

## KOMPARATIVNA ANALIZA PRODUKCIJE I PLASMANA GROŽĐA NA PODRUČJU BOSNE I HERCEGOVINE

Edin Ramić<sup>1</sup>, Elma Temim<sup>1</sup>

Originalni naučni rad - *Original scientific paper*

### Rezime

Vinova loza je stara biljna kultura pa je u mnogim krajevima svijeta prisutna vjekovna tradicija njenog uzgoja. Proizvodnja grožđa je razvijena u svim krajevima svijeta gdje za nju postoje povoljni prirodni uslovi. Jedinstveni proizvodno-tržišni prostor bivše Jugoslavije je poznatim ratnim događanjima pocijepan na sedam dijelova. Iz historije su poznati brojni primjeri razbijanja političkih barijera ekonomski uslovljenim motivima. Zato je bitno sagledati zastupljenost proizvodnih površina u vinogradarstvu i proizvodnju grožđa u Bosni i Hercegovini. Naučni rad u hercegovačkom vinogradarstvu je počeo prije četrdesetak godina ali je bio fokusiran na vinske sorte grožđa. Znatno manja pažnja je posvećivana stolnom grožđu u smislu njegove hibridne selekcije i formiranja novih sorti (proizvoda). Sorte grožđa koje se tek uvode u vinogradarsku proizvodnju procesom introdukcije ili selekcije i oplemenjivanja u okviru vlastitog naučno-istraživačkog rada imaju karakter novih proizvoda. Elemente marketing sistema čine proizvod, distribucija, cijena i promocija. Riječ je o elementima koji se nalaze u okvirima kontrolisanih varijabli marketing sistema. Proizvod, cijena, promocija i distribucija su faktori koji su pod potpunom kontrolom privrednog subjekta. Zato će uspjeh marketinški orjentisanih subjekata zavisiti, prije svega, o sposobnosti korištenja faktora marketinga. Proizvod zauzima u koncepciji marketing-miksa centralno mjesto. Ostali elementi marketing-miksa su međusobno povezani proizvodom koji ih čini koherentnim. Pakovanju, etiketiranju i dizajniranju kao spoljno-formalnim obilježjima stolnog grožđa nije pridavana adekvatna pozornost. Ukoliko se želi unaprijediti vinogradarska proizvodnja morat će se posvetiti pažnja i ovim obilježjima. Pri tome će biti dragocjena iskustva iz onih zemalja u kojima je marketing već našao mjesto u vinogradarskoj proizvodnji. U vinogradarstvu i poljoprivrednoj proizvodnji uopšte, termin „novi proizvod“ ima specifično značenje. Čini ga nova sorta ali i postojeće sorte projecirane na nove lokacije proizvodnje. Sa marketinškog aspekta svaka nova proizvodnja u vinogradarstvu se, bez obzira na učešće prethodnog sortimenta, može smatrati u pravom smislu novom. Zemljišni i klimatski faktori koji je opredjeljuju ne predstavljaju statičnu već dinamičku kategoriju, podložnu stalnim promjenama.

Ključne riječi: *analiza, produkcija, plasman, grožđe, Bosna i Hercegovina*

---

<sup>1</sup> Agromediterranski fakultet Univerziteta „Džemal Bijedić“ u Mostaru  
Corresponding author: edo.ramic@gmail.com; elma.temim@unmo.ba

## UVOD

Vinova loza se u Bosni i Hercegovini uzgoja više od 2000 godina. Proizvodnja grožđa u našim krajevima se veže za antičke Grke i stare Rimljane. Zabilježeno je kako se vinova loza uzgajala u Hercegovini i mnogim područjima Bosne još u periodu ranog srednjeg vijeka svugdje gdje su to agroekološki uslovi omogućavali.

Klimatski faktori su izdiferencirali dva područja u BiH u kojima se vinova loza može sa uspjehom uzgajati. To su područja Hercegovine i sjeverne Bosne. Ipak, vinova loza se uzgaja samo u rejonu Hercegovine pa je praktično herecgovačka vinogradarska proizvodnja istovremeno i proizvodnja cijele Države.

Prema Belj i 2014, kada se danas govori o vinogradarstvu Bosne i Hercegovine obično se misli na Hercegovinu jer se tu nalazi više od 90 % ukupnih vinogradarskih površina. U predosmansko vrijeme vinova loza uzgajana je na velikim površinama, ne samo u Hercegovini već i u Bosni. Prema dostupnim podacima u Bosni je u to vrijeme bilo više vinove loze nego u Hercegovini. Isti autor navodi kako su klimatski i zemljišni uslovi u nekim područjima Bosne izrazito povoljni za uzgoj vinove loze što je u određenim historijskim razdobljima dovelo do širenja vinove loze u ta područja. Međutim, tokom minulih stoljeća vinogradarstvo je u Bosni zamrlo a uzgoj vinove loze održao se u Hercegovini. Jedan od razloga smanjenja ili nestanka vinove loze iz kontinentalnog područja Bosne i Hercegovine mogle bi biti klimatske promjene tokom 17. i 18. stoljeća kada je nastupilo „malo ledeno doba“.

Veći dio proizvedenog grožđa ne koristi se za ishranu u svježem stanju već se od njega spravlja vina, sokovi i žestoka alkoholna pića. Jedan od razloga za ovu analizu je i uspostavljeni konkurentski odnos između država nasljednica bivše Jugoslavije u nastupu na inostranom tržištu. Bosna i Hercegovina je u predratnim godinama proizvodila oko 8 hiljada tona stolnog grožđa, odnosno 1,9% od njegove jugoslovenske proizvodnje.

U Bosni i Hercegovini se preko 95% površina pod vinovom lozom nalazi u južnim krajevima (Hercegovina) (Rotim i sar., 2017). U vinogradarskom rejonu Sjeverna Bosna dolazi lagano do revitalizacije vinogradarske proizvodnje.

Ne evidentiraju se statistički podaci o broju i veličini poljoprivrednih imanja koja se bave proizvodnjom grožđa u BiH te su numerički pokazatelji prezentirani na temelju procjene zasnovane na podacima Agencije za statistiku. Procjena je da broj poljoprivrednih imanja koja se bave proizvodnjom grožđa za proizvodnju vina iznosi oko 11.000. Većina proizvodnje grožđa je za sopstvene potrebe i lokalno tržište sa promjenjivim cijenama.

Uspješan marketing vina svakako zahtijeva doboro poznavanje potrošača, dobru segmentaciju, te različite aktivnosti prilagođene zahtjevima i očekivanjima različitih segmenata potrošača (Moralic i Pandža-Bajs, 2014).

## MATERIJAL I METODE

U radu su primjenjene kvantitativne metode istraživanja. Kvantitativnom analizom obuhvaćene su površine, prinosi i ukupna proizvodnja i plasman grožđa u Bosni i Hercegovini. Analizom je obuhvaćen petogodišnji period 2015-2019. Podaci su obrađeni standardnim statističkim instrumentarijumom: aritmetička sredina – prosječna vrijednost pojave.

U radu su korišteni primarni i sekundarni izvori podataka. Primarni izvori podataka su zasnovani na anketi o mišljenjima i stavovima potrošača a koja je sprovedena na bazi slučajno izabranog uzorka. Sekundarni izvori su bazirani na statističkim publikacijama iz Bosne i Hercegovine i inostranstva. Za izračunavanje proizvodnih parametara proizvodnje grožđa korišteni su podaci iz baze podataka Statističkog godišnjaka/ljetopisa FBiH. Pored sekundarnih izvora podataka, primjenjeno je i „face to face” ispitivanje (ličnim kontaktom), sa ispitanicima na terenu (“field research”).

Primjena anketnog upitnika je omogućila prikupljanje primarnih podataka o činjenicama, motivima i stavovima potrošača. Ispitanici su ankete popunjavali samostalno, uz prisustvo anketara, s ciljem dobijanja objektivnijih odgovora. Anketna metoda je korištena da bi se dobili odgovori o preferencijama potrošača. Pomoću anketne metode smo dobili korisne informacije za poboljšanje marketinga stolnog grožđa.

Metod ispitivanja korišten je za prikupljanje i analizu kvalitativnih podataka i informacija.

Korištena je i dokumentacija privrednih subjekata kao i dostupna naučna literatura iz šireg i užeg područja istraživanja.

Izvori podataka naznačeni su u tabelama ili su citirani u tekstu. Izabrana vremenska serija je korektna sa aspekta vremena praćenja pojava odabranih za komparaciju.

Za utvrđivanje proizvodnje i tržišta grožđa na ispitivanom području u datoj vremenskoj seriji, korištene su historijska i normativna metoda.

Za potrebe ovog istraživanja korištena je komparativna metoda koja predstavlja kombinaciju historijske metode i metode ispitivanja. Bilansna metoda je poslužila za utvrđivanje bilansa stolnog grožđa.

U ovom istraživanju su korišćene kombinacije istraživačkih metodologija pri čemu su korištene i studije slučaja. Studija slučaja se koristi da bi se uočili problemi funkcionisanja i izvukle pouke iz iskustva.

Poslije definisanja postojećeg stanja, analizirani su njegovi uzroci i predložene mjere za njegovo poboljšanje.

## REZULTATI I DISKUSIJA

Vinogradi su u BiH 90-tih godina prošlog vijeka zauzimali cca. 6 hiljada hektara zemljišta što je predstavljalo 0,2% od ukupnog poljoprivrednog i 0,4% od obradivog zemljišta.

U privatnom sektoru se nalazilo cca. 4 hiljade ha pod vinogradima ili 66,7% površina. Poljoprivredna preduzeća i zadruge su obuhvatale ostatak od 2 hiljade ha ili 33,3% vinogradarskih površina.

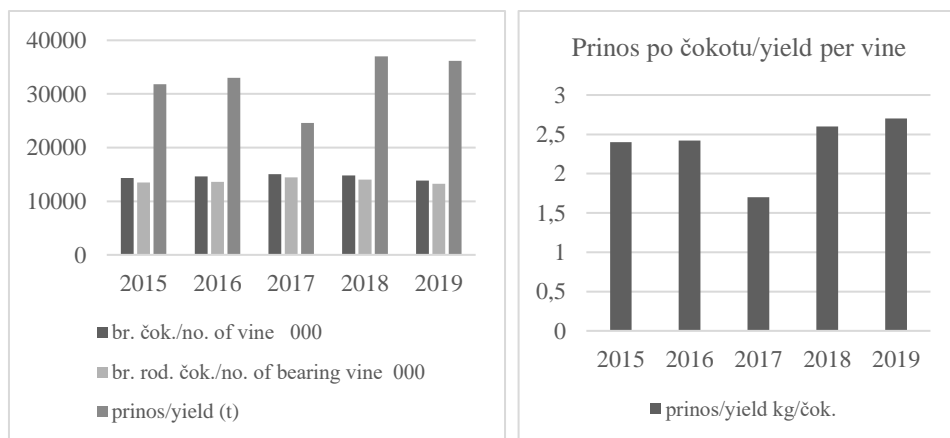
Proizvodnja u sklopu preduzeća i zadruga je imala sve karakteristike savremene proizvodnje plantažnog tipa dok je vinogradarstvo individualnog sektora bilo pretežno zasnovano na starim i niskoproduktivnim tehnologijama.

Bosna i Hercegovina je 90-tih godina prošlog vijeka proizvodila u prosjeku cca. 36.000 tona grožđa. Taj nivo proizvodnje je dostignut tridesetak godina kasnije što predstavlja prilično porazan podatak.

Tabela 1. Proizvodnja grožđa/*Grape production*

	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
broj čokota, 000/ <i>number of vines, 000</i>	14.300	14.639	15.026	14.782	13.879
broj rodnih čokota, 000/ <i>number of bearing vines, 000</i>	13.474	13.636	14.476	14.003	13.259
proizvodnja grožđa, t/ <i>grape production, t</i>	31.813	32.993	24.567	37.002	36.185
prinos po čokotu, kg/ <i>yield per vine, kg</i>	2,40	2,42	1,70	2,60	2,70

Izvor: Statistički godišnjak/ljetopis FBiH 2020



Grafikon 1. Proizvodnja grožđa/*Grape production*

Ključnu ulogu u revitalizaciji sektora vinogradarstva i vinarstva ima država budući da je podrška države potrebna i presudna i u finansijskom i strateškom smislu. Podrška države je dragocjena u smislu razvoja vinogradarstva ali i u pogledu razvoja vinskog turizma kao perspektivnog oblika ruralnog turizma na području Bosne i Hercegovine.

Vinogradarska proizvodnja ima biološki karakter sa ograničenim životnim vijekom čokota vinove loze. Vijek trajanja čokota je funkcija sorte pripadnosti, ali i načina uzgoja i trajanja perioda eksploatacije. Posebna pažnja se posvećuje praćenju broja rodničkih čokota vinove loze jer ova populacija ima presudan značaj u redovnoj proizvodnji.

Sortiment vinove loze u Bosni i Hercegovini danas sačinjavaju autohtone sorte, stare odomaćene sorte, uvedene, zapadnoevropske i rijetke novostvorene domaće sorte. Visoka procentualna zastupljenost rodničkih u ukupnom broju čokota ukazuje na stanje slabo izraženog obnavljanja vinograda.

Broj čokota vinove loze je neadekvatan mogućnostima i potrebama intenziviranja vinogradarske proizvodnje u Bosni i Hercegovini.

Otkup grožđa se statistički evidentira kao otkup od individualnog sektora i kao prodaja u okviru poljoprivrednih organizacija. Otkup je na nivou bivše Države imao registrovane vrijednosne i fizičke pokazatelje koji su se pratili u okviru zvanične statistike.

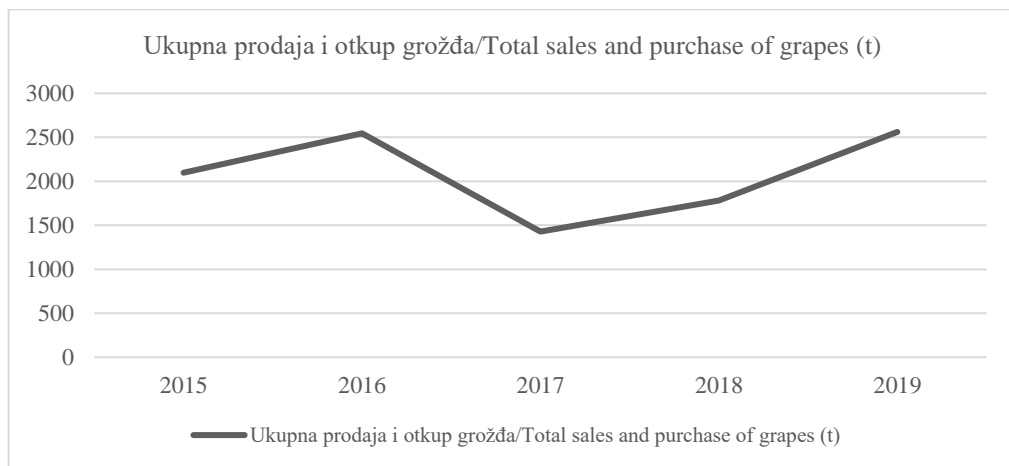
Strukturu otkupa grožđa u BiH koja je bila sastavni dio SFRJ su analizirali Selak, Mulić i Bogučanin (1984). Došli su do zaključka da je udio grožđa u ukupnoj strukturi otkupa nizak. Analizirajući vrijednosnu strukturu otkupa grožđa u SFRJ, Kolega (1978) je konstatovao da je u posmatranom periodu došlo do promjene u strukturi otkupa gdje se osjeti evidentan pad udjela stolnog grožđa. Otkup je prva i u većini slučajeva nezaobilazna faza u prometu poljoprivrednih proizvoda. To je slučaj i sa grožđem koje ima nestabilan karakter sa vrlo izraženim amplitudama po pojedinim godinama. Variranja su posebno prisutna u otkupu grožđa za preradu. Nizak udio otkupljenih u odnosu na proizvedene količine stolnog grožđa se objašnjava snažnijom motiviranošću privatnih proizvođača da stolno grožđe ponude na pijaci nego da ga plasiraju putem otkupa.

Statistika današnje BiH registruje pokazatelje prodaje i otkupa grožđa na način kako je prezentirano u tabelama koje slijede.

Tabela 2. Ukupna prodaja i otkup grožđa/*Total sales and purchase of grapes*

Jedinica mjere/ <i>Unit</i>	2015	2016	2017	2018	2019
tona/ <i>tons</i>	2.098	2.546	1.428	1.782	2.461

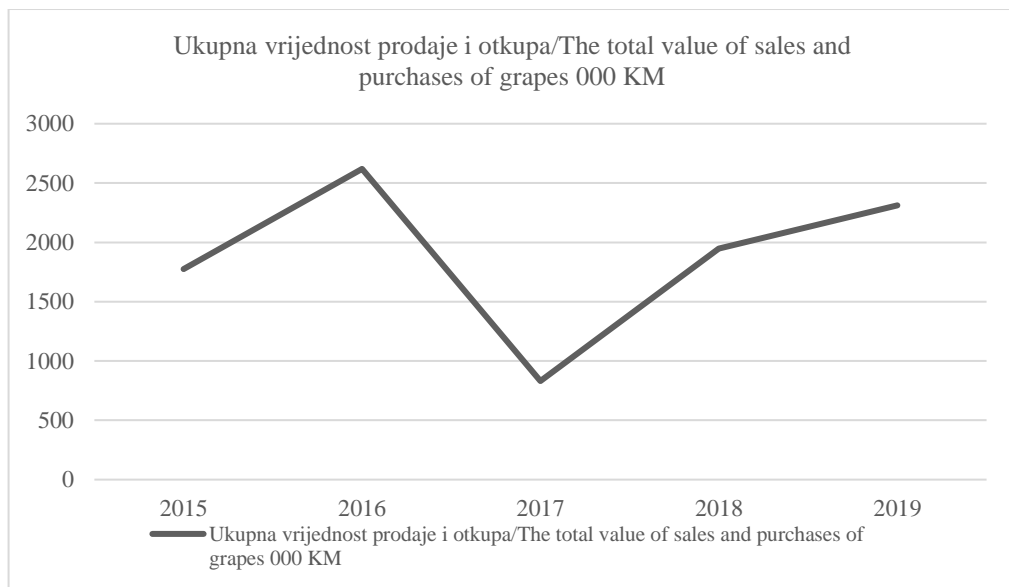
Izvor: Statistički godišnjak/ljetopis FBiH 2020



Grafikon 2. Ukupna prodaja i otkup grožđa/*Total sales and purchase of grapes*  
 Tabela 3. Ukupna vrijednost prodaje i otkupa grožđa/*The total value of sales and purchases of grapes*

Jedinica mjere/ <i>Unit</i>	2015	2016	2017	2018	2019
000 KM	1.774	2.619	831	1.948	2.311

Izvor: Statistički godišnjak/ljetopis FBiH 2020

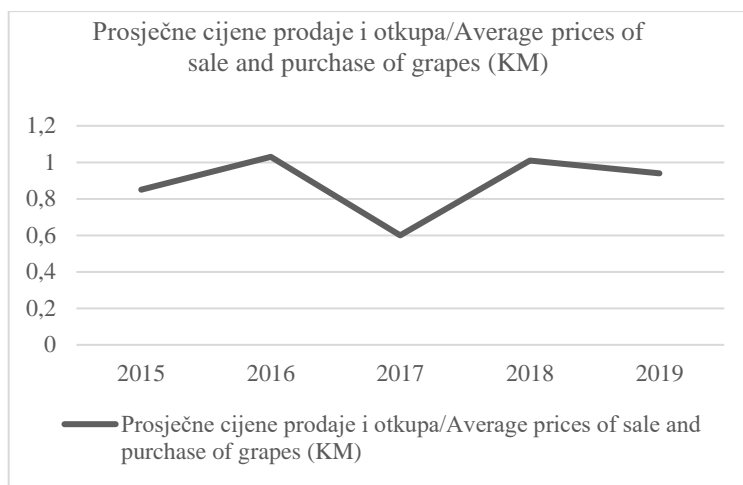


Grafikon 3. Ukupna vrijednost prodaje i otkupa grožđa/*The total value of sales and purchases of grapes*

Tabela 4. Prosječne cijene prodaje i otkupa grožđa (KM)/Average prices of sale and purchase of grapes

Jedinica mjere/Unit	2015	2016	2017	2018	2019
kg	0,85	1,03	0,60	1,01	0,94

Izvor: Statistički godišnjak/ljetopis FBiH 2020



Grafikon 4. Prosječne cijene prodaje i otkupa grožđa (KM)/Average prices of sale and purchase of grapes

Pijace ili tržnice na malo su tradicionalan oblik tržišta grožđa u svježem stanju. Pojava tržnica na malo seže u daleku prošlost. Lokacijski su bile vezane za raskrsnice karavanskih puteva ili granične prelaze. Iako je vremenski faktor promijenio karakter seljačkih pijaca, one su se u nas zadržale sve do današnjih dana.

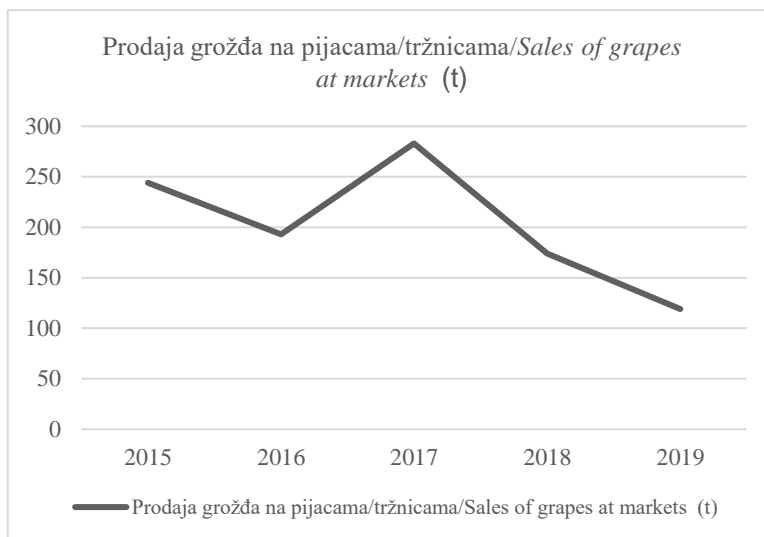
Prema Kolegi (1994), tržnice na malo su poseban oblik tržišta, pogodan za utrživanje poljoprivrednih proizvoda seljačke proizvodnje.

Oficijelna statistika registruje količinskim i vrijednosnim pokazateljima promet grožđa koji dolazi na pijace/tržnice. Poteškoće zadaje činjenica da se ne registruje porijeklo proizvoda, te po Lalić u (1982), 17,0% stolnog grožđa na sarajevskim pijacama vodi porijeklo iz područja van Bosne i Hercegovine. Manjak stolnog grožđa na tržištu BiH je pokrivan njegovim uvozom.

Tabela 5. Prodaja grožđa na pijacama/tržnicama (količina)/*Sales of grapes at markets (quantity)*

Jedinica mjere/ <i>Unit</i>	2015	2016	2017	2018	2019
Tona/tons	244	193	283	174	119

Izvor: Statistički godišnjak/ljetopis FBiH 2020



Grafikon 5. Prodaja grožđa na pijacama/tržnicama (količina)/*Sales of grapes at markets (quantity)*

Pod vinskim grožđem je u Federaciji BiH bilo u 2016. godini 2.657 ha pri čemu je ostvarena proizvodnja vinskog grožđa od 24.150 tona. Prosječan prinos grožđa je iznosio 9,1 t/ha, od kojih je proizvedeno oko 14.500.000 litara vina. Očigledno se radi o simboličnoj produkciji grožđa po čemu se BiH nalazi u donjem dijelu ljestvice svjetskih proizvođača grožđa.

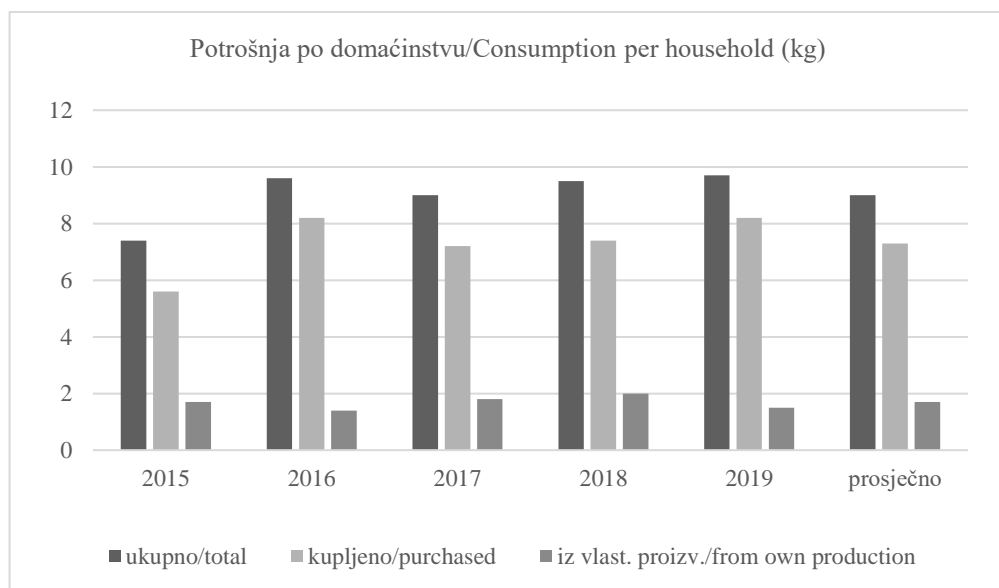
Robnost proizvodnje pokazuje u kolikom svome dijelu proizvodnja ima robni karakter. Ukupna proizvodnja grožđa nikada u cjelokupnom obimu ne dolazi na tržište. Jedan dio proizvedenog grožđa se troši u domaćinstvima u sklopu kojih se i proizvodi. Veoma često se stolno grožđe koristi kao dodatak grožđu za preradu u procesu proizvodnje vina. Proizvodnja grožđa svedena na stanovnike se uzima kao objektivni pokazatelj njene razvijenosti i dostatnosti. Analizom proizvodnje stolnog grožđa po stanovniku u Bosni i Hercegovini bavio se Stojnić (1980). Izračunao je da je ova proizvodnja u periodu 1970-1974. godine iznosila 0,8 kg po stanovniku.

Republički zavod za statistiku je sve do pred rat devedesetih godina prošlog vijeka provodio i objavljivao godišnje ankete o potrošnji poljoprivredno-prehrambenih proizvoda. Anketa je vršena za kategorije poljoprivrednih i nepoljoprivrednih domaćinstava, potom objedinjavana za ukupno stanovništvo.

U sljedećoj tabeli su prikazani podaci sadržani u tim anketama, a odnose se na potrošnju grožđa u svim domaćinstvima.

Tabela 6. Potrošnja po domaćinstvu/*Consumption per household (kg)*

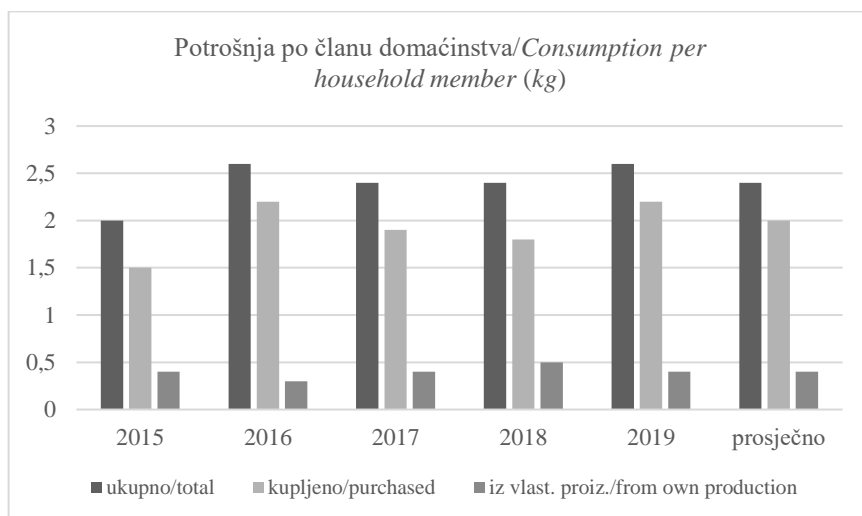
Godina/ year	Ukupno/ total	Kupljeno/ purchased	Iz vlastite proiz./from own production
2015	7,4	5,6	1,7
2016	9,6	8,2	1,4
2017	9,0	7,2	1,8
2018	9,5	7,4	2,0
2019	9,7	8,2	1,5
PROSJEČNO/ AVERAGE	9,0	7,3	1,7



Grafikon 6. Potrošnja po domaćinstvu (kg)/*Consumption per household (kg)*

Tabela 7. Potrošnja po članu domaćinstva/*Consumption per household member (kg)*

Godina/ year	Ukupno/total	Kupljeno/ purchased	Iz vlastite proiz./from own production
2015	2,0	1,5	0,4
2016	2,6	2,2	0,3
2017	2,4	1,9	0,4
2018	2,4	1,8	0,5
2019	2,6	2,2	0,4
PROSJEČNO/ AVERAGE	2,4	2,0	0,4



Grafikon 7. Potrošnja po članu domaćinstva (kg)/*Consumption per household member (kg)*

Potrošnja grožđa u BiH u periodu 2015-2019. godine, prema rezultatima anketne metode, iznosila je prosječno 2,4 kg po stanovniku. Ovaj anketni podatak je u koliziji sa izračunatom potrošnjom grožđa koju je predstavio Selak (1986) i koja iznosi 7,0 kg po stanovniku. Iako se ne radi o identičnom vremenskom periodu komparacije, data vremenska razlika ne bi smjela pokazati ovako izraženu razliku u potrošnji grožđa. Ona se može objasniti manjkavostima i ograničenjima koja sadrži svaka anketa.

## ZAKLJUČCI

Ovaj rad je imao za cilj da ukaže na tendencije i dostignuti nivo proizvodnje i plasmana grožđa.

Po raspoloživim površinama pod vinogradima, Bosna i Hercegovina se tretira kao skroman proizvođač grožđa na globalnom planu.

Prosječna proizvodnja grožđa po stanovniku je dosta niska i predstavlja pokazatelj nedovoljne razvijenosti bosanskohercegovačkog vinogradarstva.

Bosna i Hercegovina nema izbalansiran omjer u proizvodnji vinskog i stolnog grožđa budući da je konstantirani omjer nepovoljan u poređenju sa većinom vinogradarskih zemalja.

Smatramo da procjenjeni omjeri proizvodnje stolnog grožđa i grožđa za preradu nisu realni i da su vjerovatno odraz korištenja jednog dijela proizvedenog grožđa za preradu i za potrošnju u svježem stanju.

Nizak udio otkupljenih u odnosu na proizvedene količine stolnog grožđa, objašnjava se snažnijom motiviranosti privatnih proizvođača da stolno grožđe ponude na pijaci/tržnici nego da ga plasiraju putem otkupa.

Grožđe se u svom krajnjem plasmanu realizuje preko tržišta individualne potrošnje. Ono na tržište individualne potrošnje dolazi organizovanom trgovačkom mrežom na malo ili putem pijace/tržnice. Grožđe u najvećem broju prodajnih prostora predstavlja samo prateći dio raznovrsne ponude proizvoda. Ovo se odražava na siromašnost asortimana grožđa, njegov lošiji kvalitet i više cijene u poređenju sa cijenama u alternativnim kanalima plasmana, prvenstveno seljačkoj pijaci. Svi ovi faktori djeluju destimulativno na opredjeljenje potrošača da izaberu trgovinu na malo kao prometni kanal.

Pijace ili tržnice na malo su tradicionalan oblik tržišta grožđa u svježem stanju čija pojava seže u daleku prošlost. Lokacijski su bile vezane za raskrsnice karavanskih puteva ili granične prelaze. Iako je vremenski faktor promijenio karakter seljačkih pijaca, one su se u nas zadržale sve do današnjih dana. Proizvodnja u sklopu preduzeća i zadruga je imala sve karakteristike savremene proizvodnje plantažnog tipa, dok je vinogradarstvo individualnog sektora bilo pretežno zasnovano na starim i niskoproduktivnim tehnologijama.

U Strategiji održivog razvoja vinogradarstva i vinarstva neophodno je da se definišu razvojni prioriteti, odnosno oblici koje je moguće razvijati u pojedinim delovima Bosne i Hercegovine.

## LITERATURA

Beljo, J. (2014). Povijest vinogradarstva u Bosni i Hercegovini, Atlas vinogradarstva i vinarstva Bosne i Hercegovine, Mostar.

Kolega, A. (1978). Prilog istraživanju tržišta i marketinga svježe jabuke u Jugoslaviji, Doktorska disertacija, Zagreb

Kolega, A. (1994). Tržništvo poljoprivrednih proizvoda, Globus, Zagreb

- Lalić, M. (1982). Kanali distribucije voća i povrća i njihov značaj u snabdijevanju sarajevske regije, Magistarski rad, Ekonomski fakultet Sarajevo, Sarajevo
- Moralić, S., Pandža Bajsić, I. (2014). Analiza obilježja hrvatskih potrošača generacije Y u potrošnji vina, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, 12, 2, 1-16.
- Rotim, N., Gašpar, M., Perić, I. (2017). Vinski kultivari vinove loze u Hercegovini, Glasnik zaštite bilja, 61, 5, 78-85
- Selak, V., Mulić, J., Bogučanin, H. (1984). Pariteti cijena poljoprivrednih i industrijskih proizvoda i unutar poljoprivrednih proizvoda sa efektima mjera politike cijena u poljoprivredi BiH u periodu 1960-1981., Institut za ekonomiku poljoprivrede, Sarajevo
- Selak, V. (1986). Bilans hrane, Poljoprivredni fakultet Sarajevo, Sarajevo
- Stojnić, M. (1990). Mjesto Jugoslavije u svjetskoj proizvodnji i prometu stonog grožđa, Jugoslovensko vinogradarstvo i vinarstvo, Beograd.

## **COMPARATIVE ANALYSIS OF GRAPE PRODUCTION AND PLACEMENT ON THE TERRITORY OF BOSNIA AND HERZEGOVINA**

### **Summary**

The grapevine is an old plant culture, so in many parts of the world there is a centuries-old tradition of its cultivation. Grape production is developed in all parts of the world where there are favorable natural conditions for it. The unique production and market space of the former Yugoslavia was torn into seven parts by very well known war events. Numerous examples of breaking down of political barriers with economically motivated motives are known from history. That is why it is important to consider the representation of production areas in viticulture and grape production in Bosnia and Herzegovina. Scientific work in Herzegovinian viticulture began about forty years ago but it was focused on wine grape varieties. Significantly less attention was paid to table grapes in terms of its hybrid selection and the formation of new varieties (products). Grape varieties that are just being introduced into viticultural production through the process of introduction or selection and breeding within their own scientific research work have the character of new products. The elements of a marketing system are product, distribution, price and promotion. These are elements that are within the controlled variables of the marketing system. Product, price, promotion and distribution are factors that are under the complete control of the business entity. Therefore, the success of marketing-oriented entities will depend, above all, on the ability to use marketing factors. The product occupies a central place in the concept of the marketing mix. Other elements of the marketing mix are interconnected by a product that makes them coherent. Adequate attention has not been paid to packaging, labeling and design as external-formal features of table grapes. If wine production is to be improved, attention will have to be paid to these characteristics as well. The experiences from those countries where marketing has already found a place in viticulture are valuable. In viticulture and agricultural production in general, the term "new product" has a specific

meaning. It consists of a new variety but also from the existing varieties cultivated on new production sites. From the marketing aspect, any new production in viticulture, regardless of the participation of the previous assortment, can be considered in the true sense of the new. The soil and climatic factors that determine it do not represent a static but a dynamic category, since they are subject to constant change.

Key words: *analysis, production, placement, grapes, Bosnia and Herzegovina*