



**GŁÓWNY URZĄD STATYSTYCZNY**

**RYNEK WEWNĘTRZNY  
W 2014 R.**

**Informacje  
i opracowania  
statystyczne**

**Warszawa 2015**

**Opracowanie publikacji****Główny Urząd Statystyczny  
Departament Handlu i Usług**

zespół

**Wydziału Handlu Wewnętrznego:**  
Jolanta Biernat, Agata Dec, Marta Nerlewska,  
Małgorzata Rajkowska, Sylwia Rudzińska,  
Rafał Wołodkiewicz-Donimirski

pod kierownictwem

Ewy Adach-Stankiewicz  
Dyrektora Departamentu

oraz zespół

**Wydziału Usług Biznesowych:**  
Agnieszka Kaźmierczak,  
Katarzyna Lipowska,  
Dorota Szewczyk

pod kierownictwem

Agnieszki Matulskiej-Bachury  
Zastępcy Dyrektora Departamentu**Graficzne wykonanie wykresów****Zakład Wydawnictw Statystycznych**  
Halina Szrantowicz  
Robert Chmielewski**Przy publikowaniu danych GUS – prosimy o podanie źródła**Publikacja dostępna na <http://www.stat.gov.pl>

<b>SPIS TREŚCI</b>		Tablica	Strona
	Przedmowa.....	x	4
	Wykaz skrótów.....	x	5
I	UWAGI METODYCZNE.....	x	6
	1. Źródła i zakres danych .....	x	6
	2. Objaśnienia podstawowych pojęć .....	x	11
II	KOMENTARZ ANALITYCZNY .....	x	18
	1. Usługi .....	x	18
	Analiza wybranych działalności usługowych .....	x	25
	2. Handel wewnętrzny .....	x	32
	Przepływ towarów handlowych.....	x	34
	Obroty przedsiębiorstw handlowych .....	x	34
	Sprzedaż detaliczna .....	x	38
	Infrastruktura handlowa.....	x	40
	Gastronomia.....	x	45
	Sprzedaż hurtowa .....	x	46
	Zaopatrzenie rynku .....	x	48
III	TABLICE .....		

## **PRZEDMOWA**

Niniejsza publikacja jest kolejną edycją opracowania „Rynek wewnętrzny” wydawanego co roku przez Główny Urząd Statystyczny w serii „Informacje i opracowania statystyczne”.

Zaprezentowane dane pozwalają na kompleksową analizę działalności podmiotów handlowych i usługowych. Opracowanie zawiera informacje w zakresie wyników finansowych tych przedsiębiorstw, jak również podstawowe dane o zjawiskach i tendencjach obserwowanych na rynku tj. wielkości sprzedaży, rozwoju sieci handlowej, uwarunkowań międzynarodowych. Uzupełnieniem informacji o procesach rynkowych jest zaprezentowanie danych dotyczących dostaw i zapasów wybranych produktów oraz ich spożycia.

W publikacji wykorzystane zostały informacje ze sprawozdań statystycznych wzbogacone wybranymi źródłami administracyjnymi dotyczącymi wszystkich typów podmiotów prowadzących działalność usługową. Wyniki badań zostały przedstawione w przekrojach terytorialnych oraz według struktury organizacyjnej i formy własności podmiotów. Dane według rodzajów działalności zaprezentowane zostały w układzie Polskiej Klasyfikacji Działalności 2007.

Całość opracowania składa się z trzech części: uwag metodycznych zawierających źródła informacji, opisy badań i definicje pojęć; analizy wyników badań oraz części tabelarycznej.

Oddając do Państwa rąk “Rynek wewnętrzny w 2014 r.” serdecznie dziękujemy wszystkim osobom i instytucjom za przekazanie informacji oraz uwag, które przyczynią się do kształtowania i wzbogacania treści kolejnych wydań tej publikacji.

Dyrektor  
Departamentu Handlu i Usług

Ewa Adach-Stankiewicz

## Wykaz skrótów

### Klasyfikacje

PKD	=	Polska Klasyfikacja Działalności
PKWiU	=	Polska Klasyfikacja Wyrobów i Usług
CN	=	Scalona Nomenklatura Towarowa Handlu Zagranicznego

### Ważniejsze skróty

tys.	=	tysiąc
mln	=	milion
mld	=	miliard
zł	=	złoty
szt.	=	sztuka
kpl.	=	komplet
nr	=	numer
wol.	=	wolumen
g	=	gram
kg	=	kilogram
t	=	tona
l	=	litr
hl	=	hektolitr
r.	=	rok
art.	=	artykuł
tabl.	=	tablica
p. proc.	=	punkt procentowy
PKB	=	Produkt Krajowy Brutto
SAD	=	Jednolity Dokument Administracyjny

### Znaki umowne

Kreska (-)	-	zjawisko nie wystąpiło;
Zero: (0)	-	zjawisko istniało w wielkości mniejszej od 0,5;
(0,0)	-	zjawisko istniało w wielkości mniejszej od 0,05;
Kropka (.)	-	zupełny brak informacji albo brak informacji wiarygodnych;
Znak (x)	-	wypełnienie pozycji jest niemożliwe lub niecelowe;
Znak (*)	-	oznacza, że dane zostały zmienione w stosunku do wcześniej opublikowanych;
Znak (Δ)	-	oznacza, że nazwy zostały skrócone w stosunku do obowiązującej klasyfikacji; ich pełne nazwy podano w uwagach metodycznych;
“W tym”	-	oznacza, że nie podaje się wszystkich składników sumy;

### Przyjęte grupowania

- **UE 28** (28 krajów – obecnych członków UE: Austria, Belgia, Bułgaria, Chorwacja, Cypr, Czechy, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Malta, Niemcy, Polska, Portugalia, , Rumunia, Słowacja, Słowenia, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy).
- **Euro-zone – Strefa Euro** – (19 krajów Unii Gospodarczo-Walutowej: Austria, Belgia, Cypr, Estonia, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Malta, Niemcy, Portugalia, Słowacja, Słowenia, Włochy).

## I. UWAGI METODYCZNE

### 1. Źródła i zakres danych

Informacje zaprezentowane w publikacji zostały opracowane na podstawie wyników badań statystycznych przeprowadzonych za pomocą sprawozdań:

a) W zakresie podmiotów z liczbą pracujących 9 osób i mniej:

SP-3	Sprawozdanie o działalności gospodarczej przedsiębiorstw
H-01/k	Kwartalne badanie przychodów w przedsiębiorstwach handlowych

b) W zakresie podmiotów z liczbą pracujących 10 osób i więcej:

BS	Sprawozdanie ze sprzedaży usług związanych z obsługą działalności gospodarczej
H-01a	Sprawozdanie o działalności sklepów detalicznych i stacji paliw
H-01g	Sprawozdanie o sieci placówek gastronomicznych
H-01s	Sprawozdanie o sprzedaży detalicznej i hurtowej
H-01w	Sprawozdanie o sieci handlowej
DG-1	Meldunek o działalności gospodarczej
F01/I01	Sprawozdanie o przychodach, kosztach i wyniku finansowym oraz o nakładach na środki trwałe
F-02	Statystyczne sprawozdanie finansowe
SP	Roczna ankieta przedsiębiorstwa
P-01	Sprawozdanie o produkcji

c) W zakresie jednostek z liczbą pracujących powyżej 49 osób:

P-02	Meldunek o produkcji wyrobów i zapasach.
------	--

Wykorzystane zostały również dane ze sprawozdania SG-01 – Statystyka gminy: gospodarka mieszkaniowa i komunalna oraz informacje z systemów administracyjnych Ministerstwa Finansów (SAD, INTRASTAT).

---

Na potrzeby niniejszego opracowania przyjęto, że usługi są wytwarzane przez jednostki, których podstawowy rodzaj działalności sklasyfikowano wg PKD w sekcjach:

- G – Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle;
- H – Transport i gospodarka magazynowa;
- I – Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi;
- J – Informacja i komunikacja;
- K – Działalność finansowa i ubezpieczeniowa;
- L – Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości;
- M – Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna;
- N – Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca;
- O – Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne;
- P – Edukacja;
- Q – Opieka zdrowotna i pomoc społeczna;
- R – Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją;
- S – Pozostała działalność usługowa;
- T – Gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników; gospodarstwa domowe produkujące wyroby i świadczące usługi na własne potrzeby;
- U – Organizacje i zespoły eksterytorialne.

Zgodnie z Polską Klasyfikacją Wyrobów i Usług pod pojęciem usług rozumie się:

- wszelkie czynności świadczone na rzecz jednostek gospodarczych prowadzących działalność o charakterze produkcyjnym, tzn. usługi dla celów produkcji nietworzące bezpośrednio nowych dóbr materialnych,
- wszelkie czynności świadczone na rzecz jednostek gospodarki narodowej oraz na rzecz ludności, przeznaczone dla celów konsumpcji indywidualnej, zbiorowej i ogólnospołecznej.

Zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności (PKD) - podmioty gospodarcze prowadzące podstawową działalność zakwalifikowaną do sekcji G „HANDEL HURTOWY I DETALICZNY; NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH, WŁĄCZAJĄC MOTOCYKLE” nazywane są jednostkami handlowymi. Wykaz rodzajów działalności handlowej w zakresie sekcji G przedstawia się następująco:

<b>SEKCJA „G”</b>	<b>HANDEL HURTOWY I DETALICZNY; NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH, WŁĄCZAJĄC MOTOCYKLE</b>
<b>DZIAŁ 45</b>	<b>HANDEL HURTOWY I DETALICZNY POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI; NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH</b>
GRUPA	
45.1	Sprzedaż hurtowa i detaliczna pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli
45.2	Konserwacja i naprawa pojazdów samochodowych; z wyłączeniem motocykli
45.3	Sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli
45.4	Sprzedaż hurtowa i detaliczna motocykli, ich naprawa i konserwacja oraz sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do nich
<b>DZIAŁ 46</b>	<b>HANDEL HURTOWY, Z WYŁĄCZENIEM HANDLU POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI</b>
GRUPA	
46.1	Sprzedaż hurtowa realizowana na zlecenie
46.2	Sprzedaż hurtowa płodów rolnych i żywych zwierząt
46.3	Sprzedaż hurtowa żywności, napojów i wyrobów tytoniowych
46.4	Sprzedaż hurtowa artykułów użytku domowego
46.5	Sprzedaż hurtowa narzędzi technologii informacyjnej i komunikacyjnej
46.6	Sprzedaż hurtowa maszyn, urządzeń i dodatkowego wyposażenia
46.7	Pozostała wyspecjalizowana sprzedaż hurtowa
46.9	Sprzedaż hurtowa niewyspecjalizowana
<b>DZIAŁ 47</b>	<b>HANDEL DETALICZNY, Z WYŁĄCZENIEM HANDLU DETALICZNEGO POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI</b>
GRUPA	
47.1	Sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach
47.2	Sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.3	Sprzedaż detaliczna paliw do pojazdów silnikowych na stacjach paliw
47.4	Sprzedaż detaliczna narzędzi technologii informacyjnej i komunikacyjnej prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.5	Sprzedaż detaliczna artykułów użytku domowego prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.6	Sprzedaż detaliczna wyrobów związanych z kulturą i rekreacją prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.7	Sprzedaż detaliczna pozostałych wyrobów prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.8	Sprzedaż detaliczna prowadzona na straganach i targowiskach
47.9	Sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami



W publikacji zastosowano skróty dla różnych poziomów klasyfikacyjnych; wykaz skrótów i pełnych nazw według PKD podany jest poniżej:

<b>skrót</b>	<b>pełna nazwa</b>
<b>sekcje</b>	
Handel; naprawa pojazdów samochodowych	Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle
Zakwaterowanie i gastronomia	Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi
<b>działy</b>	
Handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi oraz ich naprawa	Handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi; naprawa pojazdów samochodowych
Handel hurtowy	Handel hurtowy, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi
Handel detaliczny	Handel detaliczny, z wyłączeniem handlu detalicznego pojazdami samochodowymi
Działalność związana z oprogramowaniem i doradztwo w zakresie informatyki	Działalność związana z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki oraz działalność powiązana
Administracyjna obsługa biur; wspomaganie działalności gospodarczej	Działalność związana z administracyjną obsługą biur i pozostała działalność wspomagająca prowadzenie działalności gospodarczej
<b>inne grupowania</b>	
Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i zarządzanie	Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe. Doradztwo związane z zarządzaniem

Dla potrzeb badań krótkookresowych dotyczących obrotów przedsiębiorstw handlu detalicznego zostały utworzone następujące grupowania rodzajów działalności zgodnie z Rozporządzeniem (WE) Nr 1158/2005 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 6 lipca 2005 r. zmieniające Rozporządzenie Rady (WE) Nr 1165/98 dotyczące krótkoterminowych statystyk.

<b>PKD</b>	<b>Rodzaj działalności</b>
47	Obroty w handlu detalicznym
47.11, 47.2	Żywność, napoje i wyroby tytoniowe
47.19, 47.3, 47.4, 47.5, 47.6, 47.7, 47.8, 47.9	Sprzedaż towarów nieżywnościowych
47.11	Sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach z przewagą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych
47.19	Pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach
47.21, 47.22, 47.23, 47.24, 47.25, 47.26, 47.29	Sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.30	Paliwa do pojazdów silnikowych
47.73, 47.74, 47.75	Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny
47.51, 47.71, 47.72	Włókno, odzież, obuwie
47.43, 47.52, 47.54, 47.59, 47.63	Meble, RTV, AGD
47.41, 47.42, 47.53, 47.61, 47.62, 47.64, 47.65, 47.76, 47.77, 47.78	Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach
47.91	Sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet

**Grupowania sprzedaży detalicznej wg rodzaju działalności** prowadzonej przez przedsiębiorstwo dokonano wykorzystując poniższy klucz przejścia z jednostek klasyfikacyjnych.

O zaklasyfikowaniu do danego rodzaju działalności decyduje przewaga sprzedawanego asortymentu towarów w punktach sprzedaży jednostek handlowych i niehandlowych.

**Rodzaje działalności w zakresie sprzedaży detalicznej<sup>a</sup>:**

Wyszczególnienie	Jednostki produkcyjne (niehandlowe)	Jednostki handlowe		Seksja I
		seksja G		
		hurtowe	detaliczne	gastronomiczne
Pojazdy samochodowe, motocykle, części	29.1, 29.2, 29.3, 3091		4511, 4519, 4531, 4532, 4540	-
Paliwa stałe, ciekłe i gazowe	19.1, 19.2	4671	4730	-
Żywność, napoje i wyroby tytoniowe	10.1, 10.2, 10.3, 10.4, 10.5, 10.6, 10.7, 10.8, dział 11 i 12	4617, 4631- 4639	4711 4721- 4726, 4729	-
Pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach			4719	-
Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny	20.4, 21.1, 21.2, 26.6, 32.5	4645, 4646	4773-4775	-
Włókno, odzież, obuwie	13.1, 13.2, 13.3, 13.9, 14.1, 14.2, 14.3, 15.1, 15.2	4616, 4624, 4641, 4642	4751, 4771, 4772	-
Meble, rtv, agd	26.3, 26.4, 27.4, 27.5, dział 31	4615, 4643, 4647, 4649	4743, 4752, 4754, 4759, 4763	-
Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach	1712, 17.2, 18.1, 26.2, 2652, 2823, 32.1 bez 3211, 32.3, 32.4, 58.1, 59.2	4651, 4648	4741, 4742, 4753, 4761, 4762, 4764, 4765, 4776, 4777, 4778	-
Sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet			4791	-
Pozostałe	Wszystkie nie wymienione w niniejszej tabeli rodzaje działalności wg PKD			

a Sprzedaż detaliczna badana jest według rodzaju działalności przedsiębiorstw i obejmuje sprzedaż realizowaną przez jednostki handlowe i niehandlowe.

## 2. Objaśnienia podstawowych pojęć

**MARŻA HANDLOWA** jest to cena usługi handlowej, stanowiąca różnicę między ceną zakupu a ceną sprzedaży towarów, przeznaczona na pokrycie kosztów handlowych i osiągnięcie zysku. Rozróżnia się marżę handlową brutto tj. różnicę między wartością nabycia a wartością sprzedaży towarów oraz marżę handlową netto, którą stanowi różnica między wartością sprzedaży a kosztem własnym sprzedaży.

**Marża handlowa brutto** występuje w postaci:

- 1) rabatu procentowego odliczanego od cen detalicznych lub cen hurtowych,
- 2) narzutu procentowego doliczanego do cen zbytu,
- 3) stawek kwotowych doliczanych do cen zbytu lub cen hurtowych.

Wysokość marż i zasady ich obliczania ustala przedsiębiorstwo handlowe. Łączna marża handlowa jest sumą realizowanych marż (detalicznych, hurtowych, gastronomicznych itp.) i stanowi podstawowe źródło tworzenia dochodu w przedsiębiorstwie handlowym, przeznaczonego na pokrycie kosztów handlowych, opłacenie podatków oraz wygospodarowanie zysku.

**PRODUKCJA GLOBALNA** w sektorze przedsiębiorstw obejmuje:

- 1) przychody ze sprzedaży produktów (wyrobów i usług niefinansowych) własnej produkcji;
- 2) marżę realizowaną na sprzedaży towarów zakupionych z przeznaczeniem do odsprzedaży;
- 3) wartość produktów w formie rozliczeń w naturze;
- 4) produkty przeznaczone na powiększenie wartości własnych środków trwałych;
- 5) przyrost zapasów wyrobów gotowych oraz produkcji niezakończonych.

**WARTOŚĆ DODANA BRUTTO** - część wartości produktu krajowego brutto wytworzona w ramach działalności eksploatacyjnej realizowanej przez jednostki handlowe. Obliczana jest jako różnica między produkcją globalną a zużyciem pośrednim.

**NAKLADY INWESTYCYJNE** są to nakłady finansowe lub rzeczowe, których celem jest stworzenie nowych środków trwałych lub ulepszenie (przebudowa, rozbudowa, rekonstrukcja, adaptacja lub modernizacja) istniejących obiektów majątku trwałego, a także nakłady na tzw. pierwsze wyposażenie inwestycji.

**OBROTY**, tzw. **PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY** – obejmują wartość sprzedanych na zewnątrz przedsiębiorstwa produktów (wyrobów gotowych i usług), towarów i materiałów wyrażonych w rzeczywistych cenach sprzedaży z uwzględnieniem upustów, rabatów i bonifikat – bez podatku od towarów i usług (VAT). Natomiast nie uwzględnia się sprzedaży składników majątku trwałego, dotacji, pozostałych przychodów operacyjnych oraz przychodów z operacji finansowych (dywidendy z tych udziałów, uzyskanych z odsetek).

**WYRÓWNANIE DNIAМИ ROBOCZYMI** polega na eliminacji efektu zmienności kalendarzowej i zmienności dni roboczych (różnice czasu pracy w kolejnych miesiącach).

**SPRZEDAŻ DETALICZNA TOWARÓW (łącznie z podatkiem VAT)** - sprzedaż towarów własnych i komisowych (nowych i używanych) w punktach sprzedaży detalicznej, placówkach gastronomicznych oraz innych punktach sprzedaży (np. magazynach, składach itp.) w ilościach wskazujących na zakupy dla potrzeb indywidualnych nabywców.

Sprzedaż detaliczna obejmuje ponadto sprzedaż realizowaną przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet. Wartość sprzedaży detalicznej stanowi sumę sprzedaży detalicznej zrealizowaną przez jednostki handlowe i niehandlowe.

**SPRZEDAŻ ŻYWNOŚCI** - obejmuje produkty pochodzenia roślinnego i zwierzęcego, które w stanie naturalnym lub po obróbce technologicznej lub kulinarnej stanowią pokarm człowieka. Nie zalicza się do żywności napojów alkoholowych, wyrobów tytoniowych oraz leków.

**SPRZEDAŻ TOWARÓW NIEŻYWNOŚCIOWYCH** - obejmuje zaspokajanie potrzeb bytowych ludności związanych z ubiorem; z wyposażeniem mieszkania; z higieną osobistą i ochroną zdrowia; z kulturą, oświatą, wypoczynkiem; z transportem. Ponadto obejmuje towary służące do zaspokajania potrzeb gospodarstw domowych głównie w sferze produkcji rolniczej i budowlanej.

**SPRZEDAŻ NAPOJÓW ALKOHOLOWYCH** obejmuje:

- 1) wyroby spirytusowe czyste oraz gatunkowe tj. napoje alkoholowe o zawartości powyżej 18% alkoholu;
- 2) wina (gronowe owocowe, musujące), napoje typu win (aperitify, cocktaile, kordiały), miody pitne;
- 3) piwo niezależnie od zawartości alkoholu i ekstraktu.

**PUNKTY SPRZEDAŻY DETALICZNEJ** są to placówki handlowe obejmujące:

- obiekty wielkopowierzchniowe,
- sklepy łącznie z aptekami,
- stałe punkty sprzedaży drobnodetalicznej (kioski, "szczęki", stragany),
- pozostałe punkty sprzedaży drobnodetalicznej o charakterze ruchomym,
- stacje paliw.

**SKLEP** - jest to stały punkt sprzedaży detalicznej, posiadający specjalne pomieszczenie (tj. lokal sklepowy) z oknem wystawowym oraz wnętrzem dostępnym dla klientów. Może on stanowić jednozakładowe przedsiębiorstwo lub może być jednym z zakładów przedsiębiorstwa wielozakładowego (wielosklepowego).

Jeżeli w dużych sklepach (np. w domach towarowych, domach handlowych, domach sprzedaży wysyłkowej) część powierzchni sprzedażowej została wdzierżawiona przez inną osobę prawną lub fizyczną, która na tej części powierzchni prowadzi sprzedaż detaliczną na własny rachunek - to ta część stanowi odrębny sklep.

O zaliczeniu sklepu do odpowiedniej **specjalizacji branżowej** decyduje względna przewaga wartości sprzedawanych towarów danej branży.

W publikacji wyszczególnione są następujące wybrane formy organizacyjne sklepów:

- **domy towarowe** są to wielodziałowe sklepy o powierzchni sal sprzedażowych 2000 m<sup>2</sup> i więcej, prowadzące sprzedaż szerokiego i uniwersalnego asortymentu towarów nieżywnościowych, a często także towarów żywnościowych: mogą również prowadzić pomocniczą działalność gastronomiczną i usługową,
- **domy handlowe** są to wielodziałowe (przynajmniej dwa działy branżowe) sklepy o powierzchni sal sprzedażowych od 600 m<sup>2</sup> do 1999 m<sup>2</sup>, prowadzące sprzedaż towarów o podobnym asortymencie jak w domach towarowych,
- **supermarkety** są to sklepy o powierzchni sprzedażowej od 400 m<sup>2</sup> do 2499 m<sup>2</sup> prowadzące sprzedaż głównie w systemie samoobsługowym, oferujące szeroki asortyment artykułów żywnościowych oraz artykuły nieżywnościowe częstego zakupu,
- **hipermarkety** są to sklepy o powierzchni sprzedażowej od 2500 m<sup>2</sup> prowadzące sprzedaż głównie w systemie samoobsługowym, oferujące szeroki asortyment artykułów żywnościowych i nieżywnościowych częstego zakupu, zwykle z parkingiem samochodowym,
- **stacje paliw** - punkty sprzedaży detalicznej paliw, benzyny, oleju napędowego, płynów chłodzących, środków czyszczących itp.

**Powierzchnia sprzedażowa sklepu** - część lokalu sklepowego przeznaczona na ekspozycję towarów oraz sprzedaż (tzn. część przeznaczona do eksponowania towarów i obsługi nabywców), mierzona w m<sup>2</sup>.

Do **pracujących w sklepie** zalicza się faktycznie pracujących w sklepie: właścicieli i współwłaścicieli (łącznie z bezpłatnie pomagającymi członkami ich rodzin), zatrudnionych na podstawie stosunku pracy, łącznie z sezonowymi i pracującymi dorywczo; agentów (łącznie z pomagającymi członkami ich rodzin) oraz osoby zatrudnione przez agentów.

#### **STAŁE PUNKTY SPRZEDAŻY DROBNODETALICZNEJ:**

- **kiosk** - stanowi pomieszczenie stałe, zamykane z oknem wystawowym, którego wnętrze nie jest dostępne dla klienta,
- **stragan** - skonstruowany z urządzeń przenośnych, służących do wyłożenia i sprzedaży towarów w stałym miejscu sprzedaży,
- **magazyn** u producenta lub handlowy prowadzący sprzedaż detaliczną.

#### **POZOSTAŁE PUNKTY SPRZEDAŻY DROBNODETALICZNEJ (o charakterze ruchomych stoisk):**

- punkty sprzedaży obwoźnej,
- punkty sprzedaży obnośnej,

są to różnego rodzaju punkty sprzedaży detalicznej bez stałej lokalizacji w terenie, których zadaniem jest dotarcie bezpośrednio do klienta. Przeznaczone są głównie do obsługi terenów o rozproszonej zabudowie

(osiedli podmiejskich, terenów turystycznych, wczasowisk itp.). Oferowany asortyment to przede wszystkim artykuły nie wymagające specjalnej decyzji zakupu i wyboru towaru.

**TARGOWISKA** - wyodrębnione tereny lub budowle (plac, ulica, hala targowa) ze stałymi, względnie sezonowymi punktami sprzedaży drobnodetalicznej lub urządzeniami przeznaczonymi do prowadzenia handlu, codziennie lub w wyznaczone dni tygodnia.

**TARGOWISKA SEZONOWE** są to place i ulice, gdzie uruchamiane są na okres do 6 miesięcy punkty handlowe, w związku ze wzmożonym ruchem nabywców (np. nadmorski ruch urlopowy) i działalność ta jest ponawiana w kolejnych sezonach.

**SPRZEDAŻ HURTOWA (łącznie z podatkiem VAT)** – jest to działalność polegająca na odsprzedaży zakupionych towarów we własnym imieniu, zwykle nieostatecznym odbiorcom (innym hurtownikom, detalistom, producentom). Obejmuje sprzedaż towarów z magazynów handlowych, własnych bądź użytkowanych, w których składowane towary stanowią własność przedsiębiorstwa handlowego. Do wartości sprzedaży hurtowej zalicza się również wartość sprzedaży zrealizowanej na zasadzie bezpośredniej płatności lub kontraktu (agenci, aukcjonerzy), jak również wartość sprzedaży zrealizowanej przez tranzyt rozliczany, polegający na przekazywaniu towarów bezpośrednio od dostawcy do odbiorcy z pominięciem magazynów, które tę dostawę realizują.

**MAGAZYNY HANDLOWE**<sup>1</sup> - magazyny jednostek zajmujących się obrotem towarami.

**Magazyny handlowe** - jednostki organizacyjno-funkcjonalne zajmujące wyodrębnioną przestrzeń magazynową, wyposażone w sprzęt i urządzenia techniczne umożliwiające składowanie towarów zgodnie z wymogami przechowalnictwa oraz dysponujące personelem do jego prawidłowej obsługi.

Magazyny handlowe zajmują:

- powierzchnię składową (w m<sup>2</sup>) w budynkach magazynowych zamkniętych, budynkach magazynowych zadaszonych (wiatach), piwnicach samodzielnych, placach składowych (składowiskach), pomieszczeniach niemagazynowych tj. przeznaczonych na inne cele niż przechowywanie towarów np. przemysłowych, biurowych, mieszkalnych, socjalnych,
- pojemność użytkową (w m<sup>3</sup>): zbiorników przeznaczonych do magazynowania towarów płynnych, półpłynnych, gazowych; silosów (elewatorów) do magazynowania towarów sypkich, sproszkowanych, drobnoziarnistych, itp.

**Magazyny hurtu** – podstawowe jednostki handlu hurtowego; mogą to być wolnostojące budynki (tzw. magazyny zamknięte), pomieszczenia zadaszone (tzw. wiaty), silosy i zbiorniki oraz place składowe.

**Powierzchnia składowa magazynów** - stanowi część powierzchni budynków magazynowych (tzw. magazynów zamkniętych), pomieszczeń zadaszonych (tzw. wiat), placów składowych oraz innych pomieszczeń przystosowanych do celów składowych (np. pomieszczenia dzierżawione lub wynajmowane

---

<sup>1</sup> Badanie prowadzone jest w cyklu trzyletnim.

od firm produkcyjnych, instytucji użyteczności publicznej, osób fizycznych itd.), która służy przechowywaniu towarów w dłuższych bądź krótszych okresach czasu.

**PLACÓWKI GASTRONOMICZNE** - są to zakłady i punkty gastronomiczne stałe i sezonowe, których przedmiotem działalności jest przygotowanie oraz sprzedaż posiłków i napojów do spożycia na miejscu i na wynos.

Sezonowe placówki gastronomiczne to placówki uruchamiane okresowo i działające nie dłużej niż sześć miesięcy w roku kalendarzowym. Do placówek gastronomicznych nie zalicza się tzw. punktów sprzedaży ruchomej i automatów sprzedażowych.

Wyróżniamy następujące **placówki gastronomiczne**:

- **restauracje** - zakłady gastronomiczne dostępne dla ogółu konsumentów, z pełną obsługą kelnerską, oferujące szeroki i zróżnicowany asortyment potraw i napojów, podawany konsumentom według karty jadłospisowej,
- **bary** - placówki gastronomiczne prowadzące działalność o charakterze zbliżonym do restauracji z ograniczonym asortymentem potraw i towarów popularnych. Do tej grupy zaliczamy: jadalnie, bary (uniwersalne, szybkiej obsługi, przekąskowe, mleczne), bistra oraz kawiarnie, herbaciarnie, winiarnie, piwiarnie,
- **stołówki** - placówki zbiorowego żywienia zapewniające określonym grupom konsumentów posiłki, głównie obiady ale także śniadania i kolacje,
- **punkty gastronomiczne** - placówki gastronomiczne prowadzące ograniczoną działalność gastronomiczną, takie jak: smażalnie, pialnie, lodziarnie, bufety w kinach, na stadionach, działalność cateringowa itp.

**PRZYCHODY Z DZIAŁALNOŚCI GASTRONOMICZNEJ** (łącznie z podatkiem VAT) - stanowią przychody uzyskane ze sprzedaży:

- **towarów handlowych** zakupionych i odsprzedawanych w niezmienionej postaci po ewentualnym konfekcjonowaniu, w tym napojów alkoholowych, wyrobów tytoniowych,
- **produkcji gastronomicznej** - wyrobów kulinarnych, ciastkarskich i innych wytworzonych we własnym zakresie,
- **świadczonych usług** - np. wpływy z tytułu opłat za korzystanie z szatni, przechowalni bagażu, obsługi parkingów, z tytułu działalności rozrywkowej, za zorganizowanie przyjęć poza zakładem i w zakładzie, za wypożyczenie sali itp.

**PODAŻ** wybranych towarów – jest to ilość wytworzonych w kraju produktów, pomniejszona o ich eksport, a powiększona o import. Podaż skorygowana o saldo zmiany stanu zapasów u producenta określa wielkość **dostaw** na zaopatrzenie kraju.

**ZAPASY WYROBÓW U PRODUCENTA** - wyprodukowane wyroby gotowe (finalne) znajdujące się w magazynach producenta, przeznaczone do sprzedaży.

**SPOŻYCIE NIEKTÓRYCH ARTYKUŁÓW KONSUMPCYJNYCH NA 1 MIESZKAŃCA** - źródłem opracowania są informacje o: wielkości krajowej produkcji, imporcie, eksporcie, zapasach w magazynach producentów i w przedsiębiorstwach handlowych. W przypadku niektórych produktów pochodzenia rolnego (ziarno 4 zbóż w przeliczeniu na przetwory, ziemniaki, warzywa i owoce) produkcję pomniejszono o zużycie tych produktów na cele produkcyjne (siew, spasanie, surowce dla gorzelni, krochmalni itp.).

Przeliczenia 4 zbóż (pszenicy, żyta, owsa, jęczmienia) na przetwory dokonano według odpowiednich procentów przemiału.

Dane o poziomie spożycia opracowane metodą bilansową służą ocenie globalnych zmian spożycia żywności w kraju i nie mogą być bezpośrednio porównywane z danymi o spożyciu artykułów żywnościowych w gospodarstwach domowych opracowanymi na podstawie wyników reprezentacyjnych badań budżetów domowych.

Dane o **pracujących** obejmują osoby pełnozatrudnione i niepełnozatrudnione w głównym miejscu pracy.

**Przeciętne zatrudnienie** dotyczy pracowników pełnozatrudnionych oraz niepełnozatrudnionych w przeliczeniu na pełnozatrudnionych, bez zatrudnionych poza granicami kraju.

**Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto** przypadające na 1 zatrudnionego obliczono przyjmując:

- wynagrodzenia osobowe, bez wynagrodzeń osób wykonujących pracę nakładczą oraz uczniów, a także osób zatrudnionych za granicą,
- wypłaty z tytułu udziału w zysku i w nadwyżce bilansowej w spółdzielniach,
- dodatkowe wynagrodzenia roczne dla pracowników jednostek sfery budżetowej,
- honoraria wypłacone niektórym grupom pracowników za prace wynikające z umowy o pracę, np. dziennikarzom, realizatorom filmów, programów radiowych i telewizyjnych.



**UWAGI:**

1. Liczby względne (wskaźniki, odsetki) obliczono z reguły na podstawie danych bezwzględnych wyrażonych z większą dokładnością niż podano w tablicach.
2. Zamieszczone w publikacji dane zostały zebrane zgodnie z :
  - a/ Polską Klasyfikacją Działalności PKD 2007 wprowadzoną z dniem 01.01.2008 r. rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 24.12.2007 r. (Dz. U. Nr 251, poz. 1885), która została opracowana na podstawie Statystycznej Klasyfikacji Działalności Gospodarczych we Wspólnocie Europejskiej – Statistical Classification of Economic Activities in the European Community – NACE Rev. 2.
  - b/ Polską Klasyfikacją Wyrobów i Usług PKWiU 2008 wprowadzoną z dniem 01.01.2009 r. rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 29.10.2008 r. (Dz. U. Nr 207, poz. 1293), która została opracowana na podstawie międzynarodowych klasyfikacji i nomenklatur.
3. Określenie „własność zagraniczna” stosowane w publikacji, odnosi się do przedsiębiorstw własności zagranicznej i tych, w których własność zagraniczna stanowi przewagę.
4. Przy przeliczaniu danych na 1 mieszkańca w zakresie spożycia wybranych towarów konsumpcyjnych (tabl. 23) przyjęto liczbę ludności według stanu z dnia 30 VI. Przy przeliczaniu danych dotyczących liczby ludności przypadającej na jeden sklep (tabl. 12) przyjęto liczbę ludności według stanu w dniu 31 XII.
5. Liczbę sklepów i stacji paliw wg stanu w dniu 31 XII w podziale na specjalizacje branżowe i formy organizacyjne ustalono na podstawie wykazu sklepów sporządzonego przez jednostki o liczbie pracujących 10 i więcej osób realizujące sprzedaż detaliczną (sprawozdanie H-01w) oraz dla jednostek, w których liczba pracujących nie przekracza 9 osób, oszacowano w oparciu o wyniki badania reprezentacyjnego przeprowadzonego na 5% próbie tych jednostek (sprawozdanie SP-3).

## II. KOMENTARZ ANALITYCZNY

### 1. Usługi

Od wielu lat sektor usług odgrywa znaczącą rolę w gospodarkach narodowych poszczególnych krajów. W krajach Unii Europejskiej wartość dodana będąca efektem działalności przedsiębiorstw usługowych stanowi przeważającą część wartości dodanej wytworzonej w całej gospodarce.

W 2014 r. wśród krajów członkowskich UE najwyższy udział wartości dodanej wytworzonej przez usługi odnotowano w Luxemburgu – 88,0%, na Cyprze – 87,1% oraz na Malcie – 83,0%. Duży udział w wartości dodanej całej gospodarki usługi stanowią w takich krajach jak Grecja (82,8%), Wielka Brytania (79,5%), Francja (78,9%), czy Holandia (77,0%). W krajach przyjętych do Unii Europejskiej w okresie od 2004 r. udział ten kształtował się na poziomie od 60,3% w Rumunii do 87,1% na Cyprze.

W stosunku do 2005 r. najbardziej znaczący wzrost udziału działalności usługowej w tworzeniu wartości dodanej wykazał Cypr (o 9,9 p. proc.), Malta (o 8,7 p. proc.) oraz Irlandia (o 8,6 p. proc.). W tym samym okresie w niektórych krajach udział usług w tworzeniu wartości dodanej brutto uległ obniżeniu - największe spadki odnotowano w Niemczech (o -0,8 p. proc.), Polsce (o -0,6 p. proc.), a także w Czechach (o -0,5 p. proc.).

#### Udział wartości dodanej brutto w usługach w wartości dodanej brutto wytworzonej w gospodarce narodowej (ceny bieżące) - PKD 2007

Kraje	Lata	Udział w %	Kraje	Lata	Udział w %
Austria.....	2005	68,2	Litwa .....	2005	62,5
	2014	70,6		2014	65,5
Belgia.....	2005	73,9	Luksemburg .....	2005	83,0
	2014	76,8		2014	88,0
Bułgaria.....	2005	62,5	Łotwa .....	2005	72,9
	2014	66,4		2014	73,5
Chorwacja .....	2005	66,0	Malta .....	2005	74,3
	2014	69,8		2014	83,0
Cypr .....	2005	77,2	Niemcy .....	2005	69,8
	2014	87,1		2014	69,0
Czechy .....	2005	59,8	<b>Polska .....</b>	2005	64,6
	2014	59,3		2014	64,0
Dania.....	2005	72,4	Portugalia .....	2005	72,7
	2014	76,2		2014	76,5
Estonia .....	2005	66,7	Rumunia .....	2005	54,5
	2014	68,4		2014	60,3
Finlandia .....	2005	63,8	Słowacja.....	2005	60,3
	2014	70,6		2014	63,3

Kraje	Lata	Udział w %	Kraje	Lata	Udział w %
Francja .....	2005	76,6	Słowenia.....	2005	63,3
	2014	78,9		2014	64,7
Grecja.....	2005	75,9	Szwecja .....	2005	69,2
	2014	82,8		2014	72,6
Hiszpania.....	2005	66,5	Węgry.....	2005	64,3
	2014	74,4		2014	64,9
Holandia.....	2005	74,0	W.Brytania .....	2005	76,3
	2014	77,0		2014	79,5
Irlandia.....	2005	65,7	Włochy.....	2005	71,9
	2014	74,3		2014	74,4

Źródło: Eurostat, z dn. 14.09.2015 r. zgodnie z metodologią ESA 2010.

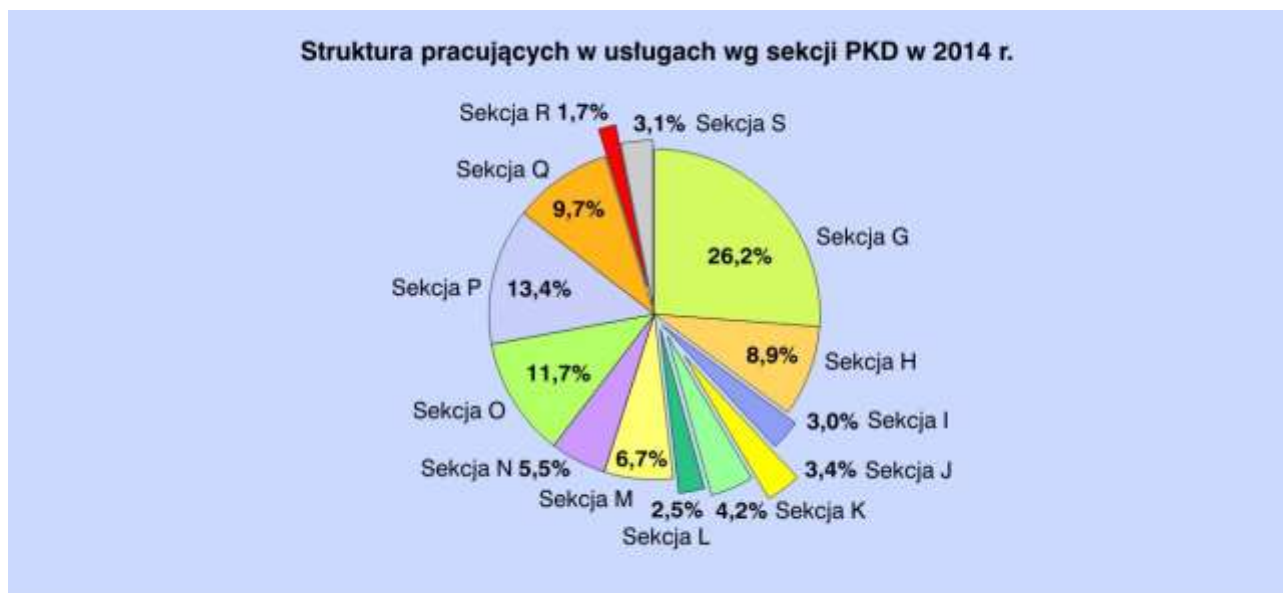
W 2014 r. w Polsce wartość dodana brutto wytworzona przez podmioty prowadzące działalności o charakterze usługowym stanowiła 64,0% wartości dodanej brutto całej gospodarki narodowej<sup>2</sup>. Liczba pracujących w tych jednostkach stanowiła 57,5% ogółu pracujących. W 2014 r. działalnością dominującą wśród podmiotów usługowych pod względem wartości dodanej była działalność handlowa, której udział stanowił 30,0% wartości dodanej wytworzonej przez wszystkie jednostki prowadzące działalności o charakterze usługowym. Udział działalności w zakresie transportu i gospodarki magazynowej (wg PKD sekcja H) ukształtował się na poziomie 10,3%, natomiast udział działalności w zakresie administracji publicznej i obrony narodowej (wg PKD sekcja O) wyniósł 8,8%. W porównaniu do poprzedniego roku zmniejszył się udział działalności profesjonalnej, naukowej i technicznej (wg PKD sekcja M) o 0,1 p. proc. i wyniósł 8,2%.



Patrz Uwagi Metodyczne str. 7.

<sup>2</sup> Źródło: "Roczne wskaźniki makroekonomiczne - Rachunki Narodowe – ESA 2010" z dnia 24.09.2015 (<http://stat.gov.pl/wskazniki-makroekonomiczne/>)

W 2014 r. najwięcej osób pracowało w przedsiębiorstwach zaliczanych do sekcji „Handel i naprawa pojazdów samochodowych” (wg PKD sekcja G) – 26,2% ogółu pracujących w podmiotach usługowych, następnie do sekcji „Edukacja” (wg PKD sekcja P) – 13,4% oraz do sekcji „Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne” (wg PKD sekcja O) – 11,7%.



Źródło: Mały Rocznik Statystyczny Polski 2015;  
Patrz Uwagi Metodyczne str. 7.

W 2014 r. działalnością dominującą wśród jednostek usługowych pod względem przeciętnego zatrudnienia była działalność handlowa, w której zatrudnionych było 1 571,2 tys. osób (wzrost w stosunku do 2013 r. o 2,7%). W sekcji P „Edukacja” zatrudnienie wyniosło 1 024,1 tys. osób (spadek w stosunku do roku poprzedniego o 0,3%).

Największy wzrost przeciętnego zatrudnienia odnotowano w sekcji J „Informacja i komunikacja” – o 3,9%, natomiast największy spadek został wykazany w działalności finansowej i ubezpieczeniowej (wg PKD sekcja K) – o 1,4%. Pomimo najniższego przeciętnego zatrudnienia odnotowano wzrost liczby pracujących o 1,0% w sekcji R „Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją” (120,8 tys. osób).

Najwyższe przeciętne wynagrodzenie brutto w 2014 r. odnotowano w sekcji „Informacja i komunikacja” (wg PKD sekcja J) – 6 442 zł, „Działalność finansowa i ubezpieczenia” (wg PKD sekcja K) – 6 227 zł, oraz „Administracja publiczna i obrona narodowa” (wg PKD sekcja O) – 4 662 zł. W podmiotach zaliczanych do sekcji I „Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi” odnotowano najniższe przeciętne wynagrodzenie brutto na poziomie 2 344 zł.

Największy wzrost przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia w 2014 r. (o 5,0%), w porównaniu z rokiem poprzednim, odnotowano w sekcji N „Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca”, przy jednoczesnym wzroście przeciętnego zatrudnienia odpowiednio o 3,5%. Znaczny wzrost przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia (4,5%)

zaobserwowano również w sekcji J „Informacja i komunikacja”. W sekcji G „Handel i naprawa pojazdów samochodowych” odnotowano wzrost przeciętnego wynagrodzenia na poziomie zbliżonym do w/w sekcji (o 4,1%).

W 2013 r. w przychodach ogółem przedsiębiorstw niefinansowych prowadzących działalności usługowe największy udział stanowiły przychody przedsiębiorstw prowadzących działalność handlową (wg PKD sekcja G) 68,0% przychodów ogółem. Udziały przychodów przedsiębiorstw świadczących usługi w zakresie transportu i gospodarki magazynowej (wg PKD sekcja H) – 9,0% oraz przedsiębiorstw prowadzących działalność zaklasyfikowaną do sekcji J „Informacja i komunikacja” – 6,0%. Na tym samym poziomie utrzymał się udział przychodów podmiotów zaliczanych do sekcji M „Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna” - 5,7%.



Źródło: Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2013 r., GUS, Warszawa (Sekcja N [bez klasy 81.30.Z], Sekcja Q [bez klasy 86.10.Z], Sekcja S [działy 95 i 96]);

(...) – zmiana struktury do roku poprzedniego w p. proc.

Patrz Uwagi Metodyczne str. 7.

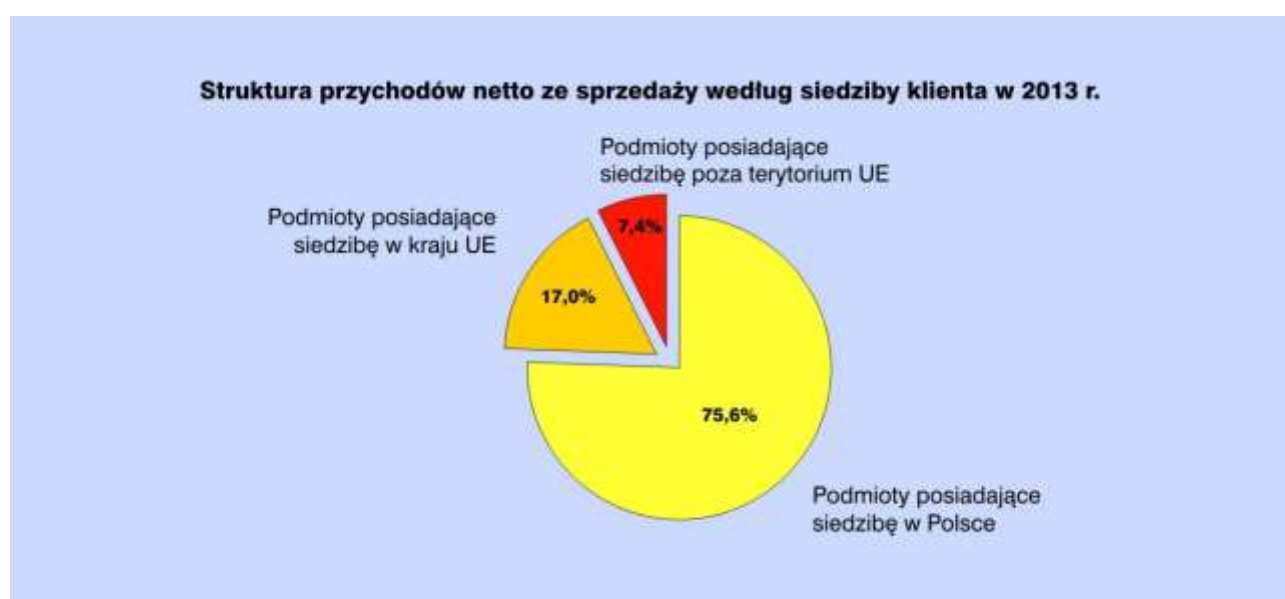
W ostatnich latach wśród działalności usługowych obserwowany jest dynamiczny rozwój rynku usług związanych z obsługą działalności gospodarczej, potocznie zwanych usługami biznesowymi. Do podmiotów<sup>3</sup> świadczących usługi biznesowe zalicza się przedsiębiorstwa prowadzące m.in. działalność w ramach usług informatycznych, prawniczych, rachunkowo-księgowych, zarządzania, usług inżynierskich i architektonicznych, reklamowych oraz usług związanych z zatrudnieniem.

W 2013 r. wśród wszystkich przedsiębiorstw niefinansowych blisko 13,0% stanowiły jednostki świadczące usługi biznesowe<sup>4</sup>. Warto odnotować, iż pomimo nieznacznego spadku liczby przedsiębiorstw niefinansowych w całej gospodarce krajowej (o ok. 1,3%), w porównaniu z rokiem

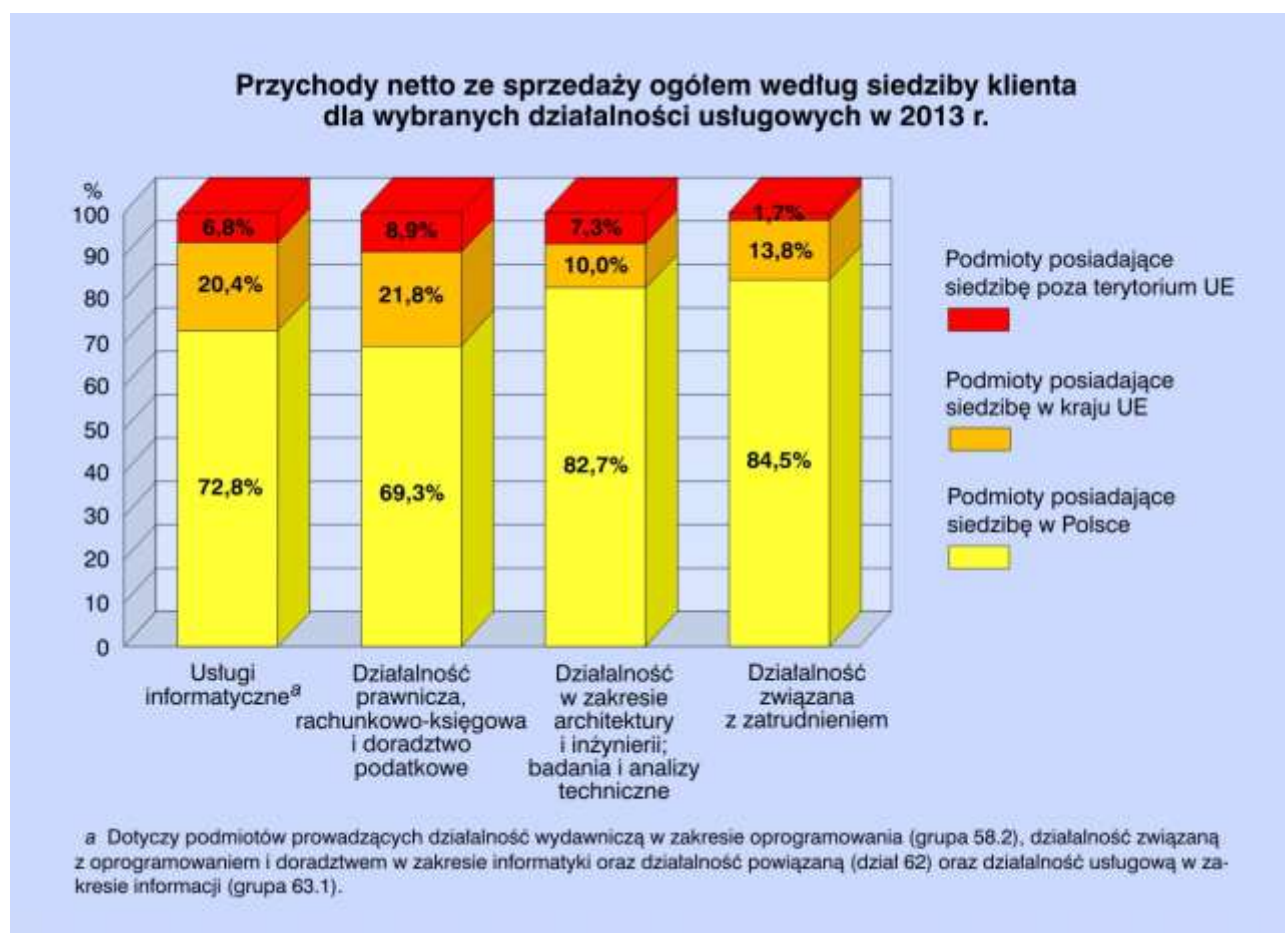
<sup>3</sup> Dotyczy podmiotów z liczbą pracujących powyżej 9 osób.

<sup>4</sup> Dotyczy następujących grup/działów wg PKD: 58.2 - Działalność wydawnicza w zakresie oprogramowania, 62 - Działalność związana z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki oraz działalność powiązana, 63.1 - Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność; działalność portali internetowych, 69 - Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe, 70.2 - Doradztwo związane z zarządzaniem, 71 - Działalność w zakresie architektury i inżynierii, badania i analizy techniczne, 73 - Reklama, badanie rynku i opinii publicznej, 78 - Działalność związana z zatrudnieniem.

poprzednim populacja podmiotów świadczących usługi biznesowe odnotowała wzrost o 4,6%. Jednocześnie w tym samym okresie w segmencie usług biznesowych odnotowano wzrost liczby pracujących o prawie 5,0%, podczas gdy ogólna liczba pracujących w przedsiębiorstwach niefinansowych w kraju spadła o nieco ponad 0,4%. Przedsiębiorstwa zaliczane do segmentu usług biznesowych koncentrują swoją działalność głównie na rynku krajowym. W 2013 r. 75,6% przychodów ogółem tych przedsiębiorstw pochodziło z tytułu świadczenia usług podmiotom mającym siedzibę na terenie Rzeczypospolitej Polskiej. Źródłem 17,0% przychodów byli usługobiorcy posiadający siedzibę w krajach Unii Europejskiej, a dla pozostałych (7,4%) - podmioty z siedzibą zlokalizowaną poza UE. W 2013 r. odnotowano wzrost o 1,5 p. proc. udziału przychodów z tytułu świadczenia usług z zakresu obsługi działalności gospodarczej podmiotom posiadającym siedzibę za granicą.



W 2013 r. wśród działalności związanych z obsługą działalności gospodarczej najwyższym odsetkiem przychodów ze sprzedaży usług za granicą – 30,7% przychodów netto ze sprzedaży - odznaczyła się działalność prawnicza, rachunkowo-księgową i doradztwo podatkowe. W porównaniu z 2012 r. udział ten wzrósł o 0,7 p. proc. Najmniejszą ekspansję na rynki zagraniczne odnotowano w przypadku przedsiębiorstw prowadzących działalność związaną z zatrudnieniem (ok. 15,5% przychodów netto ze sprzedaży tych przedsiębiorstw pochodziło ze świadczenia usług usługobiorcom zlokalizowanym poza granicami kraju). W stosunku do ubiegłego roku udział ten spadł o 0,5 p. proc. Większy udział sprzedaży usług za granicą odnotowały zarówno przedsiębiorstwa działające w branży informatycznej (wzrost o 2,9 p. proc. do 27,2% przychodów netto ze sprzedaży), jak i przedsiębiorstwa prowadzące działalność w zakresie architektury i inżynierii, badań i analiz technicznych (wzrost o 1,9 p. proc. do 17,3% przychodów netto ze sprzedaży).



W 2013 r. wartość przychodów netto ze sprzedaży ogółem przedsiębiorstw świadczących usługi związane z obsługą działalności gospodarczej z liczbą pracujących 10 osób i więcej wyniosła nieznacznie powyżej 84,5 miliarda zł (wzrost o 6,7% w porównaniu z rokiem poprzednim).

Największy wzrost przychodów w 2013 r. odnotowały podmioty prowadzące działalność związaną z zatrudnieniem (wg PKD dział 78, Sekcja N) – o ok. 18,7%. W przypadku działalności wydawniczej w zakresie oprogramowania, związanej z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki oraz działalności powiązanej i działalności usługowej w zakresie informacji (wg PKD grupa 58.2, dział 62 i grupa 63.1, Sekcja J) zaobserwowano wzrost wartości przychodów o ponad 9,0%. Spadek wartości przychodów (o 1,1%) w stosunku do roku poprzedniego odnotowały przedsiębiorstwa świadczące usługi w zakresie architektury i inżynierii oraz badań i analiz technicznych (wg PKD dział 71, Sekcja M). Spadek ten był jednak znacznie mniejszy niż przed rokiem, kiedy wyniósł 12,8%, głównie dzięki wzrostowi sprzedaży tych usług (o 11,2%) odbiorcom zagranicznym.

W przedsiębiorstwach świadczących usługi informatyczne wartość przychodów ogółem wyniosła nieznacznie poniżej 29,8 mld zł. Największy udział (32,2%) w przychodach netto ze sprzedaży ogółem usług informatycznych stanowiły przychody z tytułu usług związanych z oprogramowaniem (wg PKWiU 62.01). Udział ten w stosunku do roku poprzedniego wzrósł o 1,8 p. proc.

---

W 2013 r. największy udział przychodów ze sprzedaży netto (26,3%) w przedsiębiorstwach prowadzących działalność w zakresie architektury i inżynierii oraz badań i analiz technicznych (wg PKD dział 71 Sekcja M) stanowiły usługi w zakresie inżynierii (wg PKWiU 71.12.1), a ich udział w porównaniu z 2012 r. wzrósł o 0,2 p. proc. Wartość tych usług wyniosła nieznacznie ponad 2,8 mld zł, natomiast wartość usług ogółem w zakresie wskazanych działalności przekroczyła 10,7 mld zł.

Wartość przychodów netto ogółem ze sprzedaży usług związanych z zatrudnieniem (wg PKD dział 78 Sekcja N) osiągnęła prawie 7,3 mld zł. Największy udział w tych usługach (55,1%) stanowiły usługi świadczone przez agencje pracy tymczasowej (wg PKWiU 78.20.1). W stosunku do 2012 r. udział ten zmniejszył się o prawie 3,4 p. proc.



## Analiza wybranych działalności usługowych

Wśród działalności usługowych można wyodrębnić usługi, których duże znaczenie i rozwój związany jest z rolą wspomagającą wobec innych podmiotów gospodarczych. W celu obserwowania zmian w tym zakresie prowadzone są krótkookresowe badania tych działalności usługowych. Przedstawione poniżej dane wynikowe dotyczą przedsiębiorstw o liczbie pracujących powyżej 9 osób.

W 2014 r. w podmiotach prowadzących działalność związaną z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi zanotowano wzrost obrotów w porównaniu z rokiem poprzednim o 5,9%. Liczba przedsiębiorstw zaklasyfikowanych wg PKD do sekcji I wzrosła o 1,2%, a liczba pracujących o 1,1%. Odnotowano niższy niż w roku poprzednim wskaźnik poziomu kosztów z całokształtu działalności (94,9% w 2014 r. wobec 95,5% w 2013 r.). Poprawiły się również wskaźniki: rentowności obrotu brutto (wzrost z 4,5% w 2013 r. do 5,2% w 2014 r.) oraz rentowności obrotu netto (wzrost z 3,7% w 2013 r. do 4,4% w 2014 r.).



\* \* \*

W działalności przedsiębiorstw hurtowych (wg PKD dział 46), wielkość obrotów ukształtowała się na poziomie sprzed roku. Wzrosła natomiast liczba przedsiębiorstw w porównaniu z poprzednim rokiem (o 1,2%) oraz liczba pracujących (o 1,5%). Wskaźnik poziomu kosztów spadł do poziomu 97,1% (wobec 97,5% przed rokiem). Wyższy niż w 2013 r. był zarówno wskaźnik rentowności obrotu brutto (2,9% wobec 2,5% w 2013 r.), jak i netto (2,5% wobec 2,2% przed rokiem).



\* \* \*

W branży informatycznej (wg PKD dział 62) w 2014 r. odnotowano wzrost o 7,4% wartości obrotów w stosunku do 2013 r. przy jednoczesnym wzroście liczby przedsiębiorstw o 8,0% oraz liczby pracujących o 11,2%. Wskaźnik rentowności obrotu brutto w 2014 r. zmniejszył się w porównaniu z rokiem poprzednim i wyniósł 7,3%. Wskaźnik rentowności obrotu netto zmniejszył się z 7,2% w 2013 r. do 5,7% w 2014 r. Wskaźnik poziomu kosztów z całokształtu działalności uległ pogorszeniu w 2014 r. i wyniósł 92,8% wobec 91,4% w 2013 r.



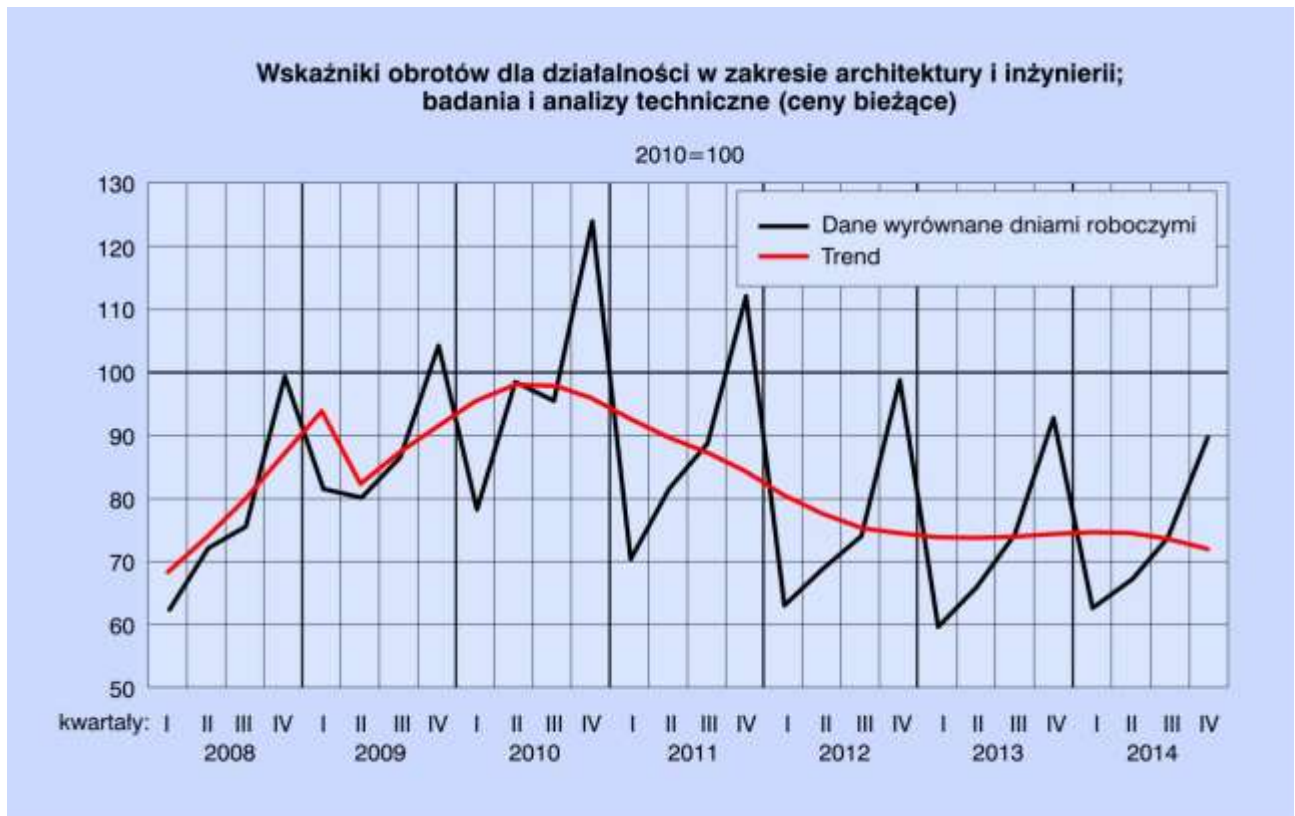
\* \* \*

W działalności prawniczej, rachunkowo-księgowej oraz związanej z zarządzaniem (wg PKD dział 69 + grupa 70.2) wartość obrotów w 2014 r., w porównaniu z rokiem poprzednim, wzrosła o 8,4% przy jednoczesnym wzroście liczby przedsiębiorstw o 9,1% oraz liczby pracujących o 9,5%. Zaobserwowano wzrost zarówno wskaźnika rentowności obrotu brutto (z 13,4% w 2013 r. do 15,9% w 2014 r.), jak i netto (z 12,4% w 2013 r. do 14,6% w 2014 r.). Wskaźnik poziomu kosztów z całokształtu działalności uległ polepszeniu i wyniósł 84,1% w 2014 r. wobec 86,6% w poprzednim roku.



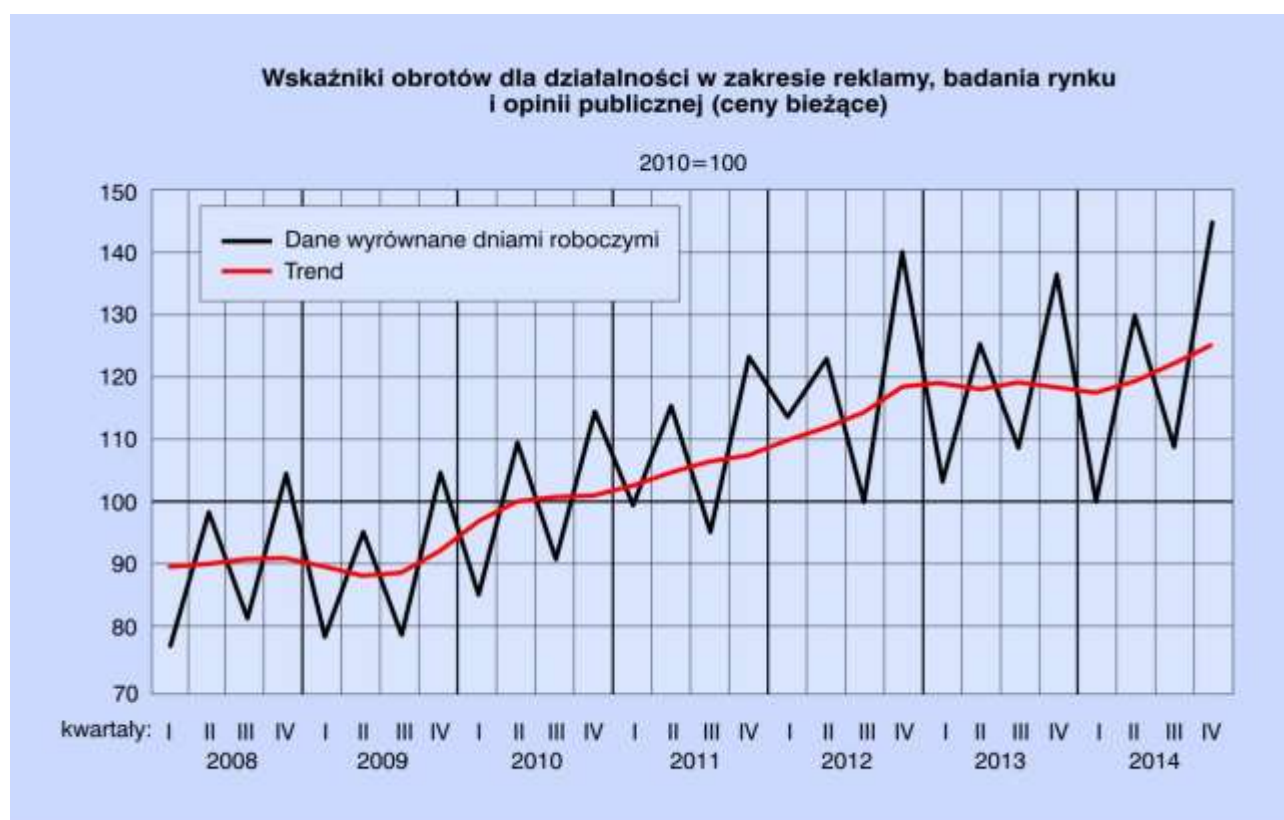
\* \* \*

W 2014 r. w działalności związanej z architekturą i inżynierią (wg PKD dział 71) odnotowano wzrost wartości obrotów o 1,0% w stosunku do 2013 r., przy jednoczesnym wzroście zatrudnienia o 0,2%. Wskaźnik rentowności obrotu brutto wzrósł w porównaniu z poprzednim rokiem i wyniósł 4,7%, podobnie odnotowano poprawę wskaźnika rentowności obrotu netto do poziomu 3,6%. Zaobserwowano poprawę wskaźnika poziomu kosztów z całokształtu działalności - w 2014 r. wyniósł on 95,3% wobec 96,2% w poprzednim roku.



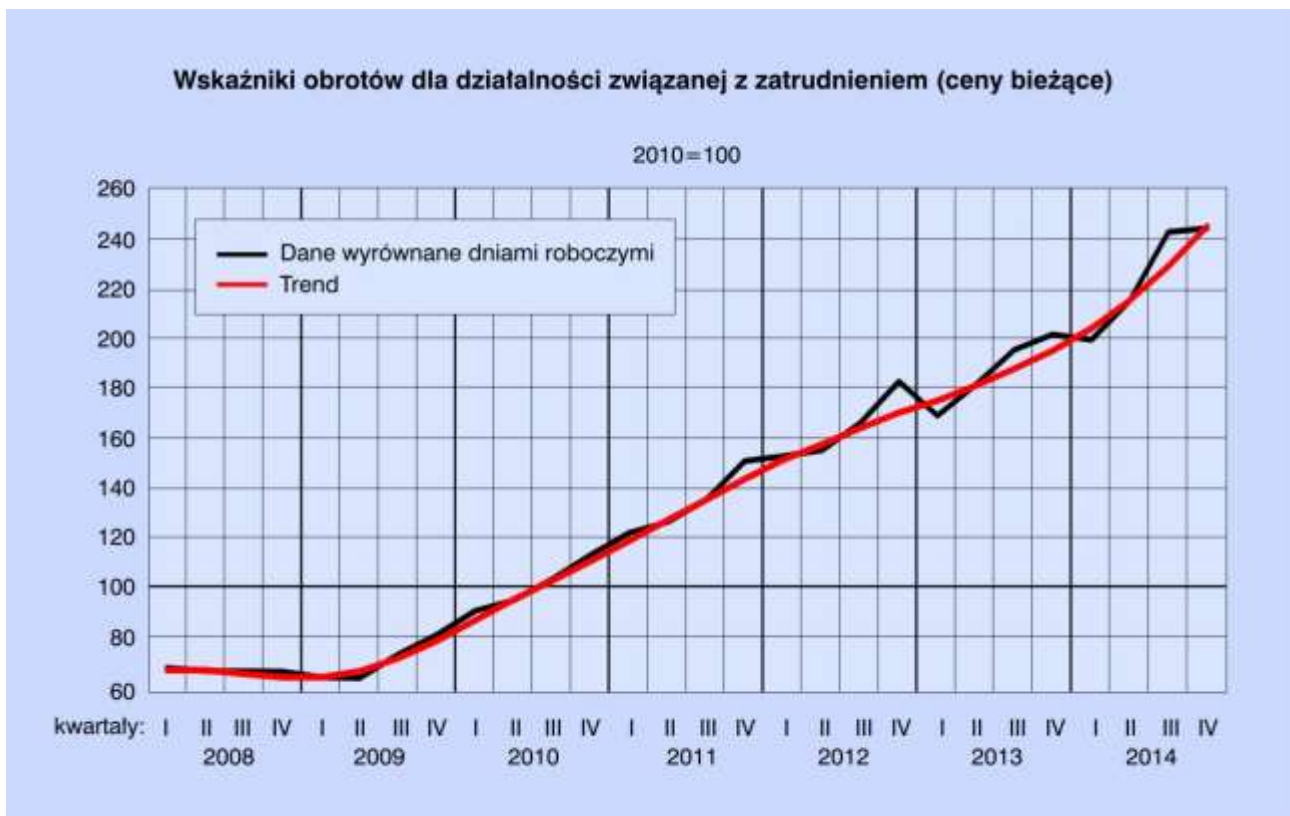
\* \* \*

W podmiotach prowadzących działalność związaną z reklamą, badaniem rynku i opinii publicznej (PKD dział 73) w 2014 r. nastąpił wzrost obrotów w stosunku do 2013 r. o 2,1% przy jednoczesnym wzroście liczby przedsiębiorstw o 1,1% oraz spadku liczby pracujących o 0,9%. Wskaźnik rentowności obrotu brutto pozostał na takim samym poziomie, jak w poprzednim roku wynosząc 5,9%, natomiast wskaźnik rentowności obrotu netto wzrósł z 5,0% w roku 2013 do 5,1% w 2014 r. Wskaźnik poziomu kosztów z całokształtu działalności pozostał na takim samym poziomie (94,1%) jak w roku 2013.



\* \* \*

W 2014 r. wzrost wartości obrotów przedsiębiorstw prowadzących działalność związaną z zatrudnieniem (wg PKD dział 78), w stosunku do 2013 r., wyniósł 20,8%. Zaobserwowano wzrost liczby podmiotów o 10,4% oraz liczby pracujących o 20,1%. Jednocześnie odnotowano spadek zarówno wskaźnika rentowności obrotu brutto (2,0% w 2014 r. wobec 2,4% w 2013 r.), jak i wskaźnika rentowności obrotu netto (1,3% w 2014 r. wobec 1,7% w 2013 r.). Pogorszeniu uległ również wskaźnik poziomu kosztów z całokształtu działalności do 98,0% w 2014 r. wobec 97,6% w poprzednim roku.



## 2. Handel wewnętrzny

W 2014 r. według wstępnych danych udział handlu w produkcie krajowym brutto wyniósł 17,0% i był o 0,1 p. proc. wyższy niż przed rokiem. Wartość dodana brutto (w cenach stałych) wytworzona przez przedsiębiorstwa handlowe zwiększyła się o 3,5% w porównaniu z poprzednim rokiem, jednocześnie zanotowano wzrost udziału handlu w wartości dodanej brutto wytworzonej w gospodarce narodowej (w cenach bieżących) o 0,1 p. proc.

Wyszczególnienie	2012	2013	2014
Udział handlu w PKB w %.....	17,0	16,9	17,0
Udział handlu w wartości dodanej brutto w % .....	19,2	19,1	19,2

Źródło: Roczne wskaźniki makroekonomiczne.(wg ESA 2010) z dnia 14.09.2015 r.

W 2013 r. przychody ze sprzedaży w cenach bieżących osiągnięte przez przedsiębiorstwa handlowe były wyższe niż w 2012 r. o 2,6%. Największa część tych przychodów zrealizowana była przez przedsiębiorstwa prowadzące działalność hurtową 60,5% (spadek o 0,5 p. proc. w porównaniu z poprzednim rokiem), udział handlu detalicznego wyniósł 30,6% i był na tym samym poziomie co w roku poprzednim, a handlu hurtowego i detalicznego pojazdami samochodowymi oraz ich naprawą stanowił 8,9% (wzrost o 0,5 p. proc). Przedsiębiorstwa z liczbą pracujących powyżej 49 osób osiągnęły 48,5% przychodów ogółem. Przychody ze sprzedaży towarów i materiałów stanowiły 92,7% ogólnej wartości przychodów przedsiębiorstw handlowych.

Średnia marża zrealizowana w 2013 r. przez jednostki handlowe (zaklasyfikowane do sekcji G - Handel, naprawa pojazdów samochodowych) wyniosła 16,7% i była na tym samym poziomie co w roku ubiegłym. Najwyższe marże wyrażone w procentach pozyskiwane były przez przedsiębiorstwa handlu detalicznego, a zróżnicowanie poziomu zrealizowanych marż uzależnione było od rodzaju działalności przedsiębiorstw.



## Marże w przedsiębiorstwach handlowych w latach 2011 - 2013

Wyszczególnienie	2011	2012	2013
	w %		
<b>HANDEL HURTOWY I DETALICZNY POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI ORAZ ICH NAPRAWA<sup>Δ</sup></b> .....	<b>15,0</b>	<b>14,4</b>	<b>14,0</b>
w tym:			
Sprzedaż hurtowa i detaliczna pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli .....	9,3	8,8	8,5
Sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli .....	21,4	20,3	20,4
Sprzedaż hurtowa i detaliczna motocykli, ich naprawa i konserwacja oraz sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do nich .....	23,1	23,9	21,9
<b>HANDEL HURTOWY<sup>Δ</sup></b> .....	<b>14,7</b>	<b>15,0</b>	<b>14,8</b>
w tym:			
Sprzedaż hurtowa realizowana na zlecenie <sup>a</sup> .....	17,6	19,3	21,3
Sprzedaż hurtowa płodów rolnych i żywych zwierząt .....	12,4	12,9	11,2
Sprzedaż hurtowa żywności, napojów i wyrobów tytoniowych .....	16,1	17,7	17,8
Sprzedaż hurtowa artykułów użytku domowego .....	16,8	17,6	17,1
Sprzedaż hurtowa narzędzi technologii informacyjnej i komunikacyjnej .....	11,8	11,3	9,7
Sprzedaż hurtowa maszyn, urządzeń i dodatkowego wyposażenia .....	15,6	15,5	15,4
Pozostała wyspecjalizowana sprzedaż hurtowa .....	11,6	11,4	11,3
Sprzedaż hurtowa niewyspecjalizowana .....	17,6	17,5	17,4
<b>HANDEL DETALICZNY<sup>Δ</sup></b> .....	<b>20,7</b>	<b>20,7</b>	<b>21,2</b>
w tym:			
Sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach .....	18,2	18,8	19,5
Sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach .....	18,3	20,2	18,4
Sprzedaż detaliczna paliw do pojazdów silnikowych na stacjach paliw .....	9,8	6,9	7,3
Sprzedaż detaliczna narzędzi technologii informacyjnej i komunikacyjnej prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach .....	15,7	15,8	15,2
Sprzedaż detaliczna artykułów użytku domowego prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach .....	24,1	23,6	22,9
Sprzedaż detaliczna wyrobów związanych z kulturą i rekreacją prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach .....	29,5	27,7	26,2
Sprzedaż detaliczna pozostałych wyrobów prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach .....	29,0	30,1	30,2

a Prowizja.

## Przepływ towarów handlowych

Istotnym elementem umożliwiającym ocenę kanałów dystrybucji i cyrkulacji towarów jest analiza struktury przychodów według typów klientów oraz podział dokonanych zakupów w przedsiębiorstwach hurtowych według typów dostawców (tablice nr 18 i 19). Zarówno zachowania przedsiębiorstw hurtowych i detalicznych w wyborze swoich dostawców, jak i struktura ich klientów pozostały stabilne. W przedsiębiorstwach handlowych - hurtowych jak i detalicznych, udział zakupów bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych oraz bezpośrednio z importu utrzymał się na zbliżonym poziomie w porównaniu z poprzednim okresem. Przedsiębiorstwa handlowe<sup>5</sup> dokonywały w około 53% zakupów bezpośrednio u producentów i wytwórców krajowych, bezpośredni import stanowił prawie 24%, a zakupy u hurtowników około 23%. W zależności od rodzaju prowadzonej działalności handlowej (handel hurtowy czy detaliczny) struktura dokonywanych zakupów jest bardziej zróżnicowana.

W zakresie handlu hurtowego – nieco ponad 52% przedsiębiorstw zaopatruje się u producentów i wytwórców krajowych a prawie 27% z nich bezpośrednio z importu. Udział zakupów hurtownik – hurtownik pozostał na niezmiennym poziomie sięgającym prawie 20%.

W handlu detalicznym zakupów towarów dokonywano głównie bezpośrednio u producentów i wytwórców krajowych (ok. 57%), rzadziej u hurtowników (nieco ponad 28%), odnotowano także nieznaczny wzrost udziału zakupów bezpośrednio z importu do prawie 14%.

Przedsiębiorstwa własności zagranicznej najczęściej dokonywały zakupów bezpośrednio u producentów i wytwórców krajowych (stanowiły one 50% ogólnej wartości), bądź bezpośrednio z importu (prawie 40%), rzadziej natomiast u hurtowników (ok. 9%).

W strukturze przychodów przedsiębiorstw hurtowych prawie 41% przychodów pochodziło ze sprzedaży do hurtu (wobec około 44% w poprzednim okresie), nieco ponad 27% pochodziło od handlowców detalicznych, a 20% od producentów krajowych (wobec 18% w roku poprzednim). Blisko 8% stanowiły bezpośrednie wpływy od konsumentów indywidualnych.

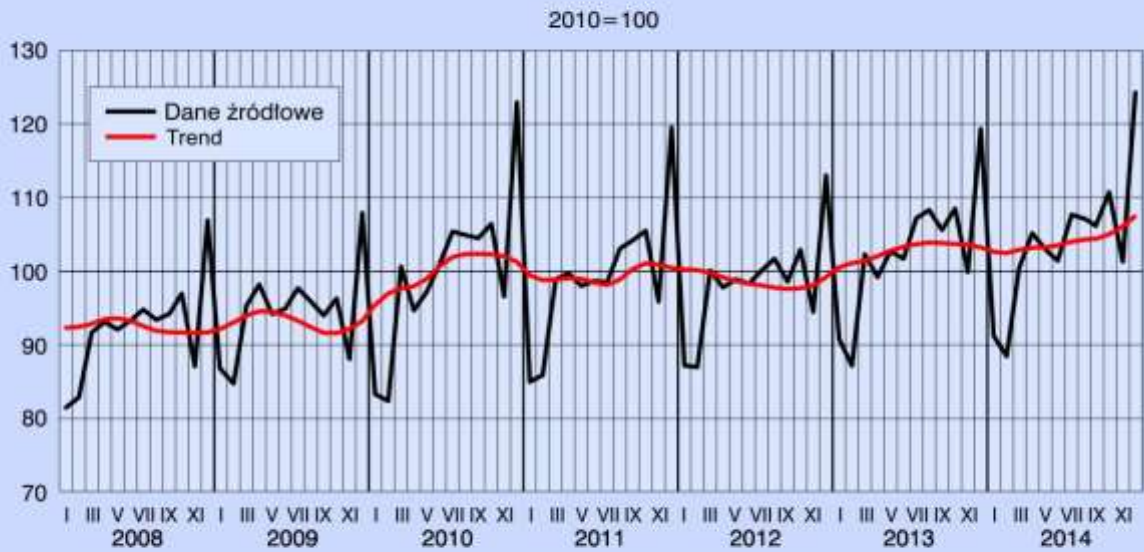
## Obroty przedsiębiorstw handlowych

W 2014 r. obroty w handlu detalicznym (w cenach stałych) były wyższe o 1,1% w porównaniu z rokiem poprzednim. Wzrosły obroty zarówno przedsiębiorstw sprzedających żywność, napoje, wyroby tytoniowe (o 2,4%) jak i jednostek sprzedających towary nieżywnościowe (o 0,6%). Znaczący wzrost (o 5,6%) zanotowały przedsiębiorstwa prowadzące handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi (wg PKD dział 45). Badane przedsiębiorstwa zajmujące się sprzedażą detaliczną paliw wykazały natomiast spadek obrotów o 4,0%.

---

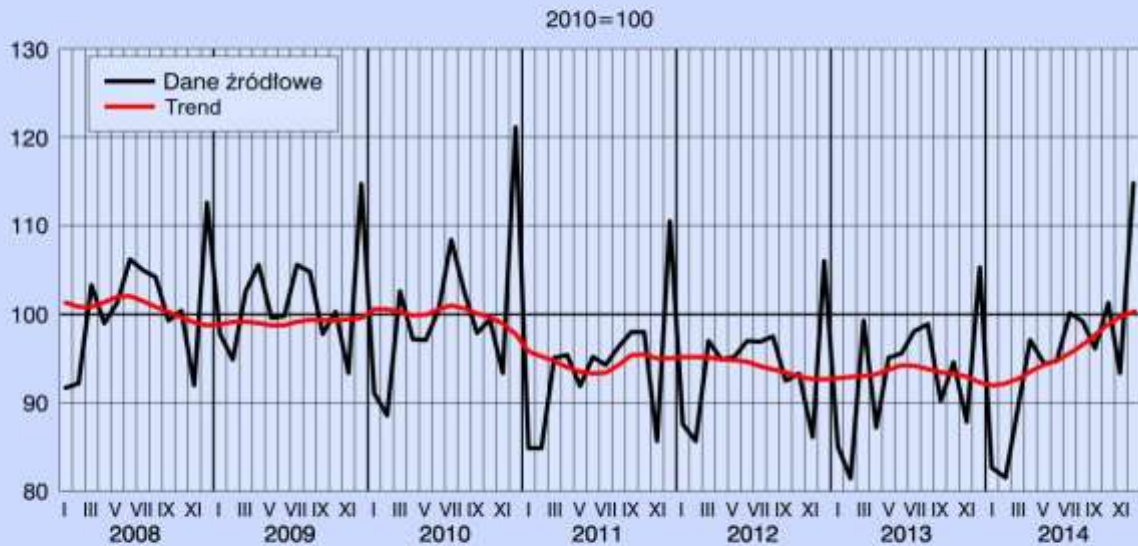
<sup>5</sup> Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

### Dynamika obrotów w cenach stałych w przedsiębiorstwach detalicznych<sup>a</sup>



<sup>a</sup> Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do działu 47.

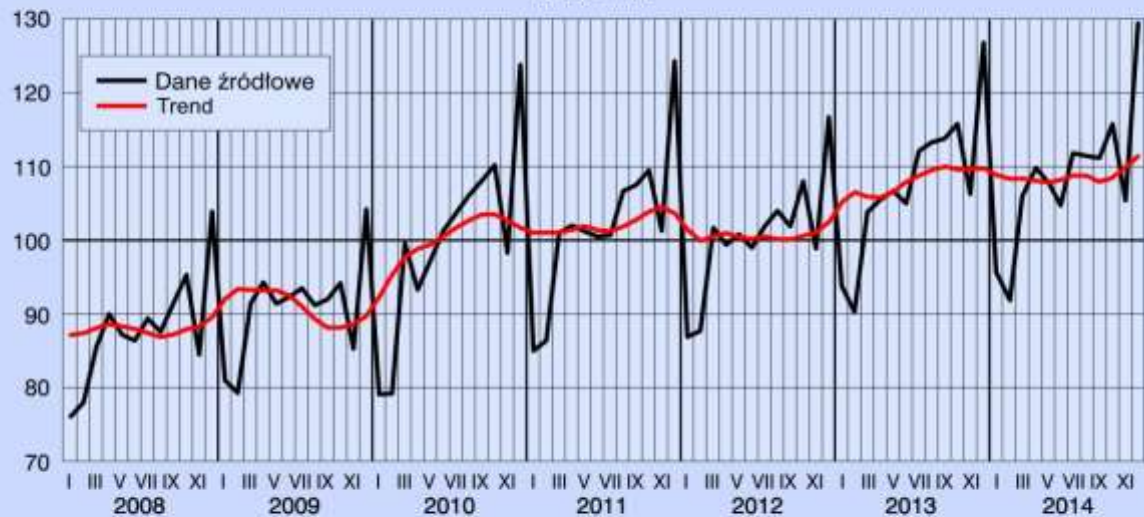
### Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw sprzedających żywność, napoje, wyroby tytoniowe<sup>a</sup>



<sup>a</sup> Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do klasy 47.11 i grupy 47.2.

### Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw sprzedających towary nieżywnościowe<sup>a</sup>

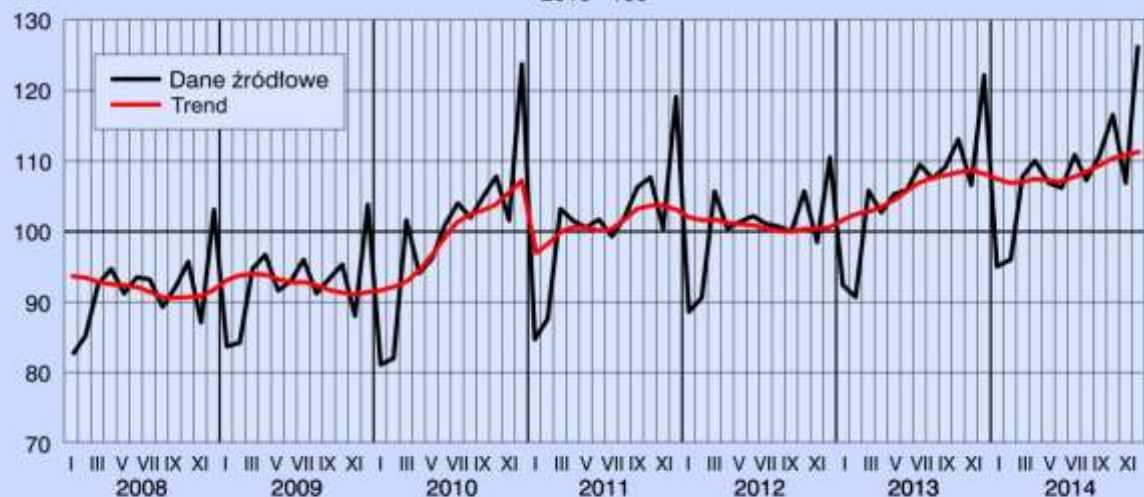
2010=100



a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do klasy 47.19, i grup: 47.3 – 47.9.

### Dynamika obrotów w cenach stałych w przedsiębiorstwach zaklasyfikowanych według PKD do działu 45 i 47<sup>a</sup>

2010=100

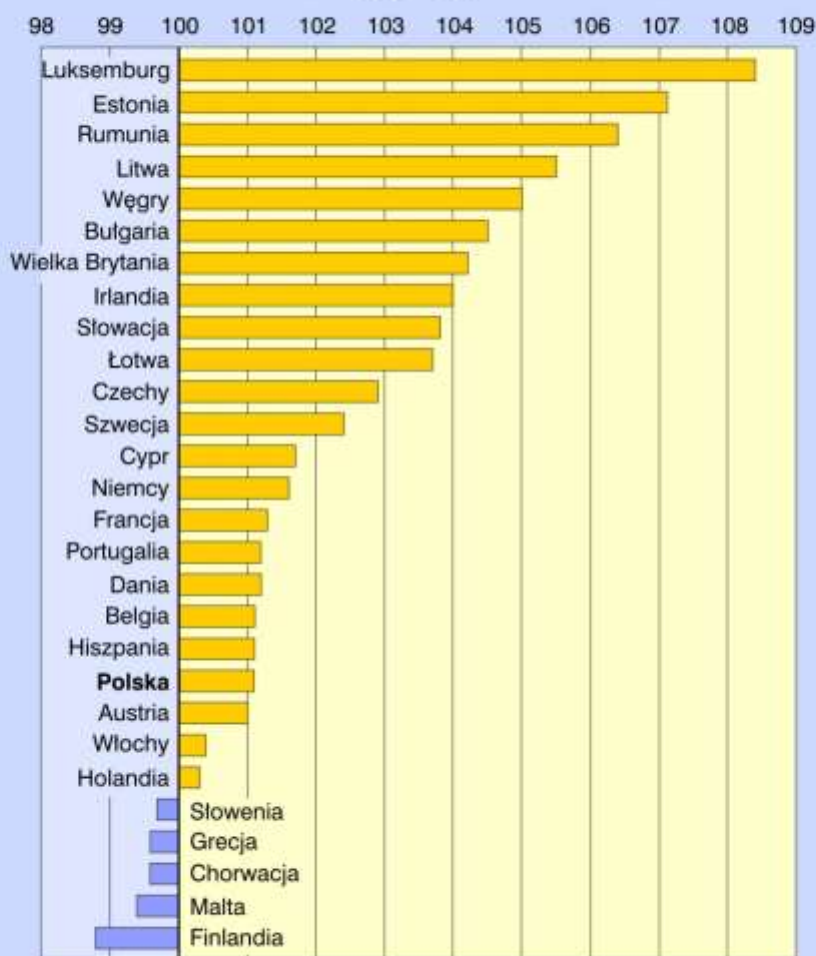


a Dział 45 – Handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi i naprawa pojazdów samochodowych.  
Dział 47 – handel detaliczny, z wyłączeniem handlu detalicznego pojazdami samochodowymi.

W 2014 r. obroty w handlu detalicznym krajów UE były wyższe w porównaniu z rokiem poprzednim o 1,9%. Największy wzrost obrotów zanotowano kolejny rok w Luksemburgu. Następne miejsca należały do Estonii, Rumunii i Litwy. Wśród krajów o największym znaczeniu dla europejskiej gospodarki wzrosły obroty w Wielkiej Brytanii (o 4,2%), w Niemczech (o 1,6%) i we Francji (o 1,3%). Spadek obrotów zanotowano w Finlandii, na Malcie, w Chorwacji, w Grecji oraz w Słowenii.

### Roczna dynamika obrotów w handlu detalicznym krajów UE w 2014 r. (ceny stałe)<sup>a</sup>

2013 = 100



<sup>a</sup> Dane wyrównane dniami roboczymi.

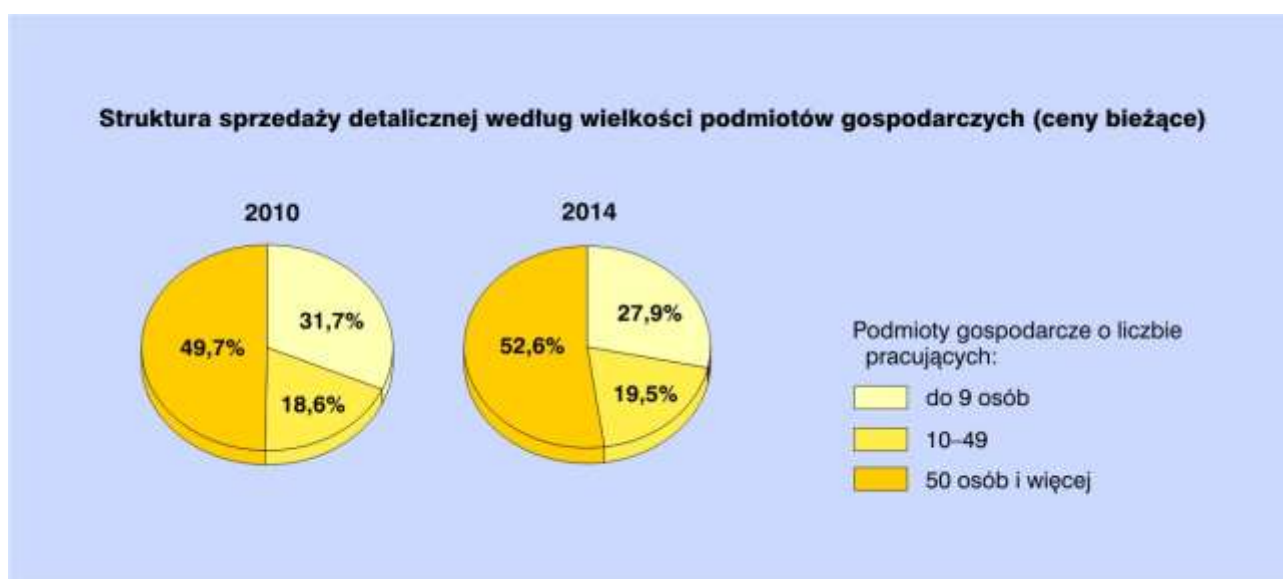
Źródło: Eurostat, dane krótkookresowe (wrzesień 2015 r.)

## Sprzedaż detaliczna

W 2014 r. sprzedaż detaliczna w cenach bieżących zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe wyniosła 704,8 mld zł i była o 2,8% wyższa niż przed rokiem. W punktach sprzedaży detalicznej wartość sprzedanych towarów wyniosła 677,1 mld zł (wzrost o 2,6%), z tego wartość żywności i napojów bezalkoholowych - 165,8 mld zł (spadek o 0,4%), napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych - 54,5 mld zł (spadek o 0,2%) i towarów nieżywnościowych - 456,7 mld zł (wzrost o 4,1%). W placówkach gastronomicznych sprzedaż detaliczna wyniosła 27,8 mld zł (wzrost o 8,2%).



Udział sprzedaży detalicznej zrealizowanej w 2014 r. przez podmioty gospodarcze o liczbie pracujących 50 i więcej osób stanowił 52,6%, przez podmioty o liczbie pracujących do 9 osób - 27,9%, zaś przez przedsiębiorstwa o liczbie pracujących 10-49 osób - 19,5%.



Sprzedaż w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 86,4% wartości ogółem sprzedaży detalicznej i jej udział był o 0,3 p. proc. niższy niż przed rokiem. Pozostała sprzedaż była realizowana przez przedsiębiorstwa, których podstawowym rodzajem działalności nie był handel, lecz np. produkcja czy gastronomia.

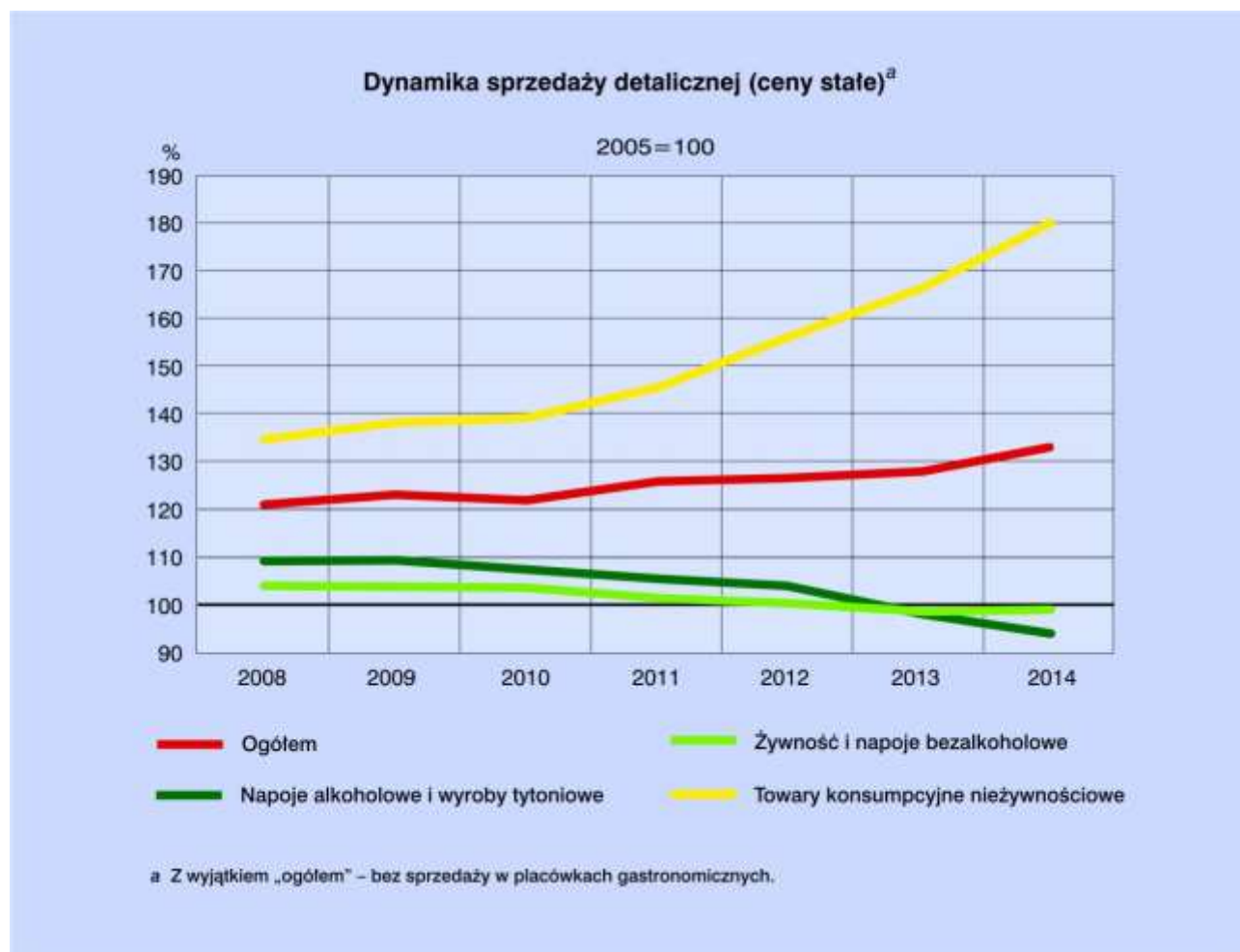
### Sprzedaż detaliczna w latach 2012 - 2014 (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2012	2013	2014
	w mln zł		
a – liczby bezwzględne			
b – analogiczny okres roku poprzedniego=100			
<b>Ogółem..... a</b>	<b>675992,6</b>	<b>685658,7</b>	<b>704841,5</b>
b	104,6	101,4	102,8
w tym przedsiębiorstwa handlowe ..... a	586190,9	594454,9	609103,4
b	104,3	101,4	102,5

### Sprzedaż detaliczna towarów według grup (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2012	2013	2014	
	w mln zł			2013=100
<b>Ogółem.....</b>	<b>675992,6</b>	<b>685658,7</b>	<b>704841,5</b>	<b>102,8</b>
żywność i napoje bezalkoholowe .....	185631,5	187541,1	189242,8	100,9
napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe .....	60755,1	59039,9	58646,7	99,3
towary nieżywnościowe (bez wyrobów tytoniowych).....	429606,0	439077,7	456951,9	104,1

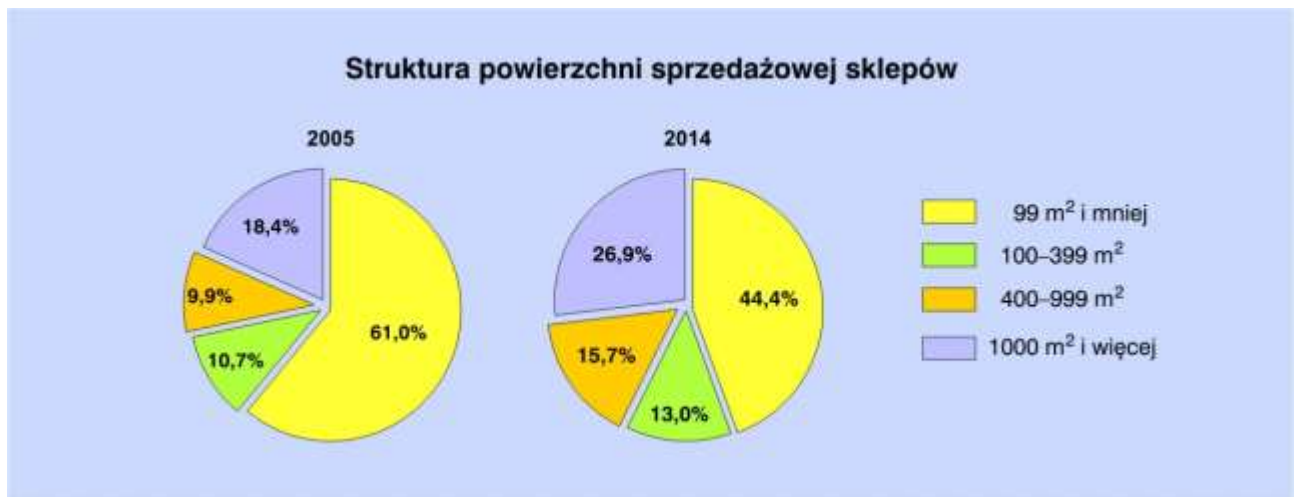
W 2014 r. sprzedaż detaliczna w cenach stałych zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe była o 3,9% wyższa niż przed rokiem (wobec wzrostu o 1,3% w 2013 r.). Większy od przeciętnego był wzrost sprzedaży towarów konsumpcyjnych nieżywnościowych (o 8,3%). Odnotowano również wzrost sprzedaży żywności i napojów bezalkoholowych (o 0,5%). W porównaniu z rokiem poprzednim zaobserwowano natomiast spadek sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych (o 3,8%) oraz towarów niekonsumpcyjnych (o 0,3%). Sprzedaż detaliczna towarów i wyrobów własnych w placówkach gastronomicznych była natomiast o 6,7% wyższa niż w 2013 r.



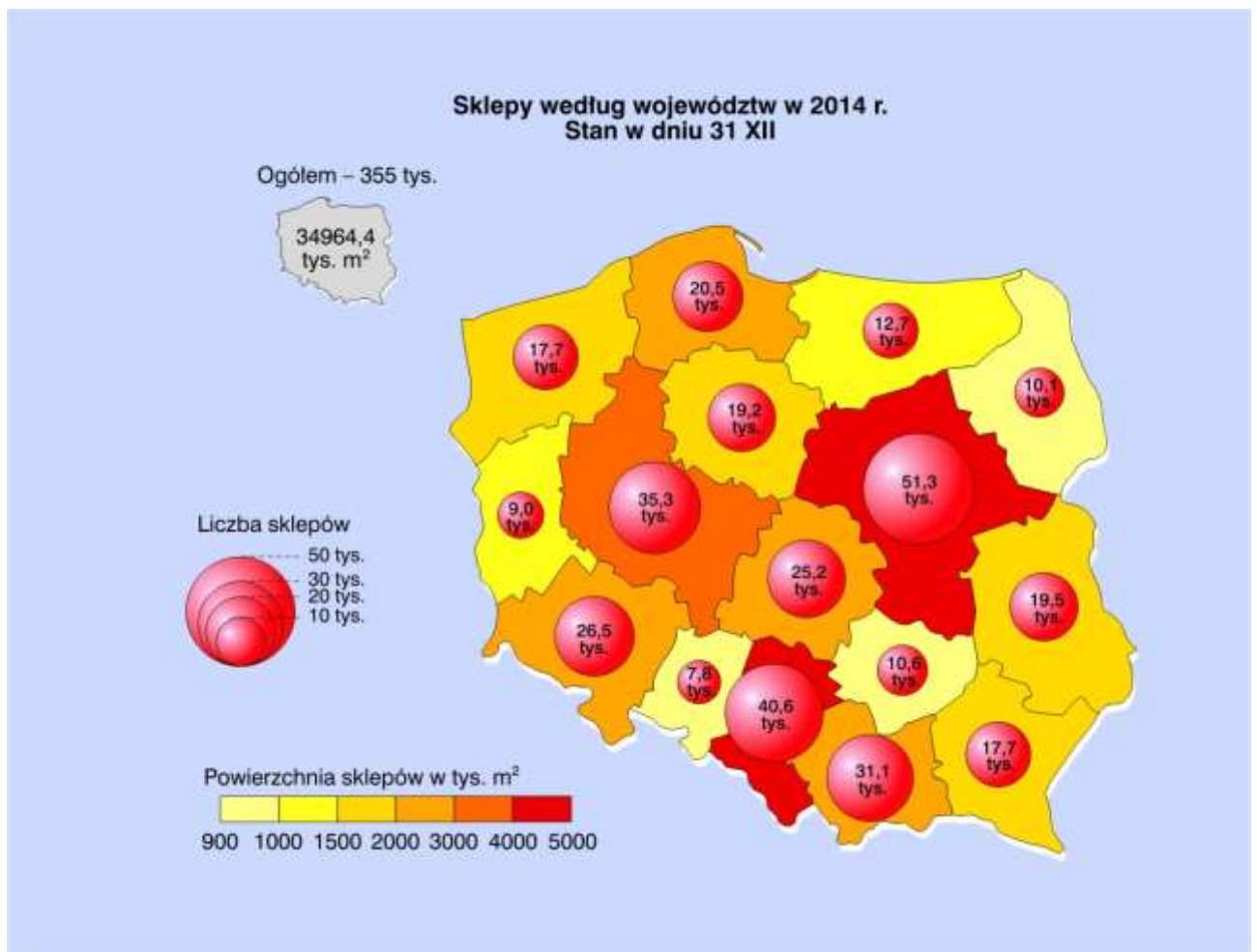
## Infrastruktura handlowa

Na koniec 2014 r. szacowana liczba sklepów w Polsce wyniosła prawie 355 tys. i była o 0,3% wyższa niż przed rokiem. Powierzchnia sprzedażowa sklepów również wzrosła (o 3,4%) i stanowiła wielkość ok. 34 964 tys. m<sup>2</sup>. Wzrost powierzchni zanotowano w sklepach we wszystkich prezentowanych przedziałach powierzchniowych. Największy przyrost powierzchni w m<sup>2</sup> zaobserwowano zarówno w sklepach o wielkości 99 m<sup>2</sup> i mniej (prawie o 690 tys. m<sup>2</sup>), jak i tych z przedziału 400-999 m<sup>2</sup> (o ok. 240 tys. m<sup>2</sup>). W obu tych przedziałach wzrost powierzchni wyniósł 4,6%.

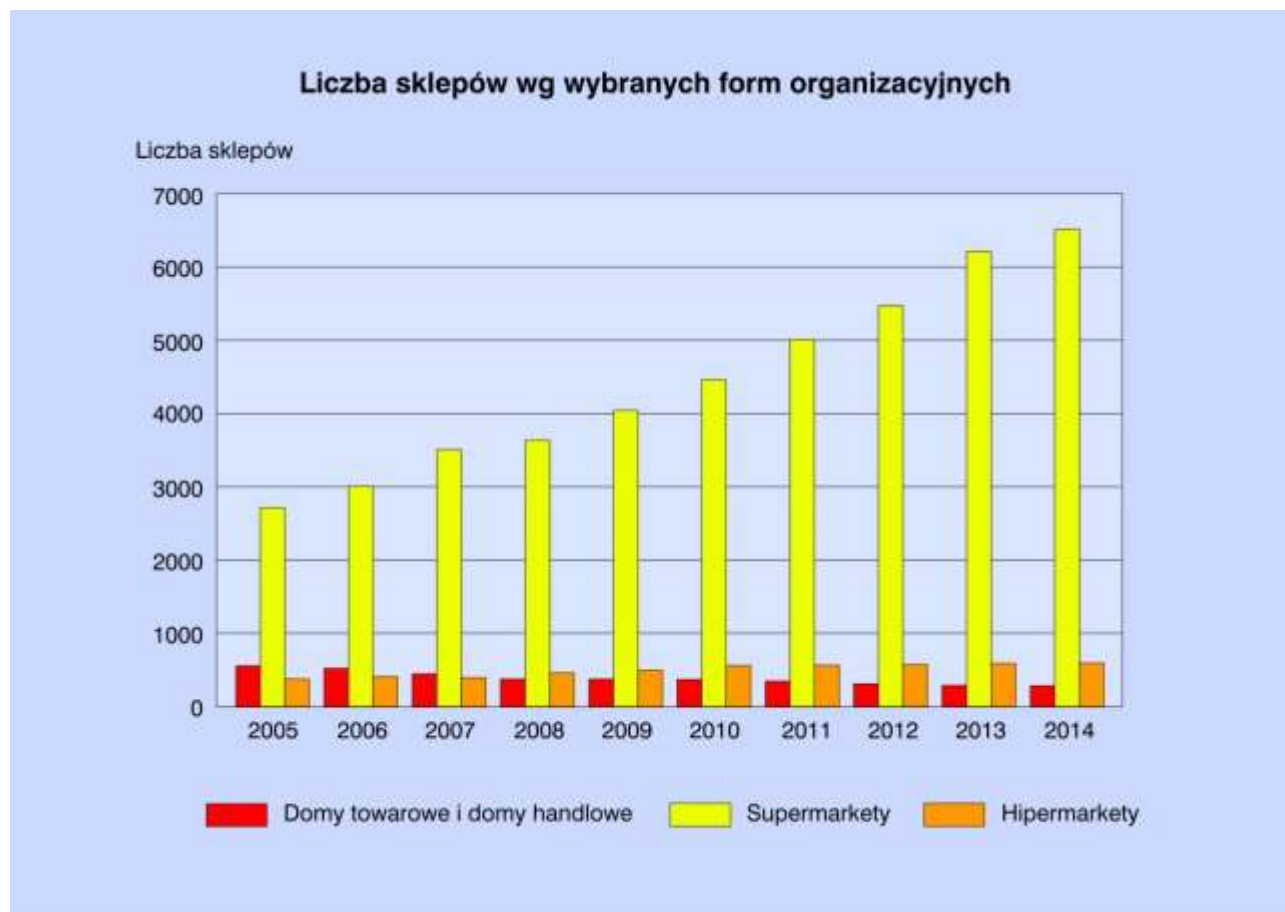




W układzie regionalnym najwyższy procentowy wzrost powierzchni sprzedażowej wśród najmniejszych sklepów miał miejsce w województwach: mazowieckim, wielkopolskim i dolnośląskim. Najwyższy wzrost powierzchni wśród sklepów z przedziału 400-999 m<sup>2</sup> odnotowano w województwach: pomorskim, warmińsko-mazurskim, lubelskim i łódzkim.

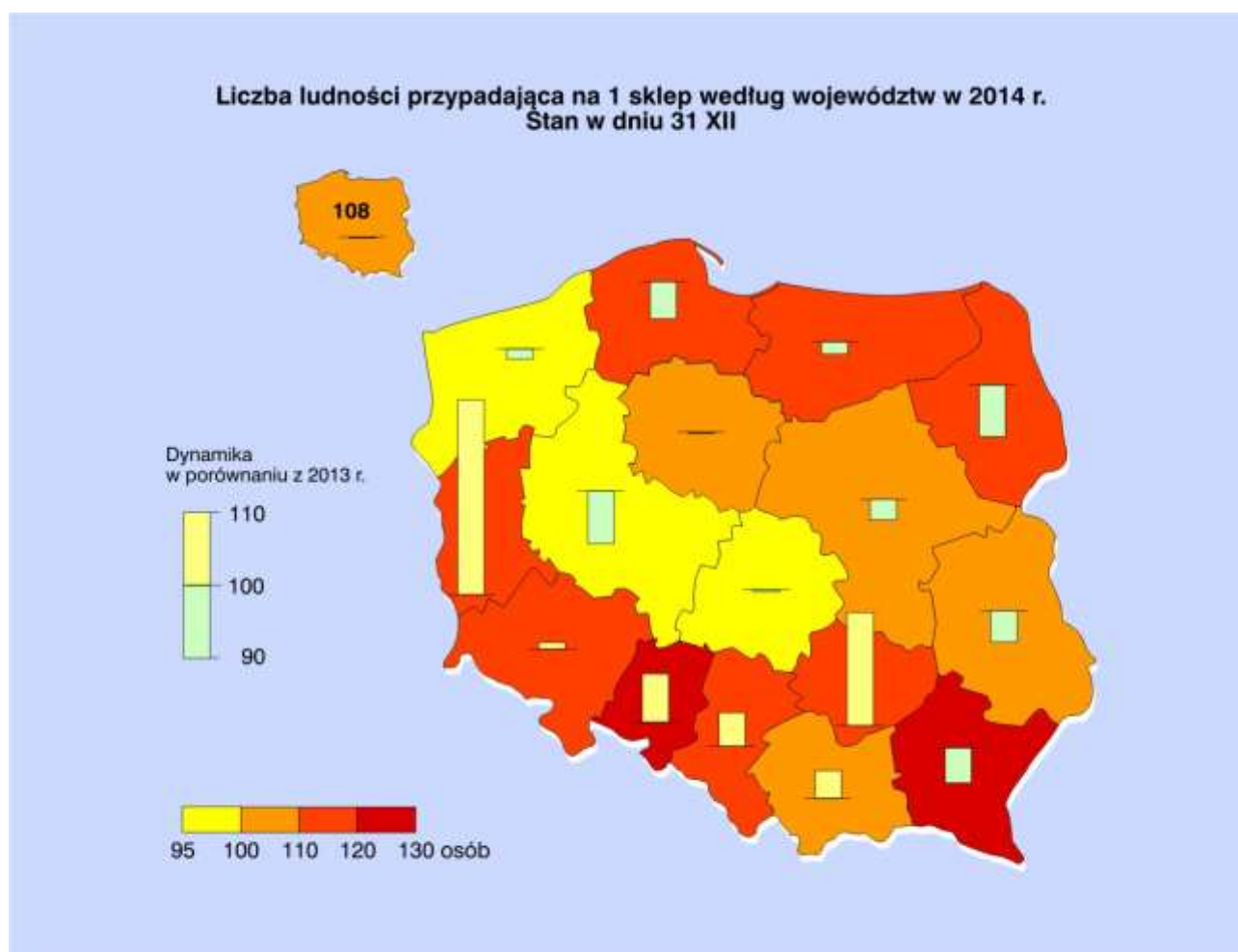


Wśród wielkopowierzchniowych obiektów handlowych największy wzrost liczby sklepów zaobserwowano w kategorii supermarketów (o 4,8%), jednak wzrost ten nie był już tak intensywny jak w ostatnich latach. W porównaniu z 2013 r. liczba hipermarketów wzrosła nieznacznie (o 0,2%).



W 2014 r. szacowany udział wartości sprzedaży realizowanej łącznie przez supermarkety i hipermarkety w sprzedaży detalicznej w sklepach i na stacjach paliw stanowił 24,2% i był o 0,6 p. proc. wyższy niż przed rokiem.

W 2014 r. na jeden sklep przypadało średnio 108 osób, podczas gdy w 2013 r. było to odpowiednio 109 osób.



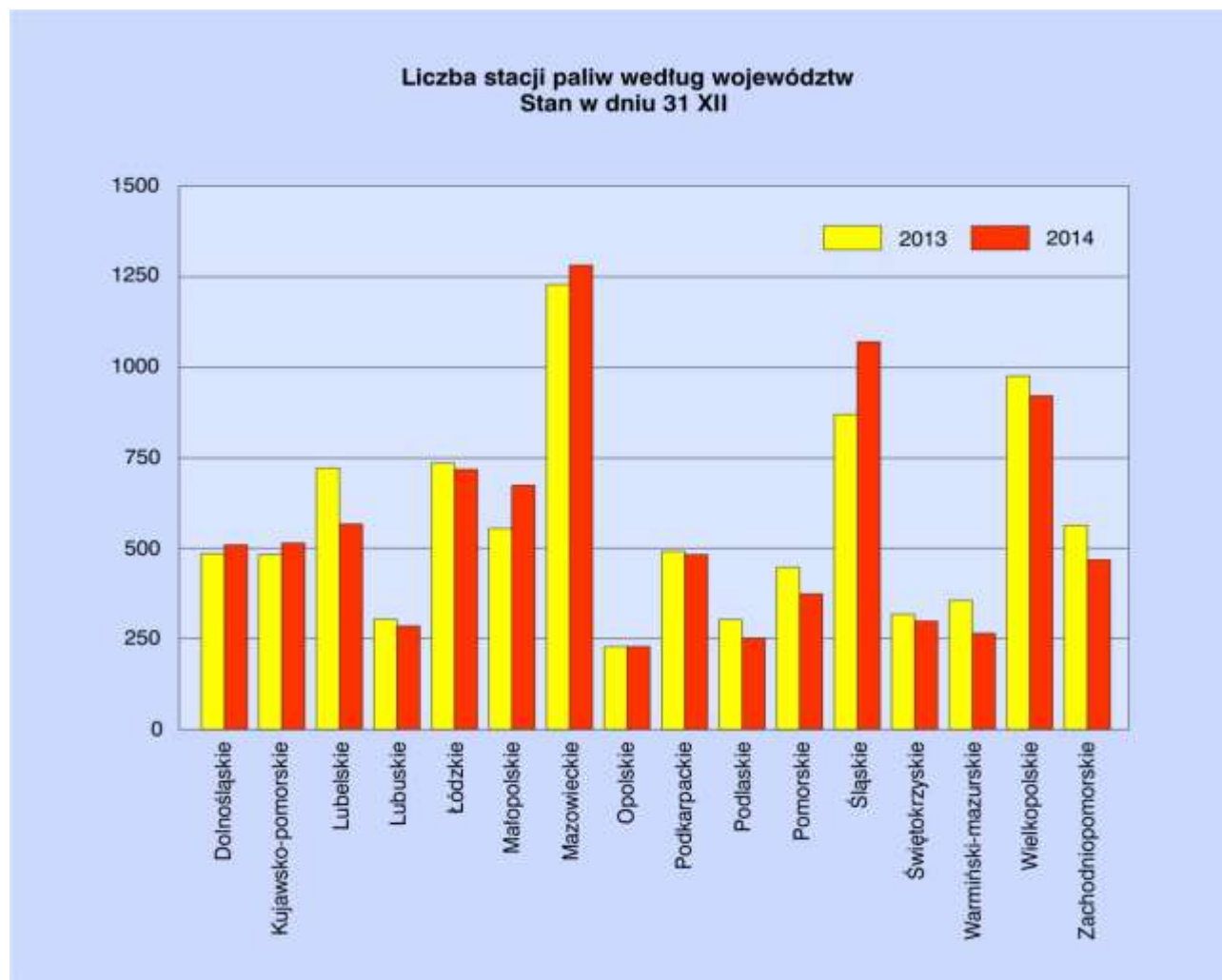
W grupie przedsiębiorstw, w których liczba pracujących wynosi powyżej 9 osób liczba sklepów należących do firm z kapitałem zagranicznym zwiększyła się w 2014 r. o 4,3%, a powierzchnia sprzedażowa o 0,8%. Średnia powierzchnia sklepów przedsiębiorstw zagranicznych wyniosła 635,6 m<sup>2</sup> (odpowiednio w sklepach przedsiębiorstw własności prywatnej krajowej – 177,5 m<sup>2</sup>). Natomiast udział powierzchni sklepów z kapitałem zagranicznym w powierzchni ogółem obniżył się o 0,7 p. proc. w porównaniu z rokiem poprzednim.

#### Liczba sklepów przedsiębiorstw z udziałem kapitału zagranicznego <sup>a</sup>

Wyszczególnienie	2013	2014
Liczba sklepów.....	14268	14881
udział w ogółem sklepach w % .....	4,0	4,2
powierzchnia sklepów w tys. m <sup>2</sup> .....	9384,3	9459,1
udział w powierzchni ogółem w % .....	27,8	27,1

<sup>a</sup> Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

Na koniec 2014 r. szacowana liczba stacji paliw wyniosła 8905 i była o 1,6% niższa niż w roku poprzednim. Największy spadek liczby stacji paliw zanotowano w województwach: lubelskim, zachodniopomorskim, warmińsko-mazurskim i pomorskim. Najwyższy wzrost zaobserwowano natomiast w województwie śląskim i małopolskim.



W 2014 r. w krajowej ewidencji prowadzonej przez gminne jednostki samorządowe widniało 2210 stałych targowisk (w tym 2114 targowisk z przewagą sprzedaży drobnodetalicznej), co stanowi wzrost o 0,1% w porównaniu z rokiem poprzednim. Znacznie mniejszą liczbę targowisk odnotowano w województwie opolskim (o 3,9%). Podobnie jak w latach poprzednich, 40% ogółu powierzchni targowisk w kraju znajdowało się na terenie trzech następujących województw: mazowieckiego, łódzkiego i wielkopolskiego.

Na obszarze targowisk dokonywano transakcji w ok. 100,3 tys. stałych punktach sprzedaży drobnodetalicznej, wśród których 59,2 tys. działało codziennie. Uzupełnieniem stałej sieci targowiskowej były targowiska sezonowe, których w 2014 r. odnotowano 6729, co stanowi wzrost o 4,2% wobec roku poprzedniego. Zarejestrowano także wyższe roczne wpływy z opłaty targowej o 2,7% w porównaniu z 2013r.

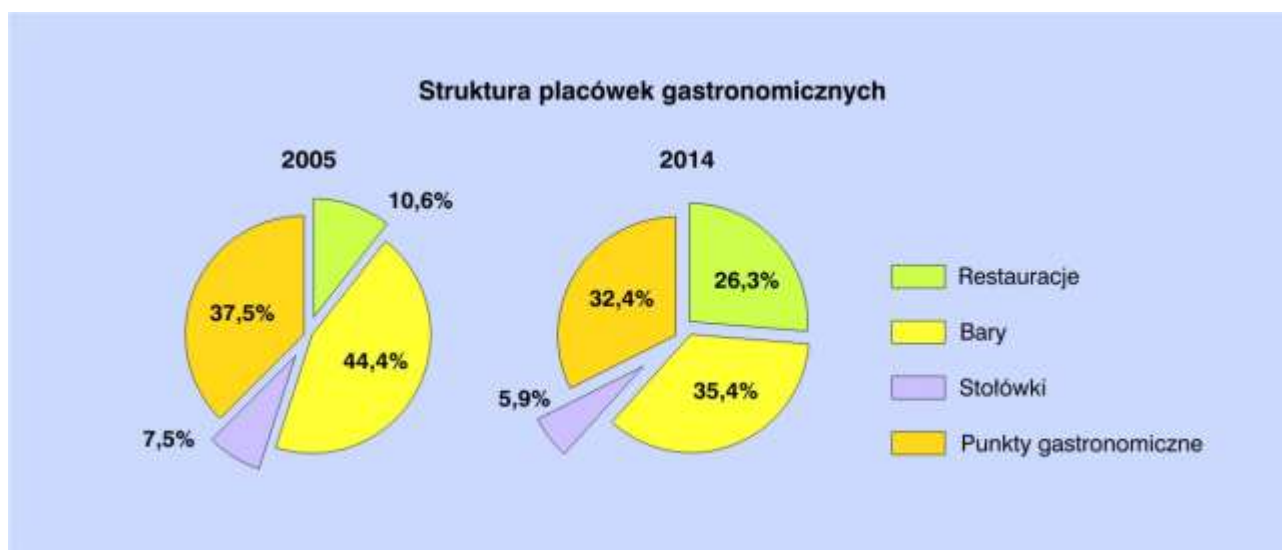
## Gastronomia

W 2014 r. liczbę placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych) w kraju szacowano na ponad 66,3 tys., z czego 35,4% stanowiły bary, 32,4% - punkty gastronomiczne, 26,3% - restauracje i stołówki – 5,9%. Ogólna liczba placówek gastronomicznych w 2014 r. zmniejszyła się o 0,9% w porównaniu z 2013 r., spadek odnotowano we wszystkich rodzajach placówek poza restauracjami, których liczba wzrosła o 7,5%.

Sektor prywatny w gastronomii obejmował 98,4% wszystkich placówek gastronomicznych, (wzrost do roku ubiegłego o 0,2 p. proc.), w tym: 99,3% restauracji, 99,0% barów, 98,7% punktów gastronomicznych i 89,8% stołówek.

### Placówki gastronomiczne

Wyszczególnienie	2012	2013	2014	
	Liczba			2013=100
<b>Ogółem .....</b>	<b>68787</b>	<b>66966</b>	<b>66345</b>	<b>99,1</b>
restauracje .....	16478	16202	17414	107,5
bary .....	25885	24931	23514	94,3
stołówki .....	4304	4072	3924	96,4
punkty gastronomiczne .....	22120	21761	21493	98,8



W 2014 r. przychody ogółem z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły prawie 28,3 mld zł i w porównaniu z rokiem poprzednim wzrosły o 8,0% (w cenach stałych były wyższe o ok. 6,5%). Z sektora prywatnego pochodziło 98,7% tej wartości, udział sektora publicznego zmniejszył się do 1,3% (spadek o 0,2 p. proc. w porównaniu z 2013 r.).

Z produkcji gastronomicznej pochodziło 78,1% wartości przychodów ogółem, 20,2% - ze sprzedaży towarów handlowych (w tym 14,6% - ze sprzedaży alkoholu i wyrobów tytoniowych) a 1,7% - z pozostałej działalności. Wzrost przychodów zaobserwowano w zakresie produkcji gastronomicznej (o 12,3%), natomiast w innych rodzajach działalności gastronomicznej zanotowano spadek przychodów w porównaniu z 2013 r., największy w przychodach ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych (o 6,4%).

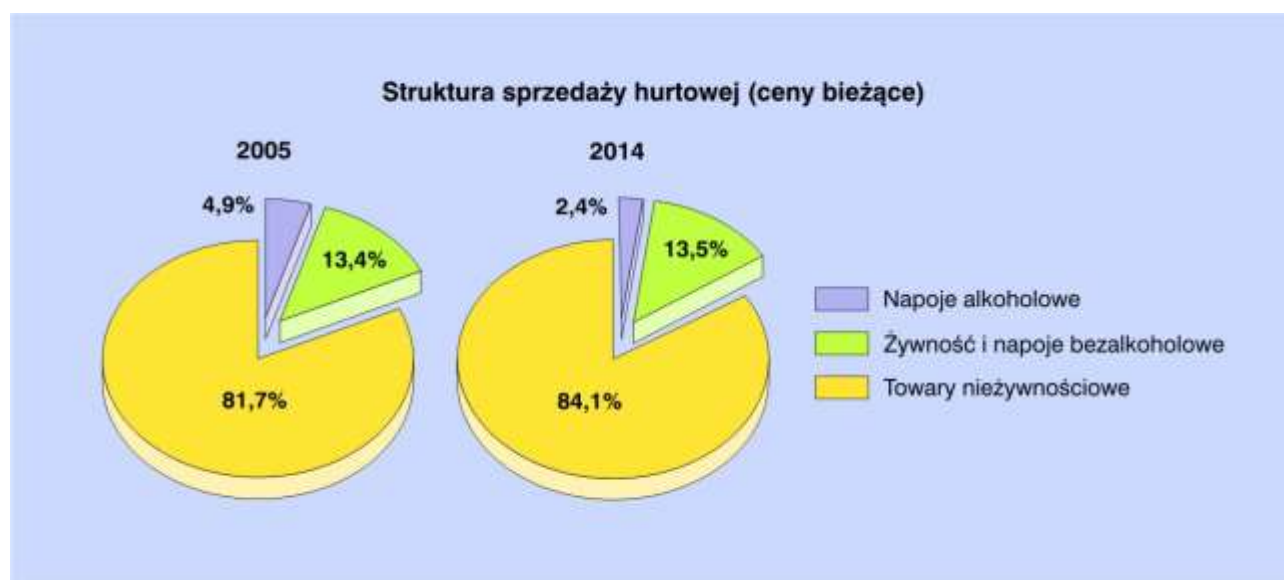
### Przychody z działalności gastronomicznej w latach 2012-2014 (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2012	2013	2014	
	w mln zł			2013=100
<b>Przychody ogółem.....</b>	<b>24868,3</b>	<b>26174,2</b>	<b>28272,8</b>	<b>108,0</b>
ze sprzedaży towarów .....	6499,1	6033,1	5711,0	94,7
w tym ze sprzedaży napojów				
alkoholowych i wyrobów tytoniowych ....	4601,5	4402,5	4118,6	93,6
z produkcji gastronomicznej .....	17788,1	19643,7	22067,9	112,3
z pozostałej działalności .....	581,1	497,3	493,9	99,3

### Sprzedaż hurtowa

Szacuje się, że wartość sprzedaży hurtowej w 2014 r. w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 1 018,3 mld zł i była o 0,8% wyższa niż przed rokiem. Zanotowano wzrost we wszystkich grupach sprzedaży hurtowej. Powyższe zmiany w niewielkim stopniu wpłynęły na strukturę sprzedaży hurtowej, w której udział napojów alkoholowych pozostał na niezmiennym poziomie, udział żywności i napojów bezalkoholowych wzrósł o 0,2 p .proc., natomiast udział towarów nieżywnościowych spadł o 0,2 p. proc.

Sprzedaż hurtowa realizowana przez przedsiębiorstwa z liczbą pracujących 50 osób i więcej stanowiła podobnie jak w roku poprzednim 47,1%.



### Sprzedaż hurtowa w latach 2012 - 2014 (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2012	2013	2014
	w mln zł		
a – liczby bezwzględne			
b – analogiczny okres roku poprzedniego=100			
<b>Ogółem..... a</b>	<b>980452,1</b>	<b>1010623,7</b>	<b>1018250,2</b>
b	103,6	103,1	100,8
w tym przedsiębiorstwa o liczbie pracujących			
50 osób i więcej..... a	466589,9	476415,8	479952,3
b	103,2	102,1	100,7

### Sprzedaż hurtowa według grup (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2012	2013	2014	
	w mln zł			2013=100
<b>Ogółem.....</b>	<b>980452,1</b>	<b>1010623,7</b>	<b>1018250,2</b>	<b>100,8</b>
żywność.....	121349,8	134828,7	136898,5	101,5
napoje alkoholowe.....	24784,8	24051,2	24550,9	102,1
towary nieżywnościowe.....	834317,5	851743,8	856800,8	100,6

## Zaopatrzenie rynku

W 2014 r. w magazynach producentów<sup>6</sup> średnie zapasy większości badanych artykułów były wyższe niż w poprzednim roku.

W grupie artykułów żywnościowych odnotowano znaczny wzrost zapasów masła i pozostałych tłuszczów do smarowania; konserw i prezerw z ryb oraz mleka i śmietany w postaci stałej. Wzrosły też zapasy m.in. mięsa wieprzowego; makaronu; piwa otrzymanego ze słodu; warzyw mrożonych; win i miodów pitnych; serów i twarogów.

Spadły zapasy m.in. kasz i gryników; wódek, likierów, innych napojów alkoholowych; mąki żytniej; maki pszennej; konserw mięsnych, podrobowych i tłuszczowych; soków i napojów owocowo-warzywnych oraz cukierków.

Wśród artykułów nieżywnościowych znacznie większe niż przed rokiem były zapasy odbiorników radiowych; papierosów z tytoniu lub mieszanek tytoniu z jego namiastkami; pralek automatycznych; obuwia z wierzchami wykonanymi z tkanin; dywanów, chodników i wykładzin włókienniczych oraz mydła, produktów organicznych powierzchniowo czynnych i preparatów używanych jako mydło.

Zmalały zapasy: odbiorników telewizyjnych; chłodziarek i zamrażarek oraz bielizny osobistej z tkanin.

W 2014 r. **dostawy**<sup>7</sup> większości badanych artykułów konsumpcyjnych żywnościowych oraz nieżywnościowych były wyższe niż w poprzednim roku. Wzrost dostaw związany był z wyższą produkcją i dużym importem.

Znacznie większą produkcję zanotowano dla następujących produktów i wyrobów: odbiorniki radiowe; mleko i śmietana w postaci stałej; cukierki; kuchnie elektryczne, gazowe i mieszane; wędliny (bez drobiowych); dywany, chodniki i wykładziny włókiennicze; wody mineralne; rowery; okrycia i ubiory z tkanin; młynki i miksery spożywcze, sokowirówki, z własnym silnikiem elektrycznym. Wysoki udział importu i jednocześnie duży jego wzrost w porównaniu z rokiem poprzednim odnotowano dla okryć i ubiorów z dzianin; młynków i mikserów spożywczych, sokowirówek; chłodziarek i zamrażarek typu domowego; bielizny osobistej z tkanin oraz okryć i ubiorów z tkanin.

Wśród badanych **artykułów żywnościowych** znacznie wyższe niż przed rokiem były dostawy m.in. cukierków; mleka i śmietany w postaci stałej; mięsa wołowego; wędlin (bez drobiowych); wody mineralnej. Niższe zaś były dostawy kawy; wódek, likierów, innych napojów alkoholowych; serów przetworzonych; dżemów owocowych, a także wyrobów czekoladowanych.

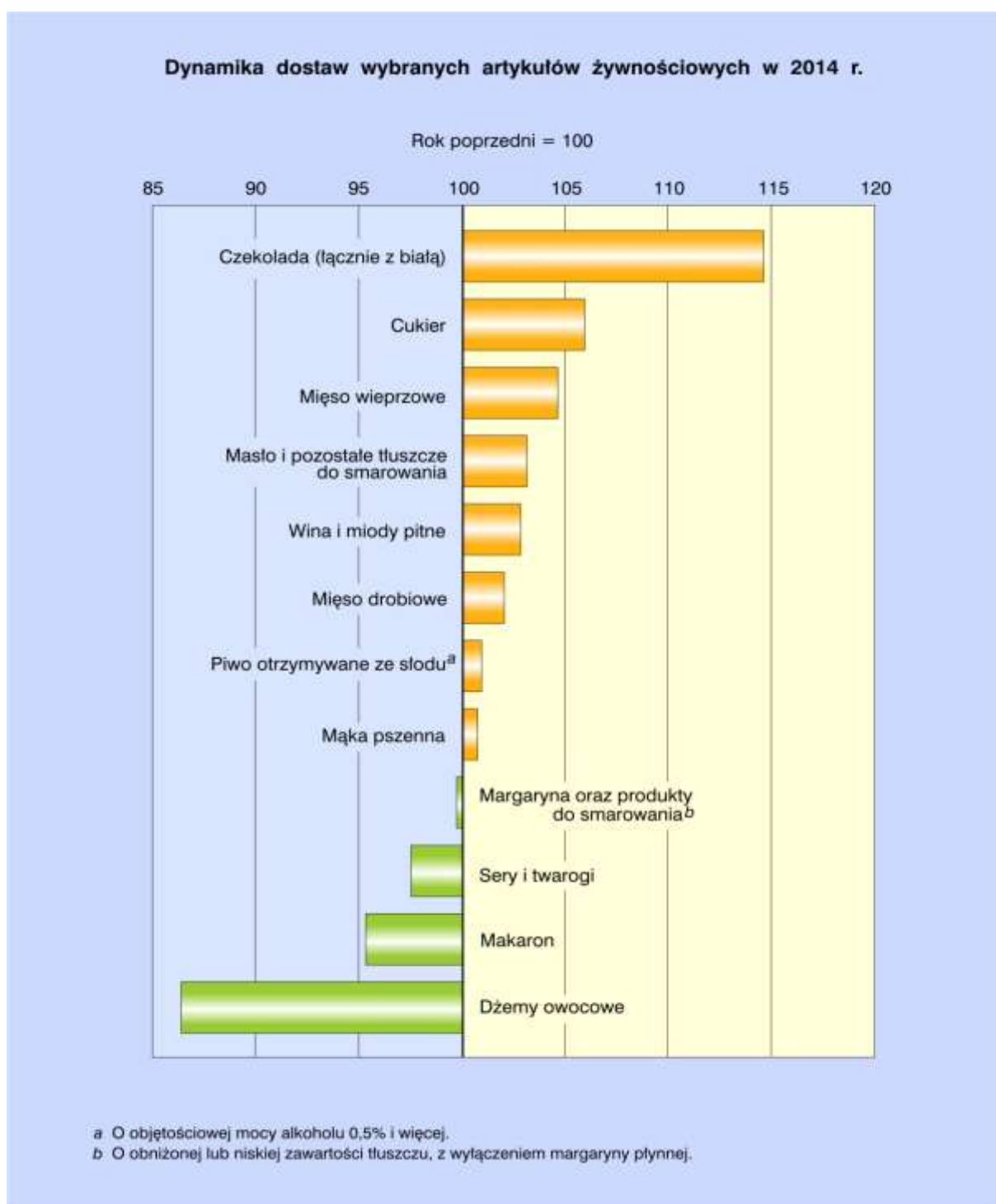
<sup>6</sup> W przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 49 osób

<sup>7</sup> Ilość wytworzonych w kraju wyrobów (dane dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 9 osób) pomniejszona o ich eksport i powiększona o import, skorygowana o saldo zmian stanu zapasów u producentów o liczbie pracujących powyżej 49 osób.



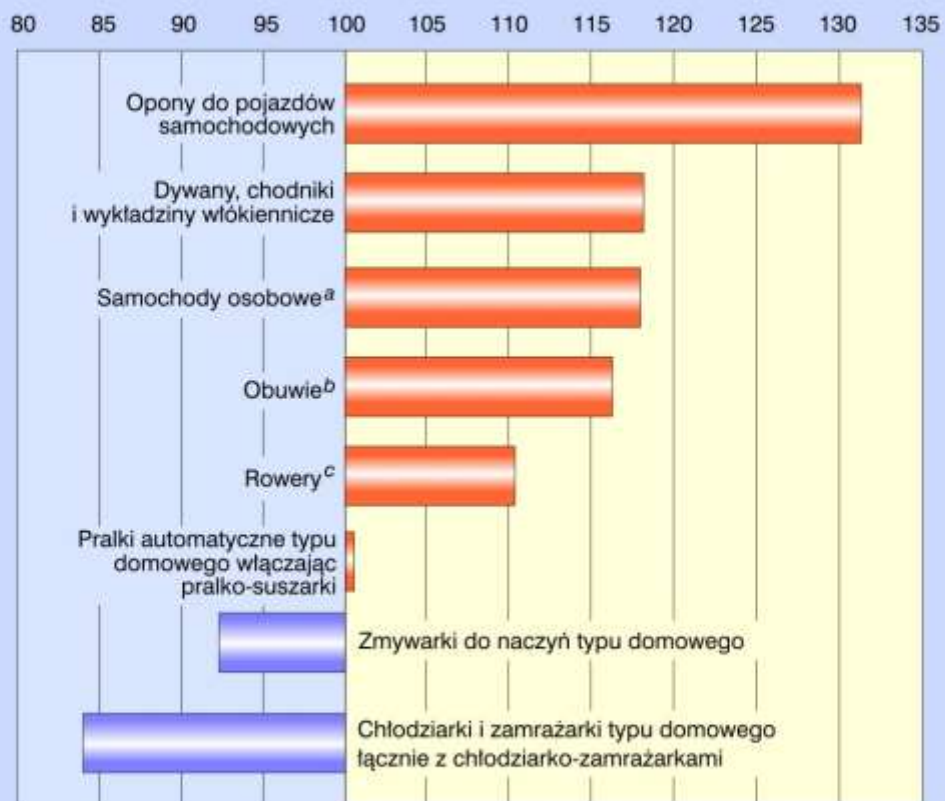
W grupie badanych **artykułów nieżywnościowych**, znacząco wyższe niż w 2013 r. były dostawy m.in. okryć z dzianin; odbiorników telewizyjnych; kuchni elektrycznych, gazowych i mieszanych; młynków i mikserów spożywczych, sokowirówek; opon do pojazdów samochodowych osobowych, okryć i ubiorów z tkanin, dywanów, chodników i wykładzin włókienniczych; samochodów osobowych; odbiorników radiowych; obuwia oraz bielizny osobistej z tkanin.

Znacznie niższe niż w 2013 r. były dostawy papierosów z tytoniu lub mieszanek tytoniu z jego namiastkami; chłodziarek i zamrażarek typu domowego; a także mydła, produktów organicznych powierzchniowo czynnych i preparatów używanych jako mydło.



### Dynamika dostaw wybranych artykułów nieżywnościowych w 2014 r.

Rok poprzedni = 100



- a Bez samochodów kempingowych, pojazdów śniegowych, do golfa i podobnych.  
 b Łącznie z gumowym.  
 c Łącznie z dziecięcymi.