

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Prosinac 2023.

## **Prikaz stanja na tržištu trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo u Republici Hrvatskoj u 2022. godini**

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (AZTN) provela je istraživanje tržišta trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo (dalje u tekstu: trgovina na malo mješovitom robom) u Republici Hrvatskoj u 2022. godini.

U predmetnom istraživanju trgovine na malo mješovitom robom za 2022. godinu uzorak su činili poduzetnici, njih 45, koji prema ostvarenim prihodima, predstavljaju najznačajnije poduzetnike koji djeluju na tržištu trgovine na malo mješovitom robom.

Tri su trgovca manje u uzorku za 2022. u odnosu na prethodno istraživanje koje se odnosilo na 2021. godinu, a riječ je o trgovcima Pemo, Lonia Trgovina i Trgostil. Pemo i Lonia trgovina su integrirani u sustav Studenca (Studenac Market) te brisani iz sudskog registra u ožujku 2023. (Pemo) odnosno u svibnju 2023. godine (Lonia Trgovina). Poduzetnik Trgostil je s danom 21. rujna 2022. pripojen poduzetniku Trgovina Krk te je 10. studenoga 2022. godine brisan iz sudskog registra. Trgovina Krk je preuzeila sve obvezne i prava koje je imao Trgostil, a riječ je o transakciji unutar Grupe Čakovečki mlinovi.

### **Opći pokazatelji stanja na tržištu trgovine na malo mješovitom robom**

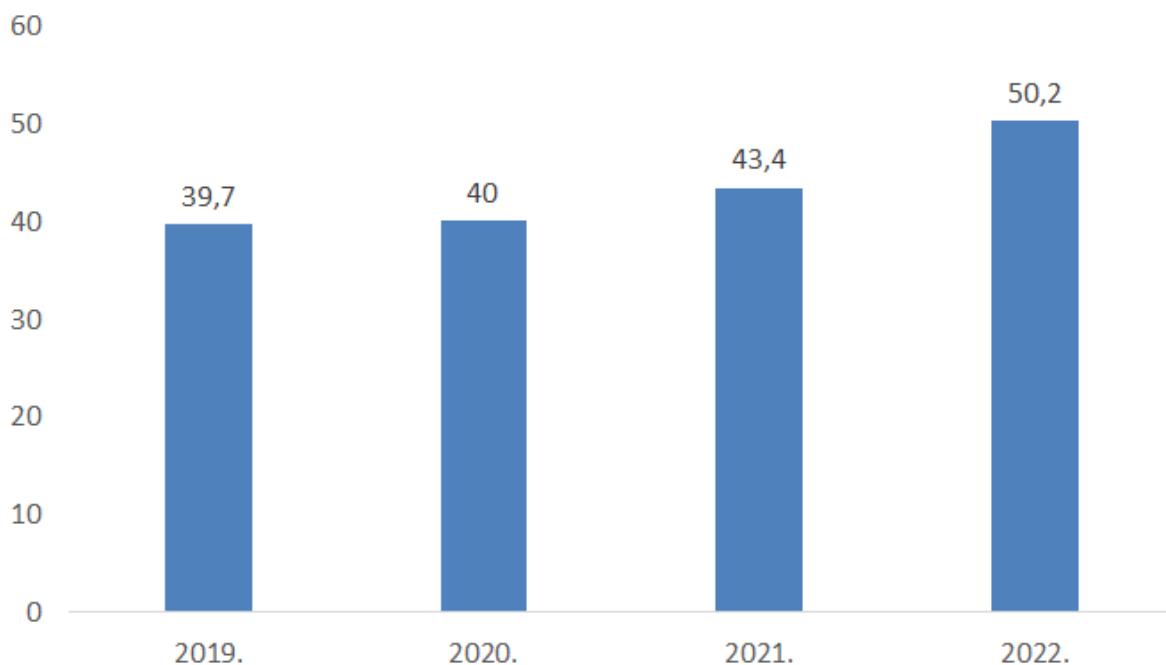
Prihodi iz trgovine na malo mješovitom robom u RH svih trgovaca iz uzorka AZTN-a u promatranoj 2022. godini iznosili su 50,2 milijardi kuna. U 2022. bilježi se nominalan rast prihoda u iznosu od 6,8 milijardi kuna u odnosu na prethodnu 2021. godinu, u kojoj su iznosili 43,4 milijarde kuna. Iz navedenih pokazatelja zaključuje se o rastu tržišta trgovine na malo mješovitom robom u 2022. godini u iznosu od 15,7 posto.

Prvi put se bilježi zbirni prihod trgovaca na malo iz uzorka u iznosu većem od 50 milijardi kuna, na što je izvjesno učinak imala i činjenica inflatornih kretanja općenito te naročito u dijelu koji se odnosi na komponentu hrane i bezalkoholnih pića iz harmoniziranog indeksa potrošačkih cijena, a što je u izještajnoj 2022. godini utjecalo i na stanje na predmetnom tržištu.

Na slici 1. grafički se prikazuju prihodi iz trgovine na malo mješovitom robom u RH svih trgovaca iz uzorka AZTN-a u razdoblju od 2019. do 2022. godine.

Slika 1. Grafički prikaz prihoda iz trgovine na malo mješovitom robom u razdoblju od 2019. do 2022. godine

u milijardama HRK



Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za pojedine izvještajne godine u razdoblju 2019.-2022.

U 2022. godini zbirno se bilježi 4.996 prodajnih mjesta svih trgovaca iz uzorka AZTN-a te rast ukupnog broja svih prodajnih mjesta za 171 prodajno mjesto u odnosu na prethodnu 2021. godinu, što predstavlja rast od 3,5 posto.

Ukupna neto prodajna površina svih prodajnih mjesta anketiranih poduzetnika u 2022. godini iznosila je nešto manje od 1,54 milijuna kvadratnih metara te se bilježi rast neto prodajne površine u iznosu od 31.700 kvadratnih metara u odnosu na prethodnu 2021. godinu, što predstavlja rast od 2,1 posto.

Najveći trgovac na malo mješovitom robom u 2022. godini je Konzum plus. Njegov tržišni udio u promatranoj 2022. iznosio je [20-30] posto i bilježi neznatan pad tržišnog udjela u odnosu na 2021., usprkos dvoznamenkastom rastu prihoda od djelatnosti trgovine na malo mješovitom robom. U 2022. godini bilježi 628 prodajnih mjesta, osam prodajnih mjesta više u odnosu na 2021. godinu.

Ovdje se naglašava kako se gore navedeni podatak o tržišnom udjelu Konzuma plus, 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. Također, treba naglasiti kako su iznosi prihoda u ovom dokumentu izraženi u hrvatskim kunama s obzirom na to kako je riječ o istraživanju za 2022. godinu te su tako traženi i dostavljeni podaci AZTN-u od samih poduzetnika.

Nadalje, bilježi se nastavak trenda rasta prihoda u trgovini na malo mješovitom robom članica Schwarz Grupe. Lidl u 2022. godini bilježi dvoznamenkasti rast prihoda prema relativnim pokazateljima. Tržišni udio Lidla u promatranoj 2021. iznosio je [10-20] posto. Druga članica

Schwarz grupe, Kaufland, također bilježi rast prihoda i tržišni udio u promatranoj 2022. u iznosu [5-10] posto. Zbirno, obje članice Schwarz grupe u 2022. bilježe tržišni udio [20-30] posto.

Pozitivan trend rasta prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u promatranoj 2022. godini bilježi 39 poduzetnika. Za usporedbu, u prethodnoj 2021. ukupno 38 poduzetnika bilježilo je rast prihoda trgovine na malo mješovitom robom u odnosu na 2020. godinu.

Najveći nominalni rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u 2022. godini bilježi Studenac, zatim Lidl, Konzum plus (sva tri bilježe rast u iznosu višem od jedne milijarde kuna). Slijede Plodine, Spar i Kaufland (nominalni rast iznosi između 500 milijuna kuna i jedne milijarde kuna).

Značajan rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom Studenca u 2022. godini primarno je rezultat pripajanja prije svega Lonia Trgovine i Pema, kao i Duravita i Korduna, manjih lokalnih trgovaca na malo. Studenac je u 2022. godini po broju prodajnih mjesta i dalje na prvom mjestu (1.200 prodajnih mjesta), no ista su pretežno manjih formata tipa male prodavaonice i samoposluge.

U promatranoj 2022. godini rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom bilježe i regionalni trgovci i to Ribola, Boso, KTC, Mlin i pekare i NTL koji bilježe rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u iznosu od 50 do 100 milijuna kuna, kao i neki manji lokalni trgovci, primjerice La-vor Trade i Djelo, Trgocentar, Zabok, Bakmaz, Slavonija-Bošković i Robin (svi rasli u iznosima od 20 do 40 milijuna kuna).

U 2022. bilježi se značajan rast tržišnog udjela Eurospina na nacionalnoj razini i pomak sa 17. na 13. poziciju.

## „Top 10“ trgovaca u Republici Hrvatskoj

Deset najvećih trgovaca na malo mješovitom robom u 2022. godini u Republici Hrvatskoj, promatrani prema ostvarenom prihodu iz te djelatnosti, prikazani su u tablici 1.

Tablica 1. „Top 10“ trgovaca u Republici Hrvatskoj u 2022. godini

	Poduzetnik	Tržišni udio u 2022.
1.	Konzum plus	[20 – 30] %
2.	Lidl	[10 – 20] %
3.	Plodine	[10 – 20] %
4.	Spar	[5 – 10] %
5.	Kaufland	[5 – 10] %
6.	Studenac	[5 – 10] %
7.	Tommy	[5 – 10] %
8.	KTC	[0-5] %
9.	Trgovina Krk	[0-5] %
10.	NTL	[0-5] %
	Prvih 10 trgovaca:	86,4 %
	Ostalih 35 trgovaca:	13,6 %

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

Iz podataka prikazanih u tablici 1. proizlazi kako „Top 10“ trgovaca u promatranoj 2022. izgleda ovako - Konzum plus, Lidl, Plodine, Spar, Kaufland, Studenac, Tommy, KTC, Trgovina Krk, NTL.

Promjenu u 2022. godini u odnosu na 2021. predstavlja činjenica da je Trgovina Krk prvi put pozicionirana u „Top 10“ trgovaca na malo po ostvarenom prihodu od trgovine na malo mješovitom robom i nalazi se na devetoj poziciji. Također, Spar bilježi pomak u poretku i nalazi se na četvrtoj poziciji u 2022., a Studenac bilježi pomak na šestu poziciju.

Najveći porast tržišnog udjela unutar prvih deset trgovaca na malo mješovitom robom u 2022. godini u odnosu na prethodnu 2021. bilježi Studenac, zatim slijede Lidl i Trgovina Krk. Bilježi se rast regionalnog trgovca Trgovina Krk primarno kao posljedica pribrajanja prihoda povezanog poduzetnika Trgostil (Grupa Čakovečki mlinovi).

## Smanjenje asimetrije i blagi rast koncentriranosti tržišta

Na mjerodavnom tržištu trgovine na malo u 2022. godini bilježi se daljnje smanjenje asimetrije, odnosno razlike između lidera na tržištu Konzuma plus i drugog trgovca na malo Lidl-a, promatrano kroz ostvareni tržišni udio.

U tablici 2. prikazuju se pokazatelji koncentriranosti Herfindahl-Hirschmanov indeks (HH indeks - HHI), CR<sub>5</sub> i CR<sub>10</sub> u razdoblju od 2006. do 2022. godine.

Tablica 2. Pokazatelji koncentriranosti HHI, CR<sub>5</sub> i CR<sub>10</sub> u razdoblju od 2006. do 2022. godine

Godina	HH indeks	CR <sub>5</sub>	CR <sub>10</sub>
2006.	994	53,4	70,9
2007.	984	51,3	70,6
2008.	1.041	52,4	71,1
2009.	1.098	53,9	73,1
2010.	1.152	58,3	77,3
2011.	1.165	59,7	77,9
2012.	1.152	59,3	79
2013.	1.160	60,3	80,4
2014.	1.205	63	81
2015.	1.256	65,3	82,4
2016.	1.221	65,1	82,1
2017.	1.388	66,2	82,2
2018.	1.352	66	81,8
2019.	1.380	66	82,7
2020.	1.371	66,1	83,4
2021.	1.366	66,2	83,5
2022.	1.405	66,2	86,4

Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za pojedine izvještajne godine u razdoblju 2006. - 2022.

U 2022. bilježi se određena promjena koncentriranosti tržišta temeljem pokazatelja koncentriranosti CR<sub>10</sub>, odnosno ostvarenih udjela prvih deset trgovaca na malo mješovitom robom, koji u promatranoj 2022. godini iznosi 86,4 dok je u prethodnoj 2021. godini iznosila 83,5. Rast pokazatelja CR<sub>10</sub> je primarno iz razloga rasta tržišnog udjela Studenca i Trgovine Krk. Tako promatrano, na prvih deset trgovaca odnosi se više od četiri petine tržišta maloprodaje mješovitom robom.

Ako se promatra prvih pet trgovaca na malo, rezultati istraživanja pokazuju kako pokazatelj koncentriranosti CR<sub>5</sub> u 2022. godini iznosi 66,2, isto kao u prethodnoj 2021. godini. Odnosno, ne bilježi se promjena već se unutar 5 najvećih trgovaca (Konzum, Lidl, Plodine, Spar, Kaufland) bilježe drukčije vrijednosti tržišnih udjela odnosno drukčija „raspodjela“ tržišnih udjela u 2022. u odnosu na 2021. godinu. Iz tog pokazatelja proizlazi kako se na prvih pet trgovaca odnosi dvije trećine tržišta maloprodaje mješovitom robom u RH.

Usporedbe radi, prema javno dostupnim podacima austrijskog tijela nadležnog za tržišno natjecanje (BWB), na austrijskom maloprodajnom tržištu prva četiri najveća trgovca na malo mješovitom robom u 2022. godini (Spar, Rewe, Hofer, Lidl) zbirno bilježe tržišni udio u iznosu od 91 posto, odnosno pokazatelj koncentriranosti CR<sub>4</sub> iznosi 91. Drugim riječima, manji broj trgovaca, njih četiri, u Austriji bilježi veći zajednički tržišni udio nego pet najvećih trgovaca u RH. Navedeno upućuje na zaključak kako je koncentriranost maloprodajnog tržišta u RH niža u odnosu na ovdje navedeno austrijsko maloprodajno tržište za koje postoje dostupni podaci.

Ako se promatra pokazatelj Herfindahl-Hirschmanov indeks (HH indeks – HHI), rezultati istraživanja pokazuju kako isti za 2022. iznosi 1.405, iz čega se može zaključiti kako je tržište trgovine na malo mješovitom robom na razini RH slabo koncentrirano. Drugim riječima, zaključuje se i nadalje o konkurentnoj strukturi tržišta trgovine na malo mješovitom robom u RH.

Na slici 2. grafički se prikazuje HH indeks u razdoblju od 2006. do 2022. godine.

Slika 2. Grafički prikaz HH indeksa u razdoblju od 2006. do 2022. godine

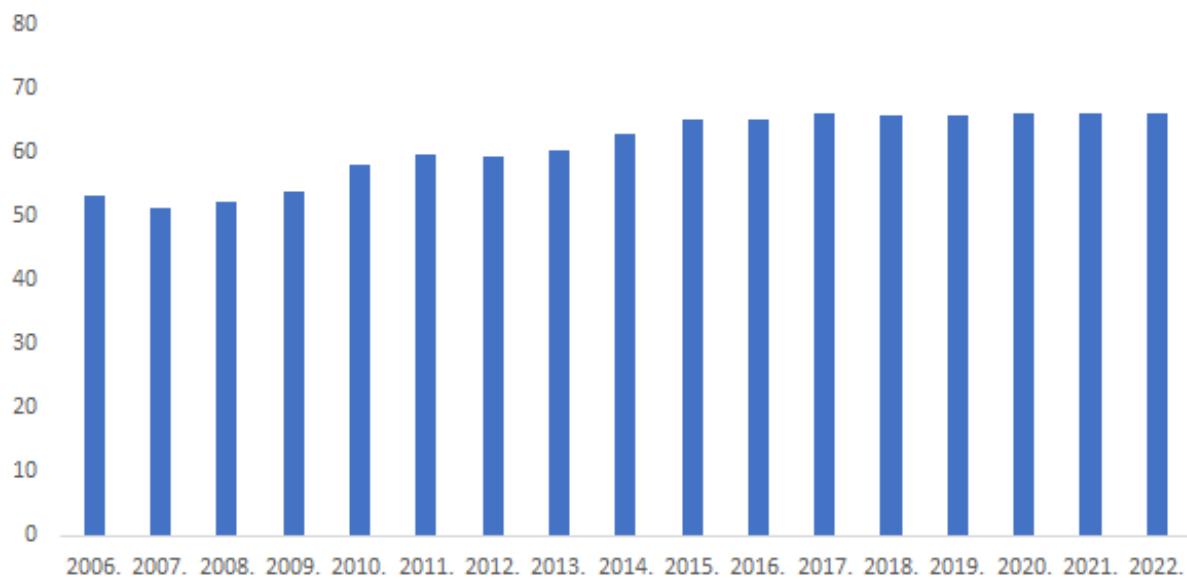


Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za pojedine izvještajne godine u razdoblju 2006. - 2022.

Iz grafičkog prikaza na slici 2. proizlazi rast pokazatelja HHI u razdoblju od 2006. kao posljedica konsolidacije tržišta. Posljednjih šest promatranih godina od 2017. godine vidljiv je relativno stabilan pokazatelj HHI koji je u 2017. godini iznosio 1.388 te u posljednjoj promatranoj 2022. godini 1.405.

Na slici 3. grafički se prikazuje pokazatelji koncentriranosti CR<sub>5</sub> u razdoblju od 2006. do 2022. godine.

Slika 3. Grafički prikaz pokazatelja koncentriranosti CR<sub>5</sub> u razdoblju od 2006. do 2022.godine

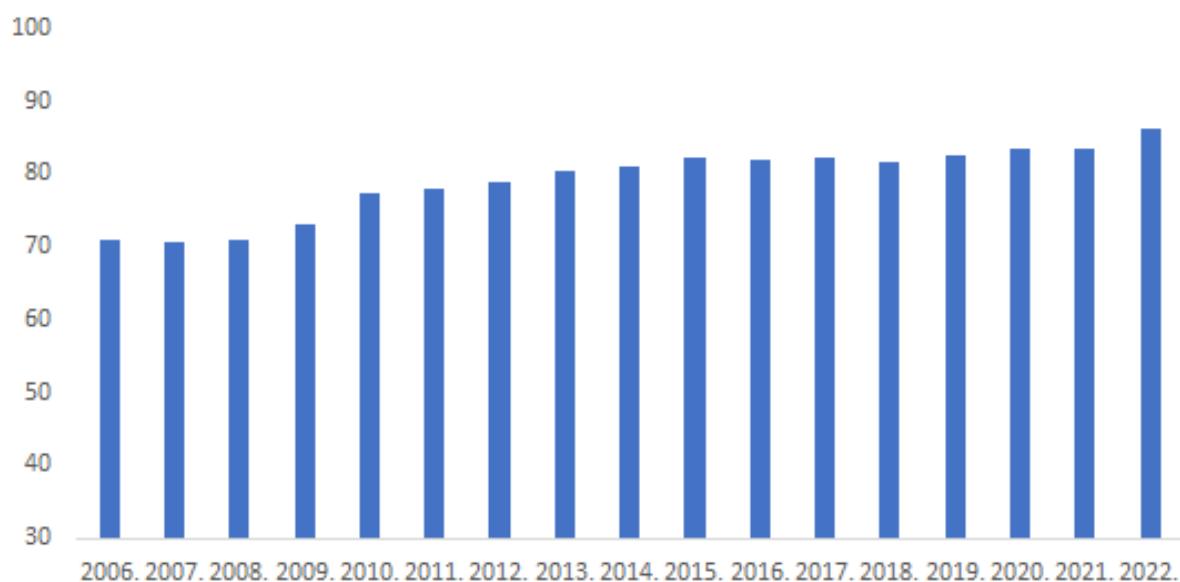


Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za pojedine izvještajne godine u razdoblju 2006. - 2022.

Temeljem podataka iz tablice 2. i grafičkog prikaza na slici 3. proizlazi, kao i kod HHI, zaključak o trendu rasta predmetnog pokazatelja u razdoblju od 2006. godine da bi se od 2017. godine bilježio relativno stabilan pokazatelj koncentriranosti tržišta CR<sub>5</sub>. U 2022. godini u odnosu na 2021. je predmetni pokazatelj CR<sub>5</sub> u bitnome ostao jednak i iznosi 66,2.

Na slici 4. grafički se prikazuje pokazatelj koncentriranosti CR<sub>10</sub> u razdoblju od 2006. do 2022. godine.

Slika 4. Grafički prikaz pokazatelja CR<sub>10</sub> u razdoblju od 2006. do 2022. godine



Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za pojedine izvještajne godine u razdoblju 2006. - 2022.

Iz grafičkog prikaza na slici 4. proizlazi kako se u 2022. bilježi blagi rast pokazatelja koncentriranosti CR<sub>10</sub> u odnosu na 2021. godinu, koji je u promatranoj 2022. godini iznosio 86,4, dok je u prethodnoj 2021. iznosio 83,5. Rast pokazatelja CR<sub>10</sub> je primarno iz razloga rasta tržišnog udjela Studenca i Trgovine Krk.

Ako se promatra trend, od 2006. godine bilježio se rast predmetnog pokazatelja koncentriranosti CR<sub>10</sub> do 2015. godine od kada je relativno stabilan.

### **Stanje na tržištu maloprodaje po županijama i Gradu Zagrebu**

Najveći broj trgovaca na malo mješovitom robom iz uzorka AZTN-a u 2022. godini obavljali su djelatnost trgovine na malo mješovitom robom u Zagrebačkoj županiji (20), u Gradu Zagrebu (19), u Varaždinskoj županiji (17), u Bjelovarsko-bilogorskoj i Primorsko-goranskoj (16), Koprivničko-križevačkoj (15), Zadarskoj (14) te u Krapinsko-zagorskoj županiji (14).

Najmanji broj trgovaca na malo mješovitom robom iz uzorka je u Dubrovačko-neretvanskoj (7), Ličko-senjskoj (9), te u Vukovarsko-srijemskoj (10) i Međimurskoj županiji (10).

U Ličko-senjskoj županiji jedan novi trgovac na malo mješovitom robom bilježi prihod u trgovini na malo mješovitom robom (Spar), kao i u Zadarskoj županiji (Ribola), dok u Krapinsko-zagorskoj županiji po prvi puta prihode bilježi Kaufland.

Poduzetnik Trgostil d.d. je s danom 21. rujna 2022. pripojen poduzetniku Trgovina Krk, čime je po prvi puta ostvario učinak na području Grada Zagreba, Zagrebačke te Krapinsko-zagorske županije gdje je prodajna mjesta prije imao Trgostil. Trgostil je imao jedno prodajno mjesto u Varaždinskoj županiji, no u prethodnoj 2021. godini preuzimanjem trgovca Metss, Trgovina Krk je već bila prisutna na područje te županije.

Promatrano na razini županija i Grada Zagreba, u promatranoj 2022. godini u svih 20 županija i u Gradu Zagrebu bilježi se pozitivan trend kroz rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom, jednakako kao što je bilježeno u prethodnoj 2021. godini.

Kao i godinu ranije, najveći iznosi prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u 2022. godini ostvareni su u Gradu Zagrebu, najvažnijem lokalnom/regionalnom maloprodajnom tržištu u Republici Hrvatskoj, i to u iznosu od 8,7 milijardi kuna. Za usporedbu, u Gradu Zagrebu u prethodnoj 2021. ukupno ostvareni prihodi iznosili su 7,8 milijardi kuna. Nominalni rast prihoda koji su ostvarili svi trgovci iz uzorka u Gradu Zagrebu iznosi 870 milijuna (rast od 11,1 posto) koji je ujedno jače izražen nego u prethodnom istraživanju za 2021. godini u odnosu na 2020. kada je iznosio 338 milijuna kuna. I ovdje treba naglasiti kako kod zaključaka treba uzeti u obzir činjenicu da se u 2022. godini bilježe i izraženija inflatorna kretanja.

U Splitsko-dalmatinskoj županiji u kojoj se bilježi drugi najveći prihod u trgovini na malo mješovitom robom u 2022. godini trgovci su zajedno ostvarili ukupan prihod od 6,7 milijarde kuna (5,6 milijardi kuna u prethodnoj 2021.).

Od 4 do 5 milijarde kuna prihoda bilježi se u Primorsko-goranskoj i Istarskoj županiji. Od 3 do 4 milijarde kuna prihoda trgovci su ostvarili u još dvije županije i to u Zagrebačkoj i u Zadarskoj županiji. Od 2 do 3 milijarde kuna prihoda trgovci su ostvarili u jednoj županiji i to u Osječko-baranjskoj županiji. U ukupno 11 županija zabilježen je prihod u iznosu od jedne do dvije milijarde kuna i to su Dubrovačko-neretvanska, Šibensko-kninska, Sisačko-moslavačka, Varaždinska, Vukovarsko-srijemska, Krapinsko-zagorska, Karlovačka, Brodsko-posavska, Koprivničko-

križevačka, Međimurska i Bjelovarsko-bilogorska županija, koja po prvi puta bilježi prihod veći od jedne milijarde kuna.

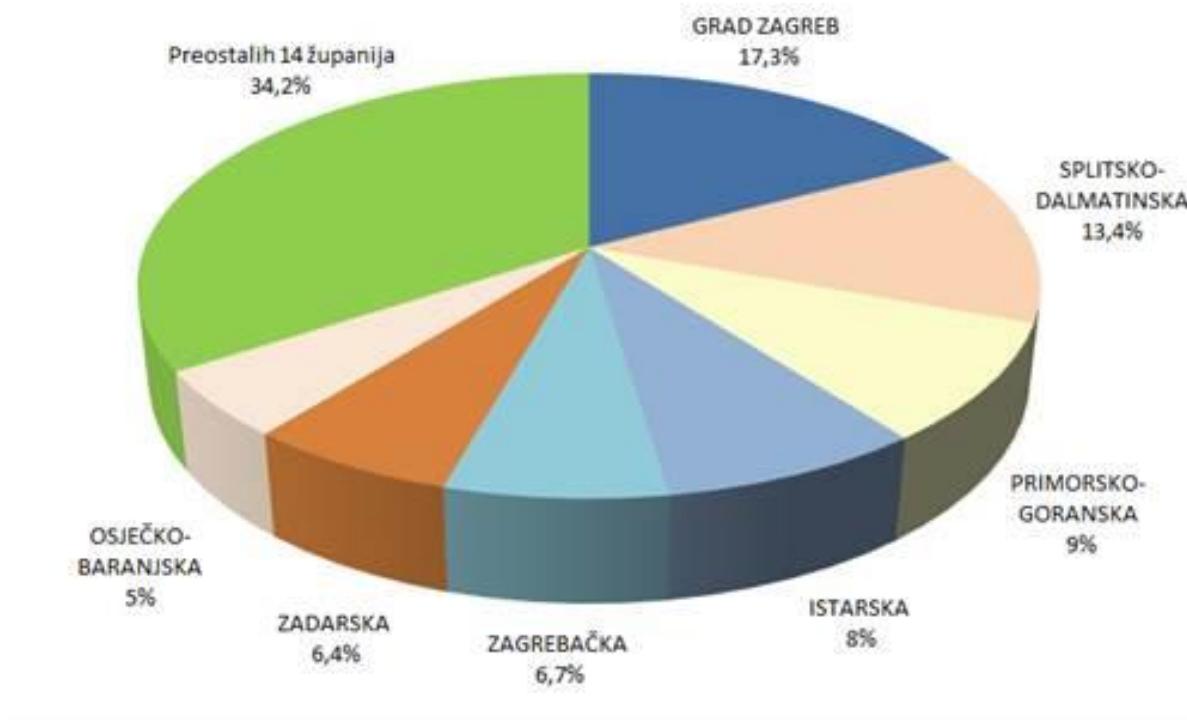
U preostale tri županije bilježi se prihod manji od jedne milijarde kuna i to su Virovitičko-podravska, Požeško-slavonska i Ličko senjska županija.

U Gradu Zagrebu i u šest županija (Splitsko-dalmatinska, Primorsko-goranska, Istarska, Zagrebačka, Zadarska i Osječko-baranjska županija) ostvareno je nešto manje od dvije trećine (65,8 posto) od ukupnog prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u RH u 2022. godini, čime je nastavljen trend iz prethodnih godina. Ujedno se bilježi neznatan rast pokazatelja jer se u 2021. godini u Gradu Zagrebu i šest navedenih županija bilježio zbirno tržišni udio u strukturi u iznosu od 65,4 posto.

U preostalih 14 županija ostvarena je nešto više od jedne trećine ukupnog prihoda, uz pad udjela tih preostalih županija u ukupnoj strukturi jer na tih 14 županija u promatranoj 2022. godini otpada 34,2 posto ostvarenih prihoda u trgovini na malo mješovitom robom, dok je u 2021. godini na tih 14 županija otpadalo 34,6 posto.

Na slici 5. grafički se prikazuje struktura tržišta trgovine na malo mješovitom robom u RH u 2022. godini, promatrano po udjelu pojedinih županija i Grada Zagreba u strukturi tržišta.

Slika 5. Grafički prikaz strukture ukupno ostvarenog prihoda svih trgovaca na malo u 2022. po pojedinim županijama i Gradu Zagrebu



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

Promatrajući strukturu nacionalnog tržišta Republike Hrvatske iskazano kroz udio Grada Zagreba i pojedinih županija u ukupnoj vrijednosti tržišta Republike Hrvatske u 2022. godini, najveći prihodi u trgovini na malo mješovitom robom u 2022. godini bilježe se u Gradu Zagrebu i na koji u ukupnoj strukturi otpada iznos od 17,3 posto. Nadalje, slijedi Splitsko-dalmatinska županija (13,4 posto), Primorsko-goranska županija (9 posto), Istarska županija (8 posto), Zagrebačka županija (6,7 posto), Zadarska županija (6,4 posto) i Osječko-baranjska županija (5 posto).

Najveći nominalni rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom koji su ostvarili trgovci iz uzorka po pojedinom regionalnom tržištu u promatranoj 2022. godini bilježi Splitsko-dalmatinska županija u kojoj rast prihoda iznosi nešto više od jedne milijarde kuna, odnosno rast od 18,7 posto. Slijede Grad Zagreb u kojoj se bilježi rast prihoda od 870 milijuna kuna (11,1 posto), Istarska županija u kojoj se bilježi rast prihoda od 785 milijuna kuna (24,2 posto) te Primorsko-goranska županija u kojoj se u 2022. godini bilježi rast prihoda od 694 milijuna kuna u odnosu na 2021. godinu (15 posto). Zatim slijede Zagrebačka županija s rastom prihoda od 522 milijuna kuna, Zadarska županija s rastom prihoda od 505 milijuna kuna, Dubrovačko-neretvanska županija s rastom prihoda od 343 milijuna kuna, Šibensko-kninska županija s rastom prihoda od 292 milijuna kuna te jedna županija iz regije Panonska Hrvatska, Osječko-baranjska županija s rastom prihoda od 284 milijuna kuna.

Na značajan rast ostvarenih prihoda na tržištu trgovine na malo mješovitom robom u Splitsko-dalmatinskoj, Istarskoj i Primorsko-goranskoj županiji izvjesno je utjecao rast turističkih pokazatelja i potrošnje u tim županijama.

U preostalih dvanaest županija trgovci na malo bilježe rast prihoda u iznosu manjem od 200 milijuna kuna i to su Sisačko moslavačka, Krapinsko-zagorska, Varaždinska, Karlovačka, Vukovarsko-srijemska, Brodsko-posavska, Bjelovarsko-bilogorska, Koprivničko-križevačka, Ličko-senjska, Međimurska, Virovitičko-podravska te Požeško-slavonska županija.

### **Opći pokazatelji stanja na tržištu maloprodaje po županijama i Gradu Zagrebu**

Promatrajući trgovce na malo po Gradu Zagrebu i županijama pojedinačno, Konzum plus je vodeći trgovac na malo u Gradu Zagrebu i šest županija (Zagrebačka, Krapinsko-zagorska, Varaždinska, Karlovačka, Ličko-senjska te Osječko-baranjska županija), jednako kao u prethodnoj 2021. godini.

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 prethodnoj 2021. godini.

Nadalje, Lidl je u sedam županija na drugoj poziciji (Zagrebačka, Varaždinska, Karlovačka, Istarska, Primorsko-goranska, Šibensko-kninska i Virovitičko-podravska županija). U odnosu na prethodnu 2021. godinu bilježi pomak u promatranoj 2022. godini na drugu poziciju u Primorsko-goranskoj i Šibensko-kninskoj županiji. Lidl ima 107 prodajnih mjesta u svih 20 županija i Gradu Zagrebu i sva su tipa velikog formata odnosno supermarketi, dok Kaufland ima 45 prodajnih mjesta u 18 županija i Gradu Zagrebu i sva su tipa velikog formata odnosno supermarketi i hipermarketi.

Plodine su u promatranoj 2022. godini na prvoj poziciji u matičnoj Primorsko-goranskoj županiji te u Istarskoj županiji. Imaju ukupno 117 prodajnih mjesta velikog formata (supermarketi i hipermarketi). Na drugoj poziciji Plodine su u dvije županije (Ličko-senjska i Zadarska županija).

Plodine bilježe pomak sa šeste na petu poziciju u Šibensko-kninskoj županiji. Imaju prodajna mjesta na području svih dvadeset županija i Grada Zagreba.

Spar u 2022. godini bilježi 132 prodajna mjesta, sedam više u odnosu na 2021. godinu i to na području 18 županija i Grada Zagreba. Najveći broj prodajnih mjesta je tipa supermarketi (86 prodajnih mjesta) ili nešto manje od dvije trećine od ukupnog broja prodajnih mjesta Spara. Novost je da po prvi puta ima prodajno mjesto u Ličko-senjskoj županiji, i to u Gospiću od prosinca 2022. godine. Najveći broj prodajnih mjesta, njih 53, ima u Gradu Zagrebu.

Nadalje, promatrano po vodećim trgovcima u županijama, bilježi se jedna promjena u 2022. godini jer je u Dubrovačko-neretvanskoj županiji vodeći trgovac na malo postao Studenac, kojem je to ujedno prva županija u kojoj je postao lider. Isto je rezultat pripajanja nekadašnjeg lokalnog trgovca na malo Pema te Studenac bilježi pomak s treće na prvu poziciju u toj županiji. U promatranoj 2022. godini u svim županijama bilježi rast prihoda.

U pojedinim županijama bilježi i značajniji rast, najviše u Dubrovačko-neretvanskoj županiji, kao rezultat preuzimanja prodajnih mjesta Peme, zatim u Splitsko-dalmatinskoj županiji, u Gradu Zagrebu, (rezultat preuzimanja prodajnih mjesta Lonia Trgovine) te u Zadarskoj županiji.

Studenac ima prodajna mjesta u petnaest županija i po prvi puta u Gradu Zagrebu, ukupno njih 1.200. Radi usporedbe, u prethodnoj 2021. imao je prodajna mjesta u sedam županija i Gradu Zagrebu. Drugim riječima, u promatranoj 2022. godini dodatno se proširio na područje osam županija Panonske i Sjeverne Hrvatske. Promatrano po statističkim regijama, Studenac prodajna mjesta ima na području svih četiri statističkih regija NUTS 2 (Jadranska Hrvatska, Panonska Hrvatska, Sjeverna Hrvatska i Grad Zagreb). Značajan je trgovac u regiji Jadranska Hrvatska jer u sedam županija ima prodajna mjesta i to u matičnoj Splitsko-Dalmatinskoj, Dubrovačko-neretvanskoj, Šibensko-kninskoj, Zadarskoj, Ličko-senjskoj, Primorsko-goranskoj i Istarskoj županiji. I dalje je na drugoj poziciji u Splitsko-dalmatinskoj županiji, u kojoj ostvaruje nešto manje od polovice prihoda od trgovine na malo mješovitom robom.

Tommy je i nadalje vodeći trgovac na malo u tri županije u Jadranskoj regiji, u matičnoj Splitsko-dalmatinskoj županiji, Šibensko-kninskoj županiji te u Zadarskoj županiji.

U promatranoj 2022. godini KTC je najveći trgovac u Virovitičko-podravskoj županiji, dok je Mlin i pekare i dalje tržišni lider u Sisačko-moslavačkoj županiji. Bosko je dugogodišnji lider u Vukovarsko-srijemskoj županiji. Trgovina Krk je najveći trgovac na malo mješovitom robom u Međimurskoj županiji, a isto se temelji na pripajanju čakovečkog Metssa u 2021. godini. Pripajanjem Trgostila u 2022. godini poduzetnik Trgovina Krk proširio se na područje deset županija i Grada Zagreba s preko 400 prodajnih mjesta, ne računajući specijalizirana prodajna mjesta.

## „Top 5“ trgovaca po županijama i Gradu Zagrebu

U nastavku se daje prikaz pet vodećih trgovaca na malo mješovitom robom po županijama i Gradu Zagrebu u 2022. godini.

### GRAD ZAGREB

	Tržišni udio
KONZUM plus	[30-40]%
SPAR	[10-20]%
LIDL	[10-20]%
KAUFLAND	[10-20]%
PLODINE	[0-5]%

### ZAGREBAČKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio
KONZUM plus	[30-40]%
LIDL	[10-20]%
KAUFLAND	[10-20]%
PLODINE	[5-10]%
SPAR	[5-10]%

### KRAPINSKO-ZAGORSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio
KONZUM plus	[20-30]%
TRGOCENTAR Zabok	[10-20]%
LIDL	[10-20]%
TRGOVINA KRK	[10-20]%
KTC	[5-10]%

### SISAČKO-MOSLAVAČKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio
MLIN I PEKARE	[20-30]%
STUDENAC	[10-20]%
LIDL	[10-20]%
KAUFLAND	[10-20]%
KONZUM plus	[5-10]%

### KARLOVAČKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio
KONZUM plus	[20-30]%
LIDL	[10-20]%
GAVRANOVIĆ	[10-20]%
SPAR	[10-20]%
KAUFLAND	[10-20]%

### VARAŽDINSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio
KONZUM plus	[20-30]%
LIDL	[10-20]%
SPAR	[10-20]%
TP VARAŽDIN	[10-20]%
PLODINE	[5-10]%

### KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio
LIDL	[10-20]%
ROBIN	[10-20]%
KTC	[10-20]%
SPAR	[10-20]%
DERGEZ	[5-10]%

### BJELOVARSKO-BILOGORSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio
LIDL	[10-20]%
KAUFLAND	[10-20]%
ŠPAR d.o.o.	[10-20]%
KTC	[10-20]%
PPK-BJELOVAR	[10-20]%

### PRIMORSKO-GORANSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio
PLODINE	[20-30]%
LIDL	[10-20]%
KONZUM plus	[10-20]%
SPAR	[5-10]%
TRGOVINA KRK	[5-10]%

### LIČKO-SENJSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio
KONZUM plus	[30-40]%
PLODINE	[30-40]%
LIDL	[10-20]%
GAVRANOVIĆ	[0-5]%
TOMMY	[0-5]%

**VIROVITIČKO-PODRAVSKA ŽUPANIJA**

	Tržišni udio
KTC	[10-20]%
LIDL	[10-20]%
PLODINE	[10-20]%
KAUFLAND	[10-20]%
NTL	[10-20]%

**POŽEŠKO-SLAVONSKA ŽUPANIJA**

	Tržišni udio
KAUFLAND	[10-20]%
MLIN I PEKARE	[10-20]%
KTC	[10-20]%
LIDL	[10-20]%
SPAR	[5-10]%

**BRODSKO-POSAVSKA ŽUPANIJA**

	Tržišni udio
KAUFLAND	[20-30]%
BOSO	[10-20]%
LIDL	[10-20]%
KONZUM plus	[10-20]%
PLODINE	[10-20]%

**ZADARSKA ŽUPANIJA**

	Tržišni udio
TOMMY	[10-20]%
PLODINE	[10-20]%
STUDENAC	[10-20]%
KONZUM plus	[10-20]%
LIDL	[10-20]%

**OSJEČKO-BARANJSKA ŽUPANIJA**

	Tržišni udio
KONZUM plus	[20-30]%
NTL	[10-20]%
LIDL	[10-20]%
PLODINE	[10-20]%
SPAR	[10-20]%

**ŠIBENSKO-KNINSKA ŽUPANIJA**

	Tržišni udio
TOMMY	[20-30]%
LIDL	[10-20]%
KONZUM plus	[10-20]%
DJELO	[10-20]%
PLODINE	[10-20]%

**VUKOVARSKO-SRIJEMSKA ŽUPANIJA**

	Tržišni udio
BOSO	[20-30]%
KONZUM plus	[10-20]%
KAUFLAND	[10-20]%
LIDL	[10-20]%
SLAVONIJA-BOŠKOVIĆ	[5-10]%

**SPLITSKO-DALMATINSKA ŽUPANIJA**

	Tržišni udio
TOMMY	[20-30]%
STUDENAC	[10-20]%
KONZUM plus	[10-20]%
LIDL	[10-20]%
RIBOLA	[5-10]%

**ISTARSKA ŽUPANIJA**

	Tržišni udio
PLODINE	[20-30]%
LIDL	[10-20]%
KONZUM plus	[10-20]%
KAUFLAND	[10-20]%
STUDENAC	[10-20]%

**DUBROVAČKO-NERETVANSKA ŽUPANIJA**

	Tržišni udio
STUDENAC	[30-40]%
TOMMY	[20-30]%
KONZUM plus	[20-30]%
LIDL	[10-20]%
PLODINE	[0-5]%

## MEDIMURSKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio
TRGOVINA KRK	[20-30]%
KONZUM plus	[10-20]%
LIDL	[10-20]%
TP VARAŽDIN	[10-20]%
KAUFLAND	[10-20]%

### Struktura tržišta u Splitu, Rijeci i Osijeku i „Top 5“ trgovaca

U sva tri promatrana grada (Split, Rijeka i Osijek) u 2022. godini bilježi se rast prihoda u trgovini na malo u odnosu na 2021. godinu.

U Splitu su svi trgovci na malo iz uzorka ostvarili 2,3 milijardi kuna prihoda, dok su u prethodnoj 2021. ostvarili nešto manje od 2 milijardi kuna prihoda. Tommy je zadržao prvu poziciju u 2022. godini, uz neznatno niži tržišni udio u odnosu na 2021. Tommy bilježi tržišni udio od [20 – 30] posto u 2022. Na drugoj poziciji je Lidl koji bilježi tržišni udio [10-20] posto. Na trećoj poziciji je Spar. Spar i Konzum plus bilježe tržišni udjele [10 – 20] posto.

Prikaz vodećih pet trgovaca na malo mješovitom robom u Splitu u 2022. godini daje se u tablici 3.

Tablica 3. „Top 5“ trgovaca na malo mješovitom robom u 2022. godini u Splitu

#### GRAD SPLIT

	Tržišni udio
TOMMY	[20-30]%
LIDL	[10-20]%
SPAR	[10-20]%
KONZUM plus	[10-20]%
STUDENAC	[5-10]%

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

Promatrano prvih pet trgovaca na malo u Splitu, jedino Studenac bilježi veći broj prodajnih mesta (tri prodajna mjesta više), dok Tommy, Lidl, Spar i Konzum plus bilježe nepromijenjeni broj prodajnih mesta u Splitu.

U Splitu se ukupno bilježe četiri prodajna mjesta više nego u 2021. godini. Uz spomenuto Studenca, i Victa bilježi jedno prodajno mjesto više. Ujedno se bilježi blago smanjenje kvadratnih metara neto prodajne površine u iznosu od 230 kvadratnih metara u odnosu na prethodnu 2021. godinu. Asimetrija između vodećeg trgovca (Tommy) i drugog trgovca na malo (Lidl) je značajna, ali se istovremeno bilježi daljnje smanjenje asimetrije.

U Rijeci su u promatranoj 2022. godini svi trgovci na malo iz uzorka ostvarili 1,4 milijardi kuna prihoda, dok su u prethodnoj 2021. ostvarili nešto manje od 1,3 milijardi kuna. Bilježi se pet prodajnih mjesta više, kao i 7.300 kvadratnih metara više neto prodajne površine.

U tablici 4. prikazuje se vodećih pet trgovaca na malo mješovitom robom u Rijeci u 2022. godini.

Tablica 4. „Top 5“ trgovaca na malo mješovitom robom u 2022. godini u Rijeci

GRAD RIJEKA

	Tržišni udio
PLODINE	[20-30]%
SPAR	[20-30]%
LIDL	[10-20]%
KAUFLAND	[10-20]%
KONZUM plus	[10-20]%

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

Plodine su i dalje tržišni lider u trgovini na malo mješovitom robom u Rijeci i bilježe tržišni udio koji iznosi [20 – 30] posto. Spar je ostao na drugoj poziciji ispred Lidla. Spar bilježi rast tržišnog udjela i bilježi tržišni udio koji iznosi [20 – 30] posto. Lidl je treći i bilježi tržišni udio koji iznosi 10 – 20 posto. Bilježi se dvije promjene u poretku u Rijeci jer je Kaufland u 2022. na četvrtoj poziciji, a Studenac je rastao na sedmu poziciju i bilježi pet prodajnih mjesta više u odnosu na 2021. godinu.

Dodatno jedno prodajno mjesto u 2022. godini bilježi Kaufland od sredine listopada 2022. Asimetrija između prvog (Plodine) i drugog trgovca (Spar) u 2022. godini je neznatna jer je u bitnome izjednačen tržišni udio Plodina i Spara.

U Osijeku se po prvi put bilježe prihodi na tržištu trgovine na malo mješovitom robom veći od jedne milijarde kuna, jer su u promatranoj 2022. godini svi trgovci na malo mješovitom robom iz uzorka ostvarili 1,1 milijardi kuna prihoda, dok su u prethodnoj 2021. ostvarili 966 milijuna kuna prihoda.

U tablici 5. prikazuje se vodećih pet trgovaca na malo mješovitom robom u Osijeku u 2022. godini.

Tablica 5. „Top 5“ trgovaca na malo mješovitom robom u 2022. godini u Osijeku

GRAD OSIJEK

	Tržišni udio
KONZUM plus	[20-30]%
SPAR	[10-20]%
LIDL	[10-20]%
KAUFLAND	[10-20]%
NTL	[5-10]%

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

Konzum plus i nadalje je najveći trgovac na malo mješovitom robom u Osijeku. Tržišni udio Konzuma plus iznosi [20 – 30] posto. Spar je na drugoj poziciji ispred Lidla. Spar i Lidl bilježe tržišni udio [10 – 20] posto.

U Osijeku je nepromijenjen broj prodajnih mjesta u promatranoj 2022. godini u odnosu na prethodnu 2021. godinu. Bilježi se smanjenje ukupne neto prodajne površine, odnosno 2.200 kvadratnih metara manje neto prodajne površine.

Eurospin u Osijeku u jednom prodajnom mjestu tipa supermarket po prvi put bilježi prihod u čitavoj kalendarskoj godini te stoga bilježi rast tržišnog udjela u odnosu na 2021. godinu. Eurospin je u Osijeku na sedmoj poziciji i bilježi tržišni udio u iznosu [0-5] posto. Asimetrija između prvog (Konzum plus) i drugog trgovca na malo (Spar) je relativno značajna, no istovremeno je smanjena u odnosu na 2021. godinu.

### **Grupacije poduzetnika na tržištu trgovine na malo mješovitom robom**

Schwarz grupa – Lidl i Kaufland bilježe rast tržišnog udjela u 2022. godini. Tržišni udio Schwarz Grupe iznosi [20-30] posto. Promatrano pojedinačno članice Schwarz Grupe, Lidl bilježi 107 prodajnih mjesta velikog formata tipa supermarketi i bilježi dva prodajna mesta više u odnosu na prethodnu 2021. godinu.

Kaufland bilježi 45 prodajnih mjesta, također velikog formata tipa hipermarketi i supermarketi i bilježi također dva prodajna mesta više u odnosu na prethodnu 2021. godinu.

Ukupno Schwarz Grupa bilježi 152 prodajna mjesta velikog formata.

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, Gavranović i Trgovina Krk i svaki drži 25 postotni poslovni udio. U odnosu na prethodno razdoblje došlo je do manje promjene u članstvu NTL-a. Naime, Trgostil je s danom 21. rujna 2022. pripojen Trgovini Krk te je 10. studenoga 2022. godine brisan iz sudskog registra. Treba napomenuti kako je Trgostil bio pridružena članica NTL-a, kao do 2021. godine i Trgovina Krk. Trgovina Krk je preuzimanjem Metssa postala jedan od imatelja poslovnog udjela u NTL d.o.o.

NTL svoje usluge posredovanja, odnosno zastupanja pri ugovaranju nabave roba pruža od 2020. godine i dvojici regionalnih trgovaca – partnera, poduzetnicima Robin d.o.o. i Dergez d.o.o. S istim poduzetnicima NTL je u ugovornom odnosu temeljem kojeg Robin i Dergez s NTL-om sudjeluju u postupku zajedničke nabave, imaju mogućnost da u svojem asortimanu drže proizvode robne marke NTL te imaju pravo koristiti žigove NTL-a.

NTL bilježi rast zbirnog prihoda članica u 2022. godini uz tržišni udio [5-10] posto, jednako kao i u 2021. Usprkos rastu prihoda članica osnivača i dva pridružena partnera, bilježi neznatno smanjenje tržišnog udjela, radi rasta ostalih konkurenata odnosno grupacija trgovaca, prije svega Schwarz Grupe. U promatranoj 2022. godini NTL grupacija bilježi 1.269 prodajnih mesta, dok je u 2021. godini bilježila 1.242 prodajna mesta, promatrano s Robinom i Dergezom. Time NTL grupacija bilježi najveći broj prodajnih mesta, promatrano grupacije trgovaca na malo mješovitom robom u RH.

Ultragros grupacija je i nadalje najbrojnija grupacija trgovaca na malo mješovitom robom po broju članica i na dan 31. prosinca 2022. broji 23 članice. Od tog broja, 19 je punopravnih članica-osnivača, uključujući i matično društvo Ultra gros d.o.o., koje ne bilježi maloprodajna mesta te Strahinjčicu, koju je preuzeo Studenac u prvom polugodištu 2023. godine. Od ukupnog broja članica, njih četiri nema vlasnički udio u temeljnog kapitalu matičnog društva Ultragros d.o.o. i to su Mali Palit, Lorenci, Patričar i Bure (isključivo bilježi učinak na tržištu veleprodaje).

Ultragros grupacija u promatranoj 2022. bilježi 1.140 prodajnih mjesta, dok je u 2021. bilježila 1.473 prodajnih mjesta.

U odnosu na 2021. godinu u promatranoj 2022. godine Ultragros grupacija bilježi dvije članice manje, i to su Pemo i Lonia Trgovina koje je u prvom polugodištu 2022. godine preuzeo Studenac.

Također, i pulski Duravit je sredinom svibnja 2022. preuzeo Studenac. Slijedom navedenog, prema sudskom registru tijekom drugog polugodišta 2022. iz članstva Ultra gros d.o.o. kao udjelnici brišani su redom: Lonia Trgovina (brisana 12. kolovoza 2022.), Duravit (brisana 4. srpnja 2022.) te Pemo (brisana 14. travnja 2022.).

Radi izlaska iz članstva Lonia Trgovine i Peme u promatranoj 2022. godini Ultragros grupacija bilježi smanjenje broja prodajnih mjesta i prihoda u maloprodaji mješovitom robom te posljedično bilježi smanjenje tržišnog udjela. U 2022. godini Ultragros grupacija bilježi tržišni udio [5-10] posto, dok je u prethodnoj 2021. bilježen tržišni udio [10-20] posto.

### **Supermarketi i dalje dominantan tip prodajnog mjesta**

Rezultati istraživanja na uzorku anketiranih 45 trgovaca na malo pokazali su kako se promatranoj 2022. godini bilježi rast prihoda u sva četiri tipa prodajnog mjesta u odnosu na prethodnu 2021. godinu, isto kao u 2021. godini. Nadalje, u supermarketima je ostvaren najveći iznos prihoda u djelatnosti trgovine na malo mješovitom robom u RH u 2022. godini, isto kao i u 2021., i to u iznosu od 25,8 milijardi kuna. U usporedbi s 2021., bilježi se rast od 4,1 milijardu kuna odnosno 18,8 posto.

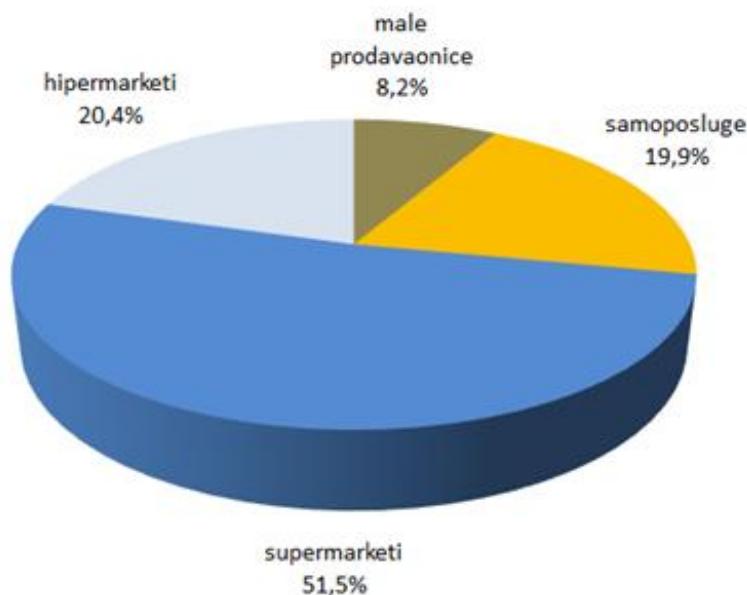
Slijede hipermarketi u kojima je u 2022. godini ostvaren prihod od 10,3 milijarde kuna i bilježi se rast od 900 milijuna kuna u odnosu na 2021. godinu, odnosno 9,8 posto.

U samoposlugama je u 2022. godini ostvaren prihod od 10 milijardi kuna i bilježi se rast od 1,1 milijardu kuna u odnosu na 2021. godinu, odnosno 12,6 posto.

U malim prodavaonicama je u 2022. godini ostvaren ukupan prihod od 4,1 milijarde kuna što je rast od 670 milijuna kuna u odnosu na 2021. godinu, odnosno 19,4 posto.

Na slici 6. grafički se prikazuje struktura tržišta trgovine na malo mješovitom robom u RH u 2022. prema ostvarenim prihodima u pojedinom tipu prodajnog mjesta.

Slika 6. Struktura tržišta trgovine na malo mješovitom robom u RH u 2022. prema ostvarenim prihodima u pojedinom tipu prodajnog mjesta



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

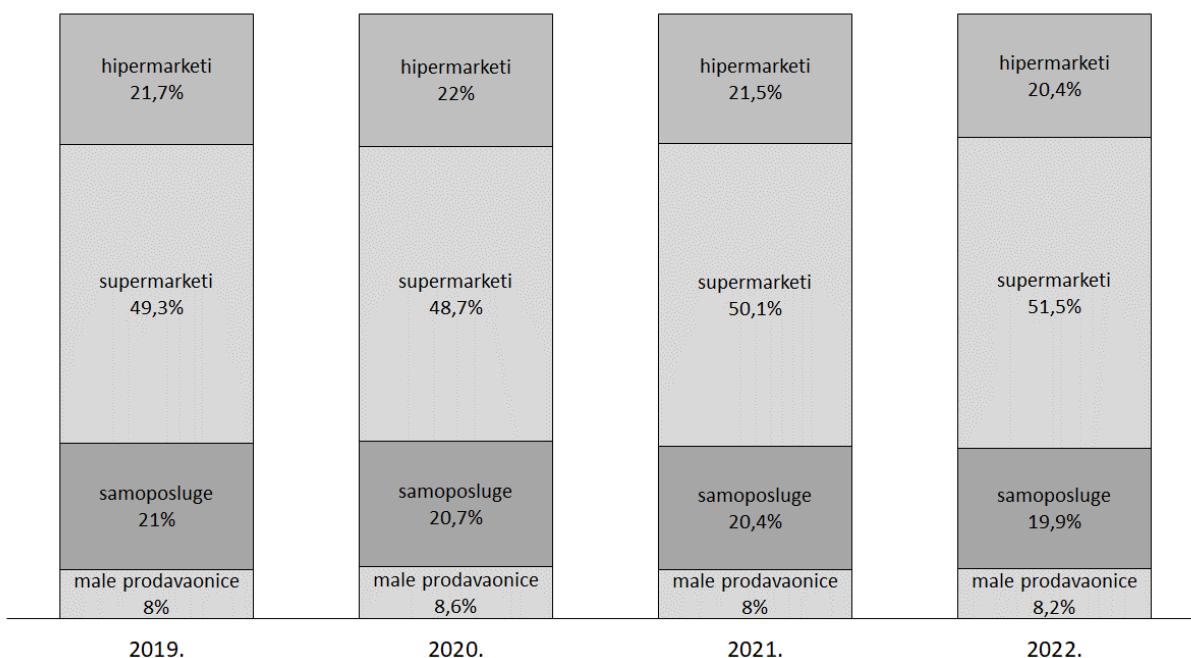
Supermarketi kao tip prodajnog mjesta i dalje su dominantni u strukturi prodaje prema kriteriju ostvarenog prihoda, kao i prema kriteriju neto prodajne površine. U promatranoj 2022. godini u trgovini na malo mješovitom robom izrazito dominira kupovina u supermarketima i hipermarketima jer više od dvije trećine, preciznije 71,9 posto ukupnog prihoda u trgovini na malo mješovitom robom, ostvareno je prodajom u supermarketima (51,5 posto) i hipermarketima (20,4 posto). Radi usporedbe, u prethodnoj 2021. godini 71,6 posto ukupnog prihoda u trgovini na malo mješovitom robom bilo je ostvareno u supermarketima i hipermarketima.

Bilježe se i određene blage promjene u strukturi prihoda prema pojedinom tipu prodajnog mjesta u odnosu na prethodnu 2021. Tako se bilježi rast udjela supermarketa kao tipa prodajnog mjesta u ukupnoj strukturi s 50,1 posto u 2021. na 51,5 posto u promatranoj 2022. godini i riječ je o nastavku trenda rasta supermarketa. Također se bilježi neznatan rast udjela malih prodavaonica u ukupnoj strukturi s 8 posto u 2021. na 8,2 posto u 2022. godini.

S druge strane, samoposluge i hipermarketi bilježe neznatan pad udjela u ukupnoj strukturi prihoda. Tako se bilježi neznatan pad udjela samoposluga s 20,4 posto u 2021. na 19,9 posto u 2022. godini, dok hipermarketi bilježe pad udjela s 21,5 posto u 2021. na 20,4 posto u 2022. godini u ukupnoj strukturi prihoda promatrano sva četiri tipa prodajnog mjesta.

Ako se promatra četverogodišnje vremensko razdoblje od 2019. do 2022. godine prema ostvarenim prihodima u trgovini na malo mješovitom robom, a koje se grafički prikazuje na slici 7., proizlazi zaključak o relativno stabilnoj strukturi mjerodavnog tržišta promatrano po pojedinom tipu prodajnog mjesta u tom razdoblju.

Slika 7. Struktura tržišta trgovine na malo u RH u razdoblju od 2019. do 2022. godine prema ostvarenim prihodima u pojedinom tipu prodajnog mjestu



Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN za pojedine godine u razdoblju 2019.-2022.

Udio malih prodavaonica kroz promatrano četverogodišnje razdoblje u bitnome je iznosio 8 posto.

Samoposluge kroz promatrano četverogodišnje razdoblje bilježe relativno stabilan udio od oko 20 posto.

Supermarketi bilježe drugu godinu zaredom rast udjela u ukupnoj strukturi mjerodavnog tržišta prema ostvarenim prihodima u trgovini na malo mješovitom robom. Supermarketi u četverogodišnjem razdoblju bilježe neznatan rast udjela u strukturi za 2,2 postotna boda (49,3 posto iznosi udio u 2019., dok 51,5 posto iznosi udio u 2022. godini).

Promatrano kroz četverogodišnje razdoblje, udio prihoda hipermarketa u strukturi neznatno je smanjen je s 21,7 posto u 2019. godini na 20,4 posto u promatranoj 2022. godini.

Pri obrazloženju rezultata istraživanja u ovom dijelu treba napomenuti kako je ova analiza izrađena temeljem uzorka u kojem nisu uključeni poduzetnici koji trgovinu na malo obavljaju temeljem Zakona o obrtu te maloprodajna mjesta u kojima prodaja hrane, pića i higijenskih proizvoda za domaćinstvo nije pretežita djelatnost (benzinske postaje, kiosci, drogerije, itd.).

S obzirom da su prodajna mjesta trgovaca-obrtnika u pravilu male prodavaonice i samoposluge, i kada bi isti bili uključeni u istraživanje, izvjesno je kako bi udjel malih prodavaonica i samoposluga bio u određenom dijelu veći. Međutim, isto ne bi utjecalo na odnose u strukturi koja je kroz promatrane godine stabilna.

## Broj prodajnih mesta

U promatranoj 2022. bilježi se 4.996 prodajnih mesta, dok je u prethodnoj 2021. godini bilo 4.825 prodajnih mesta. Promatrujući sve prodajne formate, u 2021. godini bilo je raspoloživo 171 prodajno mjesto više u odnosu na prethodnu 2021. godinu. Bilježi se jače izražen rast broja malih prodavaonica (141 više) i supermarketata (27 više), dok je nešto blaže izražen rast broja hipermarketa (dva više) i samoposluga (jedna više).

Ujedno se bilježi povećanje broja svih prodajnih mesta u promatranoj 2022. godini za 3,5 posto u odnosu na 2021., dok se u prethodnoj 2021. godini bilježio slabije izražen rast broja svih prodajnih mesta od 2,5 posto u odnosu na 2020. odnosno bilo je samo 118 prodajnih mesta više.

U tablici 6. prikazuju se broj prodajnih mesta prema tipu prodajnog mjesata u razdoblju od 2019. do 2022. godine.

Tablica 6. Broj prodajnih mesta prema tipu prodajnog mjesata u RH u razdoblju od 2019. do 2022. godine

Tip prodajnog mjesata	2019.	2020.	2021.	2022.	Indeks 2022./2021.
male prodavaonice	1.784	1.815	1.815	1.956	107,8
samoposluge	1.994	2.045	2.105	2.106	100,0
supermarketi	770	706	758	785	103,6
hipermarketi	145	141	147	149	101,4
Ukupno:	4.693	4.707	4.825	4.996	103,5

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

Promatrano prema kriteriju broja prodajnih mesta, u ukupnom broju prodajnih mesta prema tipu u 2022. godini najviše je, kao i prethodne 2021. bilo samoposluga (2.106 prodajnih mesta, odnosno nešto više od 42 posto), zatim slijede male prodavaonice (1.956 prodajnih mesta, odnosno 39 posto), supermarketi (785 prodajnih mesta, odnosno nešto manje od 16 posto) te hipermarketi (149 prodajnih mesta, odnosno tri posto).

Udio pojedinog tipa prodajnog mjesata u ukupnoj strukturi broja svih prodajnih mesta u promatranoj 2022. godini neznatno je promijenjen u odnosu na prethodnu 2021. Male prodavaonice bilježe blagi rast udjela u ukupnoj strukturi s 37,6 posto na 39,2 posto, dok samoposluge bilježe blagi pad udjela u ukupnoj strukturi s 43,6 posto na 42,2 posto.

Supermarketi i hipermarketi bilježe nepromijenjen udio u strukturi koji iznosi 15,7 posto (supermarketi) odnosno tri posto (hipermarketi).

## **Neto prodajna površina**

Ukupna neto prodajna površina svih prodajnih mesta anketiranih poduzetnika u 2022. godini iznosila je nešto manje od 1,54 milijuna kvadratnih metara dok je u prethodnoj 2021. bilo raspoloživo 1,5 milijuna kvadratnih metara. Bilježi se rast neto prodaje površine u iznosu od 31.700 kvadratnih metara u odnosu na prethodnu 2021. godinu, što predstavlja rast od 2,1 posto. Ujedno se bilježi nastavak trenda koji je slabije izražen, jer se u 2021. godini bilježio rast ukupne neto prodajne površine u iznosu od 68.500 četvornih metara u odnosu na 2020.

Prema kriteriju neto prodajne površine, u promatranoj 2022. godini najveći udio u strukturi ukupne neto prodajne površine imaju i dalje supermarketi koji čine nešto više od 48 posto od ukupne neto prodajne površine. Slijede hipermarketi s udjelom od 22 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 i male prodavaonice s udjelom oko osam posto.

Najviše povećanje neto prodajne u 2022. godini u odnosu na 2021. površine bilježi se, kao i kod prihoda u trgovini na malo mješovitom robom, u supermarketima u kojima se bilježi rast prodajne površine od 23.600 kvadratnih metara, što predstavlja rast od 3 posto.

Samoposluge također bilježe rast neto prodajne površine od 2 posto i bilo je raspoloživo 6.300 kvadratnih metara više u samoposlugama.

U malim prodavaonicama bilo je raspoloživo 6.000 kvadratnih metara više (rast od 5,3 posto).

Jedini tip prodajnog mesta koji bilježi blago smanjenje neto prodajne površine su hipermarketi u kojima je bilo raspoloživo 4.200 kvadratnih metara manje (pad od 1,2 posto).

Kako su male prodavaonice i samoposluge prodajna mjesta manjeg formata, nominalni rast raspoloživog neto prodajnog prostora iskazan u kvadratnim metrima je relativno mali.

Promatrano sva tri analizirana pokazatelja (prihod u trgovini na malo mješovitom robom, broj prodajnih mesta, neto prodajna površina) za sva četiri tipa prodajnih mesta, rezultati istraživanja pokazali su kako je stopa rasta prihoda u trgovini na malo mješovitom robom svih trgovaca na malo iz uzorka AZTN-a (15,7 posto) u 2022. godini u odnosu na 2021. značajnije viša od stope rasta broja prodajnih mesta (3,5 posto) i stope rasta neto prodajne površine (2,1 posto).

Iz navedenih pokazatelja može se razumno zaključiti kako je na navedeni izraženiji relativni rast ostvarenih prihoda trgovaca u usporedbi s relativnim rastom broja prodajnih mesta i neto prodajne površine imala činjenica inflatornih kretanja općenito te naročito u dijelu koji se odnosi na komponentu hrane i bezalkoholnih pića u indeksu potrošačkih cijena.

## **Online prodaja i programi vjernosti trgovaca na malo**

Prema rezultatima istraživanja, online prodaja mješovite robe i dalje 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 i pretežiti iznos online prodaje u 2022. godini odnosi se na Konzum plus.

Od promatranih trgovaca na malo, njih 14 primjenjuje programe vjernosti (lojalnosti). Dva su trgovca na malo manje u odnosu na 2021. godinu, no razlog istom je što su ta dva trgovca

prestala obavljati djelatnost trgovine na malo jer su pripojeni drugom poduzetniku. Radi se o Lonia Trgovini i Pemu, čije je programe vjernosti preuzeo Studenac, koji je i ranije imao vlastiti program vjernosti. Ujedno se ne bilježi niti jedan novi trgovac koji je počeo primjenjivati program vjernosti. Najveći broj članova u pojedinom programu vjernosti u 2022. godini bilježi Konzum plus, zatim slijede Lidl i Kaufland, članice Schwarz Grupe te Studenac.

Od regionalnih trgovaca na malo s većim brojem članova u pojedinom programu vjernosti ističu se Robin i Dergez.

### **Trgovačke marže**

Kao i u prethodnom istraživanju za 2021. godinu, AZTN je u 2022. godini ponovo utvrđivao pokazatelje u odnosu na prosječne marže trgovaca za osam kategorija roba. To su sljedeće kategorije roba: meso i mesne prerađevine, meso peradi i jaja, pekarski proizvodi (kruh, peciva), mlijeko i mlječni proizvodi, svježe voće i povrće, bezalkoholna pića i vode, konditorski proizvodi (keksci, čokolade, bomboni i dr.) i osnovni prehrambeni proizvodi (brašno, šećer, riža, rezanci, jestiva ulja i dr.).

Pritom je AZTN komparativno analizirao pokazatelje marži za 2022. godinu u odnosu na 2021. te pokazatelje marži u razdoblju lipanj 2023. (posljednjem razdoblju u odnosu na vrijeme zaprimanja odgovora iz upitnika anketiranih trgovaca na malo) u odnosu na kraj 2022. godine.

Rezultati istraživanja pokazuju kako su prosječne marže za prehrambene proizvode u 2022. godini i u razdoblju lipanj 2023. najviše u kategoriji pekarskih proizvoda i konditorskih proizvoda, a relativno su visoke i u kategoriji svježeg voća i povrća.

Kada se uspoređuju prosječne marže u 2022. u odnosu na 2021. godinu, od osam promatranih kategorija roba, u sedam kategorija bilježi se neznatan rast prosječnih marži, dok se u kategoriji osnovnih prehrambenih proizvoda bilježi blago smanjenje prosječne marže.

Međutim, iz recentnijih pokazatelja marži za razdoblje lipanj 2023. u odnosu na pokazatelje iz 2022. godine, proizlazi zaključak o smanjenju prosječnih marži u šest promatranih kategorija roba (meso peradi i jaja, pekarski proizvodi, mlijeko i mlječni proizvodi, svježe voće i povrće, bezalkoholna pića i vode te osnovni prehrambeni proizvodi), dok su u dvije kategorije roba (meso i mesne prerađevine, konditorski proizvodi) prosječne marže u bitnome jednake kao u 2022. godini.

Opreza radi, navodi se kako su određeni prehrambeni proizvodi, a koji su ovdje i u promatranim kategorijama roba od strane AZTN-a, obuhvaćeni Odlukom o izravnim mjerama kontrole cijena određenih prehrambenih proizvoda („Narodne novine“, br. 104/22., 5/23., 31/23. i 37/23.).

### **Vlasničke i ostale promjene u 2022. godini**

Dinamičnost tržišta maloprodaje očitovala se i kroz promjene koje su se događale u grupacijama poduzetnika u koje su trgovci ulazili prethodnih godina bilo kroz model kapitalne povezanosti bilo kroz suradnju (pridruženo članstvo) s ciljem povećanja tržišne snage odnosno pregovaračke pozicije prema dobavljačima te jačanja prepoznatljivosti na tržištu.

Unutar grupacije NTL jedna pridružena članica, trgovac Trgostil je u rujnu 2022. godine brisan iz sudskega registra kao samostalni subjekt te time grupacija NTL bilježi promjene u posljednjih

desetak godina u odnosu na prvotni oblik. Trgostil je pripojen Trgovini Krk, i riječ je o transakciji unutar grupe Čakovečki mlinovi, kako je već ranije opisano u tekstu.

Ultragros grupacija bilježi tri članice manje jer su tijekom drugog polugodišta 2022. iz članstva Ultra gros d.o.o. brisani Lonia Trgovina, Pemo te Duravit.

U promatranoj 2022. godini bilježi se pet vlasničkih promjena na tržištu trgovine na malo mješovitom robom. Radi se o preuzimanjima Studenca i to dubrovačkog Peme i Lonia trgovine, kao i preuzimanjima dva manja regionalna odnosno lokalna trgovca (Duravit, Kordun), sve u prvom polugodištu 2022. godine. Studenac je krajem 2022. bilježi još jedno manje preuzimanje, i to jednog manjeg trgovca na malo (Toni marketi, Princeza Korina d.o.o.) u Splitsko-dalmatinskoj županiji, čime je dodatno ojačana pozicija Studenca i povezanih poduzetnika.

U promatranoj 2022. bilježe se uzimanja u zakup manjeg broja prodajnih mjesta, ali od malih trgovaca obrtnika ili malih lokalnih trgovaca.

Tijekom 2023. godine bilježe se daljnja preuzimanja, prije svega od strane Studenca i to trgovaca Špar iz Bjelovara, Strahinjčice i La-vor Trade, kao i drugih preuzimanja trgovaca na malo iz uzorka AZTN-a (NTL d.o.o. i dio poslovanja TP Varaždin d.o.o.), a što će biti predmet istraživanja i prikazano u narednom redovitom istraživanju AZTN-a koje će se odnositi na 2023. godinu.