

sa

Sektorske_analize

travanj 2024. _ broj 112 _ godina 13 ISSN: 1848-8986



ekonomski
institut,
zagreb



HR
REPUBLIC OF CROATIA



Financira
Europska unija
NextGenerationEU

Trgovina na malo

Autor Ivan-Damir Anić

_Sadržaj

_3 Glavni sektorski pokazatelji

U 2023. godini realni promet u trgovini na malo porastao je za 3,7 posto. Nominalni rast prometa na međugodišnjoj razini ostvarile su sve trgovačke struke, osim ostale trgovine na malo izvan prodavaonica.

_8 Makroekonomski pokazatelji

U 2023. godini realni bruto domaći proizvod i potrošnja kućanstava povećani su za 2,8 posto i 3,1 posto, što se pozitivno odrazilo na promet u trgovini na malo.

_11 Najveća trgovačka društva

U 2022. godini najveća trgovačka društva u trgovini na malo ostvarila su rast prihoda od prodaje od 15,9 posto. Marže su porasle za 17,9 posto, a dobit za 12,5 posto.

_18 Trgovina na malo u Europskoj uniji i Hrvatskoj

U 2023. godini realno je smanjen promet u trgovini na malo u EU-27 za 2 posto. Gospodarstvo EU-27 pokazuje znakove oporavka od neizvjesnosti, visoke inflacije i rata u Ukrajini.

_23 Očekivanja

Europska komisija prognozira u 2024. godini u Hrvatskoj blagi rast BDP-a od 2,6 posto i smirivanje inflatornih pritisaka (rast cijena od 2,5 posto), dok se u EU-27 očekuje rast BDP-a od 0,9 posto.

_25 Zaključak i preporuke

U idućim godinama maloprodavači trebaju zadržati inflaciju pod kontrolom, povećati otpornost u opskrbnim lancima, povećati održivost poslovanja i pojačano primjenjivati suvremene tehnologije te u prodavaonicama nuditi veći doživljaj kupnje.



Ova publikacija izrađena je u sklopu aktivnosti "Popularizacija znanosti kroz publikaciju Sektorske analize" u Ekonomskom institutu, Zagreb te sufinancirana sredstvima iz **Nacionalnog plana oporavka i otpornosti 2021.-2026.** – NextGenerationEU.

Glavni sektorski pokazatelji

Trgovina¹ je važna gospodarska djelatnost koja ima značajan utjecaj na gospodarski rast, zaposlenost i stvaranje dohotka. U lancu dodane vrijednosti ona je posrednik i snažno utječe na prerađivačku industriju i potrošnju, a maloprodavači nude veliki izbor proizvoda i usluga i time podmiruju potrebe potrošača. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (DZS), u 2023. godini udio trgovine u bruto domaćem proizvodu izraženom u tržišnim cijenama iznosio je 20,2 posto, u zaposlenosti pravnih osoba 17,8 posto i u broju aktivnih pravnih osoba 14,9 posto (DZS, 2024c, 2024d, 2024f).

Trgovina je djelatnost u kojoj su promjene izuzetno dinamične i brojni čimbenici utječu na njezin razvoj. Nakon krize uvjetovane koronavirusom i jakih inflatornih pritisaka uzrokovanih geopolitičkim tenzijama i ratom u Ukrajini, u 2023. godini imamo signale za oporavak gospodarstva i trgovine na malo. Trgovina na malo nalazi se danas na prekretnici i pod pritiskom je da kontrolira rastuće troškove i u isto vrijeme povećava konkurentnost.

U ovoj publikaciji analiziraju se stanje, trendovi i poslovni događaji u sektoru trgovine na malo (odjeljak G47). Uz analizu osnovnih pokazatelja sektora i pokazatelja u makroekonomskom okruženju, dan je pregled financijskih pokazatelja vodećih maloprodajnih poduzeća u Hrvatskoj, prikazana je usporedba hrvatske trgovine i trgovine u Europskoj uniji te su dane prognoze za gospodarstvo i trgovinu. Završni dio analize uključuje zaključna razmatranja i preporuke za daljnji razvoj ove djelatnosti.

“U 2023. godini realni promet u trgovini na malo porastao je za 3,7 posto.

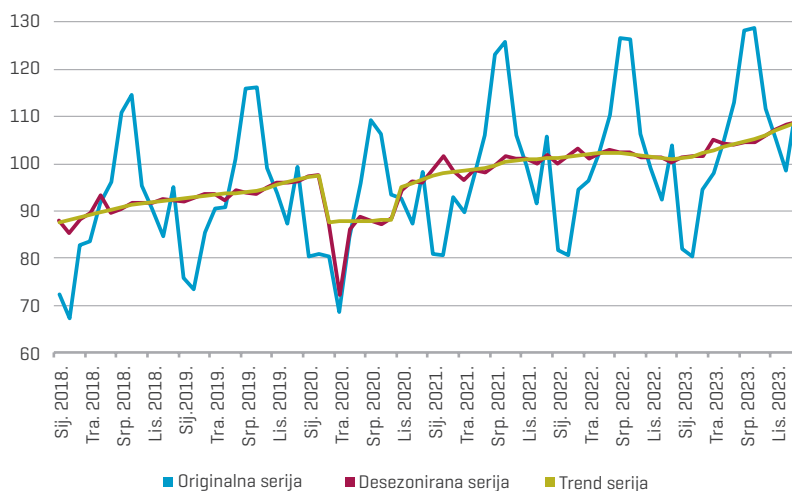
Promet u trgovini na malo, koji uključuje ukupnu prodaju roba i usluga, najvažniji je pokazatelj uspjeha sektora, i kao takav pokazuje aktivnost maloprodavača i strukturu potrošnje potrošača. Metodološki gledano, najvažniji pokazatelj je realni promet u trgovini na malo, koji obuhvaća korekciju prometa za inflaciju. U 2023. godini realni promet u trgovini

1 Prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti (NKD 2007.; Narodne novine, 58/2007.), trgovina je klasificirana u području G kao trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala. Trgovina G obuhvaća odjeljak 45 (trgovinu na veliko i na malo motornim vozilima i motociklima, popravak motornih vozila i motocikala), odjeljak 46 (trgovinu na veliko, osim trgovine motornim vozilima i motociklima) i odjeljak 47 (trgovinu na malo, osim trgovine motornim vozilima i motociklima).

na malo kumulativno je povećan za 3,7 posto na međugodišnjoj razini. Nominalni rast cijena bio je 12,5 posto, a cjenovna komponenta iznosila je 8,8 posto. Realni promet je kroz godinu bio pozitivan u svim mjesecima, a posebno visoke stope rasta zabilježene su u posljednjem tromjesečju. Ako se isključi 2021. godina, kada je rast trgovine bio uvjetovan oporavkom od krize uvjetovane koronavirusom, u 2023. godini je zabilježen najveći rast prometa od 2019. godine. Rast realnog prometa u trgovini na malo ukazuje na oporavak gospodarstva, rast ekonomske aktivnosti i rast potrošnje. Desezonirana i trend serija također pokazuju rast prometa u trgovini na malo za 8,2 posto i 8,1 posto u prosincu 2023. u odnosu na isti mjesec prethodne godine (slika 1).

Slika 1.
Realni promet u trgovini na malo – desezonirana i trend serija, 2015. = 100

Izvor: DZS (2024a).



“Nominalni rast prometa na međugodišnjoj razini ostvarile su sve trgovačke struke, osim ostale trgovine na malo izvan prodavaonica.

Ako se analizira kretanje prometa prema trgovačkim strukama, može se vidjeti da je promet izražen prema kalendarski prilagođenim indeksima u trgovini na malo hranom, pićem i duhanskim proizvodima u 2023. godini ostvario rast od 3,7 posto, a u trgovini neprehrambenim proizvodima 13,6 posto. U toj su godini nominalni rast prometa imale gotovo sve trgovačke struke, ako se gledaju izvorni indeksi. Najveće nominalno povećanje prometa u strukturi nominalnog prometa u trgovini na malo [G47] ostvarile su trgovina motornim gorivima i mazivima (42,3 posto), ostale specijalizirane prodavaonice (16,4 posto), maloprodaja tekstila, odjevnih predmeta, obuće i kožnih proizvoda (14,8 posto), trgovina na malo internetom ili poštom (14,8 posto), trgovina na malo računalne opreme, knjiga i novina, igara i igračkaka, cvijeća i sadnica, satova i nakita i ostala trgovina na malo u nespecijaliziranim prodavaonicama pretežno živežnim namirnicama (13,9 posto). Kategorija “Ostala trgovina na malo izvan prodavaonica” zabilježila je pad nominalnog prometa od 6,4 posto [DZS, 2024a].

BROJ MALOPRODAVAČA AKTIVNIH PRAVNIH OSOBA U TRGOVINI SMANJEN JE ZA 4,1 POSTO.

Idući važan sektorski pokazatelj je broj maloprodavača, jer on direktno utječe na rast, zaposlenost i konkurenciju na tržištu. Metodološki gledano, statistika prati kretanje broja pravnih osoba i broja obrtnika u trgovini. U 2023. godini broj maloprodavača se i dalje smanjuje. Tako je broj aktivnih pravnih osoba u trgovini smanjen za 4,1 posto (1.124 u apsolutnom iznosu), a broj obrtnika za 1,4 posto (122 u apsolutnom iznosu). Istovremeno, u gospodarstvu je povećan broj pravnih osoba za 0,3 posto, a obrtnika za 5,9 posto (DZS, 2024c), što je utjecalo na pad udjela trgovine u gospodarstvu. Smanjenje broja maloprodavača je dugoročni trend. Statistika pokazuje da je u 2023. godini bilo 9,2 posto manje pravnih osoba u trgovini i 6,9 posto manje obrtnika nego u 2018. godini, dok je broj pravnih osoba u gospodarstvu povećan. Ovo smanjenje broja maloprodavača može se protumačiti konsolidacijom tržišta, pri čemu veliki maloprodavači istiskuju male, što dovodi do koncentracije tržišnog udjela velikih maloprodavača.

“U trgovini na malo povećana je zaposlenost za 1,4 posto.

Trgovina na malo je važan poslodavac u gospodarstvu pa je stoga važno pratiti kretanje zaposlenosti u ovom sektoru. Zaposlenost u trgovini raste u posljednje tri godine. U 2023. godini zaposlenost u pravnim osobama u trgovini (G) povećana je na međugodišnjoj razini za 2,6 posto (5.483 radnika u apsolutnom iznosu) i u trgovini na malo (G47) za 1,4 posto (1.613 u apsolutnom iznosu) (DZS, 2024d). Ovaj rast zaposlenosti ukazuje na rast gospodarske aktivnosti i povećanje optimizma potrošača koji se pozitivno odražava na potrošnju. Istovremeno, u trgovini nedostaje radne snage, i to ne samo prodavača ili blagajnica, već i vozača, skladištara i drugih profila radnika (Sindikatska trgovine, 2022). Manjak zaposlenih maloprodavači rješavaju zapošljavanjem umirovljenika kojima Zakon o radu dozvoljava da rade pola radnog vremena, studenata i stranaca (Poslovni.hr, 2024; Sindikat trgovine, 2022). Istovremeno, zaposlenost u obrtničkoj trgovini opada u posljednje tri godine. U 2023. godini ona je smanjena za 1,8 posto (DZS, 2024g). Ovo smanjenje može se protumačiti zatvaranjem obrtničkih radnji i pojačanom konkurencijom velikih trgovačkih lanaca kojima mala obrtnička trgovina teško konkurira.

“ **Nominalne neto plaće po zaposlenom u pravnim osobama u trgovini na malo povećane su za 12,6 posto.**

Plaće u trgovini rezultat su dinamike na tržištu rada. Nominalne plaće u trgovini rastu u posljednje tri godine, a u 2023. godini prosječne mjesečne bruto plaće po zaposlenom u pravnim osobama u trgovini na malo (G47) povećane su za 14,3 posto, a neto plaće za 12,6 posto (DZS, 2024e). U istom razdoblju, na razini gospodarstva u pravnim osobama bruto plaće po zaposlenom povećane su za 14,8 posto (realno 6,3 posto), a neto plaće za 13,0 posto (realno 4,6 posto). Rast plaća u vrijeme inflacije odražava promjenu plaća koja je korigirana za inflaciju i troškove života da bi se zadržao standard i očekivanja zaposlenih. Također, u konkurentskom okruženju maloprodavači trebaju povećati plaće da bi privukli radnu snagu. Usprkos rastu, neto plaće u trgovini na malo su i dalje niske. U 2023. godini neto plaće u trgovini na malo bile su niže za 9,9 posto u odnosu na trgovinu i za 18,4 posto u odnosu na gospodarstvo. Niske plaće umanjuju motivaciju zaposlenih, otežavaju privlačenje talenata i stručnjaka u sektor te imaju negativan utjecaj na uslugu i zadovoljstvo.

Trgovina na malo zapošljava znatan broj žena. Udio žena u gospodarstvu u pravnim osobama iznosio je u 2023. godini 47,5 posto, a u trgovini na malo 72,2 posto, dok je u trgovini na veliko i trgovini motornim vozilima bio veći broj muškaraca. Broj zaposlenih žena povećan je u trgovini na malo u pravnim osobama (G47) za 1,3 posto, a u obrtničkoj trgovini je smanjen za 2,4 posto na međugodišnjoj razini (DZS, 2024a, 2024d). U pogledu plaća postoji nejednakost između muškaraca i žena. Žene su manje plaćene od muškaraca. Statistika pokazuje da su u prosincu 2023. godine u trgovini muškarci imali za 18,4 posto veću neto plaću po zaposlenom u pravnim osobama u odnosu na žene (DZS, 2024e).

Važan čimbenik rasta trgovine na malo je internetska trgovina. Usprkos tome što raspoloživa statistika ukazuje na rast internetske trgovine, opseg e-trgovine u odnosu na konvencionalnu trgovinu još je uvijek poprilično nizak. Istraživanje Državnog zavoda za statistiku pokazuje da je putem interneta robu i usluge kupovalo 50 posto internetskih korisnika, što je porast od 6 posto u odnosu na prethodnu godinu. Putem interneta najčešće se kupuju odjeća i obuća, ulaznice za priredbe, filmovi i glazba, telekomunikacijske usluge, kozmetički proizvodi te sportska oprema (DZS, 2023a). Vodeći računa o relativno dobroj opskrbljenosti kućanstava računalima i internetom, može se zaključiti da je ovaj kanal prodaje nedovoljno iskorišten. Najveći problemi koji se pojavljuju pri kupnji putem interneta su sljedeći: proizvod koji je stigao nije naručen ili je stigao oštećen (49 posto korisnika), prodaja nije moguća u Hrvatskoj (20 posto), kašnjenje dostave (15 posto), roba nikada nije isporučena (12 posto), problemi pri procesuiranju narudžbe i kod plaćanja (12 posto), nedostupnost informacija o jamstvu (6 posto) i prodavač ne odgovara na prigovore (6 posto). Korisnici interneta učestalo pregledavaju internetske sadržaje i prikupljaju informacije o proizvodima i uslugama (90 posto pojedinaca), ali puno je manji broj onih koji se odluče

na internetsku kupnju [DZS, 2023b]. U trgovini, gotovo sva poduzeća koriste računala s pristupom internetu za obavljanje svakodnevnih zadataka. Međutim, opseg e-trgovine u odnosu na konvencionalnu trgovinu je nizak. Internetska prodaja zauzima samo 15 posto ukupne prodaje roba i usluga [DZS, 2023c].

Makroekonomski pokazatelji

“ U 2023. godini realni bruto domaći proizvod i potrošnja kućanstava povećani su za 2,8 posto i 3,1 posto, što se pozitivno odrazilo na promet u trgovini na malo.

“ Pozitivna kretanja na tržištu rada i u turizmu su idući važni čimbenici rasta prometa.

— Makroekonomsko okruženje ima jaki utjecaj na kretanja u trgovini na malo s obzirom na to da određuje intenzitet gospodarske aktivnosti i sastavnice bruto domaćeg proizvoda, zaposlenost i plaće, kretanja cijena i očekivanja potrošača. Maloprodavači bi trebali pratiti kretanja u makroekonomskom okruženju i prilagođavati im se da bi bili konkurentni na tržištu. Osnovna kretanja u makroekonomskom okruženju prikazana su u tablici 1.

Rast BDP-a najvažniji je gospodarski pokazatelj. Raspoloživi statistički podaci pokazuju da je u 2023. godini Hrvatska ostvarila rast BDP-a od 2,8 posto, potrošnje kućanstava od 3,1 posto, državne potrošnje od 2,8 posto i bruto investicija od 4,2 posto, što se pozitivno odrazilo na rast prometa trgovine na malo. Rast BDP-a temelji se na rastu bruto investicija, potrošnje kućanstava i državne potrošnje. Sve te sastavnice BDP-a, posebno potrošnja kućanstava, jako koreliraju s rastom prometa u trgovini na malo. Na potražnju pozitivno su utjecala i kretanja na tržištu rada, tj. smanjenje nezaposlenosti i rast neto plaća te pozitivna kretanja u turizmu (rast broja turista i noćenja). Rast zaposlenosti i plaća pozitivno korelira s potrošnjom kućanstava i prometom u trgovini na malo.

Nakon visoke inflacije u 2022. godini, u 2023. godini dolazi do usporavanja inflatornih pritisaka, iako je još uvijek riječ o visokoj inflaciji (8,0 posto). U toj je godini i dalje bio visok rast cijena hrane i bezalkoholnih pića (12,7 posto). U toj kategoriji znatan je bio rast cijena povrća (17,4 posto), šećera, džema, čokolade i slatkiša (17,3 posto), kruha i žitarica (16,9 posto), voća (13,7 posto), mlijeka, sira, jaja (11,5 posto) i mesa (10,7 posto). Cijene odjeće i obuće porasle su za 8,2 posto, alkoholnih pića i duhana za 5,6 posto, dok je cijena goriva i maziva za osobna prijevozna sredstva smanjena za 6 posto (DZS, 2024b).

INFLACIJA JE BILA 8,0 POSTO, ŠTO UMANJUJE
KUPOVNU MOĆ STANOVNIŠTVA.

Tablica 1.

Kretanja u makroekonomskom okruženju u Hrvatskoj, u 2021., 2022. i 2023. godini

Pokazatelj	2021.	2022.	2023.
Bruto domaći proizvod, stalne cijene, realne stope rasta	13,8	6,3	2,8
Potrošnja kućanstava, stalne cijene, realne stope rasta	10,7	6,7	3,1
Državna potrošnja, stalne cijene, realne stope rasta	3	2,7	2,8
Bruto investicije u fiksni kapital, stalne cijene, realne stope rasta	6,6	0,1	4,2
Uvoz roba i usluga, stalne cijene, realne stope rasta	17,3	26,5	-5,3
Izvoz roba i usluga, stalne cijene, realne stope rasta	32,7	27	-2,9
Indeks potrošačkih cijena ukupno, prethodna godina = 100	2,6	10,8	8,0
Indeks potrošačkih cijena – hrana i bezalkoholna pića, prethodna godina = 100	1,6	15,9	12,7
Indeks potrošačkih cijena – alkoholna pića i duhan, prethodna godina = 100	5,9	3,6	5,6
Indeks potrošačkih cijena – odjeća i obuća, prethodna godina = 100	-0,1	7,1	8,2
Cijene prerađivačke industrije [C prema NKD-u], domaće tržište, promjena u odnosu na prosinac prethodne godine	9,5	12,5	0,0
Obujam industrijske proizvodnje u prerađivačkoj industriji, indeks u odnosu na prosjek prethodne godine	6,3	1,4	-0,2
Prosječna mjesečna realna neto plaća po zaposlenom, međugodišnje promjene	2,7	-3,1	4,6
Stopa registrirane nezaposlenosti, odnos broja nezaposlenih prema ukupnom aktivnom stanovništvu, u prosincu	7,4	6,8	6,5
Broj zaposlenih u pravnim osobama, međugodišnje promjene	0,3	1,3	1,0
Zaposleni u obrtu i slobodnim profesijama, međugodišnje promjene	3,3	2,2	3,1
Noćenje turista u komercijalnom smještaju, međugodišnje promjene	72,1	28,3	2,6
Dolasci turista u komercijalnom smještaju, međugodišnje promjene	82,5	39,1	9,7
Strana izravna ulaganja u trgovini, imovina, u milijunima eura	184,0	-23,0	258,2
Strana izravna ulaganja u trgovini, obveze, u milijunima eura	577,8	443,3	259,3
Kamatne stope kreditnih institucija na kunske kredite kućanstvima, potrošački krediti, u postocima, u prosincu	4,99	4,65	4,69
Potrošački krediti u milijunima eura, u prosincu	0,8	0,5	0,3
Gotovinski nenamjenski krediti, u milijunima eura, u prosincu	7.040,30	7.209,30	7.991,55
Realni promet u trgovini na malo, međugodišnje promjene	11,8	1,8	3,7

Izvor: Izračun autora na temelju podataka DZS-a i HNB-a (tečaj kune, kamatne stope i strana izravna ulaganja).

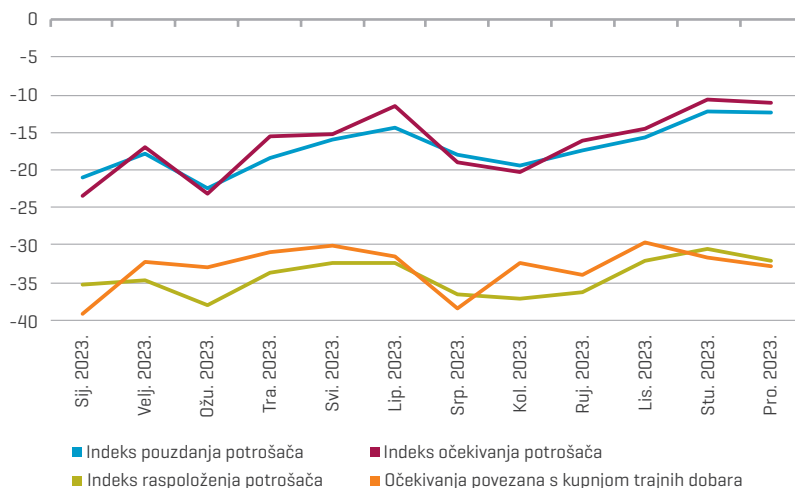
Usporavanje inflacije povratilo je nešto optimizma kod potrošača. Prema podacima HNB-a, u prosincu 2023. u odnosu na prosinac 2022. godine, indeksi pouzdanja i očekivanja poboljšani su za 8,5 i 13,1 postotnih bodova (slika 2). Međutim, indeks raspoloženja potrošača pogoršan je za 7,9 postotnih bodova. Smanjena su i očekivanja potrošača povezana s kupnjom trajnih dobara za kućanstvo (npr. namještaja, strojeva za pranje rublja i televizora) za 4,0 postotna boda (HNB, 2024a).

“ U 2023. godini pojavljuje se optimizam potrošača.

Potrošnju određuju i demografska kretanja. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, u 2022. godini u Hrvatskoj je bilo 3,8 milijuna stanovnika. U odnosu na procjenu iz prethodne godine, broj stanovnika bio je manji za 0,6 posto. Prirodni prirast je negativan i iznosio je -23.096 stanovnika (stopa prirodnog prirasta na tisuću stanovnika je -6 posto). U Hrvatskoj raste prosječna starost stanovnika, s 37,1 u 1991. godini na 39,3 u 2001. godini, 41,8 u 2011. godini i 44,3 u 2021. godini. Dok je u 2021. godini migracijski saldo Hrvatske s inozemstvom bio negativan i iznosio 4.512, podaci za 2022. godinu ukazuju na veći broj doseljenog stanovništva iz inozemstva od broja odseljenog stanovništva u inozemstvo. Tako su se u Hrvatsku u 2022. godini iz inozemstva doselile 57.972 osobe, a u inozemstvo se odselilo 46.287 osoba. Saldo migracije stanovništva Hrvatske s inozemstvom bio je pozitivan i iznosio je 11.685. Smanjivanje broja stanovnika i njihovo starenje umanjuju potražnju i određuju preferencije potrošača sukladno njihovoj dobi.

Slika 2. Indeksi pouzdanja, očekivanja i raspoloženja potrošača u 2023. godini

Izvor: HNB (2024a).



Najveća trgovačka društva

“U 2022. godini najveća trgovačka društva u trgovini na malo ostvarila su rast prihoda od prodaje od 15,9 posto. Marže su porasle za 17,9 posto, a dobit za 12,5 posto.

Prikupljeni su podaci FINA-e da bi se analiziralo poslovanje najvećih trgovačkih društava. Zadnji raspoloživi podaci su za 2022. godinu. Prema podacima FINA-e, u 2022. godini trgovačka društva u trgovini na malo (G47) ostvarila su rast prihoda od prodaje od 14,0 posto. Troškovi prodane robe povećani su za 12,1 posto, tj. nešto manje od prihoda od prodaje, pa je došlo do porasta bruto marži za 13,9 posto. Broj zaposlenih je povećan za 2,5 posto, ali su rasle i plaće i troškovi osoblja (12,1 posto). Proizvodnost rada povećana je jer su prihodi rasli brže od zaposlenosti. Dobit prije oporezivanja je također povećana za 7,5 posto, jer su prihodi povećani više od troškova. U načelu, podaci pokazuju oporavak trgovine na malo nakon pandemijske godine. Treba, međutim, napomenuti da je riječ o nominalnim iznosima i da smo te godine imali visoku inflaciju, posebno u dijelu hrane i bezalkoholnih pića. Tablica 2 daje prikaz odabranih pokazatelja u djelatnosti G47, 2020. – 2022.

Tablica 2.

Prosječne vrijednosti odabranih pokazatelja u trgovini na malo (G47), 2020. – 2022.

	2020.	2021.	2022.	Indeks 2022./2021.
Prihodi od prodaje (u mlrd. kuna)	97,0	110,4	125,8	114,0
Troškovi prodane robe (u mlrd. kuna)	70,2	79,6	90,8	114,1
Bruto marža (u mlrd. kuna)	26,8	30,7	35,0	113,9
Troškovi osoblja (u mlrd. kuna)	9,9	10,5	11,8	112,1
Dobit prije oporezivanja (u mlrd. kuna)	2,7	4,5	4,9	107,5
Profitabilnost prodaje (u %)	2,805	4,110	3,874	94,3
Dugotrajna imovina (u mlrd. kuna)	39,3	42,6	46,4	109,0
Zalihe trgovačke robe (u mlrd. kuna)	11,9	12,9	15,2	117,7
Broj zaposlenih	99.216	113.336	116.150	102,5
Proizvodnost rada (u tis. kuna)	977,5	973,7	1.083,3	111,3
Godišnji srednji devizni tečaj, EUR/HRK	7,533	7,524	7,532	100,1

Napomene: Obuhvat je odjeljak G47 – trgovina na malo, osim trgovine motornim vozilima i motociklima. Profitabilnost prodaje = dobit nakon oporezivanja/prihodi od prodaje * 100. Proizvodnost rada = prihodi od prodaje/broj zaposlenih.

Izvori: FINA i izračun autora.

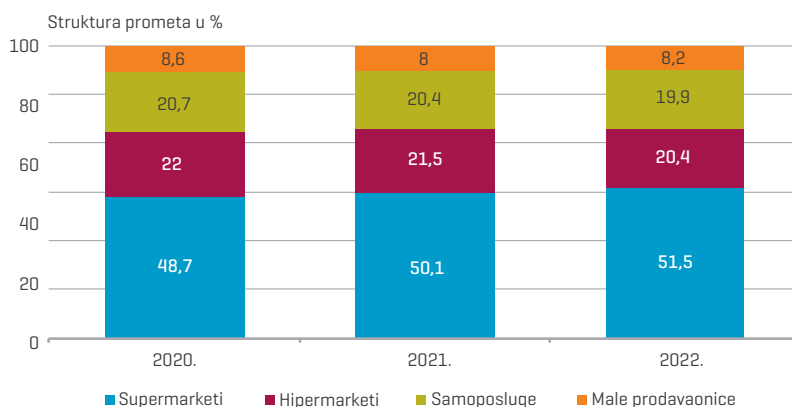
Da bi se dobio detaljniji uvid u poslovanje najvećih maloprodavača te distribuciju prihoda po županijama i vrstama prodavaonica, korišteno je istraživanje trgovine na malo mješovitom robom za 2022. godinu, koje provodi Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja na uzorku od 45 najvećih maloprodavača. To istraživanje pokazuje slične trendove. Anketirani najznačajniji poduzetnici su u 2022. godini ostvarili nominalni rast prihoda od 15,7 posto (zbog inflatornih pritisaka), rast ukupnog broja prodajnih mjesta od 3,5 posto i rast neto prodajne površine od 2,1 posto u odnosu na prethodnu godinu [AZTN, 2023]. Promatrajući regionalno, najveći anketirani maloprodavači najviše su prihoda ostvarili u Gradu Zagrebu (17,3 posto), najvećem gradu i najvećem tržištu u Hrvatskoj, zatim u Splitsko-dalmatinskoj županiji (13,4 posto), Primorsko-goranskoj županiji (9,0 posto), Istarskoj županiji (8,0 posto), Zagrebačkoj županiji (6,7 posto), Zadarskoj (6,4 posto) i Osječko-baranjskoj županiji (5,0 posto) [AZTN, 2023].

“ Glavnina prometa ostvaruje se u supermarketima (51,5 posto) i hipermarketima (20,4 posto).

U strukturi prometa mješovite robe, pretežno hrane, pića i higijenskih proizvoda za domaćinstvo maloprodavača u uzorku (n = 45) s obzirom na tip maloprodajne prodavaonice, svi maloprodajni oblici ostvarili su rast prihoda. U 2022. godini najveći dio prometa ostvaren je u velikim prodavaonicama, u supermarketima (51,5 posto) i hipermarketima (20,4 posto), koji zajedno imaju 71,9 posto prometa (slika 3). Preostali promet ostvaren je u samoposlugama (19,9 posto) i malim prodavaonicama u susjedstvu (8,2 posto). U razdoblju od 2020. do 2022. godine, supermarketi su povećali tržišni udio, a hipermarketi su ga smanjili. U načelu može se reći da je u zadnje tri godine relativno stabilna struktura prometa prema vrsti maloprodajnih prodavaonica.

Slika 3.
Struktura prometa prema vrsti maloprodajnih prodavaonica mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo u Hrvatskoj u razdoblju od 2020. do 2022. godine, u %

Izvor: AZTN (2023).



Prema broju prodavaonica, najviše je u strukturi uzorka bilo samoposluga (2.106), malih prodavaonica (1.956) i supermarketa (785), a najmanje hipermarketa (149). U 2022. godini, povećan je broj supermarketa za 27, hipermarketa za 2 prodajna mjesta i samoposluga za jedno prodajno

mjesto. Najviše je povećano malih prodavaonica, za 141 prodajno mjesto. Gledano metodološki, u uzorak nisu uključena prodajna mjesta malih prodavaonica obrtnika i ako bi se ona uključila, udio malih prodavaonica i samoposluga bio bi veći [AZTN, 2023].

Ukupna raspoloživa neto prodajna površina u svim prodajnim mjestima anketiranih poduzeća iznosila je 1,54 milijuna kvadratnih metara, što je povećanje od 31.700 kvadratnih metara u odnosu na prethodnu 2021. godinu. U strukturi prodajne površine, najveći udio imaju supermarketi [48 posto], a slijede hipermarketi [22 posto], samoposluge [22 posto] i male prodavaonice s 8 posto [AZTN, 2023].

Slijedi analiza poslovanja vodećih deset maloprodavača u djelatnosti trgovine na malo prema podacima FINA-e [tablica 3]. U 2022. godini, na međugodišnjoj razini ovi vodeći maloprodavači povećali su prihode od prodaje za 15,9 posto i tržišni udio s 38,9 posto na 39,5 posto, što je doprinijelo daljnjem rastu koncentracije tržišnog udjela vodećih maloprodavača. Istraživanje Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja na uzorku od 45 najvećih maloprodavača pokazuje višu koncentraciju tržišnog udjela vodećih maloprodavača. U analiziranom uzorku tržišni je udio deset vodećih trgovaca porastao s 83,4 posto u 2020. godini na 83,5 posto u 2021. godini i na 86,4 posto u 2022. godini [AZTN, 2022]. Pet vodećih maloprodavača ima nešto manje od dvije trećine ukupnog tržišta maloprodaje mješovitom robom. Pokazatelj koncentriranosti CR5 u 2022. godini iznosio je 66,2 [AZTN, 2023]. Razlika u podacima FINA-e i AZTN-a je u obuhvatu. Gledano metodološki, podaci AZTN-a obuhvaćaju prihode od prodaje mješovite robe, pretežno hrane, pića i higijenskih proizvoda za domaćinstvo, dok podaci FINA-e obuhvaćaju ne samo prehranu, već i neprehrambene djelatnosti.

“Najvećih deset maloprodavača povećalo je prihode od prodaje za 15,9 posto, marže za 17,9 posto i dobit za 12,5 posto.

Bruto marža kod vodećih deset maloprodavača, kao idući važan pokazatelj u trgovini na malo, u 2022. godini povećana je za 17,9 posto. To znači da su prihodi od prodaje rasli brže od troškova prodane robe, što pridonosi rastu dobiti [12,5 posto]. Vodeći maloprodavači su povećali prihode više od broja zaposlenih te je stoga povećana proizvodnost rada. U 2022. godini oni su dodatno zaposlili 1.299 radnika. Podaci također pokazuju rast dugotrajne imovine od 15,1 posto. To ukazuje na rast investicija u maloprodajne prodavaonice, skladišta i logistiku.

Tablica 3.

Odabrani pokazatelji za deset vodećih trgovačkih društava u trgovini na malo (G47), 2020. – 2022.

	2020.	2021.	2022.	Indeks 2022./2021.
Prihodi od prodaje (u mlrd. kuna)	39,0	42,9	49,7	115,9
Udio u prihodima od prodaje u G47 (u %)	40,2	38,9	39,5	101,5
Troškovi prodane robe (u mlrd. kuna)	28,8	31,7	36,5	115,1
Bruto marža (u mlrd. kuna)	10,2	11,2	13,2	117,9
Troškovi osoblja (u mlrd. kuna)	3,6	3,8	4,5	118,4
Dobit prije oporezivanja (u mlrd. kuna)	0,6	1,6	1,8	112,5
Profitabilnost prodaje (u %)	1,538	3,730	3,622	97,1
Dugotrajna imovina (u mlrd. kuna)	20,2	21,2	24,4	115,1
Zalihe trgovačke robe (u mlrd. kuna)	3,5	3,9	4,9	125,6
Broj zaposlenih (u tis.)	30.302	39.583	40.882	103,3
Proizvodnost rada (u mil. kuna)	1,3	1,1	1,2	109,1
Godišnji srednji devizni tečaj, EUR/HRK	7,533	7,524	7,532	100,1

Napomene: Obuhvat analize je odjeljak G47 (trgovina na malo, osim trgovine motornim vozilima i motociklima) bez djelatnosti G47.3 (trgovina na malo motornim gorivima i mazivima u specijaliziranim prodavaonicama). Vodeći maloprodavači u toj djelatnosti identificirani su u bazi FINA-e prema visini prihoda od prodaje u 2022. godini. U skupini vodećih maloprodavača su Konzum plus d.o.o. sa sjedištem u Zagrebu [100 posto domaći kapital], Lidl Hrvatska d.o.o. sa sjedištem u Velikoj Gorici [100 posto strani kapital], Spar Hrvatska d.o.o. sa sjedištem u Zagrebu [100 posto strani kapital], Plodine d.d. sa sjedištem u Rijeci [100 posto domaći kapital], Kaufland Hrvatska k.d. sa sjedištem u Zagrebu [50 posto strani kapital], Tommy d.o.o. sa sjedištem u Splitu [100 posto domaći kapital], Studenac d.o.o. iz Omiša [100 posto strani kapital], Pevex d.d. sa sjedištem u Sesvetama [2 posto strani kapital], dm-drogerie markt d.o.o. sa sjedištem u Zagrebu [100 posto strani kapital] i Tisak plus d.o.o. iz Zagreba [100 posto domaći kapital]. Bruto marža je izračunata kao razlika između prihoda od prodaje i troškova prodane robe. Profitabilnost prodaje = dobit nakon oporezivanja/prihodi od prodaje * 100; proizvodnost rada = poslovni prihodi/broj zaposlenih.

Izvori: FINA i izračun autora.

Tablica 4 pokazuje rezultate vodećih deset maloprodavača u 2022. godini pojedinačno. U toj je godini Konzum plus bio vodeći maloprodavač po ostvarenim prihodima od prodaje u Hrvatskoj s ostvarenim prihodom od prodaje od 11,9 milijardi kuna. Bio je vodeći trgovac na malo u Gradu Zagrebu i šest županija (Zagrebačkoj, Krapinsko-zagorskoj, Varaždinskoj, Karlovačkoj, Ličko-senjskoj te Osječko-baranjskoj županiji), kao i prethodne godine (AZTN, 2023). On je u toj godini imao 628 prodajnih mjesta (osam više nego prethodne godine) i povećao je prihod od prodaje za 13,7 posto. Usprkos tome, u strukturi prihoda od prodaje u djelatnosti trgovine na malo (G47), Konzum plus je u 2022. godini blago smanjio udio s 9,44 posto na 9,42 posto. Stoga je došlo do smanjenja razlika u prihodima i tržišnom udjelu između vodećeg maloprodavača i drugoplasiranog. Konzum plus je 2022. godine ostvario dobit u iznosu od 158,8 milijuna kuna, ali je i smanjio broj zaposlenih za 1,6 posto u odnosu na 2021. godinu.

Drugi maloprodavač po ostvarenom prihodu od prodaje u 2022. godini bio je Lidl. On je u toj godini povećao prihode od prodaje za 20,2 posto, dugotrajnu imovinu za 9,5 posto i broj zaposlenih za 8,1 posto. Znatn porast prihoda od prodaje može se pripisati tome što ovaj maloprodavač kupcima nudi u svojim prodavaonicama široki asortiman svježih i kvalitetnih proizvoda u

modernom i ugodnom prostoru na pristupačnim lokacijama. Lidl posluje u Hrvatskoj od 2006. godine, a danas ima 107 diskontnih prodavaonica i dva logističko-distributivna centra i 3.305 zaposlenih, te je postao drugi najveći maloprodavač po ostvarenim prihodima od prodaje.

“I nadalje raste koncentracija tržišnog udjela kod vodećih maloprodavača, iako se smanjuje razlika između prvoplasiranog i drugoplasiranog maloprodavača.

Među vodećim maloprodavačima na petom mjestu je Kaufland, koji je s 45 diskontnih prodavaonica povećao prihode od prodaje za 12,1 posto, dugotrajnu imovinu za 6,1 posto i broj zaposlenih za 3,4 posto. Imao je dva prodajna mjesta više u odnosu na prethodnu godinu. Imao je dobit na hrvatskom tržištu. U strukturi prihoda od prodaje u djelatnosti trgovine na malo (G47), Lidl je u 2022. godini povećao udio s 5,86 posto na 6,18 posto, a Kaufland je zadržao tržišni udio od 3,72 posto. Zajedno su imali udio od 9,90 posto, nešto više od Konzuma.

Kaufland i Lidl su članovi Schwarz grupe (Schwarz Unternehmenstreuhand KG) iz Njemačke, koja je četvrti najveći maloprodavač na svijetu koji posluje dominantno s lancem diskontnih prodavaonica. Posluje u 33 zemlje i ostvario je u 2021. godini 153,754 milijarde dolara prihoda od prodaje i ostvario rast prihoda od prodaje od 5,5 posto (Deloitte, 2023). Članice Schwarz grupe bile su vodeće 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. Situacija se nije promijenila u odnosu na prethodnu godinu (AZTN, 2023).

Tablica 4.

Odabrani pokazatelji poslovanja vodećih deset maloprodavača u 2022. godini

	Prihodi od prodaje (u mlrd. kuna)	Bruto marža (u % prihoda od prodaje)	Profitabilnost prodaje (u %)	Koeficijent ukupne zaduženosti	Koeficijent tekuće likvidnosti	Prosječno razdoblje plaćanja obveza prema dobavljačima (u danima)
Konsum plus	11,9	27,8	1,3	0,858	0,446	48,1
Lidl Hrvatska	7,8	25,7	6,2	0,436	1,133	20,9
Spar Hrvatska	5,7	21,7	0,0	0,769	0,789	38,6
Plodine	5,3	21,1	6,5	0,657	0,891	61,4
Kaufland Hrvatska	4,7	27,9	3,0	0,331	1,272	23,1
Tommy	4,1	27,9	4,0	0,863	0,974	46,6
Studenac	3,1	29,5	-0,2	0,804	1,139	73,5
Pevex	2,8	32,6	12,7	0,293	4,996	12,3
dm-drogerie markt	2,3	36,6	3,3	0,770	1,263	31,2
Tisak plus	2,1	22,0	1,5	0,751	0,731	46,5

Napomene: Obuhvat je odjeljak G47 bez djelatnosti G47,3 (trgovina na malo motornim gorivima i mazivima u specijaliziranim prodavaonicama). Profitabilnost prodaje = neto dobit nakon oporezivanja/poslovni prihodi * 100; koeficijent ukupne zaduženosti = ukupne obveze/ukupna imovina; koeficijent tekuće likvidnosti = kratkotrajna imovina/kratkoročne obveze. Prosječno razdoblje plaćanja obveza prema dobavljačima = 365/koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima; koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima = prihod od prodaje/obveze prema dobavljačima.

Izvori: FINA i izračun autora.

“ Nekoliko lokalnih maloprodavača nastavlja s rastom.

Među prvih deset maloprodavača u Hrvatskoj je i Spar Hrvatska, koji je dio grupe Spar Holding AG iz Austrije, koja je bila na 77. mjestu među 250 najvećih maloprodavača u svijetu [Deloitte, 2023]. Ova grupa posluje dominantno sa supermarketima u osam zemalja i imala je u 2021. godini prihod od prodaje od 14,9 milijardi dolara, rast od 4,1 posto u odnosu na prethodnu godinu, uz neto profitnu maržu od 2 posto [Deloitte, 2023]. U Hrvatskoj je Spar Hrvatska bio na trećem mjestu po prihodima od prodaje u 2022. godini, koji su iznosili 5,7 milijardi kuna, s rastom od 15,1 posto u odnosu na prethodnu godinu. Ovaj maloprodavač je povećao dugotrajnu imovinu za 20,7 posto i broj zaposlenih za 3,2 posto. U 2022. godini imao je dobit u poslovanju. Spar ima 132 prodajna mjesta na području 18 županija i u Gradu Zagrebu. Na drugoj je poziciji u Gradu Zagrebu [AZTN, 2023].

Plodine su na četvrtom mjestu po ostvarenim prihodima od prodaje od 5,3 milijarde kuna. Ovaj maloprodavač je povećao prihode od prodaje za 15,3 posto, dugotrajnu imovinu za 11,0 posto i broj zaposlenih za 5,7 posto. Plodine su u promatranoj 2022. godini bile na prvom mjestu u matičnoj Primorsko-goranskoj te u Istarskoj županiji, a na drugoj poziciji u dvije županije: Ličko-senjskoj i Zadarskoj županiji [AZTN, 2023].

Među vodećim maloprodavačima nalaze se i Tommy, Studenac, Pevex, dm-drogerie markt i Tisak plus. Studenac je ostvario veliki rast prihoda od 33,6 posto uz rast dugotrajne imovine od 22,4 posto i rast zaposlenosti od 7,7 posto. Imao je, međutim, i gubitak u 2022. godini. Rast prihoda Studenca rezultat je pripajanja Lonia Trgovine i manjih lokalnih trgovaca na malo [Pemo, Duravit trgovina i Kordun]. Tommy najviše prihoda ostvaruje i lider je u Splitsko-dalmatinskoj županiji, Šibensko-kninskoj županiji i Zadarskoj županiji, a na drugom je mjestu u Dubrovačko-neretvanskoj županiji [AZTN, 2023]. Ovaj maloprodavač je ostvario u 2022. godini rast prihoda od prodaje od 14,5 posto, rast zaposlenosti od 6,9 posto i smanjenje dugotrajne imovine od 0,8 posto. Tommy je u 2022. godini poslovao s dobiti. Pevex je u 2022. godini bio na osmom mjestu među deset najvećih maloprodavača u ovoj analizi. Imao je rast prihoda od prodaje od 14,3 posto, rast dugotrajne imovine od 20,4 posto i rast zaposlenosti od 4,3 posto i ostvario je dobit. Među vodećih deset maloprodavača nalaze se i dm-drogerie markt i Tisak plus. Dok je dm-drogerie markt imao dvoznamenkasti rast prihoda od prodaje, zaposlenosti i dugotrajne imovine, Tisak plus je smanjio broj zaposlenih [-3,2 posto], ali je imao rast prihoda od 4,7 posto i blagi rast dugotrajne imovine od 1,7 posto. Oba maloprodavača ostvarila su dobit u 2022. godini.

Među regionalno jake maloprodavače ubrajaju se i Trgocentar Zabok u Krapinsko-zagorskoj županiji, Trgovina Krk u Primorsko-goranskoj županiji, koja je pripojila poduzeće Trgostil Donja Stubica unutar grupe Čakovečki

VEĆINA VODEĆIH MALOPRODAVAČA I DALJE IMA PROBLEM SA ZADUŽENOŠĆU I ODRŽAVANJEM LIKVIDNOSTI.

mlinovi [AZTN, 2023], KTC u Krapinsko-zagorskoj županiji, Mlin i pekare u Sisačko-moslavačkoj županiji, Gavranović u Karlovačkoj županiji, TS Varaždin u Varaždinskoj županiji, Robin u Koprivničko-križevačkoj županiji, PPK Bjelovar u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji i Boso u Vukovarsko-srijemskoj županiji [AZTN, 2023]. Vrijedno pažnje je i rast prihoda maloprodavača Eurospin (Italija), koji je u 2022. godini na hrvatskom tržištu imao 86 milijuna eura prihoda, 380 zaposlenih, ali je poslovao i s gubitkom od 13,3 milijuna eura.

Rezultati analize poslovanja vodećih deset maloprodavača u Hrvatskoj pokazuju da većina i dalje ima problem sa zaduženošću i održavanjem likvidnosti. U 2022. godini prosječan koeficijent ukupne zaduženosti vodećih deset maloprodavača iznosio je 0,653, a koeficijent tekuće likvidnosti 1,321.² Kratkoročna imovina vodećih maloprodavača [9,9 milijardi kuna] bila je manja od kratkoročnih obveza [11,1 milijarda kuna], pa je prema tome financijski rizik povezan s vodećim maloprodavačima i dalje relativno visok. Lidl, Kaufland i Pevex imali su koeficijent ukupne zaduženosti manji od 0,5, a najveći koeficijent ukupne zaduženosti imali su Tommy [0,863], Konzum plus [0,858] i Studenac [0,804]. Likvidnost vodeći maloprodavači pokušavaju djelomično riješiti kratkoročnim financiranjem od dobavljača. Što je veći koeficijent ukupne zaduženosti, dulje je i razdoblje plaćanja obveza prema dobavljačima [koeficijent korelacije = 0,733]. Među vodećim maloprodavačima, Plodine [61,4 dana] i Studenac [73,5 dana] najkasnije plaćaju dobavljačima te im prosječno razdoblje plaćanja obveza prema dobavljačima iznosi više od 60 dana.

² Općenito se smatra da je poduzeće relativno zaduženo ako je pokazatelj ukupne zaduženosti veći od 0,5. Poduzeće ima problem s tekućom likvidnošću ako je pokazatelj tekuće likvidnosti manji od 1,5.

— Trgovina na malo u Europskoj uniji i Hrvatskoj

— Sektor trgovine na malo u EU-u važan je u pogledu generiranja radnih mjesta (16,5 milijuna zaposlenih), poduzetništva (3,3 milijuna maloprodavača) i prihoda. Sektor je važan za distribuciju proizvoda i snabdijevanje stanovništva. Danas je to konkurentan i zasićen sektor. To pokazuje kretanje realnog prometa u trgovini na malo u EU-27 (G47 bez trgovine motornim vozilima i motociklima, kalendarski prilagođeni indeksi u odnosu na isto razdoblje prošle godine) koji je smanjen realno za 2 posto u 2023. u odnosu na prethodnu godinu (Eurostat, 2024c). Promet prehrambenih proizvoda smanjen je realno za 2,6 posto, a promet neprehrambenih proizvoda (bez trgovine gorivom) za 0,9 posto (Eurostat, 2024c). Znatne su razlike među zemljama EU-a. Najveći rast prometa zabilježen je na Cipru (6,5 posto) i u Luksemburgu (5,1 posto). Najveći trgovinski partneri Hrvatske bilježe negativne stope realnog prometa u trgovini na malo: Mađarska (-7,8 posto), Slovenija (-6,0 posto), Austrija (-3,3 posto), Italija (-3,2 posto) i Njemačka (-3,1 posto).

“Zaposlenost je u EU-27 povećana za 0,7 posto.

U isto vrijeme, trgovina na malo u EU-u bilježi rast zaposlenosti. Zaposlenost u trgovini na malo (G47 bez trgovine motornim vozilima) je povećana u EU-27 za 1,1 posto u 2022. godini i za 0,7 posto u 2023. godini u odnosu na godinu prije. Znatne su razlike među zemljama EU-a. U 2023. godini najveći porast zaposlenosti imali su Irska (7,2 posto), Malta (5,2 posto), Portugal (3,0 posto) i Bugarska (2,5 posto), dok su Slovenija i Austrija ostvarile pad zaposlenosti u trgovini na malo (-0,5 posto i -1,0 posto) (Eurostat, 2024d).

Kretanja u sektoru trgovine na malo u EU-u bila su pod utjecajem visoke inflacije. Harmonizirani indeks potrošačkih cijena povećan je za 6,4 posto u 2023. godini (9,2 posto u 2022. godini) u EU-27 i za 5,4 posto u zemljama eurozone (Eurostat, 2024b). Najveći rast cijena bio je u Mađarskoj (17,0 posto), Češkoj (12,0 posto), Poljskoj (10,9 posto), Estoniji i Latviji (9,1 posto). Hrvatska spada među zemlje s visokom stopom inflacije (8,4 posto), višom od prosjeka EU-27 (6,4 posto). Visoka inflacija umanjuje kupovnu moć i umanjuje potrošnju i promet u trgovini na malo.

U 2023. GODINI REALNO JE SMANJEN PROMET U TRGOVINI NA MALO U EU-27 ZA 2 POSTO.

Na kretanja u trgovini na malo u EU-u znatan utjecaj imala su gospodarska kretanja, kretanje BDP-a i osobne potrošnje kao glavni čimbenici. U 2023. godini realni bruto domaći proizvod izražen u tržišnim cijenama u odnosu na prethodno razdoblje porastao je u EU-27 za 0,4 posto (Eurostat, 2024a). U isto vrijeme, osobna potrošnja kućanstava je u zemljama EU-27 blago porasla za 0,3 posto, a investicije za 1,2 posto. Izvoz roba i usluga je smanjen za 0,5 posto, a uvoz roba i usluga za 1,8 posto. Znatne su razlike među zemljama EU-a. Najveći rast BDP-a bio je na Malti (5,6 posto), u Hrvatskoj (2,8 posto), Španjolskoj i Cipru (2,5 posto) i Portugalu (2,3 posto). Hrvatska je te godine bila među zemljama s najvećim rastom BDP-a na međugodišnjoj razini. Hrvatski važni trgovinski partneri imali su te godine vrlo niske stope rasta BDP-a (Slovenija 1,6 posto, Italija 0,9 posto) ili negativne stope rasta (Njemačka -0,3 posto, Austrija 0,8 posto, Mađarska 0,9 posto).

“Hrvatska je u grupi zemalja koje imaju okrupnjenu trgovinu na malo.

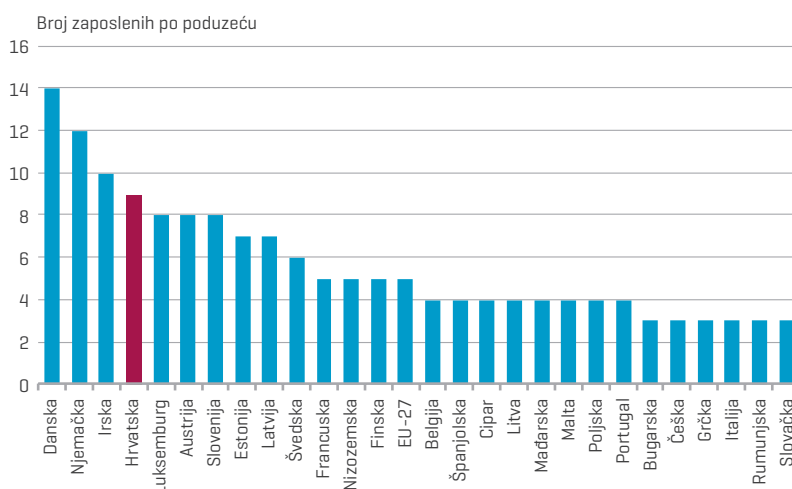
Da bismo usporedili trgovinu na malo u Hrvatskoj i u EU-u, prikupili smo podatke Eurostata o poduzećima u EU-u, kao što su broj poduzeća, broj zaposlenih, promet, troškovi prodane robe i proizvodnost (Eurostat, 2024e). Metodološki gledano, zadnja raspoloživa godina s punim setom podataka koji se mogu analizirati za djelatnost G47 (trgovina na malo, osim trgovine motornim vozilima i motociklima) je 2021. godina. Prema pokazatelju broja zaposlenih po poduzeću, Hrvatska je bila u grupi zemalja koje imaju relativno okrupnjenu trgovinu na malo. Hrvatska je imala skoro dvostruko veći broj zaposlenih po poduzeću (9) od prosjeka EU-27 (5). Najveća poduzeća (mjereno brojem zaposlenih po poduzeću) bila su u sjevernoeuropskim zemljama: Danskoj (14), Njemačkoj (12), Irskoj (10), Luksemburgu (8) i Austriji (8). Slovenija (8) i baltičke zemlje isto tako imaju okrupnjenu maloprodaju. Tako Estonija i Latvija imaju po 7 zaposlenih po poduzeću, a Švedska 6, iznad prosjeka EU-27. S druge strane, mediteranske zemlje kao Italija (3), Grčka (3), Portugal (4) i Španjolska (4), ali i neke zemlje srednje i istočne Europe poput Slovačke (3), Češke (3) i Bugarske (3), imale su usitnjeniju maloprodajnu strukturu s većim udjelom poduzeća koja zapošljavaju manji broj zaposlenih (slika 4).

U EU-27 IMAMO I DALJE VISOKU INFLACIJU U IZNOSU OD 6,4 POSTO.

Slika 4.
Broj zaposlenih po poduzeću u EU-27 u 2021. godini

Napomena: Djelatnost G47 (trgovina na malo, osim trgovine motornim vozilima i motociklima).

Izvor: Eurostat [2024e].



“Hrvatska trgovina na malo posluje s niskim maržama, nižima od prosjeka EU-27.

Ukoliko se analizira učinkovitost hrvatske trgovine na malo, Hrvatska znatno zaostaje za EU-27. Produktivnost rada [mjerena kao bruto dodana vrijednost u trgovini na malo po zaposlenom] manja je za 45,8 posto u odnosu na prosjek EU-27. Najveću produktivnost rada imaju Belgija, Švedska i Luksemburg (slika 5), a Hrvatska spada u grupu zemalja s najnižom produktivnošću rada. I prema pokazatelju prometa po zaposlenom u tisućama eura, Hrvatska također zaostaje za prosjekom EU-27, za 31,5 posto. Tome su uzrok niska kupovna moć i niska potrošnja u Hrvatskoj u odnosu na razvijene zemlje EU-a.

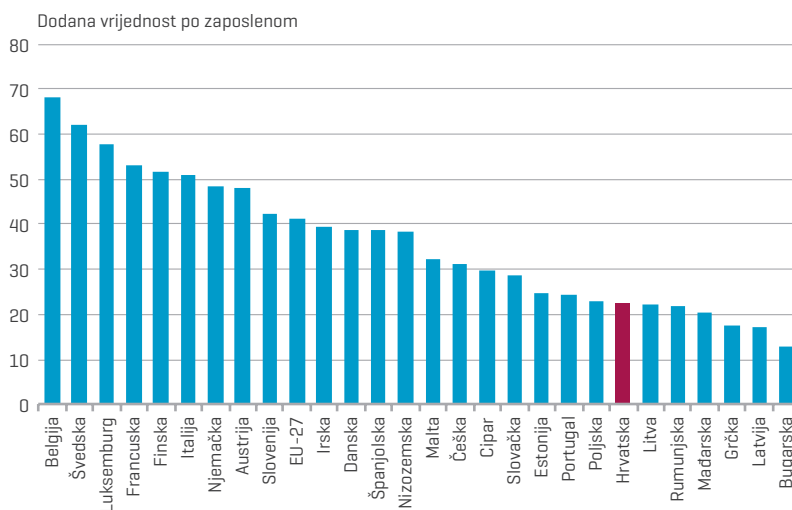
Hrvatska trgovina na malo posluje u prosjeku s maržama koje su niže od prosjeka EU-27. Napravljena je usporedba bruto marži izraženih kao prihodi od prodaje umanjeni za trošak prodane robe u zemljama EU-27 (slika 6). To je važan pokazatelj uspješnosti u trgovini na malo, jer pokazuje koliko dobiti maloprodavač ostvaruje iz prodaje oduzmu li se troškovi nabave. U 2021. godini udio bruto marže iznosio je u Hrvatskoj 15,3 posto, a prosjek EU-a je iznosio 18,8 posto (slika 6). Najveći udio marži zabilježen je u Irskoj, Njemačkoj, Nizozemskoj, Belgiji, Austriji i Francuskoj. Ove zemlje

HRVATSKA MALOPRODAJA ZAOSTAJE ZA
PROSJEKOM EU-a U POKAZATELJIMA
USPJEŠNOSTI.

imale su veći udio marži od prosjeka EU-27. Profitabilnost prodaje je pak u Hrvatskoj (7 posto) bila oko prosjeka EU-27 (7,5 posto), niža od maloprodaje u Nizozemskoj (10,0 posto), Njemačkoj (9,8 posto) i Belgiji (9,1 posto).

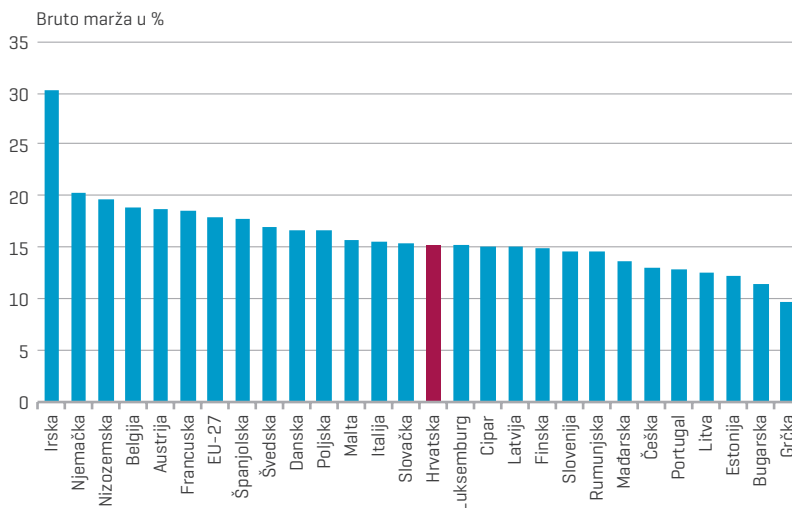
Slika 5.
Bruto dodana vrijednost
u trgovini na malo po
zaposlenom u EU-27 u
2021. godini, u tisućama
eura

Izvor: Eurostat [2024e].



Slika 6.
Bruto marže u EU-27,
izražene kao postotak
ostvarenog prometa u
2021. godini

Izvor: Eurostat [2024e].

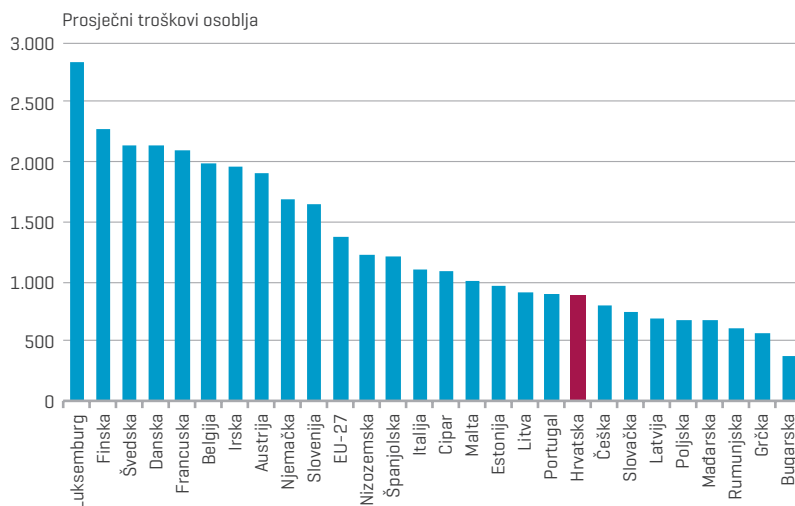


HRVATSKA IMA NIŽE PLAĆE U TRGOVINI NA MALO ZA 35,1 POSTO U ODNOSU NA PROSJEK EU-27.

Hrvatska ima niže plaće u trgovini na malo u odnosu na prosjek EU-27 (slika 7). U 2021. godini prosječni troškovi osoblja po zaposlenom bili su za 35,1 posto niži od prosjeka EU-a. Plaće u Hrvatskoj nisu motivirajuće za privlačenje radnika i stručnjaka i za povećanje proizvodnosti rada.

Slika 7.
Prosječni mjesečni troškovi osoblja po zaposlenom u trgovini na malo u 2021. godini, u eurima

Izvor: Eurostat (2024c).



Očekivanja

“Europska komisija prognozira u 2024. godini u Hrvatskoj blagi rast BDP-a od 2,6 posto i smirivanje inflatornih pritisaka (rast cijena od 2,5 posto).

U ovome poglavlju opisuju se projekcije makroekonomskih kretanja Europske komisije, Europske središnje banke i Hrvatske narodne banke. Metodološki gledano, koriste se pokazatelji koji imaju najveći utjecaj na kretanja u trgovini na malo. Prikaz projekcija dan je u tablici 5.

U 2024. i 2025. godini prognozira se blagi oporavak gospodarstva i smirivanje rasta cijena. Europska komisija prognozira za Hrvatsku rast BDP-a od 2,6 posto u 2024. godini i 2,8 posto u 2025. godini. U isto vrijeme, predviđa se rast cijena od 2,5 posto u 2024. godini i 2,0 posto u 2025. godini.

Tablica 5.

Očekivana kretanja u makroekonomskom okruženju u Hrvatskoj i EU-u, projekcije

	2024.	2025.
Hrvatska		
Bruto domaći proizvod, realni (postotna promjena)*	2,6	2,8
Bruto domaći proizvod, realni (postotna promjena)***	3,2	2,8
Osobna potrošnja***	4,4	2,8
Harmonizirani indeks potrošačkih cijena – HICP (postotna promjena)*	2,5	2,0
HICP***	3,5	2,4
Stopa nezaposlenosti***	6,0	5,7
Rast broja zaposlenih***	1,8	1,5
Realne bruto plaće (stopa promjene, %)***	5,0	2,0
EU		
Bruto domaći proizvod, realni (postotna promjena)*	0,9	1,7
Bruto domaći proizvod, eurozona**	0,8	1,5
Harmonizirani indeks potrošačkih cijena (postotna promjena)*	3,0	2,5
HICP, eurozona**	2,7	2,1
Zaposlenost**	0,4	0,4
Stopa nezaposlenosti**	6,6	6,5

Izvori: * European Commission [2024]; ** European Central Bank [2024]; *** HNB [2024b].

NEKOLIKO JE RIZIKA U OKRUŽENJU KOJI NEGATIVNO UTJEČU NA RAST I INFLACIJU, UKLJUČUJUĆI RAT U UKRAJINI I GEOPOLITIČKE TENZIJE IZMEĐU SAD-a, EU-a I KINE.

Prognoziraju se i pozitivna kretanja na tržištu rada u pogledu rasta broja zaposlenih, nezaposlenosti i rasta plaća. Svi ti čimbenici, ako se ostvare, trebali bi pozitivno utjecati na promet u trgovini na malo. Stoga možemo prognozirati i blage realne stope rasta prometa u trgovini na malo u Hrvatskoj.

“Očekuju se pozitivni trendovi na tržištu rada, što bi se trebalo pozitivno odraziti na promet u trgovini na malo.

Anketa koju provodi Deloitte [2024] daje očekivanja u idućem periodu za 200 vodećih maloprodavača, 50 iz Sjeverne Amerike, 100 iz Europe i 50 iz ostatka svijeta [Deloitte, 2024]. Iako se ta očekivanja ne tiču direktno Hrvatske, rezultati su indikativni zbog umreženosti i uključenosti Hrvatske u globalne tokove. Većina anketiranih menadžera [68 posto menadžera u SAD-u i 67 posto u Europi] prognozira rast maloprodaje od 1 do 4 posto i smatra da bi se marže trebale znatno povećati u 2024. godini.

“U EU-27 očekuje se rast BDP-a od 0,9 posto u 2024. godini i 1,7 posto u 2025. godini.

Iako projekcije sugeriraju da dolazi do postepenog oporavka gospodarstva u idućim godinama, prerano je govoriti o brzom prijelazu u održivi i stabilan gospodarski rast, zbog čimbenika koji mogu negativno utjecati na kretanja. Treba voditi računa o sporom oporavku europskog gospodarstva i glavnih vanjskotrgovinskih partnera, koji mogu usporiti rast u Hrvatskoj. Tako Europska komisija i Europska središnja banka prognoziraju spori rast realnog BDP-a [0,9 posto i 1,7 posto u 2024. i 2025. godini] i blagi rast zaposlenosti u tim godinama [European Commission, 2024; European Central Bank, 2024].

Rizici za globalnu inflaciju i gospodarski rast i dalje su vrlo naglašeni, a uglavnom su vezani uz moguću eskalaciju sukoba na Bliskom istoku i rata u Ukrajini kao i poremećaje u Crvenom moru koji bi mogli dodatno povećati neizvjesnost i potaknuti novi rast cijena energenata i drugih sirovina [HNB, 2024b]. Tu su i mogući rizici od rasta cijena nafte i hrane s dodatnim pritiskom na inflaciju, kao i tenzije između SAD-a, EU-a i Kine s pritiskom na svjetske opskrbne lance.

Zaključak i preporuke

“Godina 2023. obilježena je postepenim oporavkom gospodarstva i smirivanjem inflatornih pritisaka, što se odrazilo na potrošnju i promet u trgovini na malo.

“Usljed svih čimbenika u okruženju, i dalje raste koncentracija tržišnog udjela kod vodećih maloprodavača, ali se smanjuje razlika između vodećeg i ostalih velikih maloprodavača.

Godina 2023. bit će zapamćena i dalje po visokoj stopi inflacije u zemljama EU-a, nastavku rata u Ukrajini, ali i znakovima oporavka gospodarstva, što se odrazilo na kretanja u trgovini na malo. Realni promet u trgovini na malo porastao je za 3,7 posto, što je najveći porast od 2019. godine. Rast prometa ostvarile su nominalno sve trgovačke struke. Rast prometa omogućio je da se otvore nova radna mjesta u trgovini na malo (1,4 posto). U isto vrijeme, jaka konkurencija i konsolidiranje tržišta dovode do daljnjeg smanjivanja broja maloprodavača (-4,1 posto). Iako su plaće u trgovini na malo povećane, one su niske u odnosu na gospodarstvo i nisu motivirajuće za privlačenje talenata i stručnjaka u sektor te imaju negativan utjecaj na uslugu i zadovoljstvo. U trgovini na malo gotovo dvije trećine zaposlenih su žene, koje su manje plaćene od muškaraca, koji su više zaposleni na poslovima u trgovini na veliko.

Raspoloživi statistički podaci pokazuju da je u 2023. godini Hrvatska ostvarila rast BDP-a od 2,8 posto, potrošnje kućanstava od 3,1 posto, državne potrošnje od 2,8 posto i bruto investicija od 4,2 posto, što se pozitivno odrazilo na rast prometa u trgovini na malo. Na potražnju su pozitivno utjecala kretanja na tržištu rada, tj. smanjenje nezaposlenosti, rast neto plaća i kretanja u turizmu (rast broja turista i noćenja). Iako u 2023. godini dolazi do usporavanja inflatornih pritisaka, inflacija je još uvijek visoka (8,0 posto), a posebno je visok rast cijena hrane i bezalkoholnih pića (12,7 posto), što umanjuje kupovnu moć potrošača. Indeksi pouzdanja i očekivanja su poboljšani, dok su indeks raspoloženja i očekivanja povezana s kupnjom trajnih dobara za kućanstvo pogoršani, što se negativno odražava na promet.

Najveća trgovačka društva ostvarila su rast prometa u analiziranoj godini, što je utjecalo na daljnji rast koncentracije tržišnog udjela kod vodećih maloprodavača. U isto vrijeme dolazi do smanjenja razlike između vodećeg maloprodavača (Konzum plus) i drugoplasiranog maloprodavača (Lidl). Možemo govoriti o relativno stabilnoj strukturi prometa s obzirom na to da se najviše prometa u Hrvatskoj ostvaruje u Gradu Zagrebu (17,3 posto),

a prema vrsti maloprodajnih prodavaonica u supermarketima [51,5 posto] i hipermarketima [20,4 posto]. Iako je došlo do poboljšanja, rezultati analize poslovanja vodećih deset maloprodavača u Hrvatskoj pokazuju da većina i dalje ima problem sa zaduženošću i održavanjem likvidnosti.

U EU-27 promet je u djelatnosti G47 smanjen realno za 2 posto u 2023. u odnosu na prethodnu godinu, pri čemu je promet prehrambenih proizvoda smanjen realno za 2,6 posto, a promet neprehrambenih proizvoda (bez trgovine gorivom) za 0,9 posto. U isto vrijeme trgovina na malo u EU-u bilježi rast zaposlenosti. Još uvijek je visoka inflacija u EU-u, iako postoje znatne razlike među zemljama EU-a. U usporedbi sa zemljama EU-a, Hrvatska je u grupi zemalja koje imaju okrupnjenu trgovinu na malo, s većim brojem zaposlenih po maloprodavaču. S druge strane, po većini pokazatelja uspješnosti, ona zaostaje za prosjekom EU-a. Zaostaje za prosjekom EU-a u proizvodnosti rada, plaćama u trgovini na malo i maržama, što sve otežava razvoj trgovine na malo.

“ U idućim godinama maloprodavači trebaju zadržati inflaciju pod kontrolom, povećati otpornost u opskrbnim lancima, povećati održivost poslovanja i pojačano primjenjivati suvremene tehnologije te u prodavaonicama nuditi veći doživljaj kupnje.

Godina 2024. je i dalje vrlo neizvjesna zbog moguće eskalacije sukoba na Bliskom istoku i rata u Ukrajini kao i poremećaja u Crvenom moru koji bi mogli dodatno povećati neizvjesnost i potaknuti novi rast cijena energenata i drugih sirovina. Tu su i mogući rizici od rasta cijena nafte i hrane s dodatnim pritiskom na inflaciju, kao i tenzije između SAD-a, EU-a i Kine s pritiskom na svjetske opskrbne lance.

Ipak, prerano je govoriti o brzom prijelazu iz krize i moguće krize u održivi i stabilan gospodarski rast, već je sigurnije reći da možemo govoriti o postepenom oporavku gospodarstva i trgovine i u idućim godinama. U 2024. i 2025. godini prognozira se blagi oporavak gospodarstva i smirivanje rasta cijena. Europska komisija prognozira za Hrvatsku rast BDP-a od 2,6 posto u 2024. godini i 2,8 posto u 2025. godini, te rast cijena od 2,5 posto u 2024. godini i 2,0 posto u 2025. godini. Ova kretanja, uz očekivana pozitivna kretanja na tržištu rada u pogledu rasta broja zaposlenih, nezaposlenosti i rasta plaća, trebala bi se odraziti pozitivno na promet u trgovini na malo, rast zaposlenosti i plaće.

U idućem razdoblju maloprodavači bi se trebali prilagoditi novonastaloj situaciji i prema tome temeljiti svoj daljnji razvoj, a strana iskustva mogu im biti od velike koristi. Anketa koju provodi Deloitte (2024) sugerira da su menadžeri u velikim svjetskim maloprodavačima optimistični što se tiče kretanja prometa i marži u 2024. godini. Glavni prioriteti u poslovanju maloprodavača su zadržati inflatorne pritiske pod kontrolom (30 posto), povećati “otpornost” u opskrbnim lancima (23 posto), povećati održivost poslovanja (22 posto), povećati tržišni udio (22 posto), povećati profitne marže (20 posto), biti fleksibilniji u prilagodbi novim zahtjevima potrošača

KRETANJA U 2024. GODINI SU I DALJE NEIZVJESNA.

[19 posto], pridobiti nove potrošače da bi se povećali prihodi [18 posto], zaposliti nove nadarene zaposlenike [14 posto] i povećati obujam poslovanja kroz akvizicije [14 posto]. Analiza tvrtke McKinsey & Company slično sugerira da bi maloprodavači trebali ulagati u održivost poslovanja, digitalizaciju te jačanje vještina i sposobnosti kadrova [McKinsey & Company, 2022].

U postojećem okruženju, vodeći prioritet odnosi se na zadržavanje inflatornih pritisaka. Naime, neizvjesnost u pogledu inflacije i ponašanja potrošača je i dalje visoka jer su tu i dalje geopolitičke tenzije koje povećavaju neizvjesnost. Mnogi potrošači su se prilagodili rastu cijena biranjem jeftinijih maloprodavača i jeftinijih marki proizvoda te izborom trgovačkih marki, što će se nastaviti i u ovoj godini. Stoga je u postojećoj situaciji konkurentnost cijena vodeći čimbenik rasta prihoda u odnosu na lojalnost marki ili održivost poslovanja [Deloitte, 2024].

Jedan od problema s kojima će se susretati maloprodavači je nedostatak radne snage zbog starenja populacije, emigracija i usporavanja nataliteta, što potiče maloprodavače na alternativne izvore radne snage i prekvalifikacije postojećih radnika [McKinsey & Company, 2022; Deloitte, 2024]. Osim toga, maloprodavači će biti motivirani da ulažu više u automatizaciju i tehnologiju koja može supstituirati radnu snagu i povećati proizvodnost. Poseban problem je nedostatak talentiranih stručnjaka u trgovini, što motivira maloprodavače da zadrže postojeće stručnjake [Deloitte, 2024].

Maloprodavači bi trebali pratiti promjene u preferencijama potrošača i njima se brzo prilagođavati. Jedan od važnih trendova odnosi se na zdravlje, zdravu prehranu i vođenje zdravog načina života. Potrošači će biti stariji, deblji, multikulturalni, mobilni, vični u korištenju novih tehnologija i imat će veća očekivanja, posebno u vezi zdravlja i zdravog načina života [Deloitte, 2024]. To je trend u razvijenim zemljama, ali sve više dolazi i u Hrvatsku.

Kombiniranje više kanala prodaje, uključujući internetsku prodaju i prodaju putem mobilnih uređaja, danas je važan čimbenik uspjeha [Deloitte, 2023]. Važno je osigurati kupcima aplikacije koje im omogućuju da vrlo brzo i lako potraže savjet, usporede cijene, traže recenzije, traže inspiraciju na društvenim mrežama, provjere raspoloživost proizvoda i lako kupe željeni proizvod. Sve je važniji i kanal prodaje preko društvenih mreža, jer je na taj način moguće pristupiti većem broju kupaca i ostvariti rast prodaje [Deloitte, 2023]. Preporuke koje se odnose na otpornost opskrbnih lanaca uključuju diverzifikaciju postojećih dobavljača vodeći računa o postojećim geopolitičkim tenzijama u svijetu između SAD-a, EU-a i Kine. Ključnu ulogu u povećanju efikasnosti lanaca opskrbe ima suradnja s partnerima, dijeljenje podataka i efikasnije predviđanje potražnje i poslovanja [Deloitte, 2024].

Uvođenje nove tehnologije i novih usluga može pridonijeti poboljšanju doživljaja kupnje. Usluge koje povećavaju personalizaciju, a uključuju uslugu aktivnog uključivanja prodavača, mogu pomoći u diferencijaciji tradicionalnih od *online* prodavaonica. Tradicionalne prodavaonice hranom i robom široke potrošnje nastavit će s rastom i razvojem, jer ljudi trebaju namirnice, ali ove prodavaonice će trebati nuditi veće doživljaje kupnje, u kojima će potrošači moći ne samo vidjeti, već i doživjeti i kušati proizvode. Maloprodajne prodavaonice trebat će postati i sigurnije za kupnju u smislu fleksibilnije politike povrata robe te brže i sigurnije naplate robe uvođenjem više samoposlužnih blagajni. Umjetna inteligencija može se iskoristiti za povećanje efikasnosti poslovanja te personalizaciju ponude i marketinških poruka [Deloitte, 2024].

Literatura:

- Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (AZTN). [2023]. *Prikaz stanja na tržištu trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo u Republici Hrvatskoj u 2022. godini*. Preuzeto s: https://www.aztn.hr/ea/wp-content/uploads/2024/01/Trgovina-na-malo-2022_prikaz-stanja_final.pdf
- Deloitte. [2023]. *Global powers of retailing 2023*. Preuzeto s: <https://www.deloitte.com/global/en/Industries/consumer/analysis/the-global-powers-of-retailing.html>
- Deloitte. [2024]. *Deloitte global retail outlook 2024*. Preuzeto s: <https://www.deloitte.com/global/en/Industries/consumer/analysis/global-retail-outlook.html#>
- Državni zavod za statistiku (DZS). [2023a]. *Primjena informacijskih i komunikacijskih tehnologija (IKT) u kućanstvima i kod pojedinaca u 2023*. [Priopćenje, godina LX., prosinac]. Preuzeto s: <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58217>
- Državni zavod za statistiku (DZS). [2023b]. *Primjena informacijskih i komunikacijskih tehnologija (IKT) u poduzećima u 2023*. [Priopćenje, godina LX., prosinac]. Preuzeto s: <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58215>
- Državni zavod za statistiku (DZS). [2024a]. *Trgovina na malo u 2023*. Preuzeto s: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/trgovina-i-ostale-usluge/>
- Državni zavod za statistiku (DZS). [2024b]. *Indeksi potrošačkih cijena u 2023*. Preuzeto s: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/cijene/>
- Državni zavod za statistiku (DZS). [2024c]. *Broj i struktura poslovnih subjekata u 2023*. Preuzeto s: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/registar-poslovnih-subjekata/>
- Državni zavod za statistiku (DZS). [2024d]. *Zaposleni prema djelatnostima u 2023*. Preuzeto s: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/trziste-rada/>
- Državni zavod za statistiku (DZS). [2024e]. *Prosječne mjesečne neto i bruto plaće zaposlenih u 2023*. Preuzeto s: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/trziste-rada/>
- Državni zavod za statistiku (DZS). [2024f]. *Bruto domaći proizvod. Statistika u nizu*. Preuzeto s: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/bdp-i-nacionalni-racuni/>
- Državni zavod za statistiku (DZS). [2024g]. *Zaposleni u obrtu i djelatnostima slobodnih profesija u 2023*. Preuzeto s: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/trziste-rada/>
- European Central Bank. [2024]. *Macroeconomic projections*. Preuzeto s: https://www.ecb.europa.eu/pub/projections/html/ecb.projections202403_ecbstaff-f2f2d34d5a.en.html
- European Commission. [2024]. *European economic forecast: Winter 2024* [Institutional paper 268]. Bruxelles: European Commission. Preuzeto s: https://economy-finance.ec.europa.eu/document/download/2b7b7fae-0844-4dd1-bedd-619c3544aaed_en?filename=ip268_en_0.pdf
- Eurostat. [2024a]. *GDP and main components (output, expenditure and income)*. Preuzeto s: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/nama_10_gdp__custom_10328575/default/table?lang=en
- Eurostat. [2024b]. *Harmonised index of consumer prices (HICP) – annual data (average index and rate of change)*. Preuzeto s: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/prc_hicp_a__custom_10329385/default/table?lang=en
- Eurostat. [2024c]. *Turnover and volume of sales in wholesale and retail trade – annual data*. Preuzeto s: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sts_trtu_a__custom_10350664/default/table?lang=en
- Eurostat. [2024d]. *Labour input in wholesale and retail trade – annual data*. Preuzeto s: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sts_trlb_a__custom_10404475/default/table?lang=en
- Eurostat. [2024e]. *Enterprise statistics by size class and NACE Rev2 activity (from 2021 onwards)*. Preuzeto s: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sbs_sc_ovw__custom_10405224/default/table?lang=en
- Hrvatska narodna banka (HNB). [2024a]. *Bilten br. 288*. Preuzeto s: <https://www.hnb.hr/analize-i-publikacije/redovne-i-publikacije/bilten>

Hrvatska narodna banka (HNB). [2024b]. *Sažetak proljetne makroekonomske projekcije HNB-a za hrvatsku – ožujak 2024*. Preuzeto s: <https://www.hnb.hr/analize-i-publikacije/makroekonomske-projekcije>

McKinsey & Company. [2022]. *Transforming the EU retail and wholesale sector*. Preuzeto s: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/transforming-the-eu-retail-and-wholesale-sector>

Odluka o Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti 2007. – NKD 2007. *Narodne novine*, 58/2007-1870. Preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_06_58_1870.html

Poslovni.hr. [2024]. *Trgovine se bore s ogromnim manjkom radnika: "Nedopustivo je da danas netko radi za badava"*. Preuzeto s: <https://www.poslovni.hr/hrvatska/trgovine-se-bore-s-ogromnim-manjkom-radnika-nedopustivo-je-da-danas-netko-nekome-radi-za-badava-4427528>

Sindikatska organizacija trgovine Hrvatske. [2022]. *Kako riješiti problem nedostatka radnika u trgovini?* Preuzeto s: <https://www.sth.hr/kako-rijesiti-problem-nedostatka-radnika-u-trgovini/>

**Izdavač**

Ekonomski institut, Zagreb
Trg J. F. Kennedyja 7, 10000
Zagreb
Telefon: 01 2362 200
Fax: 01 2335 165
<http://www.eizg.hr>

Za izdavača

Tajana Barbić, ravnateljica

Glavna urednica

Ivana Rašić

Autor analize

Ivan-Damir Anić

Izvršna urednica

Doris Dresto

Lektura

Doris Baničević

Grafičko uređivanje i priprema

Vladimir Sukser

Grafičko oblikovanje

Studio 2M

Slika na naslovnici

CCO javna domena

Napomena

Sektorska analiza autorskog je karaktera i ne odražava nužno stav Ekonomskog instituta, Zagreb.

Sljedeća analiza *Hrana i piće* izlazi u svibnju 2024.

Sufinancira Europska unija – NextGenerationEU. Izneseni stavovi i mišljenja samo su autorova i ne odražavaju nužno službena stajališta Europske unije ili Europske komisije.

Ni Europska unija ni Europska komisija ne mogu se smatrati odgovornima za njih.