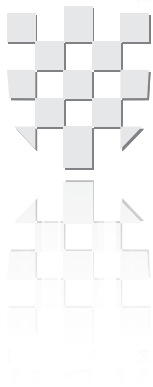


H G K  
1 8 5 2



HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA

Sektor za financijske institucije, poslovne informacije i  
ekonomske analize

Odjel za makroekonomske analize

# Trgovina – konvergira li standardima EU?

- Uvodno
- Značaj trgovine u Europskoj uniji i Hrvatskoj
- Strukturne poslovne statistike
- Realan promet u trgovini na malo
- Zaključno



Srpanj 2015.

## Uvodno

World Trade Organization (WTO) osnovana je 1995. godine s temeljnim ciljem stvaranja pravnog okvira međunarodnoga trgovinskoga sustava u području carina te trgovine robama i uslugama. Hrvatska je krajem 2000. godine postala članicom te organizacije koja danas ima 161 zemlju članicu. Djelatnost trgovine u Europskoj uniji, a time i u Hrvatskoj, prolazi kroz značajne promjene u posljednjih dvadesetak godina, koje su, prije svega, povezane s liberalizacijom robnih tokova u okvirima globalizacijskih procesa.

*Pregovori RH o pristupanju organizaciji WTO trajali su 6,5 godina. Održano je 6 službenih i 4 neslužbene sjednice Radne skupine za prijam RH u WTO, odnosno multilateralnih pregovora, te 20 bilateralnih pregovora. U multilateralnim pregovorima potvrđena je usklađenost hrvatskoga trgovinskog, carinskog, deviznog, poreznog i drugog zakonodavstva s pravilima WTO sporazuma. Tijekom bilateralnih pregovora RH je pregovarala s 19 WTO članica koje su izrazile interes za pregovaranje o carinskim uvjetima za pristup njihovih roba i pružanje usluga na hrvatskom tržištu: SAD, EK, Japan, Mađarska, Slovenija, Češka, Slovačka, Poljska, Norveška, Švicarska, Turska, Australija, Novi Zeland, Kanada, Urugvaj, Ekvador, Meksiko, Kirgistan i Indija.*

Spomenuta je liberalizacija tržišta omogućila dolazak stranih trgovačkih lanaca u Hrvatsku, što je povećalo količinu dostupnih proizvoda u maloprodaji. Povećan asortiman proizvoda značio je i povećanu konkurenciju, a to je utjecalo i na smanjenje cijena. No asortiman proizvoda trgovačkih lanaca velikim se dijelom sastoji od uvoznih proizvoda pa to negativno utječe na domaću proizvodnju. Povećana domaća potražnja za „novim“ i to uvoznim proizvodima temeljila se na realnom rastu neto plaća, rastu bankovnih kredita stanovništvu, odnosno ukratko - rastu dohotka.

*Vrijednost se kredita kućanstvima (isključujući vrijednost stambenih kredita) u roku od dvije godine udvostručila, odnosno krajem 2002. godine vrijednost je bila 104,3 % veća u odnosu na kraj 2000. godine. U naredne je dvije godine vrijednost bila gotovo četverostruko veća, odnosno krajem 2004. su godine krediti bili 190,8 % veći u odnosu na kraj 2000. godine. Istovremeno rastu i neto plaće pa su 2002. godine realno 4,7 % veće u odnosu na 2000. godinu, a 2004. su godine 12,8 % veće.*

Tako se potrošnja od 2000. godine povećava, a djelatnost trgovine počinje imati sve veći značaj u hrvatskom gospodarstvu.

## Značaj trgovine u Europskoj uniji i Hrvatskoj

Promet u trgovini na malo od 2000. do 2008. godine bilježi kontinuirani trend realnoga rasta. Uzlazni trend maloprodajnoga prometa odraz je zapravo kretanja osobne potrošnje koja znatno utječe na realni rast BDP-a u promatranom razdoblju. Usporedno s time udio djelatnosti trgovine na veliko i na malo u BDP-u do 2008. godine također bilježi rast (iako ne kontinuirani), a od 2009. godine pad ili stagnaciju. U 2012. godini (zadnji raspoloživi podatak) trgovina na veliko i na malo čini 9,6 % BDP-a.

Broj ukupno zaposlenih u toj djelatnosti također bilježi kontinuirani trend rasta u razdoblju od 2000. do 2008. godine, a ti zaposleni čine u prosjeku oko 16 % ukupno zaposlenih. Od 2009. godine bilježi se kontinuirani trend pada broja zaposlenih, a u 2014. godini čine oko 15 % ukupno zaposlenih.

*Pri usporedbi kretanja djelatnosti trgovine u Hrvatskoj i Europskoj uniji, zbog metodološke usklađenosti podataka, odnosno usporedivosti podataka, potrebno je koristiti Eurostat kao izvor. Naime, promet u trgovini na malo promatra se, na razini Europske unije za svaku zemlju zasebno pa tako i za Hrvatsku, kroz poduzetnike kojima je trgovina na malo (G47) pretežna djelatnost. U Hrvatskoj se kod analiziranja podataka o prometu često upotrebljavaju podaci o prometu poduzetnika koji se bave trgovinom bez obzira na njihovu djelatnost u kojoj su registrirani.*

Prema podacima Eurostata, udio bruto dodane vrijednosti trgovine na veliko i na malo u BDP-u (podaci nisu dostupni na razini cijele EU, već za svaku zemlju posebno) prosječno iznosi 10,9 %, a u tom je slučaju Hrvatska nešto ispod toga prosjeka. Prema Anketi o radnoj snazi (LFS) udio zaposlenih u djelatnosti trgovine na veliko i na malo u ukupno zaposlenima na razini Europske unije iznosi 14 % pa je Hrvatska sa 13,9 % na razini tog prosjeka. (→ Vidi tablicu na idućoj stranici)

Kretanja broja zaposlenih u trgovini mogu se vremenski podijeliti na dva razdoblja, odnosno na ono prije krize i poslije krize. Na razini Europske unije u razdoblju od 2003. do 2008. godine bilježilo se kontinuirani trend rasta broja zaposlenih u trgovini kao i u Hrvatskoj, no intenziviranjem gospodarske krize 2009. godine, počinju se, na razini Europske unije, ali i u Hrvatskoj, bilježiti negativni trendovi koji traju sve do 2013. godine u Europskoj uniji, a u Hrvatskoj do 2014. godine, kada je pad zaustavljen.

Prema podacima za 19 zemalja Europske unije u 2012. godini Hrvatska je imala 20,2 tisuće prodavaonica u trgovini na malo, što znači da je imala jednu prodavaonicu na 211 stanovnika, a to je pak bilo oko 40 % iznad prosjeka (150 stanovnika) zemalja EU (Belgija, Njemačka, Estonija, Irska, Grčka, Španjolska, Francuska, Hrvatska, Cipar, Litva, Mađarska, Austrija, Poljska, Portugal, Rumunjska, Slovačka, Finska, Švedska i Ujedinjeno Kraljevstvo).

	UDIO TRGOVINE U BDP-u 2013. GODINE, u % <sup>1)</sup>	UDIO ZAPOSLENIH U TRGOVINI U UKU- PNO ZAPOSLENIMA 2014. GODINE, LFS u %
Europska Unija	-	14,0
<b>Hrvatska</b>	9,6	13,9
Belgija	11,2	13,3
Bugarska	11,1	17,4
Češka	9,2	11,9
Danska	10,7	13,9
Njemačka	8,5	14,0
Estonija	11,1	13,2
Irska	9,1	14,3
Grčka	9,7	17,8
Španjolska	11,2	16,5
Francuska	9,4	12,8
Italija	10,0	14,4
Cipar	13,0	17,4
Latvija	12,3	15,1
Litva	16,6	17,9
Luksemburg	10,6	8,4
Mađarska	9,0	13,4
Malta	9,7	15,5
Nizozemska	11,6	15,1
Austrija	11,1	14,7
Poljska	16,9	14,6
Portugal	12,2	15,1
Rumunjska	7,0	13,5
Slovenija	10,3	12,3
Slovačka	13,3	12,0
Finska	8,6	12,0
Švedska	9,6	11,8
Ujedinjeno Kraljevstvo	9,8	13,1

Izvor: DZS, Eurostat; obrada: HGK

1) Portugal podaci za 2011. godinu, a Hrvatska i UK podaci za 2012. godinu

## Strukturne poslovne statistike

Strukturne poslovne statistike mogu se dobro iskoristiti u analizi trgovine na malo po zemljama Europske unije, pri čemu su od posebne koristi pokazatelji kao što je to bruto marža po zaposlenom, promet po stanovniku te produktivnost. U 2012. je godini (zadnji raspoloživi podatak) uzorak, odnosno broj poduzeća, na razini Europske unije iznosio 3.627.167, a za Hrvatsku 17.464 tvrtke.

Iznos bruto marže (razlika prometa ostvarenog od trgovačkih djelatnosti i ukupnih nabava roba i usluga za daljnju prodaju) po zaposlenom (ukupno) u Hrvatskoj (-60,8 % u 2012. godini) znatno je niži od prosjeka EU u razdoblju od 2008. do 2012. godine (izuzimajući Maltu i Poljsku). Promet po stanovniku i po zaposlenom također su znatno ispod prosjeka Europske unije, odnosno u 2012. su godini bili 49,2 % tj. 48,5 % manji. Produktivnost je (kao bruto dodana vrijednost po zaposlenom) u 2012. godini bila oko 46 % manja u odnosu na prosjek Europske unije.

Niska razina spomenutih pokazatelja u razdoblju od 2008. do 2012. godine rezultat je smanjene domaće potražnje (uslijed nepovoljnih kretanja na tržištu rada koja su smanjila kupovnu moć stanovništva) s jedne strane i niske razine neto plaća u trgovačkoj djelatnosti s druge strane.

## PRODUKTIVNOST U TRGOVINI NA MALO - bruto dodana vrijednost po zaposlenom u tis. EUR -

Europska Unija	22,8
Hrvatska	12,3
Belgija	45,1
Bugarska	3,6
Češka	13,3
Danska	39,6
Njemačka	24,3
Estonija	13,7
Irska	28,9
Grčka	14,2
Španjolska	24,3
Francuska	38,1
Italija	24,6
Cipar	22,9
Latvija	8,4
Litva	7,2
Luksemburg	52,9
Mađarska	7,8
Malta	18,9
Nizozemska	24,6
Austrija	32,8
Poljska	10,5
Portugal	13,4
Rumunjska	6,4
Slovenija	26,3
Slovačka	19,2
Finska	38,2
Švedska	39,7
Ujedinjeno Kraljevstvo	26,8

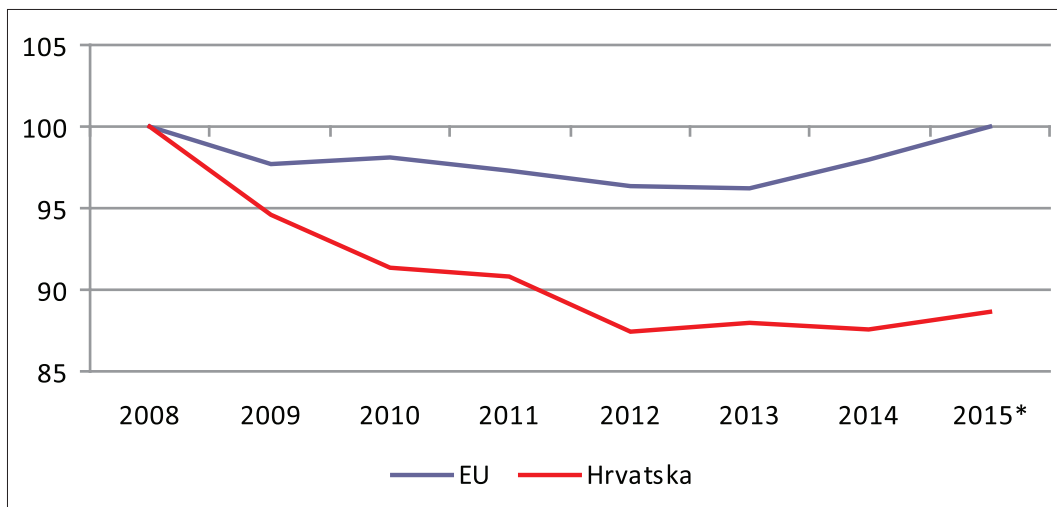
Izvor: Eurostat; obrada: HGK

## Realan promet u trgovini na malo

Realan je promet u trgovini na malo (odjeljak G47) u 2014. godini na razini Europske unije bio, prema kalendarski prilagođenim podacima, 1,9 % veći u odnosu na 2013. godinu, odnosno 2 % manji u odnosu na 2008. godinu. U Hrvatskoj je promet u prošloj godini bio 0,5 % manji na godišnjoj razini, odnosno 12,4 % manji u odnosu na 2008. godinu. Manja razina prometa u EU i Hrvatskoj rezultat je negativnih trendova, pri čemu je u razdoblju 2008. do 2014. godine samo u dvije godine zabilježen rast realnog prometa. Tako je i prema tom pokazatelju uočljivo da je trgovina na malo u Hrvatskoj znatno ispod prosjeka Europske unije, odnosno da su negativne posljedice gospodarske krize, s obzirom na to da Hrvatska *de facto* još nije izašla iz recesije, mnogo veće u odnosu na Europsku uniju.

Smanjeni promet nepovoljno je utjecao i na razinu ulaganja poduzetnika u trgovini na malo, pa je tako, prema strukturnim poslovnim statistikama, uočljiv pad bruto investicija u materijalna dobra u hrvatskoj maloprodaji. No unatoč tome ta su ulaganja još uvijek iznad prosjeka Europske unije ako se promatra kao postotak BDP-a, odnosno iznose 0,8% BDP-a, a prosjek EU iznosi 0,4%.

REALAN PROMET U TRGOVINI NA MALO  
- kalendarski prilagođeni indeksi 2008=100 u odjeljku G47 -



Izvor: Eurostat; obrada: HGK

\*prognoza

## Zaključno

Iako je trgovina na malo značajna djelatnost gospodarstva Hrvatske kao i Europske unije, određeni pokazatelji upućuju da trgovina u Hrvatskoj ima još prostora za napredak. To se prije svega odnosi na povećanje prometa, koje bi logično trebalo uslijediti nakon oživljavanja rasta ukupne gospodarske aktivnosti, zatim na povećanje produktivnosti u trgovini, kao i na kvalitetu asortimana. Drugim riječima, trend konvergencija s EU je uspostavljen, ali je dinamika toga trenda kretanja usporena.

### 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 kako o promjenama izvora informacija, tako i o promjenama koje nastupe od trenutka pisanja teksta do njegova čitanja. Ova publikacija ili njeni dijelovi ne mogu se kopirati ili bilo kako drugačije reproducirati bez navođenja izvora.

Izdavač: Hrvatska gospodarska komora

Pripremio: Sektor za financijske institucije, poslovne informacije i makroekonomske analize

Odjel za makroekonomske analize

Tel.: 01/ 48 28 373

Fax: 01/ 45 61 535

E-mail: makroekonomija@hgk.hr

www.hgk.hr

Priprema i tisak: Intergrafika TTŽ, Zagreb

Naklada: 500 primjeraka

Zagreb, srpanj 2015.

## BILJEŠKE