

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

listopad 2022.

Prikaz tržišta trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo u Republici Hrvatskoj u 2021. godini

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (AZTN) provela je istraživanje tržišta trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo u Republici Hrvatskoj u 2021. godini

U predmetnom istraživanju trgovine na malo mješovitom robom za 2021. godinu uzorak je činilo 47 poduzetnika koji, prema ostvarenim prihodima, predstavljaju najznačajnije poduzetnike koji djeluju na tržištu trgovine na malo mješovitom robom.

Tri su trgovca manje u uzorku za 2021. u odnosu na prethodno istraživanje koje se odnosilo na 2020. godinu i to Trgonom, Bure Trgovina i Metss. Prodajna mjesta Trgonoma, kojem je odobrena predstečajna nagodba još 2015., preuzeo je u 2020. godini Mlin i pekare. Bure Trgovina d.o.o. je nakon integriranja u sustav Studenca odnosno pripajanja u svibnju 2021. godine brisana iz sudskog registra 1. listopada 2021.

Poduzetnik Metss d.o.o. je s danom 2. studenoga 2021. pripojen poduzetniku Trgovina Krk d.d. te je 14. prosinca 2021. godine brisan iz sudskog registra. Trgovina Krk d.d. je preuzela sve obveze i prava koje je imao Metss i radi se o unutargrupnoj transakciji unutar Grupe Čakovečki mlinovi. Metss je bilježio prihod u trgovini na malo mješovitom robom do 30. listopada 2021. u svojih 178 prodajnih mjesta.

Dodatno, anketirani trgovac Intercommerce d.o.o. u svom očitovanju naveo je kako za razliku od prethodnih godina nije bilježio prihod od trgovine na malo mješovitom robom, već isključivo prihod od trgovine na veliko mješovitom robom u jednom veleprodajnom objektu.

Prihodi svih trgovaca iz uzorka AZTN-a na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom u Republici Hrvatskoj u promatranoj 2021. godini iznosili su 43,4 milijardi kuna. U 2021. godini bilježi se nominalan rast prihoda u iznosu od 3,4 milijarde kuna u odnosu na prethodnu 2020. godinu, što predstavlja rast od 8,4 posto. U prethodnom istraživanju za 2020. godinu rast je u odnosu na 2019. iznosio 306 milijuna kuna, odnosno 0,8 posto.

U 2021. godini zbirno se bilježi 4.825 prodajnih mjesta svih trgovaca iz uzorka AZTN-a te je zabilježen rast ukupnog broja prodajnih mjesta i to 118 prodajnih mjesta više u odnosu na prethodnu 2020. godinu, što predstavlja rast od 2,5 posto (u 2020. rast ukupnog broja prodajnih mjesta iznosio je 0,3 posto).

Ukupna neto prodajna površina svih prodajnih mjesta anketiranih poduzetnika u 2021. godini iznosila je 1,5 milijuna kvadratnih metara te se bilježi rast neto prodajne površine u iznosu od 68.500 kvadratnih metara u odnosu na prethodnu 2020. godinu, odnosno rast od 4,8 posto. Ujedno se bilježi promjena trenda jer se u prethodnoj 2020. godini bilježilo smanjenje ukupne neto prodajne površine u iznosu od jedan posto.

Najveći trgovac na malo mješovitom robom u 2021. godini je Konzum plus. Tržišni udio Konzuma plus u promatranj 2021. iznosio je 20-30 posto i bilježi neznatan pad tržišnog udjela u odnosu na 2020. godinu, pri čemu treba naglasiti da bilježi nominalni rast prihoda u 2021. godini.

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 i to iz razloga što su isti izvedeni iz dostavljenih podataka koji su od samih poduzetnika naznačeni kao poslovna tajna.

U 2021. godini Konzum plus bilježi 620 prodajnih mjesta (608 u prethodnoj 2020. godini). Nakon dužeg razdoblja Konzum plus bilježi jedno preuzimanje u listopadu 2021., a riječ je o poduzetniku Miracolo s 13 prodajnih mjesta manjeg formata u Istarskoj županiji.

Nadalje, bilježi se nastavak trenda rasta prihoda od trgovine na malo mješovitom robom članica Schwarz Grupe. Lidl u 2021. godini bilježi rast prihoda, dok mu je tržišni udio u promatranj 2021. 10-20 posto.

Druga članica Schwarz grupe, trgovac Kaufland, također bilježi rast prihoda uz tržišni udio u od 5-10 posto. Zbirno, obje članice Schwarz grupe u 2021. godini bilježe stabilan tržišni udio od 20-30 posto.

U promatranj 2021. godini ukupno 38 poduzetnika bilježi rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u odnosu na prethodnu 2020. kada ih je bilo 30, dok devet trgovaca bilježe pad prihoda (u prošlogodišnjem istraživanju za 2020. godinu bio je ukupno 21 poduzetnik koji su bilježili pad prihoda).

Promatrano po iznosu nominalnog rasta prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u 2021. godini, promatrano od višeg ka nižem rastu prihoda u trgovini na malo mješovitom robom sljedeći su poduzetnici: Plodine, jednako kao u 2020. godini, zatim Konzum plus, Lidl, Trgovina Krk, Tommy, Kaufland, Spar, Studenac, Eurospin te Ribola.

To je poredak prvih deset trgovaca promatrano prema kriteriju nominalnog rasta prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u 2021. godini u usporedbi s 2020. godinom.

Top 10 najvećih trgovaca

Top 10 najvećih trgovaca na malo mješovitom robom u 2021. godini prema ostvarenom prihodu u trgovini na malo mješovitom robom u Republici Hrvatskoj prikazani su u tablici 1.

Tablica 1. "TOP 10" najvećih trgovaca 2021.

Poduzetnik	Tržišni udio u 2021.
1. Konzum plus	20 – 30 %
2. Lidl	10 – 20 %
3. Plodine	10 – 20 %
4. Kaufland	5 – 10%
5. Spar	5 – 10 %
6. Tommy	5 – 10 %
7. Studenac	5 – 10 %
8. K.T.C.	< 5 %
9. NTL	< 5 %
10. Mlin i pekare	< 5 %
Prvih 10 trgovaca:	83,5 %
Ostali 41 trgovac zbirno:	16,5 %

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

Promjenu u 2021. godini u odnosu na 2020. predstavlja činjenica da je Mlin i pekare na 10. poziciji prestigao Lonia trgovinu.

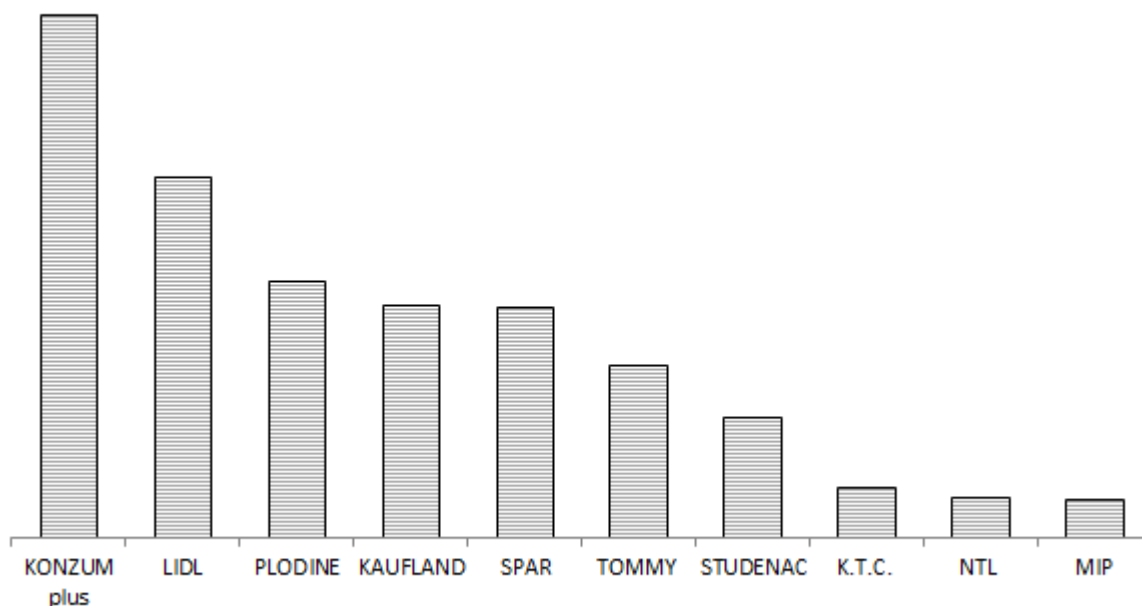
Rast prihoda pojedinog trgovca na malo kod većine promatranih trgovaca na malo jače je izražen u odnosu na 2020. godinu.

Dvoznamenkasti rast prihoda u trgovini na malo u 2021. godini unutar top 10 najvećih trgovaca na malo bilježe Plodine, Tommy i Studenac, dok preostalih šest bilježi jednoznamenkasti rast prihoda.

Plodine na nacionalnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom bilježe tržišni udio veći od 10 posto, kao što je zadnji put zabilježeno u 2017. godini, dok su u prethodnoj 2020. godini imale tržišni udio 5 do 10 posto.

Studenac uz organski rast u postojećim prodajnim mjestima bilježi rast prihoda i iz razloga što je nakon preuzimanja 80-tak prodajnih mjesta Sonik Trgovine u 2020. godini preuzeo i 29 prodajnih mjesta Bure Trgovine u drugoj polovici promatrane 2021. godine. Prvi put bilježi tržišni udio veći od 5 posto na nacionalnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom.

Slika 1. Grafički prikaz odnosa tržišnih udjela "TOP 10" najvećih trgovaca u 2021.



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

Regionalni i/ili lokalni trgovci na malo mješovitom robom:

U promatranj 2021. rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom bilježi većina regionalnih i/ili lokalnih trgovaca i to Mlin i pekare, Lonia Trgovina, Trgovina Krk, Boso, Ribola, Slavonija Bošković, Jadranka Trgovina i Pemo.

Jedan od značajnijih regionalnih i/ili lokalnih trgovaca je Studenac koji u posljednje vrijeme ima značajne pokazatelje promatrano i na nacionalnom tržištu Republike Hrvatske, kao i Mlin i pekare. Studenac je zabilježio više preuzimanja drugih trgovaca u posljednje tri godine (poslovna jedinica branda „Istarski supermarketi“ preuzet u proljeće 2019. godine, zatim Sonik Trgovina u 2020. te Bure Trgovina u 2021. godini).

Studenac je u 2021. godini djelatnost maloprodaje mješovite robe obavljao na ukupno 696 prodajnih mjesta i ujedno je trgovac s najvećim brojem prodajnih mjesta koja su u većini manjeg 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. Od tog broja, bilježi 12 supermarketa.

Ribola, Slavonija-Bošković, Decentia, Jadranka Trgovina, La-vor Trade, Robin, Vrutak, Lorenzo Pag, Dergez te još tri manja regionalna i/ili lokalna trgovca na malo bilježe dvoznamenkaste stope rasta prihoda, dok ostali regionalni trgovci bilježe stabilan jednoznamenkasti rast prihoda, primjerice Mlin i pekare, Boso, Trgocentar Zabok, Bakmaz, Djelo Unešić i Strahinjčica.

Trgovina Krk i Eurospin bilježe troznamenkaste stope rasta, no tako značajan rast prihoda Trgovine Krk u velikoj je mjeri posljedica pripajanja Metssa, također članice Grupe Čakovečki mlinovi. Eurospin značajan postotni rast temelji na činjenici da je u 2021. godini imao 17 prodajnih mjesta, dok je u 2020. godini imao 10 prodajnih mjesta odnosno tek je 13. kolovoza 2020. godine otvorio prvo prodajno mjesto, a 2021. godina je prva cijela kalendarska godina u kojoj je obavljao djelatnost maloprodaje. Osam regionalnih i/ili lokalnih trgovaca na malo bilježe negativan trend, odnosno pad prihoda.

Smanjenje asimetrije i blagi rast koncentriranosti tržišta

Na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom u 2021. bilježi se daljnje smanjenje asimetrije, odnosno razlike između lidera na tržištu, Konzuma plus i drugog trgovca na malo Lidla, promatrano kroz tržišne udjele navedenih trgovaca na malo.

U 2021. bilježi se blaga promjena koncentriranosti tržišta temeljem pokazatelja koncentriranosti CR₁₀, odnosno ostvarenih udjela prvih deset trgovaca na malo mješovitom robom, koji u promatranoj 2021. godini iznosi 83,5, dok je u prethodnoj 2020. godini iznosio 83,4.

Navedeni pokazatelj blago je rastao iako je, promatramo li pojedinačno poduzetnike, Konzum plus smanjio tržišni udio, dok su udjeli obje članice Schwarz grupe stabilni. Bilježi se jačanje tržišnog udjela Plodina, Tommya i Studenca.

Ako se promatra prvih pet trgovaca na malo, rezultati istraživanja pokazuju kako pokazatelj koncentriranosti CR₅ u 2021. godini iznosi 66,2 i bilježi neznatan rast u odnosu na prethodnu 2020. godinu kada je isti pokazatelj iznosio 66,1. Prvih pet poduzetnika drži nešto manje od dvije trećine ukupnog tržišta maloprodaje mješovitom robom, a prvih deset poduzetnika nešto više od četiri petine ukupnog tržišta.

Herfindahl-Hirschmanov indeks (HH indeks) u promatranoj 2021. godini iznosi 1.366, što upućuje na zaključak o umjereno koncentriranom tržištu. U prethodnoj 2020. godini HH indeks iznosio je 1.371 iz čega proizlazi zaključak o blagom padu HH indeksa.

Promatrajući pokazatelje koncentriranosti na nacionalnoj razini, može se zaključiti kako je tržište trgovine na malo mješovitom robom umjereno koncentrirano.

Pregled tržišta po županijama i Gradu Zagrebu

Najveći broj trgovaca na malo mješovitom robom iz uzorka AZTN-a u 2021. godini je u Zagrebačkoj županiji (20), zatim u Gradu Zagrebu (19), gdje je jedan novi trgovac na malo - Studenac, u Varaždinskoj županiji (17), u Bjelovarsko-bilogorskoj i Primorsko-goranskoj (16), Koprivničko-križevačkoj (15) i Istarskoj županiji (15), gdje je jedan novi trgovac na malo - Trgovina Krk.

Najmanji broj trgovaca na malo mješovitom robom iz uzorka je u Vukovarsko-srijemskoj i Međimurskoj županiji (10) te u Ličko-senjskoj i Dubrovačko-neretvanskoj (8).

U Ličko-senjskoj županiji jedan novi trgovac na malo mješovitom robom ostvaruje prihod (Lorenzo Pag), kao i u Međimurskoj županiji (Eurospin), dok u Dubrovačko-neretvanskoj županiji prvi put prihode ostvaruju Plodine i Ribola.

Metss je s danom 2. studenoga 2021. pripojen poduzetniku Trgovina Krk d.d. koji je ujedno preuzeo sve obveze i prava koje je imao Metss, čime je prvi put ostvario učinak na području Međimurske županije i još pet kontinentalnih županija gdje je prodajna mjesta prije imao Metss.

Promatrano na razini županija i Grada Zagreba, u 2021. godini u svih 20 županija i u Gradu Zagrebu bilježi se pozitivan trend odnosno rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom. U prethodnoj 2020. godini rast prihoda bio je u 13 županija i u Gradu Zagrebu, što ukazuje na rast vrijednosti tržišta u pojedinim županijama u 2021. godini. Negativan trend u 2020. godini bilježile su županije s područja Jadranske Hrvatske.

Promjena negativnog trenda u pozitivni u županijama Jadranske Hrvatske u 2021. godini izvjesno je posljedica rasta turističkog prometa te rasta gospodarske aktivnosti i većoj turističkoj potrošnji uzrokovanog blažim epidemiološkim mjerama. Posljedično, velika većina trgovaca na malo bilježe rast prihoda u županijama koje čine regiju Jadranska Hrvatska.

Kao i godinu ranije, najveći prihodi u trgovini na malo mješovitom robom u 2021. godini ostvareni su u Gradu Zagrebu, najvažnijem lokalnom/regionalnom maloprodajnom tržištu u Republici Hrvatskoj, i to u iznosu od 7,8 milijardi kuna. Za usporedbu, u Gradu Zagrebu u prethodnoj 2021. ukupno ostvareni prihodi iznosili su 7,5 milijardi kuna. Nominalni rast prihoda koji su ostvarili svi trgovci iz uzorka u Gradu Zagrebu iznosi 338 milijuna (rast od 4,5 posto) koji je ujedno jače izražen nego u prethodnom istraživanju za 2020. godini u odnosu na 2019. kada je iznosio 290 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 2021. godini, najveći prihodi u trgovini na malo mješovitom robom u 2021. godini bilježe se u Gradu Zagrebu i na koji u ukupnoj strukturi otpada iznos od 18 posto, uz pad postotnog udjela (18,7 posto u 2020. godini) u ukupnoj strukturi. Nadalje, slijedi Splitsko-dalmatinska županija (13 posto uz rast udjela), Primorsko-goranska županija (8,8 posto uz rast udjela), Istarska županija (7,5 posto uz značajniji rast udjela jer je u 2020. iznosio 6,6 posto), Zagrebačka županija (6,6 posto uz pad udjela), Zadarska županija (6,3 posto uz rast udjela) i Osječko-baranjska županija (5,2 posto uz pad udjela).

Promjena u 2021. godini u odnosu na 2020. predstavlja podatak da je Istarska županija na četvrtoj poziciji prestigla Zagrebačku županiju po ostvarenom prihodu trgovaca na malo.

Najveći nominalni rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom koji su ostvarili trgovci iz uzorka po pojedinom regionalnom tržištu u promatranoj 2021. godini bilježi upravo Istarska županija u kojoj rast prihoda iznosi 585 milijuna kuna, odnosno 22 posto. Slijede Splitsko-dalmatinska županija u kojoj se bilježi rast prihoda od 541,4 milijuna kuna (10,7 posto), Primorsko-goranska županija u kojoj se bilježi rast prihoda u 2021. godini od 345 milijuna kuna (10 posto), Grad Zagreb s rastom prihoda od 338 milijuna kuna (4,5 posto). Zatim slijede Zadarska županija s rastom prihoda od 271 milijuna kuna, Šibensko-kninska županija s rastom prihoda od 177 milijuna kuna, Zagrebačka županija s rastom prihoda od 155 milijuna kuna, Dubrovačko-neretvanska županija s rastom prihoda od 144 milijuna kuna te Osječko-baranjska županija s rastom prihoda od 127 milijuna kuna.

Radi usporedbe, u prethodnoj 2020. godini najviši rast prihoda u trgovini na malo bilježio se u Gradu Zagrebu, zatim u Zagrebačkoj županiji te u Osječko-baranjskoj županiji.

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

Najveći prihod u trgovini na malo mješovitom robom u 2021. godini ostvaren je u Gradu Zagrebu, kako je već ranije navedeno u tekstu. U Splitsko-dalmatinskoj županiji u kojoj se bilježi drugi najveći prihod u trgovini na malo mješovitom robom u 2021. godini trgovci su zajedno ostvarili ukupan prihod od 5,6 milijarde kuna (5,1 milijardi kuna u prethodnoj 2020.).

Od 3 do 4 milijarde kuna prihoda bilježi se u Primorsko-goranskoj (3,8 milijardi kuna) i Istarskoj županiji (3,2 milijardi kuna) uz napomenu da svi anketirani trgovci na malo u Istarskoj županiji prvi put u istraživanju bilježe zbirni prihod veći od 3 milijarde kuna.

Od 2 do 3 milijarde kuna prihoda trgovci su ostvarili u još tri županije i to u Zagrebačkoj (2,9 milijarde kuna), Zadarskoj (2,8 milijarde kuna) i Osječko-baranjskoj županiji (2,2 milijarde kuna).

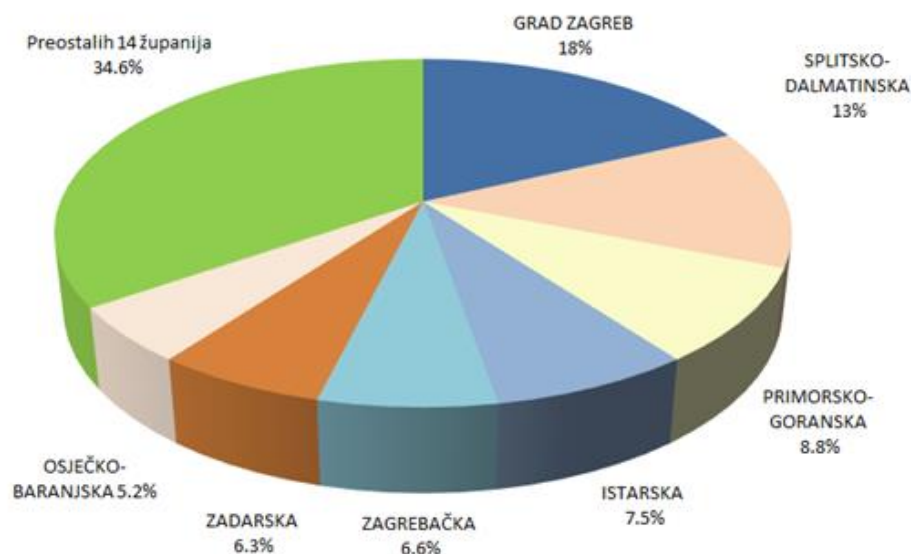
U ukupno deset županija zabilježen je prihod u iznosu od jedne do dvije milijarde kuna i to su Dubrovačko-neretvanska, Šibensko-kninska, Sisačko-moslavačka, Varaždinska, Vukovarsko-srijemska, Karlovačka, Krapinsko-zagorska i prvi put Brodsko-posavska, Međimurska i Koprivničko-križevačka županija.

U preostale četiri županije bilježi se prihod manji od jedne milijarde kuna i to su Bjelovarsko-bilogorska, Virovitičko-podravaska, Požeško-slavonska i Ličko senjska županija, koja je i nadalje jedina županija s ostvarenim prihodom manjim od 500 milijuna kuna.

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 (65,4 posto) od ukupnog prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u RH u 2021. godini, čime je nastavljen trend iz prethodnih godina. Ujedno se bilježi neznatan rast pokazatelja jer se u 2020. godini u Gradu Zagrebu i šest navedenih županija bilježio zbirno tržišni udio u strukturi u iznosu od 64,9 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 promatranj 2021. godini otpada 34,6 posto ostvarenih prihoda u trgovini na malo mješovitom robom, dok je u 2020. godini na tih 14 županija otpadalo 35,1 posto.

Slika 2. Grafički prikaz strukture ukupno ostvarenog prihoda svih trgovaca na malo u 2021. po pojedinim županijama i Gradu Zagrebu



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

Promatrajući strukturu tržišnih udjela pojedinih trgovaca na malo po županijama, rezultati istraživanja pokazali su kako Zadarska županija i nadalje bilježi izraženu simetriju između vodećih takmaca. Zatim slijedi Požeško-slavonska u kojoj se bilježe mali rasponi tržišnih udjela za prva tri trgovca na malo te Virovitičko-podravsko županija.

Promjene u redoslijedu trgovaca po županijama i gradovima

Županije i Grad Zagreb

Rezultati istraživanja pokazuju kako je u 2021. u odnosu na 2020. došlo do određenih promjena u redoslijedu trgovaca na malo mješovitom robom u pojedinoj županiji i Gradu Zagrebu kao lokalnom/regionalnom maloprodajnom tržištu.

Konzum plus je vodeći trgovac na malo u Gradu Zagrebu i šest županija (Zagrebačka, Krapinsko-zagorska, Varaždinska, Karlovačka, Ličko-senjska, Osječko-baranjska županija). Konzum plus je u pet županija na drugoj poziciji (Primorsko-goranska, Šibensko-kninska, Vukovarsko-srijemska, Dubrovačko-neretvanska i Međimurska).

U 19 županija i u Gradu Zagrebu, Konzum plus bilježi rast prihoda iz maloprodaje. Radi usporedbe, u 2020. godini u deset županija te u Gradu Zagrebu, Konzum plus bilježio je rast prihoda iz maloprodaje. Pad prihoda u trgovini na malo koji je blaže izražen bilježi samo u Koprivničko-križevačkoj županiji.

Nadalje, promatrajući prema tržišnim udjelima poduzetnika, u osam županija Konzum plus bilježi neznatan rast tržišnog udjela u promatranoj 2021. godini. Radi usporedbe, u 2020. godini u pet županija se bilježio rast tržišnog udjela Konzuma plus. Najveći rast tržišnog udjela bilježi u Virovitičko-podravskoj i Varaždinskoj županiji.

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.

Nadalje, u četiri županije Lidl je na drugoj poziciji (Zagrebačka, Varaždinska, Karlovačka, Istarska), jednako kao i u 2020. godini.

Plodine su u promatranoj 2021. godini na prvoj poziciji u matičnoj Primorsko-goranskoj županiji te u Istarskoj županiji, a na drugoj poziciji su u tri županije (Ličko-senjska, Virovitičko-podravska i Zadarska županija), isto kao u prethodnoj 2020. godini. Prvi put Plodine imaju prodajno mjesto u Dubrovačko-neretvanskoj županiji, i to od srpnja 2021. godine u Korčuli, odnosno imaju prodajna mjesta na području svih dvadeset županija i u Gradu Zagrebu.

Spar ima 125 prodajnih mjesta na području 18 županija i Grada Zagreba. Nije najveći trgovac niti u jednoj županiji, a na drugoj poziciji je u Gradu Zagrebu. Najveći broj prodajnih mjesta (53) ima u Gradu Zagrebu u kojem bilježi najveći prihod u trgovini na malo mješovitom robom. Prvi put ima prodajno mjesto u Krapinsko-zagorskoj županiji, i to u Zlataru od kraja ožujka 2021. godine.

Tommy koji ima prodajna mjesta u devet županija i Gradu Zagrebu, najviše prihoda ostvaruje u matičnoj Splitsko-dalmatinskoj županiji i to nešto više od polovice ukupnih prihoda u trgovini na malo mješovitom robom. Lider je u Splitsko-dalmatinskoj, Šibensko-kninskoj, Zadarskoj i Dubrovačko-neretvanskoj županiji. Prvi put ima prodajno mjesto u Karlovačkoj županiji, od sredine prosinca 2021. u Rakovici.

Studenac ima prodajna mjesta u sedam županija i prvi put u Gradu Zagrebu. Značajan je trgovac u Dalmaciji jer u četiri županije ima prodajna mjesta i to u matičnoj Splitsko-Dalmatinskoj, Dubrovačko-neretvanskoj, Šibensko-kninskoj te u Zadarskoj županiji. I nadalje je na drugoj poziciji u Splitsko-dalmatinskoj županiji, u kojoj ostvaruje nešto manje od polovice prihoda od trgovine na malo mješovitom robom. U Dubrovačko-neretvanskoj županiji je na trećoj poziciji. Preuzimanjem Bure Trgovine i njegovih 29 prodajnih mjesta u lipnju 2021. godine nastavio je širenje na području Zadarske županije u kojoj bilježi pomak sa četvrte na treću poziciju, prestigavši Konzum plus. Studenac prodajna mjesta ima i u Istarskoj (129 prodajno mjesto), Primorsko-goranskoj županiji (27 prodajnih mjesta) i tri prodajna mjesta u Ličko-senjskoj županiji.

K.T.C. je najveći trgovac u Virovitičko-podravskoj županiji, dok je Mlin i pekare i nadalje tržišni lider u Sisačko-moslavačkoj županiji.

Od regionalnih trgovaca na malo mješovitom robom, Boso je u promatranoj 2021. godini i dalje lider u Vukovarsko-srijemskoj županiji. Trgovina Krk je temeljem pripajanja čakovečkog Metssa postao najveći trgovac na malo mješovitom robom u Međimurskoj županiji.

Spar Bjelovar je i nadalje drugi trgovac na malo u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji. Robin koji bilježi rast prihoda ostao je na trećoj poziciji u Koprivničko-križevačkoj županiji, kao i Gavranović u Karlovačkoj županiji.

Gradovi Split, Rijeka, Osijek

U Splitu je u 2021. godini zabilježen rast prihoda u trgovini na malo jer su svi trgovci na malo iz uzorka ostvarili nešto manje od 2 milijardi kuna prihoda, dok su u prethodnoj 2020. ostvarili 1,8 milijardi kuna prihoda. Tommy je zadržao prvu poziciju, uz stabilan tržišni udio. Tržišni udio Tommya iznosi 20-30 posto. Na drugoj poziciji bilježi se promjena jer je Lidl prestigao Konzum plus. Lidl i Konzum plus bilježe tržišni udio 10-20 posto.

Tommy bilježi tri prodajna mjesta više, dok Lidl, Konzum plus i Studenac bilježe nepromijenjeni broj prodajnih mjesta u Splitu.

U Splitu se bilježi pet prodajnih mjesta više i 1.240 kvadratnih metara više neto prodajne površine u odnosu na prethodnu 2020. godinu. Asimetrija između prvog (Tommy) i drugog trgovca na malo (Lidl) je značajna.

U Rijeci se bilježi stabilan prihod u trgovini na malo jer su u promatranj 2021. godini svi trgovci na malo iz uzorka ostvarili oko 1,3 milijardi kuna prihoda, otprilike jednako kao u prethodnoj 2020. godini. Bilježi se jedno prodajno mjesto više, ali ujedno i 3.100 manje neto prodajne površine.

Plodine su i nadalje tržišni lider u trgovini na malo mješovitom robom u Rijeci i bilježe stabilan tržišni udio koji iznosi 20–30 posto. Spar je ostao na drugoj poziciji ispred Lidla te bilježi rast tržišnog udjela 20–30 posto. Lidl bilježi tržišni udio koji iznosi 10–20 posto, a Konzum plus također bilježi pozitivan trend rasta tržišnog udjela uz neznatan rast prihoda i prestigao je Kaufland na četvrtoj poziciji.

Plodine bilježe jedno prodajno mjesto više tipa supermarket, a Studenac tri prodajna mjesta više u Rijeci. Asimetrija između prvog (Plodine) i drugog trgovca (Spar) je relativno značajna, no smanjena je u odnosu na 2020. godinu. Asimetrija u Rijeci između prvog i drugog trgovca na malo manje je izražena nego u Splitu i Osijeku.

U Osijeku se bilježi blagi rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom, jer su u promatranj 2021. godini svi trgovci na malo mješovitom robom iz uzorka ostvarili 966 milijuna kuna prihoda, dok su u prethodnoj 2020. ostvarili 913 milijuna kuna prihoda. Konzum plus i nadalje je najveći trgovac na malo mješovitom robom u Osijeku. Tržišni udio Konzuma plus iznosi 20-30 posto. Spar je ostao na drugoj poziciji ispred Lidla. Spar i Lidl bilježe tržišni udio 10– 0 posto.

U Osijeku su četiri prodajna mjesta više u promatranj 2021. godini u odnosu na prethodnu 2020. godinu. Spar, NTL i Slavonija-Bošković bilježe po jedno prodajno mjesto više, dok Eurospin prvi put ima jedno prodajno mjesto u Osijeku. Asimetrija između prvog (Konzum plus) i drugog trgovca na malo (Spar) je značajna, no ujedno i značajnije smanjena u odnosu na 2020. godinu.

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

Schwarz grupa – Lidl i Kaufland u 2021. godini bilježe tržišni udio u iznosu 20 - 30 posto. Lidl je imao 105 prodajnih mjesta, sva su velikog formata tipa supermarketi i bilježi tri prodajna mjesta više u odnosu na prethodnu 2020. godinu. Kaufland je imao 43 prodajnih mjesta, sva su velikog formata tipa hipermarketi i supermarketi i također bilježi tri prodajna mjesta više u odnosu na prethodnu 2020. 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 istraživanja bio je na Konzum plus. Tržišni udio Konzuma plus u 2021. iznosi 20-30 posto. Prodajna mjesta su manjeg (male prodavaonice i samoposluge) i velikog formata (supermarketi i hipermarketi), a najviše ima prodajnih mjesta tipa samoposluga. U 2021. godini Konzum plus bilježi 620 prodajnih mjesta.

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. Konzum plus u okviru Velpro ima projekt Plus marketi i riječ je o dugogodišnjim partnerskim odnosima u okviru kojih VELPRO pomaže unaprijediti poslovanje malih trgovaca okupljenih pod ovim brendom.

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. U odnosu na prethodno razdoblje došlo je do promjene u članstvu NTL-a. Naime, Metss je 2. studenoga 2021. pripojen Trgovini Krk i više nema poslovni udio u Narodnom trgovačkom lancu d.o.o. Tako je imatelj poslovnog udjela od 25 posto u temeljnom kapitalu NTL d.o.o. postao poduzetnik Trgovina Krk. Nadalje, 14. prosinca 2021. godina Metss je brisan iz sudskog registra te je Trgovina Krk preuzela sve obveze i prava koje je imao Metss.

Oba navedena poduzetnika su bila (Metss) ili jesu (Trgovina Krk) članice Grupe Čakovečki mlinovi, uz trećeg poduzetnika-trgovca na malo Trgostil iz Donje Stubice, koji je ujedno podčlanica NTL-a. NTL svoje usluge posredovanja, odnosno zastupanja pri ugovaranju nabave roba pruža od 2020. godine i poduzetnicima – partnerima, Dergez i Robin.

NTL bilježi neznan rast zbirnog prihoda članica u 2021. godini uz tržišni udio 5-10 posto. U promatranj 2021. godini imao je 1.175 prodajnih mjesta, dok je 1.100 prodajnih mjesta imao u 2020. godini. Studenac d.o.o. je istupio iz članstva u NTL-u 29. prosinca 2020. odnosno od tog datuma nema poslovni udio u Narodnom trgovačkom lancu d.o.o.

Ultragros grupacija je najbrojnija grupacija trgovaca na malo mješovitom robom po broju članica (26 članica na kraju 2021. godine, uključujući i matični Ultragros d.o.o. koji nema maloprodajna mjesta) i po broju prodajnih mjesta, njih 1.473. Od 26 članica, njih četiri nema vlasnički udio u temeljnom kapitalu matičnog društva Ultragros d.o.o. i to su Mali Palit, Lorenc, Patričar i Bure d.o.o. (isključivo veleprodaja). Decentia i Slavonija Bošković uključeni su u grupaciju kao punopravne članice u travnju 2021. potpisivanjem Ugovora o prijenosu udjela. Prije toga datuma bile su pridružene članice. U odnosu na 2020. godinu ima jednu članicu manje i riječ je o Trgonomu koji je brisan iz članstva Ultragros d.o.o. 14. kolovoza 2020. godine. Jedan od osnivača Ultragrosa, Mlin i pekare je od ožujka 2020. uzeo u zakup veći broj prodajnih mjesta Trgonoma. Ultragros grupacija bilježi neznan rast prihoda u 2021. uz tržišni udio 10 - 20 posto.

Supermarketi i dalje dominantan tip prodajnog mjesta

Rezultati istraživanja pokazali su kako je najveći nominalni rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u promatranj 2021. godini u odnosu na prethodnu 2020. i to u iznosu od 2,2 milijarde kuna zabilježen u supermarketima. Za usporedbu, u prethodnoj 2020. godini u odnosu na 2019. najveći nominalni rast je zabilježen u malim prodavaonicama (prodavaonice „u susjedstvu“) u iznosu nešto manjem od 227 milijuna kuna.

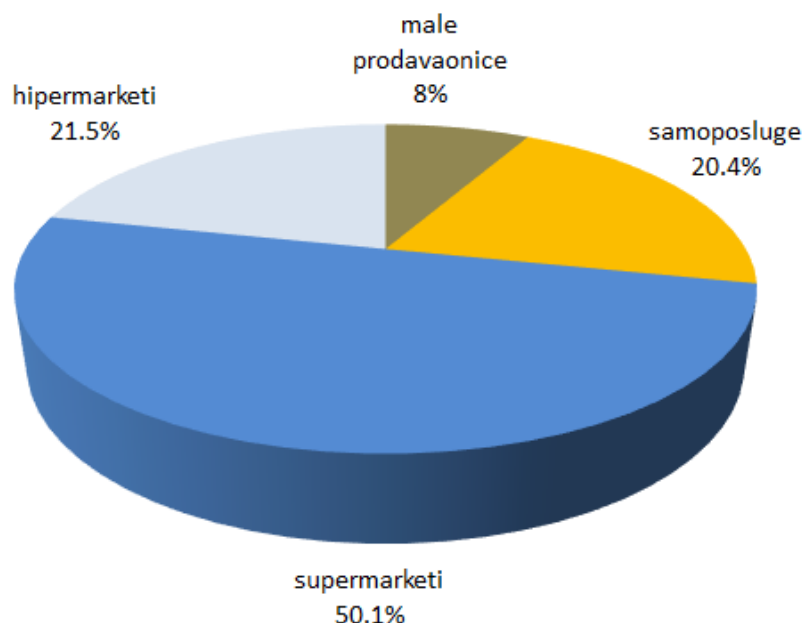
Za razliku od prošlogodišnjeg istraživanja za 2020. godinu kada se bilježio rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u dva tipa prodajnog mjesta u odnosu na prethodnu 2019. godinu, i to u malim prodavaonicama za sedam posto te u hipermarketima za dva posto, u promatranj 2021. godini zabilježen je rast prihoda u sva četiri tipa prodajnog mjesta u odnosu na prethodnu 2020. godinu. Najviši rast prihoda bilježi se u supermarketima u iznosu od 11,4 posto, dok je najmanji rast prihoda u malim prodavaonicama (jedan posto). U samoposlugama se bilježi rast ostvarenih prihoda od 6,9 posto, a u hipermarketima u iznosu od 6,3 posto.

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 2021. godini u trgovini na malo mješovitom robom izrazito dominira kupovina u hipermarketima i supermarketima jer je više od dvije trećine, odnosno 72 posto ukupnog prihoda u trgovini na malo mješovitom robom ostvareno u istima, i to u supermarketima 50 posto, a u hipermarketima 22 posto od ukupno ostvarenog prihoda trgovaca.

Bilježi se i blaga promjena u strukturi prihoda prema pojedinom tipu prodajnog mjesta u odnosu na prethodnu 2020. jer se u supermarketima bilježi rast udjela u ukupnoj strukturi s 48,7 posto u 2020. na 50,1 posto u 2021. godini.

Smanjio se udio malih prodavaonica u ukupnoj strukturi, odnosno bilježi se pad udjela malih prodavaonica u ukupnoj strukturi s 8,6 posto u 2020. godini na 8 posto u promatranj 2021. godini (isto kao što je bilo u 2019.). Također, bilježi se pad udjela samoposluga s 20,7 posto u 2020. godini na 20,4 posto u 2021. godini i hipermarketa s 22 posto na 21,5 posto u ukupnoj strukturi prihoda prema broju prodajnih mjesta.

Slika 3. Struktura tržišta trgovine na malo mješovitom robom u RH u 2021. prema ostvarenim prihodima u pojedinom tipu prodajnog mjesta



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

Ako se promatra četverogodišnje vremensko razdoblje od 2018. do 2021. godine prema ostvarenim prihodima u trgovini na malo mješovitom robom, bilježi se relativno stabilna struktura mjerodavnog tržišta promatrano po pojedinom tipu prodajnog mjesta u tom razdoblju, uz napomenu da se u promatranom četverogodišnjem razdoblju bilježe manje oscilacije udjela pojedinog tipa prodajnog mjesta.

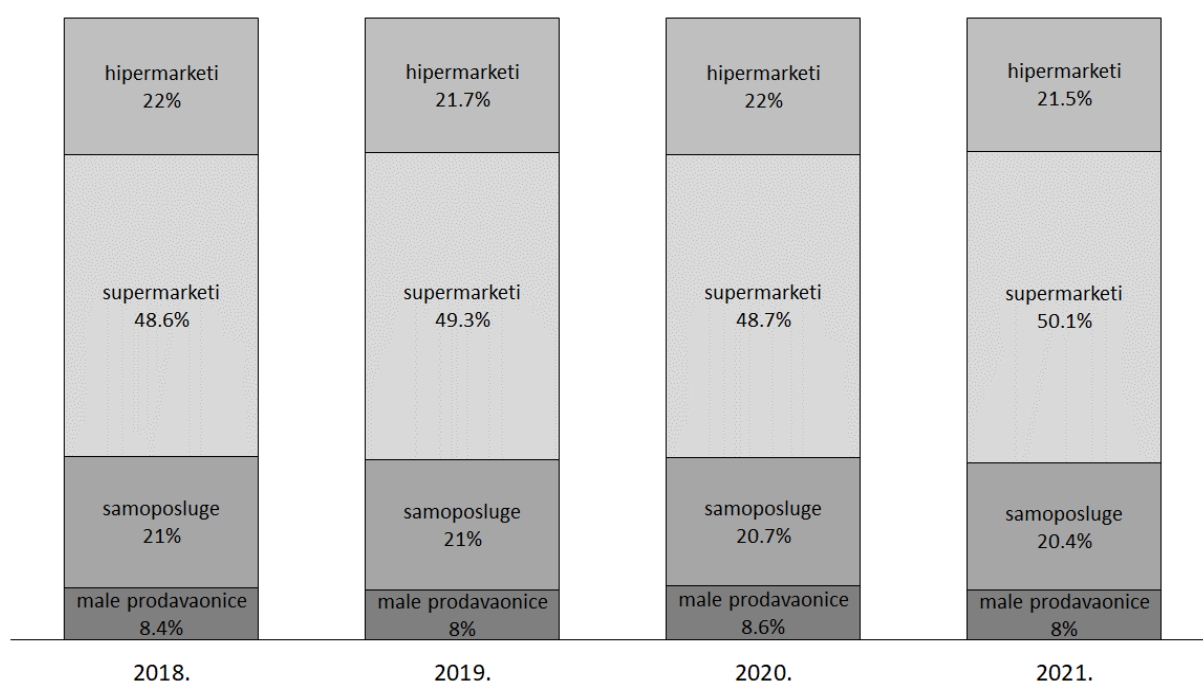
Udio malih prodavaonica se u promatranj 2021. godini vratio na istu vrijednost udjela kao u 2019. godini odnosno na 8 posto, uz smanjenje udjela u ukupnoj strukturi ostvarenog prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u 2021. godini u odnosu na 2020. godinu, kada je udio malih prodavaonica iznosio 8,6 posto.

Samoposluge bilježe relativno stabilan udio - oko 21 posto u 2018. godini do 2020. godine, (20,7 posto), dok u promatranj 2021. godini bilježe pad jer je udio samoposluga pao na 20,4 posto u ukupnoj strukturi mjerodavnog tržišta prema ostvarenim prihodima u trgovini na malo mješovitom robom.

Supermarketi u četverogodišnjem razdoblju bilježe rast udjela u strukturi za 1,5 postotna boda jer je udio supermarketa u 2018. iznosio 48,6 posto, dok u promatranj 2021. godini iznosi 50,1 posto u ukupnoj strukturi.

Udio prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u hipermarketima smanjen je s 22 posto u 2018. godini na 21,5 posto u promatranj 2021. godini.

Slika 4. Struktura tržišta trgovine na malo u RH u razdoblju od 2018. do 2021. godine prema ostvarenim prihodima u pojedinom tipu prodajnog mjesta



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

Određeni pokazatelji rasta prihoda u supermarketima kod trgovaca na malo koji su značajni trgovci u županijama regije Jadranska Hrvatska, primjerice Tommy, Studenac te Plodine, izvjesno je i posljedica rasta turističkog prometa i potrošnje u 2021. godini u odnosu na prethodnu 2020. godinu.

Jače izražen rast prihoda u supermarketima može biti i posljedica promjena u navikama potrošača, odnosno vraćanju „na stare navike“ potrošača nakon djelomičnog zatvaranja i epidemioloških mjera koje su bile na snazi pa se potrošači vraćaju navikama većih kupnji roba u supermarketima i hipermarketima kao tipovima prodajnih mjesta s većom ponudom i izborom roba što je rezultiralo i većim prihodom, iako treba napomenuti kako sama korelacija rasta prihoda i rasta prodanih količina roba nije bila predmet istraživanja pa je moguć i efekt inflacije na pokazatelje rasta prihoda. Ali on u strukturi predstavlja neutralnu varijablu jer se jednako promatra prihod u istom vremenskom razdoblju na sve tipove prodajnih mjesta. Istovremeno, u promatranoj 2021. bilježi se isti postotni pokazatelj ostvarenih prihoda u malim prodavaonicama kao što je bio u 2019. odnosno 8 posto prihoda ostvareno je u malim prodavaonicama, dok je u prethodnoj 2020. godini isti pokazatelj iznosio 8,6 posto.

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, 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 mjesta

U promatranoj 2021. bilježi se ukupno 4.825 prodajnih mjesta, dok je u prethodnoj 2020. bilo 4.707 prodajnih mjesta. Promatrajući sve prodajne formate, u 2021. godini bilo je raspoloživo 118 prodajnih mjesta više u odnosu na 2020. Broj malih prodavaonica ostao je nepromijenjen, dok se bilježi rast broja preostala tri prodajna mjesta, odnosno samoposluga, supermarketa i hipermarketa.

Ujedno se bilježi povećanje broja svih prodajnih mjesta u promatranoj 2021. godini za 2,5 posto u odnosu na 2020., dok se u prethodnoj 2020. godini bilježio slabije izražen rast broja svih prodajnih mjesta od 0,3 posto u odnosu na 2019., odnosno bilo je samo 14 prodajnih mjesta više.

Promatrano prema kriteriju broja prodajnih mjesta, u ukupnom broju prodajnih mjesta prema tipu u 2021. godini najviše je, kao i prethodne 2020. bilo samoposluga (2.105 prodajnih mjesta, odnosno nešto manje od 44 posto), zatim slijede male prodavaonice (1.815 prodajnih mjesta, odnosno 37 posto), supermarketi (758 prodajnih mjesta, odnosno 16 posto) te hipermarketi (147 prodajno mjesto, odnosno tri posto).

Radi usporedbe, u prethodnoj 2020. godini bilježilo se ukupno 2.045 samoposluga, 1.815 malih prodavaonica (isto kao u promatranoj 2021. godini), 706 supermarketa te 141 hipermarket.

Najveći rast broja prodajnih mjesta u promatranoj 2021. godini bilježe samoposluge kojih je 60 više, zatim supermarketi kojih je 52 više te hipermarketa kojih je 6 više u odnosu na 2020. godinu. Broj malih prodavaonica je nepromijenjen.

Neto prodajna površina

Ukupna raspoloživa neto prodajna površina u svim prodajnim mjestima anketiranih poduzetnika u 2021. godini iznosila je 1,5 milijuna kvadratnih metara. Promatrajući sve prodajne formate, rast ukupne neto prodajne površine u promatranoj 2021. godini iznosi 4,8 posto u usporedbi s prethodnom 2020., odnosno bilo je raspoloživo 68.500 više kvadratnih metara neto prodajne površine. Ujedno se bilježi suprotan trend jer se u 2020. godini bilježilo blago smanjenje ukupne neto prodajne površine za 14.500 kvadratnih metara u odnosu na 2019. godinu, odnosno za jedan posto.

U promatranoj 2021. godini najveći udio u strukturi ukupne neto prodajne površine imaju i nadalje supermarketi koji čine nešto manje od 48 posto od ukupne neto prodajne površine. Slijede hipermarketi s udjelom nešto manje 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 22 posto. Najmanje od ukupne neto prodajne površine otpada na male prodavaonice s udjelom nešto više od sedam posto.

Najviše povećanje neto prodajne površine u 2021. godini u odnosu na 2020. bilježi se, kao i kod prihoda u trgovini na malo mješovitom robom, u supermarketima u kojima je rast prodajne površine od 47.000 kvadratnih metara, što predstavlja rast od sedam posto.

Samoposluge također bilježe rast neto prodajne površine od 3,6 posto i bilo je raspoloživo 11.500 kvadratnih metara više u samoposlugama, kao i hipermarketi koji bilježe rast neto prodajne površine u iznosu od 2,5 posto u kojima je bilo raspoloživo nešto više od 8.500 kvadratnih metara više.

Najmanji rast neto prodajne površine bilježe male prodavaonice od 1,4 posto i bilo je raspoloživo nešto više od 1.500 kvadratnih metara više, i isto je u određenoj korelaciji s rastom prihoda u tom tipu prodajnog mjesta (rast od 0,6 posto).

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

Promatramo li zbirno pokazatelje (prihod u trgovini na malo mješovitom robom, broj prodajnih mjesta, neto prodajna površina) za sva četiri tipa prodajnih mjesta, rezultati istraživanja pokazali su da je prihod u trgovini na malo mješovitom robom svih trgovaca na malo iz uzorka AZTN-a rastao po većoj stopi (8,4 posto) od rasta broja prodajnih mjesta (2,5 posto) i rasta neto prodajne površine (4,8 posto).

Ako se promatraju stope rasta prema navedenim trima pokazateljima (prihod, broj prodajnih mjesta, neto prodajna površina) po pojedinom tipu prodajnog mjesta, zaključuje se kako su supermarketi u promatranoj 2021. godini bilježili jače izražen rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom (11,4 posto) u odnosu na rast neto prodajne površine (7 posto), kao i rasta broja prodajnih mjesta (7,3 posto) za taj tip prodajnog mjesta.

Jednako vrijedi i za hipermarkete, kod koji se bilježi jače izražen rast prihoda (6,3 posto) u odnosu na rast neto prodajne površine (2,5 posto) i rasta broja prodajnih mjesta (4,3 posto) za taj tip prodajnog mjesta.

Za male prodavaonice rezultati istraživanja pokazali su kako se u promatranj 2021. godini bilježi manje izražen rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom (0,6 posto) od stope rasta neto prodajne površine (1,4 posto), uz nepromijenjen broj prodajnih mjesta. Za samoposluge se bilježi jače izražen rast prihoda (6,9 posto) u odnosu na rast neto prodajne površine (3,6 posto) i rast broja prodajnih mjesta (2,9 posto).

Navedeni pokazatelji mogu biti posljedica efikasnijeg upravljanja prodajom kroz povećanu prodaju u pojedinim prodajnim mjestima ili utjecajem inflacije koja je u 2021. godini bilježila izraženije stope u odnosu na ranije godine.

Online prodaja i programi vjernosti trgovaca na malo

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 i pretežiti iznos online prodaje u 2021. godini odnosi se na Konzum plus.

Program vjernosti (lojalnosti) primjenjuje 16 trgovaca. Dva su trgovca više koja su počeli primjenjivati program vjernosti i to su Lidl i Tommy (krajem 2021. godine). Najveći broj članova u pojedinom programu vjernosti u 2021. godini bilježi Konzum plus, a slijedi ga Kaufland. Dva trgovca na malo su navela da imaju promotivnu suradnju s partnerom - dobavljačem koji povremeno primjenjuje program skupljanja markica/naljepnica za određeni iznos kupnje u kunama koji omogućuje popust pri kupnji proizvoda tog istog dobavljača (radi se o neprehrambenim proizvodima).

Također, dva anketirana trgovca na malo program vjernosti ostvaruju putem Hatch! Kartice, Jadranka Trgovina i La-vor Trade. Riječ je o programu vjernosti Hatch! Partner platformi.

Trgovačke marže

AZTN je istraživanje tržišta trgovine na malo u RH za 2021. godinu dodatno proširio u odnosu na novo područje od interesa AZTN-a, a riječ je o maržama trgovaca po pojedinim kategorijama roba. Za ovo istraživanje AZTN je odabrao osam kategorija roba: meso i mesne prerađevine, meso peradi i jaja, pekarski proizvodi (kruh, peciva), mlijeko i mliječni proizvodi, svježe voće i povrće, bezalkoholna pića i vode, konditorski proizvodi (keksi, čokolade, bomboni i dr.) i osnovni prehrambeni proizvodi (brašno, šećer, riža, rezanci, jestiva ulja i dr.).

Pritom su promatrani pokazatelji za 2021. godinu te pokazatelji u razdoblju svibanj/lipanj 2022., odnosno posljednjem mjesečnom razdoblju u odnosu na vrijeme slanja upitnika trgovcima.

Rezultati istraživanja pokazuju kako su prosječne marže za prehrambene proizvode u 2021. godini i u razdoblju svibanj/lipanj 2022. najviše u kategoriji pekarski proizvodi i konditorski proizvodi, a relativno su visoke i u kategoriji svježeg voća i povrća te osnovnih prehrambenih proizvoda (brašno, šećer, riža, rezanci, jestiva ulja i dr.).

Od osam promatranih kategorija roba, u tri kategorije bilježi se smanjenje prosječne marže (meso peradi i jaja, mlijeko i mliječni proizvodi, svježe voće i povrće) u svibnju/lipnju 2022. u odnosu na 2021. godinu, dok se u pet promatranih kategorija roba bilježi povećanje prosječne marže.

AZTN će nastaviti prikupljati navedene podatke u narednim istraživanjima te će ti pokazatelji kroz značajno vremensko razdoblje omogućiti praćenje i donošenje određenih zaključaka.

Vlasničke i ostale promjene u 2021. godini

U protekloj 2021. godini bilježi se jedno preuzimanje na mjerodavnom tržištu. Studenac je krajem listopada 2021. godine podnio prijavu namjere provedbe koncentracije, odnosno preuzimanje trgovca na malo Pemo d.o.o., a AZTN je 13. prosinca 2021. zaprimio potpunu prethodnu prijavu koncentracije u smislu članka 20. stavka 6. ZZTN-a te je u siječnju 2022. godine izdao potvrdu (obavijest) o dopuštenosti koncentracije poduzetnika na prvoj razini.

Navedenim preuzimanjem Studenac je ojačao tržišnu poziciju na području Dubrovačko-neretvanske županije, gdje je imao 78 prodajnih mjesta pretežito manjeg formata u 2020. godini, odnosno 83 u promatranoj 2021. godini, a Pemo 36 prodajnih mjesta pretežito manjeg formata u 2020. i 2021. godini. U studenom 2021. godine bilježi se unutargrupna transakcija u Grupi Čakovečki mlinovi, odnosno pripajanje Metssa Trgovini Krk, kojim je Trgovina Krk preuzela 178 prodajnih mjesta Metssa. Prije toga, u kolovozu 2021. Trgovina Krk je preuzela i 61 prodajno mjesto Radnika Opatije, koja je također članica Grupe Čakovečki mlinovi.

Nakon dužeg razdoblja Konzum plus bilježi jedno preuzimanje u listopadu 2021., a riječ je o malom trgovcu na malom, poduzetniku Miracolo s 13 prodajnih mjesta manjeg formata u Istarskoj županiji.

U promatranoj 2021. bilježe se uzimanja u zakup manjeg broja prodajnih mjesta, ali od malih trgovaca obrtnika ili malih lokalnih trgovaca.