

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

rujan 2021.

Prikaz tržišta trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo u Republici Hrvatskoj u 2020. godini

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (AZTN) provela je istraživanje tržišta distributivne trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo u Republici Hrvatskoj u 2020. godini. U predmetnom istraživanju trgovine na malo mješovitom robom za 2020. godinu uzorak su činili poduzetnici, njih 51, koji prema ostvarenim prihodima, predstavljaju najznačajnije poduzetnike koji djeluju na tržištu trgovine na malo mješovitom robom. Dva su trgovca na malo manje u uzorku u odnosu na prethodno istraživanje za 2019. godinu, Sonik Trgovina i Sloga Podravska Trgovina. Sonik Trgovina je nakon integriranja u sustav Studenca odnosno pripajanja brisan iz sudskog registra 15. siječnja 2021. godine. Također, poduzetnik Sloga Podravska Trgovina je nakon preuzimanja od strane poduzetnika Lonia d.d., sredinom siječnja 2020. godine prestao obavljati djelatnost trgovine na malo mješovitom robom, iako je Sloga Podravska Trgovina aktivna kao subjekt u sudskom registru. Do 31. kolovoza 2020. godine Lonia d.d. je bila jedini vlasnik poduzetnika Sloga Podravska Trgovina, no od 1. rujna 2020. godine trgovačka djelatnost je s tvrtke Lonia d.d. prešla na tvrtku Lonia trgovina, a time i prodajna mjesta poduzetnika Sloga Podravska trgovina.

Jedan je novi poduzetnik u uzorku, Eurospin Hrvatska d.o.o. koji je u kolovozu 2020. godine otvorio prvo prodajno mjesto i to u Zadru i koji je do kraja 2020. otvorio dodatno šest prodajnih mjesta te je tako u 2020. godini imao sedam prodajnih mjesta, sva tipa supermarketi.

Prihodi iz trgovine na malo mješovitom robom u Republici Hrvatskoj svih trgovaca iz uzorka AZTN-a u promatranoj 2020. godini iznosili su nešto više od 40 milijardi kuna. Bilježi se nominalan rast prihoda u iznosu nešto više od 306 milijuna kuna u odnosu na prethodnu 2019. godinu (u postotku rast iznosi 0,8 posto), što predstavlja znatno blaže izraženiji trend rasta u odnosu na istraživanje godinu ranije. Naime, u prethodnom istraživanju za 2019. godinu rast je u odnosu na 2018. iznosio 2,25 milijardi kuna, odnosno 6 posto. Pritom treba istaknuti kako se blagi rast bilježi i bez uključivanja Eurospinovih podataka, što na određeni način pokazuje da čak i u godini koju je obilježila globalna pandemija i djelomično zatvaranja gospodarstva, tržište trgovine na malo bilježi trend blagog rasta.

Promatrano po pojedinim trgovcima značajniji rast prema visini nominalnog rasta prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u 2020. godini, promatrano od višeg ka nižem rastu prihoda u trgovini na malo mješovitom robom bilježe sljedeći poduzetnici: Plodine, Spar, Lonia trgovina, Lidl, Mlin i pekare, Studenac, NTL d.o.o., K.T.C., Boso te Slavonija-Bošković i to je poredak prvih deset trgovaca promatrano prema kriteriju nominalnog rasta prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u 2020. godini.

U 2020. godini zbirno se bilježi 4.707 prodajnih mjesta svih trgovaca iz uzorka AZTN-a. Ujedno se bilježi blagi rast ukupnog broja svih prodajnih mjesta u iznosu od 14 prodajnih mjesta u odnosu na prethodnu 2019. godinu što predstavlja rast od 0,3 posto.

Ukupna neto prodajna površina u svim prodajnim mjestima anketiranih poduzetnika u 2020. godini iznosila je 1,44 milijuna četvornih metara. Bilježi se smanjenje neto prodajne površine u iznosu od 14.500 četvornih metara u odnosu na prethodnu 2019. godinu što predstavlja pad od 1 posto.

Najveći trgovac na malo mješovitom robom u 2020. godini je Konzum plus. Tržišni udio Konzuma plus u promatranj 2020. iznosio je 20-30 posto uz blagi pad tržišnog udjela u odnosu na 2019. godinu. U 2020. godini bilježi ukupno 608 prodajnih mjesta i sedam prodajnih mjesta manje u odnosu na 2019. godinu. Ovdje se naglašava kako se gore navedeni podatak o tržišnom udjelu Konzuma plusa, kao i svi ostali tržišni udjeli poduzetnika prikazuju u rasponu podataka, a ne u točnom iznosu iz razloga što su isti izvedeni iz dostavljenih podataka koji su od samih poduzetnika naznačeni kao poslovna tajna.

Konzum plus je u listopadu 2020. godine pokrenuo dodatnu uslugu dostave robe putem digitalne platforme u partnerstvu s Uberom.

Podaci za 2020. godinu uključuju prihode u trgovini na malo mješovitom robom koji se odnosi na poduzetnika Konzum plus d.o.o. U podacima za 2019. godinu s kojim se uspoređuju podaci za promatranu 2020. godinu bili su uzeti prihodi u trgovini na malo mješovitom robom Konzuma d.d. za prvo tromjesečje 2019. godine, dok za preostala tri tromjesečja (razdoblje od 1. travnja 2019. do 31. prosinca 2019.) za novo društvo Konzum plus d.o.o. na koje je bilo preneseno poslovanje.

Nadalje, bilježi se nastavak trenda rasta članica Schwarz Grupe, koji je slabije izražen nego u prethodnom istraživanju za 2019. godinu. Lidl u 2020. godini bilježi blaži rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom. Tržišni udio Lidla u promatranj 2020. iznosio je 10 - 20 posto. Druga članica Schwarz grupe, Kaufland, također bilježi blagi rast prihoda i tržišni udio u promatranj 2020. godini u iznosu 5 -10 posto. Zbirno obje članice Schwarz grupe u 2020. bilježe zbirni tržišni udio 20 - 30 posto.

U promatranj 2020. godini ukupno 30 poduzetnika bilježi rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u odnosu na prethodnu 2019. (u prošlogodišnjem istraživanju za 2019. godinu bilo ih je 38), dok 21 trgovac na malo bilježi negativan trend, odnosno pad prihoda (u prošlogodišnjem istraživanju za 2019. bilo je 12 poduzetnika koji su bilježili pad prihoda).

Top 10 najvećih trgovaca

Top 10 najvećih trgovaca na malo mješovitim robom u 2020. godini prema ostvarenom prihodu u trgovini na malo mješovitim robom u Republici Hrvatskoj prikazani su u tablici 1.

Tablica 1. "TOP 10" najvećih trgovaca 2020. – tržišni udio prema prihodu u trgovini na malo mješovitim robom

Poduzetnik	Tržišni udio u 2019.
1. Konzum plus	20 – 30 %
2. Lidl	10 – 20 %
3. Plodine	5 – 10 %
4. Kaufland	5 – 10 %
5. Spar	5 – 10 %
6. Tommy	5 – 10 %
7. Studenac	< 5 %
8. K.T.C.	< 5 %
9. NTL	< 5 %
10. Lonia trgovina	< 5 %
Prvih 10 trgovaca:	83,4 %
Zbirno ostalih 41 trgovaca:	16,6 %

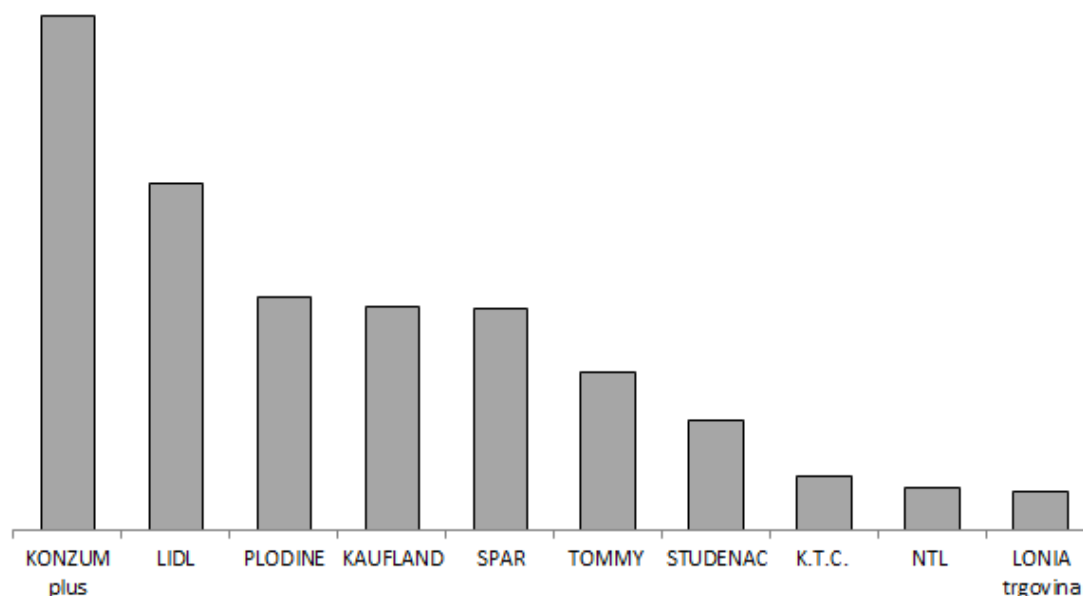
Izvor: dopisi poduzetnika - sudionika mjerodavnog tržišta; obrada: AZTN

Promjenu u 2020. godini u odnosu na 2019. predstavlja činjenica da je Lonia trgovina prestigla na 10. mjestu Mlin i pekare te je nakon 2017. godine Lonia ponovno pozicionirana u „Top 10“ trgovaca na malo po ostvarenom prihodu od trgovine na malo mješovitim robom.

Rast prihoda pojedinog trgovca na malo kod većine promatranih trgovaca na malo u bitnome je manje izražen u odnosu na rast prihoda u istraživanju za prethodnu 2019. godinu.

Lonia trgovina bilježi dvoznamenkasti rast zahvaljujući preuzimanju Sloga Podravske Trgovine i 71 prodajnog mjesta navedenog poduzetnika, dok je Mlin i pekare od proljeća 2020. uzeo u zakup 23 prodajna mjesta Trgonoma. Studenac uz organski rast u postojećim prodajnim mjestima bilježi i rast prihoda iz razloga preuzimanja 80-tak prodajnih mjesta Sonik Trgovine.

Slika 1. Grafički prikaz odnosa tržišnih udjela "TOP 10" najvećih trgovaca u 2020.



Izvor: dopisi poduzetnika - sudionika mjerodavnog tržišta; obrada: AZTN

Regionalni trgovci na malo mješovitom robom:

U promatranj 2020. rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom bilježi većina regionalnih trgovaca i to Mlin i pekare, Boso, Slavonija-Bošković, Gavranović, Decentia, Robin.

Jedan od značajnijih regionalnih trgovaca je Studenac koji bilježi značajne pokazatelje promatrano i na nacionalnom tržištu Republike Hrvatske, pogotovo nakon preuzimanja prodanih mjesta Istarskih supermarketa i Sonik Trgovine.

Studenac je u 2020. godini djelatnost maloprodaje mješovite robe obavljao na ukupno 622 prodajnih mjesta i postao je trgovac s najvećim brojem prodajnih mjesta koja su u većini malog formata - male prodavaonice i samoposluge. Ujedno bilježi rast tržišnog udjela te svoje poslovanje temelji na kvartovskim prodavaonicama, no ostao je i nadalje na sedmoj poziciji na nacionalnom tržištu, iza Tommyja.

Mlin i pekare, Slavonija-Bošković, Decentia, Robin, Prehrana Trgovina, Dergez, Strahinjčica, Patričar i Vrutak bilježe dvoznamenkaste stope rasta prihoda, dok ostali regionalni trgovci bilježe stabilan jednoznamenkasti rast prihoda, primjerice Boso, Gavranović, TP Varaždin, Špar d.o.o. Bjelovar, Trgostil. Ostali regionalni i lokalni trgovaca iz uzorka bilježe negativan trend, odnosno pad prihoda.

Smanjenje asimetrije i koncentriranosti tržišta

Na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitim robom u 2020. bilježi se daljnje smanjenje asimetrije, odnosno razlike između lidera na tržištu, Konzuma plus i drugog trgovca na malo Lidla.

U 2020. godini bilježi se blaga promjena koncentriranosti tržišta temeljem pokazatelja koncentriranosti CR₁₀, odnosno ostvarenih udjela prvih deset trgovaca na malo mješovitim robom, koji u promatranj 2020. godini iznosi 83,4 dok je u prethodnoj 2019. iznosio 82,7. Navedeni pokazatelj blago je rastao iako je, promatrano pojedinačno poduzetnike, Konzum plus smanjio tržišni udio, ali se istovremeno bilježi jačanje tržišnog udjela drugih trgovaca, prije svega Plodina, Lonia trgovine, Spara i Studenca te nešto blaže Lidla, NTL-a i K.T.C.-a.

Ako se promatra prvih pet trgovaca na malo, rezultati istraživanja pokazuju kako pokazatelj koncentriranosti CR₅ u 2020. godini iznosi 66,1 i bilježi blagi rast u odnosu na prethodnu 2019. godinu. Prvih pet poduzetnika drži nešto manje od dvije trećine ukupnog tržišta maloprodaje mješovitim robom, a prvih deset poduzetnika nešto više od četiri petine ukupnog tržišta.

Herfindahl-Hirschmanov indeks (HH indeks) u promatranj 2020. godini iznosi 1.371, što upućuje na zaključak o umjereno koncentriranom tržištu. U prethodnoj 2019. godini HH indeks iznosio je 1.380, što ujedno upućuje na zaključak o trendu blagog pada HH indeksa.

Pregled tržišta po županijama i Gradu Zagrebu

Najveći broj trgovaca na malo mješovitim robom u 2020. godini iz uzorka AZTN-a je u Zagrebačkoj županiji (20), zatim u Gradu Zagrebu i Varaždinskoj županiji (18), u Koprivničko-križevačkoj (16) te u Bjelovarsko-bilogorskoj i Primorsko-goranskoj županiji (15). Najmanji broj trgovaca na malo mješovitim robom iz uzorka je u Dubrovačko-neretvanskoj (6), Ličko-senjskoj (7) te Međimurskoj županiji (9).

Promatrano na razini županija i Grada Zagreba, u 13 županija i u Gradu Zagrebu u promatranj 2020. godini bilježi se pozitivan trend odnosno rast prihoda u trgovini na malo mješovitim robom. U prethodnoj 2019. godini bilježio se rast prihoda u svih 20 županija i u Gradu Zagrebu, što ukazuje na pad vrijednosti tržišta u pojedinim županijama u 2020. godini prvenstveno zbog globalne pandemije.

Kao i godinu ranije, najveći prihod u trgovini na malo mješovitim robom u 2020. godini ostvaren je u Gradu Zagrebu, najvažnijem lokalnom/regionalnom maloprodajnom tržištu u Republici Hrvatskoj, u iznosu nešto manjem od 7,5 milijardi kuna. Za usporedbu, u Gradu Zagrebu u prethodnoj 2019. ukupno ostvareni prihod iznosio je 7,2 milijardi kuna. Nominalni rast prihoda koji su ostvarili svi trgovci iz uzorka u Gradu Zagrebu iznosi 290 milijuna kuna i to je ujedno najveći nominalni rast po pojedinom regionalnom tržištu, iako je manje izražen nego u prethodnom istraživanju za 2019. godinu u odnosu na 2018. kada je iznosio 311 milijuna kuna.

Promatrajući strukturu nacionalnog tržišta Republike Hrvatske iskazano kroz udio u postotnom iznosu Grada Zagreba i pojedine županije u ukupnoj vrijednosti tržišta Republike Hrvatske u 2020. godini, najveći prihodi u trgovini na malo mješovitim robom u 2020. godini bilježe se u Gradu Zagrebu i na koji u ukupnoj strukturi otpada iznos od 18,7 posto, uz rast postotnog udjela.

Nadalje, slijedi Splitsko-dalmatinska (12,7 posto uz pad udjela), Primorsko-goranska (8,6 posto, uz pad udjela), Zagrebačka (6,8 posto uz rast udjela), Istarska (6,6 posto uz pad udjela), Zadarska (6,2 posto uz pad udjela) i Osječko-baranjska županija (5,3 posto uz rast udjela).

Nakon Grada Zagreba, druga po nominalnom rastu prihoda u 2020. godini je Zagrebačka županija koja bilježi rast od 210 milijuna kuna. Zatim slijede Osječko-baranjska koja bilježi rast od 167 milijuna kuna te Vukovarsko-srijemska županija koja bilježi rast od 108 milijuna kuna, najviše radi rasta regionalnih trgovaca na malo, poduzetnika Boso i Slavonija-Bošković.

U preostalih deset županija trgovci na malo bilježe rast prihoda u iznosu manjem od 100 milijuna kuna i to su: Varaždinska, Međimurska, Brodsko-posavska, Sisačko moslavačka, Krapinsko-zagorska, Karlovačka, Koprivničko-križevačka, Bjelovarsko-bilogorska, Požeško-slavonska i Virovitičko-podravska županija.

Suprotan trend, odnosno pad prihoda bilježi se u sedam priobalnih županija, uključujući i Ličko-senjsku županiju koja ima priobalna mjesta Senj i Karlobag te jedno otočno mjesto Novalja. Izvjesno je da je uzrok padu prihoda smanjenje turističkog prometa zbog globalne pandemije i u određenoj mjeri zatvaranja gospodarstva. Najviši pad prihoda u 2020. godini u odnosu na 2019. iskazano nominalno u kunama od najvećeg ka najmanjem iznosu pada prihoda bilježi se u Istarskoj, Splitsko-dalmatinskoj, Dubrovačko-neretvanskoj te u Šibensko-kninskoj županiji. U navedenim četirima županijama bilježi se pad prihoda trgovine na malo u iznosu od 100 do 270 milijuna kuna, dok u preostale tri jadranske odnosno priobalne županije (Primorsko-goranska, Ličko-senjska i Zadarska županija) bilježi pad prihoda trgovine na malo u iznosu manje od 100 milijuna kuna.

Posljedično i većina trgovaca na malo bilježi smanjenje prihoda u navedenim jadranskim odnosno primorskim županijama. Pad prihoda u navedenim županijama djelomično je kompenziran rastom prihoda u kontinentalnim županijama, primjerice u Gradu Zagrebu, Zagrebačkoj i Osječko-baranjskoj županiji.

Bitna promjena u 2020. godini je činjenica da je Zagrebačka županija na četvrtoj poziciji prestigla Istarsku i Zadarsku županiju po ostvarenom prihodu svih trgovaca na malo u navedenim županijama. Naime, u Zagrebačkoj županiji u kojoj se bilježi najveći broj trgovaca na malo u uzorku (20) bilježi se prihod u trgovini na malo u iznosu od 2,7 milijardi kuna, dok je u 2019. godini zabilježen prihod u iznosu od 2,5 milijardi kuna.

U Splitsko-dalmatinskoj županiji u kojoj se bilježi drugi najveći prihod u trgovini na malo mješovitom robom u 2020. godini trgovci su zajedno ostvarili ukupan prihod od 5,1 milijarde kuna (5,3 milijardi kuna u prethodnoj 2019.).

Više od 2 milijarde kuna prihoda trgovci su zabilježili u još pet županija: u Primorsko-goranskoj (3,5 milijardi kuna), Zagrebačkoj (2,7 milijarde kuna), Istarskoj (2,66 milijardi kuna), Zadarskoj županiji (2,5 milijarde kuna) i Osječko-baranjskoj županiji (2,1 milijarde kuna), uz napomenu da je u Osječko-baranjskoj županiji po prvi puta zabilježen prihod u trgovini na malo u iznosu većem od 2 milijarde kuna.

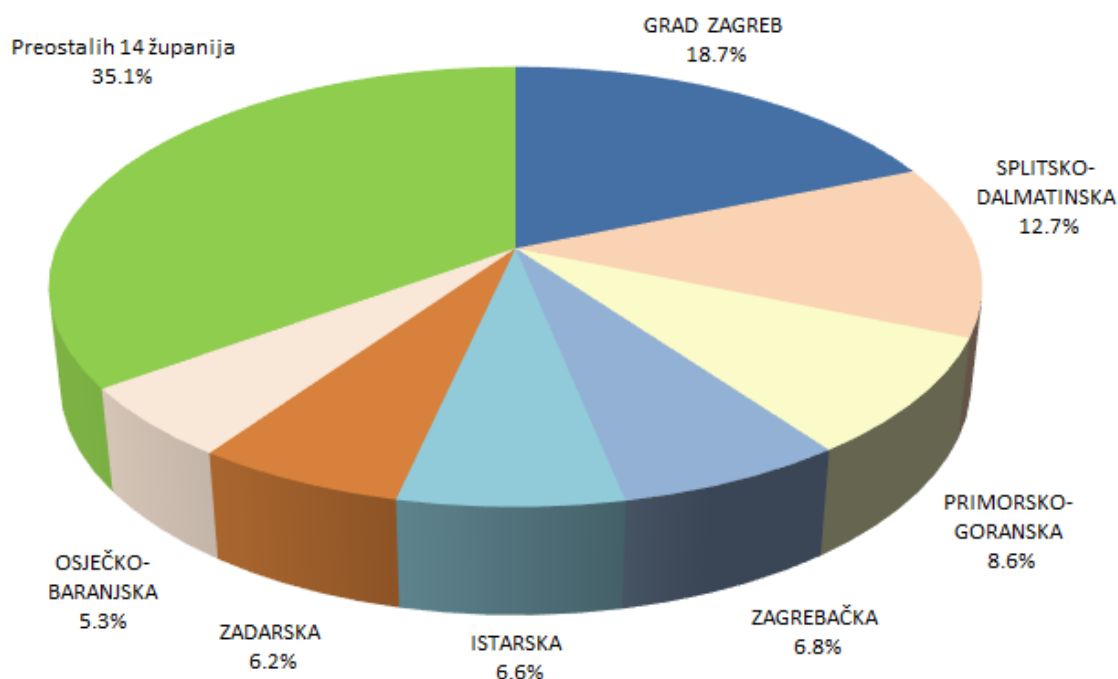
U ukupno sedam županija zabilježen je prihod u iznosu od jedne do dvije milijarde kuna i to su: Dubrovačko-neretvanska, Sisačko-moslavačka, Šibensko-kninska, Varaždinska, Vukovarsko-srijemska županija i po prvi puta Karlovačka i Krapinsko-zagorska županija.

U preostalih sedam županija bilježi se prihod manji od jedne milijarde kuna. I nadalje je Ličko-senjska županija jedina županija s ostvarenim prihodom manjim od 500 milijuna kuna. U prethodnoj 2019. to je bila i Požeško-slavonska, koja u promatranoj 2020. godini bilježi prihod u iznosu od 526 milijuna kuna.

U Gradu Zagrebu i u šest županija (Splitsko-dalmatinska, Primorsko-goranska, Zagrebačka, Istarska, Zadarska i Osječko-baranjska županija) ostvareno je nešto manje od dvije trećine (64,9 posto) od ukupnog prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u Republici Hrvatskoj u 2020. godini čime je nastavljen trend iz 2019. i prethodnih godina. Ujedno se bilježi blagi pad pokazatelja jer se u 2019. godini u Gradu Zagrebu i šest navedenih županija bilježio zbirno tržišni udio u strukturi u iznosu od 66 posto.

U preostalih 14 županija ostvarena je nešto više od jedne trećine ukupnog prihoda, uz rast tih preostalih županija u ukupnoj strukturi jer na tih 14 županija u promatranoj 2020. godini otpada 35,1 posto ostvarenih prihoda u trgovini na malo mješovitom robom dok je u 2019. godini na tih 14 županije otpadalo 34,4 posto.

Slika 2. Grafički prikaz strukture ukupno ostvarenog prihoda svih trgovaca na malo u 2020. po pojedinim županijama i Gradu Zagrebu



Izvor: dopisi poduzetnika - sudionika mjerodavnog tržišta; obrada: AZTN

Promatrajući tržišne udjele pojedinih trgovaca na malo po županijama, Zadarska županija i nadalje bilježi izraženu simetriju između vodećih takmaca. Zatim slijedi Požeško-slavonska županija u kojoj se bilježe mali rasponi tržišnih udjela za prva tri trgovca na malo.

Promjene u redoslijedu trgovaca po županijama i gradovima

Županije i Grad Zagreb

Rezultati istraživanja pokazuju kako je došlo do određenih promjena u redoslijedu trgovaca na malo mješovitom robom u 2020. u odnosu na 2019. u pojedinoj županiji i Gradu Zagrebu.

Promatrajući pojedinačno trgovce na malo po Gradu Zagrebu i županijama, Konzum plus je vodeći trgovac na malo u Gradu Zagrebu i šest županija (Zagrebačka, Krapinsko-zagorska, Varaždinska, Karlovačka, Ličko-senjska te Osječko-baranjska županija). Konzum plus više nije na prvoj poziciji u Dubrovačko-neretvanskoj županiji, već je to postao Tommy. Konzum plus je u ukupno u pet županija na drugoj poziciji (Primorsko-goranska, Šibensko-kninska, Vukovarsko-srijemska, Dubrovačko-neretvanska i Međimurska). U Šibensko-kninskoj županiji je na drugom mjestu prestigao Djelo. U deset županija te u Gradu Zagrebu Konzum plus bilježi rast prihoda iz maloprodaje.

Članice Schwarz grupe vodeće su u četiri županije. Lidl je vodeći trgovac u Koprivničko-križevačkoj i Bjelovarsko-bilogorskoj županiji, dok je Kaufland vodeći trgovac na malo u Brodsko-posavskoj i Požeško-slavonskoj županiji, jednako kao u 2019. godini.

Nadalje, u četiri županije Lidl je na drugoj poziciji (Zagrebačka, Varaždinska, Karlovačka, Istarska), isto kao i u 2019. godini.

Plodine u promatranoj 2020. godini su na prvoj poziciji u matičnoj Primorsko-goranskoj te u Istarskoj županiji. Na drugoj poziciji su u tri županije (Ličko-senjska, Virovitičko-podravska i Zadarska županija, u kojoj je prestigao Konzum plus). I nadalje nema prodajno mjesto u Dubrovačko-neretvanskoj županiji.

Tommy najviše prihoda ostvaruje u matičnoj Splitsko-dalmatinskoj županiji i to nešto više od polovice ukupnih prihoda u trgovini na malo mješovitom robom. I nadalje je lider u Splitsko-dalmatinskoj i u Šibensko-kninskoj županiji. Prvi put je najveći trgovac i u Dubrovačko-neretvanskoj županiji.

Od regionalnih trgovaca na malo mješovitom robom, Boso je u promatranoj 2020. godini i dalje lider u Vukovarsko-srijemskoj županiji, uz trend pada tržišnog udjela. Trgovac Mlin i pekare je zadržao prvu poziciju u Sisačko-moslavačkoj županiji, ispred Lonie i bilježi trend rasta tržišnog udjela. Metss je i nadalje najveći trgovac na malo mješovitom robom u Međimurskoj županiji uz trend pada tržišnog udjela.

Gavranović također bilježi rast prihoda u 2020. godini u odnosu na 2019. te je treći trgovac na malo mješovitom robom u Karlovačkoj županiji. I Robin bilježi rast prihoda te je s pete došao na treću poziciju u Koprivničko-križevačkoj županiji.

Gradovi Split, Rijeka, Osijek

U Splitu je u 2020. godini zabilježen blagi pad prihoda u trgovini na malo jer su svi trgovci na malo iz uzorka ostvarili nešto manje od 1,8 milijardi kuna prihoda, dok su u prethodnoj 2019. ostvarili 1,9 milijardi kuna prihoda. Ujedno se radi o promjeni trenda u odnosu na trend rasta iz 2019. u odnosu na 2018. godinu. U Splitu je Tommy zadržao prvu poziciju no ujedno bilježi i blago smanjenje tržišnog udjela. Tržišni udio Tommya iznosi 20-30 posto. Konzum plus koji je drugi u Splitu bilježi blagi pad prihoda u trgovini na malo mješovitom robom i tržišnog udjela koji iznosi 10–20 posto. Na trećoj poziciji bilježi se promjena jer je Lidl prestigao Spar, dok je Kaufland prestigao Ribolu na šestoj poziciji. U Splitu se bilježi jedno prodajno mjesto manje i 2.300 četvornih metara manje u odnosu na prethodnu 2019. godinu. Asimetrija između prvog (Tommy) i drugog trgovca na malo (Konzum) je značajna.

U Rijeci se bilježi blagi rast prihoda u trgovini na malo jer su u promatranoj 2020. godini svi trgovci na malo iz uzorka ostvarili 1,3 milijardi kuna prihoda, dok su u prethodnoj 2019. ostvarili 1,2 milijardi kuna prihoda. Ujedno se bilježi jedno prodajno mjesto više, ali ujedno i 3.400 manje neto prodajne površine.

Plodine kao lider u Gradu Rijeci bilježe rast prihoda u trgovini na malo. Tržišni udio Plodina u Rijeci iznosi 30-40 posto. Spar je ostao na drugoj poziciji ispred Lidla i bilježi rast prihoda uz dva supermarketa više u odnosu na 2019. godinu, kao i rast tržišnog udjela, koji iznosi 20–30 posto. Konzum plus također bilježi pozitivan trend rasta tržišnog udjela uz blagi rast prihoda. Lokalni trgovac na malo Brodokomerc u Rijeci bilježi četiri prodajna mjesta manje. Asimetrija između prvog (Plodine) i drugog trgovca (Spar) je također značajna, no ujedno je smanjena u odnosu na 2019. godinu. Asimetrija u Rijeci između prvog i drugog trgovca na malo manje je izražena nego u Splitu i Osijeku.

U Osijeku se bilježi rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom jer su u promatranoj 2020. godini svi trgovci na malo mješovitom robom iz uzorka ostvarili 913 milijuna kuna prihoda, dok su u prethodnoj 2019. ostvarili 847 milijuna kuna prihoda. Konzum plus i nadalje je najveći trgovac na malo mješovitom robom u Osijeku i bilježi blagi pad tržišnog udjela, unatoč blagom rastu prihoda u trgovini na malo mješovitom robom. Tržišni udio Konzuma plus u Osijeku iznosi 20–30 posto. Spar je prestigao Lidl na drugoj poziciji, iako se radi o maloj razlici u tržišnim udjelima. Spar i Lidl bilježe tržišni udio 10 – 20 posto.

U Osijeku se bilježe četiri prodajna mjesta više u promatranoj 2020. godini u odnosu na prethodnu 2019. godinu i novi trgovac u Osijeku je Slavonija-Bošković s pet prodajnih mjesta. Asimetrija između prvog (Konzum plus) i drugog trgovca na malo (Spar) je značajna, no ujedno i blago smanjena u odnosu na 2019. godinu.

Grupacije poduzetnika na tržištu trgovine na malo mješovitom robom u Republici Hrvatskoj

Schwarz grupa – Lidl i Kaufland bilježe tržišni udio u 2020. godini u iznosu 20 - 30 posto. Lidl je imao 102 prodajna mjesta, sva su velikog formata tipa supermarketi i bilježi jedno prodajno mjesto više u odnosu na prethodnu 2019. godinu. Kaufland je imao 40 prodajnih mjesta, sva su velikog formata tipa hipermarketi i supermarketi i također bilježi jedno prodajno mjesto više u odnosu na prethodnu 2019. godinu.

Nadalje, s obzirom na to kako unutar Fortenova grupe djelatnost trgovine obavlja više pravnih osoba, iako ostale članice nisu klasični trgovci na malo mješovitom robom kao Konzum plus, za potrebe ove analize fokus je bio na Konzum plus. Tržišni udio Konzuma u 2020. iznosi 20-30 posto. Prodajna mjesta su malog (male prodavaonice i samoposluge) i velikog formata (supermarketi i hipermarketi), a najviše ima prodajna mjesta tipa samoposluga.

Ranije je u Fortenova grupi bio i poduzetnik Velpro-centar plus d.o.o. koji je ostvarivao učinak isključivo na tržištu trgovine na veliko. Nakon što je pripojen Konzumu plus 8. veljače 2020. godine, Velpro-centar plus d.o.o. brisan je iz sudskog registra te je sva veleprodajna aktivnost unutar Fortenova grupe prebačena na Konzum plus d.o.o.

Narodni trgovački lanac – NTL (Narodni trgovački lanac d.o.o.) nastao je temeljem ugovornog udruživanja u smislu objedinjavanja nabave. NTL d.o.o. ima četiri članice, to su Bakmaz, Boso, Metss i Gavranović. U odnosu na prethodno razdoblje došlo je do promjene u članstvu NTL-a. Naime, Studenac d.o.o. je istupio iz članstva u NTL-u tako da od 29. prosinca 2020. više nema poslovni udio u Narodnom trgovačkom lancu d.o.o. Nadalje, treba napomenuti kako NTL ima i dvije podčlanice - povezana društva s poduzetnikom Metss i to posredno preko Čakovečkih mlinova d.d. To su trgovci Trgostil i Trgovina Krk.

NTL svoje usluge posredovanja, odnosno zastupanja pri ugovaranju nabave roba pruža svojim podčlanicama te od 2020. godine poduzetnicima - partnerima Dergez i Robin.

NTL bilježi pad prihoda u 2020. godini uz tržišni udio 5-10 posto. Izlaskom Studenca koji je bio najjača članica NTL-a promatrano kroz prihod u trgovini na malo mješovitom robom te posredno Sonik Trgovine kao članice, oslabljena je pozicija NTL grupacije promatrano kroz tržišni udio na nacionalnom tržištu. Naime, u prethodnoj 2019. godini bilježio je tržišni udio 10-20 posto. U promatranoj 2020. godini imao je više od 1.100 prodajnih mjesta, dok je više od 1.500 prodajnih mjesta imao u 2019. godini.

Ultragros grupacija je najbrojnija grupacija trgovaca na malo mješovitom robom po broju članica (25 članica na kraju 2020. godine) i po broju prodajnih mjesta, više od 1.500. Od 25 članica, njih šest nema vlasnički udio u temeljnom kapitalu matičnog društva Ultragros d.o.o. U odnosu na 2019. godinu ima jednu članice manje i riječ je o Trgonomu koji je brisan iz članstva Ultragros d.o.o. 14. kolovoza 2020. godine. Jedna od osnivača Ultragrosa, Mlin i pekare je od ožujka 2020. uzeo u zakup veći broj prodajnih mjesta Trgonoma. Ultragros grupacija bilježi blagi rast prihoda, no istovremeno i blagi pad tržišnog udjela koji iznosi 10-20 posto.

Analiza tržišta trgovine na malo mješovitom robom u RH u 2020. prema tipu prodajnog mjesta

Prihod u trgovini na malom mješovitom robom

Rezultati istraživanja pokazali su da je najveći nominalni rast prihoda u promatranoj 2020. godini u odnosu na prethodnu 2019. godinu u iznosu nešto manje od 227 milijuna kuna zabilježen u malim prodavaonicama. Za usporedbu, u prethodnoj 2019. godini u odnosu na 2018. rast je iznosio 65 milijuna kuna, što upućuje na zaključak o jače izraženom rastu prihoda u malim prodavaonicama. Isto je donekle očekivano i može ukazivati na određene promjene u navikama potrošača zbog globalne pandemije i epidemioloških mjera i orijentiranja potrošača na prodavaonice „u susjedstvu“.

Supermarketi kao tip prodajnog mjesta i nadalje su dominantni u strukturi prodaje prema kriteriju ostvarenog prihoda, kao i prema kriteriju neto prodajne površine. U promatranj 2020. godini u trgovini na malo mješovitom robom izrazito dominira kupovina u hipermarketima i supermarketima jer je više od dvije trećine, preciznije 71 posto ukupnog prihoda u trgovini na malo mješovitom robom, ostvareno prodajom u supermarketima – nešto manje od 49 posto i hipermarketima - 22 posto.

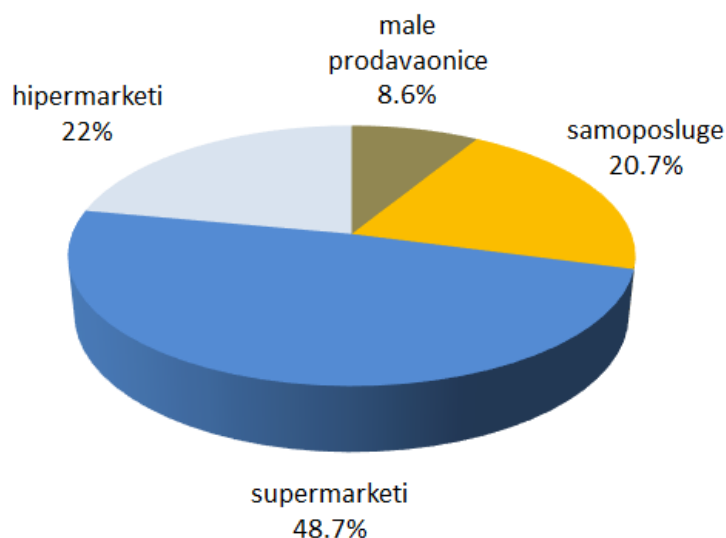
Za razliku od prošle godine kada se u 2019. u odnosu na 2018. godinu za sva četiri tipa prodajnog mjesta bilježio rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom, u promatranj 2020. godini bilježi se rast za dva tipa prodajnog mjesta u odnosu na prethodnu 2019. godinu i to u malim prodavaonicama za sedam posto te u hipermarketima za dva posto.

Bilježi se i blaga promjena u strukturi prihoda prema pojedinom tipu prodajnog mjesta u odnosu na prethodnu 2019. jer se kod malih prodavaonica bilježi rast udjela u ukupnoj strukturi s 8 posto u 2019. godini na 8,6 posto u 2020. godini, kao i kod hipermarketa u kojima se bilježi rast udjela u ukupnoj strukturi s 21,7 posto u 2019. na 22 posto u 2020. godini.

Smanjio se udio supermarketa s 49,3 posto u 2019. godini na 48,7 posto u promatranj 2020. godini u strukturi prihoda u trgovini na malo mješovitom robom te samoposluga s 21 posto u 2019. na 20,7 posto u promatranj 2020. godini.

Kod nekih trgovaca na malo zabilježeno je smanjivanje neto prodajne površine i prenamjena prodajnih mjesta (*revamping*), što je uz globalnu pandemiju, vrlo izvjesno imalo učinak na manje ostvareni prihod u trgovini na malo.

Slika 3. Struktura maloprodajnih mjesta na tržištu trgovine na malo u RH u 2020. s obzirom na ostvarene prihode



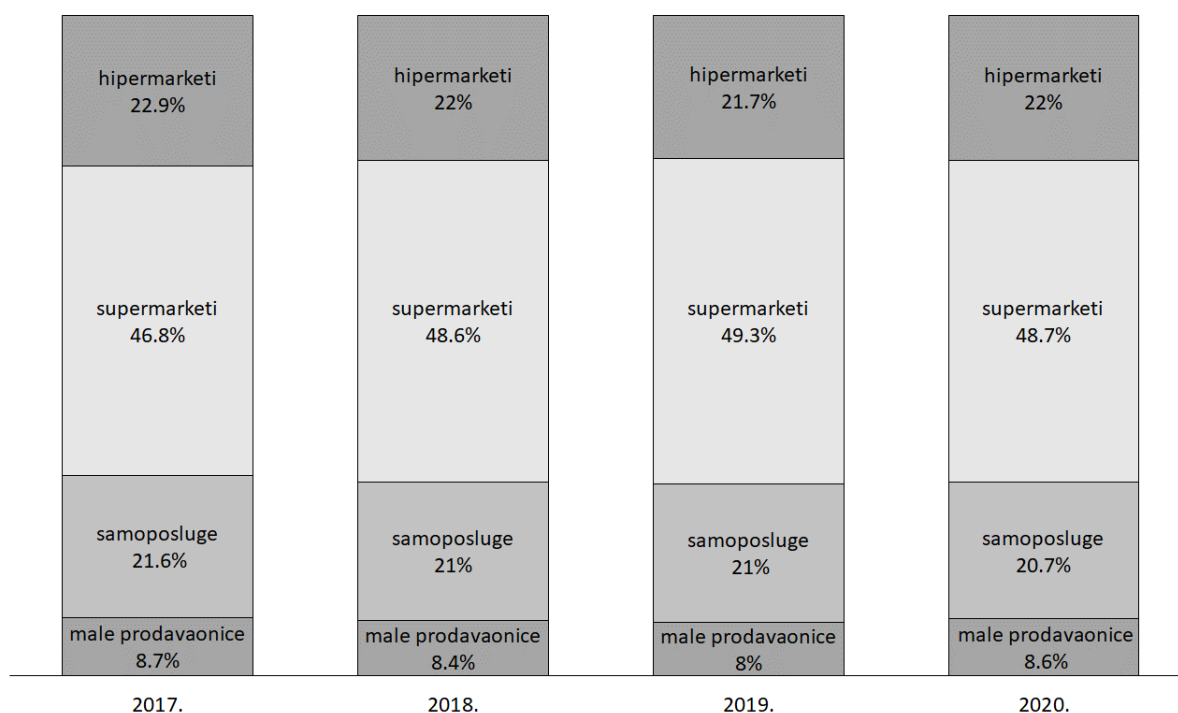
Izvor: dopisi poduzetnika - sudionika mjerodavnog tržišta; obrada: AZTN

Ako se promatra četverogodišnje vremensko razdoblje od 2017. do 2020. godine prema ostvarenim prihodima u trgovini na malo mješovitom robom, bilježi se relativno stabilna struktura mjerodavnog tržišta promatrano po pojedinom tipu prodajnog mjesta u razdoblju. U navedenom četverogodišnjem razdoblju bilježi se pad udjela hipermarketa s 22,9 posto u 2017. godini na 22 posto u promatranoj 2020. godini i manje oscilacije udjela malih prodavaonica i supermarketa kao prodajnih mjesta u kojima se bilježi prihod u trgovini na malo mješovitom robom.

Samoposluge bilježe relativno stabilan udio od 21,6 posto u 2017. godini do 20,7 posto u promatranoj 2020. godini. Također, udio malih prodavaonica se u promatranoj 2020. godini (8,6 posto) vratio se na otprilike istu vrijednost udjela kao u 2017. godini (8,7 posto). Slično se bilježi i kod supermarketa čiji se udio (48,7 posto) vratio na otprilike istu vrijednost iz 2018. godine (48,6 posto).

Slika 4. Struktura maloprodajnih mjesta na tržištu trgovine na malo u RH u razdoblju od 2017. do 2020.

s obzirom na ostvarene prihode



Izvor: dopisi poduzetnika - sudionika mjerodavnog tržišta; obrada: AZTN

Broj prodajnih mjesta

U promatranoj 2020. bilježi se ukupno 4.707 prodajnih mjesta, dok je u prethodnoj 2019. bilo 4.693 prodajnih mjesta. Promatrajući sve prodajne formate, u 2020. godini bilo je raspoloživo 14 prodajnih mjesta više u odnosu na 2019. Kao što je u uvodu napomenuto, jedan je novi poduzetnik u uzorku, Eurospin Hrvatska d.o.o. koji je u 2020. godini imao sedam prodajnih mjesta, sva tipa supermarketi. Ujedno se bilježi blago povećanje broja svih prodajnih mjesta u promatranoj 2020. godini za 0,3 posto u odnosu na 2019., dok se u prethodnoj 2019. godini bilježio jače izražen rast broja svih prodajnih mjesta od dva posto u odnosu na 2018.

Promatrano prema kriteriju broja prodajnih mjesta, u ukupnom broju prodajnih mjesta prema tipu u 2020. godini najviše je, kao i prethodne 2019. bilo samoposluga (2.045 prodajnih mjesta, odnosno nešto više od 43 posto), zatim slijede male prodavaonice (1.815 prodajnih mjesta, odnosno nešto manje od 39 posto), supermarketi (706 prodajnih mjesta, odnosno 15 posto) te hipermarketi (141 prodajno mjesto, odnosno 3 posto).

Radi usporedbe, u prethodnoj 2019. godini bilježilo se ukupno 1.994 samoposluga, 1.784 malih prodavaonica, 770 supermarketata te 145 hipermarketata.

Broj malih prodavaonica i samoposluga je povećan, odnosno bilježi se 31 mala prodavaonica više te 51 samoposluga više. Supermarketata i hipermarketata je manje nego u 2019. godini i to 64 supermarketata te četiri hipermarketata.

Neto prodajna površina

Ukupna neto prodajna površina u svim prodajnim mjestima anketiranih poduzetnika u 2020. godini iznosila je 1,44 milijuna četvornih metara. Promatrajući sve prodajne formate, smanjenje ukupne neto prodajne površine u promatranoj 2020. godini iznosi jedan posto u usporedbi s prethodnom 2019., odnosno bilo je manje raspoloživo 14.500 četvornih metara neto prodajne površine. Ujedno se bilježi suprotan trend jer se u 2019. godini bilježio rast ukupne neto prodajne površine za 36.600 četvornih metara u odnosu na 2018. godinu.

U promatranoj 2020. godini najveći udio u strukturi ukupne raspoložive neto prodajne površine imaju i nadalje supermarketi koji čine nešto manje od 47 posto od ukupne neto prodajne površine. Slijede hipermarketi s udjelom nešto više od 23 posto. Oba navedena tipa su prodajna mjesta velikog formata te je stoga i neto prodajna površina u istima najveća. Zatim slijede samoposluge s udjelom od 22 posto. Najmanje od ukupne neto prodajne površine otpada na male prodavaonice i to nešto manje od osam posto.

Najviše povećanje prodajne površine bilježi se u malim prodavaonicama u kojima se bilježi rast prodajne površine od nešto manje od 2.900 četvornih metara, što predstavlja rast od tri posto.

Samoposluge također bilježe blagi rast prodajne površine u 2020. godini u odnosu na 2019. od jedan posto i bilo je raspoloživo nešto manje od 2.300 četvornih metara više u samoposlugama. Kako su male prodavaonice i samoposluge prodajna mjesta malog formata, nominalni rast raspoloživog neto prodajnog prostora iskazan u četvornim metrima je relativno mali.

S druge strane, veliki formati prodajnih mjesta tipa hipermarketi bilježe jače izražen pad u postotnom iznosu od pet posto, odnosno u nominalnom iznosu bilježe smanjenje prodajne površine u iznosu od 18.200 četvornih metara, dok supermarketi bilježe blagi pad neto prodajne površine od 0,2 posto (bilo je raspoloživo 1.500 četvornih metara manje u supermarketima), odnosno bilježe stagnaciju.

Značaj online prodaje i programi vjernosti trgovaca na malo

Dodatno je istraživanje za 2020. godinu prošireno u odnosu na dva nova područja od interesa AZTN-a, online prodaja i program vjernosti koje pojedini trgovci na malo imaju.

Prema rezultatima istraživanja, online prodaja mješovite robe još uvijek nije značajna u ukupnoj strukturi prihoda u trgovini na malo mješovitom robom promatrano po pojedinom trgovcu na malo. U strukturi prihoda u trgovini na malo mješovitom robom najveći iznos online prodaje u

2020. godini bilježi Konzum plus uz napomenu da je samo šest trgovaca na malo dostavilo iznos online prodaje kroz vlastitu internetsku platformu. U odnosu na 2019. godinu, u 2020. godini bilježi se značajan rast prihoda kroz online prodaje putem internetske platforme najjačeg trgovca na malo Konzuma plus.

Program vjernosti (lojalnosti) imalo je 14 od 54 anketiranih poduzetnika - trgovaca na malo. Najveći broj članova u pojedinom programu vjernosti u 2020. godini bilježi Konzum plus, zatim slijedi Kaufland.

Vlasničke i ostale promjene u 2020. godini

U protekloj 2020. godini bilježi se jedno preuzimanje na mjerodavnom tržištu. Naime, u prvom polugodištu 2020. godine realizirano je preuzimanje poduzetnika Sloga Podravska trgovina d.o.o. od strane Lonie d.d. Oba poduzetnika su otprije uvrštena u uzorak AZTN-a. Ovim preuzimanjem Lonie je preuzela i 71 prodajno mjesto Sloge. Sloga i nadalje posluje kao samostalni poslovni subjekt. Time je za Loniu, osim širenja maloprodajne mreže i na Koprivničko-križevačku županiju, omogućeno dodatno širenje na mlinarsku i pekarsku djelatnost jer Lonie otprije posjeduje dva pekarska pogona u Kutini i Bjelovaru, preko povezanog poduzetnika Spuga-K d.o.o., Kutina, dok je Sloga povezana s Podravskim mlinom d.o.o.

U promatranoj 2020. godini bilježe se uzimanja u zakup manjeg broja prodajnih mjesta, ali od malih trgovaca obrtnika ili malih lokalnih trgovaca. U ožujku 2020. godine 29 prodajnih mjesta Trgonoma u zakup uzeo Mlin i pekare d.o.o. Trenutno Mlin i pekare u zakupu ima 23 prodajna mjesta od Trgonoma.

Jedna namjera provedbe koncentracije poduzetnika odnosno preuzimanja nije realizirana te je AZTN Rješenjem od 7. svibnja 2020. godine odbacio prijavu namjere provedbe koncentracije poduzetnika Studenac i Pemo jer nisu postojali uvjeti za pokretanje postupka ocjene dopuštenosti koncentracije poduzetnika zbog odustanka stranke od prethodne prijave namjere provedbe koncentracije u smislu članka 19. stavka 4. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja.