

Prikaz stanja na tržištu trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo u Republici Hrvatskoj u 2023. 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 2023. godini.

U predmetnom istraživanju trgovine na malo mješovitom robom za 2023. godinu uzorak su činili poduzetnici, njih 44, koji prema ostvarenim prihodima, predstavljaju najznačajnije poduzetnike koji djeluju na tržištu trgovine na malo mješovitom robom. Četiri su trgovca manje u uzorku za 2023. u odnosu na prethodno istraživanje koje se odnosilo na 2022. godinu i to Duravit, Kordun, Strahinjčica i Špar iz Bjelovara. Segment trgovine na malo mješovitom robom navedenih trgovaca na malo mješovitom robom integriran je u sustav Studenca.

Opći pokazatelji stanja na tržištu trgovine na malo mješovitom robom

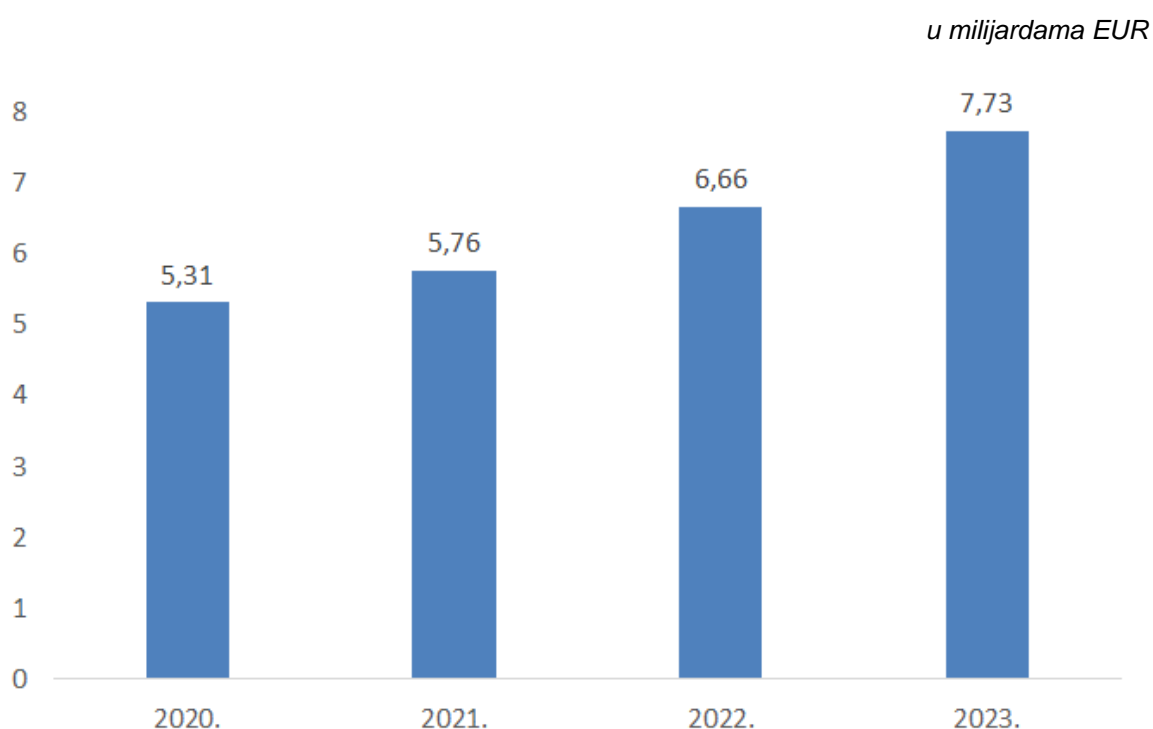
Kako je od 1. siječnja 2023. euro postao službena valuta i zakonsko sredstvo plaćanja u Republici Hrvatskoj temeljem odredaba Zakona o uvođenju eura kao službene valute u Republici Hrvatskoj („Narodne novine“ br. 57/22 i 88/22) odnosno Odluke o objavi uvođenja eura kao službene valute u Republici Hrvatskoj („Narodne novine“ br. 85/22), podaci za 2022. i ranije godine preračunati su iz HRK u EUR prema fiksnom tečaju konverzije 1 euro = 7,53450 kuna.

Prihodi u trgovini na malo mješovitom robom u RH svih trgovaca iz uzorka AZTN-a u promatranoj 2023. godini iznosili su 7,73 milijardi eura. U 2023. bilježi se nominalan rast prihoda u iznosu od 1,07 milijardi eura u odnosu na prethodnu 2022. godinu, u kojoj su iznosili 6,66 milijardi eura. Iz navedenih pokazatelja zaključuje se o rastu tržišta trgovine na malo mješovitom robom u 2023. godini u iznosu od 16,1 posto. Rast prihoda jače je izražen u odnosu na prošlogodišnje istraživanje (2022./2021.) kada se bilježio rast prihoda svih trgovaca iz uzorka u iznosu od 15,7 posto, odnosno tada je rast iznosio 0,9 milijardi eura. Na jače izražen rast prihoda trgovaca izvjesno je 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 izvještajnoj 2023. godini utjecalo i na stanje na predmetnom tržištu¹.

Na slici 1. grafički se prikazuju prihodi iz trgovine na malo mješovitom robom u RH svih trgovaca iz uzorka AZTN-a u razdoblju od 2020. do 2023. godine.

¹ Indeks potrošačkih cijena proizvoda za kategoriju „Hrana i bezalkoholna pića“ iznosio je u 2023. godini 12,7 posto (priopćenje DZS od 16. siječnja 2024., CIJ-2023-1-1/12)

Slika 1. Grafički prikaz prihoda iz trgovine na malo mješovitom robom u razdoblju od 2020. do 2023. godine



Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za pojedine izvještajne godine u razdoblju 2020.-2023.

U 2023. godini zbirno se bilježi 5.140 prodajnih mjesta svih trgovaca iz uzorka AZTN-a te rast ukupnog broja svih prodajnih mjesta za 144 prodajno mjesto u odnosu na prethodnu 2022. godinu (4.996 prodajno mjesto), što predstavlja rast od 2,9 posto. Po prvi puta bilježi se više od 5 tisuća prodajnih mjesta svih anketiranih poduzetnika iz uzorka AZTN.

Ukupna neto prodajna površina svih prodajnih mjesta anketiranih poduzetnika u 2023. godini iznosila je 1,6 milijuna kvadratnih metara te se bilježi rast neto prodajne površine u iznosu od 59 tisuća kvadratnih metara u odnosu na prethodnu 2022. godinu (kada se bilježilo 1,54 milijuna kvadratnih metara), što predstavlja rast od 3,8 posto.

Najveći trgovac na malo mješovitom robom u 2023. godini je Konzum plus. Njegov tržišni udio u promatranoj 2023. iznosio je [20-30] posto i bilježi blagi rast tržišnog udjela u odnosu na 2022., uz dvoznamenkasti postotni rast prihoda od djelatnosti trgovine na malo mješovitom robom. Trend je promijenjen u pozitivni te po prvi puta nakon 2015. godine Konzum plus bilježi neznatan rast tržišnog udjela na nacionalnom tržištu. U 2023. godini bilježi 637 prodajnih mjesta, devet prodajnih mjesta više u odnosu na 2022. 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.

Nadalje, bilježi se dvoznamenkasti trend rasta prihoda u trgovini na malo mješovitom robom članica Schwarz Grupe. Lidl u 2023. godini bilježi dvoznamenkasti postotni rast prihoda prema relativnim pokazateljima. Tržišni udio Lidla u promatranoj 2023. iznosio je [10-20] posto. U 2023.

godini bilježi 109 prodajnih mjesta tipa supermarketi, dva prodajna mjesta više u odnosu na 2022. godinu. Druga članica Schwarz grupe, Kaufland, također bilježi dvoznamenkasti rast prihoda i tržišni udio u promatranoj 2023. u iznosu [5-10] posto. U 2023. bilježi 48 prodajnih mjesta velikog formata (supermarketi i hipermarketi), odnosno tri više nego u 2022. Zbirno, obje članice Schwarz grupe u 2022. bilježe tržišni udio [20-30] posto. Ujedno se bilježi neznatno smanjenja tržišnog udjela Schwarz grupe u 2023. godini u odnosu na 2022. .

Pozitivan trend rasta prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u promatranoj 2023. godini bilježe 37 poduzetnika.

Najveći nominalni rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u 2023. godini bilježi Konzum plus (više od 200 milijuna eura), zatim Lidl, Spar, Studenac i Kaufland (sva četiri bilježe rast u iznosu od 100 do 200 milijuna eura). Slijede Plodine i Tommy (oba bilježe rast u iznosu od 50 do 100 milijuna eura), te KTC i Eurospin (oba bilježe rast u iznosu od 20 do 30 milijuna eura).

Jače izražen rast prihoda kao i tržišnog udjela u trgovini na malo mješovitom robom Studenca u 2023. godini primarno je rezultat preuzimanja Strahinjčice i Špara Bjelovar te manjeg broja prodajnih mjesta lokalnih trgovaca na malo na području Grada Zagreba i Zagrebačke županije (Tehno-Ron Maloprodaja d.o.o., Cedekap Trgovina d.o.o., Formalis-Teh Maloprodaja d.o.o.). Studenac je na kraju 2023. godine s 1.257 prodajnih mjesta i nadalje na prvom mjestu prema broju prodajnih mjesta, no ista su pretežno manjih formata tipa male prodavaonice i samoposluge.

Spar bilježi jače izražen rast prihoda i tržišnog udjela bez preuzimanja nekog od konkurenata, odnosno bilježi organski rast, uz šest novih prodajnih mjesta tipa velikog formata (pet tipa supermarket i jedan tipa hipermarket) u odnosu na prethodnu 2022. godinu.

U promatranoj 2023. godini rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom bilježe i regionalni trgovci i to Boso, Ribola, Mlin i pekare, NTL i Decentia koji bilježe rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u iznosu od 10 do 20 milijuna eura, kao i neki regionalni i/ili lokalni trgovci, primjerice Trgovina Krk, Trgocentar, Zabok, Gavranović i Bakmaz, koji bilježe rast prihoda u iznosima manjim od 10 milijuna eura.

Ovdje treba istaknuti da su u prethodnim podacima za 2022. godinu s kojom se uspoređuju podaci za 2023., a koje je AZTN-u dostavio Trgovina Krk, bili uključeni i podaci za pripojeni Trgostil za čitavu 2022.

„Top 10“ trgovaca u Republici Hrvatskoj u 2023. godini

Deset najvećih trgovaca na malo mješovitom robom u 2023. 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 2023. godini

	Poduzetnik	Tržišni udio u 2023.
1.	Konzum plus	[20 – 30] %
2.	Lidl	[10 – 20] %
3.	Plodine	[10 – 20] %
4.	Spar	[10 – 20] %
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:	86,7 %
	Ostalih 34 trgovaca:	13,3 %

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

Iz podataka prikazanih u tablici 1. proizlazi kako „Top 10“ trgovaca u promatranj 2023. godini čine Konzum plus, Lidl, Plodine, Spar, Kaufland, Studenac, Tommy, KTC, Trgovina Krk, NTL.

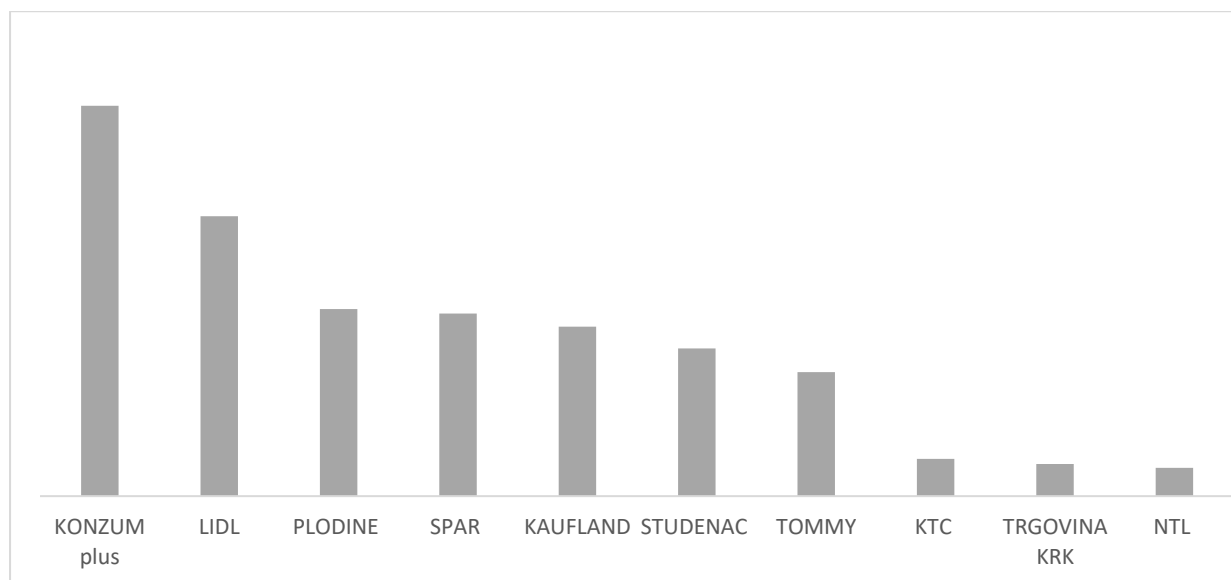
Rezultati istraživanja pokazali su da se ne bilježe promjene u prvih deset trgovaca na malo mješovitom robom u 2023. godini u smislu da je pojedini trgovca na malo izašao iz Top 10 trgovaca ili ušao u Top 10 trgovaca prema ostvarenom prihodu u trgovini na malo mješovitom robom. Također, svi su ostali na istim pozicijama koje su držali u 2022. godini.

Nadalje, u promatranj 2023. godini prvih deset trgovaca na malo mješovitom robom bilježi zbirni prihod u trgovini na malo mješovitom robom u iznosu od 6,7 milijardi eura, što u odnosu na 2022., kada je prvih deset trgovaca na malo bilježilo zbirni prihod u iznosu od 5,75 milijardi eura.

Najveći rast tržišnog udjela unutar prvih deset trgovaca na malo mješovitom robom u 2023. godini u odnosu na prethodnu 2022. bilježi Studenac i Spar, zatim slijedi Konzum plus. Blago smanjenje tržišnog udjela bilježe Plodine, Lidl, Tommy te Trgovina Krk. Kaufland, KTC i NTL ne bilježe promjenu tržišnog udjela u odnosu na prethodnu 2022. godinu.

Na slici 2. grafički se prikazuje odnosa tržišnih udjela "TOP 10" najvećih trgovaca u 2023. godini.

Slika 2. Grafički prikaz odnosa tržišnih udjela "TOP 10" najvećih trgovaca u 2023. godini



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

Blagi rast koncentriranosti tržišta

Na mjerodavnom tržištu trgovine na malo u 2023. godini bilježi se u bitnome jednaka asimetrija između lidera na tržištu Konzuma plus i drugog trgovca na malo Lidla, promatrano kroz ostvareni tržišni udio.

U 2023. bilježi se određena promjena koncentriranosti tržišta temeljem pokazatelja koncentriranosti CR_{10} , odnosno ostvarenih udjela prvih deset trgovaca na malo mješovitom robom, koji u promatranoj 2023. godini iznosi 86,7 dok je u prethodnoj 2022. godini iznosila 86,4.

Rast pokazatelja CR_{10} je primarno iz razloga rasta tržišnog udjela Studenca i Spara te u manjoj mjeri rasta udjela Konzuma plus. Na prvih deset trgovaca odnosi se više od četiri petine tržišta maloprodaje mješovitom robom.

U tablici 2. prikazuju se povijesni podaci o pokazateljima koncentriranosti tržišta maloprodaje mješovitom robom u Republici Hrvatskoj.

Tablica 2. Pokazatelji koncentriranosti HHI, CR₅ i CR₁₀ u razdoblju od 2006. do 2023. godine

Godina	HH indeks	CR ₅	CR ₁₀
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
2023.	1.408	66,4	86,7

Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za pojedine izvještajne godine u razdoblju 2006. - 2023.

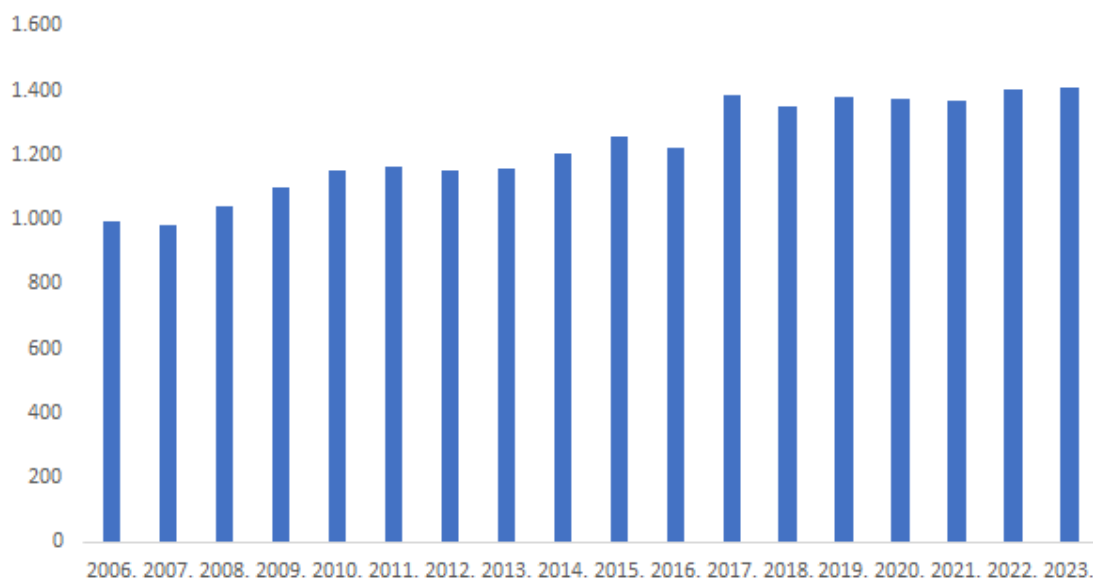
Ako se promatra prvih pet trgovaca na malo, rezultati istraživanja pokazuju kako pokazatelj koncentriranosti CR₅ u 2022. godini iznosi 66,4, dok je u prethodnoj 2022. godini isti pokazatelj iznosio 66,2. Ujedno se bilježi blaga promjena odnosno blagi rast tog pokazatelja, a također se bilježe drukčije vrijednosti tržišnih udjela kod nekih poduzetnika odnosno drukčija „raspodjela“ tržišnih udjela u 2023. u odnosu na 2022. godinu.

Vrijednost CR₅ pokazatelja pokazuje kako se na prvih pet trgovaca odnosi nešto manje od dvije trećine tržišta maloprodaje mješovitom robom u RH.

Ako se promatra Herfindahl-Hirschmanov indeks (HH indeks – HHI), rezultati istraživanja pokazuju kako isti za 2023. iznosi 1.408 (u 2022. isti pokazatelj iznosio je 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 3. grafički se prikazuje HH indeks u razdoblju od 2006. do 2023. godine.

Slika 3. Grafički prikaz HH indeksa u razdoblju od 2006. do 2023. godine

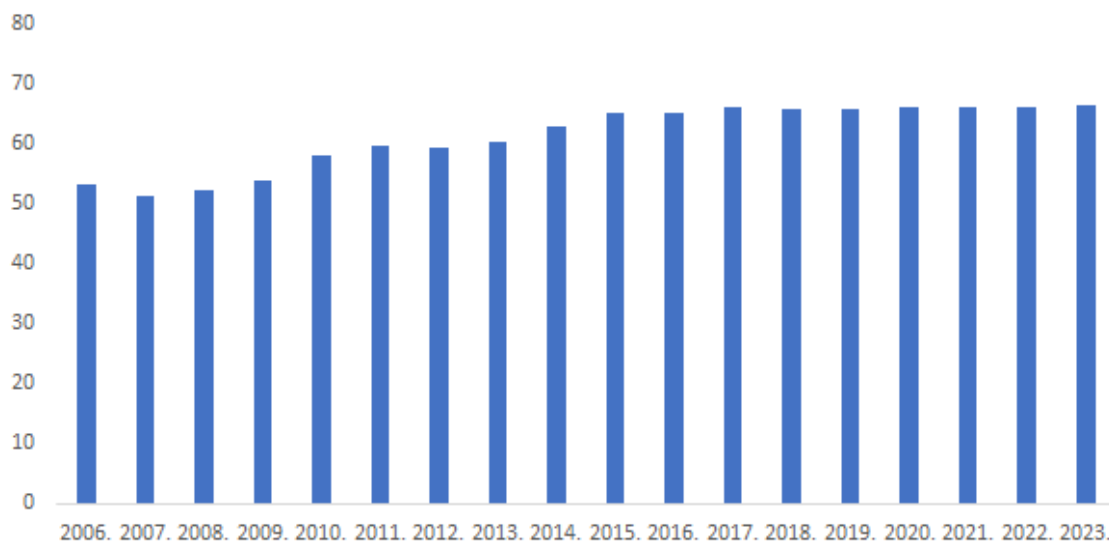


Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za pojedine izvještajne godine u razdoblju 2006. - 2023.

Iz grafičkog prikaza na slici 3. proizlazi rast pokazatelja HHI u razdoblju od 2006. kao posljedica konsolidacije tržišta. Posljednjih sedam promatranih godina od 2017. godine vidljiv je relativno stabilan pokazatelj HHI koji je u 2017. godini iznosio 1.388 te u posljednjoj promatranoj 2023. godini 1.408.

Na slici 4. grafički se prikazuje pokazatelji koncentriranosti CR₅ u razdoblju od 2006. do 2023.

Slika 4. Grafički prikaz pokazatelja koncentriranosti CR₅ u razdoblju od 2006. do 2023. godine

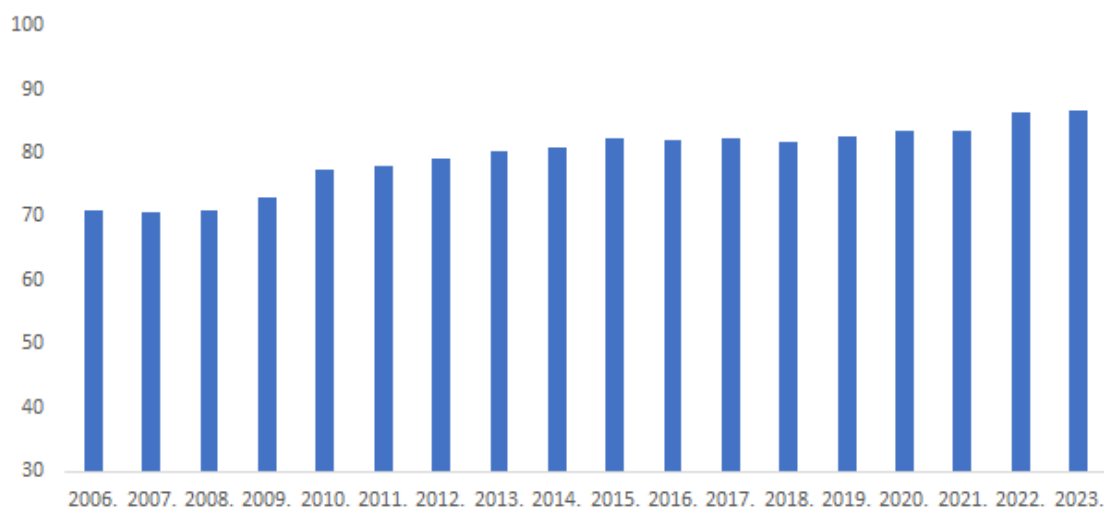


Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za pojedine izvještajne godine u razdoblju 2006. - 2023.

Temeljem podataka iz tablice 2. i grafičkog prikaza na slici 4. 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 CR₅. U 2023. godini u odnosu na 2022. je predmetni pokazatelj CR₅ blago porastao i iznosi 66,4.

Na slici 5. grafički se prikazuje pokazatelj koncentriranosti CR₁₀ u razdoblju od 2006. do 2023. godine.

Slika 5. Grafički prikaz pokazatelja CR₁₀ u razdoblju od 2006. do 2023. godine



Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN-a za pojedine izvještajne godine u razdoblju 2006. - 2023.

Iz grafičkog prikaza na slici 5. proizlazi kako se u 2023. bilježi blagi rast pokazatelja koncentriranosti CR₁₀ u odnosu na 2022. godinu, koji je u promatranj 2023. godini iznosio 86,7, dok je u prethodnoj 2022. iznosio 83,4. Rast pokazatelja CR₁₀ je primarno iz razloga rasta tržišnog udjela Studenca i Spara te u manjoj mjeri Konzuma plus.

Ako se promatra trend, od 2006. godine bilježio se rast predmetnog pokazatelja koncentriranosti CR₁₀ do 2015. godine od kada je relativno stabilan, uz nešto jače izrađen trend rasta tog pokazatelja u 2022. u odnosu na 2021. kada se bilježio rast u iznosu od 2,9 postotna boda.

Stanje na tržištu maloprodaje po županijama i Gradu Zagrebu

Najveći broj trgovaca na malo mješovitom robom iz uzorka AZTN-a u 2023. godini je u Gradu Zagreb (19), zatim u Zagrebačkoj županiji (18), u Primorsko-goranskoj (17), Varaždinskoj županiji (16), u Bjelovarsko-bilogorskoj i Osječko-baranjskoj županiji (15) te Krapinsko-zagorskoj, Koprivničko-križevačkoj, Brodsko-posavskoj, Požeško-slavonskoj i Zadarskoj županiji (14).

Radi usporedbe, u prethodnoj 2022. godini najveći broj trgovaca na malo bilježio se u Zagrebačkoj županiji (20), zatim u Gradu Zagrebu (19). Dva trgovca na malo manje u Zagrebačkoj županiji su Strahinjčica i Špar Bjelovar, čija prodajna mjesta je preuzeo Studenac.

Najmanji broj trgovaca na malo mješovitom robom iz uzorka je u Dubrovačko-neretvanskoj (8), u Ličko-senjskoj (9), u Vukovarsko-srijemskoj (10) te u Međimurskoj i Sisačko-moslavačkoj županiji (11).

Studenac u 2023. godini po prvi puta bilježi prodajna mjesta u Krapinsko-zagorskoj (ranije prodajna mjesta Strahinjčice), ali i u Osječko-baranjskoj, Virovitičko-podravskoj i Međimurskoj županiji. Studenac nema prodajno mjesto jedino u Vukovarsko-srijemskoj županiji. Kaufland po prvi puta bilježi prodajno mjesto u Dubrovačko-neretvanskoj županiji od kraja veljače 2023. Kaufland nije imao prodajno mjesto jedino u Ličko-senjskoj županiji.

U Šibensko-kninskoj i Primorsko-goranskoj županiji od travnja 2023. jedan je novi trgovac na malo i to je Djelo Vodice d.o.o., no isti je ušao u dio prodajnih mjesta u kojima je do 20. travnja 2023. prihode bilježio Djelo d.o.o., Bilice. Navedeni poduzetnici međusobno su podijelili imovinu te je svaki zadržao 30-tak prodajnih mjesta. Tako je Djelo Vodice preuzelo 27 prodajnih mjesta u Šibensko-kninskoj županiji, uz otvaranje jednog novog prodajnog mjesta u Žaboriću te tri prodajna mjesta u Primorsko-goranskoj županiji (sva tri u Rijeci), u kojima je prethodno prihod bilježio Djelo, Bilice.

Promatrano na razini županija i Grada Zagreba, u promatranoj 2023. godini u svih 20 županija i u Gradu Zagrebu bilježi se pozitivan trend kroz rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom, jednako kao što je bilježeno u prethodnoj 2022. godini.

Kao i godinu ranije, najveći iznosi prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u 2023. godini ostvareni su u Gradu Zagrebu, najvažnijem lokalnom/regionalnom maloprodajnom tržištu u Republici Hrvatskoj i to u iznosu od 1,32 milijardi eura. Za usporedbu, u Gradu Zagrebu u prethodnoj 2022. ukupno ostvareni prihodi iznosili su 1,15 milijardi eura.

U Splitsko-dalmatinskoj županiji u kojoj se bilježi drugi najveći prihod u trgovini na malo mješovitom robom u 2023. godini trgovci su zajedno ostvarili ukupan prihod od nešto više od milijarde eura, preciznije 1,03 milijardi eura (nešto manje od 887 milijuna eura u prethodnoj 2022.).

Ujedno se u Gradu Zagrebu i Splitsko-dalmatinskoj županiji bilježi prihod u trgovini na malo mješovitom robom u 2023. godini u iznosu višem od jedne milijarde eura.

U Primorsko-goranskoj županiji bilježe se prihodi u iznosu od 678,7 milijuna eura, u Istarskoj u iznosu od 614 milijuna eura, Zadarskoj u iznosu od 522 milijuna eura, Zagrebačkoj u iznosu od 504,8 milijuna eura i Osječko-baranjskoj županiji u iznosu od 402,4 milijuna eura.

U preostalim 14 županija bilježe se prihodi u iznosima manjim od 400 milijuna eura. Od 200 do 400 milijuna eura bilježi se u pet županija: Dubrovačko-neretvanskoj (305 milijuna eura), Šibensko-kninskoj (284 milijuna eura), Sisačko-moslavačkoj (250,8 milijuna eura), Varaždinskoj (237,8 milijuna eura) i u Vukovarsko-srijemskoj županiji (212,4 milijuna eura). Od 100 do 200 milijuna eura bilježi se u sedam županija i to su Krapinsko-zagorska, Karlovačka, Brodsko-posavska, Koprivničko-križevačka, Međimurska, Bjelovarsko-bilogorska te Virovitičko-podravska županija.

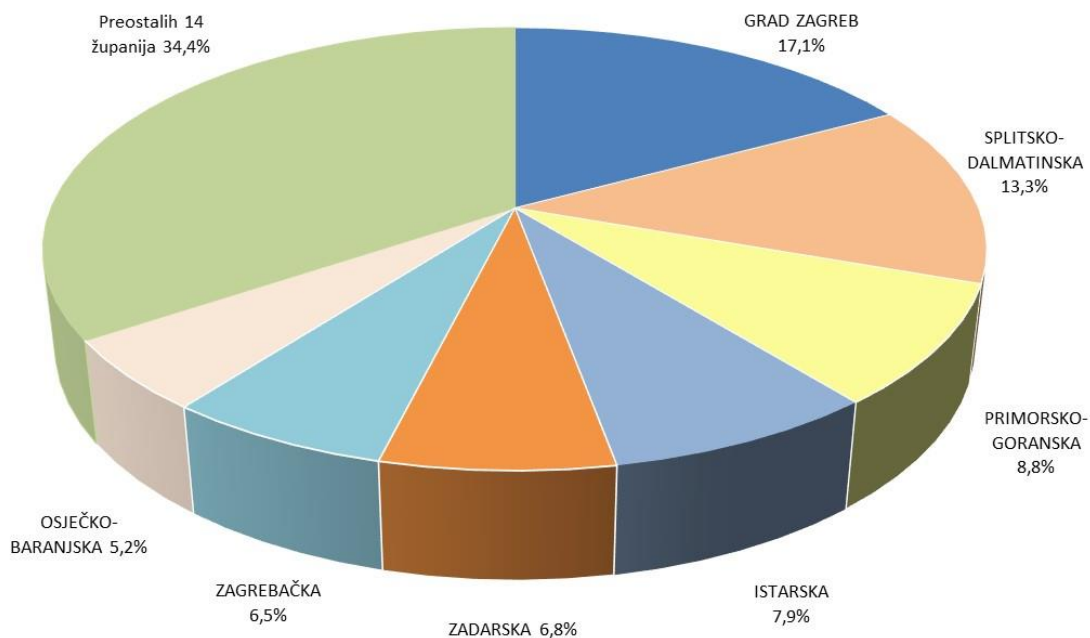
U preostale dvije županije, Požeško-slavonskoj (98,6 milijuna eura) i Ličko-senjskoj županiji (92,5 milijuna eura) trgovci bilježe prihodi u iznosu manje od 100 milijuna eura.

U Gradu Zagrebu i u šest županija (Splitsko-dalmatinska, Primorsko-goranska, Istarska, Zadarska, Zagrebačka i Osječko-baranjska županija) ostvareno je nešto manje od dvije trećine (65,6 posto) od ukupnog prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u RH u 2023. godini, čime je nastavljen trend iz prethodnih godina. Ujedno se bilježi neznatan pad pokazatelja jer se u 2022. godini u Gradu Zagrebu i šest navedenih županija bilježio zbirno tržišni udio u strukturi u iznosu od 65,8 posto.

U preostalim 14 županija ostvarena je nešto više od jedne trećine ukupnog prihoda, uz blagi rast udjela tih preostalim županija u ukupnoj strukturi jer na tih 14 županija u promatranoj 2023. godini otpada 34,4 posto ostvarenih prihoda u trgovini na malo mješovitom robom, dok je u 2022. godini na tih 14 županija otpadalo 34,2 posto.

Na slici 6. grafički se prikazuje struktura tržišta trgovine na malo mješovitim robom u RH u 2023. godini, promatrano po udjelu pojedinih županija i Grada Zagreba u strukturi tržišta.

Slika 6. Grafički prikaz strukture ukupno ostvarenog prihoda svih trgovaca na malo u 2023. 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 2023. godini, najveći prihodi u trgovini na malo mješovitim robom u 2023. godini bilježe se u Gradu Zagrebu i na koji u ukupnoj strukturi otpada iznos od 17,1 posto (17,3 posto u 2022.). Nadalje, slijedi Splitsko-dalmatinska županija (13,3 posto; 13,4 posto u 2022.), Primorsko-goranska županija (8,8 posto), Istarska županija (7,9 posto), Zadarska županija (6,8 posto), Zagrebačka županija (6,5 posto), te Osječko-baranjska županija (5,2 posto).

U usporedbi s prethodnim istraživanjem za 2022. godinu, u 2023. godini bilježi se jedna promjena promatrano Grad Zagreb i šest najznačajnijih županija prema ostvarenom prihodu u trgovini na malo mješovitim robom. Naime, Zadarska županija je u poretku na petoj poziciji prestigla Zagrebačku županiju.

Najveći nominalni rast prihoda u trgovini na malo mješovitim robom koji su ostvarili trgovci iz uzorka po pojedinom regionalnom tržištu u promatranoj 2023. godini bilježi Grad Zagreb u kojoj rast prihoda iznosi nešto manje od nešto više od 169 milijuna eura, odnosno rast od 14,7 posto. Slijedi Splitsko-dalmatinska županija u kojoj se bilježi rast prihoda od nešto manje od 142 milijuna eura (postotni rast 16 posto). Zatim slijede Primorsko-goranska u kojoj se bilježi rast prihoda od 82 milijuna eura (postotni rast iznosi 13,7 posto), te Istarska županija s rastom prihoda koji iznosi 79,4 milijuna eura (postotni rast iznosi 14,9 posto).

U svim županijama i Gradu Zagrebu bilježi se dvoznamenkasti rast prihoda u postotnom iznosu u 2023. godini u odnosu na 2022.

Najmanji nominalni rast prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u 2023. godini bilježi Ličko-senjska županija (14,3 milijuna eura), zatim slijedi Požeško-slavonska županija (17,2 milijuna eura) te Virovitičko-podravska županija (18,2 milijuna eura). U tim županijama ujedno se bilježi manji broj trgovaca na malo u uzorku AZTN-a.

Najveći postotni rast bilježi Požeško-slavonska županija u iznosu od 21,1 posto, no ujedno se u toj županiji bilježi slabije izražen nominalni rast prihoda (17,2 milijuna eura) promatrano sve županije i Grad Zagreb. Također, u toj županiji je i relativno mali broj trgovaca na malo iz uzorka AZTN, ukupno njih 14, koji bilježe prihod u iznosu manje od 100 milijuna eura (98,6 milijuna eura).

Opći pokazatelji stanja na tržištu maloprodaje po županijama i Gradu Zagrebu

Promatrajući trgovce na malo po Gradu Zagrebu i županijama pojedinačno, Konzum plus je u 2023. 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 2022. godini. U odnosu na prethodnu 2022. godinu bilježi pomak u promatranoj 2023. godini na drugu poziciju u Primorsko-goranskoj i Šibensko-kninskoj županiji. I u Dubrovačko-neretvanskoj županiji vratio se na drugu poziciju.

Članice Schwarz grupe u 2023. godini lideri su u dvije županije. Lidl je vodeći trgovac u Koprivničko-križevačkoj županiji, dok je Kaufland vodeći trgovac na malo u Brodsko-posavskoj županiji. Radi usporedbe, u prethodnoj 2022. godini. Lidl je, uz Koprivničko-križevačku županiju, bio vodeći trgovac i u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji, dok je Kaufland, uz Brodsko-posavsku županiju, bio vodeći trgovac i u Požeško-slavonskoj županiji. U 2023. godini vodeći trgovac u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji postao je Studenac, kao rezultat preuzimanja Špara iz Bjelovara, dok je u Požeško-slavonskoj županiji vodeći trgovac postao Mlin i pekare iz Siska. Segment maloprodaje poduzetnika Mlin i pekare od listopada 2023. posluje pod novim društvom NewMiP d.o.o..

Nadalje, Lidl je u šest županija na drugoj poziciji (Bjelovarsko-bilogorska, Virovitičko-podravska, Zagrebačka, Varaždinska, Karlovačka, te Istarska županija). Lidl ima prodajna mjesta (ukupno 109) u svih 20 županija i Gradu Zagrebu i sva su tipa velikog formata odnosno supermarketi, dok Kaufland ima prodajna mjesta (ukupno 48) u 19 županija i Gradu Zagrebu i sva su tipa velikog formata odnosno supermarketi i hipermarketi.

Plodine su u promatranoj 2023. godini na prvoj poziciji u matičnoj Primorsko-goranskoj županiji te u Istarskoj županiji. Imaju ukupno 131 prodajno mjesto velikog formata (supermarketi i hipermarketi), 14 više nego u 2022. Najveći broj prodajnih mjesta imaju u Primorsko-goranskoj (23 prodajnih mjesta) zatim u Istarskoj županiji (20 prodajnih mjesta). Na drugoj poziciji Plodine su u dvije županije (Ličko-senjska i Zadarska županija). Plodine imaju prodajna mjesta na području svih dvadeset županija i u Gradu Zagrebu.

Spar u 2023. godini bilježi 138 prodajnih mjesta, šest više u odnosu na 2022. godinu i to na području 19 županija i Grada Zagreba. Najveći broj prodajnih mjesta je tipa supermarketi (91 prodajno mjesto) ili nešto manje od dvije trećine od ukupnog broja prodajnih mjesta Spara. Najveći broj prodajnih mjesta, njih 53, ima u Gradu Zagrebu i na koje kao regionalno tržište otpada jedna trećina prihoda Spara u trgovini na malo mješovitom robom. Ujedno bilježi rast tržišnog udjela na nacionalnom tržištu.

Studenac u 2023. godini ima prodajna mjesta u 19 županija i u Gradu Zagrebu, ukupno njih 1.257. Radi usporedbe, u prethodnoj 2022. imao je prodajna mjesta u 15 županija i u Gradu Zagrebu,

te ukupno 1.200 prodajnih mjesta. U promatranj 2023. godini dodatno se proširio na područje četiri županija Panonske i Sjeverne Hrvatske. To su Krapinsko-zagorska (prodajna mjesta nekadašnje Strahinjčice), Osječko-baranjska, Virovitičko-podravska i Međimurska županija. Studenac nema prodajno mjesto jedino u Vukovarsko-srijemskoj županiji. Značajan je trgovac u regiji Jadranska Hrvatska jer u svih sedam županija u toj regiji ima prodajna mjesta. Vodeći je trgovac u Dubrovačko-neretvanskoj i po prvi puta u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji.

Studenac je i nadalje na drugoj poziciji u Splitsko-dalmatinskoj županiji, u kojoj ostvaruje nešto više od jedne četvrtine prihoda od trgovine na malo mješovitom robom, te u Sisačko-moslavačkoj županiji što je u velikoj mjeri posljedica preuzimanja prodajnih mjesta nekadašnje Lonia Trgovine i integriranja u sustav Studenac market. Treći je u Zadarskoj županiji dok je na petoj poziciji u Istarskoj županiji i u Šibensko-kninskoj županiji.

Tommy u devet županija i Gradu Zagrebu ima prodajna mjesta, isto kao u 2022. godini. Ima 223 prodajna mjesta. Najviše prihoda ostvaruje u matičnoj Splitsko-dalmatinskoj županiji i to nešto više od polovice prihoda. I nadalje je vodeći trgovac na malo u tri županije u Jadranskoj regiji, u matičnoj Splitsko-dalmatinskoj županiji, Šibensko-kninskoj županiji te u Zadarskoj županiji.

Trgovina Krk je najveći trgovac na malo mješovitom robom u Međimurskoj županiji, a isto se temelji na pripajanju Metssa u 2021. godini. U 2022. pripojen je i Trgostil. Sva tri trgovca na malo članice su grupe Čakovečki Mlinovi. Trgovina Krk proširio se na područje deset županija i Grada Zagreba s nešto manje od 400 prodajnih mjesta, ne računajući specijalizirana prodajna mjesta.

U promatranj 2023. godini KTC je najznačajniji trgovac u Virovitičko-podravskoj županiji, dok je Mlin i pekare (New MiP) i dalje tržišni lider u Sisačko-moslavačkoj, ali i u Požeško-slavonskoj županiji. Boso je dugogodišnji lider u Vukovarsko-srijemskoj županiji. Robin je ostao na drugoj poziciji u Koprivničko-križevačkoj županiji.

U odnosu na strukturu tržišta prema ostvarenim tržišnim udjelima, Zadarska županija i nadalje bilježi najbolju strukturu tržišta prema ostvarenim tržišnim udjelima prva tri trgovca na malo odnosno bilježi se slabije izražena asimetrija. Zatim slijedi Požeško-slavonska županija odnosno bilježe se mali rasponi u tržišnim udjelima između prva dva trgovca. I u Bjelovarsko-bilogorskoj i Koprivničko-križevačkoj županiji su mali rasponi u tržišnim udjelima između prva dva trgovca.

„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 2023. 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]%
SPAR	[10-20]%
KAUFLAND	[5-10]%
PLODINE	[5-10]%

KRAPINSKO-ZAGORSKA ŽUPANIJA

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

SISAČKO-MOSLAVAČKA ŽUPANIJA

	Tržišni udio
MLIN I PEKARE	[20-30]%
STUDENAC	[10-20]%
LIDL	[10-20]%
KAUFLAND	[10-20]%
PLODINE	[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	[5-10]%
KAUFLAND	[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
STUDENAC	[10-20]%
LIDL	[10-20]%
KTC	[10-20]%
KAUFLAND	[10-20]%
PPK-BJELOVAR	[10-20]%

PRIMORSKO-GORANSKA ŽUPANIJA

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

LIČKO-SENJSKA ŽUPANIJA

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

VIROVITIČKO-PODRAVSKA ŽUPANIJA

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

POŽEŠKO-SLAVONSKA ŽUPANIJA

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

BRODSKO-POSAVSKA ŽUPANIJA

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

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]%
SPAR	[10-20]%
PLODINE	[5-10]%

ŠIBENSKO-KNINSKA ŽUPANIJA

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

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]%
KONZUM plus	[20-30]%
TOMMY	[20-30]%
LIDL	[10-20]%
PLODINE	[5-10]%

MEĐIMURSKA ŽUPANIJA

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

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

U odnosu na rezultate istraživanja za 2022. godinu, u promatranoj 2023. dodatno se bilježe promjene u „Top 5“ trgovaca na malo po županijama i Gradu Zagrebu. Tako je KTC ušao među prvih pet trgovaca na malo mješovitom robom u Međimurskoj županiji.

U Sisačko-moslavačkoj županiji Plodine su se vratile na petu poziciju, uz jedno prodajno mjesto više u toj županiji, jer je početkom svibnja 2023. u Novskoj otvoren novi supermarket Plodina.

U Ličko-senjskoj županiji Spar je ušao u pet vodećih trgovaca na malo u poretku. U Brodsko-posavskoj županiji također je Spar ušao u „Top 5“ trgovaca na malo.

U Šibensko-kninskoj županiji u prvih pet trgovaca na malo ušao je Studenac.

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

U sva tri promatrana grada (Split, Rijeka i Osijek) u 2023. godini bilježi se rast prihoda u trgovini na malo u odnosu na 2022. godinu.

U Splitu su svi trgovci na malo iz uzorka u 2023. godini ostvarili 342,2 milijuna eura prihoda, dok su u prethodnoj 2022. ostvarili 299,6 milijuna eura prihoda. Tommy je zadržao prvu poziciju u 2023. godini. Tommy bilježi tržišni udio od [20 - 30] posto u 2023. Na drugoj poziciji je Lidl koji bilježi tržišni udio [10 - 20] posto. Na trećoj poziciji je Spar, a četvrti je Konzum plus. Spar i Konzum plus bilježe tržišni udjele [10 - 20] posto.

Prikaz vodećih pet trgovaca na malo mješovitom robom u Splitu u 2023 daje se u tablici 3.

Tablica 3. „Top 5“ trgovaca na malo mješovitom robom u 2023. 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

U *Splitu* se u 2023. godini ukupno bilježe dva prodajna mjesta više nego u 2022. godini. Promatrano prvih pet trgovaca na malo u Splitu, jedino Tommy i Lidl bilježi rast broja prodajnih mjesta, svaki po jedno prodajno mjesto više. Studenac bilježi najveći broj prodajnih mjesta (51 prodajno mjesto) malog formata (male prodavaonice i samoposluge). zatim slijedi Tommy (37 prodajno mjesto), Konzum plus (21 prodajno mjesto) te Ribola (19 prodajno mjesto) koji je na šestoj poziciji u Splitu prema tržišnom udjelu.

Ujedno se bilježi blago smanjenje kvadratnih metara neto prodajne površine u iznosu od 3.100 kvadratnih metara u odnosu na prethodnu 2022. 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 promatranj 2023. godini svi trgovci na malo iz uzorka ostvarili 210 milijuna eura prihoda, dok su u prethodnoj 2022. ostvarili nešto manje od 184,3 milijuna eura prihoda.

U tablici 4. prikazuje se vodećih pet trgovaca na malo mješovitom robom u *Rijeci* u 2023. godini.

Tablica 4. „Top 5“ trgovaca na malo mješovitom robom u 2023. godini u *Rijeci*

GRAD RIJEKA

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

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

Ujedno se bilježi smanjenje prodajnih mjesta u 2023. godini (tri prodajna mjesta manje Trgovine Krk) i 495 kvadratnih metara manje raspoložive neto prodajne površine u odnosu na 2022.

Bitni trgovci ne bilježe promjenu broja prodajnih mjesta. Lokalni trgovac na malo Brodokomerc Nova (na šestoj poziciji u *Rijeci* prema tržišnom udjelu u 2023.) bilježi najveći broj prodajnih mjesta u *Rijeci*, ukupno 33, koja su pretežito malog formata (male prodavaonice i samoposluge), no ima i šest supermarketa. Zatim slijedi Studenac s 20 prodajnih mjesta malog formata te Trgovina Krk s 14 prodajnih mjesta malog formata.

Spar i Plodine bilježe tržišni udio koji iznosi [20 - 30] posto. Lidl je treći i bilježi tržišni udio koji iznosi [10 - 20] posto, isto kao i Kaufland na četvrtoj poziciji.

Asimetrija između prvog (Spar) i drugog trgovca (Plodine) u 2023. godini je neznatna.

U *Osijeku* u promatranj 2023. godini svi trgovci na malo mješovitom robom iz uzorka ostvarili su 167,7 milijuna eura prihoda, dok su u prethodnoj 2022. ostvarili 144,1 milijuna eura prihoda.

U tablici 5. prikazuje se vodećih pet trgovaca na malo mješovitom robom u *Osijeku* u 2023. godini.

Tablica 5. „Top 5“ trgovaca na malo mješovitom robom u 2023. 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. Četvrti je Kaufland koji bilježi tržišni udio [10 – 20] posto.

Bilježi se sedam prodajnih mjesta više u promatranoj 2023. godini u odnosu na prethodnu 2022. Bilježi se simboličan rast neto prodajne površine za 29 kvadratnih metara, što upućuje na zaključak da su trgovci smanjivali angažirani neto prodajni prostor u nekim prodajnim mjestima.

NTL d.o.o. bilježi najveći broj prodajnih mjesta u Osijeku, ukupno 32, koja su malog formata (male prodavaonice i samoposluge) i isti je na petoj poziciji prema tržišnom udjelu. Zatim slijedi Konzum plus s 13 prodajnih mjesta malog formata i velikog formata, odnosno sva četiri tipa prodajnog mjesta te Aska, lokalni trgovac na malo koji bilježi šest prodajnih mjesta malog formata (samoposluge).

Asimetrija između prvog (Konzum plus) i drugog trgovca na malo (Spar) je relativno značajna te je istovremeno blago povećana u odnosu na 2022. godinu. Ujedno se bilježi promjena trenda jer se u 2022. godini u odnosu na 2021. bilježilo blago smanjenje asimetrije između prva dva trgovca na malo u Osijeku.

Grupacije poduzetnika na tržištu trgovine na malo mješovitom robom

Schwarz grupa – Lidl i Kaufland, promatrano zajedno, bilježe blago smanjenje tržišnog udjela u 2023. godini na nacionalnom tržištu. Kod zaključaka treba uzeti u obzir inflatorna kretanja u promatranom razdoblju i moguće različite politike trgovaca po pitanju rasta maloprodajnih cijena u tim okolnostima koje u konačnici daju pokazatelj prihoda kojim se u ovom istraživanju analiziraju tržišni udjeli. Tržišni udio Schwarz Grupe iznosi [20-30] posto. Promatrano pojedinačno članice Schwarz Grupe, Lidl bilježi 109 prodajnih mjesta velikog formata tipa supermarketi i bilježi dva prodajna mjesta više u odnosu na prethodnu 2022. godinu. Kaufland bilježi 48 prodajnih mjesta, također velikog formata tipa hipermarketi i supermarketi i bilježi tri prodajna mjesta više u odnosu na prethodnu 2022. godinu.

Ukupno Schwarz Grupa bilježi 157 prodajnih mjesta velikog formata.

Fortenova Grupa - obzirom na to kako unutar djelatnost trgovine obavlja više pravnih osoba, iako ostale članice nisu klasični trgovci na malo kao Konzum plus, za potrebe istraživanja analiziran je Konzum plus. U sastavu Fortenova grupe je Roto Dinamic d.o.o. koji je jedan od lidera u distribuciji bezalkoholnih i alkoholnih pića te popratnog asortimana za HoReCa kanal na tržištu trgovine na veliko mješovite robe, prije svega pićima.

Konzum plus u 2023. godini bilježi 637 prodajnih mjesta na površini od 320 tisuća kvadratnih metara prodajnog prostora. U prošlogodišnjem istraživanju za prethodnu 2022. godine bilježio je 628 prodajnih mjesta na površini od 313.605 kvadratnih metara. Konzum plus na kraju promatrane 2023. godine bilježi devet prodajnih mjesta više, odnosno nešto više od 6.300 kvadratnih metara prodajnog prostora više u odnosu na prethodnu 2022. godinu. Kako je istovremeno izašao iz zakupa određenog broja prodajnih mjesta, stvaran broj novootvorenih prodajnih mjesta u 2023. u usporedbi s 2022. veći je od devet. Ima prodajna mjesta malog formata (male prodavaonice i samoposluge), kao i velikog formata (supermarketi i hipermarketi).

U strukturi prihoda u trgovini na malo mješovitom robom Konzuma plus u 2023. godini, najveći udio odnosi se na prihod ostvaren u supermarketima, nešto manje od 50 posto prihoda u trgovini na malo mješovitom robom Konzuma plus, zatim slijede samoposluge, hipermarketi i male

prodavaonice. U strukturi broja prodajnih mjesta Konzuma plus, najveći udio odnosi se na samoposluge, kojih je bilo ukupno 332.

Narodni trgovački lanac – NTL nastao je temeljem ugovornog udruživanja u smislu objedinjavanja nabave. Narodni trgovački lanac d.o.o. ima četiri članice. To su slijedeći osnivači: Bakmaz, Boso, Gavranović i Trgovina Krk i svaki drži isti postotni poslovni udio. Prema podacima iz Knjige poslovnih udjela NTL d.o.o. na 31. prosinca 2023., matično društvo NTL d.o.o. drži jedan vlastiti poslovni udio od 60 eura, no isto je zanemariv podatak u relativnom (postotnom) broju. U odnosu na prethodno razdoblje ne bilježe se promjene u članstvu NTL-a.

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.

Krajem 2023. godine NTL d.o.o. je preko novoosnovanog društva NTL Sjever d.o.o. preuzeo maloprodajni segment poslovanja TP Varaždin d.o.o. s 91 prodajnim mjestom na području regije Sjeverna Hrvatska (Varaždinska, Međimurska, Krapinsko-zagorska te Koprivničko-križevačka županija). Navedeno preuzimanje provedeno je u prvom tromjesečju 2024. godine. TP Varaždin je bio ranije punopravna članica konkurentske Ultragros grupacije. Rezultat navedenog preuzimanja biti će opisan u narednom istraživanju koje će se odnositi na pokazatelje za 2024. godinu.

NTL bilježi rast zbirnog prihoda članica u 2023. godini uz tržišni udio [5-10] posto, jednako kao i u 2022. Usprkos rastu prihoda članica osnivača i dva pridružena partnera, bilježi neznatno smanjenje tržišnog udjela, radi rasta prihoda ostalih konkurenata odnosno grupacija trgovaca.

U promatranoj 2023. godini NTL grupacija bilježi 1.262 prodajnih mjesta, dok je u 2022. godini bilježila 1.269 prodajna mjesta, promatrano s Robinom i Dergezom. Time NTL grupacija bilježi najveći broj prodajnih mjesta, promatrano grupacije trgovaca na malo mješovitom robom u RH.

Ultragros grupacija – i nadalje je najbrojnija grupacija trgovaca na malo mješovitom robom po broju članica. U 2023. godini Ultragros d.o.o. bilježi 24 članice, no u tu brojku je uključen jedan trgovac na veliko mješovitom robom (Bure d.o.o.) kao i matično društvo Ultragros d.o.o. Ta dva poduzetnika ne bilježe učinak na tržištu maloprodaje mješovitom robom u 2023., stoga 22 aktivne članice Ultragros grupacije bilježe učinak na tržištu trgovine na malo mješovitom robom u 2023. godini. Krajem 2023. godine ima 19 punopravnih članica-osnivača, uključujući i matično društvo Ultra gros d.o.o., koji ne bilježi maloprodajna mjesta i prihode u trgovini na malo mješovitom robom. Od ukupnog broja članica, njih pet nema vlasnički udio u temeljnom kapitalu matičnog društva Ultragros d.o.o. i to su Mali Palit, Lorenc, Patričar, Aska i Bure.

Ultragros grupacija u promatranoj 2023. bilježi 1.169 prodajnih mjesta, dok je u 2022. bilježila 1.140 prodajnih mjesta.

U odnosu na 2022. godinu u promatranoj 2023. godine Ultragros grupacija bilježi dvije članice manje, i to su Strahinjčica i Duravit koje je preuzeo Studenac. Strahinjčicu odnosno 44 prodajna mjesta preuzeo je Studenac tijekom ljeta 2023. godine. Duravit Trgovina d.o.o. na koje je prenesen segment maloprodaje Duravita d.o.o. odnosno 13 prodajnih mjesta na području Pule preuzet je od strane Studenca u svibnju 2022. godine. Ujedno Ultragros bilježi jednu novu pridruženu članicu, koja ne drži poslovni udio u Ultra gros d.o.o. To je od 1. svibnja 2023. trgovac Aska. Prema podacima iz sudskog registra Ultra gros d.o.o., kao jedan od osnivača Ultra gros

d.o.o. 4. ožujka 2024. godine u sudskom registru je brisana Strahinjčica te je upisan Djelo Vodice d.o.o.

Također, umjesto Mlin i pekare d.o.o. koji je također brisan iz sudskog registra kao osnivač Ultra gros d.o.o., navodi se novoosnovano društvo od strane istog poduzetnika, NewMiP d.o.o. koji je upisan u sudski registar 15. ožujka 2024. Naime, od 1. studenog 2023. prenesena su sva prodajna mjesta, radnici, roba i oprema na NewMiP d.o.o. tako da su zadnji prihodi koje bilježi Mlin i pekare d.o.o. ostvareni zaključno s 31. listopada 2023. godine. Nakon toga datuma je Mlin i pekare d.o.o. prestao s obavljanjem gospodarskih djelatnosti mlinarstva, pekarstva i trgovine, a iste djelatnosti nastavljene su u okviru NewMiP d.o.o.

Supermarketi i dalje dominantan tip prodajnog mjesta

Rezultati istraživanja na uzorku 44 anketiranih trgovaca na malo pokazali su kako se promatranoj 2023. godini bilježi dvoznamenkasti rast prihoda u svakom od zasebno promatrana četiri tipa prodajnog mjesta u odnosu na prethodnu 2022. godinu.

Nadalje, u supermarketima je ostvaren najveći iznos prihoda u djelatnosti trgovine na malo mješovitom robom u RH u 2023. godini, isto kao i u 2022., i to u iznosu nešto više od 4 milijardi eura. U usporedbi s 2022., bilježi se rast od 581 milijuna eura odnosno 17 posto.

Slijede hipermarketi u kojima je u 2023. godini ostvaren prihod od 1,56 milijardi eura i bilježi se rast od 196,5 milijuna eura u odnosu na 2022. godinu, odnosno 14,4 posto. U samoposlugama je u 2023. godini ostvaren prihod nešto manje od 1,52 milijardi eura i bilježi se rast od 192,2 milijuna eura u odnosu na 2022. godinu, odnosno 14,5 posto. U malim prodavaonicama je u 2023. godini ostvaren ukupan prihod od 0,65 milijardi eura (odnosno 649,6 milijuna eura) i bilježi se rast od 102,3 milijuna eura u odnosu na 2022. godinu, odnosno 18,7 posto.

Radi usporedbe, u prethodnom istraživanju za 2022. godini također se najveći rast prihoda u odnosu na 2021. bilježio u supermarketima, a zatim u samoposlugama, hipermarketima i malim prodavaonicama. Zaključuje se da su hipermarketi zamijenili mjesto sa samoposlugama kao tip prodajnog mjesta u kojima se bilježi drugi najveći rast prihoda u trgovini na malo.

U tablici 6. prikazuju se struktura prihoda na tržištu trgovine na malo mješovitom robom u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2020. do 2023. godine prema ostvarenim prihodima u pojedinom tipu prodajnog mjesta, iskazano u eurima.

Tablica 6. Struktura prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u RH prema tipu prodajnih mjesta u razdoblju od 2020. do 2023. godine

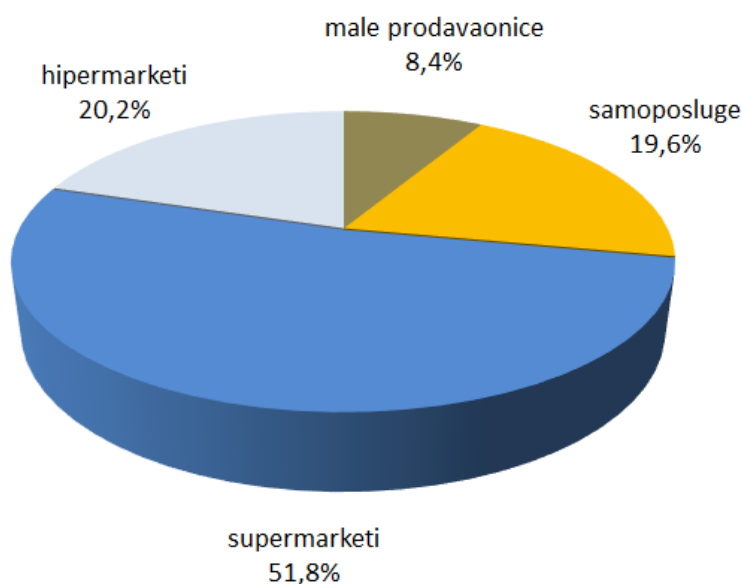
Tip prodajnog mjesta	2020.	2021.	2022.	2023.	Indeks 2023./2022.
	<i>iznosi u eurima</i>	<i>iznosi u eurima</i>	<i>iznosi u eurima</i>	<i>iznosi u eurima</i>	
male prodavaonice	455.460.226	458.410.270	547.320.374	649.592.002	118,7
samoposluge	1.100.018.108	1.176.001.966	1.324.126.760	1.516.289.086	114,5
supermarketi	2.589.396.465	2.883.398.979	3.426.829.921	4.007.876.874	117,0
hipermarketi	1.167.282.517	1.240.314.263	1.361.629.075	1.558.084.678	114,4
Ukupno:	5.312.157.316	5.758.125.478	6.659.906.130	7.731.842.641	116,1

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

Prihodi iz trgovine na malo mješovitim robom u RH svih trgovaca iz uzorka AZTN-a u promatranj 2023. godini iznosili su 7,73 milijardi eura. U 2023. bilježi se nominalan rast prihoda u iznosu od 1,07 milijardi eura u odnosu na prethodnu 2022. godinu. Bilježi se rast tržišta trgovine na malo mješovitim robom u 2023. godini u iznosu od 16,1 posto u odnosu na 2022.

Na slici 7. grafički se prikazuje struktura tržišta trgovine na malo mješovitim robom u RH u 2023. prema ostvarenim prihodima u pojedinom tipu prodajnog mjesta.

Slika 7. Struktura tržišta trgovine na malo mješovitim robom u RH u 2023. 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 u trgovini na malo mješovitim robom u 2023. godini (51,8 posto iznosi udio supermarketa u strukturi prihoda), kao i prema kriteriju neto prodajne površine (49,1 posto iznosi udio supermarketa u strukturi neto prodajne površine).

U promatranj 2023. godini u trgovini na malo mješovitim robom izrazito dominira kupovina u supermarketima i hipermarketima jer nešto manje od tri četvrtine, preciznije 72 posto ukupnog prihoda u trgovini na malo mješovitim robom, ostvareno je prodajom u supermarketima (51,8 posto) i hipermarketima (20,2 posto) odnosno u velikim formatima prodajnog mjesta.

Radi usporedbe, u prethodnoj 2022. godini 71,9 posto ukupnog prihoda u trgovini na malo mješovitim robom bilo je ostvareno u supermarketima i hipermarketima, te se bilježi blagi rast prihoda u trgovini na malo mješovitim robom u 2023. godini ostvarenog u velikim formatima prodajnog mjesta za 0,1 postotni bod u odnosu na 2022.

U prodajnim mjestima malog formata (male prodavaonice i samoposluge) u 2023. godini ostvareno je 28 posto prihoda (28,1 posto u 2022. godini).

Bilježe se i određene blage promjene u strukturi prihoda prema pojedinom tipu prodajnog mjesta u odnosu na prethodnu 2022. Tako se bilježi rast udjela supermarketa kao tipa prodajnog mjesta

u ukupnoj strukturi s 51,5 posto u 2022. na 51,8 posto u promatranoj 2023. godini i riječ je o nastavku trenda rasta supermarketa. Također se bilježi blagi rast udjela malih prodavaonica u ukupnoj strukturi prihoda s 8,2 posto u 2022. na 8,4 posto u 2023. godini.

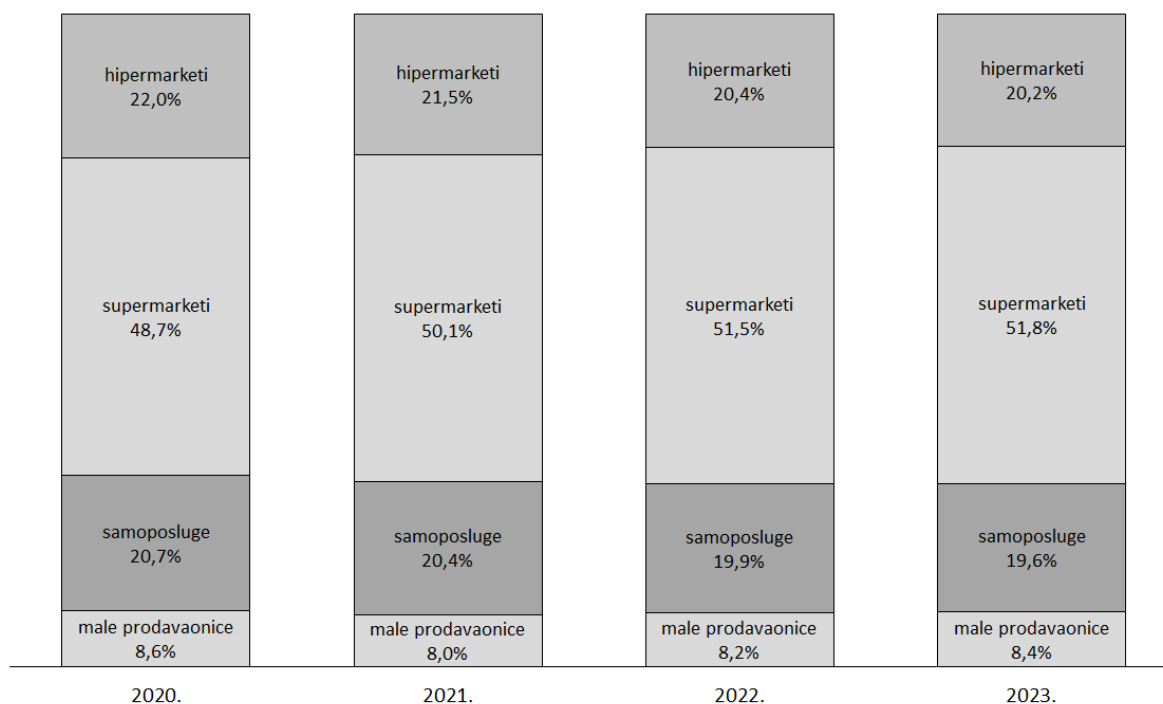
S druge strane, samoposluge i hipermarketi bilježe blagi pad udjela u ukupnoj strukturi prihoda. Tako se bilježe blagi pad udjela samoposluga s 19,9 posto u 2022. na 19,6 posto u 2023. godini, dok hipermarketi bilježe pad udjela s 20,4 posto u 2022. na 20,2 posto u 2023. godini u ukupnoj strukturi prihoda promatrano sva četiri tipa prodajnog mjesta.

Navedeni trend rasta udjela supermarketa i malih prodavaonica u prihodima, odnosno pada udjela samoposluga i hipermarketa istovjetan je trendu koji se bilježio u prethodnom istraživanju za 2022. godini u odnosu na 2021.

Ako se promatra četverogodišnje vremensko razdoblje od 2020. do 2023. godine prema ostvarenim prihodima u trgovini na malo mješovitom robom, a koje se grafički prikazuje na slici 8., proizlazi zaključak o relativno stabilnoj strukturi mjerodavnog tržišta promatrano po pojedinom tipu prodajnog mjesta u tom razdoblju.

Dodatno se bilježe određene promjene visine udjela pojedinog tipa prodajnog mjesta prema ostvarenim prihodima.

Slika 8. Struktura tržišta trgovine na malo u RH u razdoblju od 2020. do 2023. godine prema ostvarenim prihodima u pojedinom tipu prodajnog mjesta



Izvor: Istraživanja tržišta trgovine na malo AZTN za pojedine godine u razdoblju 2020.-2023.

Samoposluge bilježe kroz promatrane godine trend blagog pada udjela u ukupnoj strukturi prihoda u trgovini na malo, kao i hipermarketi. Kod hipermarketa pad je bio izraženiji u 2022. u odnosu na 2021. za vrijeme globalne pandemije Covid-19.

Samoposluge kroz promatrano četverogodišnje razdoblje bilježe relativno stabilan udio u rasponu od 19,6 do 20,7 posto. U promatranoj 2023. godini bilježe pad jer je udio samoposluga smanjen s 19,9 posto u 2022. godini na 19,6 posto u 2023. godini u ukupnoj strukturi mjerodavnog tržišta prema ostvarenim prihodima u trgovini na malo mješovitom robom.

Udio prihoda u trgovini na malo mješovitom robom u hipermarketima smanjen je s 22 posto u 2020. godini (početna godina promatranog razdoblja) na 20,2 posto u promatranoj 2023. godini (posljednja godina promatranog razdoblja), odnosno bilježi se smanjenje za 1.8 postotni bod.

S druge strane supermarketi bilježe kontinuirani rast udjela u ukupnoj strukturi mjerodavnog tržišta prema ostvarenim prihodima u trgovini na malo mješovitom robom. Supermarketi u četverogodišnjem razdoblju bilježe rast udjela u strukturi za 3,1 postotna boda (48,7 posto iznosi udio u 2020., dok 51,8 posto iznosi udio u 2023. godini) u ukupnoj strukturi ostvarenog zbirnog prihoda u trgovini na malo mješovitom robom.

Udio malih prodavaonica kroz promatrano četverogodišnje razdoblje najmanje oscilira i iznosi u rasponu od 8 posto (2021. godina) do 8,6 posto (u 2020. godini). Male prodavaonice posljednje dvije promatrane godine bilježe blagi rast udjela u strukturi ostvarenog zbirnog prihoda u trgovini na malo mješovitom robom.

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 mjesta

U promatranoj 2023. bilježi se 5.140 prodajnih mjesta, dok je u prethodnoj 2022. godini bilo 4.996 prodajnih mjesta. Promatrajući sve prodajne formate, u 2023. godini bilo je raspoloživo 144 prodajno mjesto više u odnosu na prethodnu 2022. godinu.

Za razliku od prošlogodišnjeg istraživanja za 2022. godinu, kada je broj samoposluga stagnirao, u promatranoj 2023. godini bilježi se rast broja samoposluga u odnosu na 2022.

Najveći rast broja prodajnih mjesta u promatranoj 2023. godini bilježe samoposluge kojih je 76 više.

Zatim slijede supermarketi kojih je 39 više te male prodavaonice kojih je 29 više u odnosu na 2022. godinu. Broj hipermarketa stagnira jer ih je bilo ukupno 149, isto kao i u 2022. godini.

Ujedno se bilježi povećanje broja svih prodajnih mjesta u promatranoj 2023. godini za 2,9 posto u odnosu na 2022., dok se u prethodnoj 2022. godini bilježio jače izražen rast broja svih prodajnih mjesta od 3,5 posto u odnosu na 2021. odnosno bilo je 171 prodajno mjesto više.

U tablici 7. prikazuju se broj prodajnih mjesta prema tipu prodajnog mjesta u razdoblju od 2020. do 2023. godine.

Tablica 7. Broj prodajnih mjesta prema tipu prodajnog mjesta u RH u razdoblju od 2020. do 2023. godine

Tip prodajnog mjesta	2020.	2021.	2022.	2023.	Indeks 2023./2022.
male prodavaonice	1.815	1.815	1.956	1.985	101,5
samoposluge	2.045	2.105	2.106	2.182	103,6
supermarketi	706	758	785	824	105,0
hipermarketi	141	147	149	149	100,0
Ukupno:	4.707	4.825	4.996	5.140	102,9

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

Promatrano prema kriteriju broja prodajnih mjesta, u ukupnom broju prodajnih mjesta prema tipu u 2023. godini najviše je, kao i prethodne 2022. bilo samoposluga (2.182 prodajnih mjesta, odnosno nešto više od 42 posto u strukturi), zatim slijede male prodavaonice (1.985 prodajnih mjesta, odnosno nešto manje od 39 posto), supermarketi (824 prodajnih mjesta, odnosno nešto manje od 16 posto) te hipermarketi (149 prodajnih mjesta, odnosno nešto manje od tri posto).

Udio pojedinog tipa prodajnog mjesta u ukupnoj strukturi broja svih prodajnih mjesta u promatranoj 2023. godini neznatno je promijenjen u odnosu na prethodnu 2022.

Neto prodajna površina

Ukupna neto prodajna površina svih prodajnih mjesta anketiranih poduzetnika u 2023. godini iznosila je nešto manje od 1,6 milijuna kvadratnih metara dok je u prethodnoj 2022. bilo raspoloživo 1,54 milijuna kvadratnih metara. Bilježi se rast neto prodaje površine u iznosu od 59.049 kvadratnih metara u odnosu na prethodnu 2023. godinu, što predstavlja rast od 3,8 posto. Ujedno se bilježi nastavak trenda koji je jače izražen, jer se u 2022. godini bilježio rast ukupne neto prodajne površine u iznosu od 31.700 kvadratnih metara u odnosu na 2022., kada je rast iznosio 2,1 posto.

Prema kriteriju neto prodajne površine, u promatranoj 2023. godini najveći udio u strukturi ukupne neto prodajne površine imaju i dalje supermarketi koji čine nešto više od 49,1 posto od ukupne neto prodajne površine (48 posto u 2022. godini) uz trend rasta udjela. U ukupno raspoloživoj neto prodajnoj površini (nešto manje od 1,6 milijuna kvadratnih metara) na samoposluge otpada nešto više od 783 tisuće kvadratnih metara.

Na drugoj poziciji po udjelu u strukturi ukupne neto prodajne površine nisu više hipermarketi (prodajno mjesto velikog formata), već samoposluge (prodajno mjesto malog formata) s udjelom u iznosu od 21,8 posto.

Prodajna mjesta tipa hipermarketi bilježe udio u strukturi ukupne neto prodajne površine u iznosu od 21,6 posto. Najmanje od ukupne neto prodajne površine otpada na male prodavaonice (prodajna mjesta malog formata) na koje otpada 7,5 posto.

U tablici 8. prikazuju se ukupna neto prodajna površina anketiranih trgovaca na malo mješovitom robom iz uzorka poduzetnika prema tipu prodajnog mjesta u razdoblju od 2020. do 2023. godine.

Tablica 6. Neto prodajna površina prema tipu prodajnog mjesta u RH u razdoblju od 2020. do 2023. godine

Tip prodajnog mjesta	2020.	2021.	2022.	2023.	Indeks 2023./2022.
male prodavaonice	110.471	112.008	117.990	120.371	102,0
samoposluge	319.196	330.700	337.018	347.296	103,0
supermarketi	671.796	718.778	742.416	783.442	105,5
hipermarketi	335.654	344.108	339.864	345.228	101,6
Ukupno:	1.437.117	1.505.595	1.537.288	1.596.337	103,8

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

Najviše povećanje neto prodajne površine u 2023. godini u odnosu na 2022. bilježi se, kao i kod prihoda u trgovini na malo mješovitom robom, u supermarketima u kojima se bilježi rast prodajne površine od 41 tisuća kvadratnih metara, što predstavlja rast od 5,5 posto.

Samoposluge također bilježe rast neto prodajne površine od tri posto i bilo je raspoloživo otprilike 10.300 kvadratnih metara više u samoposlugama. Male prodavaonice bilježe rast neto prodajne površine u iznosu od dva posto u kojima je bilo raspoloživo nešto manje od 2.400 kvadratnih metara više. Hipermarketi bilježe najmanji postotni rast neto prodajne površine u iznosu od 1,6 posto u kojima je bilo raspoloživo otprilike 5.400 kvadratnih metara više.

Za razliku od 2022. godine, kada su hipermarketi bilježili pad neto prodajne površine u odnosu na 2021., u promatranoj 2023. godini niti jedan tip prodajnog mjesta ne bilježi smanjenje neto prodajne površine u odnosu na 2022. Zanimljivo je da iako broj hipermarketa stagnira, odnosno nepromijenjen je u odnosu na 2022., blago je povećan broj neto prodajne površine u istima.

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 mjesta, neto prodajna površina) za sva četiri tipa prodajnih mjesta, rezultati istraživanja pokazali su kako je stopa rasta prihoda u trgovini na malo mješovitom robom svih trgovaca na malo iz uzorka AZTN-a (16,1 posto) u 2023. godini u odnosu na 2022. značajnije viša od stope rasta broja prodajnih mjesta (2,9 posto) i stope rasta neto prodajne površine (3,8 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 mjesta 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 mješovite robe

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. Samo sedam anketiranih trgovaca na malo bilježi u 2023. prihod putem online prodaje vlastitom

platformom. U odnosu na prethodnu 2022. godinu ne bilježi se niti jedan novi trgovac na malo mješovitom robom koji bilježi prihod ostvaren putem online prodaje vlastitom platformom u promatranoj 2023. godini

Treba dodatno istaknuti da je Studenac u 2023. godini imao partnerski odnos s platformom za dostavu Wolt, i to kroz tri online prodavaonice zatvorenog tipa („dark stores“, ukupno tri prodavaonice). Koncept „dark store“ pokrenut sredinom 2022. godine odvijao se na način da kupci roba nisu imali fizički pristup kupnji, već isključivo mogućnost online narudžbe robe od Studenca kroz Wolt aplikaciju, te je kupcima robu dostavljao Wolt.

Promatrano prvih pet najvećih trgovaca na malo u promatranoj 2023. godini, jedino Konzum plus bilježi prihod putem online prodaje kroz vlastitu internetsku platformu. U strukturi prihoda u trgovini na malo mješovitom robom najveći i pretežiti iznos online prodaje u 2023. godini odnosi se na Konzum plus.

Programi vjernosti i broj članova

Od promatranih trgovaca na malo, u 2023. njih 14 primjenjivalo je programe vjernosti (lojalnosti), isto kao u 2022. godini. Ujedno se ne bilježi niti jedan novi trgovac na malo mješovitom robom koji je počeo primjenjivati program vjernosti. Najveći broj članova u pojedinom programu vjernosti u 2023. godini bilježi Konzum plus, zatim slijede Lidl i Kaufland, članice Schwarz Grupe, Studenac te KTC, isto kao i u prethodnoj 2022.

Studenac bilježi značajan rast korisnika programa lojalnosti u odnosu na 2022. jer je preuzimanjem drugih trgovaca na malo u svoj program lojalnosti uključio i nekadašnje korisnike programa lojalnosti drugih trgovaca na malo, konkretno Lonia Trgovine te Peme.

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

Radi uvođenja eura kao službenog sredstva plaćanja u Republici Hrvatskoj, od početka 2023. godine minimalna vrijednost kupnje roba i/ili usluga za dobivanje dodatnih bodova u programu vjernosti navedena je u eurima, te su u bitnome povećani pragovi za dobivanje određenog iznosa bodova u sklopu programa vjernosti pojedinih trgovaca na malo i to na više vrijednosti potrebne realizirane kupnje od strane kupca.

Trgovačke marže

Kao i u prethodnim istraživanjima za 2021. i 2022. godinu, AZTN je u 2023. godini 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 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 je AZTN komparativno analizirao pokazatelje marži za 2023. godinu u odnosu na 2022. godinu (stanje na kraju godine).

Pokazatelji u odnosu na prosječne marže anketiranih trgovaca u 2023. godini za osam kategorija su slijedeći: meso i mesne prerađevine 23,7 posto, meso peradi i jaja 24,1 posto, pekarski proizvodi (kruh, peciva) 37,2 posto, mlijeko i mliječni proizvodi 21,4 posto, svježe voće i povrće

29,9 posto, bezalkoholna pića i vode 25,9 posto, konditorski proizvodi (keksi, čokolade, bomboni i dr.) 31,7 posto, osnovni prehrambeni proizvodi (brašno, šećer, riža, rezanci, jestiva ulja i dr.) 24 posto.

Rezultati istraživanja pokazuju kako su prosječne marže za prehrambene proizvode u 2023. godini najviše u kategoriji pekarskih proizvoda i konditorskih proizvoda, a zatim i u kategoriji svježeg voća i povrća te bezalkoholnih pića i vode.

Kada se uspoređuju prosječne marže u 2023. u odnosu na 2022. godinu, od osam promatranih kategorija roba, rezultati istraživanja pokazuju da se u četiri kategorije bilježi blago smanjenje prosječne marže (meso i mesne prerađevine, meso peradi i jaja, mlijeko i mliječni proizvodi, osnovni prehrambeni proizvodi), dok se u preostale četiri kategorije bilježi blago povećanje prosječne marže (voće i povrće, konditorski proizvodi, bezalkoholna pića i vode te pekarski proizvodi).

Opreza radi, navodi se kako su određeni prehrambeni proizvodi, a koji su ovdje i u promatranim kategorijama roba od strane AZTN-a, u 2023. godini bili obuhvaćeni Odlukom o izravnim mjerama kontrole cijena određenih prehrambenih proizvoda („Narodne novine“, br. 104/22., 5/23., 31/23. i 37/23.). Navedena odluka stupila je na snagu 9. rujna 2022. godine i trajala je do 17. rujna 2023. godine. Ukupno se navedena Odluka odnosila na devet, odnosno osam prehrambenih proizvoda.

Nadalje, 14. rujna 2023. godine Vlada Republike Hrvatske donijela je Odluku o izravnim mjerama kontrole cijena određenih proizvoda u trgovini na malo („Narodne novine“, br. 107/23.), te je ista Odluka stupila na snagu 18. rujna 2023. godine. Popis proizvoda na koje se odnosi ta Odluka proširen je na 30 proizvoda i uključuje, uz prehrambene, i manji broj neprehrambenih proizvoda.

Također, dodatna promjena odnosi na činjenicu da iznos najviše marže obračunate na neto fakturnu cijenu nije propisan, uz jedinu iznimku za UHT mlijeko s 2,8 posto mliječne masti, za koje je uz najvišu cijenu propisana i marža do najviše 10 posto.

Stoga ranije navedeno treba uzeti u obzir kod tumačenja podataka o prosječnim maržama trgovaca na malo za određene kategorije roba.

Vlasničke i ostale promjene u 2023. godini

Dinamičnost tržišta maloprodaje očitovala se kroz veći broj preuzimanja direktnih konkurenata ili maloprodajnog segmenta istih, te kroz dodatne 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.

U promatranoj 2023. godini bilježe se vlasničke promjene na tržištu trgovine na malo mješovitom robom. Radi se o preuzimanjima od strane Studenca i to Strahinjčice te Špara iz Bjelovara. Krajem 2023. Studenac je preuzeo La-vor Trade s 17 prodajnih mjesta. Također, Studenac je preuzeo više malih lokalnih trgovaca na malo s manjim brojem prodajnih mjesta, Tako je u kolovozu 2023. godine preuzeo tri prodajna mjesta od Tehno-Ron Maloprodaja d.o.o. u Zagrebu, šest prodajnih mjesta poduzetnika Cedekap Trgovina d.o.o. u Zagrebačkoj županiji te osam prodajnih mjesta poduzetnika Formalis-Teh Maloprodaja d.o.o. u Gradu Zagrebu.

U promatranj 2023. bilježe se uzimanja u zakup manjeg broja prodajnih mjesta, ali od malih trgovaca obrtnika ili malih lokalnih trgovaca. Primjerice, Boso, Mlin i pekare i Ribola uzeli su u zakup određeni broj prodajnih mjesta na opisani način.

Posljedično, tijekom 2023. godine dodatne promjene koje su se događale u grupacijama poduzetnika.

Ultragros grupacija krajem 2023. godine bilježi jednu članice manje, Strahinjčicu. Također, kao jedan od osnivača Ultra gros d.o.o. u sudskom registru 15. travnja 2024. upisan je NewMiP, koji od studenoga 2023. preuzeo maloprodajni segment poduzetnika Mlin i pekare (jedini osnivač NewMip), a koji je brisan kao osnivač Ultra gros d.o.o. S druge strane, u članstvo su ušli Aska, Đakovo (nije jedan od osnivača Ultra gros d.o.o.) i Djelo Vodice, koje je podijelilo imovinu s Djelom, Bilice.

Nadalje, tijekom 2024. godine, zaključno s sredinom rujnom 2024., nakon preuzimanja istarskog trgovca na malo Lavor-Trade (također je bio jedan od osnivača Ultra gros d.o.o.), bilježi se još jedno preuzimanje od strane Studenca i to Decentie s 36 prodajnih mjesta, s manjim učinkom u Gradu Zagrebu i Zagrebačkoj županiji². Također, Studenac je preuzeo i dva prodajna mjesta manjeg trgovca na malo, FIBA-Prom Trgovina d.o.o. u Zagrebu. Tako da sredinom rujna 2024. Studenac ukupno raspolaže s oko 1.300 prodajnih mjesta.

NTL je preuzeo maloprodajni dio poslovanja TP Varaždin d.o.o. s 91 prodajnim mjestom. Radi se također o nekadašnjem osnivaču, odnosno članici Ultra gros d.o.o., koja je konkurentska grupacija NTL-u, te nakon dužeg vremena NTL Grupacija bilježi preuzimanje maloprodajnog segmenta konkurentskog trgovca na malo mješovitom robom.

Nadalje, sisački Mlin i pekare je preuzeo Čakovečke mlinove. Konkretno, Mlin i pekare d.o.o., Plodinec d.o.o., Allianz ZB d.o.o. i PBZ CO d.o.o. (u svoje ime a za račun fondova) preuzeli su poduzetnika Čakovečki mlinovi d.d.³.

Navedeno preuzimanje bitno je radi poduzetnika Trgovina Krk d.d., članice grupe Čakovečki mlinovi, koji je ujedno i u 2023. godini u „Top 10“ trgovaca na malo na nacionalnoj razini na devetoj poziciji i koji ima prodajna mjesta ne samo u Jadranskoj Hrvatskoj (Primorsko-goranska i Istarska županija), već i u Sjevernoj Hrvatskoj (u Varaždinskoj, Međimurskoj i Krapinsko-zagorskoj županiji) te u Panonskoj Hrvatskoj (primjerice, u Virovitičko-podravskoj i Bjelovarsko-bilogorskoj županiji). Ovdje treba spomenuti da je krajem 2021. i krajem 2022. Trgovina Krk pripojila Metss odnosno Trgostil, Donja Stubica, kao i veći broj prodajnih mjesta Radnik, Opatija koji primarno obavlja pekarsku i slastičarsku djelatnost. Riječ je bilo o unutargrupnim transakcijama unutar članica grupe Čakovečki mlinovi.

Navedenim preuzimanjem Mlin i pekare ojačati će poziciju i na nacionalnom tržištu, ali će ući i na nova regionalna tržišta, primjerice na područje Primorsko-goranske i Istarske županije. U 2023. Trgovina Krk bilježi 392 prodajna mjesta mješovitom robom, bez specijaliziranih prodajnih mjesta (uključujući i bivša prodajna mjesta Radnik Opatija), dok Mlin i pekare (odnosno NewMiP) bilježi 354 prodajna mjesta. Na strani stjecatelja Mlin i Pekare dodatno se nalazi i povezani poduzetnik

² AZTN je 19. srpnja 2024. godine u predmetu KLASE: UP/I 034-03/2024-02/004 Studenac d.o.o., Omiš i maloprodajni dio poslovanja Decentia d.o.o., Veliko Polje, izdao potvrdu (obavijest) o dopuštenosti koncentracije poduzetnika na 1. razini.

³ AZTN je 19. srpnja 2024. godine u predmetu KLASE: UP/I 034-03/2023-02/009 MLIN I PEKARE d.o.o., Sisak, PLODINEC d.o.o., Velika Gorica, ALLIANZ ZB d.o.o. Zagreb i PBZ CO d.d., Zagreb (u svoje ime a za račun fondova) i Čakovečki mlinovi d.d., Čakovec, izdao potvrdu (obavijest) o dopuštenosti koncentracije poduzetnika na 1. razini.

Prehrana Trgovina s 90 prodajnih mjesta u 2023. godini. Više o navedenim preuzimanjima biti će prikazano u narednom redovitom istraživanju AZTN-a koje će se odnositi na 2024. godinu.