски стопанства и големите компании производители на грозје, а потоа откупено од винариите. Дел од винариите имаат сопствени лозја и во последните пет години расте трендот на зголемување на површините на лозови насади од страна на винариите.

Табела 8 - Берба на грозје (2012 – 2022)

Година	Произведено винско грозје од индивидуални земјоделски стопанства и големи компании производители на грозје (во кг)	Произведено винско грозје од сопствени насади на винариите (во кг)	Вкупна берба (во кг)
2012	122.738.984	16.712.529	139.451.513
2013	161.596.530	24.082.006	185.678.536
2014	79.166.880	15.719.901	94.886.781
2015	149.929.041	18.388.636	168.317.677
2016	140.702.133	17.713.817	158.415.950
2017	60.528.748	13.163.938	73.692.686
2018	122.136.680	16.730.392	138.867.072
2019	105.729.058	12.511.596	118.240.654
2020	105.337.520+ 15.653.353 (Ковид 19 поддршка)	16.712.360	137.703.233
2021	88.238.668	28.368.152	116.606.820
2022	76.173.838	16.941.505	93.115.343

Извор на податоци: ДИЗ

Бербата на винско грозје најмногу зависи од временските и климатските услови, па количините во период на берба се менуваат од година во година, но просечната годишна берба на винова лоза е околу 133 милиони кг грозје. Речиси 79% од грозјето се откупува од индивидуални лозари и големи компании производители на грозје, а 21% е грозје од сопствени лозови насади на винариите.

Табела 9 – Просечна цена на винско грозје за Вранец и Смедеревка по години (2016 – 2022)

Берба	Сорта	Количина во кг	Обврски во мкд	Просечна откупна цена МКД/кг.	% од вкупен откуп
2016	Смедеревка	46.340.125	492.529.950	10,63	36,99%
	Вранец	51.739.257	661.697.473	12,79	41,30%

Берба	Сорта	Количина во кг	Обврски во мкд	Просечна откупна цена МКД/кг.	% од вкупен откуп
2017	Смедеревка	18.603.120	214.388.529	11,52	33,67%
	Вранец	22.751.320	302.259.906	13,29	41,17%

Берба	Сорта	Количина во кг	Обврски во мкд	Просечна откупна цена МКД/кг.	% од вкупен откуп
2018	Смедеревка	40.944.448	470.220.401	11,48	36,66%
	Вранец	46.291.042	623.501.263	13,47	41,45%

Берба	Сорта	Количина во кг	Обврски во мкд	Просечна откупна цена МКД/кг.	% од вкупен откуп
2019	Смедеревка	35.334.562	380.045.421	10,76	42,19%
	Вранец	39.907.707	507.184.557	12,71	47,76%

Берба	Сорта	Количина во кг	Обврски во мкд	Просечна откупна цена МКД/кг.	% од вкупен откуп
2020	Смедеревка	29.045.948	236.744.494	8,15	31,67%
	Вранец	43.074.943	443.972.028	10,31	46,96%

Берба	Сорта	Количина во кг	Обврски во мкд	Просечна откупна цена МКД/кг.	% од вкупен откуп
2021	Смедеревка	30.720.199	311.689.511	10,15	36,76%
	Вранец	34.536.391	395.271.277	11,45	41,33%

Берба	Сорта	Количина во кг	Обврски во мкд	Просечна откупна цена МКД/кг.	% од вкупен откуп
2022	Смедеревка	29.686.596	367.460.453	12,39	38,97%
	Вранец	26.406.228	385.991.489	14,69	34,66%

Извор на податоци: ДИЗ

Табела 10 – Вкупна просечна цена на винско грозје вклучително сите сорти по години (2012 – 2022)

Просечна цена на винско грозје по кг		
Берба	Просечна цена во МКД	Просечна цена во ЕУР
2012	11,80	0,19
2013	12,98	0,21
2014	12,76	0,21
2015	12,86	0,21
2016	12,27	0,20
2017	13,64	0,22
2018	13,64	0,22
2019	12,85	0,21
2020	9,23	0,15
2021	10,8	0,18
2022	16,56	0,27

Извор на податоци: ДИЗ

Просечната цена на годишно ниво за винското грозје е стабилна во последните 10 години. Просечната цена се разликува за различни сорти и започнува од 0,19 евра до 0,22 евра за „вранец“ и „смедеревка“ како сорти што покриваат поголем дел од лозовите насади. За останатите сорти цената достигнува и до 0,43 евра. Деталната анализа на берба 2022 година покажува дека откупната цена на грозјето се движи од 12 до 45 ден/кг (0,19 евра – 0,73 евра). Сепак, како и секоја година разликата во цената се должи на видот на сортата, приносот, квалитетот на грозјето и процесот на лозарство и стопанисување со лозови насади. Доколку се разгледуваат просечните цени само за најзастапените вински сорти на грозје, Вранец и Смедеревка, во 2022 година се постигна историско најголемо покачување на цената на винско грозје која достигна 15 денари за Вранец и 13 денари за Смедеревка, кое пред се се должеше на зголемување на трошоците за одржување на лозовите насади заради економската криза.

Исплатата на винското грозје се одвива според измените во Законот за вино кои беа воведени во 2016 година, грозјето да се плаќа на три рати во периодот од ноември тековната година до крајот на април следната година. МЗШВ во одредени случаи определува интервентна мерка во програмата за директни плаќања во износ од два денари за килограм винско грозје за најчестите сорти „смедеревка“, „вранец“ и други сорти од интерес. Во 2020 година, поради пандемијата на Ковид-19 и нејзините последици врз лозарството и винарството МЗШВ спроведе посебни субвенции регулирани во Законот за финансиска поддршка за намалување на последиците предизвикани од корона вирусот Ковид – 19 врз производството, откупот на грозје и винската индустрија(„Службен весник на Република Северна Македонија“ бр. 290/20, 103/21 и 293/21) што резултираше со дополнителни два денари за винско грозје и четири денари поддршка за винско грозје од кое се произведе дестилат. Винариите исто така добија поддршка за извоз на база на трошоци за транспорт каде се покриваа 20% од транспортните трошоци за наливно вино и 30% за флаширано вино. Од вкупна КОВИД поддршка во износ од 6,59 милион евра, 5,5 милион евра се наменети за лозарите, а само 1,09 милион евра за винариите.

Табела 11 - Финансиска поддршка за лозарство во 2020 година согласно Законот за финансиска поддршка за намалување на последиците предизвикани од корона вирусот Ковид-19 врз производството, откупот на грозје и винската индустрија

Број на мерка	Име на мерка	Исплатени средства (денари)	Исплатени средства (евра)
Мерка 1	Поддршка по килограм на произведено винско грозје до 18% шеќерни единици кое во периодот од 15 август 2020 година до 31 октомври 2020 година е предадено на регистрирани производители на вино наменето за производи од грозје и вински дестилат во висина од 6 денари по килограм	304.237.631	4.934.916
Мерка 2	Поддршка по килограм за произведено винско грозје кое во периодот од 15 август 2020 година до 31 октомври 2020 година е предадено кај регистриран откупувач на винско грозје за производство на вино или за извоз на винско грозје во висина од 2 денари по килограм		
Мерка 5	Поддршка за извезено винско грозје во периодот од 15 август 2020 година до 31 октомври 2020 година и тоа: - за количини до 12 милиони килограми поддршката во висина од 2 денари по килограм - за количини од 12 до 25 милиони килограми поддршката во висина од 3 денари по килограм и - за количини над 25 милиони килограми поддршката во висина од 4 денари по килограм.	13.258.671	215.064
Мерка 6	Поддршка по килограм произведено винско грозје кое во периодот од 15 август 2020 година до 31 октомври 2020 година е преработено во сопствени капацитети за производство на вино во висина од 2 денари по килограм.	21.975.623	356.458
ВКУПНО исплатени средства за 2020 година:		339.471.925	5.511.438

Извор на податоци: ДИЗ

Заради тешката пост ковид состојба, како и економската нестабилност предизвикана со воениот конфликт во Украина кој доведе до енормно покачување на цените на репроматеријалите и електричната енергија, МЗШВ во рамките на своите можности излезе во пресрет и кон лозарите и кон винариите со дополнителна поддршка.

Имено во 2021та и 2022 година МЗШВ го поддржа производството на грозје во текот на берба со дополнителни три денари во 2021 и два денари во 2022 и даде финансиска поддршка на извозните винарии со цел заджување на конкуретноста на продажните цени на македонското вино на надворешните пазари во 2022 година.

Табела 12 - Финансиска поддршка за лозарство во 2020 година согласно Законот за финансиска поддршка за намалување на последиците предизвикани од корона вирусот Ковид-19 врз производството, откупот на грозје и винската индустрија од 2020 година дополнет со мерка за 2021 година и Законот за дополнување на Законот за финансиска поддршка за намалување на последиците предизвикани од корона вирусот Ковид-19 врз производството, откупот на грозје и винската индустрија

Број на мерка	Име на мерка	Исплатени средства (денари)	Исплатени средства (евра)
Мерка	Поддршка по килограм за произведено винско грозје кое во периодот од 15 август 2021 година до 31 октомври 2021 година е предадено кај регистриран откупувач на винско грозје за производство на вино или за извоз на винско грозје во висина од три денари по килограм	309.443.917	5.019.366
ВКУПНО исплатени средства за 2021 година		309.443.917	5.019.366

Извор на податоци: ДИЗ

Просечниот принос на грозје во тони на хектар (t/ha), во Република Северна Македонија по административни региони за период од 2012 до 2021 година изнесува 11,6 т/ха а варираше под влијание на еколошките услови од 7,6 т/ха во 2017 година до 14,1 т/ха во 2016 година. Во просек најголем просечен принос на грозје се постигнува во Југоисточниот реон од 15,6 т/ха, Вардарскиот реон од 12,3 т/ха и Полошкиот реон од 11,1 т/ха. Помали просечни приноси се постигнуваат во Североситочниот реон од 8,2 т/ха, Југозападниот реон од 8,0 т/ха и Источниот реон од 8,0 т/ха. Најмали просечни приноси се постигнуваат во скопскиот реон од 6,3 т/ха.

Табела 13 - Просечен принос на грозје (вклучено трпезно и винско) во Република Северна Македонија по региони во t/ha

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Х
Југоисточен	17,2	18,8	9,1	16,9	18,5	11,6	15,1	13,9	18,8	15,9	15,6
Вардарски	11,3	14,5	9,9	15,4	15,2	7,7	13,8	11,0	13,0	11,3	12,3
Полошки	12,0	14,1	12,5	13,2	12,4	9,2	12,1	10,7	8,0	7,3	11,1
Североисточен	7,7	11,5	4,8	11,7	10,6	4,7	5,6	5,5	10,4	9,9	8,2
Југозападен	5,5	9,9	3,3	7,9	7,7	7,4	7,5	8,5	10,7	12,1	8,0
Источен	8,8	8,5	3,4	9,0	9,1	1,8	10,1	9,9	10,0	9,6	8,0
Пелагониски	7,0	9,4	7,9	9,7	9,1	2,7	7,7	7,3	8,3	5,7	7,5
Скопски	8,9	8,9	7,6	7,3	6,8	4,8	5,3	4,1	4,4	4,8	6,3
Вкупно	11,3	13,6	8,5	14,0	14,1	7,6	12,2	10,6	13,2	11,3	11,6

Извор на податоци: ДЗС

Просечниот принос на грозје во килограми на лоза (кг/лоза) во Република Северна Македонија по административни региони за период од 2012 до 2021 година изнесува 3,2 кг/лоза со варирање во годините од 2,1 кг/лоза во 2017 година до 3,9 кг/лоза во 2016 година.

Табела 14 - Просечен принос на грозје (вклучено трпезно и винско) во Република Северна Македонија по региони во kg/лоз

Регион	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	X
Југоисточен	5,6	6,4	3,0	5,7	6,2	3,9	5,2	5,0	6,6	5,6	5,3
Вардарски	3,0	3,5	2,6	4,1	4,1	2,0	3,7	3,0	3,5	2,6	3,2
Југозападен	2,0	3,6	1,2	2,8	2,7	2,6	2,6	3,0	3,8	4,3	2,9
Полошки	2,6	3,4	2,6	2,8	2,6	2,0	2,5	2,2	2,4	2,2	2,5
Источен	2,6	2,5	1,0	2,5	2,6	0,5	3,0	2,9	2,9	2,9	2,3
Пелагониски	1,6	2,2	1,9	2,4	2,2	0,6	1,8	1,8	2,0	1,6	1,8
Скопски	2,1	2,1	2,1	2,0	1,9	1,3	1,5	1,1	1,3	1,3	1,7
Североисточен	1,3	2,0	0,8	2,1	1,9	0,8	1,0	1,0	2,0	2,0	1,5
Вкупно	3,0	3,5	2,3	3,8	3,9	2,1	3,4	3,0	3,8	3,1	3,2

Извор на податоци: ДЗС

По административни реони, во просек, најголем просечен принос на грозје на лоза се постигнува во Југоисточниот реон од 5,3 kg/лоза. Средни просечни приноси по лоза се забележани во Вардарскиот реон со 3,2 kg/лоза, Југозападниот реон со 2,9 kg/лоза, Полошкиот реон со 2,5 kg/лоза и Источниот реон од 2,3 т/ха. Најмали приноси на грозје на лоза имаат Пелагонискиот реон со 1,8 kg/лоза, Скопскиот реон со 1,7 kg/лоза и североисточниот реон со 1,5 kg/лоза. Винското грозје се откупува за да се користи како инпут за производство на вино, главно од македонските винарии, но има одредена количина што се извезува за производство на вино во регионалните земји (вредност од близу 2 милиони евра). Во периодот 2012 – 2022 година, просечно извезено винско грозје е 10,6 милиони килограми. Извозот на винско грозје во регионалните земји и преработено од винариите надвор од Република Северна Македонија прави директна конкуренција на македонското вино на тие пазари. Заради неможноста на апсорпција од страна на домашните производители на целото произведено винско грозје, трендот на извоз продолжува низ годините но со значителен пад. Со оставрување на активностите во оваа стратегија ќе се цели кон целосно прекинување на извозот на винско грозје вон границите на Република Северна Македонија.

Графикон 4 – Извоз на винско грозје по години (2012 – 2022)



Извор на податоци: ДИЗ

3.1.2 Производство на вино

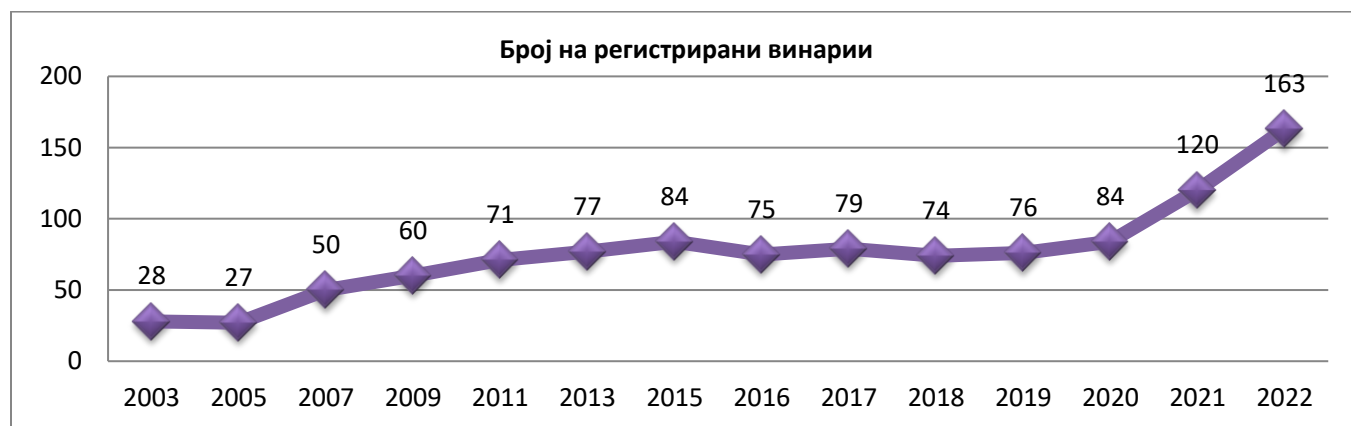
Имајќи предвид дека најголем дел од произведеното грозје се употребува за производство на вино, најразвиен сегмент во преработувачката индустрија во лозарството во државата е секако производството на вино.

Во последните 10 години, бројот на нови винарии (поголемиот дел од нив се со мал капацитет) е зголемен за речиси четири пати 163 во 2022 година во споредба со 2003 година кога се регистрирани само 28. Споредено со 2019 година, кога беа регистрирани 76 винарии, од 2020 година до сега трендот на пораст е евидентен со 114%. Зголемување се забележува кај регистрираните мали/семејни винарии и физички лица (или вкупно 95 со капацитет до 50.000 литри), особено во Тиквешкиот регион, кој е познат како најголем вински регион во државата.

Зголемувањето се должи поради олеснетите услови за нивно запишување во Регистарот на производители на вино со донесувањето на Законот за изменување и дополнување на Законот за вино („Службен весник на Република Северна Македонија“ бр. 235/19).

Со овие измени се овозможија низа поволности со кои се олеснија условите за производство на вино на малите семејни винарии и на физичките лица производители на вино, што е тековен тренд во светски рамки, особено во сегментот на продажба на вино од куќен праг во насока на диверзификација на понудата на пазарот и развој на винскиот и руралниот туризам.

Графикон 5– Број на регистрирани по години (2003 – 2022 година)



Извор: МЗШВ регистар на производители на вино (последна верзија 27.01.2023)

Многу од помалите бутик винарии регистрирани како правни лица, како и најголемиот дел од поголемите винарии инвестираат во софистицирана опрема и технологија за производство на вино, за да можат да бидат поконкурентни на домашниот и на странските пазар. Овие винарии имаат тенденција да го насочат своето производство кон висококвалитетни флаширани вина, преку примена на строга контрола во изборот на сорти, напредно управување со лозјата, правилно берење и практики за транспорт и испорака. Потенцијалот на секторот е висок особено поради постојаното менување на билансот на извоз на флаширано наспроти наливно вино. Република Северна Македонија е производител на наливно евтино вино во последните 50 години, но по распадот на Југославија, повеќето од државните винарии беа приватизирани и тотално реконструирани со многу инвестиции во нови современи технологии, отворени се нови модерни винарии кои почнаа да го градат брендираното флаширано вино. Преминот од наливно во флаширано вино е процес низ годините и во последните 20 години се вложија многу напори од страна на винариите.

Производството на вино денес се одвива во 78 винарска визба (правни лица) со вкупен капацитет од 1.720.461 hl и 85 регистрирани физички лица производители на вино со вкупен капацитет од 8.294 hl (регистар на МЗШВ, 27.01.2023 година). Вкупниот капацитет за производство на вино на почеток на 2023 изнесува 1.728.755 hl и е за два пати повеќе од вкупното производство на вино (50% искористеност на вкупни капацитети). Вкупниот капацитет за полнење на вино во шишиња изнесува околу 650.000 hl годишно што е недоволно да го покрие целокупното производство на вино во земјата. Иако со недоволен капацитет, капацитетите за полнење на вино во шишиња остануваат неискористени бидејќи сè уште поголем дел од виното се пласира како наливно.

Табела 15 –Структура на винариите според капацитет (правни и физички лица)

Капацитет	Број на винарии	% од вкупен број винарии	Вкупен капацитет на вино во хл	% од вкупен капацитет за п-во на вино
од 151.000 hl до 500.000 hl	4	2,45%	896.000	51,83%
од 51.000 hl до 150.000 hl	5	3,07%	408.930	23,65%
од 11.000 hl до 50.000 hl	12	7,36%	359.400	20,79%
од 1.000 hl до 10.000 hl	19	11,66%	47.450	2,74%
околу или под 500 hl	123	75,46%	16.975	0,98%
ВКУПНО	163	/	1.728.755	

Извор: МЗШВ регистар на производители на вино 27.01.2023

Капацитетот за производство на црвено вино (60%) е поголем од белото вино (40%), поради фактот што значителен дел од бели сорти грозје најчесто се користи за производство на „ракија“.

Од постоечките 163 регистрирани винарии (правни и физички лица), 21 од нив се одговорни за 96,27% од домашното производство на вино

Повеќето винарии користат модерна технологија и опрема, што им овозможува да произведуваат, во голем обем, производи кои се карактеризираат со постојаност на квалитетот. Винската индустрија сè уште останува силно зависна од човечкиот капитал, што прави високи трошоци. Покрај тоа, употребата на традиционални методи не ги нуди истите гаранции во однос на постојан квалитет на финалниот производ. Меѓу најголемите производители на флаширано вино се „Тиквеш“, „Стоби“, „Сковин“, „Езимит“, „Имако“, „Далвина“, „Бовин“, „Попов“, „Попова кула“, „Камник“, „Сопот“, „Венец“. Секоја од овие компании се разликува по големина и пазарен пристап. Некои од винариите се фокусирани на извоз на регионалните и интернационалните пазари и не се многу присутни на домашниот пазар.

Производствените капацитети се главно лоцирани во винските региони долж Повардарието, каде се произведува 83% од вкупното производство на вино во земјата.

Просечното годишно производство на вино е помеѓу 90-100 милиони литри во последните 10 години. Трендот кај производството на вино укажува на извесно намалување на количините поради фактот што најголемиот дел од помалите винарски визби се фокусирани кон производство на вино во шишиња но и поради конверзија на дел од наливното вино во големите винарски визби во спакуван производ од 1 литар стаклени шишиња како и 2_литри ПЕТ амбалажа (категорија која исто влегува во флаширано вино според тарифен број 220421).

Графикон 6— Производство на вино по години (2012-2022 година)



Извор: ДИЗ

Најмало годишно производство на вино е забележено во 2014 година и 2017 година што е резултат на временските карактеристики на таа година и појавата на болести.

Во процесот на производство, технологијата која се употребува се разликува, најчесто во зависност од степенот на финализација на виното. Кај производството на наливно вино, истото воглавно се произведува и созрева во инокс танкови со различен капацитет, посебни бели и црвени универзални ферментатори, како и рото-ферментатори за црвено вино. Процесот на винификација најчесто е строго контролиран преку автоматската контрола на температурата за време процесот.

Од вкупната палета на македонски вина, според класификацијата во тековниот закон за вино над 750 се вина со заштитено географско потекло, односно трпезни вина со географска ознака (ВГО), вина со контролирано потекло (ВКП) и вина со контролирано и гарантирано потекло (ВКГП). Од вината со заштитена географска ознака, најголем процент (околу 70%) отпаѓа на ВКП вина, 12% на ВКГП вина, а останатиот дел се трпезни вина со географска ознака (ВГО).

Во 2022 година беа издадени повеќе од 1.200 решенија за ставање на виното во промет, споредено со 2021 година каде што беа издадени околу 1.000 решенија за ставање вино во промет.

3.1.3 Пласман на македонското вино

3.1.3.1 Пазар на вино во Република Северна Македонија

Домашната потрошувачка на вино е релативно ниска и изнесува 7,3 литри годишно по жител (ДЗС). Сепак, потрошувачката на вино ја надминува оваа бројка доколку се земе предвид потрошувачката на вино во туристичките капацитети и ресторани, вклучително и консумирањето на домашно произведено вино т.н. неофицијално производство, потрошувачката на вино по глава на жител се проценува на околу 15 литри годишно. Локалните производители на вино ги интензивираат напорите за развивање на винска култура во земјата, со едукација на помладата генерација и паралелно пласирање на квалитетно, брендирано вино на пазарот. Овој тренд го водат помалите и новоформираните винарски визби и малите семејни винарии кои имаат ограничени производни капацитети и повеќе се потпираат на квалитетот и на цените, наспроти сеуште доминантните големи производители, кои поради големиот производствен капацитет го извезуваат мнозинството вино како наливно и/или економско и стандардно комерцијално вино, но нивниот фокус исто така лежи во трансферот на производство и извоз на висококвалитетно вино во шишиња. Сепак, бавното закрепнување од економската криза, постојаната политичка криза во државата и незапочнувањето на преговорите со ЕУ остава ограничен простор за развој на попрофитабилни производи за домашен пазар и барем до сега, софистицираните вина ќе останат привилегија на помалите и побогати потрошувачки сегменти.

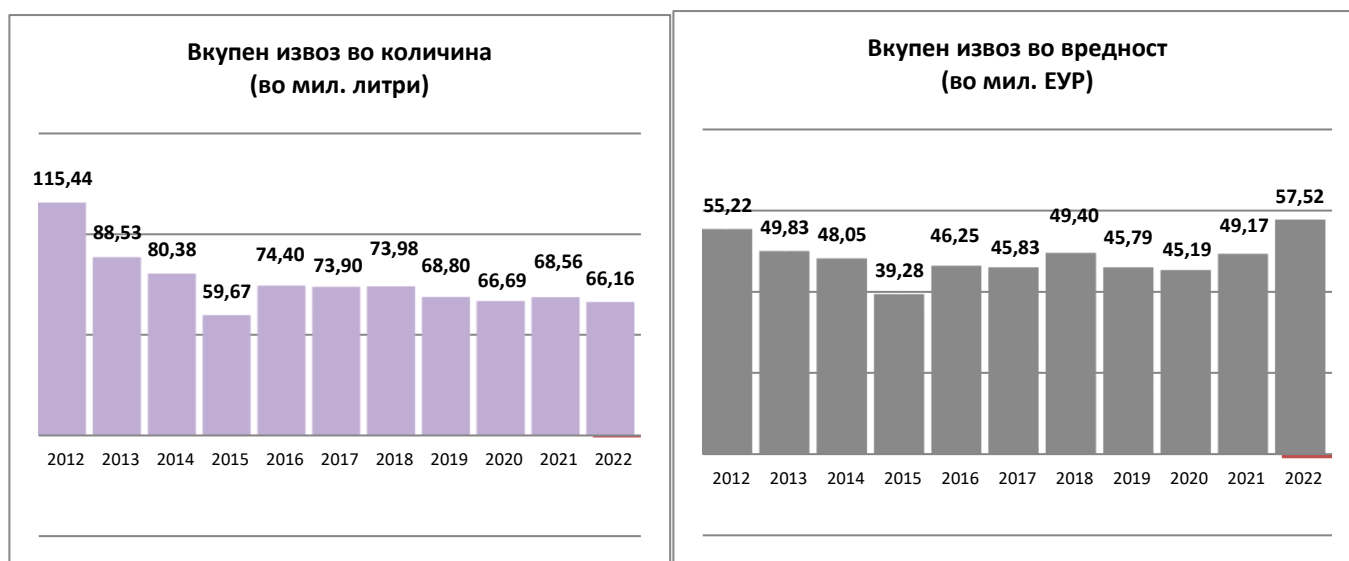
Домашниот пазар е ценовно чувствителен на начин што поголемиот дел од потрошувачите претпочита ниски цени на вино, што веројатно е последица на нискиот животен стандард на македонскиот народ.

Со оглед на тоа што земјата произведува поголемо количество на вино од она кое може да го конзумира во земјава, најголем дел од произведеното вино се извезува. Со ниска домашна потрошувачка од 7 до 10 литри по глава на жител годишно, се проценува дека дури 85% од вкупното производство на комерцијално вино е наменето за извоз. Слабата домашна потрошувачка, како и традицијата на извоз на македонско вино придонесува индустријата да биде извозно ориентирана.

3.1.3.2 Извоз на вино

Вкупните извезени количини вино од Република Северна Македонија се движат од 70 до 110 милиони литри вино. Во последната деценија се постигнати одлични резултати во извозот на флаширано вино, што покажува постојан пораст на учеството во вкупниот извоз.

Графикон 7– Извоз на вино по години (2012-2022) во количина и вредност

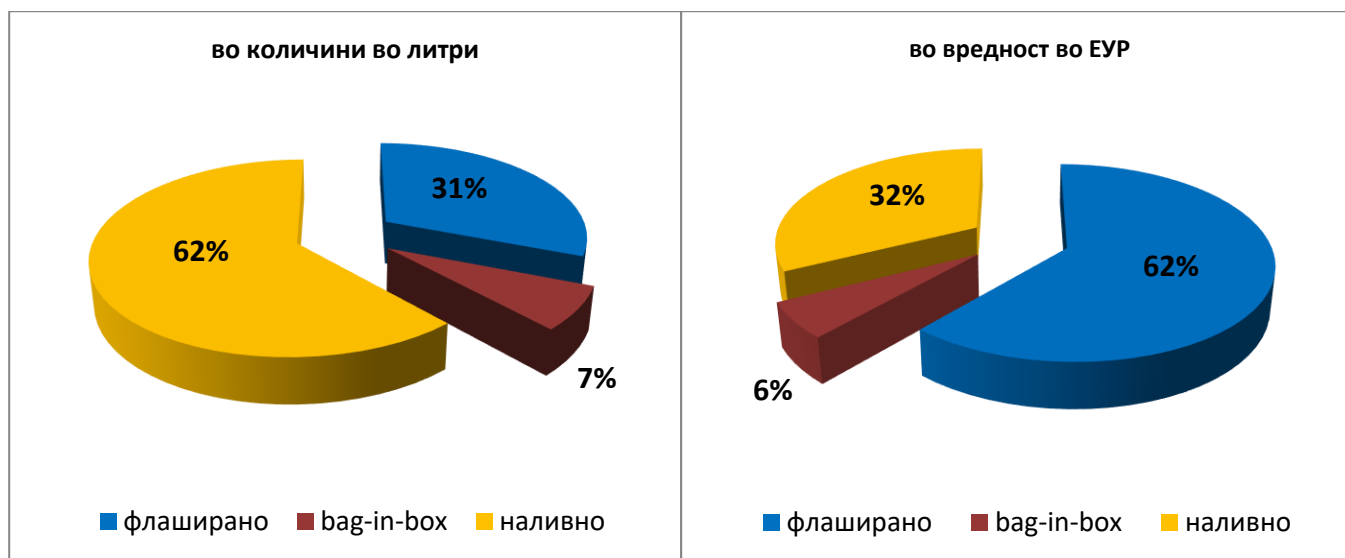


Извор: Царинска Управа на Република Северна Македонија, обработка на податоци Вина од Македонија

Последните четири години (од 2019 до 2022) може да се оценат како години во кои македонската винска индустрија бележи резултати на стагнација во однос на продажбата и извозот на македонското вино на меѓународните пазари. По големото намалување на вкупните извезени количества вино во 2015 година како последица на лошата реколта во 2014 година, изминатите седум години се бележи стабилизирање на извозот кој се движи од 66 до 68,5 милиони литри со вкупен девизен прилив од рекордни 57,5 милиони евра во 2022 година. Намалување има во однос на вкупните извезени количини од 3,42% во 2022 во однос на 2021 година, но забележано е зголемување од 17,21% во однос на вкупната вредност кое пред се се должи на зголемувањето на вредноста а извозот на флаширано вино во Балканските земји.

Извозно ориентираните винарии имаат значително подобрување во квалитетот на производството на грозје и инвестирање во напредна технологија. Но и покрај инвестициите за набавка на современа опрема за преработка на грозје, складирање и флаширање на вино, производството и извозот на наливно вино сè уште го надминува производството и извозот на вино во шишиња во количина за 62% наспроти 31% во корист на наливното вино во 2022 година во количина (7% отпаѓа на bag-in-box пакување). Но, во поглед на извезена вредност на виното во последните две години се забележува пораст на вкупната вредност на извезено вино во шишиња во сооднос на 62% наспроти 32% во корист на флашираното вино во вредност (6% отпаѓа на bag-in-box пакување).

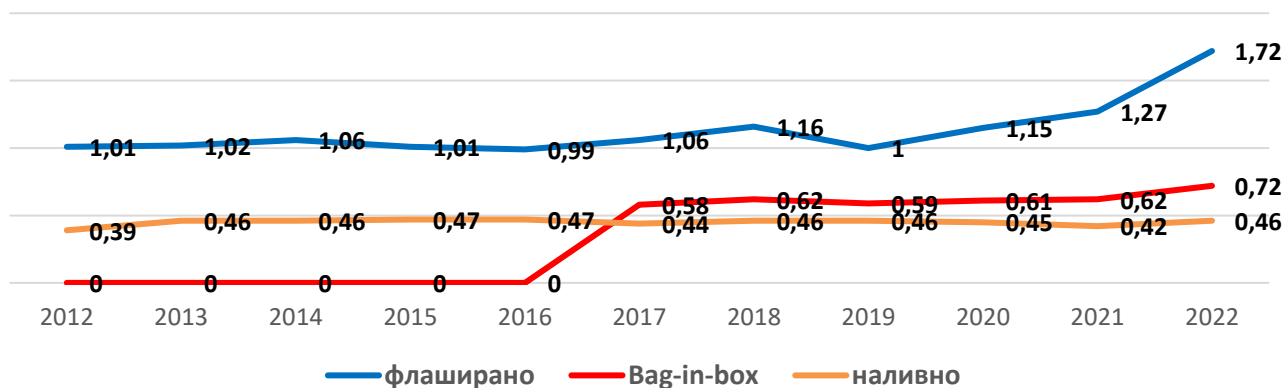
Графикон 8– Структура на извоз по тарифен број во 2022 година во количина и вредност



Извор: Царинска Управа на Република Северна Македонија, обработка на податоци Вина од Македонија

Доколку се земе предвид просечната цена на извезеното вино, може да се заклучи дека 63% од трошоците за грозје придонесуваат во цената на наливното вино што се извезува од земјава, а 25% во вкупната просечна цена на виното што се извезува како флаширано вино. Просечната извозна цена на извезеното вино од Република Северна Македонија во разгледуваниот период од 2012-2022 година се пресметува 1,13 евра за литар флаширано вино 0,45 евра за наливно вино за литар и 0,62 евра по литар за bag-in-box пакување. Просечната откупна цена на произведено грозје во Република Северна Македонија во разгледуваниот период од 2012-2022 се пресметува на 0,20 ЕУР /поделено со рандеман од 70%.

Графикон 9– Просечна цена во ЕУР по литар извезено вино по тип на пакување (2012-2022 година)



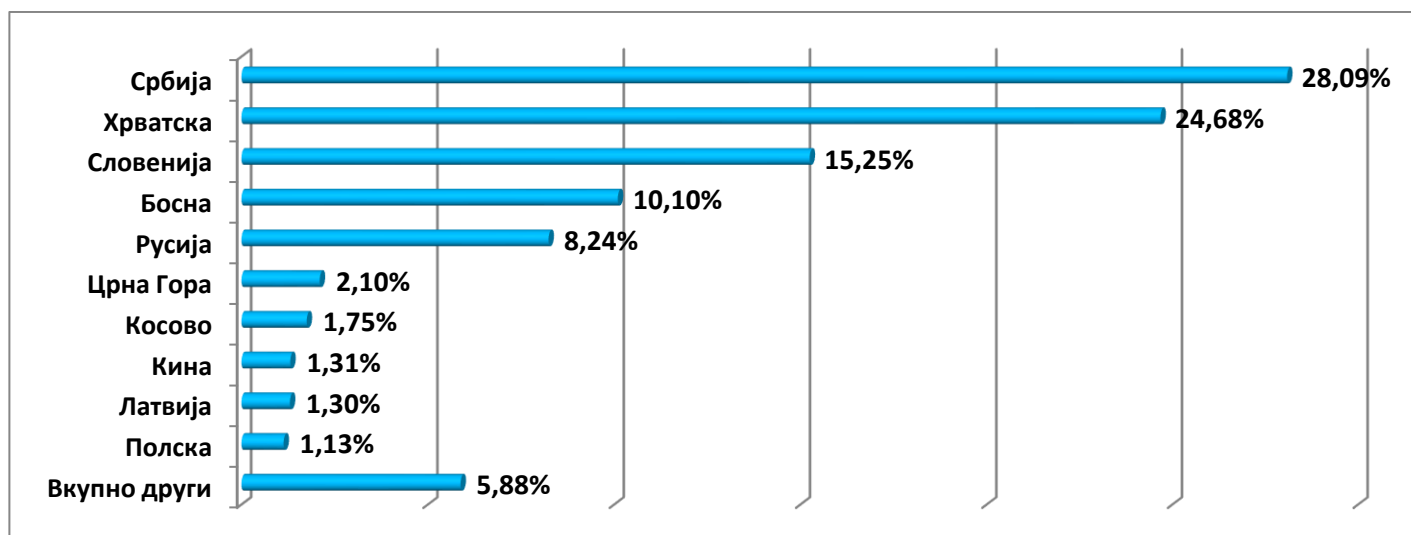
Извор: Царинска Управа на Република Северна Македонија, обработка на податоци Вина од Македонија

- Вкупниот извоз кон земјите од ЕУ во 2022 година изнесува 43.272.696 литри, односно намалување за 5.5% во однос на 2021 година. Кај извозот на флаширано вино имаме пад од 15.2% во однос на 2021 година, односно се извезени 11.168.714 литри. Кај извозот на вино во bag-in-box имаме пораст на извозот во споредба со 2021 година, односно извезени се 3.757.767 литри вино, што претставува зголемување за 1.5%, додека кај извозот на наливно вино забележуваме намалување на извозот од 2% во споредба со 2021 година, односно извезени се 28.346.216 литри вино.

Просечната цена по литар во евра бележи зголемување кај вината bag-in-box и наливното вино. Просечната цена на флаширано вино изнесува 1,05 евра по литар, односно намалување од 1,6% во однос на 2021 година. Просечната цена на виното bag-in-box изнесува 0,65 евра по литар, односно зголемување од 15%, додека просечната цена на наливното вино изнесува 0,45 евра по литар или зголемување од 3,2% во споредба со 2021.

- Вкупниот извоз кон земјите од Балканот (AL, B&H, SRB, MNE, KOS, TUR) во 2022 година забележува зголемување од 3% во споредба со 2021 година, односно извезени се 21,680,234 литри вино. Кај извозот на флаширано вино се забележува пораст од 9.4%, споредено со 2021 година, односно извезени се количини од 8,878,196 литри. Просечната цена по извезен литар на вино во шишиња е зголемен за 45.5% во однос на 2021та година (од 1.75 на 2.50 евра). Извозот на виното во bag-in-box забележува пад од 26,5% споредено со 2021 година, односно извезени се 784,751 литри на вино во bag-in-box пакување. Вкупната количина на наливно вино извезено до земјите од Балканот изнесува 12,017,287 литри, што претставува зголемување од 1,2% споредбено со претходната година.
- Вкупниот извоз кон останатите земји во светот во 2022 година забележува пад од 28,7% во споредба со 2021 година, односно извезени се 1,210,921 литри вино. Извезени се количини на флаширано вино од 752,49 литри, што претставува намалување на количините за 39,8%, додека вино во bag-in-box е извезено во количини од 4,475 литри, што претставува намалување од 90% во споредба со 2021 година. Количините на извезено наливно вино изнесуваат 453,951 литри, што претставува зголемување на количините во однос на 2021 година за 12.7%. Просечната цена на флашираното вино забележува зголемување од 3,8% во споредба со 2021 и изнесува 2,39 евра по литар. Просечната цена на виното bag-in-box забележува пад од 31,6%, односно изнесува 0,74 евра по литар. Просечната цена на наливното вино забележува пораст од 18.7% споредбено со 2021, односно изнесува 0,82 евра по литар.
- ТОП 10 земји за извоз на флаширано вино, според вредноста во евра редоследно се следните: Србија, Хрватска, Словенија, Босна и Херцеговина, Русија, Црна Гора, Косово, Латвија, Кина и Полска.

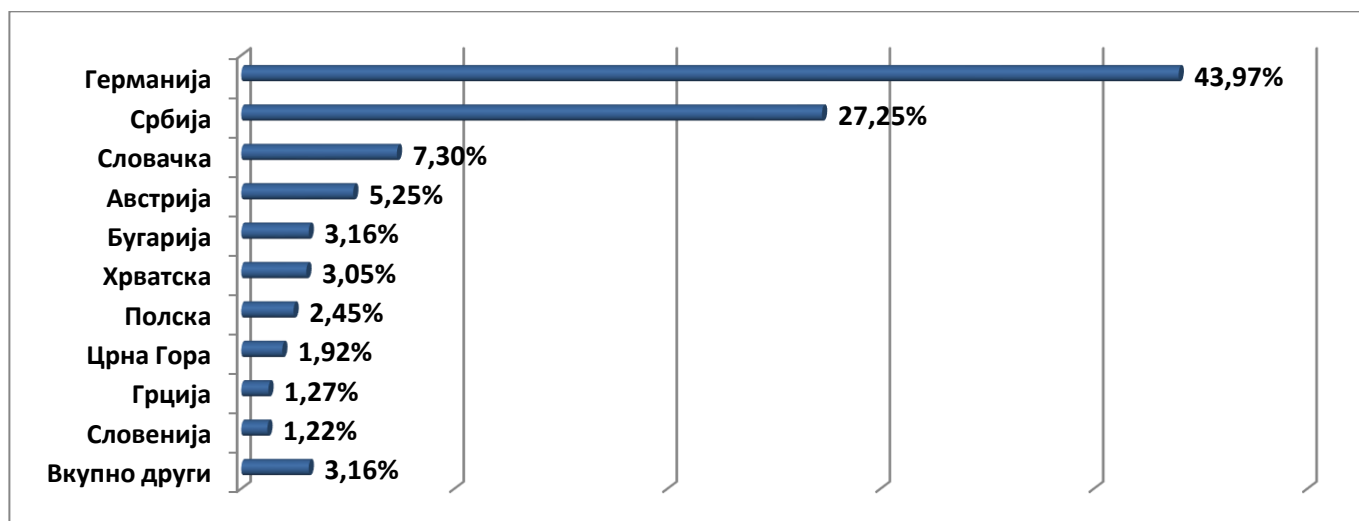
Графикон 10– Извоз на флаширано вино по тарифен број до 2Л пакување во 2022 според вредност во ЕУР



Извор: Царинска Управа на Република Северна Македонија, обработка на податоци Вина од Македонија

Според количината на извоз забележуваме пораст на извезените количини споредено со 2021 година кај следните ТОП 10 земји: Србија за 86,4%, Црна Гора за 33,2%, Босна и Херцеговина за 24,4%, Косово за 29,6%, Латвија за 527% и Словенија за 8,4%. Намалување на извезените количини забележуваме кај следните ТОП 10 земји: Хрватска за 12,9%, Русија за 47,8%, Кина за 60% и Полска за 52,8%. ТОП 10 земји за извоз на наливно вино, според вредност во евра редоследно се следните: Германија, Србија, Словачка, Австрија, Бугарија, Хрватска, Полска, Црна Гора, Грција и Словенија.

Графикон 11 Извоз на наливно вино по тарифен број над 10 литри во 2022 година според вредност во ЕУР



Извор: Царинска Управа на Република Северна Македонија, обработка на податоци Вина од Македонија

Според количината на извоз забележуваме пораст на извозот во споредба со 2021 година кај следните ТОП 10 земји: Србија за 11,8%, Словачка за 171,4%, Австрија за 18,5% и Полска за 18,4%. Намалување според количината на извоз во споредба со 2021 година забележуваме кај следните ТОП 10 земји: Германија за 0,2%, Бугарија за 34,5%, Хрватска за 30,9%, Црна Гора за 28,4%, Грција за 32,9% и Словенија за 18,1%.

Најголеми извозни пазари за флаширано вино се земјите од регионот, а најголем пазар за пласман на наливното вино историски останува Германија со скоро половина апсорбирана количина од наливното вино од земјава. Структурата на извозните пазари покажува дека извозниот потенцијал на македонското вино е недоволно искористен, но од друга страна винариите се соочуваат со потешкотии во пласман на флаширан и брендиран производ на пребирливите пазари на ЕУ пред се поради неконкуретност на македонското вино, малата препознатливост на земјата како производител на вино како и неизградениот систем на Географски ознаки.

Доколку подлабоко се разгледаат податоците за извоз на флаширано вино по тарифен број 220421 во кој спаѓа секое пакување на вино до 2 литри можеме да заклучиме дека и дел од овој сегмент што се извезува влегува во категоријата на низок ценовен сегмент во пакување во 2 литри ПЕТ амбалажа која вообичаено се извезува во регионот или пазарите на ЕУ како приватна марка. Заради ограничена достапност на податоците од минати години, во продолжение е прикажана структурата на извоз на флаширано вино за последните три години:

Табела 16—Структура на извоз на флаширано вино по тарифен број 220421 по тип на пакување (2020-2022)

Вид на пакување на виното	Удел во литри 2020	Извоз 2020 во литри	Удел во литри 2021	Извоз 2021 во литри	Удел во литри 2022	Извоз 2022 во литри
2L PET	46,77%	9.650.331	42,31%	9.535.229	34,79%	7.254.428
1L стакло	35,05%	7.231.504	36,61%	8.249.575	42,95%	8.955.437
0,75L стакло	14,90%	3.074.173	17,26%	3.888.684	18,23%	3.801.158
1,5L стакло	1,56%	321.639	1,77%	398.727	1,51%	314.686
0,187L стакло	1,28%	264.568	1,59%	358.530	2,08%	434.083
1L PET	0,25%	50.889	0,25%	55.368	0,09%	18.098
2L стакло	0,15%	31.317	0,11%	25.344	0,18%	36.768
0,5L стакло	0,04%	7.319	0,11%	24.658	0,18%	36.807
0,25L стакло	0,00%	714	0,00%	0	0,00%	0
0,375L стакло	0,00%	92	0,00%	0	0,00%	0
Вкупно	100%	20.632.545	100,00%	22.536.115	100,00%	20.851.465

Извор: ДИЗ

Во 2020та година винскиот сектор се соочи со огромна криза, како последица на Ковид 19 пандемијата како и економската криза која следеше. Врз основа на примерите од европските вински земји, Владата на Република Северна Македонија заедно со МЗШВ

обезбедија финансиска поддршка на производителите на вино со цел да се заджат постојните извозни пазари за македонското вино кои се клучни за одржување на целата индустрија.

Табела 17 - Финансиска поддршка за винарството во 2020 година според Законот за финансиска поддршка за намалување на последиците предизвикани од корона вирусот Ковид-19 врз производството, откупот на грозје и винската индустрија

Број на мерка	Име на мерка	Исплатени средства (денари)	Исплатени средства (евра)
Мерка 3	Поддршка од 30% за транспортни трошоци за извезено вино во шишиња во периодот од 1 јануари 2020 година до 31 октомври 2020 година	67.611.625	1.096.701
Мерка 4	Поддршка од 20% за транспортни трошоци за извезено наливно вино во периодот од 1 јануари 2020 година до 31 октомври 2020 година		
ВКУПНО:		67.611.625	1.096.701

Извор на податоци: ДИЗ

Заради тешката пост ковид состојба, како и економската нестабилност предизвикана со воениот конфликт во Украина кој доведе до енормно покачување на цените на репроматеријалите и електричната енергија, МЗШВ во рамките на своите можности излезе во пресрет и кон винариите со дополнителна поддршка.

Имено во 2022 година МЗШВ покрај поддршката за производството на грозје во текот на берба со дополнителни 3 денари во 2021 година и 2 денари во 2022 година даде финансиска поддршка на извозните винарии со цел задржување на конкуретноста на продажните цени на македонското вино на надворешните пазари во 2022 година.

Табела 18 - Финансиска поддршка за извоз на вино во 2022 година

Број на мерка	Име на мерка	Исплатени средства (денари)	Исплатени средства (евра)
Мерка	Финансиска поддршка за извоз на вино од 01. Сеп 2021 до 01. Сеп 2022	151.025.424	2.455.698
ВКУПНО исплатени средства за 2022		151.025.424	2.455.698

Извор на податоци: ДИЗ

Со овој тип на поддршка во 2020 и 2022 година насочена кон производителите на вино, за прв пат во досегашното работење од осамостојувањето на Република Северна Македонија во 1991, е обезбедена значителна директна поддршка на извозот на македонско вино, што е претставува воедно и поддршка на финалниот производ виното.

Табела 19 – Споредбен приказ директна поддршка во примарно производство во лозарството наспроти производство на вино

година	директна поддршка во оддржување на лозови насади во МКД	директна поддршка за предадено винско грозје во МКД	вкупно поддршка за лозарство во МКД	директна поддршка за производство или извоз на вино во МКД
2012	525.536.764	177.967.558	703.504.322	0
2013	544.173.313	0	544.173.313	0
2014	539.501.922	0	539.501.922	6.721.351
2015	570.851.900	0	570.851.900	0
2016	571.856.432	0	571.856.432	0
2017	775.462.430	0	775.462.430	0
2018	710.630.312	0	710.630.312	0
2019	632.958.186	155.877.466	788.835.652	0
2020	592.016.134	339.471.925	931.488.059	0
2021	620.695.210	309.443.917	930.139.127	67.611.625
2022	596.713.629	0	596.713.629	151.025.424
Вкупно во МКД	6.680.396.232	982.760.866	7.663.157.098	225.358.400
Вкупно во ЕУР	108.624.329	15.979.851	124.604.180	3.664.364

Извор: АФПЗРР

Од податоците во табела 11 може да се заклучи дека од вкупна директна поддршка обезбедена од МЗШВ во секторот лозарство и винарство во разгледуваниот период од 2012 до 2022 година изнесува 7.888.515.498 МКД или 128.268.545 ЕУР. Од вкупно обезбедената поддршка 97,14% се алоцирани во секторот лозарство, а само 2,86% е обезбедена за поддршка на извозот на македонското вино.

3.1.3.3 Вински туризам како канал за пласман на македонско вино и промоција

Винскиот туризам преставува еден од главните канали за пласман на македонското вино. Во моментот, само винариите со поголем капацитет во земјата имаат изградено капацитети за вински туризам како што се ресторани и сместување. Има неколку од нив кои вложија големи финансиски инвестиции и труд во последните 15 години и ја креираат и градат винската туристичка понуда во земјата во попрофесионален правец. Најдобрите примери ги вклучуваат Шато Камник во Скопје, Шато Сопот во Велес, Винарија Лазар и Винарија Стоби во Градско, Винарија Тиквеш во Кавадарци, Винарија Попова Кула и Квин Марија во Демир Капија, како и малата семејна винарија Вински подрум Попови во Кавадарци.

Но, меѓународните туристи кои ја посетуваат земјата се повеќе и повеќе бараат традиционални локални вина и локална храна од мали производители и се насочени се повеќе кон искусување на рурален туризам. Имаат интерес да ги посетат и малите семејни винарии кои произведуваат одлична винска приказна некои во ултармодерен стил со современа технологија, а други со традиционални па дури и етно елементи според старите традиционални техники на правење вино, во ограничени количини, каде што ќе можат да го искушат локалниот амбиент и да ги вкусат локалните вина и останати локални специјалитети. Мнозинството семејните винарии почнаа да се појавуваат т.е регистрираат по измените што се воведени во Законот за вино во земјата во почетокот на 2020 година, каде што добиваат право да го регистрираат својот капацитет за производство на вино со ограничено производство до 50.000 литри вино годишно. Сепак, повеќето од нив произведуваат до 10.000 литри вино годишно и имаат многу ограничени канали за продавање на нивните вина – само во локални ресторани и специјализирани продавници за вино. Немаат капацитет ниту дозвола за извоз, па најдобрата можност им е да воведат продажба од врата. Нивната додадена вредност за целата индустрија е збогатување на туристичката понуда од аспект на вински и рурален туризам и директно претставување на нивните вина пред туристите.

Туристите за овој тип на туризам може да се движат од локалното население кое ги посетува специјално за да купи вино или туристи (вински туристи) кои го посетуваат регионот, како и многубројните транзитни туристи во текот на летната сезона, бидејќи голем дел од нив се лоцирани во близина на главниот автопат Е-75. Атракција за овој тип на туристи е искуството што го нудат малите винарии со можност да видат каде се прави виното, да учествуваат во дегустација на вината пред да го купат и да се запознаат со приказната зад виното.

Малите семејни винарии можат да бидат флексибилни и можат да го подигнат искуството на туристите и да овозможат тури за мали групи за време на бербата директно на лозјата и дополнително да понудат локална храна со локално вино. Поголемиот дел од малите винарии кои се отворени за туристички посетители немаат никакво дополнително искуство за вински туризам освен за дегустација на вино. Нивната подготвеност за креирање винска туристичка понуда е многу ограничена и повеќето од нив сè уште немаат знаење да создадат содржина за да го привлечат вниманието на туристите. Недостигот на знаење во сервирањето на виното и правилното прикажување на приказната зад винската традиција,

тероарот, винскиот регион како и спарување на локалното вино со локалната храна е видлива пречка за понатамошен развој на малите производители на вино. Повеќето од нив имаат ограничено онлајн присуство и немаат контакт со домашни или регионални туристички агенции или тур-оператори.

Развојот на вински туризам придонесува во градење на перцепцијата за земјата како винска земја на странските пазари. Овој тип на туризам е лесно прилагодлив во агендата на секој тип на туристичка тура и еден од клучните елементи во развојот на винската индустрија во иднина. Со фокус на развој на руралниот сегмент од винскиот туризам потребен е фокус на поддршка насочен кон малите семејни винарии (физички и правни лица со производство до 50.000 литри вино годишно) која се однесува на: нивно поврзување со локални и регионални тур оператори и туристички агенции, поголема промоција на нивните туристички услуги на он лине платформи и социјални медиуми, едукација во делот на креирање на понуди, презентација и спарување на вино и храна и поддршка во инвестиции насочени кон вински туризам.

Поради зголемениот број на мали производители на вино, во 2022 година беше креирана нова – посебна Програма за финансиска поддршка за инвестиции за малите производители на вино. Целта на поддршката е да се создаде конкурентност во производството на вино, да се стимулира вработувањето, да се развие семејниот бизнис и руралните средини што ќе придонесе и кон развој на винскиот рурален туризам во нашата земја. Оваа програма е планирана и за 2023 година со износ од 15.000.000 денари (243.112 евра).

Табела 20 - Обезбедена поддршка на малите семејни винарии во 2022 година преку Програма за рурален развој во форма на грант поддршка

Број на мерка	Име на мерка	Број на одобрени апликации	Исплатени средства (денари)	Исплатени средства (евра)
Мерка	Грант поддршка за малите семејни винарии	59	34.500.000	561.000
ВКУПНО исплатени средства за 2022 година		59	34.500.000	561.000

Извор: МЗШВ

3.1.4 Општествено економски карактеристики на лозарските и винарските стопански субјекти

Во последните дваесет години македонскиот винскиот сектор забележа пресврт од претходната состојба која се карактеризираше со недостаток на инвестиции во лозови насади, застарена опрема за правење на вино што имаше влијание на квалитетот на виното и стареењето на лозовите насади. Овој пресврт беше основно управуван од процесот на приватизација на винарските визби, што им овозможи на инвеститорите да имаат пристап до значителни финансиски средства за да ја преземат контролата врз овие претпријатија, а делумно и со појавата на многу нови винарии со мал капацитет кои беа фокусирани на производство на висококвалитетно вино. Со тоа, многу винарски визби го завршија процесот на надградба на нивната опрема, ослободувајќи средства за директно купување на државните лозови насади и пресадување на лозовите насади со нови интернационални квалитетни сорти на грозје, а во комбинација со традиционалните македонски и локални балкански сорти, како Станушина, Вранец, Кратошија и Темјаника, се главната причина за појава на нови етикети и брендови на пазарот.

Помалите винарски визби, како и поголемите винарски визби кои се ориентирани кон производство на вино во шишиња со повисок квалитет, употребуваат и посоефицирана опрема - опрема за вакумско вшмукување, микровинификација и современа опрема за бистрење и стабилизација на виното. Со цел да се задржи уникатниот карактер на вината, овие визби често користат дабови буриња (барик) за ферментација, одлежување и созревање на виното.

Винското грозје во земјата се одгледува на различни почви низ целата територија со различни услови на одгледување, што резултира со варијации во квалитетот на истиот вид на грозје. Дополнителен проблем во однос на квалитетот преставува недостатокот на клонска селекција на локалните сорти на грозје. Лозарските практики низ целиот сектор сеуште се насочени кон квантитет, а не на квалитетот заради ниската откупна цена на грозјето. Сиромашниот избор и менаџирање со грозјето во испораката до винариите дополнително го влошува проблемот. Сеуште се забележуваат појави кога грозјето се испорачува во подрумите еден ден по бербата, што го оштетува квалитетот на грозјето и води кон неконтролирана ферментација само со седење во камиони на високи температури. Сите овие фактори влијаат врз квалитетот и конзистентноста на крајниот производ.

Во најголем дел, опремата за производство на вино ги снабдуваат италијански производители како што се Гимар, Еновента, Каваљани, Сипрам и Спадони. Додека малите винарии генерално инвестираат во современа опрема, во последниве години големите винарски визби, исто така, почнаа постепено да инвестираат во нова опрема и технологија.

Винариите го увезуваат најголемиот дел од потребните шишиња од производителите во Хрватска и во помала мера од Бугарија, бидејќи во Македонија нема производители на шишиња. Просечната цена за шише од 750 ml е помеѓу 0,35 и 0,50 ЕУР центи. Плутените тапи се набавуваат од Португалија преку дистрибутери од Австрија, Италија, Франција, Србија и

Грција и цената варира помеѓу 0,15 до 0,45 ЕУР центи по парче во зависност од квалитетот. Етикети и картонските пакувања се снабдуваат главно од домашните компании по конкурентни цени, но и во овој дел се јавува потреба од увоз од Бугарија, Италија и останати ЕУ земји.

Производството на наливно вино генерално се одвива во танкови од нерѓосувачки челик. Помалите винарии и некои од поголемите винарски визби кои се насочени кон производство на високо квалитетни вина користат дабови буриња за производство на вино во шишиња. Дабовите буриња обично се увезуваат од компании од Србија, Унгарија, Бугарија или Франција.

Според експертите од локалната индустрија, вкупните трошоци што македонските винарски визби ги имаат за увоз на потребната технологија и опрема во фазата на производство, се нешто над светскиот просек на индустријата поради високите транспортни трошоци и набавка на сите елементи од увоз, давајќи му на македонскиот вински сектор помала конкурентност на интернационалните пазари.

Новите сопственици на поранешните државни винарски визби инвестираат во надградба на опремата, реконструкција на винарски визби и развој и едукација на човечки ресурси, бидејќи македонската винска индустрија го префрла производство на вино од наливно во флаширано.

Инвеститорите пак во новите винарски визби ги изградија капацитетите на производство од нула, со јасна визија за производство исклучиво на брендирано вино во шишиња. Сите винарски визби инвестираат во сите аспекти на маркетинг миксот поединично, но и со заеднички настап на странските пазари преки Здружението Вина од Македонија заедно со поддршка на Владата на Република Северна Македонија, преку МЗШВ се обидуваат да промовираат македонско вино на интернационалните пазари.

Неколку од најголемите винарски визби беа продадени на инвеститори и по преземањето, новите сопственици инвестираа во подобрување на капацитетите и процесите за производство на вино, како и надградба на лозовите насади. Во исто време винариите во сопственост на домашните инвеститори инвестираа значителен износ на средства во технологијата за унапредување на процесите и контролата на вино. Најпознатиот и најголемиот производител на вино во земјата, ВВ Тиквеш, успеа да го финализира целиот процес инвестиции и да го префрлат целосно производството на наливно вино во вино во шишиња. Следејќи ги светските трендови, тие инвестираа во подобрена технологија за ферментација со целосна контрола на температурата низ целиот процес и развиени внатрешни лаборатории за тестирање и истражување.

Поголемиот дел од винариите развија и барик-секции за стареење на вината во буриња. Винаријата „Далвина“, основана во 2007 година, и Винарската „Стоби“ во 2009 година, инсталираа најнова технологија за производство на вино според најновите барања за безбедност на храна и квалитет на пазарот. Исто така, многу од помалите бутик винарии го унапредува своето производство на вино и го подигнаа нивото на квалитетно вино.

Сепак, винскиот бизнис спаѓа во категоријата на спори бизниси во кои инвестициите почнуваат да се враќаат после десетата година. Со недоволна организација, тешкиот пат во изнаоѓање на пазари за пласман на македонското вино, недоволната препознатливост на земјата како винска земја како и неможноста за обезбедување на конкуретни цени на странските пазари, голем дел од големите винарски визби се во стечајна постапка (Повардарие, Визба Валандово), дел од нив немаат лиценца за работа заради неисплатено винско грозје од претходни берби (Сковин, Гама Винарија - Квин Марија) и голем дел сеуште работат на работ на преживување.

Потребата од реконструкција на секторот е повеќе од потребна со цел зачувување на лозовите насади и капацитетите на производство во наредните години.

3.2 Регулирање на винската индустрија

3.2.1 Надлежни институции на винската индустрија

Главен орган со надлежности во македонскиот вински сектор, одговорен за спроведувањето на Законот за виното, како и за креирање и спроведување на политиките во секторот е МЗШВ.

Поради зголемениот обем на активности, одделението за лозарство и винарство кое постоеше во рамките на Секторот за земјоделство, прерасна во Сектор за лозарство и винарство и овоштарство. Промената е направена со цел зголемување на можностите и капацитетите на МЗШВ при имплементација на предвидените планови и програми за подобрување на состојбата во винскиот сектор. Секторот брои три одделенија и тоа: одделение за лозарство и лозов катастар, одделение за винарство и одделение за овоштарство.

Секторот за лозарство и винарство при МЗШВ ја организира, насочува и врши работата од областа на лозарството и винарството, подготвува анализи, стручни мислења и информации од областа на лозарството и винарството, изготвува Решенија за ставање на вино во промет и Решенија за упис во регистарот на производители на вино, води Регистар на производители на вино, води евиденција за производните капацитети на винарските визби, подготвува законски и други општи правни акти од областа на лозарството и винарството, го води и одржува Националниот регистар на лозови насади, го изработува делот од Програмата за финансиска поддршка на земјоделството од областа на лозарството и винарството и го следи нејзиното реализирање и остварува контакти со другите органи на управата и со претставниците на лозаро-винската индустрија заради размена на информации и искуства. Работата на Секторот за лозарство и винарство е поддржана од страна на подрачните единици на МЗШВ. Подрачните единици, во зависност од застапеноста на лозарското и винарското производство во нивна област на надлежност, извршуваат различни функции во винскиот сектор, по обем и суштина.

Државниот инспекторат за земјоделство (ДИЗ), покрај другите свои општи надлежности, врши надзор и контрола над спроведувањето на законите и подзаконските прописи од областа на лозарството и винарството, врши инспекциски надзор над ставањето на виното во промет (на домашниот и странските пазари), зема една мостра на вино во четири примероци заради утврдување на квалитетот на виното, изготвува записник, врши надзор при примената на енолошки средства и постапки, води евиденција за производството на грозје и вино, етикетирање на виното, внатрешниот промет на грозје и вино, производство и заштита на вина со географски назив, увоз и извоз на грозје и вино, водат контрола на влезните и излезните регистри за вино, води евиденција и контрола врз ископачувањето на лозови насади, реализацијата на одобренијата за садење, следливоста, декларација на берба, залихи и друго, донесува првостепени решенија т.е. поднесува барања за поведување на прекршочна постапка и пријави за кривични дела, за повреди на одредбите од законите и нивните прописи, врши увид на објектите и деловните простории во кои се

произведува, доработува, преработува, негува и чува вино итн. Во текот на 2022 година Државниот инспекторат за земјоделство, постапувајќи по Законот за виното има извршено 13.493 контроли, што претставува 28,79% (46.870) од вкупниот број контроли спроведени од страна на ДИЗ во 2022 година, врз основа на 20 различни закони.

Покрај горенаведените, од управите и органите во состав на МЗШВ, надлежности во областа на лозарство и винарство имаат и Управата за семе и саден материјал и Државната фитосанитарна лабораторија.

Четири лаборатории се акредитирани да вршат енолошки испитувања и физичко-хемиски анализи на виното: УКИМ, Земјоделски институт – Скопје, УГД, Земјоделски факултет во Штип, УКИМ, Факултет за ветеринарна медицина - Скопје и МЗШВ, Државна фитосанитарна лабораторија – ДФЛ, од кои првите три институции се овластени од страна на министерот за земјоделство шумарство и водостопанство за вршење на енолошки испитувања и анализи на виното. Во државата, постојат внатрешни лаборатории во склоп на винариите кои само за свои потреби извршуваат дел од анализите, за одредување на квалитетот на суровината при откуп и на финалниот производ.

Агенцијата за финансиска поддршка во земјоделството и руралниот развој (АФПЗРР) е самостоен орган на државната управа со својство на правно лице, основана врз основа на Законот за основање на Агенција за финансиска поддршка во земјоделството и руралниот развој („Службен весник на Република Македонија“ бр. 72/07). Основната надлежност на АФПЗРР е имплементација на финансиската поддршка, односно исплата, следење и административна и контрола на самото место на исплатите од националните програми за развој на земјоделството и руралниот развој, како и на мерките од прет-пристапната помош на ЕУ наменети за рурален развој (ИПАРД).

Основно јавно овластено тело за обезбедување на советодавни услуги во земјоделството е Агенцијата за поддршка на развојот на земјоделството (АПРЗ) која, како примарна активност, обезбедува советодавни услуги на фармерите во целата земја. Структурата на АПРЗ е дизајнирана на три нивоа на управувања: Управа, регионални/подрачни центри и работни единици. Седиштето на Агенцијата за поддршка на развојот на земјоделството (АПРЗ) се наоѓа во Битола и координира шест регионални центри и 30 работни одделенија низ земјата.

Заради широка опфатност на индустријата ги набројуваме и другите државни институции кои се важни и можат да придонесат кон развој на винската индустрија, како што се:

- Министерството за економија преку законските регулативи за туризам во кои е застапен и винскиот туризам, развој на индустриската политика, како и преку годишните програми за поддршка и конкуретност на мали и средни претпријатија и поддршка на кластери;
- Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот преку давање поддршка на развојот на винскиот туризам во државата;
- Агенцијата за привлекување на инвестиции и промоција на извозот преку своите програми за поддршка на извозна промоција, како и изнаоѓање на странски

инвеститори кои би инвестирале во винската индустрија со купување на капацитетите за производство кои се на продажба како и отворање на нови винарии со странски капитал;

- Министерството за надворешни работи кое преку своите дипломатски претставништва во странство е потребно да даде голема поддршка во делот на промоција, а особено во делот на преговарање на државно ниво на билатерална основа во земјите во кои увозот на вино од Република Северна Македонија е ограничен со царински давачки и дополнителни и отежнати царински процедури (пример, Кина и Јапонија);
- Царинската управа на Република Северна Македонија кој ги регулира даноците за вино и алкохолни пијалоци, особено акцизите.
- Министерството за животна средина и просторно планирање согласно надлежностите од Законот за управување со отпадот и Законот за управување со пакување и отпад од пакување кои се однесуваат на производството на грозје и вино. Во најновиот извештај за рангирање на светскиот индекс за квалитет на воздухот (IQAir AirVisual), кој обезбедува апликација за следење на квалитетот на воздухот што се повеќе се користи во регионот, Босна и Херцеговина и Северна Македонија се идентификувани како најзагадени земји во Европа во последните неколку години. Фактот дека Република Северна Македонија е една од најзагадените загадената земја во Европа, има многу лошо влијание врз винската индустрија воопшто бидејќи виното како извозен производ нема да биде конкурентно на меѓународните пазари поради фактот што сè повеќе потрошувачи обрнуваат внимание на проблемите со загадувањето. Република Северна Македонија како главно земјоделска земја треба да биде заштитена од загадувањето според прописите на МЕ особено во главните земјоделски региони кои се по течението на реката Вардар.
- Единиците на локалната самоуправа како општините или агенциите за регионален развој е од клучно значење за индустријата, особено во областа на винскиот и развојот на руралниот туризам. Потребен е поголем ангажман на општините и релевантните сектори, како што е локалниот економски развој, со цел стратешки да се заложат за зачувување на производството на вино во винските региони, особено во долината на реката Вардар. Потребна е и соработка со релевантните тела како што се локални акциони групи (ЛАГ) во сродни области со цел да се пренесат искуства во развојот на стратегиите за локален развој.

3.2.2 Законска регулатива на лозарството и винарството во Република Северна Македонија

Правната рамка во македонскиот вински сектор е дефинирана со Законот за виното („Службен весник на Република Македонија бр. 50/10, 53/11, 6/12, 23/13, 106/13, 188/13, 149/15, 39/16, 172/16 и „Службен весник на Република Северна Македонија“ бр. 235/19) кој е донесен во 2010 година и усогласен со Регулативите на Советот бр. 479/2008 од 29 април 2008 година за заедничката организација на пазарот на вино, со изменување и дополнување на Регулативите (ЕЗ) бр. 1493/1999, (ЕЗ) бр. 1782/2003, (ЕЗ) бр. 1290/2005, (ЕЗ) бр. 3/2008 и укинување на регулативите (ЕЕЗ) бр. 2392/86 и (ЕЗ) бр. 1493/1999, од 27 јуни 2008 година за утврдување детални правила за спроведување на Регулативата (ЕЗ) бр. 479/2008 на Советот за заедничка организација на пазарот на вино во однос на програмите за поддршка, трговијата со трети земји, производниот потенцијал и контроли во винскиот сектор, од 14 јули 2009 година со која се утврдуваат одредени детални правила за спроведување на Регулативата на Советот (ЕЗ) бр. 479/2008 во однос на заштитените ознаки на потекло и географските ознаки, традиционалните термини, етикетањето и презентацијата на одредени производи на вино во секторот и 1308/2013 од 17 декември 2013 година за основање на заедничка организација на пазарите на земјоделски производи и за укинување на Регулативите (ЕЕЗ) бр. 922/72, (ЕЕЗ) бр. 234/79, (ЕЗ) бр. 1037/2001 и (ЕЗ) бр. 1234/2007. Од донесувањето на Законот за виното, истиот е изменет и дополнет во 2011, 2012, 2013, 2015, 2016 и 2020 година со цел истиот дополнително да се усогласи со Регулативите на ЕУ, како и за потребите за посоедветна примена на Законот и негово техничко и термилошко подобрувања и усогласување на истиот со Законот за прекршоците („Службен весник на Република Македонија“ бр. 96/19). и Законот за општата управна постапка („Службен весник на Република Македонија“ бр. 124/15).

Законот за виното, меѓу другото, ги уредува: планирањето и управувањето со производствениот потенцијал за производство на винско грозје, производството на вино, пазарот и прометот со вино, класификацијата на вината, производството, означувањето и заштитата на вината со географски назив и описот, означувањето и заштитата на виното, меѓусебните односи на производителите на винското грозје и производителите на вино и заштитата на нивните интереси, заштита на интересите на потрошувачите на вино и здружувањето на производителите на вино.

Новиот закон за вино кој е во постапка на изработка ќе се усогласи со сите основни одредби на европското законодавство кои го регулираат пазарот на грозје и вино и се релевантни за Република Северна Македонија. Имено, за следење и правилна алокација на производниот потенцијал, како и гарантирање на географското потекло на виното, Законот за виното воведува задолжителна евиденција на површините под лозови насади и произведените количини преку националниот регистар на лозови насади и системот на задолжителни декларации. Покрај тоа, законот во целост ги вградува енолошките средства и постапки кои се применуваат во Европската унија за лозарската зона III-C-b, методите за анализа и утврдување на составот на виното кои се применуваат во ЕУ и се преземени од

Меѓународната организација за лозарство и вино (ОИВ), како и правилата за етикетирање и презентација на вината кои важат на ниво на ЕУ.

Детален преглед на степенот на усогласеност на правната рамка во Република Северна Македонија со Регулативите на ЕУ кои се во моментот на сила е даден во табеларен приказ како прилог кон овој документ.

Освен Законот за виното во примена се и прописи кои произлегуваат од законот, ги дополнуваат неговите одредби и уредуваат повеќе прашања неопходни за соодветна примена и спроведување на законот во форма на тековни 34 Правилници, кои по донесување на новиот закон за вино во 2023 година ќе се дополнат и обноват и ќе се донесат нови.

Покрај правната рамка која се заснова на Законот на виното, во земјоделството во нашата земја во примена се поголем број други закони и нивни придружни прописи кои воглавно се однесуваат на хоризонтални аспекти од земјоделското производство. Од нив, следниве закони и нивните подзаконски акти се во примена и имаат најголемо влијание на лозарството и производството на вино:

- Закон за земјоделство и рурален развој;
- Закон за квалитет на земјоделски производи;
- Закон за земјоделско земјиште;
- Закон за здравје на растенијата;
- Закон за производи за заштита на растенијата;
- Закон за ѓубриња;
- Закон за органско производство;
- Закон за семенски и саден материјал за земјоделски растенија.

3.2.3 Финансиска поддршка на лозарството и винскиот сектор во Република Северна Македонија

Земјоделството во Република Северна Македонија, а со тоа и лозарството и винарството како значајни земјоделски гранки, се поддржуваат преку воспоставената законска, стратегиска и програмска рамка. Системската правна основа која го регулира планирањето на развојот на земјоделството и руралниот развој, целите на земјоделската политика, планирањето, следењето и евалуацијата на националната земјоделска политика е Законот за земјоделство и рурален развој. Законот ги содржи одредбите за утврдување и спроведување на националните земјоделски политики во државата, пред сè директната поддршка на земјоделството и руралниот развој, организацијата на пазарите со земјоделски производи и државната помош во земјоделството.

3.2.3.1 Национална стратегија за земјоделство и рурален развој

Стратешките цели за развој на секторот се дефинирани во Националната стратегија за земјоделство и рурален развој за периодот 2021-2027 година (во понатамошниот текст НСЗРР), усвоена во јануари 2021 година. Тоа е трета стратегија од овој тип, со систематски преглед на политиките што треба да се спроведуваат во следните седум години. Стратегијата го одразува континуитетот на приоритетите на земјата за развој на земјоделството и руралните области, обезбедувајќи поддршка за секторот да постигне доволно ниво на конкурентност за да се справи со предизвиците што произлегуваат од непредвидливите пазарни промени и да го поттикне развојот на руралните области.

НСЗРР дефинира три севкупни стратешки цели за периодот 2021-2027 година:

- (1) подобрување на конкурентноста на земјоделско-прехранбениот сектор, економската одржливост и приходот на земјоделските стопанства;
- (2) примена на еколошки практики во производството што би довело до ублажување и прилагодување кон климатските промени; и
- (3) обезбедување на одржлив развој на руралните области.

Овие цели се надополнети со четвртата хоризонтална цел за модернизација на секторот преку унапредување и споделување на знаењето, иновациите и дигитализацијата во земјоделството и руралните области и преку охрабрување на нивното прифаќање од страна на земјоделците и другите засегнати страни во секторот. Стратегиската рамка ги следи и се усогласува со приоритетите на Заедничката земјоделска политика (ЗЗП, Common Agricultural Policy – CAP) на Европската Унија.

Владата усвојува Национална програма за развој на земјоделството и рурален развој (во понатамошниот текст НПАРД), за период до пет години, односно важечката НПАРД е донесена за периодот 2023 – 2027 година. Националната програма содржи инструменти и мерки и активности за спроведување на мерките, временски распоред за спроведување и индикативна финансиска рамка за спроведување.

За операционализирање на мерките за поддршка на секторот, вклучувајќи ги и лозарството и винарството, Владата секоја година донесува две главни програми:

- (1) Програма за финансиска поддршка на земјоделството (во понатамошниот текст ПФПЗ, чишто мерки имаат карактер на поддршка на приходот на производителите) и
- (2) Програма за финансиска поддршка на руралниот развој (во понатамошниот текст ПФПРР, чишто мерки имаат развојна компонента, вклучително и развој и унапредување на квалитетот на живот во руралните средини и заштита на животната средина).

3.2.3.2 Програма за финансиска поддршка на земјоделството

Поддршката на доходот на земјоделските стопанства, односно директните плаќања во растителното производство се основна мерка со којашто директно се поддржува лозарството и винарството (Мерка 1). За оваа мерка, во чии рамки се нудат десетици подмерки насочени кон различни подсектори или производи годишно, се програмираат од 1 до 2 милијарди денари годишно. Со намалување на вкупниот буџет во последните две години, учеството на оваа мерка достигнува половина од буџетот за оваа програма, иако значајно учество зазема и во претходниот период (околу четвртина во 2018 и 2020 година, и третина во 2017 и 2019 година).

Табела 21 - Учество на буџетот за растително производство во вкупен буџет на програмата

	ПФПЗ - Вкупно		Директни плаќања за растително производство		Учество	
	првичен износ	последен износ	првичен износ	последен износ	првичен износ	последен износ
2017	6.117.857.000	6.394.000.000	2.000.000.000	1.713.400.000	33%	27%
2018	6.210.500.000	6.772.500.000	1.500.000.000	1.695.000.000	24%	25%
2019	6.263.767.000	7.138.767.000	2.000.000.000	1.940.000.000	32%	27%
2020	4.200.000.000	4.911.673.800	1.000.000.000	1.890.000.000	24%	38%
2021	3.723.103.000	7.532.380.880	2.000.000.000	1.717.000.000	54%	23%
2022	3.586.264.000	6.650.264.000	2.000.000.000	1.435.000.000	56%	22%

Извор: Извадоци од Годишните програми за финансиска поддршка на земјоделството (www.ipardpa.gov.mk)

Според извештаи од Агенцијата за финансиска поддршка во земјоделството и руралниот развој во 2021 и 2022 година земјоделските стопанства во лозарството ги пријавуваат следните површини за мерката за одржување на постоечки лозови насади:

Табела 22 - Пријавени површини за одржување на постоечки лозови насади

година	Број на земјоделски стопанства	Декларирана површина во ха
2021	15.722	19.098
2022	15.913	18.382

Извор: АФПЗРР

Табела 23 - Преглед на број на баратели по големина на производни капацитети во лозарството

Број на баратели	Големина на површина
11.937	до 1 ха
3.746	од 1 до 20 ха
25	од 20 до 100 ха
5	од 100 до 300 ха
9	над 300 ха

Извор: АФПЗРР

За мерката за производство на домашен лозов саден материјал декларирана површина е 14,5 хектари од страна на 4 правни лица.

3.2.3.3 Директни мерки за лозарство и винарство

За лозарството и винарството се нудат неколку подмерки во рамките на Мерка 1. Основна мерка за поддршка на лозарството и винарството се директните плаќања за одржување на постоечки лозови насади, која се програмира секоја година во периодот 2017-2022 година. Оваа мерка се исплаќа по 40,000 ден./хектар за пријавени лозови насади. Како услов за добивање на оваа мерка се бара земјоделското стопанство да е регистрирано во единствениот регистар на земјоделски стопанства во рамките на Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство (МЗШВ), да има минимално површина од 0,2 ха и бројот на садници на хектар површина да изнесува минимум 1389. За стопанства со површина од 1 до 10 ха се предвидуваат 20% повисоки плаќања, односно 48.000 ден./ха. Големината на стопанствата е критериум според кој се прилагодува висината на плаќања според систем на модулација (збирно за сите сорти) кој со измената од 2020 година е во три групи:

- 100% се исплаќаат на земјоделските стопанства со големина од 0,2 до 10 ха (40.000 ден/ха за стопанства од 0,2 до 1 ха, односно 48.000 денари за стопанства од 1-10 ха);
- 60% или 24.000 ден/ха се исплаќаат на стопанствата со големина од 10 до 30 ха, а
- 30% или 12.000 ден/ха се исплаќаат за стопанствата над 30 ха.

Со оваа измена се зголемуваат плаќањата по хектар на стопанствата со големина од 5 до 10 ха (претходно беше предвидена 60% исплата, а после 2020 година таа изнесува 100%) и на стопанствата со големина над 50 ха (претходно 10-20% исплата, а после 2020 година изнесува 30%).

Дополнителни плаќања (12,000 ден/ха) на основната мерка по површина во годините 2018-2020 се проектирани за реконструирање на лозови насади заради промена на сортната структура.Подобни за користење на оваа мерка се земјоделски стопанства кои се корисници на основната мерка по површина и направиле промена на сортната структура со пресадување во периодот од 2016 до 2018 година.Оваа подмерка е изоставена во годишните програми за финансиска поддршка на земјоделството од 2021 и 2022 година.

Доколку производството на грозје е сертифицирано органско или е во преод, директните плаќања предвидени според основната мерка за одржување и мерката за реконструирање на лозови насади се зголемуваат за 70%, но и овие плаќања во лозарското производство се подложни на модулација, односно скалесто исплаќање според големината на пријавена површина (100% за површина од 0,1 до 10 ха; 60% за површина од 10,1 до 40 ха; 30 % за површина од 40,1 до 60 ха; и 10 % за површина поголема од 60 ха). Во подрачјата со ограничени можности подрачја со ограничени можности, над 700 метри надморска височина) се исплаќаат дополнителни 15% од основната мерка и е преполовена

минималната потребна површина за производство (од 0,2 ха на 0,1 ха). Овие дополнителни плаќања се врзани со плаќањата според двете мерки за поддршка по површина (основната мерка за одржување на постоечките лозови насади и дополнителната мерка за промена на сортната структура).

Директни плаќања за 2023 година

Поддршката во лозарството во 2023 година се раздвојува на директните плаќања по обработлива земјоделска површина за одржување на постоечки лозови насади и дополнителни директни плаќања за остварено производство на грозје. Висината на директни плаќања изнесува 12.000,00 денари по хектар за сите лозови насади и висината на дополнителните директни плаќања изнесува 28.000,00 денари по хектар. Дополнителните директни плаќања за остварено производство на грозје се однесуваат на земјоделските стопанства кои имаат произведено и предадено грозје во регистрирани капацитети за производство на вино, вклучително и произведеното грозје за потребите на сопствениот преработувачки капацитет или производството е користено за домашни потреби или е продадено на пазар. Висината на поддршката се намалува со зголемување на пријавените површини и тоа: од 0,2 ха до 10 ха 100%, од 10 ха до 30 ха 60% и над 30 ха 30% збирно за сите сорти.

Табела 24 – Финансиска поддршка за одржување на постоечки лозови насади 2012 – 2022 година

Година	Број на баратели	Пријавена површина со лозов насад (ха)	Исплатени средства	Исплатени средства
			(денари)	(евра)
2012	16.823	18.762	525.536.764	8.545.313
2013	17.206	19.197	544.173.313	8.848.347
2014	16.779	18.446	539.501.922	8.772.389
2015	17.445	19.755	570.851.900	9.282.145
2016	16.961	19.797	571.856.432	9.298.479
2017	16.780	19.968	775.462.430	12.609.145
2018	16.700	19.691	710.630.312	11.526.850
2019	16.367	19.044	632.958.186	10.266.961
2020	16.313	19.329	592.016.134	9.602.857
2021	15.725	19.703	620.695.210	10.068.048
2022	15.348	18.374	596.713.629	9.702.661
ВКУПНО:			6.680.396.232	108.523.194

Извор: АФПЗРР

Новитет во 2023 година е тоа што дополнителните директни плаќања за грозје ќе се извршуваат според изјава за произведената количина од страна на земјоделското стопанство доставена до Агенцијата за финансиска поддршка во земјоделството и руралниот развој со податоци за вкупното остварено производство на земјоделското стопанство,

количината на продаденото производство кај регистрирани откупувачи, складираната количина, количината продадена на пазар, количината користена за сопствени потреби.

Посебна мерка за поддршка на променливи влезни елементи во земјоделското производство е мерката за директни плаќања за производство на домашен лозов саден материјал. Корисници се правни лица запишани во Регистарот на снабдувачи за саден материјал кои имаат произведен лозов саден материјал во 2023 година согласно Законот за семенски и саден материјал за земјоделски растенија и имаат добиено сертификат за конечно сертифициран саден материјал. Висината на директните плаќања изнесува 30,00 денари по лозов садник од категоријата САС (стандарден) саден материјал за произведени и продадени садници, а 35,00 денари по лозов садник од повисока категорија на сертифициран саден материјал за произведени и продадени садници, вклучително и садници кои се употребени за сопствени потреби.

Согласно Програмата за финансиска поддршка во органското земјоделско производство предвидени се следните мерки:

- Директни плаќања по обработлива земјоделска површина за одржување на постоечки органски лозови насади (дополнителни 8400 денари по ха или 70% од конвенционалното);
- Дополнителни директни плаќања за остварено производство на органско грозје (дополнителни 19.600 денари по хектар) ;
- Директни плаќања за производство на домашен органски лозов саден материјал (дополнителни 9,0 денари/садник за категоријата САС (стандарден) саден материјал и 10,5 ден/садник за повисока категорија на сертифициран саден материјал).

3.2.3.4 Други директни мерки за поддршка според програмата за финансиска поддршка на земјоделството

Програмата за финансиска поддршка на земјоделството предвидува и други мерки со кои се поддржуваат земјоделските стопанства, независно дали произведуваат грозје или имаат друго растително или сточарско производство. Некои од овие мерки се во форма на субвенции со кои се покриваат дел од трошоците за осигурување, анализа на почвата или набавка на гориво за механизацијата, или како дополнителна помош за одредени категории носители на земјоделското стопанство.

Субвенциите за кофинансирање на премии за осигурување покриваат максимален износ од 60% од трошоците, којшто е ограничен на максимум 150.000 денари по стопанство. Кофинансирањето е ограничено и врз основа на големината на опфатената површина, што во однос на лозјата изнесува максимум 5 хектари.

Како дополнителна помош за одделни категории носители на земјоделско стопанство се предвидуваат 10 милиони денари годишно, при тоа, дополнителни 5 % се доделуваат на

правни лица основани од носителот на стопанството кои се регистрирани во Единствениот регистар на земјоделски стопанства, 10 % на млади земјоделци (до возраст од 40 години), кои се носители на стопанството, дополнителни 20 % на семејно земјоделски стопанства регистрирани согласно Законот за вршење на земјоделска дејност или Законот за пензиско и инвалидство осигурување, и од 2021 година се воведуваат дополнителни 10 % за земјоделски задруги за остварено и продадено производство преку задругата.

Мерката за субвенционирање на трошоците за набавка на гориво за земјоделска механизација започнува да се применува од 2019 година и предвидува покривање 50% од трошоците за набавка на гориво, но не повеќе од 100.000 денари по земјоделско стопанство. Оваа мерка се применува во континуитет заклучно со 2023 година.

Табела 25 - Други мерки за поддршка според програмата за финансиска поддршка на земјоделството

Мерка	Програмиран износ	Услови
3 Помош во премии и осигурување	70 милиони ден. (2017-2022)	Максимум 60 % (чл. 98, 33PP) Максимум 5 ха за лозја Максимум 150.000 ден./стопанство
4 Помош за заштита на земјоделско земјиште	2 милиони ден. (2017) 1 милион ден. (2018-2022)	70 % од трошоци за анализа Максимум 9000 ден./стопанство
5 Помош за одделни категории носители на земјоделско стопанство	10 милиони ден. (2017-2022)	+ 5 % на правни лица основани од носител на стопанството + 10 % на млад земјоделец носител на стопанството + 20 % на стопанство регистрирано согласно ЗВЗД или ЗПИО
8 Помош за поддршка на трошоците за набавка на гориво за земјоделска механизација	200 милиони ден. (2019, 2021, 2022) 250 милиони ден. (2020)	50% од трошоците макс 100.000 ден./стопанство
7 Помош и дополнителна помош за загуби предизвикани од природни непогоди и неповолни климатски настани кои се случиле во 2016, 2017, 2018 г.	50 + 50 милиони ден. (2017, 2018) 12 +50 +50 милиони ден. (2018 7-а и 7-6, 2018 8-а)	100% од утврдена загуба на приходи (2017) 20% од утврдена загуба на приходи (2018) *согласно чл. 99-6 од 33PP
7-а		
7-6		
8		
8-а		
* ДП за трговија со органски производи	-	2% (до 2018) и 5% (од 2019) од вредноста на произведени и продадени производи, максимум 150.000 денари по оператор
* ДП за преработка на органски производи	-	5% (до 2018) и 10% (од 2019) од вредноста на произведени и продадени производи, максимум 150.000 денари по оператор

Извор: Извадоци од Годишните програми за финансиска поддршка на земјоделството (www.ipardpa.gov.mk)

3.2.4 Програма за финансиска поддршка на руралниот развој

Програмата за финансиска поддршка на руралниот развој ја сочинуваат низа од 19 мерки, за кои речиси секоја година се предвидувани финансиски средства.

Овие мерки, според својата цел се групираат во неколку групи:

- (1) мерки за зголемување на конкурентноста на земјоделското производство;
- (2) мерки за унапредување на животната средина и руралните средини;
- (3) мерки за подобрување на квалитетот на животот во руралните средини и поттикнување на диверзификација на економските активности;
- (4) технички мерки за поддршка на развојот на земјоделството и руралниот развој.

Првата и четвртата група мерки се особено значајни, затоа што имаат директно влијание на подобрување на условите за развој на лозарството и винарството, додека останатите мерки имаат индиректно влијание, така што можат да бидат искористени како дополнителни можности од страна на производителите.

Зголемување на конкурентноста

Зголемувањето на конкурентноста на земјоделското производство се предвидува да се постигне преку унапредување на знаењето и вештините на земјоделските производители, поттикнување на земјоделска дејност вклучително кај младите (до 40 годишна возраст) и жените како ранливи категории, модернизација на производството, и поттикнување на соработка за подобрување на ефикасноста и квалитетот на производите.

Знаење и вештини.Подобрувањето на нивото на знаење и вештини кај земјоделските производители е клучно за унапредување на секторот.Само информиран и образуван производител може да обезбеди профитабилно и одржливо земјоделско стопанство, со квалитет што се бара на пазарите.За обезбедување на оваа цел до 2019 година се предвидени мерки за обука и информирање на земјоделските производители (111) и за советодавни услуги во земјоделството (114).

Мерката 111 е наменета за организирање и обука на курсеви (со времетраење од 40 до 200 училишни часови) и информативни сесии (со времетраење од 6 до 18 часа) за усовршување и оспособување на земјоделските производители за водење на земјоделското стопанство, трансфер на знаења, користење на информатичка технологија, примена на стандарди, итн. Поддршката изнесува во вредност од 100% од прифатливите и направени трошоци за организирање на овие курсеви и сесии, вклучително и подготовка и печатење на пропратни материјали.

Корисници на мерката 114 се организациите кои нудат советодавни услуги (образовни, научно-истражувачки, советодавни организации и национални здруженија на производители, но не и Агенцијата за поттикнување на развојот на земјоделството), како и корисниците на овие услуги (земјоделските производители). Поддршката на советодавните организации се исплаќа согласно деловен план одобрен од министерството, и тоа 80% од прифатливите трошоци и се намалува за 5% во наредните пет години. Поддршката на земјоделските корисници изнесува 80% од прифатливите и направени трошоци и не надминува 70.000 денари по корисник годишно. Буџетот за овие мерки бил доста мал, најмногу до 1 милион денари годишно, што не е доволно да се покријат големиот број на земјоделски производители во земјата, како и различните потреби и теми на секоја земјоделска гранка.

Поттикнување на земјоделска дејност. За поттикнување на земјоделска дејност се предвидени неколку мерки (112, 113) кои ги опфаќаат и младите земјоделци до 40 години возраст, како и жените со мерката 115. Од овие три мерки, досега е исплатена финансиската поддршка само за мерката за млад земјоделец, но овој износ се однесува за сите земјоделски производители, не само за производство на грозје и вино.

Мерката 112 се однесува на млад земјоделец кој за првпат започнува или го презема постоечкото земјоделско стопанство. Освен што треба да е носител на земјоделското стопанство, тој треба да има минимум средно земјоделско образование или соодветна обука и да спроведува добри практики. Поддршката се исплаќа согласно одобрен деловен план во времетраење од три години, на годишно ниво во најмногу три рати согласно фазите на реализација на инвестицијата, во вкупна вредност до 1.200.000 денари. Според уредбата за Програмата од 2022 година, може да се додели авансна исплата до 40% од вредноста. Корисници на оваа мерка се семејни земјоделски стопанства кои претходно не користеле ваква поддршка. Значењето на оваа мерка во однос на лозарството и винарството е олеснување на влезот на нови, иако мали по обем, учесници во пазарот.

Мерка 113 претставува неповратна финансиска помош за инвестиции наменети за модернизирање на земјоделското стопанство во износ до 1,2 милиони денари кои се исплаќаат во три годишни рати согласно одобрен деловен план.

Мерка 115 претставува неповратна финансиска помош за мали инвестиции во износ до 360.000, по стопанство (на пример, за производство на маџун или други преработки), наменети за активност спроведувана од женски член на стопанството.

Модернизација. Особено значајни, со директно влијание на секторот, вклучително и лозарството и винарството, се мерките за подобрување на конкурентноста. Тука пред сè спаѓа мерката 121 со која се поддржуваат инвестиции за модернизација на земјоделски стопанства, како што се подигнување на нови насади, набавка на трактори, набавка на систем за наводнување капка по капка или други зафати на површинска вода, како и набавка на матични растенија од категорија основен саден материјал во овоштарството и лозарството.

Со мерка 124 се поддржуваат капитални инвестиции во водостопанската инфраструктура, пристап до земјоделско земјиште, консолидација на земјоделско земјиште, како и унапредување на пасиштата. Корисници на оваа мерка се МЗШВ, единиците на локалната самоуправа, водостопанските претпријатија и водните заедници, и јавното претпријатие за стопанисување со пасиштата. Поддршката, според оваа мерка, изнесува 100% од прифатливите трошоци.

Мерката 123 за инвестиции за преработка и маркетинг на земјоделски производи е наменета за преработувачки капацитети, за развој на нови производи и дизајн, нови производни процеси и технологии за преработка, за развој на пазарна инфраструктура за постбербени активности, или за собирање и чување на примарни земјоделски производи, како и за постигнување на повисоки стандарди од минималните утврдени со закон. Корисници на овие мерки се трговски друштва и задруги, а поддршката изнесува до 50% од прифатливите и направени трошоци (освен за големи претпријатија, кога поддршката изнесува до 25%). Оваа мерка може да се користи и од микро, мали и средни претпријатија, како и земјоделски задруги, кои потпишале договор за користење на средства од ИПАРД фондот.

Поддршката за основање и одржување на функционирањето на земјоделските задруги се врши со мерката 131. Бидејќи оваа мерка е за заедничко вршење на земјоделска дејност, таа вклучува и инвестиции за заеднички производни практики заради зголемување на ефикасноста, усогласување на стандардите и обезбедување на производи со повисок квалитет (органски производи, производи со гарантирана традиционална посебност, заштитен географски назив и ознака на потекло и вино со географско потекло). Со оваа мерка исто така се покриваат и трошоци за манифестации, саеми и промотивни кампањи. Корисници се земјоделските задруги, а поддршката изнесува 100% од прифатливите трошоци според одобрен деловен план за период од пет години.

Мерки за техничка поддршка

Во мерките за техничка поддршка, особено неколку се значајни или имаат голем потенцијал за искористување од учесниците во лозарството и винарството. Пред сè, тука спаѓа поддршката за учество на саемски манифестации за промоција на земјоделски производи и преработки во и вон државата. Листата на манифестации вон државата е прилично сеопфатна и брои десетина настани низ светот. Вкупен буџет на годишно ниво за поддршка обезбедена за промоција на македонското вино на интернационални пазари и поддршка за овоени вински награди на интернационални и регионални натпревари изнесува околу 175.000 евра за целата индустрија што се недоволно средства за значителна промоција на земјата на странските пазари.

Табела 26 - Обезбедена поддршка во Евра за интернационална промоција на македонското вино на вон Република Северна Македонија (2013 – 2022 година)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Реализиран буџет за промотивни активности вон Република Северна Македонија и поддршка за освоени награди во Евра	66.478	174.007	180.596	235.000	208.863	309.465	319.321	63.559	25.401	164.000

Извор: МЗШВ

3.2.5 Предпристапни програми на ЕУ и можности за финансирање на лозарството и винарството

Секторите лозарство и винарство како стратешки сектори на Македонското земјоделското производство, се поддржани преку ИПАРД Програмата и тоа во трите програмски периоди на спроведување на ИПАРД Програмата (од 2007 до денес).

ИПАРД поддршката за лозарство е во рамките на приоритетниот сектор „растително производство“ од мерката „инвестиции во физички средства на земјоделските стопанства“. Поддршката согласно листата на прифатливи трошоци од ИПАРД Програмата вклучува: набавка на земјоделска механизација и опрема за лозарско производство, градење и обнова на објекти за лозарско производство, вклучително и помошни објекти, набавка на нови и модернизација на постоечки системи за наводнување, подигнување на нови лозови насади (вклучено во ИПАРД 2 и ИПАРД 3), набавка на мрежи за заштита од град, итн.

Табела 27 - Преглед на ИПАРД барања во лозарство:

	Поднесен и барања	Склучени договори	ИПАРД поддршка во €	Исплатени барања	ИПАРД поддршкаво €
ИПАРД Програма 2007-2013	463	245	1.903.326	197	1.177.623
ИПАРД Програма 2014-2020 ¹	484	308	4.771.356	285	1.814.843
Вкупно	947	553	6.674.682	482	2.992.466

Извор: МЗШВ

ИПАРД поддршката за винарството е во рамките на приоритетниот сектор „преработка на шира од грозје, вино и оцет“ од мерката „инвестиции во физички средства за преработка и маркетинг на земјоделски и рибни производи“. Поддршката согласно листата на прифатливи трошоци од ИПАРД Програмата вклучува: набавка на опрема и механизација за преработка, градење и обнова на објекти, вклучително и помошни објекти, набавка на опрема и механизација за заштита на животната средина, развој на инфраструктурата на барателот, набавка на опрема за производство на енергија од обновливи извори, итн.

¹Податоците ја отсликуваат имплементацијата на ИПАРД заклучно со јуни 2022 година. Во Агенција имаат поажурирани податоци за исплатата на барањата.

Табела 28 - Преглед на ИПАРД барања во винарството:

	Поднесен и барања	Склучени договори	ИПАРД поддршка во €	Исплатени барања	ИПАРД поддршкаво €
ИПАРД Програма 2007-2013	26	6	911.083	5	699.307
ИПАРД Програма 2014-2020 ²	38	25	5.536.047	9	1.683.070
Вкупно	64	31	6.447.130	14	2.382.377

Извор: МЗШВ

Секторот за управување со претпристапни фондови на ЕУ за рурален развој (Тело за управување со ИПАРД) при Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство, како одговорно тело за подготовка и спроведување на ИПАРД е во фаза на објавување на следниот повик од ИПАРД 3 Програмата 2021-2027 кој се очекува да се објави во текот на месец Мај 2023 година каде производителите на грозје и вино ќе имаат можност за пристап до овие фондови.

3.2.6 План за за исполнување на обврските од меѓународни повелби, спогодби, договори, конвенции и други документи од областа на лозарството и винарството кои ги ратификувала и кон кои пристапила Република Северна Македонија

Покрај домашната правна рамка, нашата земја е потписник на повеќе акти и договори кои имаат меѓународен карактер, а се од значење за областа на лозарството и винарството.

Имено, од 2004 година нашата земја е потписник на Договорот за основање на Меѓународната организација за лозарство и вино (ОИВ) - International Organization of Vine and Wine, со што е полноправна земја членка на најзначајната меѓународна меѓувладина организација во областа на лозарството и винарството во чии рамки во моментот членуваат 47 земји членки од 5 континенти кои опфаќаат над 85% од светското производство на вино.

Со членството во оваа организација нашата земја превзема обврски за континуирано следење и имплементација на сите земјоделски практики за производство на винско грозје и енолошки практики за производство на вино и нивно постојано усогласување во домашната регулатива и уредување преку правилниците кои произлегуваат од Законот за вино. Дополнително следење и усогласување со Стратежиските планови на ОИВ кои тековно се однесуваат на воведување на практики за одржливо производство на грозје и вино, зачувување на биодиверзитетот и воведување практики за борба против климатските промени.

²Податоците ја отсликуваат имплементацијата на ИПАРД заклучно со јуни 2022 година. Во септември 2022 е објавен јавен повик. Поднесените барања и склучените договори, како и ИПАРД поддршката во € за склучени договори се внесени во табелата. Исплатата не барањата и исплатената ИПАРД поддршка во € ќе се зголеми соодветно со реализацијата на проектите.

Со овој договор нашата земја има превземено обврска активно да учествува во работата и одлучувањето на организацијата и редовно да врши уплата на потребните финансиски средства за оддржување на членството.

Нашата земја е потписник и на поголем број мултилатерални договори кои имаат значење од аспект на лозарството и винарството, особено во однос на трговската размена со грозје и вино со останатите земји потписнички на овие договори.

Во 2000 година, нашата земја потпиша Договор со земјите на ЕФТА (European Free Trade Agreement). Секоја од четирите ЕФТА земји (Швајцарија, Лихтенштајн, Норвешка и Исланд) има билатерален аранжман со нашата земја со соодветни концесии во трговијата со земјоделски производи. Согласно потпишаните аранжмани со Исланд и Норвешка е договорен бесцарински извоз на македонското вино и трпезно грозје, додека аранжманот со Швајцарија и Лихтенштајн предвидува намалена царинска стапка за увоз на македонско вино во овие земји.

Со овој Договор, Република Северна Македонија превзема обврска за реципроцитет кон овие земји за трговија со земјоделските производи како и почитување на одредбите од овој Договорот кои се однесуваат на елиминација на царинските давачки и други трговски бариери, како и други дисциплини поврзани со трговијата, како што се правилата на конкуренција, заштитата на интелектуалната сопственост, јавните набавки, државните монополи, државната помош и плаќањата и трансферите.

Од големо значење за извозот на вино е и Договорот ЦЕФТА 2006, со кој е договорен бесцарински извоз на македонското вино во Република Србија, Босна и Херцеговина, Република Албанија, Црна Гора и Република Косово, додека за извоз во Република Хрватска беше договорена бесцаринска квота во количина од 67.500hL. Ваквиот договор позитивно влијае на извозот на македонско вино, особено за виното во шишиња, во земјите членки на ЦЕФТА.

Со овој договор нашата земја се обврзува на слободно трговија за сите земјоделски производи со земјите членки со цел проширување на регионалната трговија со стоки и услуги, создавање на атрактивна средина за инвестиции и придонесување кон економски развој и соработка во рамките на земјите членки на ЦЕФТА. Следејќи ги принципите на правила и процедури на Светската Трговска Организација и усогласувајќи ги нејзините политики со законодавството на ЕУ, ЦЕФТА обезбедува ефикасен инструмент за страните да ја забрзаат својата агенда за европска интеграција. Како членка на ЦЕФТА, Република Северна Македонија се подготвува за полноправно членство во Европската Унија.

Од меѓународен аспект најважен акт кој ја засега областа на лозарство и винарство е Дополнителниот протокол за вино помеѓу ЕУ и Република Македонија, кој е составен дел на, и е донесен врз основа на член 27 став 4 од, Спогодбата за стабилизација и асоцијација - ССА (Дополнителен протокол за адаптација на трговските аспекти од спогодбата за стабилизација и асоцијација помеѓу Република Македонија, од една страна и Европски заедници и нејзините земји членки, од друга страна, со резултатот од преговорите помеѓу договорните страни за воспоставување взаемни повластици за некои вина, взаемно

признавање, заштита и контрола на имињата на вината и взаемно признавање, заштита и контрола на имињата на алкохолни и ароматизирани пијалаци). Со Дополнителниот протокол за вино, меѓу другото, нашата земја презеде обврска да го усвои европското законодавство од областите за производство на грозје и вино.

Со Дополнителниот протокол за вино, меѓу другото, нашата земја презеде обврска да го усвои европското законодавство од областите за производство на грозје и вино, чие целосно усогласување ќе реализира во новиот Закон за виното кој е во фаза на изработка и се очекува да се донесе во најбрз временски период.

Најважниот аспект на Дополнителниот протокол за вино, секако е уредувањето на трговијата со вино помеѓу ЕУ и нашата земја и воведувањето на бесцарински квоти во трговијата со вино. После неколку серии на преговори за поголема либерализација на трговијата со земјоделско-прехранбени и производи од рибарството помеѓу Република Македонија и ЕУ (врз основа на членовите 29 и 35 од ССА, а како резултат на проширувањата на ЕУ во изминатиот временски период), бесцаринската квота за извоз на вино во ЕУ во 2022 година е 480,000hL (од кои 341,000hL се однесуваат на наливно вино и 139.000hL на вино во шишиња). Бесцаринаката квота секоја година последователно се зголемува на извоз на вино во шишиња во вкупна количина од 600.000 хл за сметка на намалување на бесцаринаката квота за наливно вино за истата количина.

Покрај овие мултилатерални договори, од аспект на виното имаат значење и билатералните договори склучени со поединечни земји, и тоа:

Договорот за слободна трговија меѓу нашата земја и Украина, каде за извоз на македонското вино договорена е бесцаринска квота во количина од 400.000hL. На 15 август 2023, се усвои резолуција за измени на механизмот за царинење на стоки кои подлежат на лиценцирање според Договорот за слободна трговија меѓу Украина и Република Северна Македонија. Договорот ќе овозможи промена на механизмот за царинење на земјоделски производи и увоз на стоки меѓу двете земји со реципроцитетни обврски без дозвола за увоз во тарифни квоти. Распределбата на квотите според Договорот за слободна трговија меѓу двете земји ќе биде управувана од царинските органи по принципот „прв дојден-прв услужен“. Нашата земја дополнително превема обврска за пристапувањето на Северна Македонија кон конвенцијата „Pan-Euro-Med“, која воспоставува идентични правила за потекло на стоките и увозен сертификат ЕУР.1, со што се потврдува статусот на преференцијално потекло на стоката. Украина и Северна Македонија се договорија за режим „безвизен транспорт“, со кој двете земји ќе ги укинат билатералните и транзитните транспортни дозволи за возила од стандардот Еуро-3.

-Билатерален договорот со Турција, каде е предвиден извоз на вино од нашата земја со 50% намалена царинска стапка без количинско ограничување во рамки на квота. Покрај за виното во листата се вклучени и други земјоделски производи кои се ослободени од целосна царина во рамките на одредени квоти. Со овој договор нашата земја исто така превзема обврска за ослободување од царински увозни давачки или одредување на бесцарински квоти за група на земјоделски производи за увоз од Турција.

Во делот на меѓународни билатерални договори нашата земја има простор за огромен напредок и потребен е поголем фокус од страна на Владата и останатите државни институции, пред се Министерството за надворешни работи на Република Северна Македонија во делот на преговарање за намалување или ослободување на царинските стапки за увоз на македонското вино на интернационалните пазари (пример Кина, Јапонија).

Развивањето на стратешки партнерства со држави на чии пазари традиционално е присутно македонското вино како и градење и развој на позитивни билатерални односи со држави чии пазари ќе бидат идентификувани како клучни пазари за македонското вино треба да биде поставено високо во агендата на активностите на Министерството за надворешни работи и макро политичко-економската стратегија на државата. Идентификација на ризиците и превентивно креирање на предлог мерки со кои се митигираат вакви политички или економски бариери треба да бидат развиени во Акциониот план со цел постигнување на зацртаните десетгодишни резултати дефинирани во стратегијата. Дополнително, потребно е истражување на ризикот и импактот кој би го имала индустријата во случај на загуба на клучни пазари и развивање на превентивни предлог решенија во такви сценарија во следна фаза.

3.3 Организации и нивно влијание врз винската индустрија

Системот за земјоделско високо образование вклучува шест образовни институции, од кои три се поврзани со областа на лозарство и винарство: Факултет за земјоделски науки и храна во Скопје, Факултет за ветеринарно здравство во Скопје, Факултет за биотехнички науки во Битола, Земјоделски факултет – Штип, Факултет за шумарство во Скопје и Центарот за политехнички студии на Тетовскиот државен универзитет. Врз основа пак на Законот за научно истражување, земјоделското јавно истражување и технолошките развојни активности се во надлежност и се финансирани од страна на Министерството за образование и наука. Македонскиот истражувачки систем во пошироката област на земјоделските науки се состои од шест јавни научни истражувачки институти од кои само Земјоделскиот институт Скопје, има надлежности во областа на производство на грозје и вино. Постои многу мала државна поддршка на главните институции во областа на научно-истражувачката дејност, особено посветена во долгорочна поддршка за заштита и клонска селекција на локални сорти грозје, истражување во однос на карактеристиките на почвата и локации за подигање нови лозови насади како и влијанието на климатските промени и истражување во областа на одржливоста во одгледувањето винова лоза. (да се обработи делот за образовните институции и да се додадат средните земјоделски училишта каде што се изучува за лозарство и винарство).

Невладиниот сектор престаен преку сојузите, стопанските комори, фондациите, здруженијата, асоцијациите и кластерите претставуваат здруженија на граѓани и/или компании кои меѓусебно се поврзуваат во сојузи и конзорциуми или во други облици на поврзување или здружување, за заедничко унапредување на својата работа и активности, за усогласување на посебните и заедничките интереси во областа за која се основани, како и за остварување на други прашања од заеднички интерес. Тие се идентификуваат како важни чинители кои имаат директно или индиректно влијание врз македонската винска индустрија.

Еден од главните чинители во винската индустрија е Здружението „Вина од Македонија“ кое е основано во 2010-та година и претставува единствената непрофитна организација во винскиот сектор во земјата која ги поврзува и обединува напорите на македонските винарии за промоција на македонското вино на странските пазари, каде клучен предизвик не е само промоцијата на одделни винарии, туку пред сè промоција на Северна Македонија како винска земја. Членките на Вина од Македонија придонесуваат со 85% од вкупно извезеното вино од земјава и се винарии кои ги поставуваат стандардите и визијата кон идниот развој на индустријата. ВоМ соработува со сите чинители во винската индустрија и гради мостови помеѓу винарските визби и лозарите, како и јавниот сектор, ги поврзува со научните институции, медиумите и другите релевантни чинители и како организација е иницијатор на промените во новиот закон за вино во делот на градење на географски ознаки. Здружението е едно од 5-те секторски економски партнери на ресорното министерство и е организацијата преку која се остварува годишната поддршка за промоција на македонското вино преку Програмата за поддршка на земјоделството и руралниот развој. Здружението е

сериозен партнер на ресорното министерство изминативе 12 години и е вклучено во донесување на законските регулативи и мерки кои се однесуваат на винската индустрија. Случајот за оваа соработка на владина институција и невладино тело е еден од ретките и успешни примери оценет како позитивен за ваков тип на соработка. Здружението е директно вклучено и целосно придонесува во изготвување на годишните Програми за поддршка на руралниот развој.

Здружението на семејни производители на вино од Тиквешкиот вински регион “Тиквешки семејни винарии” е формирано во 2019 година со поддршка на МЗШВ со цел да се избори со продажбата на нерегистрирано вино во земјава. Основната цел на оваа Асоцијација е да работи на градење на свеста меѓу семејните производители на вино за официјално да се регистрираат во регистарот на МЗШВ и заеднички да работат на производство на квалитетни брендираны вина. Овие мали семејни производители на вино се клучни за руралниот развој и винскиот туризам особено во Тиквешкиот вински регион. Здружението денес вклучува членови од целата територија на Македонија и активно учествува во комуникација и координација со МЗШВ во делот на обезбедување на поддршка на малите фамилијарни бизниси на вино и ракија во нашата земја.

Здружението “Македонски Дестилерии” е формирано 2022 година со цел да се избори за регистрација, продажба и подобар квалитет на македонската ракија. Здружението е формирано во Тиквешкиот вински регион во Кавадарци, а вклучува членови од целата територија на државата. Деведесет и пет проценти од регистрираните во Царинска управа со купени бандероли се членови на здружението. Овие мали производители на ракија се од клучно значење за: решавање на добар процент од винското грозје кој ќе премине во производ ракија, а со тоа ќе се продонесе за развој на туризмот кој покрај винскиот ќе ја збогати палета на понуда на домашните и странските туристи.

Здруженијата на лозари се исто така едни од главните актери во секторот и нивните консолидирани перформанси придонесуваат за поголема моќ на лобирање. Водечките организации кои ги претставуваат индивидуалните лозари (фармери) вклучуваат: Националната федерација на фармери, Регионално здружение на лозари од Тиквешки вински регион-Агротиквешки 2002 година и Здружение на напредни лозари Кавадарци.

Најсериозен пристап во делот на организација од погоре набројаните е Националната Федерација на фармери која е социјален и економски партнер на МЗШВ и активно учествува во работењето на подсекторската група за грозје и вино. Оваа федерација во своите рамки ги вклучува индивидуалните лозари кои примарно се занимаваат со земјоделство и лозарство.

Постојат голем број на ваков тип на здружени организации формирани од индивидуални лозари кои се формираат и гасат постојано и кои претежно се иницирани од страна на политичките партии со цел креирање на бука во јавноста особено во периодот на берба и истите се користат како алатка за собирање на политички поени.

Регионална асоцијација Повардарски (Vardar River Valley) е формирана во 2013 година со цел регистрација и заштита на винскиот регион од Повардарие како заштитена ознака на

потекло.Членовите на ова здружение се големите компании производители на грозје и главни производители на вино во истиот вински регион.Но, поради недостиг на адаптирана законска регулатива во Законот за вино во однос на ГО системот, ова Здружение никогаш не направи функционална активност. По донесување на новиот закон за вино во 2023 се очекува и оваа организација активно да се вклучи во секторот.

Здружение на Винари од Република Македонија - Кавадарци е формирано во 2014 год. како непрофитабилна организација која е насочена кон поддршка и афирмација на винарството и неговите придружни дејности. Членови во ова здружение може да се само лица со завршено високо образование од областа на винарството и кои директно придонесуваат во процесот на производството на вино. Ова здружение прво почна да организира настани за оценување на младо вино со што ги поттикна производителите да се прошират и да се здружат.

Влијание во индустријата имаат и стопанските комори, а како главни чинители тука се издвојуваат двете најголеми комори во државата: Стопанската комора на Република Северна Македонија и Сојузот на стопански комори. Свое поединично влијание имаат и билатералните комори, кои даваат поддршка на секторот преку поврзување со конкретна држава како што се: Македонско-руска стопанска комора, Македонско-холандска стопанска комора, Американската стопанска комора, итн. Стопанските комори се важни од аспект на вмрежување, учество во работни групи, лобирање во име на бизнис заедницата, како и организирање на B2B состаноци за соработка и комуникација со бизнис клубови и други релевантни чинители.Стопанската комора на Македонија (СКМ) е организирана преку Здруженија на гранки, вклучително и Здружението за земјоделство и прехранбена индустрија, со 700 до 800 активни членови.Во рамките на оваа Асоцијација функционираат неколку групи поврзани со наведениот потсектор за земјоделство, вклучително и за винскиот сектор.Во рамките на Стопанската комора се формирани и неколку тела како Клубот на извозници и Националниот Совет за извоз преку кои ќе се оставрува директно влијание и на винскиот сектор како една од најзначајните извозни гранки во земјава.

Во делот на вински туризам се издвојува Фондацијата Тиквешки вински пат која во последните 15 години работи на развој проекти насочени кон винскиот туризам во Тиквешкиот регион. Во делот на развој на винскиот туризам од особено значење се Здруженијата за туризам кои ретко во своите членови ги вклучуваат и винариите. Недостига вмрежување и соработка помеѓу туристичкиот и винскиот сектор кои се всушност комплементари сектори погодни за соработка.

Во делот на едукација во поново време се појави и формирање на здруженија на сомелиери кои се очекува дека во иднина ќе имаат значајна улога, како во развој на домашниот пазар и винската култура во земјата, така и во промоција на македонското вино на странските пазари. Имено на полето, во 2019-та година се формираше Македонската асоцијација на сомелиери – МАСОМ и Здружение на сомелиери БРИКС.

Медиумите се исто така значајни организации кои имаат директно влијание врз винскиот сектор. Новинарството во Република Северна Македонија во делот на вино е на многу ниско

ниво. Скоро и да не постојат новинари кои се специјализирани за земјоделство или новинари која ја следат винската индустрија. Постојат две ТВ-емисии, „Бразди“ која се емитува секоја недела, еднаш неделно и го следи македонскиот аграр, сите новитети, стручни совети, искуства и информации поврзано со македонското земјоделство – директно од терен, како и емисијата „Аграр“ на националниот ТВ-канал. Постојат и ТВ емисии на локалните телевизии, како АгроИнфо на ТВ канал во општина Струмица и „Агро спектар“ – емисија за земјоделците во општина Кавадарци. Мала е присутноста на вински блогери во Република Северна Македонија додека информациите во делот за винската индустрија вообичаено се дел од сектор економија или земјоделство и истите се објавуваат по иницијатива и на претходно подготвени соопштенија од винарските визби, здружението Вина од Македонија, здружението Тиквешки семејни винарии, Федерацијата на фармери или Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство.

3.4 PESTEL, SWOT и Дајмонд анализа на винската индустрија во Република Северна Македонија

За потребите на оваа стратегија, во соработка со сите чинители во секторот беа обновени PESTEL и SWOT-анализите на домашната винска индустрија изработени во рамките на Истражувањето за оваа стратегија објавено во јули 2019 година со цел да се согледаат политичките, економските, социјалните, технолошките и еколошките услови во кои функционира секторот лозарство и винарство како и да се определат силните страни, слабостите, можностите и предизвиците/заканите на домашниот пазар кои ќе бидат основа во делот на креирање на стратешките цели на национална стратегија за лозарство и винарство.

3.4.1 PESTEL анализа

Политички услови

- Основните карактеристики на политиката на директни плаќања во земјоделството (вклучувајќи ја индустријата на виното) беа воведени во 2010 година и останаа главно непроменети и социјално ориентирани Министерството најави нов модел на субвенциипочнувајќи од 2023та година;
- Првата поддршка за индустријата на виното за меѓународна промоција преку програмата за рурален развој беше воведена во 2012 година;
- Не постои применлива стратегија за секторот на виното која на пракса може да се спроведе, особено во воведувањето на стандарди за одржливо производство на грозје и производство на вино;
- Заштитата на локални и регионални сорти, како и производство на семенски материјали, не се поддржуваат од земјоделските институти и универзитетите поради многу нискиот буџет на земјата, особено за истражувачки цели и наука; и
- Поради отсуството на систематски пристап во индустријата и отсуството на хармонизирани ГИ системи со ЕУ во земјата, производителите на грозје се фокусирани на количина пред квалитет (главно стимулирани од моменталниот систем на субвенции), што резултира во постојана потреба за владини интервенции при секоја берба за корекција на откупната цена на грозјето

Економски услови

- Винската индустрија е еден од најважните стратешки сектори во земјата од областа на земјоделството, а производството на вино заедно со лозарството допринесува со 17% -20% од бруто земјоделскиот производ. Покрај тоа, виното е на прво место во извозот на пијалоци од земјава, а на второ место после тутунот од извозната вредност

на земјоделски производи. Како земја производител на големи количини на вино кои не може да бидат апсорбирани на домашниот пазар, индустријата е и мора да биде фокусирана кон извозот кој придонесува со повеќе од 57 милиони евра во вкупна вредност (во 2022).;

- Потенцијалот на индустријата не е целосно "искористен" и се соочува со големи економски ризици поради недостатокот на стандарди што резултира во производство на дел од вино со низок квалитет и се пласира на регионалните и странските пазари и го руши имиџот на на земјата како винска земја;
- Ниската финансиска моќ на производителите на грозје и на малите производители на вино доведува до производство на вино и ракија која не достигнува основни квалитативни својства и како таква се пласира на црн пазар во домашната потрошувачка и предизвикува развој на "сивата економија на вино и дестилати";
- Трговијата со вино има позитивен тренд на развој. Постои протокол за трговија со вино со Европската унија што придонесува за развојот на извозот на вино во последните години. Интеграцијата со Европската унија во секторот на трговијата и инвестициите се продлабочува, а извозот и големите производители се ориентирани кон производи со поголема вредност. Продажбата на флаширано вино продолжува да расте. Земјата е член на CEFTA, што меѓу другото, олеснува извоз на вино меѓу земји членки. Не постои билатерален договор со Кина и Русија кои се едни од најголемите потенцијални пазари за пласман на македонското вино;
- Пристапот до финансии е една од главните пречки за развојот на секторот поради високите каматни стапки (3-8%) за нови инвестиции и развој на капацитетите во винарските визби. Лозарите и винарите се исклучително ранливи кога станува збор за прашањата за ликвидност, како и за побарувачката за повисоки почетни капитални инвестиции. Има малку инструменти за пристап до финансии кои се достапни во винската индустрија, но значително пониски во споредба со конкуренцијата во Европската унија, како и во другите вински земји. Цените на земјиштето се високи што влијае на одлуката за проширување на лозовите насади. Од аспект на развој на винскиот туризам особено е важен инвестицискиот јаз во инфраструктурата;
- Невработеноста официјално е намалена, но има недостиг на работна сила која сака да работи во винската индустрија и земјоделство генерално. Недостигот на работна сила налага производителите да инвестираат во нови лозови насади и производствени методи со машинска бербa. Недостигот од квалификувана работна сила продолжува да биде значаен предизвик, особено за време на бербата, поради миграцијата на населението во главниот град и во странство, како и јазот што се јавува помеѓу вештините стекнати во формалниот образовен систем, што директно влијае на севкупната продуктивност и конкурентност во винскиот сектор. Политиките за поддршка на земјоделството ја влошуваат неефикасноста и бавната структурна трансформација со тоа што ги обесхрабруваат работниците да се префрлат на попродуктивни работни места, не само во земјоделството, туку и во индустријата или услугите;
- Економската криза и кризата со електрична енергија го направија земјоделскиот сектор исклучително ранлив и неатрактивен, што резултира со пренамена на

земјиштето од лозје во електрични/фотоволтаични постројки во последните 3 години;

- Производните цени се високи поради зголемените цени на електричната енергија и репроматеријали и во лозарството и во производството на вино, како и делумно зголемените цени на трудот. Добавувачите на сировини за производство на вино се главно дистрибутери од странски производители и имаат голема преговарачка моќ и влијаат на крајните цени; и
- Мал број винарии имаат заштитени трговски марки што ги прави ранливи на странските пазари.

Социјални услови

- Во последните години е видливо зголемување на населението со пензионерска возраст и иселување на граѓани од помладите генерации, што допринесува кон намалување на бројот на луѓе кои живеат во селските области, но и луѓе вклучени во земјоделството, особено учеството на необучени работници во винската индустрија;
- Земјоделството останува најмалку интересна гранка за младото население поради зголемената плата во другите сектори, главно инфлуенцирани од развојот на ИТ секторот и намалената слика на релевантните образовни институции/универзитети;
- Државаа има најраситнети парцели според другите земји во регионот. Консолидацијата на земјоделските земјишта е почеток на создавање на активни земјоделци - претприемачи, спремни да доставуваат квалитетновинско грозје на винарските визби или да ги обединат силите во кооператива со цел да го направат своето работење поисплатливо. Ова овозможува подобрување на селската инфраструктура во согласност со локалните потреби на заедниците, изградба на патишта до лозовите насади, системи за наводнување и олеснување на решавање на проблемите со регистрацијата на земјиштата. Поради постапките за нотарска заверка во земјава, комбинирани со миграцијата во градовите или надвор од земјава, луѓето кои ги наследуваат постоечки лозја ги занемаруваат плантажите, што резултира во развој на болести на лозјата и умирање на лозјата. (Болестите се во донекаде висок ризик за другите лозови насади што се стопанисуваат од GGC или IGG); и
- Ниските примања кај поголемиот дел од населението на домашен пазар резултираат со ниска куповна моќ. За винската индустрија тоа директно влијае на навиките за купување, сегментацијата на пазарот и профитабилноста.

Технолошки услови

- Винската индустрија се соочува со различни слабости кои го спречуваат нејзиниот развој како застарената опрема во малините винарии, рачно берење во периоди кога нема доволно работна сила го прави поскапо и намалува производноста;
- Големи винарии - Значајни инвестиции во напредни технологии и опрема за обработка на грозје и производство на вино се направени од страна на големите винарии. Овие винарии користат технологија што им овозможува различни опции за пакување. Користат модерни маркетинг алатки;

- Мали винарии - Низок технолошки развој во малините винарии поради недостаток на пристап до финансии. Со подршката од страна на МЗШВ во форма на грантови кон малите винарии и овој сегмент од секторот се очекува да расте и да обезбедува додадена вредност на индустријата во насока на градење имиџ и квалитет;
- Производители на грозје - Постојат некои спорадични напори за внесување на AI/висока технологија во производниот процес и во примарната производство - користење на модерни апликации за управување на лозјата, контрола на родот, метеоролошки податоци итн. Осумнаесет нови мерни станици во "Тиквешкиот вински регион" ќе донесат позитивен придонес во лозарството во насока на воспоставување на процесот на одржливост во производството на грозје. Поединечни винарии го започнаа процесот на дигитализација на управувањето со лозовите насади, но тој е ограничен на Тиквешкиот регион; и
- Домашното производство на земјоделски машини е минимално, а пазарот се потпира на увоз. Постои значителен недостаток на опрема што ќе додаде вредност на преработувачкиот сектор (export.gov. 2019).

Еколошки услови

- Заштитата на животната средина е од големо значење во производството на грозје поради благопријатните климатски услови што не ги прават потребни употребата на пестициди, а оваа конкурентска предност и минималното влијание врз екосистемите треба да се интензивира во комуникацијата на производителите на грозје. Сепак, земјата е подложна на климатски промени и висок ризик од природни катастрофи, што се движи од поплави до високи температури и пожари. Винската индустрија е исклучително ранлива во овој поглед. Значајните бариери за проценките на ранливоста и стратегиите за адаптација вклучуваат недостаток на веродостојни податоци и релевантни институционални структури и недостиг на обучен персонал за следење и обработка на податоците;
- Водоводната и отпадна инфраструктура е застарена и во лоша состојба и треба итна реконструкција и замена. Ефикасноста на јавните даватели на услуги за вода и санитација е сериозен проблем со неприходните нивоа на вода од 63%, како поради комерцијални така и технички загуби. Околу 40% од лозовите насади се наводнуваат;
- Загадувањето во земјата е на високо ниво, а сликата на државата како загадена земја може да влијае значително на сликата на целата винска индустрија на негативен начин (вино, вински туризам); и
- Поради климатските услови земјата е подобра за органско производство на грозје, како и за органско производство на вино. Со менување на регулативата во законот на вино од 2023 ќе се овозможи и категоријата органско вино.

Законски услови

- Законот за вино создава јасни законски правила и услови за производство, контрола на трговијата со вино со што се заштитуваат интересите на сите засегнати страни;
- Сè уште има регулаторни празнини во Законот за вино кои треба да се воведат за да се исполнат барањата на ЕУ. Ова е тесно поврзано со важноста на дефинирање на применлива стратегија и заштитени географски ознаки и ознаки на потекло. Процесот за прифаќање на новиот Закон за вино во Собранието на Република Северна Македонија се одложува но ќе се донесе во 2023 година;
- Потребни се правилници за да се олесни секојдневното функционирање на институциите кои треба да ја поддржат винската индустрија;
- Владината поддршка со субвенции за лозарите, винарите и извозниците на вино континуирано расте, но за адекватен развој не е доволна и во делот на лозарството не е соодветно распределена;
- Не е регулирана употребата на пестициди во процесот на одгледување на грозје; и
- Сегашната регулатива за откуп и плаќања за грозје кои се дефинирани во Законот за вино ќе треба да се сменат за да се исполнат принципите на пазарна економија, особено во рамките на почетокот на процесот на членство на ЕУ во земјата.

3.4.2 SWOT анализа

Ниво на конкурентност

Предности

- Континуирана модернизација на производствените капацитети на винариите и воведување на модерна технологија за производство на вино;
- Проекти со ЕУ спроведени од винарниците за лозарството и винарството;
- Ниска цена на земјиштето во винските региони;
- Микролокации насадени со локални сорти;
- Фокус на винарниците на локалните сорти и нивно маркетингање и промоција на интернационалните пазари;
- Извозно зависна гранка со 85% од вкупното производство насочено кон извоз;
- Силна Асоцијација на извозници;
- Силна конкурентност на големите македонски винарии на ex-Yu пазарите со релативно конкурентни цени на финални производи (value for money, excellent price-to-quality во ниските ценовни сегменти);
- Постоечки добро воспоставени извозни релации во регионот;
- Континуирано растечки број на интернационално наградени вина; и
- Зголемување на бројот на terroir вина во последните десетина година.

Слабости

- Недостаток на Национална Стратегија за развој на индустријата;
- Недостаток на програми за поддршка на развојот на винскиот туризам;
- Користење неконзистентни ознаки за потекло и квалитет кои немаат вредност и препознатливост за потрошувачите заради непостоење на систем на Географски Ознаки за вино во земјата;
- Стари лозови насади кои се во лоша кондиција. Голем % (над 60%) од лозовите насади се постари од 15 години;
- Набавката на контролиран и сертифициран саден материјал е несоодветна во смисла на квалитет: категорија и здравствен статус;
- Немање стратегија за ревитализација на автохтони сорти и производство на квалитетен саден материјал за комерцијални цели (неразвивање на клонови, масал селекција, итн.);
- Застарена технологија и техничка опрема во одгледувањето на лозовите насади;
- Голема присутност на лозови насади кои не се адаптибилни за машинска берба со што не се постигнува економичност при одгледување на лозовите насади;
- Голема фрагментација на лозарски парцели и мала вкупна површина на лозови насади по производител на грозје што доведува до мали неекономични парцели, нема консолидација на земјиштето;
- Недоволна организираност на лозарите и непостоење на заедници во лозарството;

- Голема разлика во квалитетот на грозјето од индивидуални производители на грозје;
- Немање воспоставена независна систематизација и контрола на квалитет како и финансиска можност за имплементација на интернационални сертификати во производствените капацитети (BRC, IFS, HASSAP, ISO);
- Недостаток на изграден систем за Географски Ознаки со вино со развиена спецификација на производот која содржи правила на производство на грозје и вино и употреба на имињата на винските региони и апелции;
- Подигнување на нови лозови насади со интернационални сорти кои не можат да градат препознатливост и уникатност на македонското вино во иднина;
- Недостаток на хоризонтална и вертикална интеграција на секторот и недостаток на ефективен и континуиран јавен и приватен дијалог;
- Мал број на винарии кои комерцијално може да пласираат вина иако бројот на регистрирани винарии континуирано расте со регистрација на семејните винарии;
- Производство насочено на квантитет и во делот на грозје и во делот на вино. Извозот, сè уште во голем процент, е во форма на наливно вино и голем број винарии немаат фокус кон квалитетот и кон производство на брендиран производ;
- Изграден имиџ и перцепција на земја производител на големи количини на вино, по ниски цени;
- Вина произведени со природно високо ниво на алкохол во контекст на растечката загриженост за конзумирањето алкохол на одредени светски пазари и менување на навиките на потрошувачите на интернационалните пазари кон преферирање на вина со понизок алкохол;
- Преголема зависност од извоз на флаширано вино во балканските земји (ex-YU) и релативно мал извоз во Европската унија, САД и Кина;
- Недоволно развиен заеднички настап и усогласена промоција на најрелевантните пазари заради недостаток на финансиски средства која води кон слаба медиумска застапеност и интернационални промоции заради мали буџети и инвестиции;
- Генерично етикетање на вината без јасна и соодветна категоризација заради недостаток на препознатливи производи со Географски Ознаки и со автентично потекло;
- Ниско ниво на пенетрација во трговијата со премиум вино;
- Непостоење на одредници за структурата на трошоци низ целиот сектор;
- Недостаток на Национална стратегија за маркетинг и промоција на македонското вино на странските пазари;
- Бавен инфраструктурен развој во земјата; и
- Поголемиот пораст на продажбата на наливното вино може да го отежни подобрувањето на имиџот на повисоките категории вински производи и ниската препознатливост на Република Северна Македонија надвор од границите и регионот, претставува тешкотија за пенетрација на европскиот пазар и одржување на конкурентноста со брендиран производ.

Можности

- Искуство и долга традиција во одгледувањето на лозови насади и производство на грозје;
- Поволни климатски услови за производство на грозје лоцирани во областите за одгледување на винова лоза;
- Наклонети микролокации со микроклиматски услови (специфични тероари) за одгледување на винова лоза;
- Близкост на лозовите насади до винариите;
- Зголемен број на винарии: 28 во 2003 – повеќе од 150 во 2022 година со големо учество на малите семејни винарии кои отвараат нови можности за развој на вински туризам;
- Постоене на договор за слободна трговија со ЕУ и ЦЕФТА како и со други земји кои не се членки на ЕУ;
- Статус на Република Северна Македонија како земја-кандидат за членство во Европската унија кој отвара можности за користење на фондови за развој;
- Користење на Balkan Wine Network (BWN) и Open Balkan за развој на заеднички понуди со цел промоција на вино и вински туризам;
- Достапност до регионални и меѓународни финансиски фондови за развој на секторот (WB6 Проекти, користење на ИПАРД средства за развој и средства од донаторски организации);
- Зголемување на фокусот и напорите на Владата да ја унапреди промоцијата на македонските вина низ светот;
- Донесување на Нов Закон за вино во 2023 со фокус на развој на Географски Ознаки за вино во РМ;
- Развој на безбеден сектор за производство на саден материјал кој директно ќе влијаат на квалитетот на садниот материјал;
- Зголемување на интеграција на производителите во здруженија и други форми на здружување; и
- Консолидација на лозови насади заради поголема економичност.

Закани

- Извоз на винско грозје во регионот што значи зголемена конкуренција на вино на долгорочен план како на регионалните, така и на интернационалните пазари;
- Проблем со работна сила во државата особено во секторот земјоделие заради големо отселување како и незаинтересираност на млади луѓе да се занимаваат со одгледување на грозје или други земјоделски култури;
- Високи цени за подигнување и одржување по единица површина (ха) во првите три години;
- Увозно зависна индустрија за брендиран готов производ (увоз на шишиња, печатени материјали, затвораи: тапи и алуминиумски; заради недостаток на локално производство на овие репроматеријали);

- Проблеми во обезбедување на репроматеријали и пласман и промоцијата на виното предизвикани од пандемијата Ковид-19 и економската криза предизвикана од војната во Украина;
- Лоша финансиска состојба и високи трошоци за лозарството особено предизвикани од светската економска криза предизвикана од Ковид 19 и воениот конфликт во Украина;
- Бавно прилагодување кон новите технологии во лозарството и застареност на механизацијата и опремата кај одредени производители, како и несоодветноста на механизацијата за модерни лозови насади со поголем број лозови растенија по хектар;
- Недоволно развиен финансиски сектор за поддршка на винариите и големите производители на грозје како и непостоење на можност за кредитирање преку МБПР
- Хиперпроизводство на грозје и вино во светот;
- Повисоко ниво на државни и ЕУ стимулации во конкурентските земји што доведува до зголемување на конкуренцијата на светско ниво, а од друга страна ниската маркетиншка моќ на РМ ја намалува препознатливоста на светските пазари;
- Силната конкуренција на пазарот на Европската унија, актуелната политичка и економска криза во ЕУ и ниската препознатливост на Република Северна Македонија надвор од границите и регионот, претставува тешкотија за влегување на европскиот пазар и одржување на конкурентноста;
- Винопроизводителите од земјите од Стариот и Новиот Свет ги диктираат трендовите и имаат агресивни програми во контекст на дефинирање на цените и/или промотивните практики; и
- Зголемување на конкуренцијата и од земјите од Југоисточна Европа (Хрватска, Молдавија, Грузија, Србија, итн.) како и зголемена конкуренција на светско ниво на вина со висок квалитет, организиран маркетинг и ниски трошоци на производство.

Состојба на животната средина и природните ресурси

Предности

- Планинска земја со различни температурни разлики што овозможува производство на различни стилови на вино.

Слабости

- Недоволно искористување на природните ресурси (површини за подигање нови лозови насади, различни извори на вода за наводнување);
- Ниска еколошка свест и знаење, пред се во областа на заштитата на лозовите насади и потребата од преработка на нуспроизводи од производството на вино;
- Неразвиен систем за рециклирање на отпадоци од лозови насади;

- Недоволна грижа за генетските ресурси (за автохтоните и регионалните сорти винова лоза, а пред се за минорните и загрозени сорти како Станушината);
- Висок процент на лозови насади често страдаат од измрзнување на окцата поради несоодветна локација и нега на лозовите насади;
- Недостаток на следење на воден стрес, исхрана, болести и штетници кај виновата лоза во фаза на вегетација;
- Слаба инфраструктура за наводнување на лозови насади;
- Многу ниско развиено производство на органско и био-грозје;
- Подигнување на нивото на еколошка свест и заштита на животната средина со воведување на практики за одржливо производство на грозје и вино;
- Користење на генетски ресурси (автохтони и регионални сорти за органско и одржливо производство);
- Обновлива енергија и управување со обновливи извори на енергија во винската индустрија; и
- Дефинирање на специфични области-тероари и нивна заштита од урбанизација.

Можности

- Поволни еколошки услови за производство на висококвалитетно грозје и вино;
- Богатство и разновидноста на условите на тероар;
- Поволни еколошки услови за развој на органско производство;
- Потенцијал на слободните површини за подигање лозови насади;
- Поефикасно искористување на природните ресурси, пред се ридските терени и локалитетите поволни за одгледување лозови насади и воведување системи за наводнување на лозовите површини покрај големите водни тела; и
- Зголемени преференци од страна на потрошувачите во странските земји за производи кои потекнуваат од чисти, одржливи и општествено одговорни области.

Закани

- Лоша репутација на земјата како една од лидерите во светот по загадување на воздухот;
- Загадување на животната средина (пестициди, минерални ѓубрива, депонии, амбалажа и сл.);
- Влијанието на климатските промени и зголеменото затоплување врз животната средина и природните ресурси во топлите лозарски области како што е нашата земја
- Деградација на значителни природни ресурси, особено во планинските лозарски области;
- Слаба имплементација на законските прописи за заштита на животната средина; и
- Урбанизација на природните ресурси.

Потенцијал на руралните подрачја

Предности

- Растечки број на мали семејни винарии во руралните подрачја кои придонесуваат кон зголемување на понудата за вински и рурален туризам;
- Постоене на голем број природни, културни и историски знаменитости кои придонесуваат кон атрактивност на руралните средини во винските региони во земјата;
- Одлична позиционираност на винските региони покрај главниот автопат и одлична достапност до винариите од страна на транзитните туристи; и
- Традицијата на одгледување винова лоза и производство на вино.

Слабости

- Неразвиена инфраструктура, пред се во ридските лозарски области за развој на винскиот туризам;
- Слаба развиена угостителска и хотелиерска дејност во винските региони;
- Ограничена можност за прием на туристи;
- Неповолна старосна структура на населението, особено во лозарските области;
- Недостаток на едукација и финансии кај малите производители на грозје и вино за развој на винскиот туризам;
- Неконзистентност на стратегии и проекти: државни и донаторски за развој на рурални средини, рурален и вински туризам;
- Ограниченост на понудата за вински туризам само во Тиквешкиот регион;
- Недостаток на организирани вински понуди од страна на туристичките агенции; и
- Недоволен фокус на Агенција за промоција на туризмот за развој на вински туризам.

Можности

- Голема можност за подигање на нови лозови насади во руралните ридски предели;
- Потенцијал за развој на придружните активности (како вински туризам, рурален туризам);
- Подобрување и валоризација на локални производи со додадена вредност;
- Можност за поврзување на различни форми на туризам поврзани со производство на вино;
- Развивање на семеен бизнис во лозарство и винарство;
- Решавање на социјални, економски и демографски проблеми во лозарските подрачја со користење на поволни услови за инвестирање во лозарството, винарството и расадниците;
- Зголемување на достапност на проекти наменети за поддршка на рурален развој во државата и регионални проекти;
- Искористување на средства од фондовите на ЕУ за рурален развој;
- Рурален и авантуристички туризам (вклучително и вински) дефиниран како атрактивен сегмент за развој од страна на меѓународни институции; и

- Заштита на одредени микролокации во Тиквешкиот, Охридскиот, Виничкиот регион, каде ќе им се даде можност за инвестирање во т.н. вински села на повеќе производители.

Закани

- Континуирано влошување на селата и миграција на младите од селата во градовите при што руралните подрачја се напуштаат, нема доволно работна сила пред се недостаток на млад кадар производители на грозје и вино, угостители кои е потребно да придонесат за развој на винскиот туризам во рурални средини;
- Лоша социјална политика и намалување на наталитетот;
- Несвесност за важноста на руралните средини; и
- Поголема атрактивност за имплементација на други индустриски гранки кои се поатрактивни – резултат ископачување на лозови насади.

Креирање и трансфер на знаење

Предности

- Постоење на научни и образовни институции и стручни советодавни служби;
- Постоење на 4 акредитирани независни лаборатории како и модерно опремени лаборатории во рамките на самите големи винарии;
- Винариите имаат голема посветеност за развој на винска култура во земјата;
- Почетна фаза на учество на меѓународни проекти за трансфер на знаење и користење меѓународни експерти;
- Постоење на неколку сертифицирани приватни вински школи кои нудат можност за интернационална едукација;
- Постоење на Здружение на сомелиери преку кое се реализираат вински едукации; и
- Развиена свесност кај дел од големите производители на вино за финансирање на интернационални едукации за вино за своите интерни кадри.

Слабости

- Недоволна обука на производителите, пред се во областа на производството на вино и грозје;
- Образовниот систем за енолози и агрономи недоволно го следи развојот на индустријата;
- Недоволно континуирано (системско) поврзување на земјоделски стручни служби, научни и образовни институции и производители;
- Недостаток на соодветни образовни профили (насока: лозарство и винарство на додипломски студии);

- Слаба државна поддршка за развојот на науката во областа на лозарството и винарството во однос на мерките на ЕУ за поддршка на развојот на иновациите во винскиот сектор;
- Недоволна и застарена опрема и финансиска состојба во земјоделските стручни служби;
- Недостиг на квалификувана работна сила со маркетинг вештини, длабоко познавање на винскиот сектор и извоз на интернационалните пазари;
- Недоволна едуцираност на лозарите во делот на подобрување во одгледување на лозовите насади и воведување на практики за одржливост и заштита на животната средина;
- Немање фокус од страна на владините и други релевантни тела за развој на винскиот сектор низ призмата на образование и кадри;
- Недостаток на стратегија за вклучување на науката и образованието во развојот на винскиот сектор;
- Недостаток на образование и знаење за виното во HoReCa и угостителската индустрија кои се важни чинители во делот на развој на винскиот туризам и подигнување на винската култура во земјата; и
- Недоволна поддршка на науката во делот на истражување и развој - само мал дел од државниот буџет се одвојува за наука и истражување.

Можности

- Промоција на професиите агроном и енолог и обука на млади професионалци;
- Прилагодување на новите образовни профили на производствените потреби;
- Спроведување на резултатите од научно-истражувачките проекти во лозарството, винарството и расадниците;
- Користење на ЕУ и домашни фондови за научно-истражувачка дејност во секторот лозарство и преработка на грозје преку поврзување на приватните големи винарници со домашните образовни институции и странски научни институти (пр. HORIZON EUROPE);
- Трансфер на знаење од регионот и од ЕУ;
- Садење на експериментални лозја и демонстративно производство на грозје во рамките на Земјоделскиот Институт за научно истражувачки цели; и
- Формирање на курсеви за лозарство и винарство подржани од високообразовните институции.

Закани

- Одлив на стручен кадар и генерално одлив на млада работна сила од државата.

Политичка и институционална рамка

Предности

- Целосно усогласување на законските прописи за вино со законодавството на ЕУ особено со новиот Закон за вино кој треба да се донесе во 2023 година;
- Постојење на државни субвенции за одгледување на лозови насади;
- Постојење на стимулации за малите семејни винарии во форма на годишни грантови; и
- Постојење на програма за поддршка на промоција на македонското вино.

Слабости

- Недоволни буџетски средства за развој на лозарството и винарството во однос на земјите од ЕУ;
- Слабо спроведување на процедурите регулирани со закон;
- Недоволно ефективна координација и поврзаност во работата на поединечните државни органи;
- Отсуство на катастар на лозови насади - невоставен лозарски регистар и систем за задолжително известување (барања на ЕУ);
- Постојење на комплицирани индивидуални административни процедури;
- Спора правна рамка и легислатива во развој и во делот на законот и во делот на подзаконските акти;
- Земјоделски пазарен инспекторат кој не врши соодветна контрола и е посветен на административна работа;
- Недоволна координираност и дебата помеѓу секторот и државните институции; и
- Постојан фокус на државата кон социјалниот момент на винската индустрија и запоставување на економскиот момент кој единствено може да донесе развој.

Можности

- Понатамошно приближување кон ЕУ и користење на фондовите на ЕУ за лозарството и винарскиот сектор;
- Зголемување на земјоделскиот буџет за секторот лозарство (вклучувајќи ги и расадниците) и винарството;
- Формирање фондови за развој на лозарството и винарството помеѓу државата и производителите на грозје и вино;
- Доверување на одредени професионални задачи на професионални организации со цел да се зголеми ефикасноста во спроведувањето на постапките;
- Институционално зајакнување на секторот (енолошки лаборатории, винска инспекција, советодавна служба специјализирана за лозарство и винарство, тела за сертификација на вина со географско потекло); и
- Зголемување на фокусот и напорите на Владата на Република Северна Македонија да ја унапреди промоцијата на македонските вина низ светот со стратешка насока.

Закани

- Политичка нестабилност;
- Слаба имплементација на новите закони и подзаконски акти;
- Усогласување со регулативите на ЕУ без постепено прилагодување на националните услови, како и со услови и барања кои не постојат во регулативите на ЕУ;
- Недоволно зголемување на буџетот за земјоделство; и
- Вмешување на Грција во интегритетот на „македонските“ производи, вклучително и виното на секое ниво, во политички и економски контекст.

3.4.3 Дајмонд анализа

Моделот на национални конкурентни предности содржи четири групи елементи: 1) стратегии и структура на индивидуалните фирми и конкурентноста на секторот; 2) услови на побарувачката; 3) придружните и сервисните индустрии; и 4) локални фактори и услови.

Улогата на државата е да го надгледува целокупното опкружување на индустријата и да интервенира со мерки, закони и активности кои ќе ги унапредуваат процесите и ќе ги зголемуваат и истакнуваат конкурентските предности на индустријата. Применет на винарската индустрија во државава, овој модел ги дава следниве забелешки:

Стратегии и структура на индивидуалните фирми и конкурентност на секторот

Лозарството и винарството се значајни сектори на ниво на цела држава. Во исто време, тоа се примарни земјоделски сектори во некои од планските региони. Ова важност доаѓа од традицијата на одгледување грозје во овие краишта. Како резултат на ова, повеќе десетици винарии се активно вклучени на домашниот пазар, создавајќи конкуренција како низ целиот сектор, така и по поедини сегменти на пазарот. Во исто време, постои дуалност на менаџерската структура кај винариите. Додека поголемите производители (ова посебно се однесува за некои винарии) имаат функционален менаџерски модел со пренесени овластувања надолу по менаџерската структура, помалите винарии немаат ресурси за таков модел, па по правило доаѓа до мултиплицирање на различните функции во една личност, која најчесто е и сопственик на винаријата.

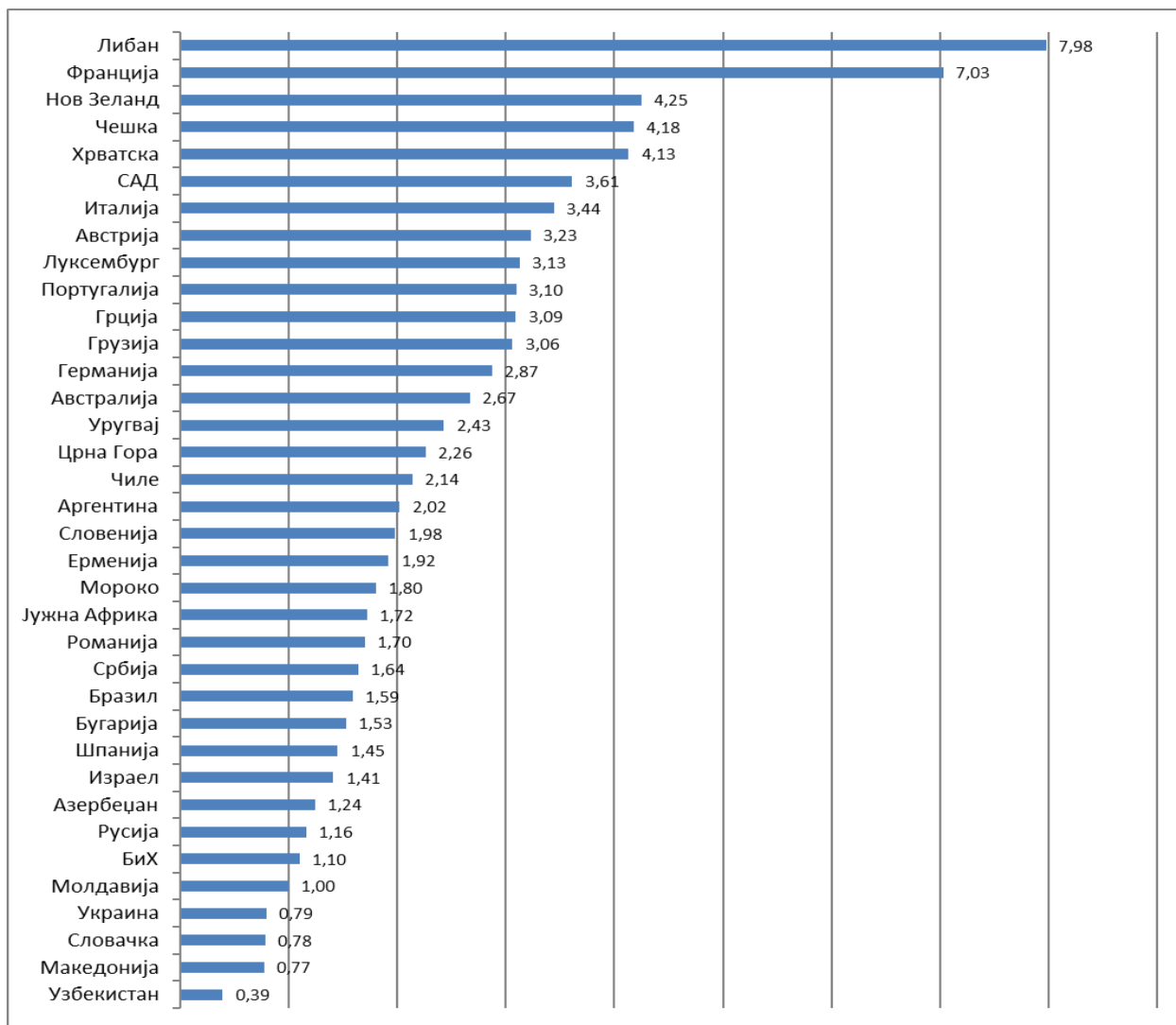
Истата ограниченост на ресурсите игра главна улога во способноста на винариите да воведуваат иновации во своето работење. Неколкуче најголеми производители во двата сектори можат да си дозволат финансиски ресурси за воведување нови и иновативни практики, додека помалите винарии се во постојано назадување на тоа поле. Со ова постојано се проширува јазот помеѓу овие две групи производители.

Техничката и финансиска помош за малите производители и претприемачите кои ги водат истите ќе придонесе кон зголемена конкурентност внатре во секторот, како и зголемување на конкурентноста на производот на светските пазари. Во услови на ограничени финансиски и други ресурси, државата треба да го поддржува моделот на економски одржлива иновација (анг. frugal innovation), каде со намалување на комплексноста на операциите и со ефикасно прилагодување на поскапи решенија се доаѓа до намалена цена на чинење и/или зголемување на квалитетот на финалниот производ. Моделот на економски одржлива иновација е широко распространет низ држави и индустрии, како контратежа на бизнисите со ограничени ресурси во однос на богатите мултинационални компании. Овој модел има помогнато во унапредувањето на многу индустрии, како во земјите во развој, така и во високоразвиените држави, меѓу другото и во лозарскиот и винарскиот сектор.

Услови на побарувачката

Побарувачката на пазарот ја диктира понудата, а со тоа и производството. Македонија е земја со голема побарувачка и потрошувачка на вино, со стандардна сегментација на произведувачи и производи. Во државата доминанта е продажбата на ефтини вина, каде е понагласена и конкуренцијата помеѓу производителите. Тоа води до обиди за намалување на трошоците на производството и сродните трошоци низ целиот вредносен ланец, со цел да се задржи конкурентноста на производот и да се оствари финансиска рентабилност. Ваквиот тренд неминовно има влијание на меѓународните пазари, каде цената на вината продадени на странските пазари е со далеку пониски од просечните вредности за тие пазари. Следниот графикон дава приказ за моменталната ситуација, преку споредба на просечните цени на извезените вина од најважните вински пазари и просечната цена на извезено македонско вино на странските пазари во 2020 година:

Графикон 12—Просечна извозна цена на литар вино во 2020 година (вкупно флаширано и наливно) во УСД



Извор на податоци: Comtrade

Во Графикон 10 се прикажани просечните извозни цени по литар на вкупната количина извезено вино од земјите извознички на вино (вкупно флаширано и наливно вино). Може да се забележи дека Македонија има една од најниските просечни извозни цени на виното во светот и се наоѓа на дното на листата. Треба да се нагласи дека во последните години е нагласена појавата на појавување на нови домашни вина од повисоките сегменти. Овие вина полека го наоѓаат своето место, како на домашниот, така и на странските пазари. За очекување е во идно догледно време просечната цена на литар извезено вино во шише да порасне. Државните институции треба да го потпомогнат овој тренд кај сте винарии, па и кај оние кои се концентрирани на пониските сегменти. Во исто време, потребно е да се вложат напори за 'винско описменување' на просечниот домашен консумент на вино, со цел да се зголеми потрошувачката на поквалитетни вина, што би донело поголем интерес кај производителите за вклучување во повисоките сегменти од пазарот.

Придружни и сервисни индустрии

Кога се зборува за придружни и сервисни индустрии на винарството, треба да се има предвид дека овие субјекти се наоѓаат на двете страни од процесот на производство на вино: како добавувачи на сировините и материјалите потребни за пакување на финалниот производ, кога акцентот повеќе е на стоки, и на активностите кои настапуваат после производствениот процес, кога до израз доаѓаат разни услуги поврзани со продажбата. Грозјето како основна сировина за производство на вино е опфатено во посебен дел од оваа анализа. Шишињата, тапите и навојните затварачи и хартијата потреби за пакување на виното главно се набавуваат од увоз (освен услугата на печатење етикетите и картонските кутии на истите). Овој факт јасно покажува дека постои голем простор за унапредување во областа на придружните индустрии но главно поради големината на земјата не е можно да се гледа на ваков тип на производство како можен во нашата земја иако со намалување на зависноста од увоз на ваков вид стоки, директно ќе се унапредат компаративните предности на индустријата на вино во државата.

Сферата на услугите во процесот на производство е помалку осетлива на влијанија од странство, поради тоа што практично сите услуги во процесот или се in-house (како функција внатре во фирмата), или се извршуваат од страна на локални подизведувачи. Кога се работи за пост-производните активности и услуги поврзани со пласман на готовиот производ, постојат воспоставени канали и преференцијални подизведувачи (во случај кога не се работи за функција внатре во фирмата), посебно кога се работи за продажба на домашниот пазар.

Треба да се нагласи дека дел од поголемите винарии имаат спроведено успешна вертикална интеграција на вредносниот ланец на примарните активности, посебно кога се работи за домашниот пазар. Дел од нив ја имаат продолжено интеграцијата и на традиционалните странски пазари, што најчесто се покажува како успешен модел на работење, при што се диверсифицира и дисперзира ризикот и се намалуваат трошоците, како во производството, така и во услужните дејности.

Иако во државата функционираат неколку здруженија кои обединуваат винарии и фирми од сродните дејности, во исто време не постои здружување кое има оперативна функција на класичен кластер. Членувањето најчесто се сведува на повремено групно претставување на странски пазари. Со тоа се пропушта можноста за забрзан раст и развој на многуте мали производители, кои многу потешко сами го наоѓаат патот до потрошувачите, ограничени во ресурсите за развој и промоција. Можностите за интервенција од страна на државата во овој елемент се бројни и со голем потенцијал. Економски одржливите иновации во сите аспекти на процесот можат да донесат до унапредување на работењето на ниво или блиску до нивото на поголемите и финансиски помоќните винарии во Македонија и во регионот.

Вертикалната интеграција би значела поголема ефикасност и зголемен профит, а кластерите би донеле предности во сите аспекти на работата на винариите, од воведување на иновации во производството, преку зголемена функционалност на вредносните ланци и логистиката, до унапредена продажба и освојување нови пазари.

Локални фактори и услови

Локалните фактори и услови се природните и други ресурси кои стојат на располагање на дадената индустрија. Тие се по дефиниција ограничени и како такви бараат умешност во користењето и менаџирањето. Самиот факт што Република Северна Македонија има услови за производство на квалитетно грозје и дава на државата компаративна предност да постане значаен играч на меѓународниот пазар на вино. Притоа се подразбира дека присуството на домашни вина на локалниот пазар треба да е апсолутно доминантно. Останатите фактори кои имаат директно влијание на воспоставувањето компаративна предност се инфраструктурата, капиталот и човечките ресурси. Добрата инфраструктура овозможува брз и ефикасен транспорт на луѓе и добра од една до друга точка во секој дел од вредносниот ланец. Во исто време, таа значи пристап до струја и вода до секоја точка каде тие се потребни, со цел непречено одвивање на производствените процеси. Иако има многу да се зборува за инфраструктурата од која зависат лозарството и винарството, Националната стратегија за лозарство и винарство 2022-2033 година не содржи мерки за унапредување на оваа област. Тие се опфатени со други интервенции на државата и како такви не се предмет на оваа анализа.

Капиталот кој стои на располагање диктира голем дел од работите поврзани со оваа индустрија, како големина на плантажите, големина на преработувачките капацитети, воведување иновативни технологии, квалитет на човечките ресурси итн. Ограниченоста на капиталот е присутна кај сите лозарски и винарски капацитети во државата, во различен обем. Тоа придонесува во зголемување на важноста на одлуките кои менаџерите треба да ги донесат во врска со опортунитетните трошоци на работењето, придонесувајќи кон примена на иновативни и алтернативни решенија на проблемите, или кон одлагање на одлуките за проширување на капацитетите и пазарите.

Проблемите со човечките ресурси во лозарството и винарството се дел од проблемите со човечките ресурси во државата, и како такви се повеќеслојни и комплексни. Миграциските движења од последните неколку години, манифестирани преку масовното иселување од

државата, креираа недостаток како на нискоквалификувана, така и на висококвалификувана и специјализирана работна сила. Винариите го решаваат овој проблем со неформална обука за своите вработени, која често е капитал-интензивна и со ограничувања диктирани од потребното време за обука.

Интервенцијата на државата во оваа област на опкружувањето на индустријата на винарство и лозарство, покрај стандардната поддршка за подигнување нови насади и капацитети, треба да се однесува и на воведување економски одржливи иновации, посебно во делот на технологијата. Државата треба да обрати посебно внимание и на неформалното образование на кадри согласно специфичните потреби на секторите лозарство и винарство, со курикулуми кои ќе бидат хоризонтално договорени помеѓу корисниците и кои ќе бидат испорачани во вид на обука од страна на обучувачи со практично познавање на проблематиката на областа.

3.4.4 Заклучоци кои произлегуваат од PESTEL, SWOT и Дајмонд анализите

По направените анализи може да се дојде до заклучок дека за овозможување на подобар пласман, неопходно е да се исполнат повеќе предуслови за градење и промоција на брендот и имиџот на македонското вино, со цел зголемување на свеста и препознавање на македонските вина на интернационалните пазари. Олеснувањето на препознавањето и признавањето на Република Северна Македонија како една од водечките земји за производство на квалитетно вино во регионот на Југоисточна Европа е возможно само преку стратешки насочени колективни напори кои подразбираат јасни приоритети во идентификуваните области на интервенција, со соодветни образложени мерки и активности за нивна примена.

Предвидените мерки и активности треба да се мониторираат и адаптираат согласно пазарните можности и предизвици, како и да се ревидираат согласно домашните, европските и глобалните економски текови.

Од аспект на пласманот е потребно:

- Обезбедување на поддршка за унапредување на извозот на вино во шишиња;
- Градење на препознатливоста на македонските вина на регионалните; меѓународните пазари, со цел влез на светските вински листи согласно сопствениот капацитет и уникатност.

Директни активности кои ги поддржуваат двете погоренаведени точки се:

- Брендирањето;
- Изработката на маркетинг стратегија;
- Промотивни активности;
- Унапредување на едукацијата на чинителите во вредносниот ланец и крајните потрошувачи.

Врз основа на овие трендови, анализата на секторот и потребите на потрошувачите, како и според наодите во PEST, SWOT и Дајмонд анализите во поглед на македонската винска индустрија можат да се донесат следниве заклучоци:

- Тесни грла во лозарството: Производителите на грозје во Република Северна Македонија се соочуваат со предизвици од различна природа. Главниот проблем е свеста и знаењето за важноста за почитување на принципите на Добрите земјоделски практики (ГАП) и соодветните сродни стандарди. Недостигот на стандарди за производство на грозје е еден од предизвиците и тесно поврзан со горенаведениот предизвик. Вториот предизвик се однесува на капацитетите и знаењето на индивидуалните лозари (фармери) за користење на современи технологии и иновативни методи за зголемена ефикасност во производството на – квалитетно грозје како предуслов за

производство на квалитетно вино. Соработката и партнерствата прво меѓу производителите на грозје, а потоа и со производителите на вино во синџирот на вредност на виното е исто така предизвик на кој во иднина треба да се посвети поголемо внимание. Предизвик е и стратегискиот пристап и поврзаните политики за развој на лозарскиот сектор во Република Северна Македонија, кој бара посебно внимание, особено во однос на нивното целосно усогласување со Заедничката земјоделска политика на ЕУ (ЗЗП). Главните предизвици со кои се соочуваат лозарите во синџирот на вредност се следните:

- Неорганизирано национално земјоделско производство (недостиг на квантитет и квалитетна сировина за откуп);
- Недостаток на ефикасни здруженија на производители;
- Несоодветен квалитет на грозјето со постојан притисок за повисока откупна цена на грозјето – понуда и карактеристики (недоволна вертикална интеграција со винариите за заедничко прилагодување на потребните сорти на пазарите);
- Недостаток на работна сила;
- Разбирањето и познавањето на стандардите и системот за ГО е исто така на високо ниво на препознатливост меѓу компаниите во споредба со земјоделците;
- Развојот и продуктивноста на индивидуалните лозари е под потенцијалот поради прекумерната фрагментација на земјоделското земјиште. Со просечна големина од помалку од 2 хектари (ха), често фрагментирани на пет или повеќе парцели со неправилна форма, го отежнува одгледувањето на грозје и со застарена земјоделска инфраструктура - фармерите во земјата имаат ниска продуктивност и конкурентност во споредба со повеќето членки на Европската унија. Ова го ограничува нивниот потенцијал да го зголемат земјоделското производство и да се ориентираат кон комерцијални земјоделски активности;
- Ако се земе предвид приносот по хектар, може да се заклучи дека лозарските компании се повеќе фокусирани на производството на висококвалитетно грозје и го одгледуваат грозјето најчесто со принос од 5 до 10 т/ч и помеѓу 10 до 15 т/ха спротивно од индивидуалните лозари земјоделци кои претежно одгледуваат грозје со принос над 15 т/ха;
- Во однос на инвестирањето во нови лозови насади, се поголема е видливоста на подигнување на лозови насади од страна на винариите и големите производители на грозје, додека опаѓа интересот кај индивидуалните лозари кои се повеќе ги напуштаат лозјата пред заради промена на генерации, иселување на младите во Скопје или надвор од државата. Доколку се продолжи со овој тренд во следните 10 години оваа трансформација може да донесе одредено позитивно, но и негативно влијание врз индустријата. Социјалниот аспект и социјалните проблеми со земјоделците можат да се решат на овој начин, но индустријата може да изгуби на страната на руралниот развој и локалната традиција;

- Во однос на можноста за користење средства од програмите за поддршка на ИПАРД, голем дел од земјоделците иако се запознаени со оваа опција, немаат капитал да учествуваат во делот од сопствената инвестиција што е однапред потребен според правилата на ИПАРД програмата, од друга страна пак големите компании производители на грозје се активни корисници на ИПАРД програмите за поддршка кои најмногу ги користат за техничко подобрување на примарното производство и за технички подобрувања на преработувачките капацитети;
- Тесни грла во производството на вино: Секторот за производство на вино се соочува со предизвик во однос на ниската свест за македонските вина кај потрошувачите, особено на меѓународно ниво. Пазарите се високо конкурентни и премногу заситени; затоа винариите треба да работат со ниски маржи за да можат да ги пласираат своите производи. Врските со лозарите за снабдување со сировини се занемарени со децении. Лозарите користат застарени техники, наменети за максимален принос, но го губат квалитетот што им е потребен на винариите. Следствено, винариите не се подготвени да платат висока цена за грозјето со послаб квалитет што создава значително незадоволство кај двете страни. Секоја година лозарите се жалат и бараат Владата да обезбеди дополнителни субвенции за предадено грозје во винариите. Многу винарии, кои не можат да се потпрат на квалитетот на сировината од надворешните лозари, се принудени да инвестираат во сопствено производство на грозје, со што се намалува потребата за откуп од земјоделците кои одгледуваат грозје, но и се намалува ликвидноста и способност да инвестираат во посилна промоција;
- Тесни грла во истражувањето и наука поврзани со производството на грозје и вино: Врските и размената на знаења меѓу винариите и научните и истражувачките институции (Земјоделски факултети, Земјоделски институт, акредитирани лаборатории) за контрола на квалитетот се слаби и треба дополнително да се зајакнат. Не постои годишен извештај за берба врз основа на кој сите засегнати страни можат да ги направат своите стратегии за развој на секторот (приноси, зелена резидба, цени, маркетинг итн.) Иако во земјава се присутни автохтони сорти на грозје како и локални балкански сорти грозје кои се припитомени во земјава, а во последно време стануваат сè попопуларни, има потреба од дополнителна елаборација, селекција на клонови и заштита. Овие сорти се всушност конкурентската предност на индустријата и клучната точка – за развој на уникатни вина со заштитени географски ознаки;
- Земјата на потекло има клучна улога во креирањето на перцепцијата за квалитетот на виното, па оттука влијае врз можностите за пласирање на виното на интернационалните пазари. Најголем дел од потрошувачите попрво би избрале француско или чилеанско вино отколку вино од конкретна

винарница, а особено ако таа не е од некоја од добро познатите вински земји. Поради недостатокот на имиџ на Македонија како винска земја, македонските производители се соочуваат со тешкотии при пронаоѓањето нови интернационални пазари и развивањето стабилни релации со европските и другите прекуокеански земји;

- Со цел да се постигне конкурентност и видливост на светскиот пазар, македонскиот вински сектор мора да воспостави систем на заштита на географското потекло. За оваа цел мора да се дефинираат локалните сорти и тероарите и да се постават критериуми за стил на вино, препознатливост и квалитет. Дополнителен недостаток е што Грција го има заштитено регионот Македонија како посебна географска ознака во Европската Унија. Градењето географски ознаки подразбира дека производителите се способни да развијат производи кои имаат специфични својства што се поврзани со потеклото, кои имаат постојан квалитет и кои може да изградат добра репутација на пазарите. Заштитата на географските ознаки е долг и макотрпен процес низ кој поминале сите вински земји во светот и имплементацијата на овој систем ќе биде возможна по донесување на новиот закон за вино во 2023 година;
- Недостигот на средства за маркетинг и промоција е честа пречка за винарниците, со оглед на огромните средства кои се потребни за да се организираат интернационални дегустации и презентации на вината или да се земе учество на интернационалните вински саеми и конференции. Можеби за поголемите винарници ваквиот трошок би бил прифатлив, но за малите и средни винарници овие трошоци се превисоки. Финансиите може да се третираат како многу значајна пречка за настап на интернационалните пазари, со оглед на тоа дека промоцијата на вината во странство е еден од основните начини за проширување на пазарите на кои ќе се извезуваат вината;
- Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство, преку своите програми за поддршка, се обидува на разни начини да го стимулира производството на брендиран македонски производ со директна поддршка по извезено шише вино, како и индиректно со поддршка на промотивни активности на интернационалните пазари но со цел да се дојде до забрзан развој на индустријата потребни се поголеми финансиски средства во овој дел. Недостасуваат и средства за интензивна промоција на земјата, а постои и лимитирана структура за генеричка промоција што го попречува влегувањето на релевантните пазари;
- Покрај сите предизвици со кои се соочува македонската винска индустрија, сепак постои значително подобрување од порано. Во периодот 2006 година се до денес се случува своевидна ренесанса на македонското винарство – отворени нови винарници, постојните во најголем дел се модернизирани и генерално е подигнато општото ниво на квалитет на македонските флаширани вина. Се повеќе се вклучуваат и излегуваат на виделина малите семејни винарии кои во наредниот период исто така треба да дадат свој придонес кон секторот особено во делот на развој на понудата за вински туризам. Ефектот од таквата природна конкуренција, од една страна, на македонските

консументи им овозможува да уживаат во одлични вина за соодветни цени, а, од друга страна, придонесува за позабрзан развој на извозот на оваа извозно ориентирана гранка, самостојно и со заеднички настап на винарниците. Сепак, Македонија во светски рамки е сè уште недоволно позната како производител на квалитетни флаширани вина иако се постигнува напредок на ова поле од година на година, што е основен предуслов при извозната промоција на индустријата, да се етаблира земјата на светската винска мапа. Потребно е владата да биде поактивна и да даде поддршка за изготвување на анализи и истражувања од страна на експерти за можностите за нашите компании на странските пазари;

- Новите земји во винската индустрија (Чиле, Аргентина, Јужна Африка итн.) се успешен пример за тоа како со дефинирање национална маркетинг-стратегија може да се креира препознатливост на вината во светски рамки и да се влијае врз зголемување на побарувачката на вина кои претходно биле со непознато потекло за потрошувачите на вино насекаде во светот. Со оглед на големиот број можности што му се нудат на македонскиот вински сектор, се донесува и овој стартешки документ согласно со кој ќе се промовираат македонските вина на интернационалните пазари и да се инвестираат средства од повеќе извори.

IV. СТРАТЕШКИ ЦЕЛИ, ПРИОРИТЕТИ, РЕЗУЛТАТИ, ИНДИКАТОРИ ЗА МЕРЛИВОСТ И МЕРКИ

4.1 Долгорочна стратешка цел за развој на лозарството и винарството

Долгорочна стратешка цел на оваа десетгодишна стратегија е зајакнување на конкуретноста на македонската винска индустрија во делот на лозарството и винарството со цел искористување на целосниот потенцијал на индустријата да стане препознатлив вински бренд на регионалните и интернационалните пазари, преку фокусирање на локални сорти и поднебјата за истакнување на нивните најдобри карактеристики. Тоа вклучува:

- Развој на оваа десетгодишна стратегија и нејзина соодветна реализација од страна на сите чинители со обезбдување на соодветни и насочени мерки за поддршка од страна на МЗШВ;
- Стратешка интеграција на сите чинители во индустријата;
- Развој на Географски ознаки за вино и регионално здружување.

Дистинктивна вредност на македонската винска индустрија е понудата на одлична вредност за цена на неоткриени локални сорти, од терени кои имаат природни предизпоции за врвен Тероар и почви кои не биле екцесивно третираны. Лозја во кои живее биодиверзитетот природно, а се повеќе и се работи на зачувување на истиот. Изобилие на микро клима и елевација на лозја заради планинско-ридската топографија, за вина богати со танин, киселина, боја и антоцијани кај црвените и лепеза на тероари за бело вино, Македонија со својата топла медитеранско - континентална клима е спремна да го претстави својот потенцијал во следните 10 години, базирајќи се пред се на локалните сорти.

4.2 Стратешки приоритети за развој на лозарството и винарството

Во функција на реализација на генералната стратешка цел утврдени се следните стратешки приоритет за развој на лозарство и винарство:

1. Интеграција на чинителите во секторот;
2. Реконструирање и модернизација на секторот;
3. Зголемување на препознатливоста на македонското вино на надворешните пазари и зголемување на извозот на различен опсег на пазари;
4. Развој на винскиот туризам;
5. Заштита од климатски промени и обезбедување одржливост и зачувување на биодиверзитетот во лозовите насади.

Сите активности ќе бидат и дополнително обработени и во десет годишна временска рамка која ќе биде презентирана како Акционен план на оваа стратегија до 2023 година од страна на Подсекторската група за грозје и вино, а изработен заеднички со сите чинители во секторот и МЗШВ.

Во оваа насока, во рамките на стратешките приоритети, утврдени се неколку групи на мерки (области на интервенција на политиката) со соодветни мерки и активности за нивна реализација во областа на лозарството и производството на вино. Реализацијата на предвидените мерки и активности ќе допринесе во реализација на следниве резултати:

- Поволна старосна и сортна структура на лозовите насади;
- Окрупнување на земјоделските стопанства и здружување во земјоделски задруги/кооперативи;
- Модерно расадничко производство и зголемено производство на сертифицирани лозови садници;
- Зголемена застапеност на модерни лозови насади со винско грозје и адаптирани на климатските промени кои влијаат на квалитетот на грозјето;
- Модерни нови технологии во примарно производство и производство на вино
- Стратешки партнерства на чинителите во секторот и основно регулирање на односите на пазарот на грозје и вино;
- Подобрен квалитет на грозје и вино со што ќе се постигне растечка вредност на виното во сите ценовни сегменти со цел да се обезбеди профитабилност, што последователно ќе значи и зголемување на цената на винското грозје;
- Зголемено пазарно учество на традиционалните пазари и зголемување на извозот на другите пазари пред се со вино во шишиња и заедничко промовирање на препознатливоста на македонското вино на надворешните пазари;
- Обезбедена поддршка за локалните економии преку развој на руралните средини со развој на винскиот туризам;
- Зголемено учество на одржливо и органско производство на грозје и вино во насока на зачувување на животната средина и биодиверзитетот.

4.3 Индикатори за мерливост

До крајот на десет годишниот период за реализација на акциониот план на оваа стратегија е предвидено да се постигнат следниве резултати:

- Зголемување на извоз на вино во шишиња во литри за за 50% ;
- Зголемување на вредноста на извозот на вино во шишиња над 50% во евра ;
- Зголемување на вредноста на извозот на наливното вино за 10% во евра;
- Најмалку три заштитени географски ознаки за вино PGI или PDO;
- Минимум 10% од виното пуштено во промет да носи ГО на крајот на 2033 година;
- Обновување (реструктурирање) на лозовите насади за 30%;
- 5% зголемување на површината под лозови насади;
- 4% од лозовите насади да произведуваат органско сертифицирано винско грозје;
- 40% лозови насади на целата територија на земјата да бидат одржувани со примена на добра земјоделска пракса, во насока за зачувување на животната средина и биодиверзитетот;
- Селектирани клонови за Кратошија, Вранец и Станушина;
- Јавно достапен и функционален дигитализиран лозарски катастар под МЗШВ;
- Зголемен број на посети во винарските визби за 15% до крајот на 2033.

4.4 Мониторинг и евалуација на реализацијата на Стратегијата

Со цел креирање на оддржливост на Стратегијата за лозарство и винарство 2023-2033 година и креирање на предлози за развој за понатамошниот период 2033-2043 година, во рамките на МЗШВ преку подсекторската група за грозје и вино ќе биде имплементирана Рамка за мониторинг и евалуација, преку која ќе се спроведат принципите на ефикасност, транспарентност и отчетност на сите инволвирани чинители:

- ќе се оценуваат перформансите на реализација на поставените цели и резултати преку анализа на клучните индикатори;
- ќе се мониторира и евалуира учеството на социо-економските оператори кои се јавуваат како чинители во стратегијата;
- ќе се мониторира и евалуираат резултатите од финансиските мерки (субвенции) и нивото влијание кон постигнување на зацртаните цели;
- ќе се мониторира текот на тековните проекти и активности;
- ќе се мониторира нивото на задоволство на чинителите идентификувани во стратегијата од спроведувањето на истата.

Преку Рамката за мониторинг и евалуација ќе се овозможат Годишни известувања за реализација на Акциониот план и степенот на реализација на стратешките цели. Годишните известувања ќе бидат јавни и поставени на веб страната на МЗШВ.

4.5 Поттикнувачки мерки за развој на лозарството и винарството

4.5.1 Интеграција на чинителите во секторот

Во рамките на овој приоритет, активностите се насочени кон стратешка интеграција на чинителите во секторот и основно регулирање на односите на пазарот на грозје и вино. Активностите се насочени кон стабилизирање на пазарните механизми и релации кои постојат првенствено помеѓу примарните производители, винарските визби, откупувачите на винско грозје, трговци.)

Приоритетни цели и мерки:

4.5.1.1 Хоризонтална интеграција на примарни производители

- Да се дизајнираат механизми за стимулирање на примарните производители за здружување во економски форми на здружување (земјоделски задруги, групи на производители и слично);
- Креирање на мерки и механизми кои ќе поттикнуваат лозарите да бидат членови во земјоделски здруженија.

4.5.1.2 Хоризонтална интеграција на винарски визби

- Поттикнување на здружувањето на винарските визби преку континуирана поддршка со мерки за поддршка за подобро остварување на утврдените цели на здруженијата.

4.5.1.3 Вертикална интеграција во здруженија/организации за заштита на ГО и традиционални називи

- Да се дизајнираат мерки за стимулирање за вертикално формирање и зајакнување во организации за заштита на ГО и традиционални називи.

4.5.1.4 Стратешко партнерство на сите чинители во секторот

- Подобрување на дијалогот на национално ниво, преку јакнење на улогата на Потсекторската постојана група за грозје и вино (ППГ-ГВ) во министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство;
- Подобрување на дијалогот на локално ниво преку координативни тела во рамките на општините, каде што лозарството и винарството се едни од основните егзистенции на населението;
- Разработување на услови и критериуми за гарантиран пласман на винското грозје при нарушување на пазарот на понуда и побарувачка за винско грозје.

4.5.2 Реконструкција и модернизација на секторот

Приоритетни цели и мерки:

4.5.2.1 Воведување на нов систем на ГО и традиционални називи

- Донесување на новиот Закон за вино кои го регулира новот систем на ГО и традиционални називи согласно ЕУ регулативите и подзаконските акти;
- Мерки за поддршка за изработка на елаборатите и спецификациите на производот за ГО и традиционалниот назив;
- Формирање на организации за заштита на ГО и традиционални називи.

4.5.2.2 Инвестиции во образование, наука и истражување

- Обезбедување на потребна инфраструктура (опитни полиња, лабораториска опрема и кадар) преку зголемување на фондот за научна истражувачка дејност;
- Поттикнување на стратешкото партнерство меѓу приватните субјекти и научните истражувачки институции заради заедничко аплицирање за финансиска помош од меѓународни и национални фондови;
- Поттикнување на стратешко партнерство меѓу приватните субјекти, универзитетите и средните школи заради развој на заеднички едукативни програми согласно потребите на индустријата.

4.5.2.3 Подигнување на нови лозови насади и прилагодување на лозовите насади според новиот систем за Географска ознака

- Обезбедување на финансиска поддршка за прилагодување на сортниот состав на лозовите насади според ГО со фокус на локалните и регионалните сорти;
- Обезбедување на финансиска поддршка во обновување на стари лозови насади;
- Зголемена финансиска поддршка за производство на грозје подобно за производство на вино со највисок степен на Заштитена Географска ознака.

4.5.2.4 Окрупнување на површините под лозови насади

- Воспоставување на механизми и можни мерки за финансиска поддршка наменета за окрупнување на лозови насади.

4.5.2.5 Поддршка за модернизација на производство на лозови садници

- Финансиска поддршка за подигање на матични насади со безвирусни лозови подлоги и матични насади за калем гранки за производство на сертифицирани лозови садници.

4.5.2.6 Поддршка за модернизација на државните системите за наводнување

- Реконструкција на старите системи и изградба на нови системи за наводнување на лозовите насади;
- Мерки за финансиска поддршка на производителите на винско грозје за инвестиции наменети за наводнување на лозовите насади.

4.5.2.7 Зајакнување на контролата на квалитет и контрола на ГО

- Обуки наменети за Државниот земјоделски инспекторат;
- Мерки за поддршка за акредитација за контролни и верификациски тела.

4.5.2.8 Кредитна политика и долгорочно финансирање

- Докапитализирање на Развојната Банка на Република Северна Македонија со цел зголемување на можностите за кредитирање на инвестиции и обртни средства во областа на лозарството и винарството. Соодветен износ на потребите на секторот се проценуваат на 30 милиони на годишно ниво за инвестиции и фонд од 20 милиони евра за обртни средства за откуп на винско грозје. Обезбедување на средства од буџетот за кофинансирање на расходите за камати за кредити земени од комерцијални банки од страна на приватниот сектор;
- Проширување на мерката за субвенционирање за каматна стапка за обезбедување на средства наменети за исплата на откуп на винско грозје;
- Обезбедување на фондови и буџетски пари за брза обнова на лозовите насади и обезбедување на партнерски односи меѓу лозарите и винариите како и обезбедување на сигурен пласман на грозјето преку три-партитен договор кој ќе биде поволен за сите три страни и ќе реши и структурни и многу социјални моменти на малите лозари (пр. моменталниот фонд од растителното производство за лозјата е над 6 мил евра, кој доколку се искористи за субвенционирање на каматните стапки на индивидуалните лозари, тогаш кредитната линија би била близу 80-100 мил евра. Со овие средства, лозарите ќе направат брза обнова и ќе имаат интерес, а винарниците ќе се обврзат за склучување на долгорочни договори за соработка со лозарите за сигурен пласман на грозјето, што пак ќе биде гаранција за банките од аспект на солвенственоста на индивидуалните лозари;
- Креирање на развоен фонд одреден за секоја година кој ќе се обезбеди дополнително со средства од ЕУ, буџет на РМ и со координација на институции ќе биде наменет за модернизација на винариите Овој развоен фонд потребно е да биде поставен дополнително на ИПАРД фондовите, за да обезбеди одржливост и развој на секоја винарница со успешен Бизнис План за инвестиција, без разлика на критериумите поставени само од ИПА фондовите.

4.5.3 Насоки за планирање на маркетингот на македонското вино

Приоритетни цели и мерки:

4.5.3.1 Изработка на маркетинг план за промоција на македонското вино на странските пазари

- Обезбедување на поддршка за пазарно истражување на клучните пазари;
- Обезбедување на поддршка за изработка на маркетинг план.

4.5.3.2 Промотивни активности

- Обезбедување поддршка за учество на интернационални саеми за вино со предимство на настап на здруженија и асоцијации на винарски визби;
- Обезбедување поддршка за организација на B2B настани (надвор и во државата).

4.5.3.3 Инвестиции кои придонесуваат кон препознатливоста

- Креирање и реализација на маркетиншка кампања “Вина од Македонија / Wines of Macedonia” во функција на препознатливоста на македонските вина на меѓународните пазари;
- Обезбедување поддршка за објави на статии за Македонија како винска земја во регионални и интернационални вински магазини;
- Обезбедување поддршка за организација на Мастерклас дегустации за презентација на македонските вина на интернационалните пазар;
- Обезбедување поддршка за влез на македонските вина во онлајн продажни платформи на интернационалните пазари;
- Обезбедување поддршка за поттикнување на учество на регионални и меѓународни натпревари за вино.

4.5.3.4 Инвестиции во одржување на конкуретност за зачувување на постоечки пазари и отварање на нови пазари

- Кофинансирање за маркетинг трошоци и трошоци на продажба со цел стимулирање на извозот на вино во шишиња;
- Кофинансирање и поддршка на постоечки производители на наливно вино за инвестиции во оперма за флаширање и наоѓање нови пазари и дистрибутери;
- Финансирање на Здружението Вина од Македонија преку директна финансиска поддршка или креирање на јавно-приватно партнерство со МЗШВ. Дефинирање на годишен буџет за поддршка на заедничка промоција на македонското вино на интернационалните пазари кој ќе биде дефиниран како процент од извозот.

4.5.4 Поддршка за развој на вински туризам

Приоритетни цели и мерки:

4.5.4.1 Инвестиции во развој на рурален и вински туризам

- Продолжување на мерките за поддршка на инвестиции за развој на рурален и вински туризам.

4.5.4.2 Интеграција на понудувачите на вински туризам со останатите чинители во секторот туризам

- Поттикнување на меѓугранково поврзување на туризмот, угостителството, занаетчиството и останати поврзани гранки со винарството и винарската индустрија во насока на заеднички настап и остварување на колективни придобивки од истиот;
- Градење на вински патишта во земјата и поврзување со винските патишта од регионот преку воспоставување на мерки за популаризација и промоција на винскиот туризам и можностите кој истиот ги нуди и воведување / вклучување на индивидуални лозари и “микро-производители” на вино во системот на “вински патишта”, односно картата на вински патишта во Македонија.

4.5.4.3 Инвестиции во промоција на винскиот туризам

- Поддршка на домашни вински манифестации на државно, регионално, локално ниво кои придонесуваат кон заштита и промоција на автентичниот имиџ на производството на грозје и вино;
- Инвестиции за обезбедување соодветна инфраструктура за пристап до соодветни локации за вински туризам;
- Инвестирање во развој и означување на национални и регионални вински патишта.

4.5.5 Заштита од климатски промени и обезбедување оддржливост и зачувување на биодиверзитетот во лозовите насади

Приоритетни цели и мерки:

4.5.5.1 Едукација за воведување на одржливи техники во лозарството и винарството

- Обезбедување на поддршка за информативни работилници и обуки за воведување и примена на одржливи техники во лозарството и винарството.

4.5.5.2 Инвестиции во органско производство на грозје и вино

- Креирање на мерки за поддршка за конверзија од конвенционално во органско производство на грозје;
- Креирање на специфични мерки за поддршка за инвестиции за подигнување на насад за производство на органско грозје;
- Креирање на мерки за поддршка на трошоците за сертификација на органско вино.

4.5.5.3 Ревитализација и комерцијализација на автохтони и локални сорти

- Селекција, формирање на матични насади и производство на саден материјал од локалните балкански бели и црвени сорти на грозје кои се добро адаптирани на нашиот тероар. Посебни мерки за развој на Станушината како единствена наша автохтона сорта;
- Одредување на македонски профил на Вранец и соодветна контрола на означување на вина кои содржат вранец.

4.5.5.4 Изработка на студија која ќе ги анализира влијанијата на климатските промени и ќе прерасне во Елаборат за погодноста на познатите вински региони

- Креирање на мерки за поддршка за заштита од климатските промени на лозовите насади.

V. Завршна одредба

Оваа стратегија влегува во сила наредниот ден од денот на денот на објавувањето во „Службен весник на Република Северна Македонија“.

Бр. -----

-----2023 година

Скопје

Претседател на Владата на
Република Северна Македонија,
Димитар Ковачевски, с.р.



Република Северна Македонија

**Министерство за земјоделство,
шумарство и водостопанство**

