

AGENCIJA ZA ZAŠTITU TRŽIŠNOG NATJECANJA

Srpanj 2019.

Prikaz tržišta trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo u Republici Hrvatskoj u 2018.

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja provela je istraživanje tržišta distributivne trgovine mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo u Republici Hrvatskoj u 2018.

Prihodi iz trgovine na malo svih trgovaca iz uzorka AZTN-a u promatranj 2018. bilježe nominalan rast u iznosu od 2,5 milijardi kuna (7 %), u odnosu na prethodnu 2017., što predstavlja izraženiji trend rasta u odnosu na istraživanje godinu ranije, kada je rast iznosio 3,2 %. Istraživanje je pokazalo rast ukupnog broja svih prodajnih mjesta u iznosu od 91 prodajnog mjesta (2 %), kao i povećanje neto prodaje površine u iznosu od 23.700 četvornih metara (2 %).

Top 10 najvećih trgovaca

Konsum kao najjači trgovac na malo mješovitom robom, u 2018. bilježi 623 prodajnih mjesta, što je nešto manji broj u odnosu na 2017.

Nastavlja se trend rasta članica Schwarz Grupe - Lidla i Kauflanda, koji u 2018. bilježe tržišni udio od 20-30 %

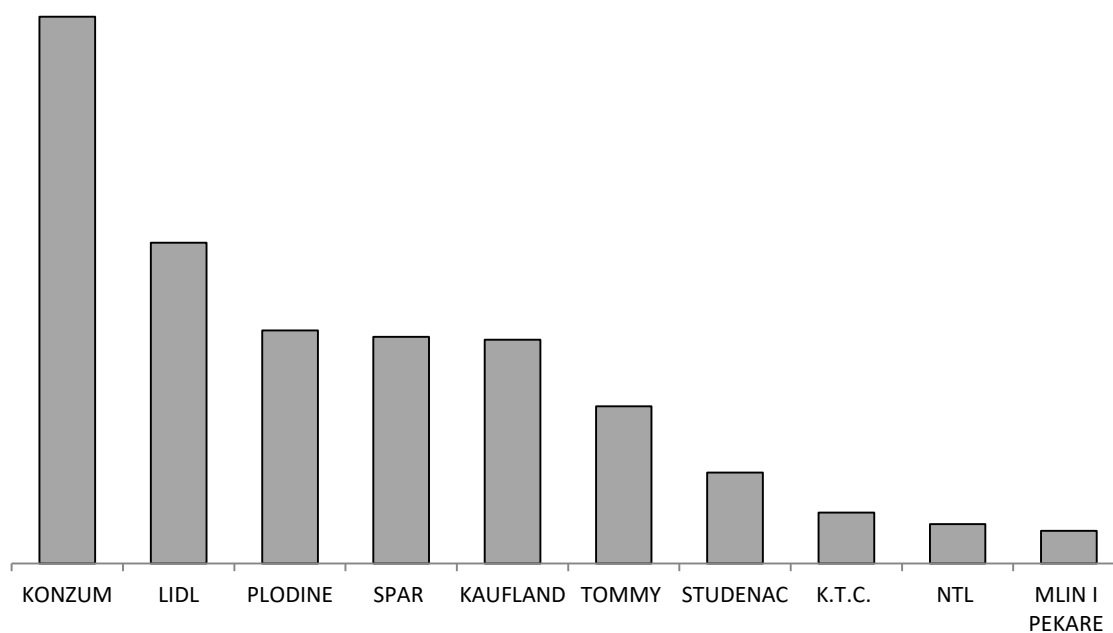
U promatranj 2018. ukupno 34 poduzetnika bilježi rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u odnosu na prethodnu 2017., dok ostali trgovci bilježe pad prihoda. Ukupno 14 trgovaca ostvarilo je tržišni udio na razini Republike Hrvatske veći od 1 %, dok je u prethodnoj 2017. 15 trgovaca ostvarilo tržišni udio veći od 1 %.

“TOP 10“ najvećih trgovaca 2018. – tržišni udio

Poduzetnik	Tržišni udio u 2018. (u %)
1. Konzum	20 - 30
2. Lidl	10 - 20
3. Plodine	5 - 10
4. Spar	5 - 10
5. Kaufland	5 - 10
6. Tommy	5 - 10
7. Studenac	< 5
8. K.T.C.	< 5
9. NTL	< 5
10. Mlin i pekare	< 5
Prvih 10 trgovaca:	preko 80
Zbirno ostalih 41 trgovaca:	manje od 20

Izvor: podaci pribavljeni od sudionika mjerodavnog tržišta; obrada: AZTN

“TOP 10“ najvećih trgovaca 2018. – tržišni udio



Izvor: podaci pribavljeni od sudionika mjerodavnog tržišta; obrada: AZTN

Značajniji rast u promatranj 2018. bilježe: Spar, Lidl, Konzum, Tommy, Mlin i pekare, Studenac, Plodine, NTL, Boso i La-vor trade.

Spar bilježi najveći nominalni rast prihoda iz maloprodaje od svih trgovaca iz uzorka te je sada na četvrtoj poziciji. Značajan rast Spara temelji se na činjenici što je četrdesetak nekadašnjih prodajnih prostora Bille poslovalo tijekom čitave 2018.

Regionalni trgovci

Mlin i pekare se prvi put nalaze među deset najvećih trgovaca na malo, promatrano na nacionalnoj razini te kao Spar, Lidl i Trgovina Krk, bilježe dvoznamenkasti rast prihoda u postotnom iznosu i prvi put ostvaruju prihod kroz čitavu kalendarsku godinu u 50-tak prodajnih mjesta Metalija-Transa iz Požege. Boso, kao regionalni trgovac također bilježi pozitivan trend rasta prihoda, kao i La-vor Trade d.o.o., istarski trgovac, s 10 prodajnih mjesta, što proizlazi iz činjenice preuzimanja manjeg broja prodajnih mjesta lokalnog trgovca Puljanka d.d. u stečaju i otvaranja jednog novog prodajnog mjesta.

Rast prihoda iz maloprodaje u promatranj 2018. bilježe još Istarski supermarketi, Ribola, Strahinjčica, TP Varaždin, Prehrana Trgovina, Trgocentar iz Zaboka te još 13 preostalih regionalnih i lokalnih trgovaca na malo.

Za razliku od navedenih regionalnih i lokalnih trgovaca koji bilježe rast, ostali trgovci iz uzorka bilježe negativan trend, odnosno pad prihoda.

Smanjenje asimetrije i koncentriranosti tržišta

Na mjerodavnom tržištu trgovine na malo u 2018. bilježi se smanjenje asimetrije, odnosno razlike između lidera na tržištu Konzuma i drugog trgovca na malo Lidla. Ovdje treba napomenuti kako je Konzum tijekom 2018. poslova pod izvanrednom upravom.

U predmetnoj 2018. bilježi se pad pokazatelja koncentriranosti tržišta temeljem ostvarenih tržišnih udjela prvih deset trgovaca na malo, koji iznosi 81,8 (u prethodnoj 2017. iznosio je 82,2). Taj pad pokazatelja koncentriranosti tržišta ukazuje na jačanje kompetitivnosti na tržištu maloprodaje. Ako se promatra prvih pet trgovaca na malo, rezultati istraživanja pokazuju kako pokazatelj koncentriranosti također bilježi blagi pad i to s 66,2 u prethodnoj 2017. na 66 u promatranj 2018.

Pregled tržišta po županijama i Gradu Zagrebu

U gradovima Zagrebu, Splitu, Rijeci i Osijeku u 2018. bilježi se rast prihoda iz maloprodaje u odnosu na 2017. Rast prihoda najviše je izražen u Zagrebu (nešto više od 500 milijuna kuna), zatim u Splitu (rast iznosi 97 milijuna kuna), Osijeku (rast iznosi 31 milijuna kuna) te najmanje u Rijeci (rast iznosi 20 milijuna kuna).

U Gradu Zagrebu, najvažnijem regionalnom maloprodajnom tržištu u Hrvatskoj, u 2018. ostvaren je prihod iz maloprodaje u iznosu od 6,9 milijardi kuna. Usporedbe radi, u 2017. ukupno ostvareni prihod iznosio je 6,4 milijardi kuna. Nominalni rast prihoda koji su ostvarili svi trgovci iz uzorka u Gradu Zagrebu iznosi nešto više od 500 milijuna kuna (preciznije, 509 milijuna kuna) i to je ujedno najveći nominalni rast po pojedinom regionalnom tržištu.

U Gradu Zagrebu prva tri trgovca su zadržali pozicije, odnosno Konzum je zadržao prvu poziciju, uz neznatno smanjenje tržišnog udjela, na drugoj poziciji je i dalje Spar, koji bilježi rast tržišnog udjela, a na trećoj je ostao Kaufland, uz neznatno smanjenje tržišnog udjela.

Druga je po prihodu iz maloprodaje Splitsko-dalmatinska županija, u kojoj su trgovci na malo prvi put zajedno ostvarili ukupan prihod od 5 milijarde kuna, što je više nego u 2017. u kojoj je iznosio 4,7 milijardi kuna i na koju u strukturi otpada 13,4 %. Ujedno se u 2018. u toj županiji bilježi rast prihoda u odnosu na 2017. u iznosu od 253 milijuna kuna.

Zatim slijede Primorsko-goranska županija s nominalnim prihodom iz maloprodaje u iznosu od 3,4 milijardi kuna (rast od 167 milijuna kuna), Istarska u kojoj se bilježi prihod u iznosu od 2,8 milijardi kuna (rast od 243 milijuna kuna), Zadarska s prihodom u iznosu od 2,5 milijardi kuna (rast od 144 milijuna kuna), Zagrebačka s prihodom u iznosu od 2,4 milijardi kuna (rast od 141 milijuna kuna) te Osječko-baranjska županija s prihodom u iznosu od 1,8 milijardi kuna (rast od 156 milijuna kuna). Treba istaknuti i Vukovarsko-srijemsku županiju u kojoj se bilježi značajan rast prihoda iz maloprodaje od 127 milijuna kuna i u kojoj svi trgovci iz uzorka bilježe zbirno 970 milijuna kuna prihoda.

Rast tržišta, uz Grad Zagreb bilježi i svih dvadeset županija, što nije bio slučaj u prethodnoj godini, a najviši nominalan rast prihoda iz maloprodaje, nakon Grada Zagreba ima Splitsko-dalmatinska županija

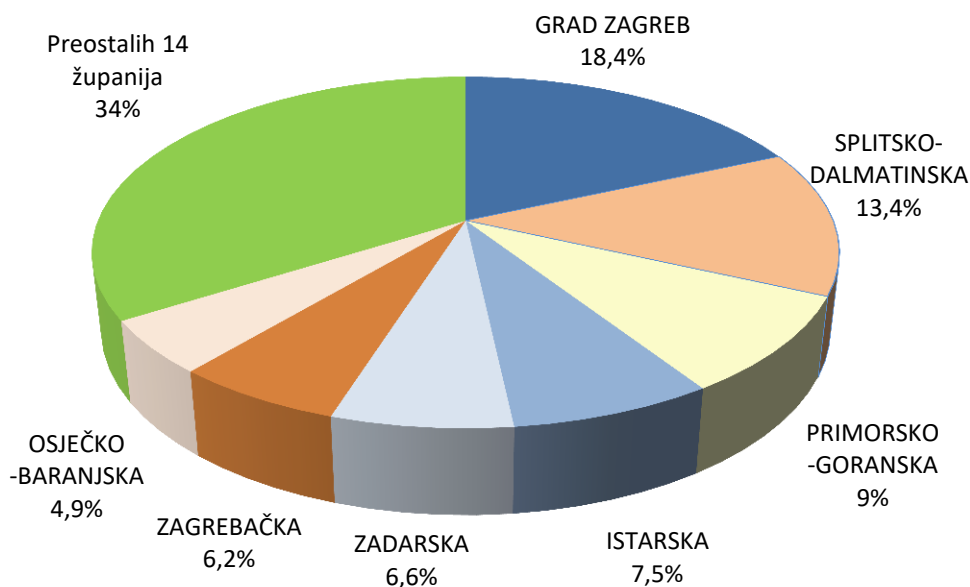
Promjene u redosljedju trgovaca po županijama i gradovima

Rezultati istraživanja pokazuju kako je došlo do određenih promjena, Tommy je preuzeo prvu poziciju u Šibensko-kninskoj županiji, a Konzum se vratio na prvu poziciju u Ličko-senjskoj županiji.

Što se tiče stanja na mjerodavnom tržištu u četiri najveća hrvatska grada, Zagreb, Split, Rijeka, Osijek, istraživanje za 2018. pokazalo je kako je u Zagrebu Konzum zadržao prvu poziciju uz neznatno smanjenje tržišnog udjela, na drugoj poziciji je i dalje Spar, uz rast tržišnog udjela. U Splitu je Tommy zadržao prvu poziciju, uz neznatno smanjenje tržišnog udjela, dok se na drugoj poziciji dogodila izmjena, Spar je došao na poziciju ispred Konzuma. U Rijeci su Plodine i dalje lider, a Spar je sa sedmog došao na treću poziciju.

U Osijeku je Konzum i dalje najveći trgovac na malo, uz blagi pad tržišnog udjela, Spar je ostao na drugoj poziciji, dok je Lidl s četvrte pozicije došao na treću poziciju, na kojoj je u 2017. bila druga članica Schwarz grupe, Kaufland.

Grafički prikaz strukture ukupno ostvarenog prihoda svih trgovaca na malo u 2018. po pojedinim županijama i Gradu Zagrebu



Izvor: podaci pribavljeni od sudionika mjerodavnog tržišta; obrada: AZTN

U 2018. trend rasta prihoda u malim prodavaonicama.

Supermarketi kao tip prodajnog mjesta u promatranj 2018. i dalje su dominantni u strukturi prodaje prema kriteriju ostvarenog prihoda i prema kriteriju neto prodajne površine. U maloprodaji izrazito dominira kupovina u hipermarketima i supermarketima jer je više od

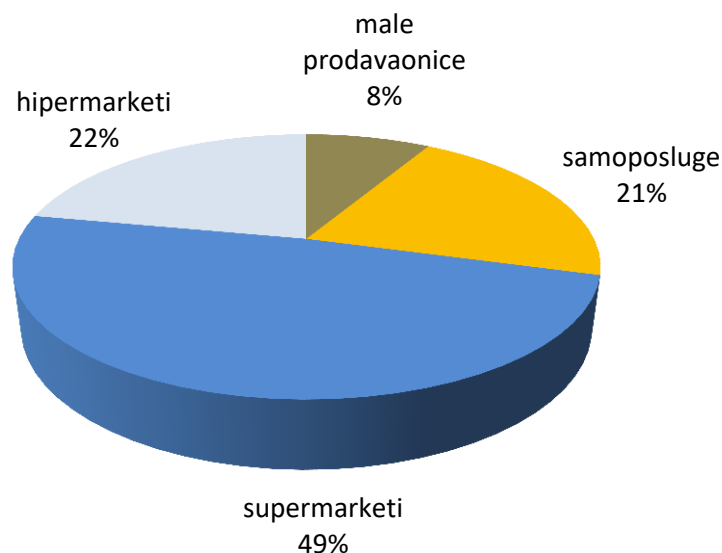
dvije trećine (71 % ukupnog prihoda iz maloprodaje) ostvareno prodajom u supermarketima - 49 % i hipermarketima - 22 %. Riječ je o nastavku trenda koji traje više godina. Međutim, za razliku od 2017., kada se u malim prodavaonicama bilježio pad prihoda iz maloprodaje, u 2018. bilježi se trend rasta prihoda i u malim prodavaonicama, unatoč smanjenju broja prodajnih mjesta i neto prodajne površine.

I u ostala tri tipa prodajnog mjesta u 2018. bilježi se rast prihoda iz maloprodaje, odnosno u samoposlugama, supermarketima i hipermarketima.

Prema kriteriju broja prodajnih mjesta, u ukupnom broju prodajnih mjesta prema tipu, najviše je samoposluga (42 %), zatim slijede male prodavaonice (39 %). Za razliku od spomenutih malih prodavaonica koja bilježe pad broja prodajnih mjesta, preostala tri tipa prodajnih mjesta (samoposluge, supermarketi i hipermarketi) bilježe rast broja prodajnih mjesta, a najviše supermarketi, kojih je bilo 81 više u odnosu na prethodnu 2017. Promatrajući sve prodajne formate, u 2018. bilo je raspoloživo 91 prodajno mjesto više.

U 2018. najveći udio u strukturi ukupne neto prodajne površine imaju i nadalje supermarketi, slijede hipermarketi te samoposluge. Najmanje od ukupne neto prodajne površine otpada na male prodavaonice.

Struktura maloprodajnih mjesta na tržištu trgovine na malo u Republici Hrvatskoj u 2018. s obzirom na prihode koji su u istima ostvaren



Izvor: podaci pribavljeni od sudionika mjerodavnog tržišta; obrada: AZTN

Vlasničke i ostale promjene u 2018.

U 2018. bilježi se preuzimanje Studenca od strane ARH CEE d.o.o., Zagreb, kao dio grupe poduzetnika pod kontrolom stranih investicijskih fondova. Također je zabilježeno kako je Studenac uzeo u zakup 20 prodajnih mjesta, NTL 14, Mlin i Pekare 5, Ribola dva prodajna mjesta te La-vor Trade jedno prodajno mjesto.