

HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA
Sektor za finansijske institucije, poslovne informacije i ekonomske analize
Odjel za makroekonomske analize



Trgovina na malo u 2016. godini

Uvodno

Trgovina na malo u Hrvatskoj u 2016. godini

Trgovina na malo u EU u 2016. godini

Zaključno

Veljača 2017.



Uvodno

Osobna potrošnja tj. potrošnja kućanstava značajna je komponenta gospodarstva EU jer čini nešto manje od 60% BDP-a. Trećinu potrošnje kućanstava EU čini potrošnja vezana uz trgovinu na malo, a u Hrvatskoj je taj postotak još i veći tj. samo se na hranu i bezalkoholna pića odnosi nešto manje od 30% ukupne potrošnje kućanstava.

Osobna potrošnja kućanstva, prema definiciji Državnog zavoda za statistiku, podrazumijeva novčanu i naturalnu potrošnju proizvoda i usluga koji služe za podmirivanje životnih potreba članova toga kućanstva. Struktura izdataka za potrošnju prati se prema međunarodnoj klasifikaciji COICOP-HBS, koja ih razvrstava na 12 glavnih skupina: Hrana i bezalkoholna pića, Alkoholna pića i duhan, Odjeća i obuća, Stanovanje, Pokućstvo, oprema za kuću i redovito održavanje, Zdravstvo, Prijevoz, Komunikacije, Rekreacija i kultura, Obrazovanje, Hoteli i restorani, Ostala dobra i usluge.

Za obračun izdataka za potrošnju kućanstava upotrijebljeni su podatci iz redovitih istraživanja Državnog zavoda za statistiku o prometu u trgovini na malo te o prometu u hotelima i restoranima. Izdaci za potrošnju na ostale usluge koje nisu obuhvaćene redovitim istraživanjima Državnog zavoda za statistiku se izračunavaju.

Trgovina na malo u Hrvatskoj u 2016. godini

U prosincu 2016. godine realan je promet u trgovini na malo, prema kalendarski prilagođenim podatcima, bio 5,8% veći u odnosu na prosinac 2015. godine.

Tim rastom nastavljen je trend godišnjeg rasta koji kontinuirano traje od rujna 2014. godine. Uzlazni godišnji trend maloprodajnoga prometa djelomično je rezultat poboljšanja pouzdanja potrošača koje se bilježi od listopada 2014. do lipnja ove godine, kada se počinje bilježiti blago pogoršanje tog pokazatelja. U srpnju i kolovozu se nastavlja negativan trend, a od rujna do kraja godine ponovno se bilježi poboljšanje.

Početak spomenutog uzlaznog trenda (listopad 2014.) zabilježen je gotovo usporedno sa najavama novog (povoljnijeg) oporezivanja plaća, koje je u praksi krenulo početkom 2015. godine. U 2015. godini prosječna neto plaća porasla je realno za 3,7% (najbrža dinamika rasta od 2004. godine kada je rast iznosio također 3,7%) u odnosu na 2014. godinu. U 2016. godini (prvih jedanaest mjeseci) dinamika je usporena, ali je ipak zabilježen realan rast neto plaća za oko 2,6% u odnosu na 2015. godinu.

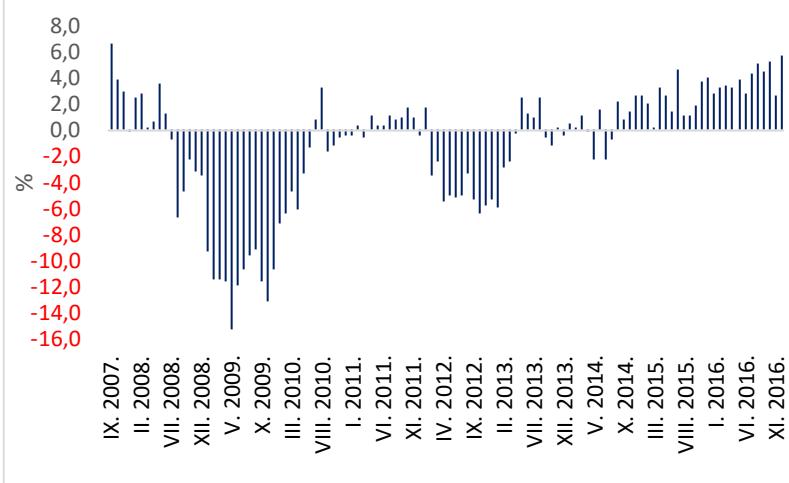
Zabilježeno povećanje plaća svakako je imalo utjecaj na poboljšanje potrošačkog optimizma kao i na povećanje kupovne moći stanovništva. Također, uzlazni trend počeo je usporedno sa rastom gospodarske aktivnosti u Hrvatskoj, a uslijedio je nakon 12 kvartala kontinuiranog godišnjeg pada BDP-a.

U 2016. godini realan promet u trgovini na malo, prema kalendarski prilagođenim podatcima, bio je 4% veći u odnosu na 2015. (kada je rast iznosio 2,4%), što prošlu godinu čini trećom uzastopnom godinom rasta. Prošlogodišnja dinamika rasta prometa bila je brža u odnosu na onu iz 2015. godine, što je, strukturno, između ostalog i rezultat visokog rasta koji je zabilježen u kolovozu (5,1%), listopadu (5,3%) i prosincu (5,8%), te predstavlja najbržu dinamiku rasta još od rujna 2007. godine (6,6%).

No, bez obzira na to što već tri godine traje uzlazni trend realnog prometa u trgovini na malo, zbog negativnih kretanja u prethodnim godinama, prošlogodišnja razina tog prometa manja je za 11% u odnosu na onu iz 2008. godine.

TRGOVINA NA MALO

realne godišnje kalendarski prilagođene stope promjene



Izvor: DZS; obrada: HGK

Pored spomenutog realnog rasta neto plaća i poboljšanja pouzdanja potrošača, na rast prometa u prošloj godini, povoljno je utjecao i turizam tj. rekordni turistički rezultati (turistička noćenja i devizni prihod od turizma) i to najviše u srpnju i kolovozu tj. u mjesecima kada se ostvari najviše maloprodajnoga prometa u godini (oko petine godišnjeg prometa u oba spomenuta mjeseca zajedno) i najviše turističkih noćenja. Prema našim procjenama, u srpnju i kolovozu se, noćenjima domaćih i stranih turista, značajno poveća broj stanovnika (time i potrošača) u primorskim županijama, pri čemu se primjerice u kolovozu 2016. godine raspon kreće od 35,9% (koliko iznosi povećanje u Splitsko-dalmatinskoj županiji) do 116,7% (u Istarskoj županiji).

PROCJENA POVEĆANJA BROJA STANOVNika U ŽUPANIJI ZBOG DOLAZAKA I NOĆENJA TURISTA, za kolovoz 2016.

| Županija | Povećanje populacije, u % |
|------------------------|---------------------------|
| Istarska | 116,7 |
| Zadarska | 59 |
| Šibensko-kninska | 54,9 |
| Primorsko-goranska | 51,2 |
| Dubrovačko-neretvanska | 48,9 |
| Splitsko-dalmatinska | 35,9 |

Izvor: DZS; izračun autora

HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA

Sektor za finansijske institucije, poslovne informacije i ekonomske analize

Odjel za makroekonomiske analize

Tel. 01/4828 – 373; elektronička pošta: makroekonomija@hgk.hr

Prema izvornim podatcima, nominalni je promet u trgovini na malo u prvih jedanaest mjeseci 2016. godine bio 2,3% veći u odnosu na isto razdoblje 2015. godine. Strukturno gledano, taj je rast rezultat godišnjega povećanja u devet od ukupno deset trgovačkih struka.

NOMINALNI PROMET 2016. GODINE U TRGOVINI NA MALO PO TRGOVAČKIM STRUKAMA

| | Udio u strukturi, % | Stopa promjene 2016./2015., % | Trend (godišnji) |
|---|---------------------|-------------------------------|---|
| Nespecijalizirane prodavaonice pretežno živežnim namirnicama | 38,8 | 1,2 | od kraja 2014. godine samo dva pada |
| Motorna goriva i maziva | 16,8 | -5,2 | tri mjeseca rast |
| Audio i videooprema, željezna roba, boje i staklo, električni aparati za kućanstvo, namještaj i drugi proizvodi za kućanstvo | 8,5 | 8,4 | 28 mjeseci rast |
| Tekstil, odjevni predmeti, obuća i kožni proizvodi | 7,8 | 9,0 | 20 mjeseci rast |
| Ljekarne, medicinski i ortopedski proizvodi, kozmetički i toaletni proizvodi | 7,8 | 4,7 | od lipnja 2015. samo jedan godišnji pad |
| Specijalizirane prodavaonice živežnim namirnicama | 6,7 | 0,4 | četiri mjeseca rast |
| Računalna oprema, knjige i novine, igre i igračke, cvijeće i sadnice, satovi i nakit i ostala trgovina na malo u specijaliziranim prodavaonicama | 5,4 | 8,5 | 14 mjeseci rast |
| Ostale nespecijalizirane prodavaonice | 4,3 | 8,8 | 15 mjeseci rast |
| Motorna vozila, dijelovi i príbor za motorna vozila, motocikli i dijelovi | 2,8 | 11,9 | 13 mjeseci rast |
| Ostala trgovina na malo izvan prodavaonica | 1,2 | 0,7 | oscilacije |

Izvor: DZS; obrada: HGK

Trgovina na malo u EU u 2016. godini

Podatci Eurostata o prometu u trgovini na malo na razini EU i svake zemlje pojedinačno, obuhvaćaju odjeljak G47, odnosno poslovne subjekte kojima je trgovina na malo pretežna djelatnost te se razlikuju od prethodno spomenutih podataka za Hrvatsku, koji obuhvaćaju poslovne subjekte koji djelatnost trgovine obavljaju bez obzira na pretežnu djelatnost.

Nakon stagnacije 2013., u narednim godinama bilježi se rast realnog prometa u trgovini na malo EU. Dinamika realnog rasta maloprodajnoga prometa u 2015. godini (prema kalendarski prilagođenim podatcima 3,4%) bila je najbrža još od 2001. godine (od kada su dostupni podatci), a razina tog prometa bila je najviša od 2000. godine (od kada su dostupni podatci). Takva dinamika rasta djelomično je rezultat optimizma potrošača EU koji je u 2015. godini, prema indikatoru pouzdanja potrošača, bio najviši od 2000. godine. Pored toga, ostvarenje maloprodajnoga prometa u 2015. godini bilo je pod utjecajem povoljnijih kretanja na tržištu rada tj. zaposlenosti.

U 2016. godini nastavlja se trend rasta, a konkretno u studenome je godišnji rast iznosio 3,4%. Tim rastom nastavljen je trend godišnjeg rasta koji kontinuirano traje 40

HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA

Sektor za finansijske institucije, poslovne informacije i ekonomске analize

Odjel za makroekonomske analize

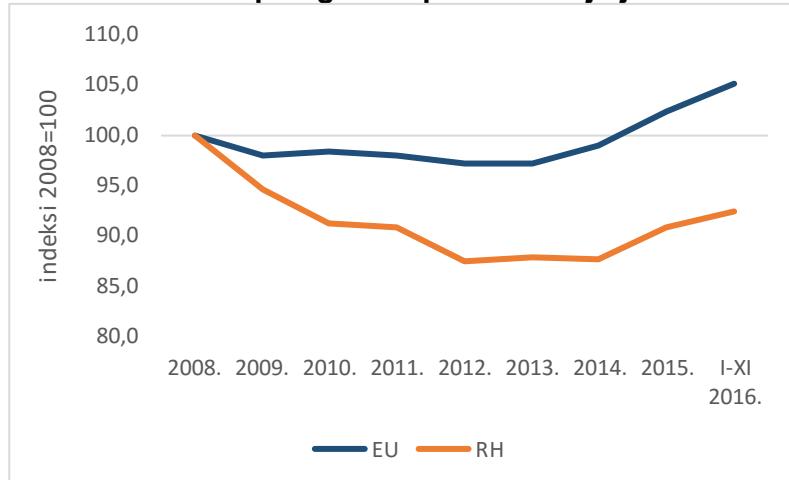
Tel. 01/4828 – 373; elektronička pošta: makroekonomija@hgk.hr

mjeseci tj. od kolovoza 2013. godine. Spomenuti trend rasta djelomično je rezultat povoljnijega trenda na tržištu rada i kretanja potrošačkoga optimizma koji je, iako i dalje negativan, sve do veljače prošle godine, bio znatno povoljniji u odnosu na prethodne godine. Od veljače prošle godine bilježi se negativan trend pouzdanja potrošača u odnosu na prethodnu godinu (unatrag desetak godina rekordnu prema optimizmu) sve do siječnja ove godine kada se bilježi poboljšanje.

U Rumunjskoj se od travnja 2015. godine kontinuirano bilježi godišnji rast maloprodajnoga prometa, što je (od lipnja 2015. godine) pod značajnim utjecajem visokih stopa rasta prometa u kategoriji „Hrana, pića i duhan“. Porast u toj kategoriji pod utjecajem je smanjenja PDV-a na hranu (sa 24% na 9%), koje je nastupilo u lipnju 2015. godine, a porast ukupnog maloprodajnoga prometa, od početka prošle godine, pod utjecajem je smanjenja opće stope PDV-a sa 24% na 20%. Brza dinamika rasta maloprodajnoga prometa u Sloveniji, u listopadu i studenome, pod utjecajem je povećanja plaća u javnom sektoru.

U prvih jedanaest mjeseci ove godine maloprodajni je promet EU (G47) u prosjeku bio, prema kalendarski prilagođenim podatcima, 2,8% (u Hrvatskoj 1,7%) veći u odnosu na isto razdoblje 2015. godine, odnosno 5% veći (u Hrvatskoj manji za 7,6%) u odnosu na isto razdoblje 2008. godine.

PROMET U TRGOVINI NA MALO kalendarski prilagođeni podaci u odjeljku G47



Zaključno

Izvor: Eurostat; obrada: HGK

Podatci za prosinac 2016. godine pokazuju nastavak povoljnijih kretanja realnog prometa u trgovini na malo. Podatkom za prosinac upotpunjena je cijela 2016. godina u kojoj je realan porast prometa iznosio 4%, što predstavlja treću godinu rasta i bržu dinamiku rasta od prethodne godine.

Očekujemo da će i ove godine biti ostvaren realan rast prometa u trgovini na malo u Hrvatskoj, što će biti potpomognuto novom poreznom reformom tj. onim dijelom reforme koji se odnosi na povećanje plaća. S obzirom na to da je maloprodajni promet još uvijek niži od onog iz 2008. godine, ako se prošlogodišnja dinamika rasta nastavi, razina prometa će tek 2020. godine biti veća od one iz 2008. godine.

Opće napomene:

Ovu analizu izrađuje i za nju je odgovorna HGK. Informacije, mišljenja, analize i zaključci koji se iznose temelje se na javnim statističkim i ostalim informacijama što potječu iz izvora u čiju se potpunost i točnost HGK pouzdaje, ali za koje ne jamči. Utoliko su informacije, mišljenja, analize i zaključci izneseni u ovoj publikaciji podložni promjenama koje ovise o promjenama izvora informacija te o promjenama koje nastupe od trenutka pisanja teksta do njegova čitanja. Ova publikacija ili njeni dijelovi ne mogu se kopirati ili bilo kako drukčije reproducirati bez navođenja izvora.

HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA

Sektor za finansijske institucije, poslovne informacije i ekonomske analize

Odjel za makroekonomske analize

Tel. 01/4828 – 373; elektronička pošta: makroekonomija@hgk.hr