

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO
POSLOVNO-RAZVOJNI NAČRT VINOGRADNIŠTVA IN
VINARSTVA STEGOVEC SVETI MARTIN

Ljubljana, junij 2004

PETER STEGOVEC

IZJAVA

Študent Peter Stegovec izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom prof. dr. Rudija Rozmana in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 7. 6. 2004

Podpis:

KAZALO

1. UVOD	1
2. ANALIZA STANJA	3
2.1. ZGODOVINSKA DEJSTVA	3
2.2. OPIS KMETIJE	4
2.2.1. VINOGRAD	5
2.2.2. VINSKA KLET	6
2.2.3. ZAPOSLENI	8
2.2.4. DOPOLNILNE DEJAVNOSTI	8
2.2.5. KUPCI IZDELKOV IN STORITEV	8
2.3. ANALIZA POSLOVNE USPEŠNOSTI	10
3. ANALIZA IN PREDVIDEVANJE OKOLJA	11
3.1. EKONOMSKO OKOLJE	11
3.1.1. STANJE V SLOVENIJI IN PRIMERJAVA Z EVROPSKO UNIJO	11
3.1.2. POVRŠINE VINOGRADOV	11
3.1.3. PROIZVODNJA GROZDJA IN VINA V SLOVENIJI	12
3.1.4. CENE GROZDJA IN VINA V SLOVENIJI	13
3.2. POLITIČNO – PRAVNO OKOLJE	13
3.2.1. UREDITEV TRGA VINA V SLOVENIJI PRED SPREJETJEM SKUPNE TRŽNE UREDITVE	14
3.2.2. UREDITEV TRGA VINA V SLOVENIJI PO SPREJETJU SKUPNE TRŽNE UREDITVE	15
3.2.2.1. Vsebina skupne ureditve trga z vinom	15
3.2.2.2. Omejitve pri sajenju vinogradov	16
3.2.2.3. Strukturni ukrepi	16
3.2.2.4. Umik s trga in podpore porabi	16
3.2.2.5. Zunanjetrgovinski ukrepi	16
3.2.2.6. Spremljajoči ukrepi	17
3.2.3. UČINKI NA TRGU VINA PO PRISTOPU SLOVENIJE K EU	17
3.2.3.1. Ocena ekonomskih rezultatov slovenskega kmetijstva do leta 2006	17
3.2.3.2. Pričakovani učinki na področju vinogradništva in vinarstva	18
3.3. KULTURNO OKOLJE	18
3.4. NARAVNO OKOLJE	19
3.5. PSPN MATRIKA (SWOT ANALIZA)	21
4. STRATEGIJA RAZVOJA (INVESTICIJSKI NAČRT)	22
4.1. VIZIJA	22
4.2. STRATEGIJE	23
4.3. ZASADITEV VINOGRADOV	23
4.3.1. I. PROJEKT ZASADITVE VINOGRADA	24
4.3.1.1. Iskanje idej, posvetovanje	24
4.3.1.2. Dokončno odločanje	25
4.3.1.3. Priprava terena	25
4.3.1.4. Izdelava geometrije terena	26
4.3.1.5. Kopanje	27

4.3.1.6. Ravnanje terena	27
4.3.1.7. Zarisovanje vrst	28
4.3.1.8. Odpiranje brazd	29
4.3.1.9. Postavljanje količkov	29
4.3.1.10. Sajenje trt	30
4.3.1.11. Postavljanje nosilnih stebrov	31
4.3.1.12. Namestitvev žice	32
4.3.1.13. Zaključna dela	33
4.3.2. II. PROJEKT ZASADITVE VINOGRADA	34
4.3.3. III. PROJEKT ZASADITVE VINOGRADA	34
4.4. POSODOBITEV VINSKE KLETI	35
4.4.1. SEDANJE STANJE	35
4.4.2. NAČRT INVESTICIJ	36
4.5. DOPOLNILNE DEJAVNOSTI (TURIZEM)	38
4.5.1. PREUREDITEV DOMAČEGA DEGUSTACIJSKEGA PROSTORA	38
4.5.2. ODPRTJE LOKALA V VEČJEM URBANEM SREDIŠČU	38
4.6. TABELA AKTIVNOSTI INVESTICIJSKEGA NAČRTA	39
5. POSLEDICE RAZVOJNEGA NAČRTA	40
5.1. PREDVIDENA POSLOVNA USPEŠNOST PO ZAKLJUČKU RAZVOJNEGA NAČRTA	40
5.2. MOŽNOSTI PRODAJE	41
5.3. PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI	42
5.4. ZAPOSLENI	42
6. SKLEP	43
LITERATURA	44
VIRI	44

1. UVOD

Slovenska proizvodnja vina je zelo zanimiva, ne količinsko, saj pridelamo zanemarljive količine grozdja in vina v primerjavi z velikimi državami proizvajalkami, ampak predvsem zaradi raznolikosti, ki jo predstavljajo edinstvena reliefna in podnebna področja Republike Slovenije.

Slovenija je nedvomno vinorodna dežela, ki na relativno majhnih površinah ponuja izredno raznolikost vrst grozdja in posledično vina, tako rdečega kot belega. Občutna razlika pri lastnostih pridelanih vin je predvsem med sredozemskim in celinskim delom države, s čimer se pohvalijo le redke države v Evropi, še posebno na tako majhnem prostoru. Slovenijo sestavljajo tri vinorodne dežele Posavje, Podravje in Primorska, ki se delijo v 14 vinorodnih okolišev. Tudi ta podatek o številnih vinorodnih okoliših potrjuje tezo, da je Slovenija vinogradniško gledano zelo pestra, saj prav vsak okoliš predstavlja svojstvene značilnosti vina.

Proizvajalci vina se soočajo z veliko konkurenco, to velja predvsem za najrazvitejše svetovne države, kamor v vinarskem smislu lahko uvrstimo tudi Slovenijo. Če izvzamemo največje svetovne proizvajalce vina (v ZDA, Avstraliji, Španiji, Italiji, Franciji, Čilu itd.), lahko drugod uspejo le tisti z vrhunsko kakovostjo, prepoznavnostjo in nekakšno zgodbo o vinu, ki mora spremljati vsako blagovno znamko. Na ta način lahko uspejo tudi manjše družinske kmetije, ki se v velikem številu pojavljajo tudi v Sloveniji. Bistvo je zagotovitev tržne niše za vina visoke kakovosti po taki ceni, ki bo tudi ob manjših količinah upravičila investicije v tovrstno butično proizvodnjo.

V svojem delu se osredotočam predvsem na vinorodno deželo Primorsko, natančneje na Vipavsko dolino, ki je eden izmed štirih sestavnih delov sredozemskega dela vinorodne Slovenije (ostale tri vinorodne pokrajine so Goriška Brda, Kras in Koper). Ta podatek se mi zdi bistven, saj med drugim želim dokazati, da so prav vina sredozemskega podnebja v Sloveniji najperspektivnejša, še posebno vina prehodne Vipavske doline, ki ponujajo zelo ugodno mešanico sredozemskih in celinskih podnebnih vplivov.

Temeljni cilj diplomskega dela je dokazati upravičenost (v prvi vrsti ekonomsko) širitve družinske vinogradniško-vinarske kmetije Stegovec. Družina Stegovec je že razmeroma uveljavljeno ime na slovenskem vinskem trgu. Svoje vino višjega kakovostnega razreda trži pod blagovnimama znamkama 'Sveti Martin' in 'Vino vinske kraljice'. Gre za količinsko manjšega proizvajalca, ki glede na značilnosti slovenskega povpraševanja po vinu pretežni del vina še vedno proda 'odprtega', torej t.i. deželnega vina. Tudi zaradi tega proizvajalec zaenkrat nastopa le na slovenskem trgu, izkušnje s tujim trgom so zanemarljive.

Delo temelji predvsem na ciljih družinske kmetije ter na strategijah, na kakšen način le-te doseči in pa na zelenih posledicah, ki naj bi jih ta načrt širitve povzročil. Rdeča nit strategije

je visoka kakovost vina; osnovni cilj je torej pridelava najboljših vin, kar pomeni vrhunsko delo od vinograda vse do postrežbe steklenice. Tehnično gledano to pomeni v načrtovanem obdobju priti do prevladujočega deleža ustekleničenega vina (glede na odprto vino) po ceni, primerni visoki kakovosti vina. Ekonomsko to pomeni znatno povečanje dodane vrednosti. Menim, da so vse možnosti za to dane; potreben je le dober načrt, ki bi to dokazoval oziroma vse prednosti in priložnosti prikazal kot boljše argumentirane od vedno pretečih slabosti in nevarnosti.

Delo je sestavljeno iz šestih poglavij, predvideva pa razvojni načrt družinske vinogradniško-vinarske kmetije Stegovec v 10-letnem obdobju (2004-2013).

Uvodu sledi **drugo poglavje**, kjer bralce najprej seznanim s podrobnejšim opisom kmetije in z nekaterimi zgodovinskimi dejstvi in prelomnicami, kar v tej precej tradicionalni dejavnosti ni zanemarljivo. V tem poglavju je predstavljena tudi temeljita analiza stanja na kmetiji; zelo pomembna je izpostavitve kupcev izdelkov in storitev kmetije. Nekoliko se spuščam tudi v nekatere tehnične in tehnološke postopke tako v vinogradništvu kot tudi v kletarstvu. Dodana je tudi krajša analiza poslovne uspešnosti.

Tretje poglavje prikazuje analizo in predvidevanje okolja, kar pomeni podrobnejšo analizo celotnega trga grozdja in vina v najširšem pomenu besede. Ne spuščam se le na trg nakupa grozdja in prodaje vina, podrobneje so opisane tudi kompleksne tržne poti, ki zajemajo širok spekter poslovanja: od nepremičnin pa vse do turizma. V tem poglavju je posebej poudarjena tudi vloga države in evropskih institucij, v zvezi s katerimi je podrobneje izpostavljena Skupna kmetijska politika, ki igra ključno vlogo v evropskem kmetijstvu. Poglavje je zaokroženo s PSPN matriko.

Četrto poglavje je osrednje poglavje diplomskega dela, saj prikazuje vizijo in strategije razvoja kmetije, torej s tem povezane odločitve, cilje in seveda načine, kako priti do zamišljenih ciljev. Osrednja tema je investicijski program, ki mora biti podrobno preučen in izdelan, da lahko upraviči vse naložbe. Investicije so finančno, za tako majhen poslovni subjekt, zelo zahtevne, vključujejo pa investiranje v zasaditev vinogradov (z dodatnim nakupom zemljišč), povečanje in posodobitev vinske kleti, pomembne pa so tudi naložbe v diverzifikacijo dejavnosti, kar preprosteje pomeni vlaganje v turizem.

Peto poglavje prikazuje posledice, ki naj bi jih razvojni načrt kmetije prinesel v prihodnosti. Upravičuje tudi uspešnost investicije, kar je eden izmed ciljev obravnavanega razvojnega načrta. Primerjalno so prikazani nekateri kazalci uspešnosti – tako pred začetkov izvajanja razvojnega načrta kot tudi po njem.

Ob koncu sta še sklep ter navedba literature in virov. Viri nekaterih tabel so zbrani na podlagi pogovora s proizvajalcem in kot taki ne obstajajo oziroma niso nikjer objavljeni.

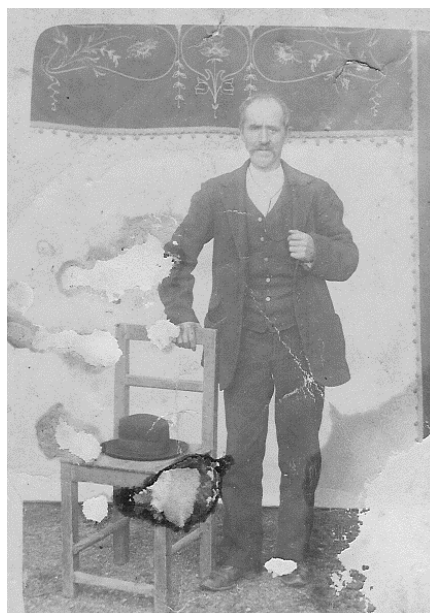
2. ANALIZA STANJA

2.1. ZGODOVINSKA DEJSTVA

V dejavnosti pridelovanja grozdja in vina je zgodovinski moment izredno pomemben, še posebno če govorimo o manjših družinskih pridelovalcih, kjer ima tradicija zelo velik pomen. Nekateri s tem morda celo pretiravajo, saj nemalokrat na tovrstnih izdelkih opazimo davne letnice (npr. 'since 1250'), ki so velikokrat brez prave osnove. Treba je priznati, da je tovrstni način trženja živilskih izdelkov (vrhunska vina so med najbolj izstopajočimi) izredno uspešen, saj potencialne kupce to pritegne.

Po razpoložljivih virih se družina Stegovec ukvarja s pridelavo vina približno 130 let, kar pa ne pomeni, da predniki mogoče že prej niso pridelovali žlahtne kapljice. Obstoječi dokument dokazuje, da so pradedu sedanjega gospodarja Petru Stegovcu avstro-ogrske oblasti dovolile odprtje vinotoča v takrat edinem pristaniškem mestu v državi, v Trstu. Da je bil omenjeni Peter Stegovec (glej Sliko 1 na isti strani) začetnik tradicije pridelovanja vina v družini sklepamo iz tega, da se je prav on priselil v kraj, kjer še danes stoji stara družinska domačija. S svojim prihodom je najverjetneje osnoval kmetijo, kjer sta imela grozdje in vino glavno vlogo med pridelki. Tako je, po pripovedovanju, iz roda v rod ostalo skozi vse generacije. Vino je bilo vedno osnovni kmetijski proizvod, čeprav je bila kmetija vedno mešana – pridelovali so torej najrazličnejše proizvode, delno zgolj za preživetje. Vino je bilo vedno najbolj tržno usmerjen proizvod, večinoma namenjen prodaji.

Slika 1: Peter Stegovec, začetnik tradicije pridelave vina družine Stegovec (okoli leta 1895)



Vir: Arhiv družine Stegovec.

Pomembno prelomnico (bolj negativno) predstavlja začetek sedemdesetih let prejšnjega stoletja. Takratni gospodar kmetije je mlad umrl, prisotni pa so bili še drugi ekonomski in

socialni problemi tedanjega časa, ki so prisili umik vdove s tremi otroki iz že tako odročne vasi. To je pomenilo skorajšnjo opustitev kmetije, saj se je družina preselila v bližnje mesto, kjer je tedanje socialistično gospodarstvo zagotavljalo vsaj minimalni prag preživetja. Kmetija je bila tedaj skoraj opuščena, vendar pa je ljubezen do domačega kraja ter obdelovanja vinske trte in pridelave vina omogočila obstoj majhnega delčka vinograda in minimalne količine vina (okoli 300 litrov).

Naslednja prelomnica, ki na nek način pomeni ponovno rojstvo pridelave vina in grozdja družine Stegovec, je leto 1978, ko se je tedanji (in zdajšnji) gospodar Boris Stegovec odločil za ponovno posaditev vinograda, kar je tudi izvedel v letih 1978 – 1980. Tedanja zasaditev približno 2.500 trsov merlota, barbere, belega pinota, rebule, malvazije in laškega rizlinga pa ni bila izvedena zaradi ekonomskih razlogov, ampak kot nekakšen hobi oziroma posledica velike ljubezni do domače zemlje in vinske trte.

Četrti pomemben dogodek tega kronološkega prikaza se je zgodil v času trgatve leta 1987, ko je mošt iz družinskih vinogradov prvič priteklo v novo sodobno klet, ki je bila zgrajena v sklopu nove družinske domačije nedaleč od stare domačije in vinogradov. Omenjena klet je v uporabi še danes, seveda z nekaterimi spremembami. V tem času je družina tudi ustekleničila prva vina in z njimi tudi uspešno sodelovala na (nekdaj) zelo cenjenem Mednarodnem vinskem ocenjevanju vin v Ljubljani.

Naslednja, izredno pomembna prelomnica, sega v leto 1994, ko se je družina odločila za postopno obnovitev vinogradniških površin, kar je tudi izvedla v letih 1994 – 2000. V teh šestih sezonah je bil vinograd povsem obnovljen in zasajen na eni sami lokaciji. Obsega približno 10.000 trsov pretežno avtohtonih ali vsaj 'udomačenih' sort. Te so: zelen, pinela, rebula, klarnica, barbera in merlot. Poudariti je potrebno tudi vzgojo vinske trte, ki je izključno namenjena vinom višjega kakovostnega razreda (majhna obremenitev vinske trte). Ta prelomnica je pomenila tudi precejšnje povečanje količin vina, čemur je botrovala tudi odločitev o dodatnem, vsakoletnem nakupu grozdja za izpopolnitev asortimana. Bistvo te pomembne prelomnice je dejstvo, da je po 25 letih vino v družini Stegovec spet postalo dobrina, s katerim je treba resno nastopiti na trgu.

Najnovejšo prelomnico vinogradniško-vinarske družine Stegovec pa začenjam prav s tem diplomskim delom, ki predstavlja natančen razvojni načrt te družinske dejavnosti v naslednjih letih. Bolj kot kadarkoli poprej bo v ospredju jasen nastop na trgu (doma, predvsem pa v tujini), natančno pa so določene tako strateške kot tudi operativne odločitve.

2.2. OPIS KMETIJE

Domačija družine Stegovec je locirana sredi Vipavske doline, v najvišjem zaselku vasi Brje, Svetem Martinu, na razmeroma ugodni strateški legi – približno na pol poti med Novo Gorico

in Ajdovščino, oziroma precej blizu močnih gospodarskih središč. Ljubljana je oddaljena 70 km, Trst 40 km in Videm 50 km. Povezave z omenjenimi središči so večinoma zelo ugodne, avtocestne. Sicer je Sveti Martin vasica, ki dominira na 333 m.n.v. visokem gričku, na predelu imenovanem Vipavska Brda. Gre za približno 20 km dolgo gričevnato verigo, ki se razteza v smeri SZ – JV med dolinama reke Vipave in Branice. Nadmorska višina gričev je nekje med 150 in 400 metrov, kar daje idealne pogoje za gojenje vinske trte. Zemlja je večinoma lapornata, kar predvsem za nekatere sorte pomeni izredno ugodne pogoje za doseganje vrhunske kakovosti grozdja. Pomembno je tudi dejstvo, da gre za povišane lege, kar pomeni ugodnost za izrazitejšo sončno obsevanje v času zorenja grozdja. Za vinsko trto so pomembne tudi podnebne značilnosti tega področja. Gre namreč za izrazito prepletanje prevladujočega sredozemskega podnebja z blagodejnimi vplivi celinskega – visoki planoti Trnovski gozd in Nanos sta namreč v neposredni bližini in vplivata na podnebje tega področja. Mešanica omenjenih dveh podnebij ugodno vpliva na pridelavo grozdja in posledično vina. Tu bi poudaril predvsem nekatere bele (avtohtone) sorte. Povedano krajše: Vipavska Brda so bila tradicionalno področje za pridelavo najboljših vin in tako je tudi danes, pa čeprav so se vinogradi v bližnji preteklosti selili na ravninska področja – to se je dogajalo predvsem zaradi veliko lažje obdelave in zaradi usmerjenosti v masovno proizvodnjo. Na račun tega je seveda trpela kakovost.

Kot sem že omenil se Vinogradniško in vinarstvo Stegovec danes ukvarja izključno s pridelavo grozdja in vina. Lahko bi rekel, da gre za intenzivni način pridelave.

2.2.1. VINOGRAD

Vinograd je zasajen na lastni zemlji, celoten na enotni lokaciji, nedaleč od domačije in vinske kleti. Lociran je na nadmorski višini okoli 300 metrov. Prst je večinoma lapornata, ponekod se meša z ilovico; tam je tako nekoliko močnejša, hvaležnejša v sušnih letih. Način sajenja vinograda je striktno prilagojen vrhunski kakovosti grozdja. Trsi so posajeni zelo gosto, medtrsna razdalja je 70 centimetrov, medvrstna pa 220 centimetrov. Vzgoja vinske trte je t.i. enojni 'gijon', kar omogoča zelo nizko obremenitev; to pomeni povprečno med 1 in 1,5 kilograma grozdja na vinsko trto. Zasajenih je 10.000 trsov, predvsem sort, ki so primerne za lapornato, torej šibkejšo prst. Nasploh je pridelovalec usmerjen v avtohtone sorte in nekatere sorte, ki na danem področju dosegajo dobre rezultate. Izogibajo se chardonnayem, sauvignonom in podobnim sortam, saj dana prst in ostali pogoji enostavno niso primerljivi z najboljšimi področji za omenjene sorte. Kar se tiče vrst grozdja in vina, se proizvajalec trudi, da bi zapolnil tržne niše s sortami, ki na tem specifičnem mikroklimatskem področju dajejo vrhunske rezultate. Posejane sorte so razvidne iz tabele.

Tabela 1: Sorte in količine zasajenih vinskih trt

Sorta vinske trte	Število trsov
Barbera	2.500
Rebula	2.000
Zelen	2.000
Pinela	1.500
Merlot	1.000
Klarnica	1.000
Skupaj	10.000

Vir: Vinogradništvo in vinarstvo Stegovec Sveti Martin, 2000.

Omenjene sorte so zelo prilagodljive na šibkejšo prst. V to kategorijo morda ne sodi le merlot, ki pa je zato posajen na bolj ilovnatem področju. Tudi podnebne značilnosti so iz izkušenj pridelovalca posajenim sortam zelo naklonjene. Sploh pa so to sorte, ki so tradicionalno dobro uspevale na tem področju že v preteklosti. Izpostavil bi predvsem zelen in pinelo, ki sta avtohtoni sorti Zgornje Vipavske doline – uspevata torej zgolj na zelo omejenem mikroklimatskem področju.

Vinograd se večinoma obdeluje strojno, za kar poskrbi zmogljiv traktor z vsemi priključki, ki so potrebni za kakovostno obdelavo na ta način zasajenega vinograda. Dela, kot so rez vinske trte, vezanje, čiščenje in obiranje, potekajo ročno in so tudi precej zamudna.

Na podlagi vsega povedanega navajam podatek, da družina letno pridelava okoli 15.000 kg grozdja, kar pa lahko iz leta v leto precej niha, saj je vinograd zelo izpostavljen vremenskim vplivom. Problematična je lahko predvsem suša, čeprav njene negativne učinke precej zmanjšuje majhna obremenitev vinske trte. Pojavlja se tudi toča, ki pa v zadnjih letih ni naredila večje škode v primerjavi z nekaterimi bližnjimi predeli. Vinograd je zavarovan proti toči, podobnih zavarovanj za sušo pa pri nas ni.

Poleg lastnega grozdja proizvajalec letno dokupi okoli 20.000 kilogramov grozdja. Gre za stalne dobavitelje iz bližnje okolice, pri katerih je kakovost grozdja redno kontrolirana s strani kupca, torej družine Stegovec. Pri dokupljenem grozdju bi poudaril predvsem grozdje iz nižinskih predelov (največ merlot, beli pinot), kar pomeni ugodno kombinacijo sort iz nižinskih in povišanih leg. Takšna kombinacija je pomembna tako zaradi raznolikosti grozdja (oziroma raznolikosti sort, ki na različnih reliefih različno dobro uspevajo) kot tudi zaradi dejstva, da so nekatera leta izrazito sušna, nekatera pa bolj mokra (prva bolj prijajo nižinskim legam, druga povišanim).

2.2.2. VINSKA KLET

Letna proizvodnja vina se giblje med 25.000 in 35.000 litrov. Približno tretjina je rdečega vina, dve tretjini belega. Tržno gledano gre za različne stopnje kakovosti vina – od deželnega

do vrhunskega. Približno polovica vina je t.i. odprtega. Gre večinoma za bele in rdeče zvrsti, ki se večinoma polnijo v 30-litrne sodčke iz nerjavečega jekla. Druga polovica vina se ustekleniči tako v litrske steklenice kot v 0,75-litrne buteljke. Povprečne letne količine vina in načini embaliranja so navedeni v spodnji tabeli.

Tabela 2: Povprečne letne količine vina in način embaliranja posameznih vrst vina

Vrsta vina	Vrsta embalaže	Letna količina (l)
Zvrst Bela	30 l inox sodi, ostalo.	12.000
Zvrst Rdeča	30 l inox sodi, ostalo.	4.000
Barbera	Steklenice 1 liter.	3.000
Zelen	Steklenice 1 liter.	2.000
Barbera	Buteljke 0,75 litra.	1.000
Zelen	Buteljke 0,75 litra.	1.000
Pinela	Buteljke 0,75 litra.	1.000
Rebula	Buteljke 0,75 litra.	1.500
Merlot	Buteljke 0,75 litra.	1.500
Rose	Buteljke 0,75 litra.	1.500
Zvrst Bela	Buteljke 0,75 litra.	1.500
Zvrst Rdeča	Buteljke 0,75 litra.	1.000
Skupaj (l)		31.000

Vir: Vinogradništvo in vinarstvo Stegovec Sveti Martin, 2003.

Klet je sodobno opremljena. Kapaciteta kleti zadošča za 40.000 litrov vina, v obstoječem objektu pa bi bilo mogoče hraniti še dodatnih 20.000 – 30.000 litrov vina. Vino se hrani tako v posodah iz nerjavečega jekla kot tudi v lesenih sodih. Filozofija hiša narekuje, da vsako vino v določenem obdobju dozorevanja odleži v leseni posodi, kar je eden izmed neizbežnih pogojev za doneganje vina višje kakovosti. Tako je približno polovica posode v kleti lesene, polovica pa iz nerjavečega jekla. Kot sem že omenil, je poseben poudarek na lesenih sodih. V kleti je široka paleta različnih sodov, ki se razlikujejo po velikosti in po vrsti lesa, kar je pomembno pri negovanju različnih sort vina pa tudi pri pridelavi vina po različnih tehnoloških postopkih. Raznolikost in različne velikosti sodov so prikazane v spodnji tabeli.

Tabela 3: Raznolikost lesenih sodov v kleti

Velikost soda (l)	Število sodov	Vrsta lesa	Starost sodov (let)
3.000	1	Kostanj	58
2.300	2	Kostanj	59, 52
1.600	1	Akacija	10
1.400	1	Akacija	10
1.200	1	Akacija	10
500	10	Akacija	5
500	3	Hrast	5
225	11 (oz. različno)	Hrast (barrique)	4-0

Vir: Vinogradništvo in vinarstvo Stegovec Sveti Martin, 2003.

Tehnologija pridelave vina je enostavna. Proizvajalec teži k temu, da bi bili tehnološki postopki pridelave vina čim naravnejši. Vračajo se k starim metodam predelave vina kot so maceracija mošta skupaj z grozdno kožico, neuporaba filtrov, uporaba minimalnih količin enoloških sredstev in podobno.

2.2.3. ZAPOSLENI

Na kmetiji je stalno zaposlen le en član družine, ki je tudi nosilec dejavnosti, ostalih stalno zaposlenih ni, saj tega kmetija zaradi svoje majhnosti niti ne zahteva in ne zmore. Sicer pa so v dejavnosti in delo na kmetiji vključeni vsi (štirje) člani družine, ki delajo na različnih področjih: od dela v vinogradu in kleti do trženjskih dejavnosti. Ob večjih delovnih akcijah na kmetiji pomagajo zunanji sodelavci (trgatev in ostala ročna dela v vinogradu, večje serije stekleničenja vina).

Zunanja pomoč obstaja tudi na strokovnem področju. Tako so v proizvodnjo vključeni svetovalci na področju enoloških postopkov pridelave vina, omeniti pa velja tudi oblikovalce etiket za steklenice ter nasploh ustvarjanja zunanje podobe družinske kmetije. Občasno so prisotni tudi drugi zunanji sodelavci.

2.2.4. DOPOLNILNE DEJAVNOSTI

Domačija in vinogradi družine Stegovec se nahajajo v idilični vasi Sveti Martin, ki se dviga sredi Vipavske doline na višini 333 metrov nad morjem. Neokrnjena narava in prečudovit razgled, ki se razteza vse od italijanskih Dolomitov do Krasa in Nanosa ponujata več kot le dobro vino. Turizem je tako logična dopolnilna dejavnost na kmetiji. V kombinaciji z vinom pomeni to predvsem vodene degustacije vina na višjem nivoju. V sklopu vinske kleti je urejen degustacijski prostor, ki sprejme do 30 ljudi. Gre za vrhunski ambient, ki ponuja pravo doživetje pokušine vrhunskih vin z izbranimi domačimi dobrotami. Vina so iz strani družinskih članov primerno predstavljena, v dodatno ponudbo pa sodi tudi ogled kleti, vinogradov, po želji pa tudi cerkvice Svetega Martina iz 16. stoletja, ki stoji prav na vrhu griča.

Prav turizem je panoga, ki ima v opisanih razmerah izreden potencial in je tudi ena izmed prioritet razvoja obravnavane kmetije. Možnosti razvoja so ugodne tako iz vidika lokacije (ugodna strateška lega vasi) kot tudi iz vidika že omenjene prvobitne lepote kraja. Upoštevati je potrebno tudi svetovne trende, ki narekujejo obiskovanje mirnejših lokacij v kombinaciji s gastronomskimi užitki (primer italijanske Toskane).

2.2.5. KUPCI IZDELKOV IN STORITEV

Kmetija ima oblikovano lastno prodajno mrežo. Poleg prodaje vina so organizirane tudi degustacije, kar lahko opredelimo kot storitveno, turistično (gastronomsko) dejavnost.

Prodaja je neposredna, poteka na relaciji proizvajalec – končni kupec. Posrednikov (veletrgovcev, distributerjev) ni. Prvi razlog je v majhnosti proizvodnje, saj proizvajalec uspe v celoti obvladovati vse kupce. Drugi (manj pomemben) razlog pa temelji na slabih izkušnjah iz preteklosti, kar se tiče prodajnih posrednikov.

Geografsko gledano prodaja v veliki meri zavzema bližnjo okolico: celotno Primorsko, obmejno področje Italije (okolica Gorice in Trsta), pomemben delež pa zavzema Ljubljana in njena okolica. Izjem je malo, največkrat so to skupine, ki prihajajo tudi iz bolj oddaljenih krajev Slovenije in iz drugih držav (degustacije).

Struktura kupcev je pestra, kar je ugodno, saj je tudi raznolikost vin precejšnja.

Pomemben delež zavzemajo **zasebne stranke** (v veliki meri so to stalne, dolgoletne stranke), ki so izrednega pomena, saj so glavni vir širitve kroga kupcev, skrbijo pa tudi za plačilno sposobnost kmetije. Omenjeni kupci se največkrat odločijo za nakup na domu proizvajalca, kar je dodatna ugodna okoliščina. Seveda je potrebno za take kupce ustrezno poskrbeti, kar pomeni primerna pogostitev, predvsem pa si je treba vzeti čas. Tovrsten način tretiranja kupca je dokazano izredno učinkovit način promocije izdelkov. Obravnavani kupci posegajo po različnih vin, v ospredju pa je odprto vino, torej vino nižjega cenovnega razreda.

Največji delež pri prodaji zavzemajo **gostilne, restavracije in drugi lokali**. Tudi tu je graditev poslovnega odnosa dolgotrajna, pridobiti si je potrebno ime, kar pa je še težje, ga je potrebno tudi obdržati. Tudi gostinci so večinoma dolgoletni odjemalci vina, priključujejo pa se tudi novi. Pridobivanje novih odjemalcev največkrat temelji na osebnem stiku s strani proizvajalca. Obstajajo različni tipi gostincev, treba je enostavno vedeti, pri katerih je prioriteta kakovost in pri katerih cena. Pri tej skupini kupcev je v ospredju ustekleničeno vino, torej vino višjega cenovnega razreda, nezanemarljiv pa je tudi delež odprtega vina.

Tretja skupina kupcev so **specializirane trgovine z vinom oziroma vinoteke**. Gre za odjemalce, ki kupujejo izključno ustekleničena vina višjega cenovnega razreda. Kljub manjšim količinam so pomembne stranke, saj opravljajo pomembno promocijsko dejavnost. Mnogi njihovi kupci se namreč kasneje velikokrat pojavijo pri proizvajalcu doma in kupijo večje količine vina.

Kupci, ki pridejo do izraza predvsem ob koncu koledarskega leta so **podjetja**, ki vino nabavijo kot darila. Gre izključno za ustekleničena vina višjega cenovnega razreda, velikokrat tudi za precejšnje količine. So pomembne stranke, tudi v smislu promocije.

Zadnja skupina kupcev so že omenjene **skupine**, ki koristijo predvsem storitveno dejavnost kmetije, torej degustacije vina z ustreznimi kulinaričnimi dodatki. Ta skupina kupcev je nedvomno prihodnost vinarskih kmetij pri nas. Degustacije potekajo v urejenem

degustacijskem prostoru in v vinski kleti. Družina Stegovec je na tem področju zelo izkušena, degustacije so strokovno vodene, ambient popoln. Parkirišče je urejeno, tudi za avtobus. Tudi ta skupina kupcev pomeni direktne kupce vina, saj se mnogi obiskovalci po pokušini odločijo za nakup vina. Praktično gre izključno za ustekleničena vina višjega cenovnega razreda.

2.3. ANALIZA POSLOVNE USPEŠNOSTI

Poslovno uspešnost kmetije, ki je prikazana v spodnji tabeli, kaže dobiček poslovanja, ki je pozitiven. Velika večina prihodkov je iz naslova prodaje vina (več kot 90 %); na prvem mestu je zaenkrat odprto vino. Največji del stroškov predstavljajo stroški dela, kar je tudi posledica precejšnje delovne intenzivnosti panoge. Pomembna postavka pri stroških so tudi stroški nakupa grozdja, ki je v letu 2003 predstavljajo več kot polovico predelanega grozdja na kmetiji.

Tabela 4: Poenostavljen prikaz poslovne uspešnosti Vinogradništva in vinarstva Stegovec za leto 2003

PRIHODKI SKUPAJ	13.860.000
PRODAJA VINA	12.960.000
Buteljke 0,75 l	5.000.000
Steklenice 1 l	2.200.000
Odprto vino	5.760.000
DEGUSTACIJE	600.000
IZREDNI PRIHODKI	300.000
STROŠKI SKUPAJ	9.870.000
MATERIALNI STROŠKI	4.200.000
Nakup grozdja	2.050.000
Škropivo in gnojilo	350.000
Vzdrževanje osnovnih sredstev	400.000
Embalaza (oprema steklenic itd.)	1.250.000
Analize vina	150.000
STROŠKI DELA	3.800.000
Bruto plača	3.000.000
Zunanje storitve	800.000
OSTALI STROŠKI	1.070.000
Promocija	500.000
Zavarovanje (toča itd.)	220.000
Električna energija, voda, režija itd.	350.000
AMORTIZACIJA	800.000
POSLOVNI IZID	3.990.000

Vir: Vinogradništvo in vinarstvo Stegovec Sveti Martin, 2004.

Poslovni izid kaže na pozitivno poslovanje v letu 2003, podobno je bilo tudi v preteklih letih (približno enak obseg poslovanja). Potrebno je poudariti, da v analizo poslovne uspešnosti niso vključene investicije, katerim je namenjen večji del dobička.

3. ANALIZA IN PREDVIDEVANJE OKOLJA

3.1. EKONOMSKO OKOLJE

3.1.1. STANJE V SLOVENIJI IN PRIMERJAVA Z EVROPSKO UNIJO

Že omenjena raznolikost Slovenije na področju vinogradništva in vinarstva vključuje tudi izrazito razgibanost terena, posajenega z vinogradniškimi površinami. Drugače povedano to pomeni, da kar dve tretjini Slovenije obsega razmeroma strm oziroma nagnjen relief (Furlan, 2001, str. 11), prav take površine pa so zelo primerne za gojenje vinske trte, tako zaradi primerne rabe tal kot tudi zaradi dvignjenih, bolj sončnih leg. Slabša stran tega je težja obdelava vinogradov, višji stroški, manjši hektarski donosi in manj intenzivna pridelava grozdja. Vsa omenjena dejstva potrjujejo tezo o Sloveniji kot majhni pridelovalki vina, vendar z velikimi potenciali za pridelavo vin vrhunske svetovne kakovosti. Stanje v državah EU je seveda precej drugačno, saj večina tradicionalnih pridelovalk grozdja in vina razpolaga tako z obsežnimi ravninskimi vinogradniškimi površinami, kot tudi s povišanimi legami z majhnimi hektarskimi donosi, kar omogoča pridelavo zelo širokega spektra vin različnih kakovosti.

3.1.2. POVRŠINE VINOGRADOV

Po podatkih iz leta 2000 je v Sloveniji 17.233 ha površin zasajenih z vinsko trto, od tega je 15.966 ha rodnih vinogradov (92,6%) (Furlan, 2001, str. 11). Ocena Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano je, da je v Sloveniji kar 32.500 ha kmetijskih površin, ki so v prvi vrsti primerne za vinogradništvo. Če upoštevamo rodne vinograde, je tako izkoriščenih skromnih 49% vseh potencialnih vinogradniških površin. Spodnja tabela prikazuje vinogradniške površine v Sloveniji.

Tabela 5: Površine zasajene z vinsko trto v Republiki Sloveniji

Leto	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Površina (ha)	21.800	21.800	22.500	23.000	23.000	17.400	17.200	16.600	17.233

Vir: Pregled kmetijske politike: SLOVENIJA, 2001, str. 109.

Povsem drugačne so številke v državah Evropske unije, ki razpolagajo z neprimerljivo obsežnejšimi vinogradniškimi površinami, kar je razvidno iz naslednje tabele.

Tabela 6: Evropske in svetovne vinogradniške površine v letu 1997

Država/Področje	Površina (ha)
Avstrija	49.000
Francija	914.000
Grčija	132.000
Italija	914.000
Nemčija	105.000
Portugalska	260.000
Španija	1.155.000
EU	3.529.000
Svet	7.814.000

Vir: The European Agro-food System and the Challenge of Global Competition, 2000, str. 158.

Številke so v primerjavi s Slovenijo enormne, prednjačijo pa tri glavne proizvajalke grozdja in posledično vina: Španija, Italija in Francija. Slovenija je tako imela leta 1997 v primerjavi s Španijo le 1,5% vseh njenih površin zasajenih z vinsko trto, delež v primerjavi s celotno Evropsko unijo je bil slabega pol odstotka, v primerjavi s svetom pa približno 0,22%.

Sicer pa obseg površin, zasajenih z vinsko trto večinoma povsod pada (med državami Evropske unije je izjema Nemčija); podobno se je v preteklih letih dogajalo tudi v Sloveniji, kjer pa v zadnjih letih beležimo porast omenjenih površin (Furlan, 2001, str. 4).

3.1.3. PROIZVODNJA GROZDJIA IN VINA V SLOVENIJI

Da Slovenijo lahko uvrstimo med vinorodne dežele, potrjuje tudi podatek, da predstavlja vinogradništvo 9% vsega fizičnega obsega kmetijstva (Žibrik, 1997, str. 311).

V Sloveniji je kar približno 50.000 pridelovalcev, ki se ukvarjajo z vinogradništvom oziroma vinarstvom (ali obojim), od tega je le 15 velikih vinskih kleti. Zasebniki pridelajo kar 80% vsega grozdja, večina tega gre v velike kleti, saj je veliko zasebnih pridelovalcev grozdja organiziranih v kmetijske zadruge, torej so kooperanti velikih vinskih kleti (Protner, 1996, str.16).

Pridelovalcev vina, ki se s to panogo resno tržno ukvarjajo, je v Sloveniji relativno malo. Le nekaj deset kmetij v Sloveniji ima več kot 5 hektarjev vinogradov, več kot hektar vinogradov (kar lahko vzamemo tudi kot mejo za resno trženje vina) pa ima okoli 1.500 kmetij, kar je skromnih 3,2% vseh kmetij z vinogradi (Žibrik, 1997, str. 312). Seveda so prisotni tudi vinarji, ki pretežni delež grozdja kupijo in so lahko razmeroma veliki proizvajalci vina, kljub majhnim vinogradniškim površinam.

Iz teh podatkov je razvidno, da je v Sloveniji velika večina proizvajalcev zelo majhnih: Sloveniji je vinogradništvo oziroma vinarstvo večinoma le dopolnilna dejavnost, v številnih

primerih gre le za hobi. Problem Slovenije je tudi velika razdrobljenost kmetijskih površin, ki resno ogroža nadaljnji razvoj panoge.

V Sloveniji pridelamo okoli 100.000 ton grozdja in dobrih 90.000.000 litrov vina (glej Tabela 7 na isti strani), od tega precej več belega kot rdečega, kar je posledica dejstva, da celinska Slovenija prideluje v veliki večini bela vina (predvsem Podravski vinorodni rajon). Zanimiv in razveseljiv je podatek, da v Sloveniji pridelamo kar 70% vrhunskega vina z geografskim poreklom (kar se mi zdi zelo sporno, tudi zato, ker ogromno malih 'hobi' proizvajalcev praktično prideluje le 'odprta' vina brez vsakršnih zahtevanih prijav in analiz).

Tabela 7: Proizvodnja grozdja in vina v Sloveniji v letih 1994 – 2000

Leto	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Proizvodnja grozdja (t)	144.600	114.700	154.100	127.700	122.700	98.300	NP
Proizvodnja vina (1000 l)	90.583	71.576	85.843	95.088	95.895	93.571	99.970

Vir: Pregled kmetijske politike: SLOVENIJA, 2001, str. 109; Interni podatki Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, 2001.

3.1.4. CENE GROZDJA IN VINA V SLOVENIJI

V Sloveniji od leta 1992 do leta 1997 beležimo strmo dviganje povprečnih proizvajalčevih cen tako grozdja kot tudi vina. Nato sledijo leta krize (nekako do leta 2000), predvsem zaradi nekaj zaporednih obilnih letin (predvsem kar se tiče količine, na pa toliko kakovosti grozdja). V zadnjih letih so se cene ponovno dvignile na solidno raven, kar je ponovno posledica naravnih razmer: predvsem letini 2002 in 2003 sta bili namreč količinsko zelo skromni.

Leta 1999 je povprečna proizvajalčeva cena za liter vina v Sloveniji znašala 1,7 € oziroma 334 SIT, povprečen kilogram grozdja pa skoraj 78 SIT (Pregled kmetijske politike: SLOVENIJA, 2001, str.110). Z gotovostjo lahko trdim, da so bile povprečne cene v letu 2003 nekoliko višje, predvsem zaradi že prej omenjenih razlogov. Menim, da so potrebna povezovanja med proizvajalci vina in grozdja v Sloveniji, saj bomo lahko le na ta način obdržali kolikor toliko visoko ceno ob vstopanju na ogromen evropski trg.

3.2. POLITIČNO – PRAVNO OKOLJE (UKREPI SKUPNE KMETIJSKE POLITIKE)

Gre za zelo pomemben del zunanjega okolja vseh slovenskih kmetij, torej tudi vinogradniško-vinarskih. Vstopili smo v Evropsko unijo, kjer ima politika velik vpliv na kmetijstvo, predvsem na njegov razvoj. Govorimo o Skupni kmetijski politiki (SKP), za katero članice Evropske unije namenijo več kot polovico skupnega proračuna.

V nadaljevanju predstavljam ureditev trga vina v Sloveniji, ki je veljala pred sprejetjem skupne tržne ureditve in ureditev po sprejetju le-te.

3.2.1. UREDITEV TRGA VINA V SLOVENIJI PRED SPREJETJEM SKUPNE TRŽNE UREDITVE

Slovenija do nedavnega ni imela intervencijskih mehanizmov, kot jih pozna EU, praktično pa jih ob visoki zunanjetrgovinski zaščiti in visoki stopnji samooskrbe niti ni potrebovala. Urejanje trga vina v Sloveniji je bilo tako do leta 2001 v primerjavi z Evropsko unijo precej enostavnejše in veliko preglednejše. Do sprejetja nove tržne ureditve v letu 2001 tako nismo imeli tržno-cenovnih ukrepov in intervencij na trgu, z izjemo regresiranja obresti na kredite, namenjene nakupu grozdja in financiranju stroškov zalog vina. Slovenija ravno tako ni imela ukrepov za omejevanje pridelave in institucionalnega določanja cen za namizna vina.

Obstajala pa so sredstva namenjena vinogradništvu, kar je razvidno iz spodnje tabele. Sredstva so v letu 1996 precej narasla v primerjavi s prejšnjimi leti. Podobno se je dogajalo tudi v naslednjih letih.

Tabela 8: Sredstva namenjena vinogradništvu pred sprejetjem nove tržne ureditve

Leto	1994	1995	1996
Višina sredstev (mio SIT)	680,69	616,4	972,9

Vir: Poročilo o stanju kmetijstva v Sloveniji v letu 1996, 1997, str.27.

Pred sprejetjem skupne tržne ureditve so obstajali nekateri zaščitni ukrepi v slovenskem kmetijstvu. Pri zunanjetrgovinskih ukrepih najprej omenjam **carine**. Določene so v odstotkih na vrednost uvoza, lastnik blaga omenjeno dajatev plača v državni proračun, ko njegovo blago prečka državno mejo. Uredba o kombinirani nomenklaturi s carinskimi stopnjami določa 17,3% carino na uvoz vina v Republiko Slovenijo (Uradni list RS, št. 120/2000).

Sledijo posebne **uvozne dajatve**. Določene so v absolutnih zneskih na enoto uvoženega blaga, zaračunavajo se poleg splošnih carin, sodijo med posredne ukrepe tržno-cenovne politike. Uredba o podpori za pripravo kmetijskih pridelkov in živil za zunanji trg določa posebno uvozno dajatev za peneča vina v višini 64 SIT/kg, za kakovostna vina 74,7 SIT/kg, za namizna vina pa 64,70 SIT/kg (Uradni list RS, št. 124/2000).

Omeniti velja tudi **bilateralne trgovinske sporazume**. To so sporazumi med posameznimi državami na različnih področjih, tudi pri trgovanju z vinom.

Izvozne podpore oziroma nadomestila se namenjajo izključno vinom slovenskega geografskega porekla in vinom, ki so ob izvozu dosegala ceno najmanj 90 SIT/liter za peneča

in kakovostna vina oziroma 40 SIT/liter za namizna vina. Za peneča in kakovostna vina znaša podpora 80 SIT/liter, za namizna vina pa 60 SIT/liter (Uradni list RS, št. 23/2001).

Naslednji zaščitni ukrep so **intervencije na notranjem trgu**. Sem uvrščamo financiranje zalog vina (v drugi polovici leta 1994 je bila priznana višina posojila za zaloge vina v kletih 30 SIT/liter) in pa financiranje odkupa grozdja, ki je v zadnjem četrtletju istega leta znašalo 30 SIT/kg (Uradni list RS, št. 38/94).

K zaščitnim ukrepom uvrščamo tudi **strukturne ukrepe**. Do leta 1996 je obstajala podpora za izvedbo agromelioracij, nato pa je bila uvedena subvencija za obnovo ali sajenje novega vinograda, katere višina je odvisna od tehnoloških značilnosti načrtovane pridelave in od zahtevnosti lege. V Sloveniji se je do leta 1996 obnovilo povprečno 400 ha vinogradov letno, čeprav je bilo načrtovano obnoviti letno med 600 in 1000 ha. Povprečna velikost obnove je znašala skromnih 0,47 ha.

3.2.2. UREDITEV TRGA VINA V SLOVENIJI PO SPREJETJU SKUPNE TRŽNE UREDITVE

3.2.2.1. Vsebina skupne ureditve trga z vinom

Uredba sveta 1493/99 o skupni tržni ureditvi za vino vsebuje pravila o upravljanju vinogradniških pridelovalnih zmogljivosti, tržnih mehanizmih, organizacijah proizvajalcev in medpanožnih sektorskih organizacijah, enoloških postopkih, opisu, označevanju, razstavljanju in zaščiti proizvodov, o kakovostnem vinu, pridelanem na določenem območju, in o trgovini s tretjimi državami (Avsec, Juvančič, 2001, str. 110). Poleg tega je pomembna še uredba Sveta 1257/99, ki vsebuje strukturne ukrepe, ki niso neposredno povezani z vinom.

Skupna tržna ureditev za vino je ena najbolj kompleksnih tržnih ureditev. Samo besedilo osnovne uredbe 1493/99 obsega kar 84 strani (Avsec, Juvančič, 2001, str. 110). Omenjena uredba vsebuje 8 prilog:

- Priloga I: proizvodi.
- Priloga II: alkoholne stopnje.
- Priloga III: vinska pridelovalna območja ('cone' A, B, C).
- Priloga IV: dovoljeni enološki postopki in prakse.
- Priloga V: pogoji in omejitve za določene enološke postopke.
- Priloga VI: merila za kakovostno vino, pridelano na določenem območju.
- Priloga VII: opis, označevanje, razstavljanje in zaščita določenih proizvodov, ki niso peneča vina.
- Priloga VIII: opis, označevanje, razstavljanje in zaščita penečih vin.

3.2.2.2. Omejitve pri sajenju vinogradov

Prepoved sajenja novih vinogradov. Po uredbi Sveta 1493/99 je naprava novih nasadov vinske trte, ki ustrezajo sortam, določenim v državah članicah za pridelavo vina, prepovedana do 31. julija 2010. Obstajajo nekatere izjeme. Prav tako je do istega datuma prepovedano cepljenje sort vinske trte s sortami, ki niso sorte vinske trte (Avsec, Juvančič, 2001, str. 112).

Pravice do novega nasada in do obnove nasadov. Države članice lahko priznajo pravico do novega nasada na določenih površinah oziroma ob določenih pogojih. Tako se na primer dovoli sajenje namenjeno trsničarstvu in vinogradniškim poskusom, dovoli se tudi sajenje sort, kjer je povpraševanje dokazano večje od ponudbe le-teh, dovoli se tudi sajenje, kjer je pridelano vino namenjeno zgolj domači uporabi itd. Pravica do obnove nasada velja za površino, ki po čistem pridelku ustreza površini izkrčenega vinograda oziroma vinograda, za katerega je bila sprejeta obveznost krčitve (Avsec, Juvančič, 2001, str. 113).

Nacionalne in regionalne rezerve sadilnih pravic. Zaradi boljšega upravljanja pridelovalnih zmogljivosti države članice oblikujejo nacionalno rezervo ali regionalne rezerve sadilnih pravic. Sadilne pravice, ki so vnesene v rezervo, se lahko dodelijo najkasneje do petega leta, ki sledi letu, v katerem so bile te pravice vnesene v rezervo, sicer ugasnejo (Avsec, Juvančič, 2001, str. 114).

3.2.2.3. Strukturni ukrepi

Premije za opustitev vinogradov. Uredba Sveta 1493/99 pooblašča države članice, da uvedejo premije za trajno opustitev vinogradov na določenem območju. Seveda se države članice lahko tudi odločijo, da premije ne bodo uvedle (Avsec, Juvančič, 2001, str. 115).

Pomoč za prestrukturiranje in preusmeritev pridelave. Shema za prestrukturiranje in preusmeritev pridelave po uredbi 1493/99 zajema spremembo sort, premestitev vinogradov in izboljšanje vinogradniške obdelave. Bistveno pri tej določbi je, da ne zajema običajne obnove vinogradov ob koncu njihovega naravnega trajanja. To shemo morajo sestaviti ali odobriti države članice. Prispevek k stroškom lahko doseže 50%, na območjih, ki so vključena v prednostni cilj 1 pa 75% (Avsec, Juvančič, 2001, str. 115).

3.2.2.4. Umik s trga in podpore porabi

Opredeljuje naslednje uredbe in ukrepe: **pomoč zasebnemu skladiščenju, destilacija, pomoč za posebne oblike porabe grozdnega mošta.**

3.2.2.5. Zunanjetrgovinski ukrepi

Primeri ukrepov:

- Za uvoz nad 3.000 l vina ali 3.000 kg mošta je potrebno predložiti uvozno dovoljenje ob plačilu varščine (za mirna vina 1.208 €/hl).

- Za vse proizvode, zajete s skupno tržno ureditvijo, se po uredbi Sveta 1493/99 lahko uvedejo izvozna dovoljenja.
- Če uvoz ali izvoz povzroči motnje na trgu ali ogrozi nemoteno delovanje trga Unije tako, da bi bilo ogroženo doseganje ciljev skupne kmetijske politike, sme Svet, v nujnih primerih pa tudi Komisija, sprejeti ustrezne ukrepe.
- Uvožena vina, razen likerskih in penečih, morajo imeti alkoholno stopnjo najmanj 9% in največ 15%, celotna kislost (tartarska kislina) pa ne sme biti nižja od 3,5 (izvedbeni predpisi smejo določiti posamezne izjeme od teh zahtev) (Avsec, Juvančič, 2001, str. 119).

3.2.2.6. Spremljajoči ukrepi

Informacijski sistem. Pridelovalne zmogljivosti je treba popisati oziroma evidentirati v proizvodnem katastru, ki mora vsebovati točno določene podatke.

Dovoljeni enološki postopki in prakse. Uredba o skupni ureditvi trga z vinom in izvedbeni predpisi določajo številne prepovedi in zapovedi na enološkem področju. Zapovedi so zelo natančno določene in se striktno preverjajo.

Opis, označevanje, predstavitev in zaščita posameznih proizvodov. Ta segment ureja Priloga VII Uredbe. Označbe so zelo natančno določene in se striktno nadzorujejo.

3.2.3. UČINKI NA TRGU VINA PO PRISTOPU SLOVENIJE K EVROPSKI UNIJI

3.2.3.1. Ocena ekonomskih rezultatov slovenskega kmetijstva do leta 2006

V obdobju 2003 – 2006 ne pričakujemo večjih sprememb v obsegu kmetijske proizvodnje. Na agregatni ravni bo po ocenah kmetijska proizvodnja v letu 2006 za okoli 5% višja kot v letu 2000, kar pomeni, da bo ponovno dosegla raven iz leta 2002. Rastlinska pridelava bo za okoli 6% višja kot v letu 2000 (in nižja kot v letu 2002), živinorejska proizvodnja pa bo v primerjavi z letom 2000 višja za okoli 4% (Rednak, 2003, str. 24).

Kar se tiče proračunskih izdatkov za kmetijstvo kaže, da se bodo le-ti do leta 2006 realno povečali za okoli 70% v primerjavi z leti 2000 - 2002. Večina povečanja naj bi šla na račun evropskih skladov za razvoj podeželja (okoli 80%). Kar se tiče oblike plačil, se pričakuje predvsem subvencije na proizvod, kasneje pa tudi subvencije na proizvodnjo (Rednak, 2003, str. 25).

Ocene glede dohodka od kmetijstva kažejo, da se bo agregatni dohodek v letu 2006 realno povečal za 15% v primerjavi z letom 2000 oziroma za 5% v primerjavi z letom 2002 (Rednak, 2003, str. 28).

Bistven je tudi podatek o rastočem pomenu subvencij, kar kaže tudi splošne trende v Evropski uniji. Delež subvencij v faktorskem dohodku naj bi v letu 2006 presegel 50%; leta 1999 je ta delež znašal le 15% (Rednak, 2003, str. 28). Potrebno pa je upoštevati, da so (in bodo) proračunske podpore po posameznih pridelkih zelo različne in neenakomerne porazdeljene (konkretno za vino so podpore podpovprečne).

3.2.3.2. Pričakovani učinki na področju vinogradništva in vinarstva

Z vstopom na evropski vinski trg bodo morali pridelovalci, ki ne izpolnjujejo tržno primerljive kombinacije kakovosti in cene trg zapustiti. Tako lahko v prihodnje pričakujemo intenzivno koncentracijo v tej dejavnosti. Cene in proračunski prihodki bodo ob pristopu predvidoma padli. Glavni problem našega vinarstva je seveda v visokih povprečnih stroških pridelave, ki zmanjšujejo konkurenčnost naših vin. Prav zato slovenska vina potrebujejo posebno strategijo, saj so naše količine izredno majhne. Treba se je usmeriti na specifične sorte, ki jih drugje ni in tako zapolniti določeno tržno nišo. Potrebno se je uvrstiti v višji cenovni razred, za kar pa je potrebno poudarjeno trženje. Le na ta način lahko naše količinsko skromno vinarstvo obstane. Delati bo torej potrebno predvsem na kakovosti in pomisliti tudi na inovativnost in na sveže ideje.

Problem so tudi podpore slovenskemu vinogradništvu po vstopu v Unijo. Pričakujemo namreč postopno zmanjševanje le-teh, saj je večina evropskih podpor namenjena namiznim vinom, ki pa niso cilj slovenskega vinarstva (Bale, 2000, str. 9).

Vsekakor pa nedavni vstop v Evropsko unijo prinaša tudi številne pozitivne učinke, kot je na primer boljši dostop do kapitala, znanja in tehnologije, nenazadnje pa smo postali del enotnega, več sto milijonskega trga, ki tudi manjšim, v kakovost usmerjenim vinarjem prinaša neslutene priložnosti.

3.3. KULTURNO OKOLJE

Mogoče se ne zdi ravno tako, vendar ima kulturno okolje precejšen vpliv na vinogradništvo in vinarstvo, predvsem na kulturo pitja vina. Vino je tradicionalna pijača, predvsem na območju, kjer prevladuje krščanstvo, že več kot 2000 let. Skozi stoletja je vino tudi pijača krščanskih obredov, kar tudi ni zanemarljivo dejstvo. Zanimiv je podatek, da Sveto pismo trto in vino omenja približno 500 krat (Šikovec, 1996, str. 20). Če se omejim le na Evropo ugotovim, da je krščanska vera prevladujoča na celotnem kontinentu. Seveda pa med posameznimi deli stare celine obstajajo pomembne razlike. Pitje vina je veliko bolj razširjeno v državah proizvajalkah, kjer spet izstopajo sredozemske države, saj se vino tam pije praktično pri vsakem obroku. Drugače je v srednji in severni Evropi, kjer pri alkoholnih pijačah kraljuje pivo.

Pri porabi vina ima pomembno vlogo tudi mnenje medicinske stroke. Večina zdravnikov uvršča vino v enostaven šablonski okvir: vino je 'alkohol – strup – droga' (Šikovec, 1996, str. 43). Pa vendar ni tako. Znanstveno je dokazano, da ima vino v zmernih količinah veliko več pozitivnih kot negativnih učinkov. V zadnjem času vse več zdravnikov (tudi pri nas) to dejstvo tudi poudarja, čeprav je v ospredju še vedno mnenje o vinu kot sredstvu za zasvojenost.

Poraba vina se na splošno v Evropi zmanjšuje, kar je verjetno posledica osveščenosti ljudi o škodljivosti alkohola. Na račun tega se strmo povečuje poraba vode in naravnih sokov. To je na prvi pogled vsekakor slab podatek za proizvajalca vina. Temu ni povsem tako, saj je potrebno omenjene statistične podatke podrobneje razčleniti. Iz stališča Vinogradništva in vinarstva Stegovec (oziroma iz stališča proizvajalca vin visoke kakovosti) se stvari na področju pitja vina dejansko izboljšujejo. Pada namreč poraba namiznih vin, kar je posledica dviga vinske kulture. Tudi pri nas obstaja vse več vinoljubov, ki vina ne samo pijejo; ob vinu uživajo, meditirajo in se o vinu pogovarjajo. Pitje vina torej postaja obred. K vinu sodijo tudi kulinarčne mojstrovine, ki se z vinom sodoplonjujejo. Sledi torej sklep, da pivci vina vse bolj posegajo bo boljših vinih, kar je seveda dodatna potrditev o smotrnosti proizvodnje manjših količin vrhunskega vina.

3.4. NARAVNO OKOLJE

Ker govorimo o kmetijstvu, je vpliv naravnega okolja večji kot v večini ostalih gospodarskih panog.

Vinogradništvo je panoga, ki je od narave zelo odvisna, saj so vinogradi oziroma vinska trta kultura, ki je v večini primerov povsem prepuščena spreminjajočim se vremenskim pogojem. Povsem enako je tudi v primeru Vinogradništva in vinarstva Stegovec, ki obdeluje lastne vinograde. Kot nepredvidljivo igro narave bi omenil predvsem sušo in točo, ki sta značilni za obravnavano mikrolokacijo. Obstajajo tudi bolezni vinske trte (npr. oidi, peronospora, gniloba), ki pa so spet večinoma posledica vremenskih razmer, največkrat nepravilne razporeditve suhega in deževnega vremena. Razlika je le v tem, da je slednje bolezni do precejšnje mere mogoče preventivno odpraviti (škropiva in druga sredstva), sušo in predvsem točo pa veliko težje.

Sušo lahko opredelimo kot bolezenski znak vinske trte zaradi dehidracije oziroma premajhne absorpcije vode. V Sloveniji je to dokaj pogost pojav, ki prizadene večino naravnih kultur. Načeloma je pogostejša v vzhodnem delu države, ki v poletnih mesecih prejme najmanj padavin. Zelo pogosta pa je tudi v zahodnem, sredozemskem delu države, predvsem na območjih s šibkejšo prstjo (Doberšek, 1978, str. 395). Tako območje je tudi področje obravnavane mikrolokacije Sveti Martin z že omenjeno lapornato prstjo, ki je za vodo zelo propustna. Suša se na tem območju pojavi v poletnih mesecih, do izraza pride predvsem avgusta, v času zorenja grozdnih jagod. Suša se preprečuje z zalivanjem vinskih trt, kar pa je

v našem primeru tehnično in predvsem finančno zelo težko izvedljivo. V bližini namreč ni naravnega vodnega vira, ki bi lahko smotrno zagotavljal namakanje vinogradov. Povsem drugače je seveda v dolini, predvsem v bližini rek, v tem primeru reke Vipave, ki jo številni vinogradniki izkoriščajo za namene namakanja. Na tem mestu smo tako prišli do pomembnih slabosti povišanih, lapornatih leg: večja možnost suše in težje razmere za namakanje. Sicer pa suša vinogradov družine Stegovec v zadnjem času ni bistveno prizadela, kljub temu, da je bila predvsem letina 2003 nadpovprečno sušna. To je bilo doseženo z že večkrat omenjeno nizko obremenitvijo vinske trte, kar pomeni izrazito večjo odpornost v primeru suše. Finančno gledano se škodo v primeru suše lahko delno pokrije. Denar (vsaj za zadnje vinsko leto 2003/04) je zagotovila občina Ajdovščina iz svojega proračuna, ki ga tudi sicer v precejšnji meri namenja kmetijstvu. Zavarovalnice ne dajejo možnosti zavarovanja vinogradov pred sušo.

Toča je naravna nesreča, ki jo je v vinogradništvu preventivno skoraj nemogoče odpraviti. Obstajajo sicer nekateri načini, ki pa so velikokrat neučinkoviti (v Italiji in drugod uporabljajo posebne rakete, ki naj bi preprečile pojav toče). Za točo je značilno, da zajame zelo omejena, torej izredno majhna območja. To se včasih odrazi celo tako, da toča zajame le del nekega vinograda, tudi manjšega, npr. polhektarskega (Doberšek, 1978, str. 397). Območje Svetega Martina je tudi podvrženo toči, ki se pojavlja od začetka maja pa vse do septembra. V zadnjih letih je obravnavano področje toča večkrat obiskala, vendar vinogradniških leg okoli Svetega Martina, v primerjavi z nekaterimi bližnjimi območji, ki so utrpela hujše posledice, ni huje prizadela (največja škoda na letni ravni je bila mogoče 20 %). Tudi škoda ob toči (oziroma neurju) je v našem primeru delno krita iz občinskega proračuna, je pa toča tudi škodni dogodek, ki ga lahko krije zavarovalnica. Tako je tudi iz tega naslova Vinogradništvo in vinarstvo Stegovec v zadnjih letih dobilo nekaj finančnih sredstev.

Tudi iz ekološkega vidika lahko rečem nekaj besed, ki se navezujejo na vinogradništvo.

Najprej omenjam negativne posledice, ki jih vinogradništvo povzroča z uporabo sredstev za zaščito vinske trte (škropiva), za boljšo rast in razvoj te rastline (umetna gnojila). V našem primeru je uporaba omenjenih sredstev podpovprečna. Predvsem obvezno škropljenje vinske trte je na obravnavanih legah manj intenzivno kot v nižinskih legah, pa tudi sama vzgoja vinske trte omogoča manj pogosto uporabo škropiv. Tudi sicer se obravnavani proizvajalec vina vrača k čim bolj naravni pridelavi, kar vključuje tudi naravno pridelavo grozdja.

Kar se tiče ohranjanja krajine naredijo na kmetiji Stegovec veliko dobrega, saj so tudi s svojo dejavnostjo pripomogli k ohranjanju življenja na vasi in predvsem k njenem napredku. To se odraža predvsem z zasajanjem novih vinogradov na že povsem opustelih in zaraščenih območjih, kjer je sicer v preteklosti vinska trta že rasla. Nenazadnje pa tudi obiski turistov pripomorejo k razpoznavnosti tega podeželskega območja (Kavčič, Erjavec, Kuhar, 2003, str. 325).

3.5. PSPN MATRIKA (SWOT ANALIZA)

PSPN analiza (angleško SWOT analiza) je celovito ocenjevanje prednosti in slabosti ter priložnosti in nevarnosti za določeno organizacijo. Kratici PSPN in SWOT izhajata iz slovenskih oziroma angleških besed za prednost – strenght, slabost – weakness, priložnost – opportunity in nevarnost – threat (Možina et al., 2002, str. 279). Analiza poslovanja in analiza predvidevanja okolja predstavljata začetni fazi v pripravi strateškega ali razvojnega načrta. Zanju je značilno, da po logični poti ugotovita prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti. Na tej osnovi veliko lažje pripravimo vizijo in cilje ter poti do njih, torej strategije (Rozman, 1993, str. 88).

V svoje delo sem vključil PSPN matriko tudi zato, ker dobro ponazarja stanje slovenskega vinogradništva in vinarstva in posledično izpostavlja razloge za investiranje slovenskih vinarjev v vina višjega kakovostnega razreda oziroma vina namenjena ožjemu krogu porabnikov. Analiza se v pretežni meri nanaša na Vinogradništvo in vinarstvo Stegovec, prepleta pa se tudi z analizo panoge v Sloveniji nasploh.

Prednosti

- Tradicija (najmanj 130-letna) in bogate izkušnje.
- Izredno ugodna mikrolokacija za vinograde in ugodne podnebne razmere.
- Ugodna prometna lega – dobre povezave z večjimi urbanih središči (Ljubljana, Trst, Videm).
- Neokrnjena narava z izredno razgledno točko (turizem).
- Do neke mere že izoblikovan prodajni trg z ugodnimi možnostmi za prihodnost.
- Številna priznanja vinu pridelovalca.
- Dobra tehnološka opremljenost, tako kletarska kot tudi vinogradniška.
- Izoblikovana filozofija pridelave grozdja in vina (prednost kakovosti).
- Razmeroma dobra prilagojenost slovenske kmetijske politike skupni evropski kmetijski politiki.

Slabosti

- Povišane, gričevnate lege vinogradov po drugi strani pomenijo precej višje stroške pri obnovi in obdelavi vinogradov.
- Nekoliko odročna lega za odprtje lokala (vinoteke, vinotoča) na sami domačiji.
- Slabe letine ob sušnih letih – velik potencialni strošek za izgradnjo namakanja, saj v bližini ni ustreznega vodnega vira.
- Majhne količine vina – težko je stroškovno konkurirati večjim proizvajalcem.
- Prevelika birokratizacija kmetijskih zavodov in oddelkov upravnih enot, ki se ukvarjajo s kmetijstvom.
- Prevelike marže na pijačo v gostinstvu v Sloveniji (tudi v primerjavi s starimi članicami EU).

Priložnosti

- Turizem. Predvsem zaradi izredne lege z razgledom in neokrnjene narave. Gre za eno izmed najlepših točk Vipavske doline.
- Vlaganje v vrhunsko kakovost, predvsem suhih belih vin – pogoji so idealni.
- Avtohtone lokalne sorte (tržne niše, uveljavitev v EU).
- Združevanje z enako mislečimi vinarji, ustanavljanje konzorcijev vina, skupni prodor na tuje trge.
- Veliko lažja prodaja v države članice EU po nedavnem vstopu v unijo (brez carinskih in špedicijskih postopkov).
- Po novi zakonodaji EU bo območje Vipavske doline sodilo v t.i. cono 'C2', kar posredno pomeni območje z najboljšimi vini.
- Še večja možnost pridobivanja sredstev iz EU preko različnih programov (Sapard, Phare itd.).
- Večja prepoznavnost slovenskih vin v tujini.
- Večja prisotnost slovenskih vin v pomembnih evropskih gastronomskih lokalih.

Nevarnosti

- Poplava poceni vina iz starih članic EU.
- Znižanje cen grozdja in (deželnega) vina.
- Možnost uvajanja kvot, kar bi lahko pomenilo zaviranje pridelovanja vina.
- Omejevanje obnavljanja vinogradov po vstopu Slovenije v EU.
- Manj ugodne razmere za poslovanje preko 'schengenske meje' predvsem na trge nekdanje SFRJ.
- Nevarnost izgubljanja pristne slovenske vinske identitete in izgubljanje v evropskem povprečju.

Zgornja PSPN matrika je zelo široko zastavljena, posebej pa bi poudaril prednosti in priložnosti, ki bi morale biti vodilo vsakemu malemu proizvajalcu vina: vlaganje v vrhunsko kakovost, iskanje tržnih niš in izoblikovana filozofija pridelave in trženja vina.

4. STRATEGIJA RAZVOJA (INVESTICIJSKI NAČRT)

4.1. VIZIJA

Vizija je idealizirana oziroma zaželena slika organizacije za neko prihodnje, daljše obdobje. Zgrajena je na osnovi sedanjega poslovanja in dobro izdelane PSPN matrike. Pri viziji ne gre le za strogi analitični pristop, pri njenem oblikovanju mora pomembno vlogo odigrati tudi domišljija. Pomembno je, da se ne naslonimo le na sedanje stanje, saj to otežuje kreativno ustvarjanje vizije. Prav tako pa se ne smemo nasloniti le na prihodnost, sicer lahko postane vizija nerealna iluzija. V vizijo je torej potrebno umestiti kombinacijo realnih zmožnosti in uresničljivih sanj (Rozman, 1993, str. 129). Tudi v primeru Vinogradništva in vinarstva

Stegovec Sveti Martin je vizija v tem trenutku nujna. Odločeni so narediti pomemben korak naprej, pri tem pa mora prav pravilno zastavljena vizija odigrati pomembno vlogo.

Člani družine Stegovec so sami oblikovali vizijo nadaljnjega razvoja kmetije. O tem so se odločali več let in se na podlagi izkušenj in trenutnega stanja v panogi tudi odločili nadgraditi sedanje kapacitete. Bistveno vlogo pri oblikovanju vizije so odigrali ljubezen do zemlje, velik potencial domačega kraja v vinarski panogi in dober izhodiščni položaj že obstoječega poslovanja. Vizija je torej jasna: **nadgraditi kapacitete vinogradov in vinske kleti in pri tem dvigniti kakovost vina na še višjo raven**. Druga stvar, ki ima v viziji družine Stegovec še kako pomembno vlogo, pa je **razvoj vinskega turizma in dvig kulture pitja vina in uživanja ob njem**.

4.2. STRATEGIJE

Za doseg želene vizije se predvidi 10-letni razvojni načrt Vinogradništva in vinarstva Stegovec. Načrt sestavljajo tri strategije:

- Zasaditev vinogradov.
- Posodobitev vinske kleti.
- Dopolnilne dejavnosti (turizem, gostinstvo).

Zgornje strategije so poti, ki organizacijo vodijo od začetnega stanja do zastavljenih ciljev oziroma do izpolnitve vizije. Gre za dolgoročno strateško načrtovanje, ki se po desetih letih ne konča, ampak je odprto za nadaljnje ideje (Rozman, Kovač, Koletnik, 1993, str 84).

Vse tri strategije so skozi diplomsko delo že konkretizirane v projektih. Projekt je enkratna, časovno omejena dejavnost, ki je sestavljena iz skupine med seboj povezanih aktivnosti. Vanj so vključeni različni viri in sodelavci, ki za doseg skupnega cilja delujejo interaktivno (Rosenau, 1998, str. 11). V svojem delu torej ne govorim le o strateškem, temveč tudi o operativnem načrtovanju. Obnova vinogradov vključuje tri povsem ločene projekte, medtem ko je načrtovanje pri vinski kleti in turizmu stvar enega, daljšega projekta.

Načrtovane aktivnosti potekajo od pomladi 2004 do pomladi 2014.

4.3. ZASADITEV VINOGRADOV

Gre za najbolj zahteven del investicijskega načrta, tako finančno, predvsem pa tehnično in organizacijsko. K temu pripomorejo že večkrat omenjene zelo zahtevne vinogradniške lege, ki se raztezajo pod vasjo Sveti Martin. Omenjeno reliefno zahtevnost pa zagotovo odtehtata izreden, proti jugu in jugovzhodu nagnjen teren in primerna lapornata prst. Zaradi omenjene zahtevnosti in kompleksnosti prav sajenju vinogradov posvečam največ pozornosti (pa tudi zato, ker je kvalitetno grozdje najpomembnejši pogoj za vrhunsko vino).

Pomembno vprašanje pri sajenju vinogradov je, zakaj sploh saditi. Mnogi bi namreč dejali, da je enostavneje in kratkoročno tudi ceneje grozdje kupiti. Ta trditev sicer drži, nenazadnje tudi družina Stegovec del grozdja odkupi. Toda zadeva ni tako enostavna, predvsem če želiš pridelovati grozdje najvišje kakovosti, ki ga lahko stodontno kontroliraš le v lastnih vinogradih. Pomembna je tudi vzgoja vinske trte, ki jo sam prilagodiš želeni kakovosti. Tudi imidž dobrega vinarja je veliko lažje doseči z lastnimi, vrhunsko obdelanimi in urejenimi vinogradi. Dovolj razlogov torej za sajenje lastnih vinogradov, vsekakor pa še vedno obstaja možnost dokupa grozdja, predvsem tistih sort, ki na danih legah ne dajejo najboljših rezultatov.

Plan sajenja vinograda razdelimo v tri ločene projekte, vsak projekt traja 2 leti (začenši z sezono 2004/05) in zavzema približno po 2 ha bruto površine, skupaj torej 6 ha, kar pomeni približno 4 do 4,5 ha izkoriščenih vinogradniških površin. Le del obravnavanih kmetijskih površin je v lasti družine Stegovec (2 ha v prvem projektu), ostalo se bo v nadaljnjih letih odkupilo.

Vsi trije projekti bodo izvedeni po enakem konceptu. Vsak je sestavljen iz 3 delov in skupaj 13 faz:

- Odločanje o zasaditvi vinograda (1. in 2. faza).
- Zemeljska dela (3. – 6. faza).
- Zasaditev vinograda (7. – 13. faza).

Kot sem že omenil, vsak izmed projektov traja dve leti. To pomeni, da bosta prva dva dela vseh treh projektov (odločanje in zemeljska dela) potekala v prvem letu, sama zasaditev vinograda pa deloma v prvem, deloma v drugem letu. To se na ta način izvede zato, ker je zasaditev 10.000 (ali več) trsov v enem letu prevelik finančni in organizacijski zalogaj. Projekti se med seboj ne bodo veliko razlikovali, saj so lege podobne, prst ravno tako, razlikovale se bodo kvečjemu sorte zasajenih vinskih trt.

4.3.1. I. PROJEKT ZASADITVE VINOGRADA (2004/05 – 2005/06)

4.3.1.1. Iskanje idej, posvetovanje

Opis te faze je močno skrajšan, saj celotno delo govori o razlogih za sajenje vinograda. Gre za posvetovanje družinskih članov glede sajenja in posvetovanje s strokovnjaki, predvsem iz kmetijsko-pospeševalnega zavoda v Ajdovščini. Prva faza traja približno 4 mesece.

Skozi celoten projekt sodelovanja gospodarja z družino ne bom obravnaval kot strošek. Zaradi razmeroma visoke številke upoštevam na tem mestu le potne stroške: **115.000 SIT**. Zunanji svetovalec iz kmetijsko-pospeševalnega zavoda je v primerih obnavljanja vinogradov

krit iz proračuna Ministrstva za kmetijstvo (oziroma iz občinskega denarja), torej tudi teh stroškov ne upoštevam.

4.3.1.2. Dokončno odločanje

Odločitev o zasaditvi vinograda je torej sprejeta, omeniti moram tudi, da je družina Stegovec že lastnik zemlje, kjer bo zasajen vinograd v I. projektu. Gre za površino približno 2,3 hektarja. Iz preteklih izkušenj že vedo, da bo na tej površini prostora za okoli 12.000 trsov. To je seveda ocena, ki se lahko minimalno spremeni ob pripravi terena.

Potem, ko je določeno približno število sadik, je seveda na vrsti odločitev o samih sortah, ki bodo zasajene. Tudi to se predvidi na podlagi izkušenj oziroma iz trenutnega stanja na trgu. Pomembna je tudi kombinacija oziroma dopolnitev z že obstoječimi sortami. Odločitev pridelovalca je naslednja:

- Zelen: 2.500 trsov.
- Pinela: 2.500 trsov.
- Rebula: 3.500 trsov.
- Barbera: 3.500 trsov.

Razlogi za izbiro sort so bili že večkrat omenjeni, kot najpomembnejša pa omenjam ugodne naravne pogoje za izbrane sorte in pa poudarek na avtohtonih sortah in tistih, ki niso toliko razširjene (zapolnitev tržnih niš). Sadike se nabavi pri Trsničarski zadrugi v Vrhpolju pri Vipavi. Večinoma sadik ni potrebno predhodno naročati.

Druga pomembna odločitev je način vzgoje vinske trte. Tukaj se spet naslanjajo na izkušnje, ki kažejo, da je enojni 'gijon' najprimernejši za tukajšnje razmere (precej skromna lapornata zemlja, pogoste suše). Gre za vzgojo, ki trte ne obremenjuje veliko in le na ta način se lahko zagotovi optimalna kakovost, ki daje ob trgatvi zdravo in primerno dozorelo grozdje.

Druga faza traja 11 dni, podobno kot pri prvi fazi upoštevamo le potne stroške: **50.000 SIT.**

4.3.1.3. Priprava terena

Obravnavana parcela je oddaljena le približno 500 metrov od domačije investitorja. Nadmorska višina parcele je nekje med 280 in 310 metri. Kar se tiče rastlinstva, gre deloma za mlajši gozd, kjer prevladuje podrast in akacija, deloma pa za travnik, v precejšnji meri je prisoten tudi borov gozd. Teren je zelo težaven, nakloni so veliki, kar pomeni predelavo terena v terase, primerne za strojno obdelovanje. Kar se tiče rabe tal, povsem prevladuje labor, prisotni pa so tudi deli, ki so povsem neprimerni za sajenje vinske trte (žile žive skale).

Dela potekajo pozno jeseni in pozimi, torej v času, ko narava miruje. Predviden čas je dobra 2 meseca, nekje od začetka novembra pa do sredine januarja. Sodelujejo trije delavci, ki sekajo drevesa, ter čistijo grmičevje in podrast. Zaradi krajših zimskih dni se predvidi 6-urni

delavnik (tu naj omenim, da smo skozi ves projekt sobote, nedelje ter praznike izvzeli). Delovna sredstva: traktor (od tu dalje vedno: SAME Frutetto 75 – gre za manjši, a precej zmogljiv vinogradniški traktor s 75 konjskimi močmi in štirikolesnim pogonom, ki je last investitorja) s prikolico za odvažanje dreves, vej, korenin, itd. Traktor ima tudi vso potrebno hidravliko za dviganje, vleko in razkladanje; ostala orodja so še dovolj zmogljiva motorna žaga in ostala ročna orodja kot so škarje, ročne žage, grablje in podobno. Potrebno je poudariti, da uporabni les (predvsem bor) posečejo in odvozijo delavci podjetja za predelavo lesa (zastonj ali celo za plačilo po kubičnem metru lesa).

Tretja faza traja 52 dni, stroški pa so sledeči:

- Delovna sila: 3 delavci x 312 ur = 936 ur x 950 SIT (od tu dalje: urna postavka za 'delavec') = 889.200 SIT.
- Amortizacija traktor + motorna žaga: 68.000 SIT.
- Gorivo (plinsko olje – traktor, mešanica – motorna žaga): 56.000 SIT.
- Potrošni material (orodje,...): 25.000 SIT.
- **Skupaj 3. faza: 1.038.200 SIT.**

4.3.1.4. Izdelava geometrije terena

S četrto fazo prehajamo na konkretno preoblikovanje terena. Tu pridejo do izraza strojna dela, ki naj bi po zamisli naročnika korenito spremenila teren.

Kot je že bilo omenjeno v predhodni fazi, je izbrani teren zelo razgiban in nagnjen, tako da je potrebno ogromno strojnih ur, da bo pripravljen po željah investitorja. Problematičen je predvsem zgornji del parcele, ki je izrazito strm, spodnji del je ugodnejši, saj je pred desetletji tam že uspevala vinska trta.

Večina dela sloni na strojniku, ki upravlja buldožer znamke 'Caterpillar T69' (gre za najmočnejšo izvedbo tovrstnih strojev), najet pri podjetju Primorje d.d. iz Ajdovščine. Sodeluje še en delavec (po potrebi tudi dva – odvisno od terena), ki s traktorjem in prikolico odvažajo večje kamenje. Ta faza naj bi neposredno sledila prejšnji, tako da se teoretično odvija od sredine januarja do sredine februarja (torej pozimi), malo manj kot en mesec. Še vedno predvidevam 6-urni delavnik za oba sodelujoča. Zaradi zahtevnosti dela vsaj po uro dnevno sodeluje tudi gospodar, ki natančno opazuje potek dela.

Četrta faza traja 21 dni, stroški pa so sledeči:

- Delovna sila: 1 delavec x 126 ur = 126 ur x 950 SIT = 119.700 SIT.
- Strojne ure: 126 ur x 16.000 SIT = 2.016.000 SIT.
- Amortizacija traktor: 45.000 SIT.
- Gorivo (plinsko olje – traktor): 20.000 SIT.
- **Skupaj 4. faza: 2.200.700 SIT.**

4.3.1.5. Kopanje

Kot pri predhodnih dveh fazah lahko tudi peta faza takoj sledi prejšnji. Teoretično jo torej predvidim v drugi polovici februarja in v marcu, v skupnem trajanju približno mesec in pol.

Peta faza je logično nadaljevanje četrte faze, saj predstavlja natančnejšo obdelavo terena. Tu ne gre le za samo prekopavanje in ustrezno razporejanje zemlje, temveč tudi za natančno izdelavo bregov in naklonov vinograda. Upoštevati je treba ustrezen potek odtokov meteornih voda, kar je ena zahtevnejših nalog v celotnem projektu.

Na tem mestu lahko tudi natančno opišem predvideno stanje terena neposredno pred pričetkom samega sajenja. Obravnavno parcelo lahko funkcionalno razdelimo v dva precej različna dela: na zgornji in spodnji. Spodnji del je enostavnejši; kot že omenjeno gre za površino, kjer je že uspevala vinska trta, terase so tu že nakazane. Gre za dve širši terasi; spodnja je nekoliko ožja in krajša (predvidoma 7 vrst; medvrstna razdalja 2,2 m), zgornja je obsežnejša (10 ali več vrst). Zgornji del je zahtevnejši, predvsem njegov povsem vrhni del, kjer uspeva borov gozd in je naklon največji. Tu je težje predvideti natančno stanje teras, predvidoma pa bodo te ožje, široke kolikor bo mogoče (verjetno 2 - 4 vrste). To so zaenkrat le predvidevanja. Paziti je potrebno tudi na ustrezno izdelavo bregov, ki morajo biti dovolj obstojni (nevarnost rušitve ob močnejših deževjih). Predvideti je treba tudi ustrezna traktorska obračališča (predvsem zaradi prikolice in škropilnice) in poti okoli vinograda.

Tudi v tej fazi je bistveno strojno obdelovanje terena. Tako sodeluje strojnik – zasebnik z modernim kopačem, goseničarjem, znamke 'Ackerman' (najbolj verjetna opcija). Poleg njega sta prisotna še dva delavca, ki s traktorjem in prikolico odvažata kamenje in korenine (nasploh je odvoz kamenja eno najzamudnejših del – tako med samim projektom kot tudi kasneje). Ker so dela predvidena predvsem v marcu, v tej fazi že upoštevam 8-urni delavnik.

Peta faza traja 30 dni, stroški pa so sledeči:

- Delovna sila: 2 delavca x 240 ur = 480 ur x 950 SIT = 456.000 SIT.
- Strojne ure: 240 ur x 8.500 SIT = 2.040.000 SIT.
- Amortizacija traktor: 70.000 SIT.
- Gorivo (plinsko olje – traktor): 35.000 SIT.
- **Skupaj 5. faza: 2.601.000 SIT.**

4.3.1.6. Ravnanje terena

Ta faza je zadnje dejanje pred začetkom samega sajenja vinograda. Teoretično lahko neposredno sledi predhodni fazi in je tako pravzaprav tudi najbolje. Pri našem projektu tako poteka zadnje dni marca ter v začetku aprila in traja 12 delovnih dni.

Samo delo v tej fazi ni nič posebnega, je pa bistvenega pomena, saj pomeni dokončno razrahljanje zemlje, ki je tako pripravljena za zasaditev trt. Delo opravljajo trije delavci po 8 ur dnevno. Bistvo je kultiviranje terena, ki se ga opravi s posebnim kultivatorjem, priključenim na traktor. Kultivator je last naročnika, saj je uporaben tudi kasneje pri obdelovanju vinograda. Na ta način se torej obdela celoten teren, poleg tega pa se sproti tudi odvaža kamenje ter korenine, ki pri kultiviranju sproti prihajajo na površje.

K tej fazi dodajam še obvezno gnojenje terena in sicer z umetnim gnojilom (NPK). Gnoji se pred kultiviranjem, torej na začetku šeste faze. Za celoten teren predvidevam dve toni omenjenega gnojila, ki se ga nabavi v eni izmed bližnjih kmetijskih trgovin. Okvirna cena je 7.000 SIT za 100 kilogramov. Samo gnojenje poteka enostavno tako, da se nabavljeno umetno gnojilo enakomerno raztrosi po celotnem terenu.

Šesta faza traja 12 dni, stroški pa so sledeči:

- Delovna sila: 3 delavci x 96 ur = 288 ur x 950 SIT = 273.600 SIT.
- Umetno gnojilo NPK: 2.000 kg x 70 SIT = 140.000 SIT.
- Amortizacija traktor + kultivator: 80.000 SIT.
- Gorivo (plinsko olje – traktor): 65.000 SIT.
- **Skupaj 6. faza: 558.600 SIT.**

4.3.1.7. Zarisovanje vrst

Kot sem že omenil, zadnji del projekta (7. – 13. faza) ne bo potekal v celoti v tekočem letu, ampak v dveh letih; torej v tekočem letu (2004/05) in pa v sledečem letu (2005/06). Zaradi poenostavitve prikazujem celotno zasaditev skupaj, medtem ko je na listi aktivnosti in stroškov (glej str. 39) projekt stroškovno razdeljen na dve leti.

S sedmo fazo prehajam v tretji del projekta, k zasaditvi vinograda. Od tu dalje so dela zelo specifična, potrebna je visoka stopnja natančnosti, pa tudi prisotnost gospodarja bo večkrat potrebna. Skupno trajanje omenjenih del (do konca projekta; 7 – 13 faza) bo nekaj manj kot dva meseca, pri čemer je potrebno upoštevati možnost neugodnih vremenskih razmer (predvsem preveč deževja). Sicer pa faze potekajo v zaporedju, enako kot do sedaj, neposredno ena za drugo. Dela potekajo spomladi, idealen zaključek projekta pa je nekje do sredine maja ali vsaj do konca maja (kasnejši zaključek je skrajno nepriporočljiv zaradi navadno sušnega obdobja v juniju).

Pri zarisovanju vrst je seveda možnih več tehnik, na podlagi izkušenj pa se izbere zarisovanje z vrvico in apnom. Potek je preprost, vedeti moramo le širino vrst, ki je v našem primeru (po predhodnih analizah; problem je predvsem širina traktorja in njegovih priključkov) 2,2 metra. Najenostavneje je, če pripravimo desko dolgo 2,2 metra, na vsakem koncu vrste zabijemo količka, ki sta od predhodne vrste oddaljena natanko za dolžino pripravljene deske in mednju napnemo vrvico. Nato točno po vrvici potresemo apno, ki zaznamuje natančen potek vrste.

Postopek ponavljamo na celotnem terenu. Poudarjamo, da je pri tem opravilu potrebna izredna natančnost, saj predvsem preozke vrste pomenijo ogromno težav pri obdelovanju vinograda, pa tudi neprimeren estetski videz.

Sedma faza poteka predvidoma štiri dni. Sodelujejo trije delavci, ki po potrebi delajo do 6 ur dnevno (daljši delavnik je zaradi potrebne natančnosti pri opravilu nepriporočljiv). Večji del dneva je prisoten tudi gospodar, ki spremlja natančnost zarisovanja. Delovna sredstva so že omenjeni potrošni material: količki, vrvica in apno. Pri našem projektu poteka faza že omenjene 4 delovne dni, takoj po fazi 'Ravnanje terena', torej sredi aprila, stroški pa so sledeči:

- Delovna sila: 3 delavci x 24 ur = 72 ur x 950 SIT = 68.400 SIT.
- Potrošni material : 25.000 SIT.
- **Skupaj 7. faza: 93.400 SIT.**

4.3.1.8. Odpiranje brazd

Sledi faza odpiranja brazd, ki se zelo navezuje na prejšnjo, dejansko je obvezno, da poteka takoj za sedmo fazo (prejšnja faza je dejansko pogoj za uspešno opravljanje te faze). Vzroki, zakaj takoj za zarisovanjem vrst izpeljati odpiranje brazd, so predvsem vremenski: dež (ki je v tem obdobju precej pogost) ali veter (močna burja je na območju Vipavske doline pogost pojav) lahko popačita ali celo zabrišeta potek vrst.

Osma faza traja predvidoma 4 dni, pri našem projektu poteka v času okoli 20. aprila. Sodelujeta dva delavca, ki s traktorjem in plugom (priključek; last investitorja) natančno po zarisanih črtah zaorjeta 40 centimetrov globoke brazde. Delata 8 ur dnevno, nekaj časa pa je prisoten tudi gospodar, ki natančno spremlja potek dela, posebej pa pazi na dolžino brazd. Predvideti namreč mora, do kod natančno bodo segale vrste. Predolge vrste bi namreč pomenile težave pri obdelovanju, posebej pri obračanju z daljšimi priključki, kot sta škropilnica ali prikolica ob trgatvi.

Osma faza traja 4 dni, stroški pa so sledeči:

- Delovna sila: 2 delavca x 32 ur = 64 ur x 950 SIT = 60.800 SIT.
- Amortizacija (traktor + plug): 45.000 SIT.
- Gorivo (plinsko olje – traktor): 35.000 SIT.
- **Skupaj 8. faza: 140.800 SIT.**

4.3.1.9. Postavljanje količkov

Količki pomenijo oporo vinski trti in so obvezen inventar vsakega vinograda. Zamisel investitorja je naslednja: trte bodo zasajene po celotnem vinogradu na medsebojni razdalji 70 centimetrov, na en količek pa bodo oprti po dve vinski trti, na vsako stran ena. Na tem mestu je dobro poudariti tudi to, da bodo poleg teh količkov kasneje postavljeni tudi večji nosilni

stebri, ki bodo nameščeni približno vsak šesti količek (več o tem v 11. fazi). Sicer pa so omenjeni količki (smrekov les) nabavljeni v Italiji po ceni 60 SIT za kos (upoštevani so vsi količinski popusti). Visoki so 1,5 metra in debeli od 4 do 6 centimetrov, na enem koncu pa so ošiljeni (zaradi lažjega zabijanja). Dostava je lastna.

Zabijanje količkov poteka ročno, z večjim, težkim kladivom (batim). Skozi celotno fazo je potrebno tudi natančno merjenje, že prej omenjene medsebojne razdalje (70 centimetrov). Deveta faza (ki spet neposredno sledi predhodni) traja 6 dni (konec aprila), prisotni pa so 4 delavci, ki delajo po 8 ur dnevno. Zaradi napornosti dela je priporočljivo menjavanje pri zabijanju (dva izmenično zabijata, dva pa količke pridržujeta). Za razvoz količkov je potreben tudi traktor s prikolico, za kontroliranje natančnosti postavljanja količkov pa je priporočljivo, da je stalno prisoten tudi gospodar oziroma kateri drug član družine.

Deveta faza traja 6 dni, stroški pa so sledeči:

- Delovna sila: 4 delavci x 48 ur = 192 ur x 950 SIT = 182.400 SIT.
- Amortizacija (traktor): 25.000 SIT.
- Gorivo (plinsko olje – traktor): 10.000 SIT.
- Potrošni material (kladiva): 15.000 SIT.
- Količki: 6.000 kom x 60 SIT = 360.000 SIT.
- Dostava količkov: 10.000 SIT.
- **Skupaj 9. faza: 602.400 SIT.**

4.3.1.10. Sajenje trt

Sajenje trt je osrednja faza in pravzaprav končni cilj našega projekta. Pri sajenju je najvažnejši čas sajenja, saj mora biti zemlja ravno prav vlažna, idealna pa bi praviloma morala biti tudi količina padavin po sajenju. Seveda je vse to odvisno od vremenskih pogojev, ki jih pač ne moremo napovedati, tako da se v tem primeru osredotočimo na zadovoljive (čim boljše) vremenske razmere. Sicer pa sajenje trt v vsakem primeru poteka spomladi, v našem primeru v začetku maja.

Izbiro sort in način sajenja smo podrobneje opisali že v prvih dveh fazah projekta. Še enkrat poudarjamo, da sadike naročimo pri Trsničarski zadrugi v Vrhpolju pri Vipavi in sicer:

- Zelen: 2.500 trsov.
- Pinela: 2.500 trsov.
- Rebula: 3.500 trsov.
- Barbera: 3.500 trsov.

Naročilo se lansira dva meseca pred sajenjem, torej v začetku marca. Povprečna cena sadike je 350 SIT. Zaradi večje količine je dostava sadik organizirana brezplačno s strani prodajalca

(trsničarske zadruga). Poudarjam tudi, da se sadike iz hladilnice zadruga dostavlja vsakodnevno, sicer bi se na zraku presušile.

Pred sajenjem se sadikam odreže odvečne koreninice, pusti se samo kakšnih 10 centimetrov najmočnejših korenin. Zatem je sadika pripravljena za sajenje. Sajenje poteka ročno, tako da posamezno sadiko vinske trte enostavno položimo v brazdo poleg količka (seveda vedno na isto stran). Tu posebej poudarjamo, da vsaki trti dodamo po 10 dag mešanice organskega gnojila in posebnega humusa (oboje po dogovoru nabavimo v kateri izmed bližnjih kmetijskih trgovin po povprečni ceni 30 SIT za kilogram). Zatem vse skupaj zasujemo z obstoječo zemljo najprej ročno, dokončno pa s plugom, ki je priključen na traktor. Nad zemljo ostane 30 centimetrov sadike.

Sajenje poteka po celotnem terenu na isti način 10 delovnih dni. Sodeluje 5 delavcev, ki delajo 8 ur dnevno (po potrebi tudi več), stalno je prisoten tudi gospodar, občasno tudi ostali člani družine. Potreben je tudi traktor: za razvoz sadik, gnojila, humusa in za zasipavanje brazd. Potreben je tudi nekaj ročnega orodja: lopate, kotli za mešanje gnojila in humusa itd.

Deseta faza traja 10 dni, stroški pa so sledeči:

- Delovna sila: 5 delavcev x 80 ur = 400 ur x 950 SIT = 380.000 SIT.
- Amortizacija (traktor + plug): 60.000 SIT.
- Gorivo (plinsko olje – traktor): 70.000 SIT.
- Potrošni material: 25.000 SIT.
- Sadike vinskih trt: 12.000 kom x 350 SIT = 4.200.000 SIT.
- Organsko gnojilo + humus: 1300 kg x 30 SIT = 39.000 SIT.
- **Skupaj 10. faza: 4.774.000 SIT.**

4.3.1.11. Postavljanje nosilnih stebrov

Enajsto fazo lahko izvedemo takoj zatem, ko so trte zasajene. Dela potekajo sredi maja v trajanju 5 dni. Stebri so nabavljeni v Sloveniji, poljske izdelave, njihova cena pa je 1050 SIT za kos. Gre za precej masivne lesene stebre (poljski bor), visoke 2,5 metra, premera 10 centimetrov, ki so zaradi lažjega zabijanja na koncu ošiljeni. Glede na to, da stebre postavimo vsak šesti količek, se predvidi 2000 stebrov. Poleg teh stebrov na koncu vrst postavimo še močnejše akacijeve stebre (premera 15 cm), ki jih nabavimo pri domačem proizvajalcu. Teh stebrov je predvidoma 200. Dostava vseh stebrov je organizirana s strani investitorja.

Za razliko od opornih količkov poteka postavljanje nosilnih stebrov strojno. Sodeluje strojnik, ki upravlja z manjšim kopačem, ki ima na žlici poseben nastavek z vibratorjem za zabijanje stebrov. Stebri se zabijajo kakšnega pol metra globoko v zemljo. Prisotna sta še dva delavca, ki stebre pridržujeta (vsak na eni strani vrste) in delavec, ki natančno spremlja točnost postavitve stebrov. Kot je že bilo omenjeno, se nosilni stebri postavijo na mesto vsakega šestega količka, kar pa ne drži sto odstotno. Prioriteto ima namreč popolnoma uravnana linija

postavitve stebrov glede na ostale stebre v vzporednih (sosednjih) vrstah. Pri tem poudarjam tudi to, da posamezne oporne količke lahko tudi odstranimo, če ugotovimo, da se mora steber namestiti ravno na mesto, kjer od prej stoji količek. V tem primeru dobi nosilni steber tudi vlogo opore za trto. Vzrok, zakaj postavljati stebre na tako natančen način, je predvsem estetske narave. Da se to natančnost zagotovi, je vsaj del delovnega časa predvidena prisotnost gospodarja. Sicer pa se dela 8 ur dnevno (po potrebi tudi več), že omenjenih 5 dni. Omenimo še prisotnost traktorja s prikolico za razvoz stebrov na različne lokacije po vinogradu. Predvideni stroški so sledeči:

- Delovna sila: 3 delavci x 40 ur = 120 ur x 950 SIT = 114.000 SIT.
- Strojne ure: 40 ur x 4.500 SIT = 180.000 SIT.
- Amortizacija (traktor): 30.000 SIT.
- Gorivo (plinsko olje – traktor): 25.000 SIT.
- Nosilni stebri: 2000 kom x 1050 SIT = 2.100.000 SIT.
- Akacijevi debelejši nosilni stebri (konci vrst): 200 kom x 1.100 SIT = 220.000 SIT.
- Dostava vseh stebrov: 50.000 SIT.
- **Skupaj 11. faza: 2.719.000 SIT.**

4.3.1.12. Namestitev žice

Dvanajsta faza obvezno slediti predhodni fazi (postavljanju nosilnih stebrov), saj se žica namesti prav na nosilne stebre.

Ponovno sklicujoč se na izkušnje, se pri našem projektu odločimo za namestitev dveh različno debelih žic. Spodnja, debelejša žica (2 mm) se namesti 90 centimetrov od tal, z vsakim opornim količkom pa je speta s posebno oporno kljukico (teh se tako predvidi 6.000). Poleg tega pa je s posebnimi kljukicami pripeta tudi na nosilne stebre (2000 kom.). Vloga te žice je opora vinski trti, oziroma rozgi (lesu), ki se jo veže po žici (že na začetku omenjena vzgoja: enojni 'gijon'). Nad to žico se namesti še tanjša žica (1,4 mm) in sicer dvakrat: na višini 115 centimetrov in 150 centimetrov od tal. Poudarjamo še, da ta žica ni enojna (kot spodnja), ampak je na obeh višina nameščena dvojno – na obeh straneh stebrov. Sicer pa je ta žica pripeta na nosilne stebre s posebnimi kljukicami (štirikrat po 2000 kom.). Te dvojne žice se uporabljajo za pretikanje mladik skozi (v dobi rasti, spomladi in poleti). Pri vseh omenjenih žicah je potrebno tudi ustrezno natezanje, ki ga zagotovimo s sistemom 'Griple'. Gre za specialne sponke (predvidimo 400 kom.), ki so nameščene na konec vsake posamezne žice, potrebne pa so še posebne klešče, s katerimi žico natezamo. Zadeva je zelo enostavna in priročna, saj kasneje, če žica postane preohlapna, lahko ponovno zagotovimo ustrezno napetost žice.

Vsa omenjena žica je izdelana iz nerjavečega jekla (inox) in nabavljena v Italiji, kar velja tudi za vse kljukice, natezne sponke in natezalne klešče. Za dostavo omenjenega materiala poskrbi naročnik sam. Sicer pa je potrebno približno 230 kilogramov debelejših žic, 500 kilogramov

tanjše žice, okoli 20.500 kosov različnih kljukic in okoli 400 kosov nateznih sponk. Omeniti moram še posebne natezne klešče.

Obravnavana faza poteka konec maja, predvidoma v trajanju 5 dni (po potrebi tudi več). Sodelujejo 4 delavci po 8 ur dnevno (lahko tudi več). Najprej je potrebno v nosilne stebre zabiti vse potrebne kljukice, kar se opravlja ročno (s kladivom in kleščami, s katerimi kljukice pridržujemo). Nato se skozi omenjene kljukice raztegne žico, najprej spodnjo, nato še obe zgornji. Pri spodnji žici je potrebno ob vsakem količku namestiti tudi že prej omenjeno nosilno kljukico. Na koncu pride na vrsto še natezanje žice, kar se opravi s posebnimi nateznimi sponkami in natezalnimi kleščami sistema 'Griple'. Omenim naj še, da je za razvoz žice, kljukic in ostalega materiala potreben tudi traktor.

Dvanajsta faza traja 5 dni, stroški pa so sledeči:

- Delovna sila: 4 delavci x 40 ur = 160 ur x 950 SIT = 152.000 SIT.
- Amortizacija (traktor): 25.000 SIT.
- Gorivo (plinsko olje – traktor): 15.000 SIT.
- Žica iz nerjavečega jekla (r=2 mm): 230 kg x 720 SIT = 165.600 SIT.
- Žica iz nerjavečega jekla (r=1,4 mm): 500 kg x 750 SIT = 375.000 SIT.
- Sponke (vse skupaj): 20.500 kom x 13 SIT (povprečna cena) = 266.500 SIT.
- Natezalne klešče 'Griple' (nabava + amortizacija): 25.000 SIT.
- Natezne sponke 'Griple': 400 kom x 200 SIT = 80.000 SIT.
- Dostava žice ter vseh sponk in kljukic: 30.000 SIT.
- **Skupaj 12. faza: 1.134.100 SIT.**

4.3.1.13. Zaključna dela

Prehajam na zadnjo fazo zasaditve vinograda, ki pomeni še zadnje detajle in s tem zaključek projekta. Po predvidevanjih ta poteka konec maja oz. prve dni junija.

Pri teh delih se predvidi le 1 delavca, prisoten pa je tudi gospodar oz. kateri drug član družine. Sama dela naj bi potekala 3 delovne dni, do 8 ur dnevno. Omenil bi predvsem kultiviranje celotnega vinograda (s traktorjem in že omenjenim kultivatorjem). Pri kultiviranju bi verjetno prišlo na površje še dodatno kamenje, ki bi ga bilo treba odstraniti. Poleg tega se ob koncu še enkrat poravna vse oporne količke, kar daje novemu vinogradu lepši videz. Možna so še nekatera druga manjša opravila, ki pa se jih ne da predvideti, potreba po njih se pojavi pri samem izvajanju projekta.

Še en možen lepotni (pa tudi uporabni) dodatek vinogradu je zasaditev različnih sadnih ali drugih dreves po bregovih vinograda ali ob njem. Najbolj značilne za te kraje so smokve, češnje, breskve in tudi orehi.

Ob zaključku projekta se predvidi tudi manjše slavlje oziroma večerjo na katerem izmed bližnjih kmečkih turizmov. Na njej naj bi sodelovali vsi tisti, ki so pri projektu sodelovali (družina, delavci, svetovalci), nekateri sorodniki in znanci, pa tudi poslovni partnerji (kupci vina). Pri tem poudarjam, da se skozi celoten projekt ne predvidi priprava hrane s strani naročnika (delavci sami poskrbijo za malice).

Trinajsta faza traja 3 dni, stroški pa so sledeči:

- Delovna sila: 1 delavec x 24 ur = 24 ur x 950 SIT = 22.800 SIT.
- Amortizacija (traktor + kultivator): 45.000 SIT.
- Gorivo (plinsko olje – traktor): 35.000 SIT.
- Okrasno drevje: 50.000 SIT.
- Večerja (kmečki turizem): 50 oseb x 4.000 SIT = 200.000 SIT.
- **Skupaj 13. faza: 352.800 SIT.**

4.3.2. II. PROJEKT ZASADITVE VINOGRADA (2006/07 – 2007/08)

Drugi projekt zasaditve vinograda poteka na podoben način kot prvi. Gre za površino 2 ha, ki se nadaljuje proti vzhodu od področja, kjer je potekal prvi projekt. Prst in lega (J – JV) sta zelo podobni kot pri prvem projektu in tudi težavnost terena je enaka. Predvidoma se na tej površini zasadi 10.000 vinskih trt. Zasajene sorte so predvidoma enake ali pa skoraj enake, kar pa ni mogoče povsem natančno napovedati. Predvidimo enake cene dela, materiala in trt.

Bistvena razlika, ki drugi projekt loči od prvega je v tem, da zemljišče ni v lasti naročnika; je pa celotna parcela v lasti ene fizične osebe, kar je izredno ugodno. Predvidi se nakup te parcele po ceni 250 SIT za kvadratni meter, kar pomeni 5 milijonov SIT za celotno površino.

4.3.3. III. PROJEKT ZASADITVE VINOGRADA (2008/09 – 2009/10)

Zadnji projekt zaključuje 6-letni investicijski načrt sajenja vinogradov. Tudi ta projekt je zelo podoben prvima dvema. Površine zadnjega projekta so južno od površin prvih dveh, na nekoliko nižji nadmorski višini (250 – 280 m). Predvidoma se zasadi 8.000 vinskih trt. Predvidimo enake cene dela, materiala in trt. Tudi pri tem projektu zemlja ni v lasti družine Stegovec, gre za več manjših parcel skupne površine 1,5 ha. Predvidena cena kvadratnega metra zemljišča je 200 SIT, skupaj torej 3 milijone SIT.

Načrt sajenja vinogradov se torej konča spomladi leta 2010. Dejansko pa se ta investicija konča jeseni 2013 (tri leta in pol kasneje), ko so vinogradi tretjega projekta sajenja v polni rodnosti. Celoten projekt tako traja celih 10 let in skupno predvideva zasaditev 30.000 vinskih trt na podoben način, kot je razvidno na spodnji sliki.

Slika 2: Del že obnovljenih vinogradov družine Stegovec.



Vir: Arhiv družine Stegovec, 1997.

4.4. POSODOBITEV VINSKE KLETI

Investicijam v vinsko klet posvečam veliko manj pozornosti kot vinogradu. Izvedba je veliko enostavnejša, pomembnejše so odločitve; npr. kakšno posodo bomo uporabljali za shranjevanje in staranje vina, kakšen hladilni sistem se namesti in podobno.

4.4.1. SEDANJE STANJE

Vinska klet družine Stegovec je, kot že omenjeno, locirana v vasi Sveti Martin, in sicer v sklopu stanovanjske hiše oziroma pod njo. Zgrajena je bila v letih 1985-87, prvič je bila napolnjena z vinom jeseni leta 1987. Skoraj povsem je vkopana v zemljo in tako zelo primerna za shranjevanje vina. Od prvotnih dveh prostorov je klet danes sestavljena iz petih prostorov različnih namembnosti (v oklepajih so letnice začetka uporabe prostorov):

- Večji leseni sodi (1987).
- Sodi iz nerjavečega jekla (1992; prej predelava).
- Manjši leseni sodi (2000; prej zbiralnik vode).
- Predelava (1996; prej del garaže).
- Skladišče (1996; prej del garaže).

Omeniti je potrebno še degustacijski prostor, ki v sklopu kleti deluje že od samega začetka.

Kapaciteta vseh posod, namenjenih shranjevanju vina je približno 40.000 litrov (od tega v večjih lesenih sodih 13.000 litrov, v manjših lesenih sodih 9.000 litrov in v sodih iz nerjavečega jekla 18.000 litrov). Kot glavno pomanjkljivost kleti omenjam odsotnost hladilnega sistema (nima niti hlajenja posode niti hlajenja prostora). Sicer pa je klet sodobno opremljena in tudi logistično zelo smiselno urejena. Poleg že omenjene posode je poglavitna oprema v kleti naslednja:

- Pnevmatška stiskalnica kapacitete 1.200 kg.
- Električni mlin (repkalnik za grozdje).
- Vinifikator (pnevmatška naprava za maceracijo (predvsem) rdečega mošta kapacitete 4.000 litrov).
- Plošni filter (plošče 40 x 40 cm).
- Manjša polnilnica (kapacitete približno 700 steklenic 0,75 l na uro).
- Zapiralec plutovinastih zamaškov (podobne kapacitete kot polnilnica).
- Črpalka za vino (z variatorjem; kapacitete do 100 litrov na minuto).
- Črpalka za grozdno drozgo.

Poleg že omenjenega hlajenja kot večji pomanjkljivosti omenjam še etiketirko (zaenkrat je lepljenje etiket ročno) in premalo zmogljiv mlin za grozdje. Več o tem pri investicijah.

4.4.2. NAČRT INVESTICIJ

Načrt investicij je pri vinski kleti zelo težko predvidljiv, predvsem za kasnejša obdobja. Že vnaprej je tako treba opozoriti na možnost precejšnjega odstopanja od dejanske končne slike. Sicer pa je načrt pripravljen enostavno tako, da vsako koledarsko leto vključuje predvidene investicije (oprema in dela) v vinski kleti. Vse omenjeno je razvidno iz spodnje tabele, ki pa ne vključuje stroškov, ki so prikazani v tabeli aktivnosti in stroškov (glej Tabelo 11 na str. 39).

Tabela 9: Predvidene investicije v vinsko klet v letih 2004 – 2013

Leto	Predvidene investicije
2004	<ul style="list-style-type: none"> • 2 x sod iz nerjavečega jekla (2 x 4.100 l = 8.200 l). • Hladilni sistem za posodo iz nerjavečega jekla in hlajenje v prostoru z lesenimi sodi.
2005	<ul style="list-style-type: none"> • Polavtomatska etiketirka (sprednje in zadnje etikete + pokrovčki) kapacitete 800 steklenic/uro. • Mlin za grozdje (repkalnik) kapacitete 8.000 kg grozdja/uro.
2006	<ul style="list-style-type: none"> • 2 x sod iz nerjavečega jekla (2 x 4.100 l = 8.200 l).
2007	<ul style="list-style-type: none"> • 2 x lesen sod (hrast) za rdeče vino (2 x 4.000 l = 8.000 l).
2008	<ul style="list-style-type: none"> • Vinifikator (4.000 l). • Izgradnja podzemne kleti za lesene sode (priključek že obstoječi kleti).
2009	<ul style="list-style-type: none"> • 15 x lesen sod (akacija) za belo vino (15 x 500 l = 7.500 l).
2010	<ul style="list-style-type: none"> • 15 x lesen sod (hrast) za rdeče vino (15 x 500 l = 7.500 l).
2011	<ul style="list-style-type: none"> • 3 x lesen sod (akacija) za belo vino (3 x 2.000 l = 6.000 l).
2012	<ul style="list-style-type: none"> • 3 x sod iz nerjavečega jekla (3 x 3.000 l = 9.000 l). • Pnevmatška stiskalnica (2.500 – 3.000 t).
2013	<ul style="list-style-type: none"> • Avtomatska polnilna linija (polnilnica, zapiralec, etiketirka, pokrovčki).

Vir: Vinogradništvo in vinarstvo Stegovec Sveti Martin, 2004.

Iz načrta je razvidna posodobitev opreme, vzpostavitev hladilnega sistema in prostorska razširitev vinske kleti. Najbolj realno pa povečanje proizvodnje prikazuje povečanje kapacitete posod za shranjevanje vina iz sedanjih 40.000 l na končnih 93.400 l vina po desetih letih, torej leta 2013 (240% povečanje). Če izvzamemo približno 20% manipulativnega prostora posod (oziroma odstopanja različnih letnikov), to pomeni povečanje pridelanega vina iz sedanjih (povprečno) 27.000 na končnih 77.000 litrov vina letno (285% povečanje).

Trenutno je razmerje med lastnim in dokupljenim grozdem precej v korist dokupljenega grozdja. Predvidoma bi se stvar do leta 2013 precej spremenila, kar je odvisno predvsem od prej obravnavanega projekta sajenja vinograda. Razmerja lastnega in dokupljenega grozdja ter pridelanega vina so prikazana v spodnji tabeli.

Tabela 10: Pridelano grozdje in vino ter dokupljeno grozdje pred začetkom in po koncu 10-letnega razvojnega načrta

	2003	2013	I _{2013/2004}
Vino (l)	27.000	77.000	2,85
Grozdje-skupaj (kg)	37.000	103.000	2,78
Grozdje-lastno (kg)	15.000	60.000	4,00
Grozdje-dokup (kg)	22.000	43.000	1,95

Vir: Vinogradništvo in vinarstvo Stegovec Sveti Martin, 2004.

Pri tej tabeli pridem do pomembne ugotovitve, da se bo delež lastnega grozdja do leta 2013 močno povečal iz zdajšnjih 40% na končnih 58%. Čim višji odstotek doma pridelanega grozdja je tudi cilj Vinogradništva in vinarstva Stegovec; sovпада s ciljem prodati čim več vina v steklenicah. To vino naj bi bilo pridelano iz grozdja, ki bo skrbno donegovano v lastnih vinogradih, tudi v tistih, ki so načrtovani v obravnavanem 10-letnem načrtu.

Slika 3: Klet z lesenimi sodi družine Stegovec



Vir: Arhiv družine Stegovec, 2002.

4.5. DOPOLNILNE DEJAVNOSTI (TURIZEM)

Diverzifikacija dejavnosti je v vinarstvu logična posledica razvoja uspešne vinogradniško-vinarske kmetije. Govorimo o turizmu kot nadgradnji pridelave dobrega vina. Umetnost vina ni samo njegova pridelava. Vino je potrebno primerno predstaviti in ga na pravšnji način postreči, kar najbolje naredi sam pridelovalec, ki o svojem vinu največ ve, saj ga spremlja že od samega začetka. Uživanje vina še zdaleč ni samo pitje, oziroma to sploh ni. Okušanje vina je umetnost, ki jo izvajamo v družbi tako, da se o vinu pogovarjamo in izmenjujemo mnenja.

4.5.1. PREUREDITEV DOMAČEGA DEGUSTACIJSKEGA PROSTORA

Gre za že omenjeni degustacijski prostor v sklopu vinske kleti, ki že več kot 15 let služi svojemu namenu. Prostor je namenjen skupinam do 25 ljudi in je ambientalno okusno urejen. Tu se izvajajo degustacije, kombinirane s prigrizki, ki so obvezen dodatek pokušini vin. K temu sodi tudi ogled kleti, po želji pa tudi ogled vinogradov in cerkvice Svetega Martina. Družina Stegovec veliko stavi na turizem v domačem kraju. Na prvem mestu je dejstvo, da se vina najbolje pokuša prav v kraju, kjer je bilo vino narejeno in donegovano. Drugo dejstvo, ki favorizira domači kraj kot primerno lokacijo za razvoj turizma pa je naravna lepota vasi Sveti Martin z neokrnjeno naravo in čudovitim razgledom, kar vino še dodatno obogati.

Predvidena je torej prenova degustacijskega prostora, kar pomeni povečanje funkcionalnosti prostora. Prostor bi poleg gostinskega dela vseboval tudi manjši butik s hišno ponudbo vin. Pri vsem omenjenem gre za razmeroma majhno investicijo, ki pa bi lahko pomenila velik korak naprej za trženje blagovne znamke vin Sveti Martin. V načrtu je tudi odprtje tega prostora (ob koncih tedna) za širšo populacijo, ne le za goste po predhodnem naročilu. Tovrstno odprtje upravičimo z nedavnim vstopom Slovenije v Evropsko unijo, ki bo še povečal obisk Vipavske doline s strani tujih gostov. Potrebno je poudariti tudi obsežnejše oglaševanje. Družina Stegovec je tudi član Vipavske vinske ceste, kar je prednost, saj je vključena v skupne oglaševalske aktivnosti. Investicija se predvidi v letu 2005.

4.5.2. ODPRTJE LOKALA V VEČJEM URBANEM SREDIŠČU

Želja velikega števila vinarjev je zagotovo imeti lasten lokal. Razlogi so razumljivi, pri vinu pa še toliko bolj tehtni. Povprečen gostinec na izbor in postrežbo vrhunskega vina ne da prav veliko, lasten lokal pa pomeni krojenje vinske ponudbe in postrežbe vina po lastnih željah. Pri Stegovčevih stavijo na kombinacijo vinotoča in vinoteke v nekem bližnjem urbanem središču (morda tudi na italijanski strani). Omenjena kombinacija pomeni ponudbo širokega spektra vin: od namiznih do najboljših. Lokal bi bil na visokem nivoju, s pravilno postrežbo vina in z možnostjo prigrizkov (predvsem domačih, značilnih za Vipavsko dolino). O natančni lokaciji je prezigodaj govoriti, vsekakor pa se predvidi najetje manjšega lokala (skupno do 80 m²) s vso pripadajočo infrastrukturo, ki jo gostinski lokal zahteva (v letu 2008).

4.6. TABELA AKTIVNOSTI IN STROŠKOV INVESTICIJSKEGA NAČRTA

Razvojni načrt je sestavljen iz cele vrste aktivnosti, ki jih predstavljam z listo oziroma tabelo aktivnosti, ki v obsega podatke, pomembne za uspešno pripravo načrta. Aktivnosti so navedene po vsaj približnem zaporedju izvajanja (po letih) (Rozman, 2000, str. 33). Prikazani so tudi predvideni stroški in način financiranja aktivnosti (lastniško, dolžniško, subvencije občine, države ali Evropske unije).

Tabela 11: Aktivnosti, stroški in viri financiranja

Zap. Št.	Aktivnost (V: vinograd, K: klet, T: turizem)	Leto	Stroški** (SIT)	Financiranje aktivnosti (%)		
				Last.	Dolž.	Subv.*
1.	K: 2 x sod iz nerjavečega jekla.	2004	1.860.000	100	0	0
2.	K: Hladilni sistem.	2004	2.750.000	100	0	0
3.	V: I. projekt (1. del).	2005	11.471.750	25	25	50
4.	K: Polavtomatska etiketirka.	2005	790.000	100	0	0
5.	K: Mlin za grozdje.	2005	810.000	100	0	0
6.	T: Obnova degustacijskega prostora.	2005	1.000.000	25	25	50
7.	V: I. projekt (2. del).	2006	4.908.250	25	25	50
8.	V: Nakup zemljišča za II. projekt.	2006	5.000.000	30	40	30
9.	K: 2 x sod iz nerjavečega jekla.	2006	1.860.000	80	20	0
10.	V: II. projekt (1. del).	2007	9.555.000	25	25	50
11.	K: 2 x lesen sod.	2007	1.220.000	100	0	0
12.	V: II. projekt (2. del).	2008	4.095.000	25	25	50
13.	V: Nakup zemljišča za III. projekt.	2008	3.000.000	25	45	30
14.	K: Vinifikator.	2008	900.000	60	20	20
15.	K: Dograditev kleti.	2008	9.500.000	30	30	40
16.	T: Odprtje vinoteke.	2008	2.200.000	50	50	0
17.	V: III. projekt (1. del).	2009	7.644.000	25	25	50
18.	K: 15 x lesen sod.	2009	2.200.000	60	20	20
19.	V: III. projekt (2. del).	2010	3.276.000	25	25	50
20.	K: 15 x lesen sod.	2010	2.200.000	60	20	20
21.	K: 3 x lesen sod.	2011	1.600.000	60	20	20
22.	K: 3 x sod iz nerjavečega jekla.	2012	2.250.000	60	20	20
23.	K: Pnevmatška stiskalnica.	2012	2.900.000	60	20	20
24.	K: Polnilna linija.	2013	8.400.000	30	40	30
SKUPAJ STROŠKI			91.390.000			

*Opomba: Last.= lastniško financiranje; Dolž.= dolžniško financiranje (bančni krediti); Subv.= subvencije občine, države in Evropske unije.

**Opomba: Inflacija ni upoštevana, zneski so prilagojeni sedanjim cenam oz. sedanjemu tečaju tolarja.

Vir: Vinogradništvo in vinarstvo Stegovec Sveti Martin, 2004.

Pri listi aktivnosti investicijskega načrta izpostavljam predvsem financiranje aktivnosti, ki je bistven problem tako zahtevnega razvojna načrta majhne kmetije. Kot je razvidno iz tabele, je največ financiranja lastnega. Sredstva za investicije v največji meri izhajajo iz dobička,

omeniti pa velja tudi dotoke sredstev iz drugih družinskih virov. Sledi dolžniško financiranje, kar v največji meri predstavlja bančne kredite.

V malo manjši meri so prisotne subvencije, ki pa po predvidevanjih proti koncu projekta naraščajo. Trenutno so pomoči (predvsem s strani Skupne evropske kmetijske politike, nekaj pa tudi s strani občine Ajdovščina) namenjene obnovi vinogradov, nakupu zemljišč in vlaganju v diverzifikacijo dejavnosti na kmetiji. Zaenkrat ni pomoči za vlaganje v kletarsko opremo, kar pa se bo, sodeč po nekaterih nedavnih razpisih, spremenilo. Pričakuje se torej pomoč pri nakupu opreme, kar je razvidno tudi iz zgornje tabele.

5. POSLEDICE RAZVOJNEGA NAČRTA

5.1. PREDVIDENA POSLOVNA USPEŠNOST PO KONCU NAČRTA

V Tabeli 12 je prikazana predvidena poslovna uspešnost kmetije po zaključku načrta.

Tabela 12: Prikaz predvidene poslovne uspešnosti Vinogradništva in vinarstva Stegovec za leto 2016 (2 leti po zaključku investicijskega načrta)

		I 2016/2004
PRIHODKI SKUPAJ	83.300.000*	6,01
PRODAJA VINA	79.800.000	6,16
Buteljke 0,75 l	60.000.000	12,00
Steklenice 1 l	12.000.000	5,45
Odprto vino	7.800.000	1,35
DEGUSTACIJE	3.000.000	5,00
IZREDNI PRIHODKI	500.000	1,66
STROŠKI SKUPAJ	52.780.000	5,34
MATERIALNI STROŠKI	19.980.000	4,76
Nakup grozdja	6.160.000	3,00
Škropivo in gnojilo	2.400.000	6,86
Vzdrževanje osnovnih sredstev	2.500.000	6,25
Embalaža (oprema steklenic itd.)	8.500.000	6,80
Analize vina	420.000	2,80
STROŠKI DELA	20.000.000	5,26
Bruto plače	16.000.000	5,33
Zunanje storitve	4.000.000	5,00
OSTALI STROŠKI	9.800.000	9,16
Promocija	5.000.000	10,00
Zavarovanje (toča itd.)	2.600.000	11,82
Energija, voda, režija, najemnina, transport itd.	2.200.000	6,29
AMORTIZACIJA	3.000.000	3,75
POSLOVNI IZID	30.520.000	7,65

*Opomba: Inflacija ni upoštevana, zneski so prilagojeni sedanjim cenam oz. sedanjemu tečaju tolarja.

Vir: Vinogradništvo in vinarstvo Stegovec Sveti Martin, 2004.

Poslovno uspešnost, ki jo lahko navežem tudi na uspešnost gospodarjenja, lahko opredelim kot doseganje cilja gospodarjenja z nekimi sredstvi, ki omogočajo doseganje tega cilja. To splošno gospodarsko načelo usmerja temeljno človekovo gospodarsko dejavnost: doseči čim večji učinek z danimi sredstvi in delom oziroma doseči dani učinek s čim manjšimi sredstvi in delom (Pučko, Rozman, 2000, str. 247).

Zgornji izkaz uspeha je zelo ugoden, kar je razvidno iz posameznih kategorij. Povečanje prihodkov je bistveno večje ($I_{2016/2004} = 6.01$) od povečanja stroškov ($I_{2016/2004} = 5,34$) v letu 2016 v primerjavi z letom 2003.

Iz tabele je razvidno bistveno povečanje prihodkov iz naslova buteljčnega vina, kar je posledica povečanja števila buteljk iz 5.000 na 50.000 ter povečanja povprečne cene buteljke iz 1.000 SIT na 1.200 SIT. Omenjeni dve povečanja sta tudi osnovna cilja proizvajalca. V primerjavi z buteljčnim vinom sta povečanja prodaje litrskih steklenic in predvsem odprtega vina skoraj zanemarljivi.

Pri stroških velja poudariti izrazito povečanje stroškov promocije, kar pomeni predvsem udeležbo na evropskih vinskih sejmih in graditev prepoznavnosti blagovne znamke Sveti Martin.

V letu 2016 je delež dobička v celotnih prihodkih več kot 36%, kar je izjemno veliko. Po mojem mnenju je v 12 letih v tej panogi take številke mogoče doseči. Omeniti je potrebno, da so izvzeti stroški financiranja, ki jih podrobneje obravnavam pri investicijskem načrtu. Pomembno je tudi dejstvo, da so praktično vsi dobički v letih 2003 – 2016 namenjeni investicijam v razvoj in pa pokrivanju stroškov financiranja. Realni dobiček proizvajalca je tako bistveno nižji.

Ugoden je tudi kazalnik primerjave dobička in vloženih sredstev, saj samo v letu 2016 dobiček predstavlja kar tretjino vloženih sredstev. Desetletna investicija se tako precej hitro povrne. Če upoštevam številke iz leta 2016 in jih navežemo na nekaj predhodnih let (ravno tako predvideni visoki dobički), se investicija povrne kmalu po zaključku investicijskega načrta (mogoče že leta 2016).

5.2. MOŽNOSTI PRODAJE

Družina Stegovec se v zadnjem času intenzivno ozira po tujih trgih, saj je slovenski trg absolutno premajhen za uspešno prodajo načrtovanih količin, predvsem ko govorimo o buteljčnih vinih. Konkurenca pridelovalcev je v Sloveniji izredno velika, problem pa so tudi odprta vina, ki zadovoljujejo večino potrošnikov. Če k temu dodamo še izredno visoke marže gostincev, pridemo do sklepa, da je buteljčno vino pri nas zelo težko prodati.

Prodor na tuje trge je tako nujen. Stegovčevi se trenutno ozirajo predvsem na srbski trg, kjer je kultura pitja vina še v povojih, konkurenca majhna in tamkajšnja vina precej skromne kakovosti. Dodatna ugodna okoliščina je tudi poznavanje in naklonjenost tamkajšnjih prebivalcev do slovenskih izdelkov.

Drugi potencialni trgi so nove članice Evropske unije, kjer je situacija podobna kot v državah nekdanje SFRJ. Precej težje je v državah zahodne Evrope, kjer je konkurenca veliko večja, kar pa vseeno ne bi smela biti ovira za prodor specifičnih, avtohtonih sort. Dela se torej na tržnih nišah, ki vedno obstajajo, tudi v najhujših konkurenčnih razmerah.

Razlogov za strah torej ni. Vrhunska kakovost, primeren tržni pristop z razvojem prepoznavnosti blagovne znamke in specifičnost avtohtonih sort so dovolj tehtni razlogi za upravičenost naložb.

5.3. PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI

V tabeli (glej Tabelo 12 na str. 40) predstavljajo izredno povečanje (kar desetkratno) stroškov promocijske aktivnosti, kar zasluži posebno obravnavo.

Vizija družine Stegovec vključuje precejšnje povečanje deleža vrhunskega buteljčnega vina, kar je iz dela dobro razvidno. Tako vino zahteva okrepljen način trženja, kar je predvsem posledica višje cene. Proizvajalec se tega dobro zaveda, zato v nadaljnjih letih stavi na bistveno povečanje aktivnosti promocije. To najprej pomeni povečanje prepoznavnosti blagovne znamke oziroma oblikovanje njene celostne podobe. Smernice za to aktivnost so že nakazane, potrebna je samo dobra izvedba. Druga stvar je sodelovanje na specializiranih vinskih sejmi in festivalih vina po Evropi. Tudi to že izvajajo, trenuten poudarek dajejo vzhodni in jugovzhodni Evropi, kjer je prodor na trg lažji. V načrtu je tudi zahodna Evropa, nekatere povezave pa so nakazane tudi v ZDA in Južni Ameriki. Omeniti velja še oglaševanje, kjer prednjači medmrežje kot hitro rastoč in široko dostopen medij. Tudi tu je potrebna temeljita nadgradnja. Manj aktivnosti na področju promocije se predvideva na slovenskem trgu, kjer buteljčno vino ni preveč iskano blago, odprto vino pa ni tako zahtevno.

5.4. ZAPOSLENI

Precejšnje spremembe se v času obravnavanega razvojnega načrta zgodijo na področju zaposlenih na kmetiji, tudi zaradi dejstva, da je obravnavana panoga delovno zelo intenzivna. Ob koncu načrta leta 2014 so predvideni trije stalno zaposleni: en član družine kot nosilec dejavnosti ter dva delavca. Občutno se povečajo tudi zunanje storitve, kar vključuje sezonska dela in pa druge strokovne storitve. Slednje je potrebno še posebej poudariti. Gre namreč za oblikovalce (razvoj celostne podobe in blagovne znamke), svetovalce na raznih področjih, mogoče tudi kakšnega tehnologa.

6. SKLEP

Vinogradništvo in vinarstvo sta v Sloveniji perspektivni panogi, vendar le takrat, ko govorimo o vinu, ki po kakovosti odstopa od svetovnega povprečja. Slovenske vinogradniške površine in vinarske kapacitete so namreč premajhne, da bi lahko konkurirali velikim svetovnim proizvajalcem. Slovenija ima tradicijo, znanje in zelo ugodne reliefne in podnebne pogoje, kar je bistveno za pridelavo vrhunskih vin. Pri podnebnih pogojih izstopa vinorodna dežela Primorska, katere del je tudi Vipavska dolina, kjer so milemu submediteranskemu podnebjju dodani za vino blagodejni učinki celinskega podnebjja.

Vinska klet in vinogradi Vinogradništva in vinarstva Stegovec so locirani sredi Vipavske doline na povišanih legah, kjer vinska trta uspeva že stoletja. Več kot stoletna družinska tradicija, izkušnje, izredne vinogradniške lege in priznana kakovost vin so več kot zadostni razlogi za upravičenost nadgradnje pridelovanja grozdja in vina. Nadaljnji razvoj omogoča tudi Skupna kmetijska politika Evropske unije, ki ima posluh za vinogradništvo in vinarstvo na, za to panogo, idealnih območjih. Strukturni skladi, ki so namenjeni kmetijstvu omogočajo zasaditev novih vinogradniških površin, v naslednjih letih pa tudi pomoč pri opremljanju vinskih kleti. Omembe vreden je tudi dvig kulture pitja vina, ki v ospredje vedno bolj postavlja zares kakovostna vina.

Vizija družine Stegovec je jasna. Cilj je povečanje lastnih vinogradniških površin in s tem povečanje pridelave vina ob ohranitvi ali celo dvigu kakovosti grozdja in vina. 10-letni razvojni načrt predvideva štirikratno povečanje vinogradniških površin in več kot trikratno povečanje pridelave vina. To pomeni povečanje deleža lastnega grozdja v primerjavi z dokupljenim, vse v interesu dviga kakovosti. Naslednji cilj je zmanjšanje deleža namiznega vina in povečanje deleža buteljčnega vina in njegove dodane vrednosti. Prodaja takega vina je verjetno najtežji del poslovanja v obravnavani panogi, zato se predvideva precejšnje povečanje promocijskih aktivnosti in prodor na tuje trge. Eden izmed ciljev je tudi razvoj turizma, ki ima v vinarski panogi izreden potencial. Vino je namreč potrebno tudi primerno postreči in ob njem znati marsikaj povedati, kar najbolje zna tisti, ki je vino pridelal in ga donegoval.

Vinarstvo, še bolj pa vinogradništvo sta zelo delovno intenzivni panogi. Investicije v panogo so organizacijsko in finančno zelo zahtevne. Za uspešno izvedbo tako obsežnega razvojnega načrta manjše vinogradniško-vinarske kmetije je potrebna dobra vizija, pravi poslovni načrt in precejšnja finančna sredstva, ki so v našem primeru v veliki meri v obliki občinskih, državnih in evropskih pomoči. Potrebno je poudariti, da je brez njih v normalnih pogojih tako obsežne investicije nemogoče izvesti. Slediti je potrebno vsem razpisom in tako pridobiti vsa razpoložljiva sredstva. V tem primeru je ob ostalih, že omenjenih pogojih, uspešnost poslovanja družinske vinogradniško-vinarske kmetije realna.

LITERATURA

1. Avsec Franci, Juvančič Luka: Pregled skupne kmetijske politike. Ljubljana : Biotehniška fakulteta, 2001. 224 str.
2. Bale Melita: Slovensko vinogradništvo in približevanje EU. Diplomsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2000. 44 str.
3. Doberšek Tit: Vinogradništvo. Ljubljana : Državna založba Slovenije, 1978. 429 str.
4. Furlan Tanja: Trg z grozdem in vinom v luči pristopa Slovenije k Evropski uniji. Diplomsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2001. 43 str.
5. Kavčič Stane, Erjavec Emil, Kuhar Aleš: Slovensko kmetijstvo in Evropska unija. Domžale : Društvo agrarnih ekonomikov Slovenije – DAES, 2003. 339 str.
6. Možina Stane et al.: Management. Ljubljana : Didakta, 2002. 872 str.
7. Protner Jože: Slovensko vino v Evropi. Veritas, Ptuj, 3(1996), 3, str. 16-17.
8. Pučko Danijel, Rozman Rudi: Ekonomika podjetja. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2000. 334 str.
9. Rednak Miroslav: Slovensko kmetijstvo 1992 – 2006. Slovensko kmetijstvo in Evropska unija. Domžale : Društvo agrarnih ekonomikov Slovenije – DAES, 2003. str. 13 – 35.
10. Rosenau D. Milton: Successful Project Management. Canada : John Wiley & Sons, 1998. 343 str.
11. Rozman Rudi: Planiranje poslovanja podjetja. Ljubljana : Gospodarski vestnik, 1993. 316 str.
12. Rozman Rudi, Kovač Jure, Koletnik Franc: Management. Ljubljana : Gospodarski vestnik, 1993, 312 str.
13. Rozman Rudi: Projektni management. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2000. 94 str.
14. Šikovec Slavica: Vino, pijača doživetja. Ljubljana : ČZD Kmečki glas, 1996. 321 str.
15. The European Agro-food System and the Challenge of Global Competition. Roma : Ismea, 2000. 230 str.
16. Žibrik Neva: Grozdje in vino. Slovensko kmetijstvo in Evropska unija. Ljubljana : ČZD Kmečki glas, 1997. str. 310-322.

VIRI

1. Arhiv Vinogradništva in vinarstva Stegovec Sveti Martin, 1997-2004.
2. Interni podatki Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano – European Union, Technical meeting (Wine), 2001.
3. Poročilo o stanju kmetijstva v Sloveniji v letu 1996. Ljubljana : Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, 1997. 44 str.
4. Pregled kmetijske politike: SLOVENIJA – Agriculture and Food. Paris : OECD, 2001. 184 str.
5. Uredba o uvedbi finančnih intervencij za ohranjanje in razvoj kmetijstva ter proizvodnje hrane za drugo polletje leta 1994 (Uradni list RS, št. 38/94).
6. Uredba o uvedbi podpor za pripravo kmetijskih pridelkov in živil za zunanji trg (Uradni list RS, št. 120/2000).
7. Uredba o uvedbi podpor za pripravo kmetijskih pridelkov in živil za zunanji trg (Uradni list RS št. 124/2000).
8. Uredba o uvedbi podpor za pripravo kmetijskih pridelkov in živil za zunanji trg (Uradni list RS št. 23/2001).