

OCJENA REGULATORNIH UVJETA U MALOPRODAJNOJ DISTRIBUCIJI U HRVATSKOJ I NEKIM EUROPSKIM ZEMLJAMA

Dario Dunković¹, Đurđica Jurić² & Boris Cvetković³

UDK/UDC: 339.372(497.5:4)

JEL klasifikacija / JEL classification: L81

Prethodno priopćenje / Preliminary communication

Primljeno / Received: 23. listopada 2011. / October 23, 2011

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 29. svibnja 2012. / May 29, 2012

Sažetak

U radu je zadatak ocijeniti regulatorne uvjete za odvijanje maloprodajne distribucije u Hrvatskoj uz pomoć strukturalnih pokazatelja utvrđenih na razini OECD-a kako bi se dobiveni rezultati mogli usporediti sa sekundarnim podacima nekih europskih zemalja. Teorijski se obrađuju obilježja tržišnih reformi, a potom i suvremena taksonomija regulacije tržišta proizvoda s naglaskom na oblike i učinke regulacije u maloprodajnoj distribuciji. Sa formalnog stajališta identificirana su obilježja administrativne regulacije koja se odnosi na maloprodaju u Hrvatskoj. Nadalje, utvrđuje se metodologija prema kojoj se provodi istraživanje tri kategorije mjera regulatornog okvira maloprodajne distribucije: barijere za ulazak, operativne restrikcije i kontrola cijena. Doprinos se sastoji u razmatranju implikacija pojedinog pokazatelja na konkurentnost, operativnost i općenito funkcioniranje maloprodaje od 1998. do 2008. odnosno 2011. godine. U tom razdoblju identificirane su značajne promjene u strukturi regulatornog okvira u Hrvatskoj i drugim promatranim europskim zemljama. Dokazano je da uvjeti u kategoriji koja pokriva barijere za ulazak i operativne restrikcije postaju liberalniji što je također trend u promatranim tranzicijskim ekonomijama i većini drugih europskih zemalja.

Ključne riječi: maloprodajna distribucija, maloprodavači, regulatorni okvir, pokazatelji.

¹ Dr. sc. Dario Dunković, znanstveni suradnik, Koordinacija, za savjetovanje u vezi poslovanja, Osijek, E-mail: dunkovic.dario@gmail.com

² Mr. sc. Đurđica Jurić, doktorandica na Ekonomskom fakultetu u Osijeku, RRIF Visoka škola za financijski menadžment, Zagreb, E-mail: djurdjica@rrif.hr

³ Boris Cvetković, student Ekonomskog fakulteta u Osijeku.

1. UVOD

Analiziranjem rezultata strukturalnih promjena i uspoređivanjem različitih regulatornih uvjeta za funkcioniranje maloprodajne distribucije stvara se korisna informacija donositeljima nacionalne i lokalne politike za pozicioniranje svoje zemlje ili regije unutar postojećih regulatornih sustava. Naime, riječ je o restrikcijama i ujedno kvaliteti čimbenika jednog dijela ekonomskog okruženja što utječe na konkurentnost u sektoru trgovine i njegovu pristupačnost domaćim i stranim poslovnim subjektima. Iz takvih podataka mogu se utvrditi učinci nastali izborom određenih mjera kao što je primjerice ograničenje radnog vremena prodavaonica ili postavljanje posebnih uvjeta za velike prodavaonice.

Cilj je dati relativnu ocjenu regulatornih uvjeta u području maloprodajne distribucije prehrambene i neprehrambene robe u Hrvatskoj te usporediti dobivene rezultate sa nekim tranzicijskom odnosno europskim zemljama. Dakle, obradili su se podaci metodološki relevantni za Hrvatsku i stavljeni su u kontekst sekundarnih podataka prikupljenih iz dostupne OECD-ove on-line baze podataka od europskih zemalja članica OECD-a. U radu se analiziraju uvjeti koji su vrijedili 1998., 2003. i 2008. godine, ali i procjenjuju uvjeti za 2011. Uz pomoć metodologije koju koristi Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj – OECD, a koju su razvili Boylaud i Nicoletti (2001), pokušao se identificirati utjecaj regulatornih mjera na sektor maloprodajne distribucije u Hrvatskoj. Budući da se elementi regulatornog okvira mogu klasificirati i ocjenjivati sa različitih motrišta, u radu je cilj pokazati relativnu sklonost regulatornog okvira u Hrvatskoj prema intervencijama u tržišne mikroekonomske mehanizme kao što su konkurencija, operativna produktivnost i maloprodajne cijene. Nužno je utvrditi gdje postoje regulatorne barijere na području maloprodajne distribucije u Hrvatskoj i prema tome pozicionirati regulatorni režim u maloprodajnoj distribuciji prehrambene i neprehrambene robe u Hrvatskoj u odnosu na druge europske zemlje iz okruženja. Istraživanje ovog područja nije do sada privuklo istraživačku pozornost domaćih znanstvenika iako su rezultati, unatoč nekim ograničenjima, važni za konkurentnost i domaću maloprodaju politiku.

Pretpostavka je da su u Hrvatskoj u posljednjih deset godina postajali umjereni restriktivni uvjeti u pogledu ulaska na tržište s novim prodajnim kapacitetima ili prodavaonicama, zatim na planu operativnosti maloprodajnog poslovanja i kontrolu maloprodajnih cijena. Istraživanje je motivirano izmjenama Zakona o trgovini u listopadu 2011. godine kako bi se utvrdili mogući učinci provedbe uvedenih promjena.

Rad je podijeljen u četiri cjeline. Prvo se na teorijskoj osnovi razmatraju načini funkcioniranja tržišne regulacije čiji se učinci uglavnom odražavaju na tržišnu konkurentnost i operativnost poslovnih subjekata u maloprodaji. Zatim se daje povijesni pregled formalnih obilježja regulatornog okvira maloprodajne distribucije u Hrvatskoj što ujedno predstavlja i podlogu za istraživanje. U trećem dijelu objašnjava se preuzeta metodologija istraživanja, a potom se u četvrtom dijelu interpretiraju identificirani mjerodavni pokazatelji za Hrvatsku te uspoređuju strukture regulatornih okvira i dinamičnost promjena u Hrvatskoj i većini europskih zemalja.

2. TRŽIŠNE REFORME I SUVREMENI OBLICI TRŽIŠNE REGULACIJE

2.1. Teorijski pogled na tržišne reforme i regulaciju

Reguliranje odnosa na tržištu spominje se u prvim ekonomskim dokumentima poznatima kao Hamurabijevi zakoni iz XVIII. st. pr. Krista u Babilonu. To su spisi robovlasničkog društva u kojima se predviđaju razne mjere za zaštitu vlasnika robova i malih poljoprivrednih proizvođača. U njima se govori o zaštiti privatnog vlasništva nad zemljištem i drugim proizvodnim sredstvima. Svojevremeno su trgovanje i pomorstvo osigurali Dubrovniku u 15. i 16. stoljeću status jednog od najmodernijih i najrazvijenijih gradova u Europi. U nekoliko navrata Dubrovniku su strane sile nametale ograničenja po pitanju područja trgovanja što je značajno usporavalo njegov razvoj u to vrijeme. Trgovački ugovori bili su osnova za trgovanje sa drugim gradovima i državama, a trgovci su u to vrijeme, uz zemljoposjednike i pomorce, činili najmoćniji sloj društva – vlastelu.

Glavni elementi tržišnih reformi koje obilježavaju posljednjih dvadeset godina Istočnu i Jugoistočnu Europu su privatizacija državnog vlasništva, liberalizacija potencijalno konkurentnih tržišta i konkurentski svojstvena regulacija postojećih prirodnih monopola. Zadaća tih mikroekonomskih reformi bila je usmjerena na poboljšanje upravljačke strukture poslovnih subjekata kako bi oni započeli djelovati prema poduzetničkim načelima i naravno na povećanje konkurentskog pritiska na tržištu, a čime bi se trebali stvoriti povoljni uvjeti za gospodarski rast.

Za reforme koje su zahvaćale proces privatizacije, Shleifer (1998:140) drži da su kod onih subjekata koji su ušli u taj proces dovele do rasta produktivnosti i proizvodne učinkovitosti. Pilat (1996) razlikuje pojam produktivnosti od pojma proizvodne učinkovitosti koju definira kao sposobnost bilo kojeg subjekta da uspije alocirati svoje resurse na takav način da može smanjiti ili eliminirati čimbenike proizvodnje kao što su rad i kapital, ako oni nisu dovoljno iskorišteni. Nametanje regulacije iziskuje dodatne troškove za privatni sektor. Tako Gray (1987) smatra da korištenje proizvodnih resursa u svrhu regulatornog usklađivanja umjesto za proizvodnju proizvoda smanjenje produktivnosti. Prema njemu, izravan učinak na ukupnu produktivnost ekvivalentan je udjelu troškova usklađivanja u ukupnim troškovima proizvodnje. U odnosu na privatizaciju, mnogo se širi ishodi očekuju od mjera kojima se nastoji intervenirati na području tržišne konkurentnosti i poslovanja poslovnih subjekata (Nicoletti & Scarpetta, 2003).

Pod tržišnom regulacijom podrazumijeva se skup različitih instrumenata uz pomoć kojih vlada i lokalne vlasti nameću gospodarskim subjektima i stanovništvu različite zahtjeve, propisuju davanja i administrativna ograničenja (Boylaud & Nicoletti, 2001:254). Regulatornu tržišnu politiku čini sustavni razvoj i provedba instrumenata vlade i odgovarajućih institucija koji uz pomoć tih instrumenata oblikuju proces izvršavanja svoje regulatorne uloge na tržištu. Da bi odabrana politika bila u funkciji tržišnih reformi i potpora razvoju ona po svemu sudeći mora biti utemeljena na kombinaciji ekonomskih, pravnih i upravljačkih principa. Uspostavljanjem ad-

ministrativnih "pravila igre" vlasti na nacionalnoj ili lokalnoj razini mogu korigirati ono što smatraju da je nastalo kao uzrok poremećaja na području tržišnog natjecanja, vođenja poslovanja, tržišta rada, zaštite potrošača, javnog zdravstva ili pak zaštite okoliša, a sve kako bi se poboljšalo funkcioniranje tržišne ekonomije. Tamo gdje je regulacija suviše restriktivna njezin utjecaj može uskratiti djelovanje tržišnih mehanizama stvarajući negativni učinak na alokaciju sredstava i produktivnost.

Učinkovitost tržišne regulacije ne ovisi samo o donošenju odgovarajućih mjera nego i načinu kako se one provode i nadziru u praksi. Malyshev (2006) ističe da bez obzira na promjene i razlike u političkim, ekonomskim i administrativnim okruženjima zemalja članica OECD-a, a što zahtjeva i primjenu drugačijih modela regulacije, očito je da se njihovi osnovni instrumenti regulatorne politike ne razlikuju. Smatra i da zemlje koje imaju jasnu politiku tržišne regulacije postižu brži i stabilniji napredak u odnosu na zemlje koje to nemaju. Identificirao je ključne procese kojih se u novije vrijeme nužno pridržavati za donošenje kvalitetne i jasne regulatorne tržišne politike: *i*) empirijska analiza koristi i troškova koji bi nastali uvođenjem novih mjera ili promjenom postojećih; *ii*) pojednostavljenje administrativnih postupaka u svim oblicima formalne komunikacije javnih institucija sa poslovnim subjektima i stanovništvom; *iii*) participativno donošenje odluka uz javno savjetovanje i razmatranje prijedloga sa interesnim skupinama.

Regulacijom (deregulacijom) tržišta proizvoda utječe se na brojne uvjete koji vladaju na tržištu. Reforme koje su obilježile tržište proizvoda i usluga bile su osnova ekonomske politike nastajanja Europske Unije. Uklanjanje trgovinskih barijera između 1958. i 1968. godine pomoću mjera otvaranja tržišta s ciljem jačanja konkurencije bio je rezultat provedbe programa stvaranja jedinstvenog tržišta koji je okončan 1992. godine. Reforme tržišta proizvoda i usluga zadržale su ključno mjesto i u Lisabonskoj strategiji Europske Unije kao planu njezina ekonomskog razvoja. To su mikroekonomske strukturalne reforme koje ciljaju na poboljšanje funkcioniranja tržišta proizvoda i usluga kroz regulaciju ulaska novih subjekata na tržište, kontrolu investicijskih procesa i trgovinske razmjene te jačanje konkurentskih odnosa između proizvođača proizvoda i usluga. Pored praćenja ove regulative koja se općenito odnosi na oblikovanje tržišta proizvoda i usluga te konkurencije, OECD u zemljama članicama prati i učinke regulacije vezane za neke važne sektore kao što su transport, energetika, komunikacije, maloprodajna distribucija, te sektor stručnih profesionalnih usluga kojim su obuhvaćene pravne usluge, računovodstvene usluge, usluge arhitekata i inženjera.

Pod pritiskom konkurencije menadžeri će nastojati smanjiti troškove i naporno raditi da zadrže udio na tržištu što može u uvjetima veće cjenovne elastičnosti potražnje dovesti do značajnog povećanja produktivnosti i profita poslovnih subjekata, a time i gospodarstva u cjelini. U uvjetima veće konkurentnosti moguće je uspoređivati uspješnost sličnih organizacija i prema tome vrednovati menadžere. U konkurentskom okruženju veći su izgledi za stečaj što menadžerima predstavlja dodatni poticaj da izbjegnu takav scenarij. Nickel (1996) je pokazao da postoji pozitivna korelacija između razine konkurentnosti i poduzimanja inovativnih aktivnosti kod

poslovnih subjekata. To na primjeru maloprodajne distribucije može značiti da jačanje konkurentnosti utječe na snažniji razvoj tehnoloških inovacija i uvođenje maloprodajnih tehnologija. Očito je i da veća konkurentnost među sličnim maloprodavačima istodobno pozitivno djeluje na krajnje kupce. Može se razlikovati nekoliko tipova mjera uz pomoć kojih se mogu provesti reforme na tržišta proizvoda i usluga:

- mjere kojima se otvara neko nacionalno tržište za proizvode i usluge iz inozemstva koje je prije bilo zaštićeno carinama ili drugim zabranama;
- mjere regulacije ili deregulacije kojima se otvara tržište novim poslovnim subjektima ili njihovim podružnicama bez obzira na porijeklo, a koje je bilo zaštićeno od ulazaka različitim dozvolama, subvencijama, državnim vlasništvom i pravnim sredstvima;
- mjere s ciljem stvaranja poticajnog ozračja za poduzetničku aktivnost kao što je smanjenje vremena za registraciju tvrtke, snižavanje troškova osnivanja, porezne olakšice i drugo;
- različiti porezni i drugi instrumenti kojima se nastoje kontrolirati tržišne cijene pojedinih proizvoda i usluga kao što su alkohol, energenti, lijekovi i sl.

Potencijalno najnepovoljniji učinak koji se može ostvariti regulacijom tržišta proizvoda je destimulacija investicija i inovacija proizvoda i usluga, što može dugoročno uzrokovati smanjenje produktivnosti i stope rasta, međutim, takve je izravne učinke teško identificirati u realnom svijetu.

2.2. Regulacija maloprodajne distribucije i mogući učinci

Važan segment u reformama tržišta proizvoda i usluga zauzima regulacija maloprodajne distribucije. Unatoč tome što u maloprodajnoj distribuciji općenito vlada visoka konkurentnost, što vrijedi i za Hrvatsku (Knežević & Jagić, 2011), ova je djelatnost u svim europskim zemljama predmet regulacije. Postoji nekoliko instrumenata kojima se može ograničiti ulazak maloprodavača na tržište kao i na širenje prodajnih kapaciteta već postojećih maloprodavača uvodeći restrikcije kod otvaranja novih prodavaonica, nužnost upisa i trajanje postupka upisa u sudski registar, ishodovanje rješenja o ispunjavanju uvjeta za obavljanje maloprodaje, nužnost posjedovanja različitih uvjerenja i dozvola za početak obavljanja trgovačke djelatnosti kao i posjedovanje dozvola za prodaju određenih proizvoda.

Ispunjavanje dodatnih uvjeta za gradnju velikih maloprodajnih objekata (hipermarketa ili trgovačkih centara i parkova) također se pojavljuje kao važna ulazna barijera u regulatornom okviru maloprodajne distribucije. Nacionalne i lokalne vlasti služe se ovim mjerama iz tri razloga, prvo zbog manjka građevinskog zemljišta u urbanim područjima jer uz velike prodajne objekte nužne su i dodatne parkirne površine kao i postojanje podzemnih garaža. Drugo, kako bi se zaštitili mali trgovci od konkurencije, zadržale male prodavaonice u središtima gradova te očuvala radna mjesta i tradicionalne usluge koje oni nude (McKinsey, 1994; Burda, 2000). I treći je

razlog vezan za urbanističke planove, ekologiju i potrošnju energije - izvođač mora sudjelovati u financiranju popratne infrastrukturne mreže. U velikim prodavaonicama učinkovitije se iskorištava učinak ekonomije obujma (povoljnija prosječna nabavna cijena) i ekonomije raspona (prodaja više različitih proizvoda). Restrikcije u ovom području pogoduju postojećim moćnim maloprodavačima jer se otežava ulazak novih konkurenata što im olakšava održati dominantne pozicije i jačanje koncentracije na tržištu. Pellegrini (2000) drži da restrikcije za nastajanje velikih prodavaonica mogu umanjiti tržišnu moć maloprodavača prema dobavljačima. Uklanjanjem restrikcija vezanih za izgradnju velikih prodavaonica utječe se na porast specijalizacije u maloprodaji jer se primjerice paralelno razvijaju prodavaonice koje nude namirnice lošije kvalitete i one koje nude namirnice bolje kvalitete.

Glavne restrikcije vezane za operativnost maloprodajne distribucije odnose se na radno vrijeme prodavaonica i slobodu postavljanja maloprodajnih cijena. Ograničenje radnog vremena često se uvodilo iz religijskih razloga ili kako bi se zaštitili radnici i to uglavnom nedjeljom. Međutim, treba imati na umu da i ako ne postoje ograničenja radnog vremena to ne znači nužno da prodavaonice koriste mogućnost neograničenog raspona radnog vremena. Dopuštena veća fleksibilnost radnog vremena utječe na veće zadovoljstvo krajnjih kupaca, potiče zapošljavanje u distribuciji i jača položaj većih maloprodavača u odnosu na male. Gersbach (1999) je pokazao da je utjecaj radnog vremena na prihode maloprodavača od puno manjeg značaja nego što se to uglavnom očekuje. Istraživanje učinaka liberalizacije radnog vremena na prihode od prodaje, koje je proveo Pilat (1997) u trogodišnjem razdoblju, pokazuje da se promet općenito povećao za 2-3%, odnosno prihodi u velikim prodavaonicama porasli su za 5-7 %, dok je u manjim prodavaonicama prihod opao za 1-2%. Pokazao je istovremeno i da je zaposlenost porasla za 1,3% kao ekvivalent punom radnom vremenu. Haffner & van Bergeijk (1997) dokazali su da je u Nizozemskoj učinak liberalizacije regulative vezane za početak poslovanja, radnog vremena prodavaonica i izgradnje velikih prodavaonica, bio smanjenje maloprodajnih cijena za 2%.

Kontrola maloprodajnih cijena, ako se primjenjuje, uglavnom obuhvaća farmaceutske i duhanske proizvode, alkoholna pića i pogonsko gorivo, međutim, kontrola cijena se u nekim zemljama koristi i za određene prehrambene namirnice (Belgija, Island, Meksiko, Turska)⁴. Povremene kontrole cijena uvode se prema potrebi kao odgovor na specifične situacije.

Prema istraživanju Nicoletti & Scarpetta (2003) mjere dosadašnjih provedenih tržišnih reformi u razvijenim zemljama članicama OECD-a bile su najdublje u neproizvodnim sektorima. Uslijed izrazite ekonomije obujma i učestalih tržišnih poremećaja, najveći dio restrikcija na nacionalnim tržištima dolazilo je iz domene ulaska na tržište, slobode određivanja maloprodajnih cijena i ograničenja ponude proizvoda.

Često se javljaju ograničenja i u promotivnim aktivnostima koje su usko vezane za maloprodajnu distribuciju. One ako postoje, imaju opravdanost prije svega

⁴ Boylaud & Nicoletti (2001).

u zaštiti potrošača i trebaju se sagledati kroz razvoj regulative vezane za sigurnost proizvoda, zdravstvenu zaštitu, postavljanje standarda kvalitete.

3. OBILJEŽJA REGULACIJE MALOPRODAJNE DISTRIBUCIJE U HRVATSKOJ

Funkcioniranje distributivne trgovine, uvjeti za tržišno natjecanje, zaštita potrošača, lokacija i izgradnja prodavaonica te mnogi drugi društveni i ekonomski čimbenici relevantni za trgovinsku djelatnost u Hrvatskoj uređeni su brojnim zakonskim i podzakonskim propisima. Zajedno predstavljaju vrlo složen regulatorni okvir koji je od 1996. godine kad je donijet prvi Zakon o trgovini doživio značajne promjene, a koje su nerijetko izazivale polemike na političkoj, socijalnoj i gospodarskoj sceni. Zakonskim rješenjima iz ovog područja nastoji se pored korigiranja tržišnih poremećaja, zaštititi interesne skupine kao što su mali maloprodavači, potrošači ili radnici kroz ograničenje radnog vremena, zatim osigurati plaćanje različitih javnih nameta kao što su komunalni doprinosi za maloprodajne objekte ili pak osigurati bolji standard stanovištva kroz jačanje maloprodajne konkurencije, međutim, sve to pridonosi složenosti trgovinske djelatnosti u strateškom i operativnom smislu, a u konačnici utječe i na tijek gospodarskog razvoja. Složenost bavljenja maloprodajom raste sa veličinom prodavaonice, stavljanjem u promet uvoznih, različitih prehrambenih te specifičnih proizvoda kao što su naftni derivati, alkoholna pića, lijekovi i cigarete.

Nameće se potreba za analizom dijelova regulatornog okvira u Hrvatskoj koji se odnosi na maloprodajnu distribuciju kako bi se mogli donijeti neki zaključci o tome koliko su bili povoljni i privlačni odnosno ograničavajući tržišni uvjeti za ulazak u sektor i nadalje trajno obavljanje maloprodaje u Hrvatskoj. Manji maloprodavači imali su nešto povoljniji tretman od moćnijih velikih maloprodajnih lanaca. Bez obzira na domaće ili strano porijeklo kapitala veliki maloprodavači ulaze obično s velikim maloprodajnim objektima koji zahtijevaju prateće zahvate u prostoru te su stoga bili izloženi dodatnim ograničenjima i zahtjevima sa nacionalnoj i lokalnoj razini. Upravo ograničenja ove vrste koristila su se u kontekstu restrikcija za ulazak stranih maloprodajnih lanaca na domaće tržište.

Djelatnost trgovine u Republici Hrvatskoj uređena *Zakonom o trgovini*⁵ u kojem stoji da trgovac obavlja djelatnost trgovine slobodno i pod jednakim uvjetima na tržištu, na način da se ne sprječava, ne ograničava i ne narušava tržišno natjecanje. Općenito se teži intervenirati na tržištu proizvoda i usluga stvaranjem ravnopravnih uvjeta na tržištu za sve gospodarske subjekte i onemogućiti neloyalnu konkurenciju kako bi se razina funkcioniranja trgovine približila drugim zemljama s razvijenim gospodarstvom. Zakon je osnova za niz podzakonskih akata namijenjenih

⁵ Čl. 4. Zakona o trgovini, NN br. 87/08, 96/08 i 116/08.

konkretnim slučajevima⁶, a povezan je i sa drugim srodnim zakonskim rješenjima⁷. Donošenje i provedba Zakona pod nadležnošću je Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva, odnosno Uprave za trgovinu i unutarnje tržište.

Za početak rada maloprodajne prodavaonice odnosno ulazak s prodajnim kapacitetima na tržište nužno je ishoditi rješenje o ispunjavanju minimalnih tehničkih i drugih uvjeta od strane nadležnog tijela⁸. Zahtjevu za podnošenje ovog rješenja potrebno je priložiti: rješenje Trgovačkog suda o upisu u sudski registar⁹, dokaz o pravu raspolaganja prostorom; dokaz o ispunjavanju uvjeta poslovnog prostora prema Zakonu o gradnji; dokaz o stručnoj spremi; svjedodžba o završnom ispitu srednje škole; uvjerenje o stručnoj osposobljenosti; isprave o ispravnosti instalacija. Rok izdavanja rješenja je 15 dana. Maloprodajom se može baviti samo onaj poslovni subjekt koji je prethodno registriran u sudskom registru trgovačkog suda i za čega je dobio valjano rješenje o ispunjavanju uvjeta za osnivanje tvrtke. Rok za ishodovanje ovog rješenja je do 30 dana.

Radno vrijeme prodavaonica bilo je ograničeno Zakonom o trgovini iz 2008. godine čije su odredbe o radnom vremenu stupile na snagu 1. siječnja 2009. godine, međutim, odlukom Ustavnog suda 2009. godine su i ukinute, tako da su novim izmjenama Zakona o trgovini iz 2011. Izbrisane odredbe o ograničenju radnog vremena. Prema tome Zakonu, od 1. lipnja do 1. listopada te u tijeku prosinca sve prodavaonice su mogle raditi nedjeljom od 7 do 14 sati, a iznimno su svaki dan od 0 do 24 sata mogu raditi benzinske postaje, prodavaonice na graničnim prijelazima, prodavaonice u hotelima, kolodvorima, zračnim lukama, pristaništima i slično. Lokalnim je vlastima omogućeno da sami odluče o tjednom radnom vremenu stoga je umjesto radnog vremena od 6 do 21 sat ostavljena mogućnost da se ono produlji do 24 sata. Prije toga vremena nije bilo ograničenja radnog vremena prodavaonica.

Velike prodavaonice su pod režimom propisa vezanih za prostorno uređenje kojima se općenito nastoji osigurati ravnomjeran društveni i gospodarski razvoj, zaštitu okoliša, racionalno iskorištavanje prirodnih i povijesnih dobara na načelu integralnog pristupa. Kroz propisane uvjete iz ovog područja mogu doći do izražaja interesi pojedinih interesnih skupina i korisnika kao i prioriteta djelovanja u nekom lokalnom prostoru koji mogu djelovati suprotno uvjetima konkurentnog natjecanja. Uvjeti i dozvole za izgradnju građevinskih objekata te druga javno pravna rješenja

⁶ "Uredba o posebnim uvjetima za obavljanje trgovina na malo u određenim vrstama prodavaonica", NN 105/01; "Uredba za obavljanje trgovina na veliko i trgovine s inozemstvom za određenu robu", NN 58/09; "Pravilnik o minimalnim tehničkim uvjetima za poslovne prostorije u kojima se obavlja trgovina i posredovanje u trgovini i uvjetima za prodaju robe izvan prostorija", NN 37/98, 73/02 i 153/02, 12/06; "Pravilnik o obliku i načinu vođenja popisa robe u trgovini na malo", NN 98/96, 73/02, 79/02, 122/07, i dr.

⁷ Zakonom o zaštiti potrošača, Zakonom o općoj sigurnosti proizvoda, Zakonom o iznimnim mjerama kontrole cijena, Zakonom o elektroničkoj trgovini, te Zakonom o tehničkim zahtjevima za proizvode i ocjenjivanje suglasnosti.

⁸ "Pravilnik o minimalnim i drugim uvjetima koji se odnose na prodajne objekte, opremu i sredstva u prodajnim objektima i uvjeta za prodaju robe izvan prodavaonica", NN 66/09.

⁹ "Zakon o sudskom registru", NN 1/95, 57/96, 1/98, 30/99, 45/99, 54/05, 40/07, 91/10, 90/11.

vezana za njihov početak korištenja, uređuje Zakon o prostornim uređenju i gradnji¹⁰ i drugi podzakonski propisi koje nadopunjuju prostorni planovi, odnosno detaljniji prikazi gradova i naselja u obliku urbanističkih planova. U okviru propisa vezanih za komunalno gospodarstvo na snazi je Pravilnik¹¹ koji uređuje postupak mjerenja obujma zatvorene građevine i površine za otvorene građevine u svrhu obračunavanja komunalnog doprinosa jedinica lokalne samouprave. Uredba koja je bila na snazi od 2001. do rujna 2011. godine obvezivala je Ministarstvo gospodarstva da preko multidisciplinarnog povjerenstva u postupku izdavanja lokacijske ili građevinske dozvole odredi posebne uvjete za obavljanje trgovine u određenim vrstama prodajnih objekata. To je podrazumijevalo provedbu postupka vezanog za izdavanje suglasnosti o ispunjavanju uvjeta obavljanja trgovine na malo u prodavaonicama veće građevinske površine, odnosno onih preko 3.000 m² površine ili preko 1.500 m² ako je riječ o prodavaonici koja se nalazi u sastavu trgovačkog centra ili parka. Obveza je tih investitora trgovačkih centara ili samih maloprodavača:

- a) izgraditi prometnu infrastrukturu na području na kojem se nalazi prodavaonica u odnosu na očekivano povećanje prometa nakon otvaranja prodavaonice;
- b) osigurati prometnu povezanost prodavaonice javnim gradskim prijevozom;
i
- c) stvoriti pozitivan učinak nove prodavaonice na razvoj, modernizaciju i specijalizaciju postojeće trgovine na malo.

Ministarstvo gospodarstva bilo je dužno je od općine ili grada na čijem se području nalazi prodavaonica zatražiti mišljenje o stanju i razvijenosti te o učincima izgradnje prodavaonice na djelatnost trgovine na malo na njenom području.

Kontrola cijena u maloprodajnoj distribuciji prisutna je preko posebnog trošarinskog sustava na alkoholu i alkoholnim pićima, duhanskim proizvodima, te energentima (naftnim derivatima, električnoj energiji i sl.)¹², međutim, maloprodajna cijena je pod kontrolom samo za duhanske proizvode i energente. Prije donošenja Zakona o trošarinama, na snazi su bili zakoni koji su također regulirali istu materiju. Kontrola Ministarstva zdravstva je i na cijenama lijekova¹³ i to od 1990. godine¹⁴.

Zakonski okvir uključuje i zabranu reklamiranja određenih proizvoda od alkohola te duhanskih proizvoda¹⁵. Za maloprodajnu operativnost i troškove bitna

¹⁰ NN 76/07, 38/09, 55/11 i 90/11.

¹¹ Pravilnik o načinu utvrđivanja obujma građevine za obračun komunalnog doprinosa, NN 136/06, 135/10 i 14/11.

¹² Zakon o trošarinama, NN 83/09

¹³ Zakon o lijekovima i medicinskim proizvodima, NN 121/03 (prema čl. 33. Ministar može propisati cijenu lijeka, a čl. 70 Ministar propisuje pravila za utvrđivanje cijena lijekova), Pravilnik o mjerilima za određivanje cijena lijekova i o načinu izvještavanja o cijenama, NN 155/09, 22/10.

¹⁴ Odluka o valorizaciji iznosa učešće korisnika u pokriću dijela troškova za lijekove, NN 4/90.

¹⁵ Pravilnik o uvjetima i načinu obavješćivanja potrošača o svojstvima proizvoda alkoholnih pića, duhana i duhanskih prerađevina koji se ne smatra reklamiranjem, NN 62/96 i 40/98.

su i pitanja vezana za upravljanje ambalažnim otpadom prema kojima su od 2005. godine svi maloprodavači u prodavaonicama površine preko 200m², a koji u svom prodajnom asortimanu imaju piće i napitke, dužni preuzimati od kupaca povratnu ambalažu svih proizvoda za koje je predviđeno vraćanje te ju odgovarajuće skladištiti i distribuirati.¹⁶

4. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Od kraja 1990-ih godina na razini OECD-a u primjeni je metodologija koja bi trebala biti u stanju uspješno kvantificirati utjecaj pojedinih tržišnih reformi na tržišne uvjete i pokazati koliko su one uistinu doprinijele ekonomskom rastu tih zemalja. Nicoletti, Scarpetta & Boylaud (2000) po uzoru na neka dotadašnja istraživanja (Berlage & Terweduwe, 1988; Haffner & van Bergeijk, 1997) predstavili su strukturu pokazatelja koja u kvantitativnom obliku identificira distribuciju regulatornih ili administrativnih restrikcija u određenim područjima poslovanja i djelatnostima, ali nudi i podlogu za ukupnu ocjenu stanja regulatornih uvjeta na nacionalnoj razini. Agregiranjem podataka u sumarne pokazatelje kvantificiraju se dijelovi strukture regulatornog okvira kako bi se mogla izraziti stajališta o tome koliko su konkurentnost na tržištu i same tvrtke diskriminirani administrativnim restrikcijama i kako bi se ukazalo na to gdje uistinu ne postoje pravi razlozi da regulatorna vlast *a priori* intervenira korektivnim instrumentima. Skala pokazatelja definirana je u rasponu od "0" do maksimalno "6" što je politika više restriktivna prema tržišnim mehanizmima.

Prema općoj metodologiji koju su razvili Nicoletti, Scarpetta & Boylaud (2000) i Boylaud & Nicoletti (2001) za maloprodajnu distribuciju, primarno prikupljeni podaci putem upitnika tretiraju se dimenzionalnom redukcijom uz primjenu faktorske analize s ekstrakcijom podataka prve razine primjenom analize osnovnih komponenti - PCA¹⁷ koristeći *Kaiser varimax*¹⁸ kriterij kako bi se u obzir uzele samo vrijednosti veće od 1. Pri redukciji dimenzionalnosti prostora osnovno je da se iz *p* dimenzija (originalnih, mjenjenih) originalnog prostora ekstrahira *k* ($k \leq p$) linearnih kombinacija tih varijabli (latentnih varijabli ili faktora) koje će u signifikantnoj proporciji objasniti ukupnu varijancu.

¹⁶ Pravilnik o ambalaži i ambalažnom otpadu, NN 97/05.

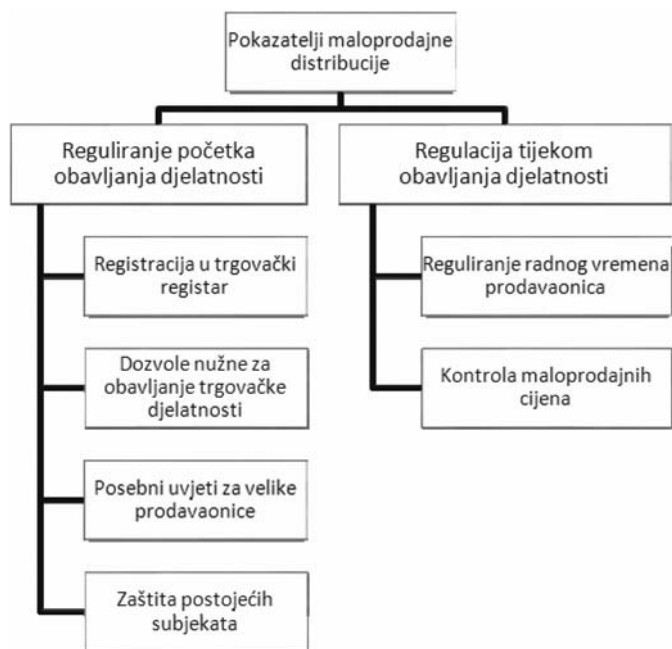
¹⁷ Engl. "Principal components analysis" - PCA. Koristi se kod obrade podataka s više varijabli. Svrha joj je pokazati analizu korelacije unutar jednog skupa varijabli i posljedice redukcije dimenzionalnosti prostora, kako bi se što veći broj varijabli objasnio pomoću što manjeg broja latentnih varijabli. Kod složenih društvenih istraživanja PCA se koristi kako bi se pojednostavili signali dobiveni na prvoj razini (engl. "detailed indicators"), u ovom slučaju putem upitnika i time pripremili za obradu podataka na drugoj razini (engl. "summary indicators") gdje svaka dobivena kategorija podataka na drugoj razini ima svoju određenu težinu povezanu s prostorom (engl. "weight of factors to summary indicator"). Rezultat ponderiranja pokazatelja druge razine određenom težinom u prostoru je konačni pokazatelj (engl. "overall indicators").

¹⁸ Jedan od kriterija za transformaciju faktora koji osigurava dobivanje jednostavne strukture za faktorsku matricu. Osigurava simplifikaciju stupaca što znači da za svaki faktor teži dati dovoljno veliko opterećenje malom broju latentnih varijabli. Ostatak opterećenja teži da bude što bliže nuli.

Temeljem prikupljenih podataka iz upitnika o obilježjima regulatornog okvira u maloprodajnoj distribuciji u zemljama članicama OECD-a, Boylaud & Nicoletti (2001) izvršili klasifikaciju podataka u šest entiteta varijabli koje su prikazane na Grafikonu 1: *i*) registracija u trgovački registar, *ii*) nužnost dobivanja **dozvola ili ishoda**vanja rješenja potrebnih za početak trgovačke aktivnosti, *iii*) posebni propisi za velike prodavaonice, *iv*) zaštita postojećih subjekata kod ulaska novih, *v*) reguliranje radnog vremena prodavaonica i *vi*) kontrola cijena. Prema dobivenim rezultatima faktorske analize i grupiranjem koeficijenata korelacije velikih vrijednosti prikazanih u Tablici 1. identificirali su tri nove diskriminacijske varijable odnosno faktora:

- barijere za ulazak ("barriers to entry"),
- operativne restrikcije ("operational restrictions") i
- kontrola cijena ("price controls").

Grafikon 1: Struktura pokazatelja regulatornih uvjeta u maloprodajnoj distribuciji.



Izvor: OECD, (dostupno na: <http://www.oecd.org/dataoecd/34/26/45654705.pdf>, pristupano 8/2011.).

Primarno prikupljeni podaci prve razine kodiraju se sukladno strukturi prikazanoj u Prilogu (Tablica 1), zatim se podvrgavaju agregiranju na drugoj razini, gdje se

svaka varijabla ("c" iz Tablice 1 u Prilogu) ponderira prema težini varijable u faktoru¹⁹ kako bi se dobio kvantitativni sumarni pokazatelj za svaki od tri definirana faktora u rasponu od "0" do "6". Sumarni indikatori se pojedinačno ponderiraju odgovarajućom težinom faktora za drugu razinu obrade (0,42 / 0,34 / 0,24) što je ukupna varijanca faktora, a kako bi se dobio sveukupni pokazatelj za promatranu zemlju.

Tablica 1: Interpretacija matrice faktorske analize.

	Faktor 1		Faktor 2		Faktor 3	
	Barijere za ulazak		Operativne restrikcije		Kontrola cijena	
Originalne varijable iz upitnika ¹	Koeficijenti korelacije ²	Težina varijable u faktoru ³	Koeficijenti korelacije	Težina varijable u faktoru	Koeficijenti korelacije ¹	Težina varijable u faktoru
Registracija u trgovački registar	0,78	0,33	-0,54	0,19	-0,01	0,00
Dozvole nužne za obavljanje trgovačke djelatnosti	0,77	0,32	0,32	0,07	-0,14	0,02
Posebni uvjeti za velike prodavaonice	0,73	0,29	0,23	0,03	0,36	0,12
Zaštita postojećih subjekata	0,32	0,05	0,80	0,42	-0,11	0,01
Reguliranje radnog vremena prodavaonica	-0,01	0,00	0,66	0,29	0,13	0,02
Kontrola maloprodajnih cijena	0,04	0,00	0,03	0,00	0,94	0,83
Težina faktora za drugu razinu	0,42		0,34		0,24	
<i>Eigen values</i> ⁴	1,99		1,40		1,04	
Ukupna varijanca ⁵	73,94					

¹ Struktura originalnih varijabli iz upitnika nalazi se u prilogu 1.

² Engl. "factor loadings", faktorsko opterećenje, označava koeficijent korelacije između varijabli i faktora. Sivo označena područja rezultat su transformacije koeficijenata korelacije *Kaiser varimax* rotacijom kako bi se dobilo što veće opterećenje faktora.

³ Engl. "weights of variables in factor" ili "communality", predstavlja postotak varijance određene varijable obuhvaćene u svim faktorima zajedno te se može interpretirati kao pouzdanost indikatora.

⁴ Predstavlja omjer značaja faktora prema varijablama koje su obuhvaćene faktorom, ako je vrijednost veća od "1" onda je značajan za objašnjenje varijance (Kaiser kriterij).

⁵ Engl. "Total variance explained", označava maksimalnu preostalu varijancu ekstrahiranih i originalnih varijabli.

Izvor: Boylaud & Nicoletti (2001), str. 265. Matrica rezultat PCA obrade podataka za 1998. godinu i primjenjuje se kao osnova za izračun pokazatelja u svim narednim razdobljima.

Taksonomija "retail distribution" odnosno "retail" analogna je pojmu "maloprodajna distribucija" odnosno "trgovina na malo" koji se koristi u ISIC nomenklaturi. Dakle, predmet istraživanja ograničen je na dio aktivnosti svrstanih pod prodaju

¹⁹ U Tablici 1. sivo označena područja pokazuju pripadnost entiteta varijabli određenom faktoru, tako prva tri entiteta predstavljaju "opće barijere za ulazak".

Prikupljeni su primarni podaci o regulatornim uvjetima koji su bili na snazi 1998., 2003. i 2008. uključujući i procjenu za 2011. godinu, a sve u skladu sa obrađenim obilježjima regulatornog okvira u Hrvatskoj. Kvantificirani podaci su zatim ponderirani i strukturirani sukladno dispoziciji podataka prikazanoj u Prilogu (Tablica 1). Nadalje, podaci su podvrgnuti drugoj razini obrade kako bi se dobili usporedivi sumarni pokazatelji za Hrvatsku unutar kategorija i također sveukupni pokazatelji za pojedinu godinu. Za 2011. godinu napravljena je procjena primarnih podataka. Sumarni i sveukupni pokazatelji iz Tablice 2. koriste se kao podloga u daljnjoj analizi za ocjenu i usporedbu stanja u nekim europskim zemljama.

Agregiranjem sumarnih pokazatelja u sveukupne pokazatelje (Tablica 2) može se ustvrditi da je regulatorni okvir u promatranom razdoblju doživio promjene u sveukupnim pokazateljima te u dvije od tri referentne kategorije: a) barijere za ulazak i b) operativne restrikcije, dok se stupanj kontrola cijena zadržao u cijelom razdoblju jer nisu zabilježene relevantne promjene.

Tablica 3: Pokazatelji regulatornih uvjeta u maloprodajnoj distribuciji u nekim europskim zemljama članicama OECD-a u 1998., 2003. i 2008. godini uključujući i Hrvatsku.

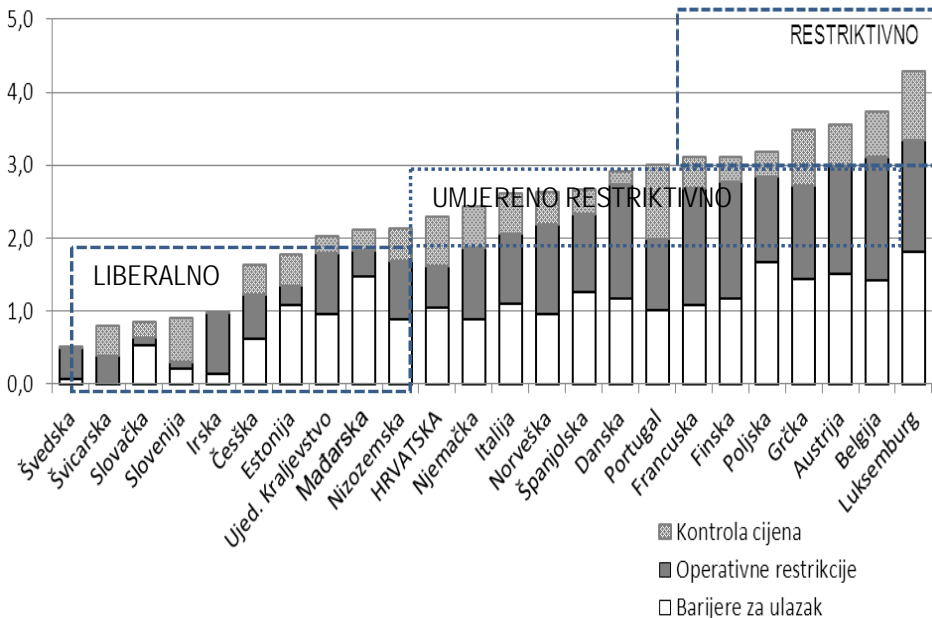
Redni broj	Zemlja	Pokazatelji uvjeta maloprodajne distribucije		
		1998	2003	2008 ↓
1.	Švedska	1,3	0,5	0,5
2.	Švicarska	1,3	0,8	0,8
3.	Slovačka	...	1,5	0,8
4.	Slovenija	0,9
5.	Irska	1,3	1,1	1,0
6.	Češka	0,7	0,9	1,6
7.	Ujed. Kraljevstvo	3,5	2,0	2,0
8.	Mađarska	1,0	1,3	2,1
9.	Nizozemska	2,0	1,6	2,1
10.	HRVATSKA	1,4	2,3	2,3
11.	Njemačka	2,3	2,6	2,4
12.	Italija	3,0	2,5	2,6
13.	Norveška	3,5	3,0	2,6
14.	Španjolska	3,6	3,4	2,7
15.	Danska	2,8	2,6	2,9
16.	Portugal	3,1	2,8	3,0
17.	Francuska	4,8	3,1	3,1
18.	Finska	3,4	3,1	3,1
19.	Poljska	3,6	3,2	3,2
20.	Grčka	4,1	4,1	3,5
21.	Austrija	4,1	4,5	3,6
22.	Belgija	3,7	3,9	3,7

Izvor: Autorova obrada sekundarnih podataka iz statističke baze OECD-a (dostupno na: stat.oecd.org, Public sector, Taxation and Market Regulation / Market Regulation / Sectorial Regulation / Retail Trade / Metadata). Primarni podaci za Hrvatsku prema izračunu autora iz Tablice 2.

Podaci za Hrvatski ne podliježu ekstremno liberalnim odnosno restriktivnim vrijednostima osjenčanih na Tablici 3. Prema podacima tranzicijskih zemalja koje su obuhvaćene analizom, samo je u Poljskoj maloprodajna politika čitavo vrijeme obilježena umjereno restriktivnim mjerama (pokazatelj preko "3") za razliku od Hrvatske, Češke, Slovenije i Slovačke. Na mnogoljudnom tržištu Poljske od 2007. godine vrijedi ograničenje radnog vremena u hipermarketima i supermarketima. Također, važno je istaknuti da postoji osobit rivalitet između njemačkih i ruskih maloprodavača prehrambenih i neprehrambenih proizvoda koji nastoje ući na ovo tradicionalno tržište što očito zahtjeva intervencije u pogledu nametanja ograničenja na ulazak na tržište i operativnost maloprodavača.

S obzirom na raspon administrativne kontrole zemlje su klasificirane u tri skupine: liberalne, umjereno restriktivne i restriktivne (Grafikon 2). *Barijere za ulazak* u tranzicijskim zemljama kao što su Mađarska, Estonija, Slovačka, Poljska i Hrvatska predstavljaju prevladavajući udio u sveukupnom pokazatelju što pokazuje da se maloprodajnom politikom težilo ograničiti razvoj novih prodavaonica na tržištu ovisno o njihovim prodajnim površinama i na taj način zaštititi postojeće, a posebice male domaće maloprodavače te ih zadržati u središtima gradova. Time se negativno utjecalo na modernizaciju ovog sektora odnosno uvođenje novih maloprodajnih oblika i

Grafikon 2: Usporedba pokazatelja regulatornih uvjeta u maloprodajnoj distribuciji u 2008. godini za neke europske zemlje i Hrvatsku.



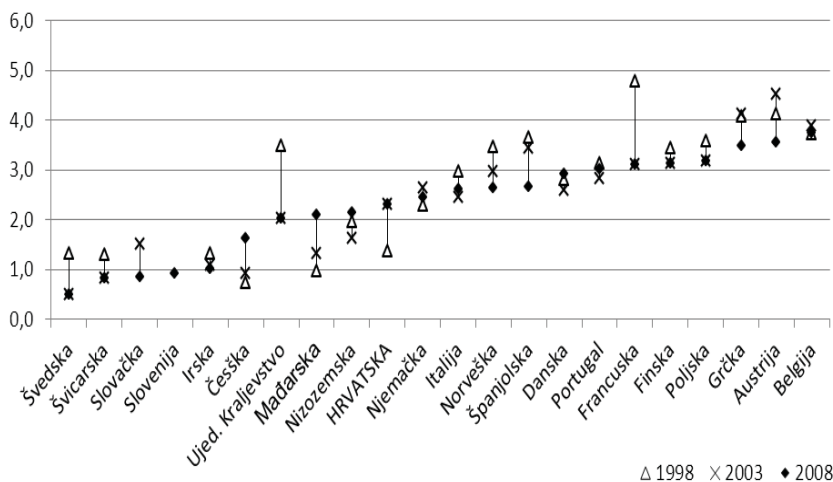
Izvor: Autorova obrada sekundarnih podataka iz statističke baze OECD-a (dostupno na: stat.oecd.org, Public sector, Taxation and Market Regulation / Market Regulation / Sectorial Regulation / Retail Trade / Metadata). Primarni podaci za Hrvatsku prema izračunu autora iz Tablice 2.

tehnologija sa drugih razvijenih tržišta, ali to je općenito negativno djelovalo na konkurentnost i zaposlenost stručne radne snage. U nekim visokorazvijenim europskim zemljama (Danska, Francuska, Finska, Irska, Belgija, Norveška) najveću težinu u ukupnom pokazatelju nose *operativne restrikcije* koje se u pravilu odnose na radno vrijeme.

Kategorija kontrole cijena gotovo da ima podjednak značaj u regulatornom okviru kod svih zemalja, sa time da je posebno izražena u Portugalu i Sloveniji. Hrvatska se nalazi u okvirima umjereno restriktivnog tržišta, a u strukturi regulatornog okvira predvode ograničenja ulaska na tržište, zatim cjenovna kontrola, dok se najmanja težina daje operativnom poslovanju u maloprodaji koje je vezano za radno vrijeme prodavaonica i zaštitu postojećih subjekata na tržištu.

Promjene regulatornog okvira u maloprodajnoj distribuciji u razdoblju od 1998. do 2008. godine bile su prilično dinamične i imale su različite smjerove. Ocjenujući na temelju raspona pokazatelja, kroz najveće promjene prošli su maloprodavači u Francuskoj i Ujedinjenom Kraljevstvu, ali prema tome kriteriju mogle bi se tu ubrojiti i Hrvatska, Mađarska te Češka. Iz Grafikona 3. vidljivo je da su promjene ka liberalizaciji bile obilježje u 13 od 22 promatrane europske zemlje što čini njih gotovo 60%, dok u 5 zemalja gotovo da i nije bilo promjena. Naime, samo u Hrvatskoj, Mađarskoj, Češkoj i Nizozemskoj, maloprodajna politika vodila se uvođenjem restriktivnih mjera što je vjerojatno posljedica osjetnih poremećaja na tržištu proizvoda u tim zemljama kojima se može pripisati trend naglog ulaska konkurentnih stranih globalnih maloprodavača. Važno je zaključiti da su neke visoko razvijene europske zemlje sa ustaljenom razvojnom politikom pored Francuske i Ujedinjenog Kraljevstva, također obilježila dinamika regulatornog okvira u promatranom razdoblju (Švedska, Švicarska, Španjolska, Norveška, Njemačka, Austrija).

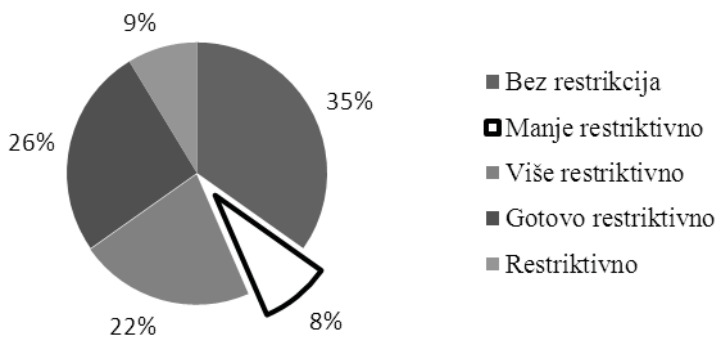
Grafikon 3: Dinamika pokazatelja regulatornih uvjeta u maloprodajnoj distribuciji u 1998., 2003. i 2008. godini za neke europske zemlje uključujući i Hrvatsku.



Izvor: Tablica 3.

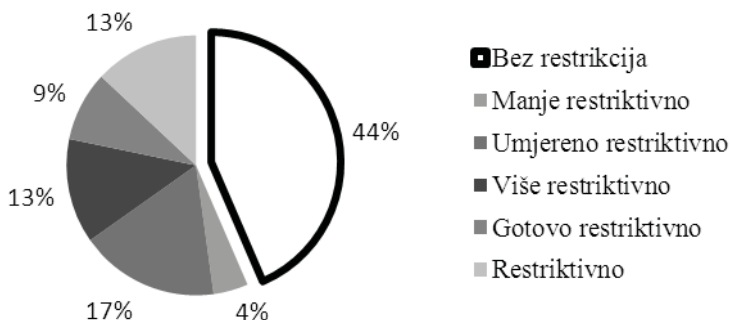
U posljednjim relevantnim promjenama Zakona u trgovini u listopadu 2011. godine liberalizirani su regulatorni uvjeti za velike prodavaonice ukidanjem Uredbe o posebnim uvjetima za izgradnju velikih prodavaonica iz 2001. godine, zatim brisanje su odredbe vezane za ograničenje radnog vremena prodavaonica koje su već i prije bile van snage odlukom Ustavnog suda RH. Barijere za ulazak u djelatnost maloprodaje dodatno su uvjetovane propisivanjem nužne srednje stručne spreme koja se traži za rad osoblja u prodavaonici. Na Grafikonima 4., 5. i 6. deskriptivno su ocjenjeni važeći regulatorni uvjeti u 2008. godini za ova tri indikativna pokazatelja u nekim europskim zemljama (Tablica 2. u Prilogu). U grafikonima je istaknuta relativna pozicija postojećih regulatornih mjera u Hrvatskoj u odnosu na disperziju tih mjera u većini europskih zemalja.

Grafikon 4: Licence i dozvole nužne za početak obavljanja maloprodajne distribucije u 2008. godini.

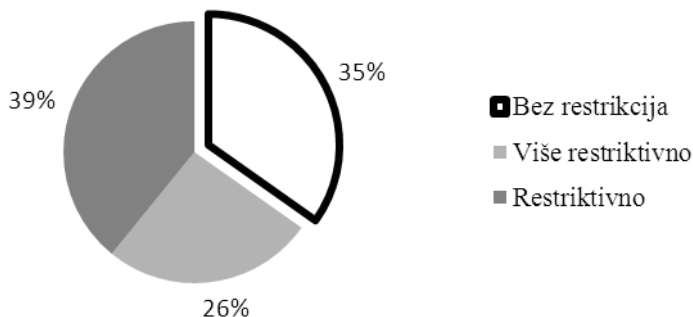


Izvor: Podloga za obradu su podaci iz Priloga Tablica 2.

Grafikon 5: Stupanj restrikcija specifičnih za velike prodavaonice u 2008. godini



Izvor: Podloga za obradu su podaci iz Priloga Tablica 2.

Grafikon 6: Stupanj ograničenja radnog vremena prodavaonica u 2008. godini.

Izvor: Podloga za obradu su podaci iz Priloga Tablica 2.

U pogledu prvog indikativnog pokazatelja (Grafikon 4) samo dvije zemlje Belgija i Češka imaju isto ocjenjene restriktivne uvjete kao Hrvatska, dok čak 35% europskih zemalja članica OECD-a ne prakticiraju dozvole i licence koje uvjetuju ulazak na tržište maloprodajne distribucije, a među njima su Austrija, Njemačka, Francuska i Švicarska, dakle zemlje sa znatno većim stupnjem gospodarskog razvoja i životnog standarda. S druge strane, u 35% zemalja vrijede restriktivni i gotovo restriktivni uvjeti u pogledu ovih pokazatelja, a tu ulaze zemlje kao što su Grčka, Poljska, Norveška, Nizozemska i susjedna Mađarska.

Po pitanju uvjeta koji reguliraju otvaranje prodavaonica velike površine općenito se može reći da su oni podjednako disperzirani među analiziranim europskim zemljama. Francuska, Belgija i Portugal postavljaju posebne uvjete i za prodavaonice manje od 500m². Hrvatska je nakon deset godina ukinula umjereno restriktivna ograničenja i sada je prihvatila tržišne uvjete koji su 2008. vrijedili primjerice u Češkoj, Irskoj, Sloveniji, Slovačkoj, Nizozemskoj.

Ograničenje radnog vremena prodavaonica prakticira se u 65% analiziranih zemalja, pri čemu su u gotovo 40% zemalja, koje su ujedno i među najrazvijenijima, restriktivne mjere ocjenjene najvišom ocjenom "6", a među njima su Austrija, Belgija, Danska, Finska, Francuska, Nizozemska, Norveška. Treba naglasiti da u tranzicijskim zemljama kao što su Slovenija, Češka, Estonija, Slovačka i Mađarska, ne postoji ograničenje radnog vremena prodavaonica.

Posljednjim promjenama regulatornog okvira iz listopada 2011. godine, a koji zahvaća tri metodološka segmenta maloprodajne distribucije, Hrvatska je napravila značajan korak ka liberalizaciji maloprodajne distribucije. Ocjena regulatornog okvira stavlja ju u rang sa Slovenijom, Češkom i Slovačkom, ali i nekim visokorazvijenim zemljama kao što su Švedska, Švicarska ili Irska. S druge strane, u drugim mediteranskim zemljama, Italiji, Španjolskoj i Grčkoj na snazi je vrlo restriktivan okvir u pogledu sve tri mjere. U tranzicijskim zemljama se na liberalizaciju treba gledati kao na potencijal razvoja, dok su u visokorazvijenim zemljama restriktivne mjere rezultat slabljenja koncentracije i moći vodećih maloprodavača.

6. ZAKLJUČAK

Promatrajući značajke reformi u vođenju politike na tržištu proizvoda i maloprodajne distribucije u posljednjih nešto više od deset godina u većini europskih zemalja, može se zaključiti da su postojali različiti smjerovi regulacije tržišne konkurentnosti i operativne produktivnosti subjekata u sektoru distribucije. Regulacijom tržišta proizvoda mogu biti obuhvaćane sve tržišne strukture što omogućuje nacionalnim i lokalnim vlastima djelovanje praktičnim liberalnim ili restriktivnim mjerama u području operativnosti poslovanja, barijera za ulazak i kontroli cijena.

Iz rezultata istraživanja odnosno analize sekundarnih podataka iz statističke on-line baze OECD-a, može se zaključiti da se u Europi koriste različiti pristupi kako bi se interveniralo na konkurentnost i trendove razvoja u sektoru maloprodajne distribucije. Najveći udio promatranih zemalja, njih 60%, naginje ka liberalizaciji maloprodajne distribucije što ne znači da je stanje u tim zemljama liberalno, a čak u 30% promatranih zemalja stanje koje je bilo 2008. godine može se opisati kao restriktivno. Nametanjem uvjeta za početak obavljanja maloprodajnih aktivnosti i posebnih uvjeta ovisno o veličini prodavaonice obuzdava se dinamičnost distributivnih djelatnosti i slabi konkurentski pritisak na tržištu što može dovesti do sporijeg rasta zaposlenosti i većih cijena za krajnje kupce.

Zbog velikog značaja maloprodajne distribucije za čitavo gospodarstvo u radu je bio zadatak predstaviti složeno ustrojstvo administrativnih mjera koje su utjecale na funkcioniranje ove djelatnosti u Hrvatskoj u razdoblju od 1998. – 2011. godine. Doprinos rada je u rješavanju ovog zadatka i interpretaciji rezultata dobivenih analizom pokazatelja koji su promatrani u dvije dimenzije: i) na temelju šest entiteta i ii) tri kategorije pokazatelja.

Uz pomoć mjerodavne metodologije OECD-a namijenjene ocjeni strukture regulatornog okvira tržišta proizvoda, u istraživanju je korišten dio metodologije koji se koristi za maloprodajnu distribuciju kao predmet istraživanja. Kvantificirani su regulatorni uvjeti za odvijanje maloprodajne distribucije u Hrvatskoj. Analizirani su dobiveni rezultati i uspoređeni sa onima u većini europskih zemalja. Dokazala se postavljena hipoteza istraživanja da je regulatorni okvir u Hrvatskoj u 2003. i 2008. godini bio umjereno restriktivan, a došlo se i do spoznaje da se najveći dio otežavajućih čimbenika za maloprodavače odnosio na ulazak novih prodajnih kapaciteta na tržište i kontrolu cijena specifičnih proizvoda. Provedenom detaljnom i pojedinačnom analizom svih dijelova strukture regulatornog okvira dokazano je da su novim zakonskim promjenama u sektoru distributivne trgovine išlo ka liberalizaciji tržišta (rezultat pokazatelja ispod "2") što regulaciju postavlja na razinu vrlo sličnu onoj u promatranim tranzicijskim zemljama kao što su Slovenija, Češka i Slovačka. S druge strane, Hrvatska se nalazi u okruženju razvijenih mediteranskih zemalja koje prakticiraju restriktivniji pristup u maloprodaji (pokazatelj preko "3"). Za očekivati je da će otvaranje tržišta novim prodavaonicama te uklanjanje ograničenja radnog vremena pogodovati još više rastu konkurencije u ovom sektoru, vjerojatno i jačanju koncentracije, ali svakako će dovesti do razvoja domaće maloprodajne strukture u smislu novih maloprodajnih oblika i nove maloprodajne tehnologije koje nedostaje.

Regulatorna tržišna politika zauzima vrlo važno mjesto u funkcioniranju Europske Unije, međutim, nacionalne politike tržišta proizvoda nisu centralizirane tako da se ne moraju očekivati učinci od ulaska Hrvatske u EU na području regulacije maloprodajne distribucije.

Preporuča se istražiti kako na promjene u tržišnim politikama odgovaraju vertikalne i horizontalne strukture na tržištu i na koji se način ti oblici mogu regulirati da bi se pospješila učinkovitost maloprodaje.

LITERATURA:

1. Berlage, L. & Terweduwe, D. (1988) *The classification of countries by cluster and by factor analysis*, World Development, 16(12), str. 1527-1545.
2. Boylaud, O., Nicoletti, G. (2001) *Regulatory reform in retail distribution*, OECD Economic Studies No. 32, 2001/1, (dostupno na: <http://www.oecd.org/dataoecd/30/52/2732142.pdf>, 8/2011).
3. Burda, M. C. (2000) *Product market regulation and labor market outcomes: how can deregulation create jobs?*, CESinfo Working paper series No. 230. (dostupno na: <http://www.cesifo-group.de/portal/pls/portal/docs/1/1208193.PDF>, 10/2011)
4. Conway, P. & Nicoletti, G. (2006) *Product market regulation in non-manufacturing sectors of OECD countries: Measurement and highlights*, OECD Economics Department Working papers No. 530, Paris, OECD, (dostupno na: [http://www.oecd.org/officialdocuments/displaydocumentpdf/?cote=eco/wkp\(2006\)58&docLanguage=en](http://www.oecd.org/officialdocuments/displaydocumentpdf/?cote=eco/wkp(2006)58&docLanguage=en), 8/2011).
5. Gersbach H. (1999) *Product Market Competition, Unemployment and Income Disparities*. Weltwirtschaftliches Archiv, 135(2), str. 221-240.
6. Haffner, C. G. & van Bergeijk, P. A. G. (1997) *Regulatory reform in the Netherlands – Macroeconomic consequences and industry effects*, Directie Martwerking, Ministerie van Economische Zaken.
7. Knežević, B., Jagić, T. (2011) *Koncentracija trgovine na malo kao proces u kojem Hrvatska nije iznimka*, Suvremena trgovina, 36(1), str. 26-30.
8. Malyshev, N. (2006) *Regulatory Policy: OECD Experience and Evidence*, Oxford Review of Economic Policy, 22(2), str. 274-299.
9. McKinsey Global Institute (1994), *Employment Performance*, Washington. (dostupno na: http://www.mckinsey.com/mgi/reports/pdfs/employment_performance/ep.pdf, 10/2011)
10. Nickell, S. (1996) *Competition and Corporate Performance*, Journal of Political Economy, Vol. 104, str. 724-746.
11. Nicoletti, G., Scarpetta, S. & O. Boylaud, O. (2000), *Summary indicators of product market regulation with an extension to employment protection legislation*, OECD Economics Department Working Paper, No. 226, OECD, Paris.

12. Nicoletti, G., Scarpetta, S. (2003) *Regulation, Productivity and Growth*, Economic Policy, 18(36), str. 9-72.
13. Pellegrini, L. (2000) *Regulation and the retail trade*, u knjizi *Regulatory Reform and Competitiveness in Europe 2*, Galli & Pelkmans (eds.), Edward Edgar Publishing, Northampton, USA.
14. Pilat, D. (1996) *Labour Productivity Levels in OECD Countries: Estimates for Manufacturing and Selected Service Sectors*, OECD Economics Department Working Papers 169, OECD Publishing. (dostupno na: http://www.oecd-ilibrary.org/economics/labour-productivity-levels-in-oecdcountries_40554153667, pristupano 10/2011)
15. Pilat, D. (1997) *Regulation and performance in the distribution sector*, OECD Economics Department, Working Paper, No. 180, OECD, Paris.
16. Segetlija, Z., Knego, N., Knežević, Blaženka, Dunković, D. (2011) *Ekonomika trgovine*, Novi informator, Zagreb.
17. Shleifer, A. (1998) *State versus private ownership*, The Journal of Economic Perspectives, 12(4), str. 133-150.

EVALUATION OF REGULATORY CONDITIONS IN THE RETAIL DISTRIBUTION IN CROATIA AND SOME EUROPEAN COUNTRIES

Dario Dunković²⁰, Đurđica Jurić²¹ & Boris Cvetković²²

Summary

The goal of the paper is to assess regulatory conditions of retail distribution performance in Croatia using structural indicators compiled by OECD methodology that given results could be compared with secondary data appurtenant to several European countries. Factors of market reforms were theoretically examined thereby modern taxonomy of product market regulation with emphasis on forms and effects of regulation in retail distribution. Legal regulation framework in distribution industry in Croatia was bring up using formal aspect. Further on the research methodology is examined which is afterwards used for exploration of three measures categories within regulatory framework of retail distribution: barriers to entry, operational restrictions and price control. The contribution is set throughout consideration of each indicator to competitiveness, operational efficiency and general functioning of retail in timespan from 1998. till 2008. apropos 2011. There are significant changes identified within regulatory framework in Croatia and other European countries concerned. It is proved that conditions in categories such as barriers to entry and operation restrictions are becoming more liberal as is also trend in examined transition economies and majority of other European countries.

Key words: retail distribution, retailers, regulatory framework, indicators.

JEL classification: L81

²⁰ Dr. sc. Dario Dunković, znanstveni suradnik, Koordinacija, za savjetovanje u vezi poslovanja, Osijek, E-mail: dunkovic.dario@gmail.com

²¹ Mr. sc. Đurđica Jurić, doktorandica na Ekonomskom fakultetu u Osijeku, RRIF Visoka škola za financijski menadžment, Zagreb, E-mail: djurdjica@rrif.hr

²² Boris Cvetković, student Ekonomskog fakulteta u Osijeku.

PRILOZI:

Tablica 1: Struktura kodiranja primarno prikupljenih podataka uz pomoć upitnika o regulatornim uvjetima u maloprodajnoj distribuciji namijenjenih za OECD bazu podataka.

	Weights by theme (b _j) ¹	Question weights (c _j)	Coding of data					
			Registration not required			Registration required		
Registration in commercial register	0,20	1	0	1,5	2	3	4,5	6
When establishing a new outlet to sell food is it necessary to register in a commercial register?			0	1,5	2	3	4,5	6
Licences or permits needed to engage in commercial activity	0,16	1/3	no				yes	
Do new outlets selling food need licenses or permits to engage in commercial activity (type 2 licenses)? ²			0				6	
If licences or permits are required for selling food (type 2) are they product specific? ²			0				6	
If licences or permits are required for selling food (type 2) do they relate to a certain type of activity? ²			0				6	
Specific regulation of large outlet	0,16	1	No specific regulation for large outlets	between 2999m ² and 4999m ²	between 1999m ² and 2999m ²	between 999m ² and 1999m ²	between 500m ² and 999m ²	less than 500m ²
What is the threshold surface limit at which regulation of large outlets applies?			0	1	2	3	4	5
Protection of existing firms	0,17	1/3	no				yes	
Are professional bodies or representatives of trade and commercial interests involved in Type 2, Type 3 or Type 4 licensing decisions? ²			0				6	
Are there products that can only be sold in outlets operating under a local or national legal monopoly (franchise)?			0				6	
Regulation of shop opening hours	0,10	2/3	no				yes	
Are shop opening hours regulated?			0				6	
At which level of government are regulations on shop opening hours applied?			0				6	
Price controls	0,20	1/7	no				yes	
Are the prices of certain products subject to price controls?			0				6	
Are the retail prices of Certain staples (e.g. milk and bread) subject to price controls?			0				6	
Are the retail prices of Gasoline subject to price controls?			0				6	
Are the retail prices of Tobacco subject to price controls?			0				6	
Are the retail prices of Alcohol subject to price controls?			0				6	
Are the retail prices of Pharmaceuticals subject to price controls?			0				6	
Are the retail prices of other products subject to price controls?	0				6			
Country scores (0-6)			$\sum b_j \sum c_j \text{ answer}_{jk}$					

1 The weights by theme report the weight of each of the low-level indicators in the overall indicator of regulatory conditions in retail distribution and are calculated using factor analysis. For details on these weights and the weights used to calculate the mid-level indicators see Boylaud and Nicoletti (2001).
 2 Type 2: Licenses or permits needed to engage in commercial activity (not related to outlet siting).
 Type 3: Licenses or permits needed for outlet siting (in addition to compliance with general urban planning provisions).
 Type 4: Compliance with regulation especially designed for large outlets.

Izvor: OECD, Economic Department, The indicators of regulatory conditions in retail distribution, (dostupno na <http://www.oecd.org/dataoecd/62/18/44754695.pdf?contentId=44754696>, pristupano 10/2011.). Upitnik dostupan na <http://www.oecd.org/dataoecd/39/46/42122928.pdf> (pristupano 10/2011.).

Tablica 2: Kvantitativni pokazatelji tri entiteta regulatornog okvira u 2008. godini u europskim zemljama članicama OECD-a.

R.br.	Zemlja	Licence i dozvole za početak rada	Specifični uvjeti za velike prodavaonice	Regulacija radnog vremena prodavaonica
1.	Austrija	0	5	6
2.	Belgija	2	6	6
3.	Češka	2	0	0
4.	Danska	4	4	6
5.	Estonija	5	0	0
6.	Finska	5	3	6
7.	Francuska	0	6	6
8.	Njemačka	0	5	4
9.	Grčka	5	4	6
10.	Mađarska	6	2	0
11.	Island	5	0	0
12.	Irska	0	0	0
13.	Italija	4	4	4
14.	Luksemburg	4	3	6
15.	Nizozemska	5	0	6
16.	Norveška	5	0	6
17.	Poljska	6	3	4
18.	Portugal	0	6	4
19.	Slovačka	4	0	0
20.	Slovenija	0	0	0
21.	Španjolska	4	3	4
22.	Švedska	0	0	0
23.	Švicarska	0	0	4

Izvor: Sekundarni podaci iz statističke baze OECD (dostupno na: stat.oecd.org, Public sector, Taxation and Market Regulation / Market Regulation / Sectorial Regulation / Retail Trade / Metadata, pristupano 10/2011). Označeni podaci su ekvivalentni pokazateljima za Hrvatsku.