

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Prikaz tržišta trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo u Republici Hrvatskoj u 2017.

Uvod

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja provela je istraživanje tržišta distributivne trgovine mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo u Republici Hrvatskoj u 2017.

Istraživanje je provedeno na uzorku od 48 poduzetnika, koji po ostvarenim prihodima predstavljaju najznačajnije poduzetnike koji djeluju na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom. U uzorku je četiri poduzetnika manje u odnosu na prethodnu 2016., a to su Billa d.o.o. i Kvarner Trgovine Punat d.o.o. koji su preuzeti od Spara Hrvatska d.o.o. (Billa), odnosno Trgovine Krk d.d. (Kvarner Trgovine Punat), dok B-TeX d.o.o. i Puljanka d.d. u stečaju nisu obavljali djelatnost maloprodaje mješovitom robom u 2017. U uzorak je dodan jedan poduzetnik - Lorenzo d.o.o. iz Paga, koji je od 1. srpnja 2017. postao članicom Ultragros grupacije

Istraživanjem nisu obuhvaćeni trgovci koji tu djelatnost obavljaju temeljem Zakona o obrtu, niti prodajna mjesta čija primarna djelatnost nije prodaja prehrambenih proizvoda, primjerice, benzinske postaje ili drogerije te prodajna mjesta koja su specijalizirana za prodaju pojedine grupe prehrambenih proizvoda (pekarnice, mesnice itd.).

Poduzetnici obuhvaćeni istraživanjem u 2017. godini ostvarili su prihod od 35 milijardi kuna, što znači da je tržište trgovine na malo obilježilo trend rasta u odnosu na godinu ranije i to od 3,2 posto. Rast prihoda imao je 39 poduzetnik, dok ih je samo 8 zabilježilo pad.

Preuzimanje prodajnih mjesta od strane konkurenata

Djelatnost trgovine na malo u 2017. je obilježilo jedno značajnije preuzimanje izravnog konkurenta na tržištu trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo i to Bille od strane Spara. Navedenim preuzimanjem Spar Hrvatska je preuzeo od Bille (članica Rewe Grupe) 62 prodajna mjesta, uključujući i logistički centar u Svetoj Heleni. Zanimljivo je da Spar nije zadržao sva prodajna mjesta Bille, već je određeni broj prodao drugim konkurentima. Najveća dinamika na tržištu očitovala se u preuzimanjima na regionalnim razinama i to uglavnom manjih

lokalnih trgovaca. Tako u promatranj 2017. značajnu okolnost predstavlja preuzimanje Kvarner Punat Trgovine d.o.o. od strane lokalnog trgovca na malo Trgovina Krk i to početkom travnja 2017. Riječ je o ukupno 28 prodajnih mjesta (sva u Primorsko-goranskoj županiji).

Također, Lonia d.d., Kutina je preuzela 13 prodajnih mjesta od malog lokalnog trgovca Vidović-Trgopromet d.o.o., Sesvete i to u Zagrebačkoj županiji i Gradu Zagrebu, dok je sisački Mlin i pekare preuzeo 53 prodajnih mjesta od Metalija-Trans d.o.o., Požega. Bilježe se i manja preuzimanja određenog većeg ili manjeg broja prodavaonica manjih trgovaca koja su utvrđena u predmetnom istraživanju za 2017. Tri prodajna mjesta Puljanke d.d. u stečaju preuzeo je lokalni istarski trgovac La-vor Trade, dok je Gavranović d.o.o. preuzeo od Dinove-Dione d.o.o. jedno prodajno mjesto u Zagrebu. Studenac je u 2017. preuzeo veći broj prodajnih mjesta od drugih manjih trgovaca, primjerice osam prodajnih mjesta od poduzetnika Pekanović d.o.o. te jedno od Jyska u Gospiću, čime po prvi puta ima prodajno mjesto u Ličko senjskoj županiji.

Usporedbom podataka o broju prodajnih mjesta za 2017. s onim za 2016., utvrđeno je da je određeni broj prodajnih mjesta Konzuma zatvoren u 2017. Ista prodajna mjesta su preuzeli direktni konkurenti, primjerice Istarski supermarketi d.o.o. preuzeo je određeni broj prodajnih mjesta u kojima je ranije djelatnost maloprodaje obavljao Konzum d.d., a stvarni vlasnik-najmodavac je bila jedna druga pravna osoba.

Upravo zbog tih promjena neki su lokalni i regionalni trgovci (primjerice Trgovina Krk, Ribola, Istarski supermarketi) imali nominalni rast prihoda zamjetno veći nego što je zabilježio jedan od trgovaca iz „Top 10 trgovaca“ (K.T.C.). **Time je nastavljen pozitivan trend iz prethodnog razdoblja prema kojem manji trgovci pokazuju „žilavost“ te uspijevaju bilježiti rast u konkurentskom okružju.**

To proizlazi iz pokazatelja trenda koncentriranosti tržišta. Za razliku od prošlogodišnjeg istraživanja za 2016., kada je prvi put nakon sedam godina zabilježen blagi pad pokazatelja koncentriranosti tržišta temeljem ostvarenih tržišnih udjela prvih deset trgovaca na malo, u promatranj 2017. bilježi se nepromijenjeni pokazatelj koncentriranosti tržišta, koji iznosi 82,2 posto, koliko je iznosio i u prethodnoj 2016.

Ako se pak promatra prvih pet trgovaca na malo, rezultati istraživanja pokazuju kako pokazatelj koncentriranosti bilježi rast i to s 65,1 u prethodnoj 2016. na 66,2 u promatranj 2017. Konkretno, prvih pet poduzetnika drži nešto manje od dvije trećine, a prvih deset poduzetnika nešto više od četiri petine ukupnog tržišta.

10 najvećih

U 2017. prvih deset trgovaca na malo (Konzum, Lidl, Plodine, Kaufland, Spar, Tommy, Studenac, KTC, NTL, Lonia) imalo je zbirni prihod od 28,8 milijardi kuna, što u odnosu na 2016. nominalno predstavlja rast od 900 milijuna kuna odnosno 3,2 posto.

Poredak najvećih trgovaca je u 2017. godini je drugačiji nego godinu ranije. Spar je prestigao Tommyja na 5. poziciji. Također, Billa koju je preuzeo Spar nije ostvarila prihode maloprodaje u 2017. i posljedično više nije među deset najvećih trgovaca na malo, već je na desetoj poziciji Lonia. S obzirom na rezultate poslovanja, došlo je do promjena u visini tržišnih udjela pa je, primjerice Konzum smanjio tržišni udio, dok su ostali poduzetnici poput Lidla, Kauflanda, Plodina, Tommyja i Studenca povećali tržišni udio. Osim toga, prva četiri poduzetnika (Konzum, Lidl, Plodine, Kaufland) bilježe dvoznamenkasti tržišni udjel veći od 10 posto, za razliku od prethodne 2016. kada su samo prva dva (Konzum, Lidl) bilježila tržišni udjel veći od 10 posto.

Struktura mjerodavnog tržišta trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo u Republici Hrvatskoj u 2017. – prvih 10 poduzetnika

Poduzetnik	Tržišni udio u 2017. (u %)
1. Konzum	20 - 30
2. Lidl	10 - 20
2. Plodine	10 - 20
4. Kaufland	10 - 20
5. Spar	5 - 10
6. Tommy	5 - 10
7. Studenac	< 5
8. K.T.C.	< 5
9. NTL	< 5
10. Lonia	< 5
Prvih 10 trgovaca:	preko 80
Zbirno 38 trgovaca:	manje od 20

Izvor: podaci pribavljeni od sudionika mjerodavnog tržišta; obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

U Gradu Zagrebu i šest županija ostvareno dvije trećine ukupnog prihoda

Kao i godinu ranije, najveći su prihodi iz maloprodaje u 2017. godini ostvareni u Gradu Zagrebu, ukupno 18 posto, no bilježi se blagi pad udjela Grada Zagreba u ukupnom pokazatelju za Republiku Hrvatsku (svih 20 županija i Grad Zagreb). Visoke udjele u maloprodaji imaju još Splitsko-dalmatinska (13,6 posto) Primorsko-goranska (9,2 posto), Istarska (7,3 posto), Zadarska (6,7 posto; ujedno prestigla Zagrebačku županiju), Zagrebačka (6,3 posto), i Osječko-baranjska županija (4,8 posto).

Drugim riječima, u Gradu Zagrebu i navedenih šest županija ostvareno je dvije trećine od ukupnog prihoda u maloprodaji u Hrvatskoj u 2017., dok je u preostalih 14 županija ostvarena tek jedna trećina ukupnog prometa, istovjetno situaciji u prethodnoj 2016.

U Gradu Zagrebu, najvažnijem maloprodajnom tržištu u Hrvatskoj, ukupno ostvareni prihod kretao se na razini nešto manje od 6,4 milijardi kuna, ali je zabilježen blagi pad prihoda u odnosu na 2016. I dalje prvu poziciju drži Konzum, sa smanjenim prihodom i tržišnim udjelom, slijede Spar i Kaufland, koji imaju rast oba pokazatelja u odnosu na 2016.

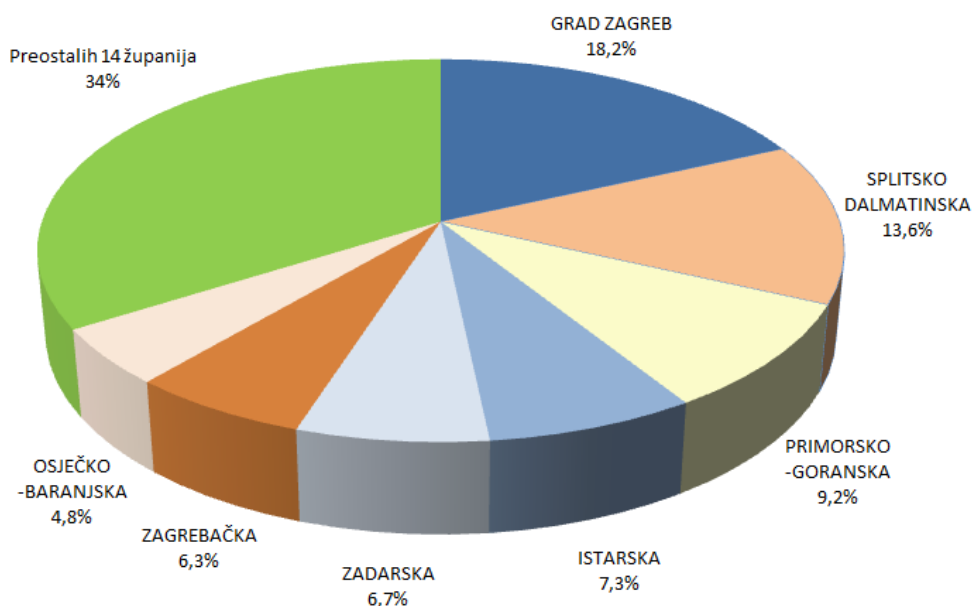
Nakon Zagreba, gradovi Rijeka, Split i Osijek su tri najznačajnija tržišta za maloprodaju u Hrvatskoj.

U Splitu su prva tri trgovca zadržala pozicije. Tommy je zadržao prvu poziciju i povećao tržišni udjel. Konzum kao drugi trgovac bilježi negativan trend, odnosno smanjenje prihoda iz maloprodaje i tržišnog udjela, a Spar kao treći i Lidl kao četvrti bilježe rast prihoda iz maloprodaje i tržišnog udjela.

Plodine, kao lider u Gradu Rijeci ojačale su poziciju i povećale tržišni udjel. Nadalje, Lidl je prestigao Konzum na 2. poziciji i bilježi rast prihoda iz maloprodaje i tržišnog udjela, za razliku od Konzuma koji je treći po snazi i bilježi negativan trend za oba pokazatelja. Za razliku od Splita i Osijeka, u Rijeci je zabilježen blagi pad prihoda od maloprodaje.

U Osijeku, Konzum je ostao i nadalje najveći trgovac na malo iako bilježi negativan trend, odnosno smanjenje prihoda iz maloprodaje i pad tržišnog udjela. Spar je napravio najveći pomak i s pete pozicije u 2016. došao na drugu poziciju u promatranj 2017. iz razloga preuzimanja dva prodajna mjesta Bille. Treći je Kaufland.

Grafički prikaz strukture ukupno ostvarenog prihoda svih trgovaca na malo u 2017. po pojedinim županijama i Gradu Zagrebu



Izvor: podaci pribavljeni od sudionika mjerodavnog tržišta; obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Povećanje broja maloprodajnih mjesta, najviše novih samoposluga

U odnosu na godinu ranije povećao se broj maloprodajnih mjesta za 2 posto (109 prodajnih mjesta više). Za razliku od 2016., kada je bilo najviše novih malih prodavaonica, u 2017. najviše je bilo novih samoposluga (185), zatim slijede tri supermarketa i dva hipermarketa. Male prodavaonice, kao i kod prihoda, bilježe negativan trend te ih je ukupno 81 manje u odnosu na godinu prije.

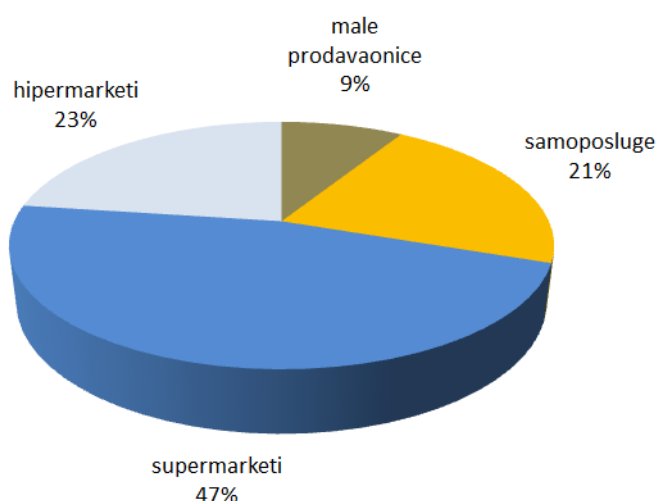
Što se tiče ukupne neto prodajne površine, u 2017. se bilježi povećanje sva četiri promatrana tipa prodajnog mjesta za 1,2 posto, u usporedbi s prethodnom 2016., odnosno za nešto manje od 17.000 kvadratnih metara. Najviše je rasla neto prodajna površina samoposluga (5 posto). Najveći udio u strukturi ukupne neto prodajne površine imaju i nadalje supermarketi (45 posto od ukupne neto prodajne površine), slijede hipermarketi (25 posto) te samoposluge (22 posto), dok najmanji dio otpada na male prodavaonice (8 posto). Udio pojedinog tipa prodajnog mjesta u ukupnoj neto prodajnoj površini svih prodajnih mjesta promijenjen je u odnosu na prethodnu 2016., uz rast udjela samoposluga. Naime, u

2017. udio neto prodajne površine svih samoposluga u ukupnoj neto prodajnoj površini svih prodajnih mjesta iznosio je 22 posto, dok je u prethodnoj 2016. iznosio 21 posto.

I nadalje izrazito dominira kupovina u prodajnim mjestima velikog formata u kojima je ostvareno 70 posto **ukupnog prihoda**. Tako je prodajom u supermarketima ostvareno 47 posto, a u hipermarketima 23 posto od ukupne prodaje. Uz manje oscilacije, riječ je o nastavku višegodišnjeg trenda. Međutim, za razliku od 2016., bilježi se negativan trend smanjenja prihoda u malim prodavaonicama, no opreza radi treba istaknuti da smanjenje pokazatelja prihoda za male prodavaonice može biti povezano s činjenicom kako je Konzum zatvorio više prodajnih mjesta tog tipa, odnosno da je izašao iz najma tijekom 2017., a razumno je za pretpostaviti da su ista prodajna mjesta bila određeni broj mjeseci zatvorena, sve do trenutka kad je ista prodajna mjesta u najam uzeo drugi trgovac na malo i počeo poslovati, odnosno ostvarivati prihod maloprodaje.

S druge strane, neki su poduzetnici prenamijenili prodajna mjesta, odnosno povećavali (primjerice Lidl) ili smanjivali prodajnu površinu (Lonia i jedno prodajno mjesto Kaufland) pa tako dolazi do promjene tipa prodajnog mjesta, a prema kojoj se određuje tip prodajnog mjesta. Prihodi su rasli u tri tipa prodajnog mjesta (od promatranih četiri), a najviše, 7 posto, u samoposlugama, kojih je (prvi put) i najviše u ukupnom broju prodajnih mjesta. Supermarketi bilježe rast prihoda od 4 posto, a hipermarketi od 1 posto u odnosu na prethodnu 2016.

Struktura maloprodajnih mjesta na tržištu trgovine na malo u Republici Hrvatskoj u 2017. s obzirom na prihode koji su u istima ostvareni



Izvor: podaci pribavljeni od sudionika mjerodavnog tržišta; obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Za razliku od 2016. kada je trend porasta prometa bio u prodavaonicama “u susjedstvu” (do 100 četvornih metara bez upotrebe potrošačkih košarica – male prodavaonice), u 2017. uočljiv je pad prihoda upravo u malim prodavaonicama, kao i pad neto prodajne površine i broja raspoloživih prodajnih mjesta.

Pokazatelji o jačanju rasta prihoda od maloprodaje ostvarenih u 2017., uzimajući istovremeno u obzir određeni rast parametara poput broja prodajnih mjesta i broja prodajnih kvadrata, ukazuju na jačanje tržišnog natjecanja te posredno na pad cijena u maloprodaji za krajnje potrošače.