



GŁÓWNY URZĄD STATYSTYCZNY

**RYNEK WEWNĘTRZNY
W 2016 R.**

**Informacje
i opracowania
statystyczne**

Warszawa 2017

Opracowanie publikacji

**Główny Urząd Statystyczny
Departament Handlu i Usług**

zespół

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

pod kierownictwem

Ewy Adach-Stankiewicz
Dyrektora Departamentu

Graficzne wykonanie wykresów

Zakład Wydawnictw Statystycznych
Halina Szrantowicz

Przy publikowaniu danych GUS – prosimy o podanie źródła

Publikacja dostępna na <http://www.stat.gov.pl>

SPIS TREŚCI		Strona
	Przedmowa	4
	Wykaz skrótów	5
I	UWAGI METODYCZNE.....	6
	1. Źródła i zakres danych.....	6
	2. Objąsnienia podstawowych pojęć.....	11
II	KOMENTARZ ANALITYCZNY	18
	1. Działalność usługowa w Polsce i w krajach UE.....	18
	2. Handel wewnętrzny	22
	Przepływ towarów handlowych.....	23
	Obroty przedsiębiorstw handlowych	24
	Sprzedaż detaliczna.....	26
	Infrastruktura handlowa	30
	Sprzedaż hurtowa.....	36
	Gastronomia.....	37
	Zaopatrzenie rynku	41
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. Opracowanie prezentuje wyniki badań dotyczące 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.

Zgodnie z zapotrzebowaniem zgłaszanym przez odbiorców danych opracowanie zostało wzbogacone o bardziej szczegółowe informacje dotyczące wielkości sieci handlowych i gastronomicznych oraz ich infrastruktury w przekrojach regionalnych. Ze względu na dynamiczny rozwój segmentu usług informacje na ich temat przedstawione zostały w odrębnym opracowaniu na stronie GUS (<http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ceny-handel/handel/uslugi-biznesowe,16,2.html>).

Oddając do Państwa rąk “Rynek wewnętrzny w 2016 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:

- 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:

SEKCJA „G”	HANDEL HURTOWY I DETALICZNY; NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH, WŁĄCZAJĄC MOTOCYKLE
DZIAŁ 45	HANDEL HURTOWY I DETALICZNY POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI; NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH
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
DZIAŁ 46	HANDEL HURTOWY, Z WYŁĄCZENIEM HANDLU POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI
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
DZIAŁ 47	HANDEL DETALICZNY, Z WYŁĄCZENIEM HANDLU DETALICZNEGO POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI
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:

skrót	pełna nazwa
sekcje	
Handel; naprawa pojazdów samochodowych	Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle
Zakwaterowanie i gastronomia	Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi
działy	
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

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.

PKD	Rodzaj działalności
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^a:

Wyszczególnienie	Jednostki produkcyjne (niehandlowe)	Sekcja G		Sekcja I
		Jednostki handlowe		Jednostki gastronomiczne
		hurtowe	detaliczne	
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 niewymienione 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 DNAMI 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 ŻYWNOSCI - 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 NIEŻYWNOSCIOWYCH - 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 wydzierżawiona 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 m² 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 m² do 1999 m², prowadzące sprzedaż towarów o podobnym asortymencie jak w domach towarowych,
- **supermarkety** są to sklepy o powierzchni sprzedażowej od 400 m² do 2499 m² 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 m² prowadzące sprzedaż głównie w systemie samoobsługowym, oferujące szeroki asortyment artykułów żywnościowych i nieżywnościowych częstego zakupu, zwykle z parkingiem samochodowym,
- **powszechnie** są to sklepy o powierzchni sal sprzedażowych od 120 m² do 399 m² prowadzące sprzedaż głównie towarów żywnościowych codziennego użytku oraz dodatkowo często nabywanych towarów nieżywnościowych,
- **wyspecjalizowane** są to sklepy prowadzące sprzedaż szerokiego asortymentu artykułów do kompleksowego zaspokajania określonych potrzeb np. ubioru, wyposażenia mieszkań, sklepy motoryzacyjne, meblowe, sportowe, zielarskie itp.,
- **stacje paliw** - punkty sprzedaży detalicznej paliw, benzyny, oleju napędowego, płynów chłodzących, środków czyszczących itp.

Powierzchnia sprzedażowa sklepu - część lokalu sklepowego, na której odbywa się sprzedaż towarów (tzn. część przeznaczona do eksponowania towarów i obsługi nabywców, bez tzw. zaplecza) mierzona w m².

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 HANDLOWE¹ - 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 m²) 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 m³): zbiorników przeznaczonych do magazynowania towarów płynnych, półpłynnych, gazowych; silosów (elewatorów) do magazynowania towarów sypkich, sproszkowanych, drobnoziarnistych, itp.

¹ Badanie prowadzone jest w cyklu trzyletnim.

Magazyny hurtu – podstawowe jednostki handlu hurtowego; mogą to być wolnostojące budynki (tzw. magazyny zamknięte), pomieszczenia zadaszane (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 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: jadłodajnie, 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, pijalnie, 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 gorzelnii, 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:

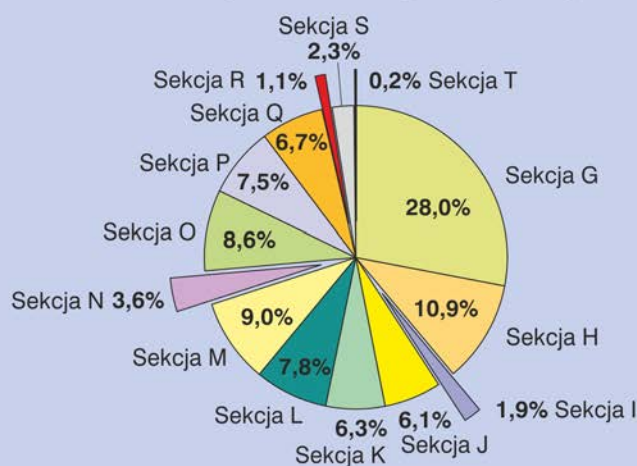
1. Liczby względne (wskaźniki, odsetki) obliczono z reguły na podstawie danych bezwzględnych wyrażonych z większą dokładnością niż podano w tablicach.
2. Zamieszczone w publikacji dane zostały zebrane zgodnie z :
 - a/ Polską Klasyfikacją Działalności PKD 2007 wprowadzoną z dniem 01.01.2008 r. rozporządzeniem 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 4% próbie tych jednostek (sprawozdanie SP-3).

II. KOMENTARZ ANALITYCZNY

1. Działalność usługowa w Polsce i w krajach UE

W 2016 r. w Polsce według wstępnych danych wartość dodana brutto wytworzona przez podmioty prowadzące działalności o charakterze usługowym stanowiła 64,2% wartości dodanej brutto całej gospodarki narodowej. Jednocześnie w jednostkach tych pracę znalazło 58,3% ogółu pracujących. Działalnością dominującą wśród podmiotów usługowych pod względem wartości dodanej była działalność handlowa, której udział stanowił 28,0% wartości dodanej wytworzonej przez wszystkie jednostki prowadzące działalności o charakterze usługowym (wzrost w porównaniu z rokiem poprzednim o 0,2 p. proc.). Udział drugiej pod względem wielkości wartości dodanej działalności - transport i gospodarka magazynowa (wg PKD sekcja H) ukształtował się na poziomie 10,9% (wzrost o 0,8 p. proc.), natomiast udział działalności profesjonalnej, naukowej i technicznej (wg PKD sekcja M) wyniósł 9,0% (spadek o 0,2 p. proc.). W porównaniu z poprzednim rokiem w największym stopniu (po 0,3 p. proc.) zmniejszył się udział działalności związanej z informacją i komunikacją (wg PKD sekcja J) oraz z opieką zdrowotną i pomocą społeczną (wg PKD sekcja Q).

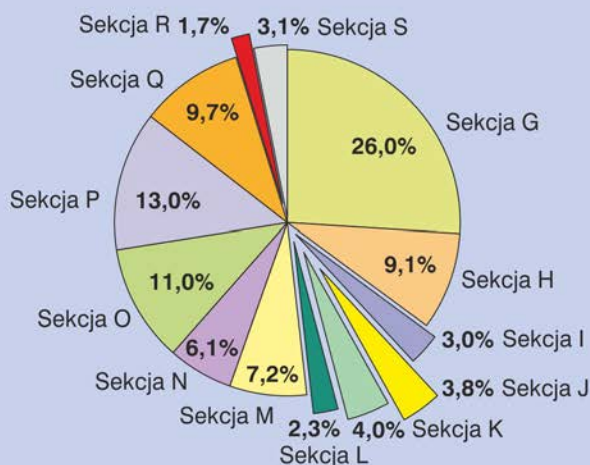
Struktura wartości dodanej brutto w usługach wg sekcji PKD w 2016 r.



Patrz Uwagi Metodyczne str. 7.

W końcu 2016 r. najwięcej osób (26,0% ogółu pracujących w podmiotach usługowych) pracowało w przedsiębiorstwach zaliczanych do sekcji „Handel i naprawa pojazdów samochodowych” (wg PKD sekcja G). Drugie miejsce ze względu na liczbę pracujących przypadło działalności edukacyjnej (wg PKD sekcja P) – 13,0%, a kolejne sekcji „Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne” (wg PKD sekcja O) – 11,0%.

Struktura pracujących w usługach wg sekcji PKD w 2016 r.



Patrz Uwagi Metodyczne str. 7.

W 2016 r. działalnością dominującą wśród jednostek usługowych pod względem przeciętnego zatrudnienia była również działalność handlowa, w której zatrudnionych było 1 653,8 tys. osób (wzrost w porównaniu z 2015 r. o 3,6%). Drugą pozycję zajęła działalność edukacyjna (wg PKD sekcja P) z przeciętnym zatrudnieniem 1 056,3 tys. osób (wzrost o 0,9% w porównaniu z rokiem poprzednim). Najwyższy procentowy wzrost przeciętnego zatrudnienia wśród działalności usługowych odnotowano w sekcji N „Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca” – o 8,3%, natomiast spadek został wykazany tylko w działalności finansowej i ubezpieczeniowej (wg PKD sekcja K) – o 1,7%. Najniższe przeciętne zatrudnienie na poziomie 122,6 tys. osób odnotowano w sekcji R „Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją”, pomimo iż w porównaniu z 2015 r. wzrosło ono o 1,4%.

Najwyższe przeciętne wynagrodzenie brutto w 2016 r. odnotowano w sekcji „Informacja i komunikacja” (wg PKD sekcja J) – 7 061 zł, „Działalność finansowa i ubezpieczenia” (wg PKD sekcja K) – 6 741 zł, oraz „Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne” (wg PKD sekcja O) – 5 050 zł. Z kolei najniższe przeciętne wynagrodzenie brutto na poziomie 2 594 zł odnotowano w podmiotach zaliczanych do sekcji I „Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi”. W sekcji G „Handel i naprawa pojazdów samochodowych” wartość przeciętnego wynagrodzenia brutto wyniosła 3 429 zł i wzrosła w porównaniu z 2015 r. o 4,6%. Największy procentowy wzrost przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia w 2016 r. o 5,6%, w porównaniu z rokiem poprzednim, odnotowano w sekcji J „Informacja i komunikacja”, przy jednoczesnym wzroście przeciętnego zatrudnienia odpowiednio o 5,6%. Znaczny wzrost przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia o 5,5% zaobserwowano również w sekcji O „Administracja publiczna i obrona narodowa, obowiązkowe zabezpieczenia społeczne” oraz o 5,4% w sekcji I „Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi”.

W 2016 r. wartość dodana będąca efektem działalności przedsiębiorstw usługowych stanowiła przeważającą część wartości dodanej wytworzonej w krajach Unii Europejskiej. Wśród krajów członkowskich UE najwyższy udział wartości dodanej wytworzonej przez usługi odnotowano w Luksemburgu – 87,4%, na Cyprze – 86,7% oraz na Malcie – 83,9%. Duży udział w wartości dodanej całej gospodarki usługi stanowią w takich krajach jak Grecja (80,2%), Wielka Brytania (80,2%), Francja (78,8%), czy Holandia (78,2%). W krajach Europy Środkowowschodniej udział ten kształtował się na poziomie od 59,9% w Czechach do 74,9% na Łotwie, w Polsce stanowił 64,2%. W odniesieniu do 2010 r. najbardziej znaczący wzrost udziału działalności usługowej w tworzeniu wartości dodanej wykazała Rumunia (o 10,9 p. proc.), Cypr (o 5,8 p. proc.) oraz Malta (o 5,7 p. proc.). W Polsce zaobserwowano niewielki wzrost (o 0,3 p. proc.). Największy spadek udziału usług zanotowano w Irlandii (o 13,2 p. proc.) oraz w Słowenii (1,9 p. proc.) i w Czechach (o 1,6 p. proc.).

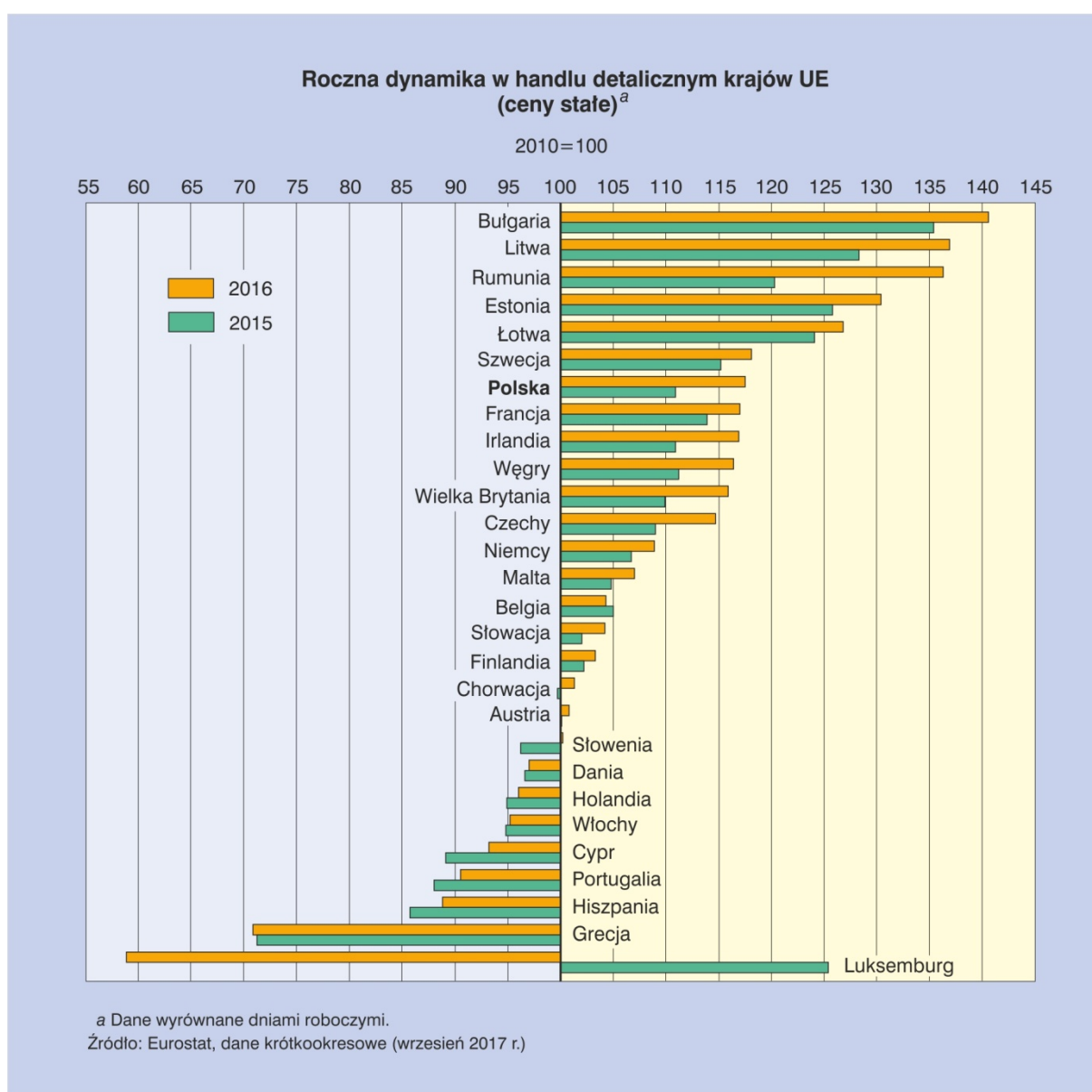
Udział wartości dodanej brutto* w usługach w wartości dodanej brutto wytworzonej w gospodarce narodowej (ceny bieżące) - PKD 2007

Kraje	Lata	Udział w %	Kraje	Lata	Udział w %
Austria	2010	69,9	Litwa.....	2010	67,6
	2016	70,7		2016	68,0
Belgia	2010	76,0	Luksemburg	2010	87,0
	2016	77,0		2016	87,4
Bułgaria	2010	67,8	Łotwa.....	2010	71,7
	2016	67,6		2016	74,9
Chorwacja.....	2010	68,1	Malta.....	2010	78,2
	2016	69,4		2016	83,9
Cypr.....	2010	80,9	Niemcy	2010	69,1
	2016	86,7		2016	68,9
Czechy.....	2010	61,5	Polska.....	2010	63,9
	2016	59,9		2016	64,2
Dania	2010	75,8	Portugalia.....	2010	75,2
	2016	75,3		2016	75,3
Estonia.....	2010	68,8	Rumunia	2010	52,4
	2016	70,5		2016	63,3
Finlandia.....	2010	67,3	Słowacja	2010	62,0
	2016	70,2		2016	61,4
Francja.....	2010	78,6	Słowenia	2010	67,4
	2016	78,8		2016	65,5
Grecja	2010	81,1	Szwecja.....	2010	69,4
	2016	80,2		2016	72,7
Hiszpania	2010	71,4	Węgry	2010	66,4
	2016	74,1		2016	65,1
Holandia	2010	76,0	W. Brytania.....	2010	79,2
	2016	78,2		2016	80,2
Irlandia	2010	72,9	Włochy	2010	73,8
	2016	59,7		2016	73,7

*Źródło: Eurostat, z dn. 07.09.2017 r. zgodnie z metodologią ESA 2010.

W 2016 r. obroty w handlu detalicznym krajów UE były wyższe w porównaniu z rokiem bazowym (2010=100) o 6,6%. Największy wzrost zanotowano w Bułgarii (o 40,6%), na Litwie (o 36,9%) oraz w Rumunii (o 36,3%). W Polsce wartość obrotów zwiększyła się o 17,7%. Spośród krajów o największym znaczeniu dla europejskiej gospodarki odnotowano wzrost obrotów we Francji (o 17%) w Wielkiej Brytanii (o 15,9%) i w Niemczech (o 8,9%). W 2016 r. bardzo niską dynamikę zaobserwowano w Luksemburgu, co było związane ze zmianą klasyfikacji działalności gospodarczej na niehandlową w przypadku dwóch kluczowych jednostek. Znaczący spadek obrotów wystąpił również w Grecji (o 29,2%), w Hiszpanii (o 11,2%), w Portugalii (o 9,5%).

W porównaniu z rokiem poprzednim obroty w 2016 r. w większości krajów były wyższe, za wyjątkiem Luksemburga (zmiany organizacyjne) oraz Belgii i Grecji.



2. Handel wewnętrzny

W 2016 r. według wstępnych danych udział handlu w tworzeniu produktu krajowego brutto wyniósł 15,9%, a w wartości dodanej brutto 18,0%.

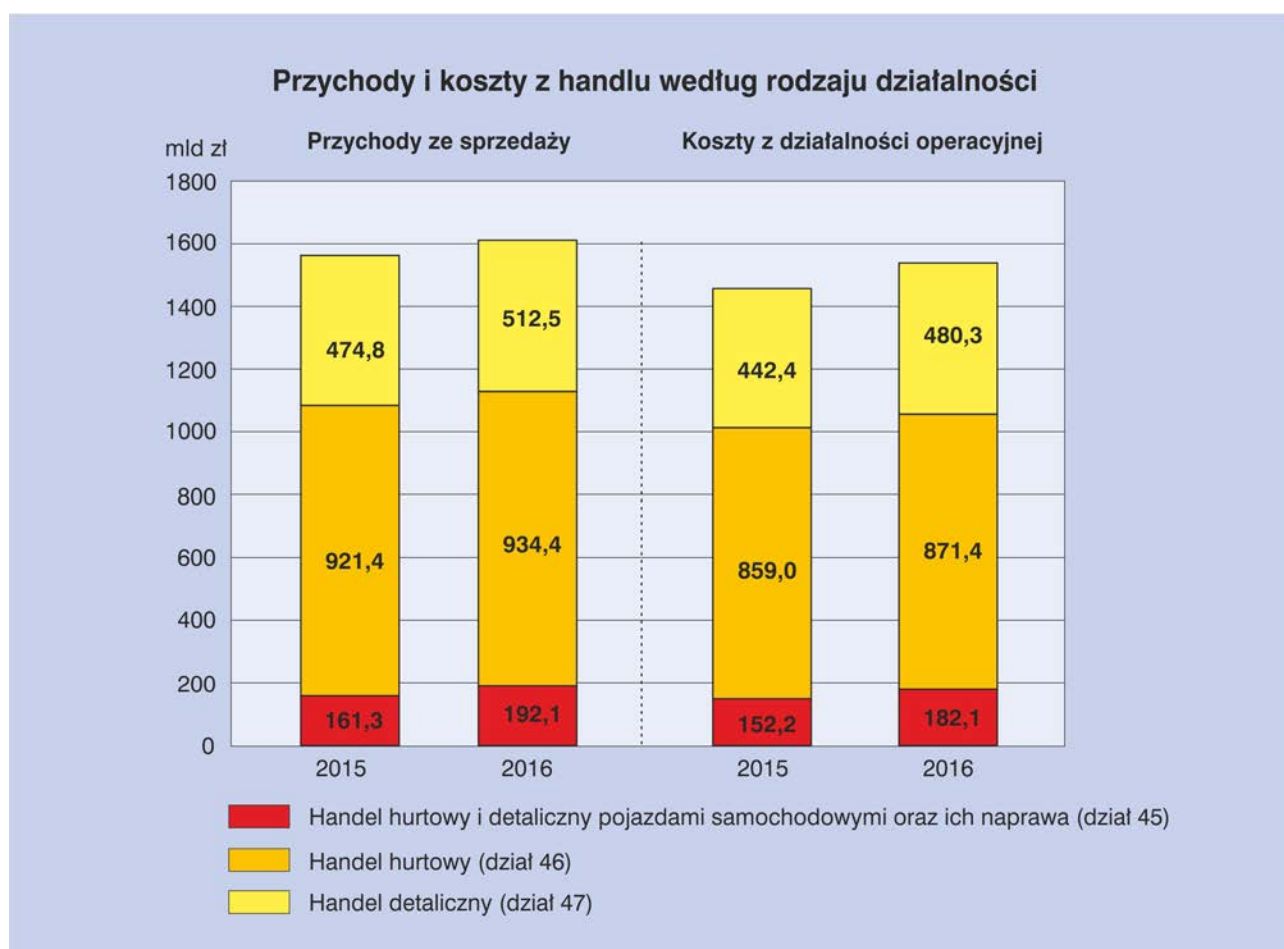
Wyszczególnienie	2014	2015	2016*
Udział handlu w tworzeniu PKB w %	15,8	15,7	15,9
Udział handlu w wartości dodanej brutto w %	17,8	17,6	18,0

* Dane wstępne

W 2016 r. wartość przychodów ze sprzedaży w cenach bieżących osiągnięta przez przedsiębiorstwa handlowe ukształtowała się na poziomie 1639,0 mld zł (tj. o 5,2% wyższym niż w roku poprzednim). Największa część tych przychodów zrealizowana była przez przedsiębiorstwa prowadzące działalność hurtową - 57,0% . Udział handlu detalicznego wyniósł 31,3% natomiast handlu hurtowego i detalicznego pojazdami samochodowymi oraz ich naprawą 11,7%. Przedsiębiorstwa z liczbą pracujących powyżej 49 osób osiągnęły przychody na poziomie 788,2 mld zł czyli 48,1% przychodów ogółem, przedsiębiorstwa z liczbą pracujących od 10 do 49 osób uzyskały przychody w wysokości 417,8 mld zł (odpowiednio 25,5% ogółu przychodów), a przychody przedsiębiorstw z liczbą pracujących 9 i mniej osób wyniosły 433,0 mld zł, co stanowi 26,4% przychodów ogółem. Przychody ze sprzedaży towarów i materiałów stanowiły 91,2% ogólnej wartości przychodów z działalności operacyjnej przedsiębiorstw handlowych.

Koszty z działalności operacyjnej poniesione przez podmioty z liczbą pracujących powyżej 49 osób wyniosły 736,0 mld zł i stanowiły 48,0% ogółu kosztów operacyjnych wykazanych przez podmioty handlowe, podczas gdy przedsiębiorstwa z liczbą pracujących od 10 do 49 osób poniosły koszty w wysokości 395,5 mld zł, a podmioty z liczbą pracujących 9 i mniej osób 402,3 mld zł. Znaczący udział w kosztach stanowiły koszty zatrudnienia (5,5%). Najwyższy udział kosztów zatrudnienia w kosztach działalności operacyjnej odnotowano dla podmiotów z liczbą pracujących powyżej 49 osób (6,3%).

Średnia marża zrealizowana w 2016 r. przez jednostki handlowe (zaklasyfikowane do sekcji „Handel, naprawa pojazdów samochodowych”) wyniosła 16,2% i była na tym samym poziomie co w roku ubiegłym. Najwyższe marże wyrażone w procentach pozyskiwane były przez przedsiębiorstwa handlu detalicznego.



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 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 handlowe² dokonywały w ok. 51% zakupów bezpośrednio u producentów i wytwórców krajowych, bezpośredni import stanowił nieco ponad 25%, a na poziomie ok. 23% ukształtowały się zakupy u hurtowników. W zależności od rodzaju prowadzonej działalności handlowej (handel hurtowy czy detaliczny) struktura dokonywanych zakupów była bardziej zróżnicowana.

W zakresie handlu hurtowego nieco ponad 49% przedsiębiorstw zaopatrywało się u producentów i wytwórców krajowych, natomiast prawie 29% bezpośrednio z importu. Udział zakupów hurtownik – hurtownik uległ niewielkiemu spadkowi (o 1 p. proc.) i wyniósł nieco ponad 21%.

² Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

W handlu detalicznym zakupów towarów dokonywano głównie bezpośrednio u producentów i wytwórców krajowych (nieco ponad 57%), rzadziej u hurtowników (niecałe 27%), a udział zakupów bezpośrednio z importu stanowił 15%.

Przedsiębiorstwa własności zagranicznej najczęściej dokonywały zakupów bezpośrednio u producentów i wytwórców krajowych (stanowiły one ok. 45% ogólnej wartości), bądź bezpośrednio z importu (42%), rzadziej natomiast u hurtowników (12%).

W strukturze przychodów ze sprzedaży przedsiębiorstw hurtowych ok. 42% przychodów pochodziło ze sprzedaży do hurtu, blisko 29% przychodów uzyskano od handlowców detalicznych, a ok. 19% od producentów krajowych. Nieco ponad 6% stanowiły bezpośrednie wpływy od konsumentów indywidualnych.

Obroty przedsiębiorstw handlowych

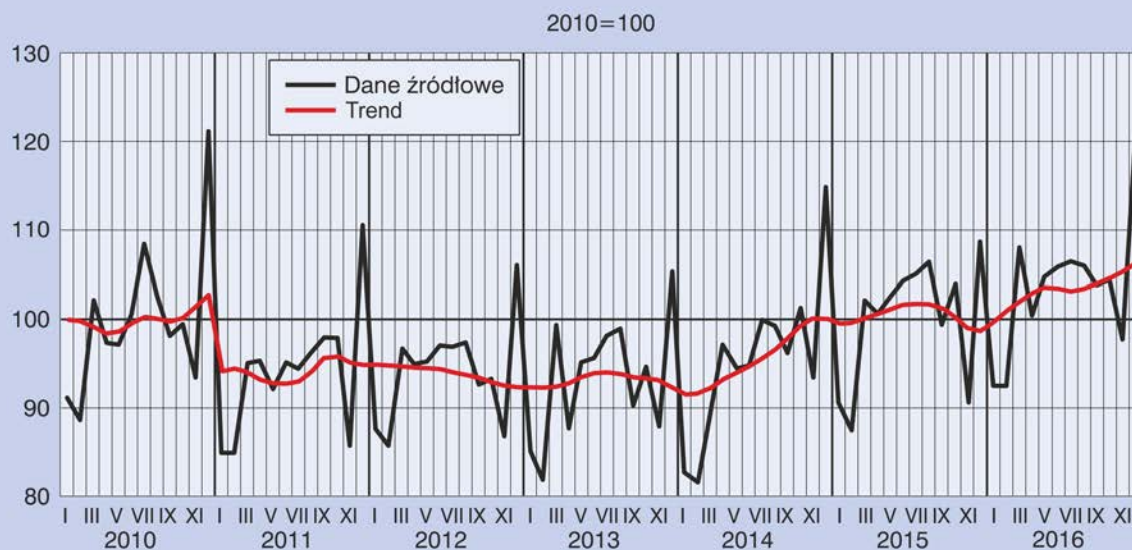
W 2016 r. obroty w handlu detalicznym (w cenach stałych) były wyższe o 6,3% w porównaniu z rokiem poprzednim. Wzrost obrotów zanotowano zarówno w podmiotach sprzedających towary nieżywnościowe (o 7,5%), jak i w przedsiębiorstwach sprzedających żywność, napoje, wyroby tytoniowe (o 3,5%). Wysoki wzrost obrotów w kolejnym roku zaobserwowano w przedsiębiorstwach prowadzących handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi (o 20,2%). Obroty przedsiębiorstw zajmujących się sprzedażą detaliczną paliw wzrosły o 7,6%.

Dynamika obrotów w cenach stałych w przedsiębiorstwach detalicznych^a



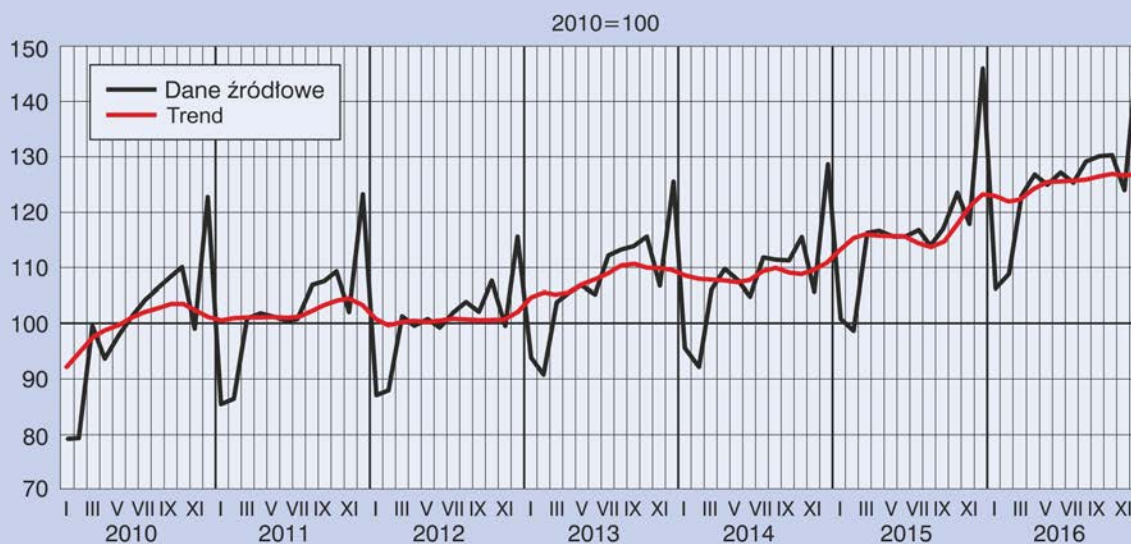
^a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do działu 47.

Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw sprzedających żywność, napoje, wyroby tytoniowe^a



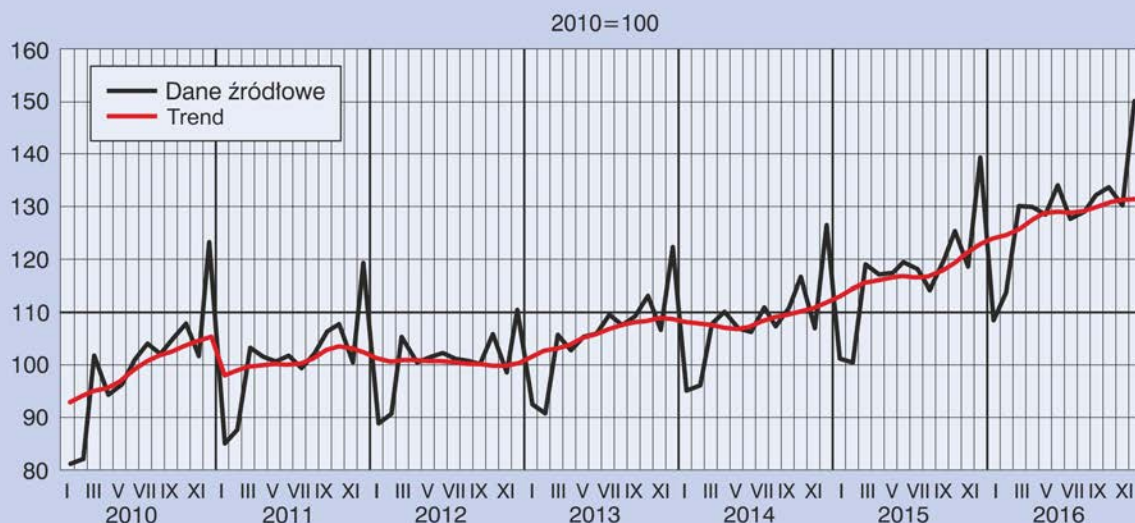
a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do klasy 47.11 i grupy 47.2.

Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw sprzedających towary nieżywnościowe^a



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^a

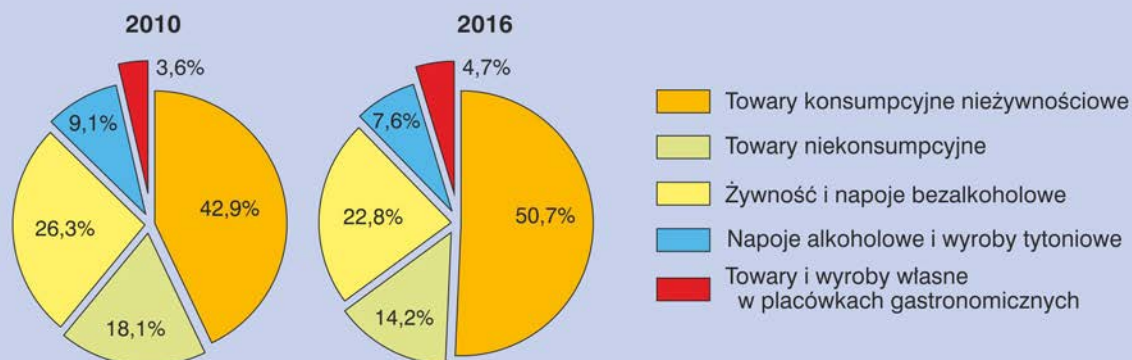


a Dział 45 – Handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi i naprawa pojazdów samochodowych.
Dział 47 – Handel detaliczny, z wyłączeniem handlu detalicznego pojazdami samochodowymi.

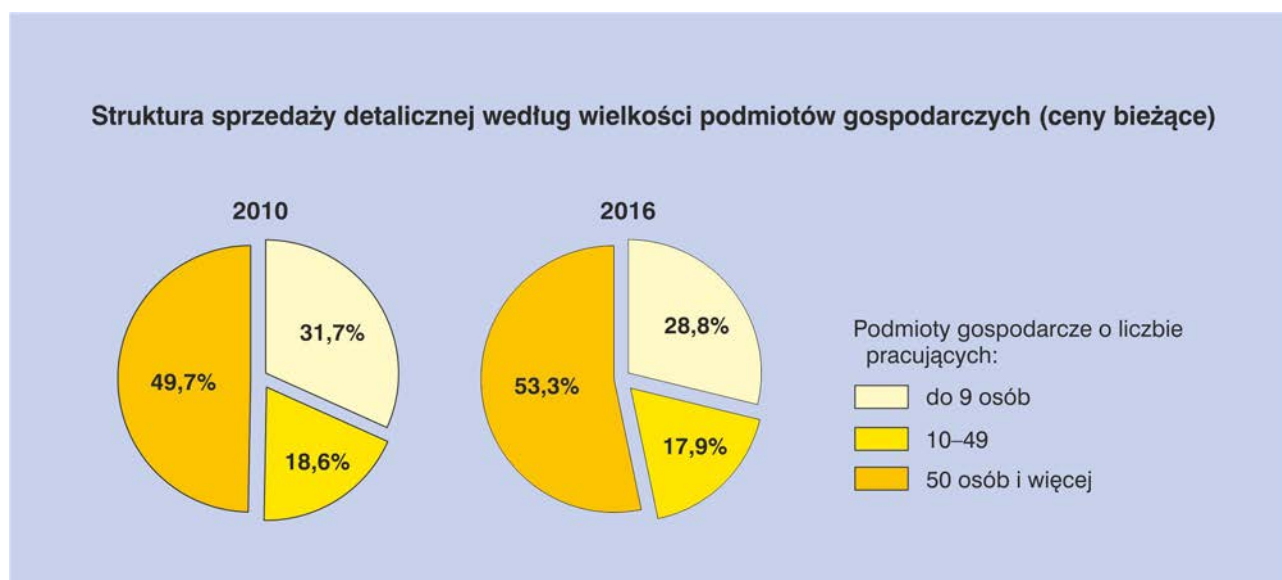
Sprzedaż detaliczna

W 2016 r. sprzedaż detaliczna w cenach bieżących zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe wyniosła 755,0 mld zł i była o 4,6% wyższa niż przed rokiem. W punktach sprzedaży detalicznej wartość sprzedanych towarów wyniosła 719,8 mld zł (wzrost o 4,2%), z tego wartość żywności i napojów bezalkoholowych - 172,3 mld zł (wzrost o 4,3%), napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych - 57,5 mld zł (wzrost o 5,0%) i towarów nieżywnościowych – 490,1 mld zł (wzrost o 4,0%). W placówkach gastronomicznych sprzedaż detaliczna wyniosła 35,1 mld zł (wzrost o 13,6 %).

Struktura sprzedaży detalicznej (ceny bieżące)



Udział sprzedaży detalicznej zrealizowanej w 2016 r. przez podmioty gospodarcze o liczbie pracujących 50 i więcej osób stanowił 53,3%, natomiast przez podmioty o liczbie pracujących do 9 osób - 28,8%, a przez przedsiębiorstwa o liczbie pracujących od 10 do 49 osób - 17,9%.



Sprzedaż w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 87,4% wartości ogółem sprzedaży detalicznej i jej udział był o 0,4 p. proc. wyższy niż przed rokiem. Pozostała sprzedaż była realizowana przez przedsiębiorstwa, których podstawowym rodzajem działalności nie był handel, lecz np. produkcja czy gastronomia.

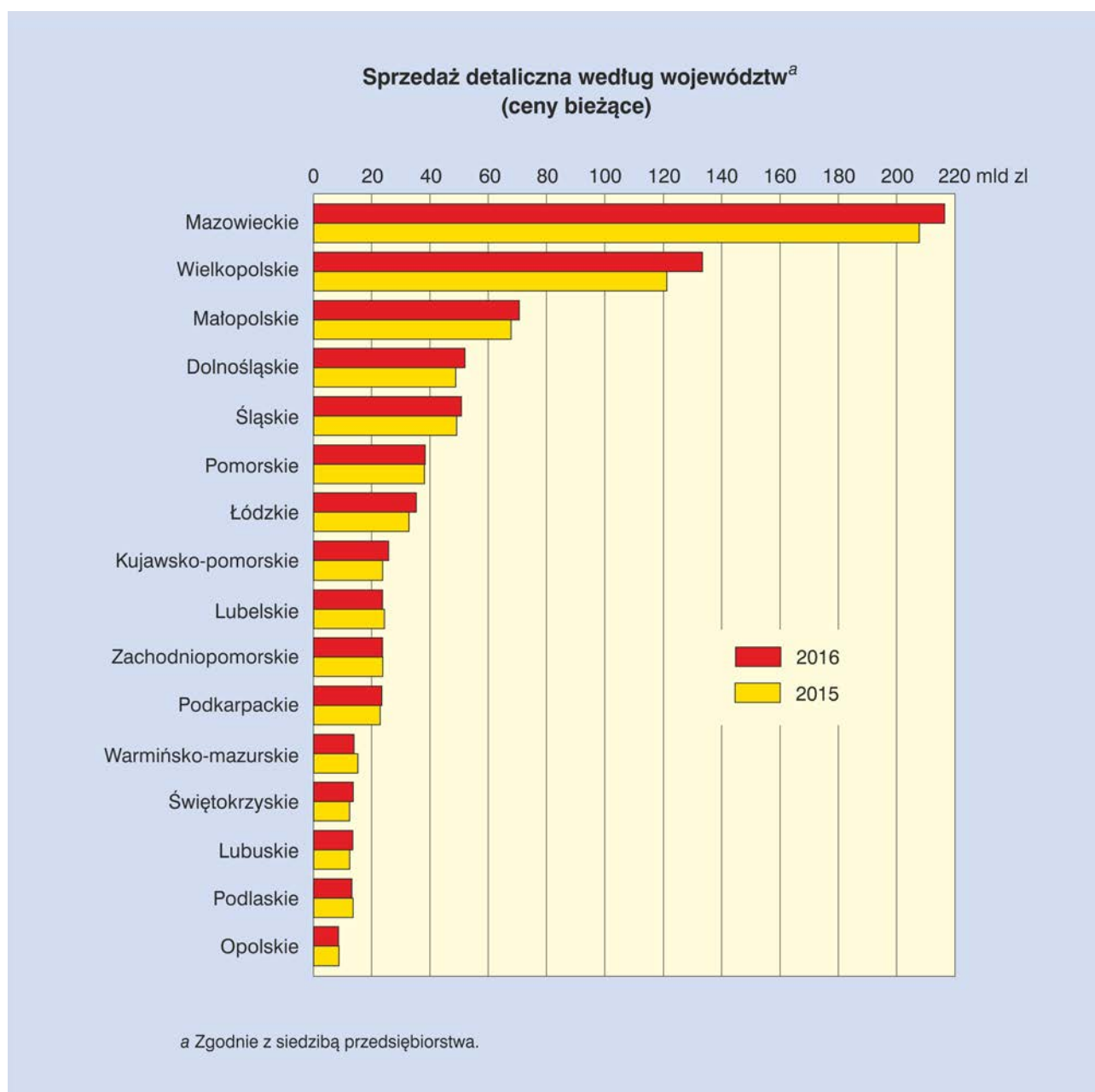
Sprzedaż detaliczna w latach 2014 - 2016 (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2014	2015	2016
a – liczby bezwzględne			
b – analogiczny okres roku poprzedniego=100	w mln zł		
Ogółem..... a	704841,5	721998,5	754964,4
b	102,8	102,4	104,6
w tym przedsiębiorstwa handlowe a	609103,4	628419,2	659915,1
b	102,5	103,2	105,0

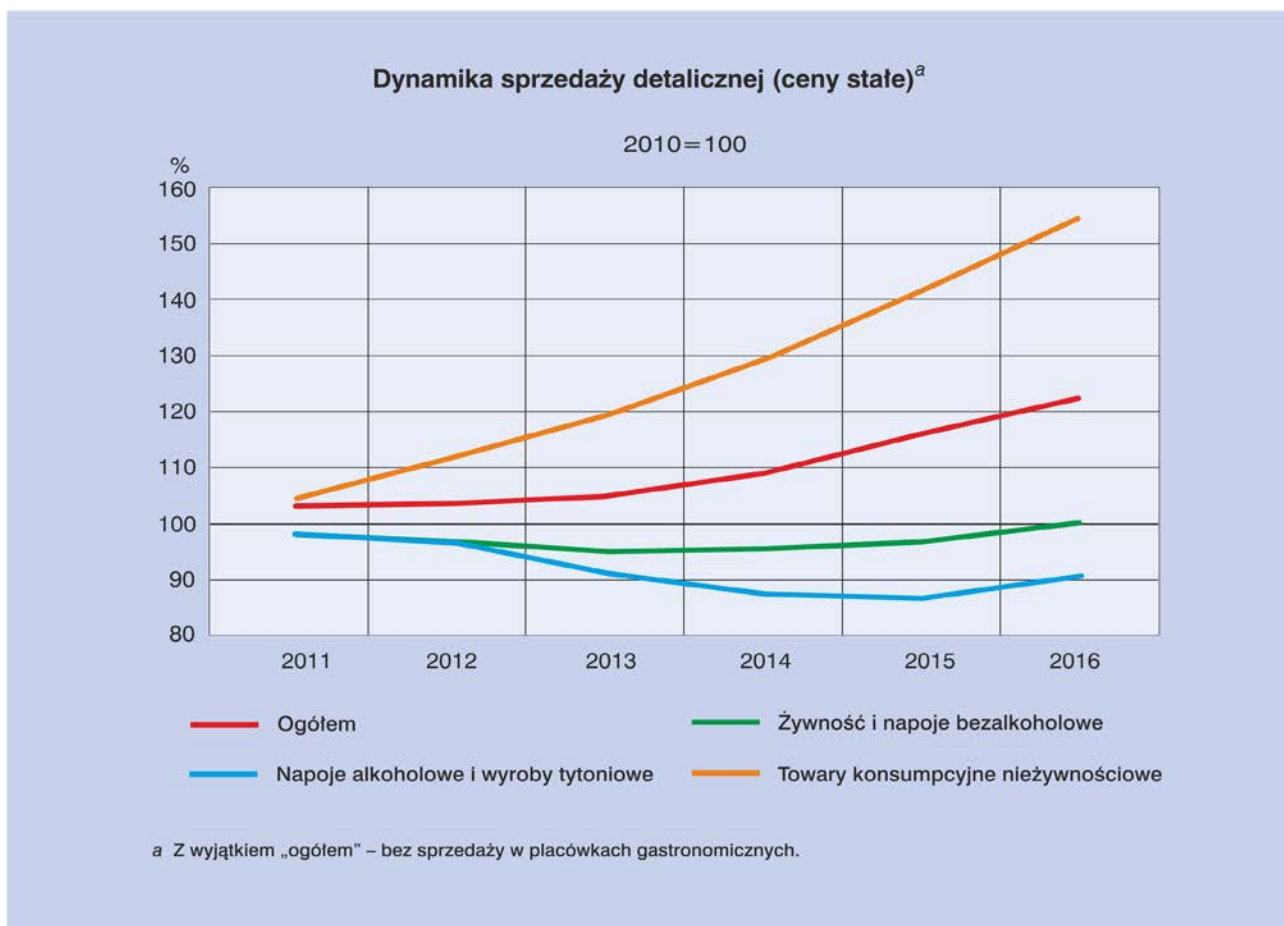
Sprzedaż detaliczna towarów według grup (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2014	2015	2016	
	w mln zł			2015=100
Ogółem.....	704841,5	721998,5	754964,4	104,6
żywność i napoje bezalkoholowe	189242,8	191697,7	202530,8	105,7
napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe.....	58646,7	58939,1	62072,1	105,3
towary nieżywnościowe (bez wyrobów tytoniowych).....	456951,9	471361,6	490361,5	104,0

W 2016 r. sprzedaż detaliczna w cenach bieżących była wyższa w porównaniu z rokiem poprzednim w większości województw. W województwie mazowieckim, którego udział w sprzedaży ogółem pozostał dominujący i wyniósł 28,7% sprzedaż wzrosła o 4,2%. Drugim województwem o znaczącym udziale w sprzedaży ogółem (17,7%) było podobnie jak przed rokiem województwo wielkopolskie, a przedsiębiorstwa posiadające siedzibę na jego terenie odnotowały wzrost sprzedaży o 10,1%. Ponadto w 2016 r. wzrost sprzedaży w porównaniu z poprzednim rokiem zaobserwowano w województwach: małopolskim, dolnośląskim, śląskim, pomorskim, łódzkim, kujawsko-pomorskim, podkarpackim, świętokrzyskim oraz lubuskim. W pozostałych województwach nastąpił spadek sprzedaży, przy czym największy w województwie warmińsko-mazurskim (o 9,1%).

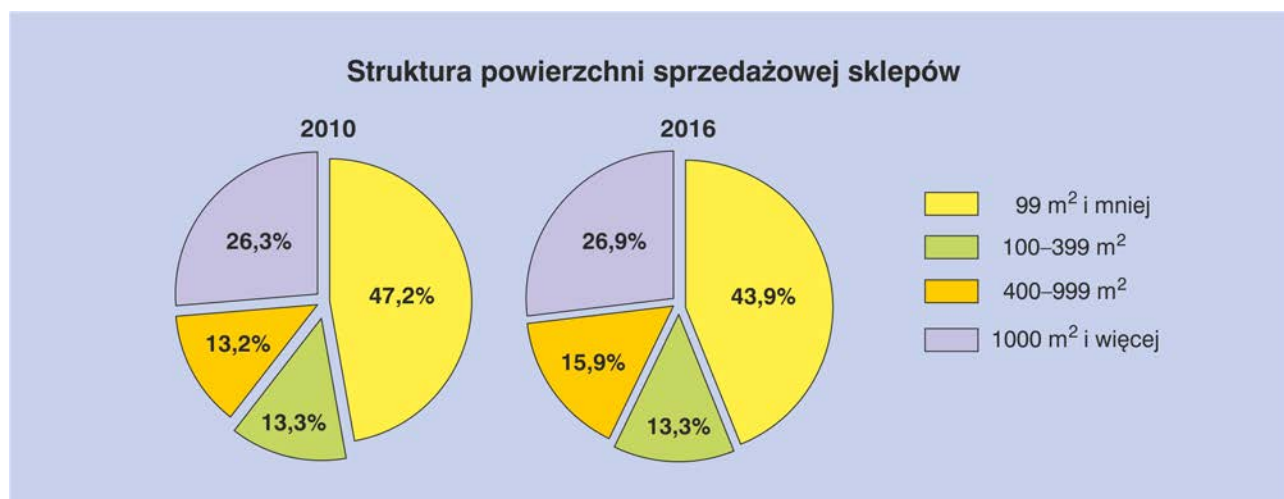


W 2016 r. sprzedaż detaliczna w cenach stałych zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe była o 6,2% wyższa niż przed rokiem (wobec wzrostu o 5,4% w 2015 r.). Najwyższy wzrost odnotowano w sprzedaży towarów konsumpcyjnych nieżywnościowych (o 9,1%). Obserwowano również wzrost sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych (o 4,2%). Sprzedaż detaliczna towarów i wyrobów własnych w placówkach gastronomicznych była o 12,1% wyższa niż w 2015 r.



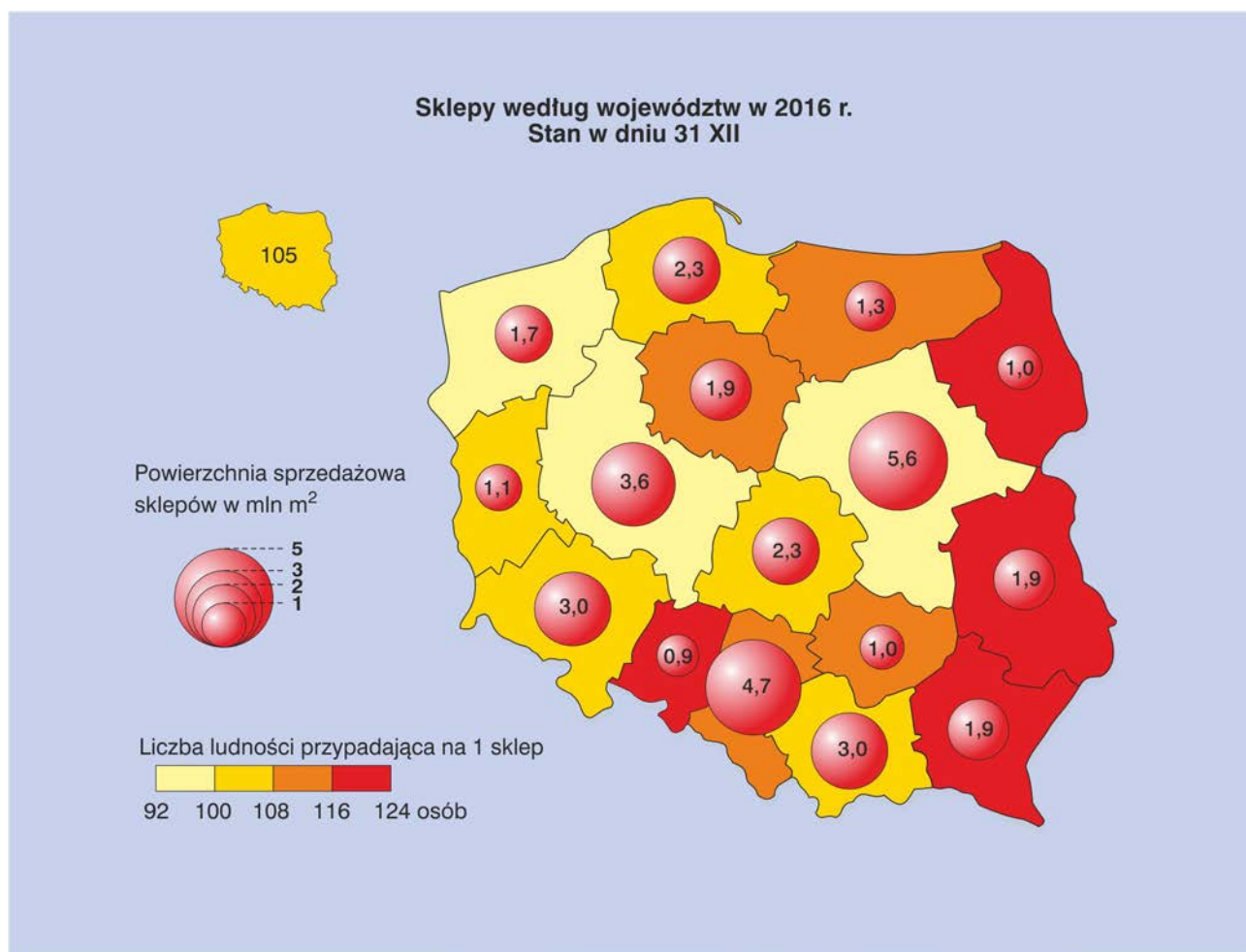
Infrastruktura handlowa

Na koniec 2016 r. szacowana liczba sklepów w Polsce wyniosła nieco ponad 367 tys. i była o 1,7% wyższa niż przed rokiem. Powierzchnia sprzedażowa sklepów również wzrosła (o 2,5%) i stanowiła wielkość ok. 37 094 tys. m². Stabilny wzrost powierzchni w sklepach zanotowano we wszystkich prezentowanych przedziałach powierzchniowych. Największy procentowy przyrost powierzchni sprzedażowej miał miejsce w sklepach z przedziału wielkości 400-999 m² (o 3,0%), nieco mniejszy w sklepach o powierzchni 99 m² i mniej (o 2,8%) oraz w sklepach z przedziału wielkości 100-399 m² (o 2,7%). Najniższy wzrost powierzchni zaobserwowano w sklepach największych (o 1,6%).



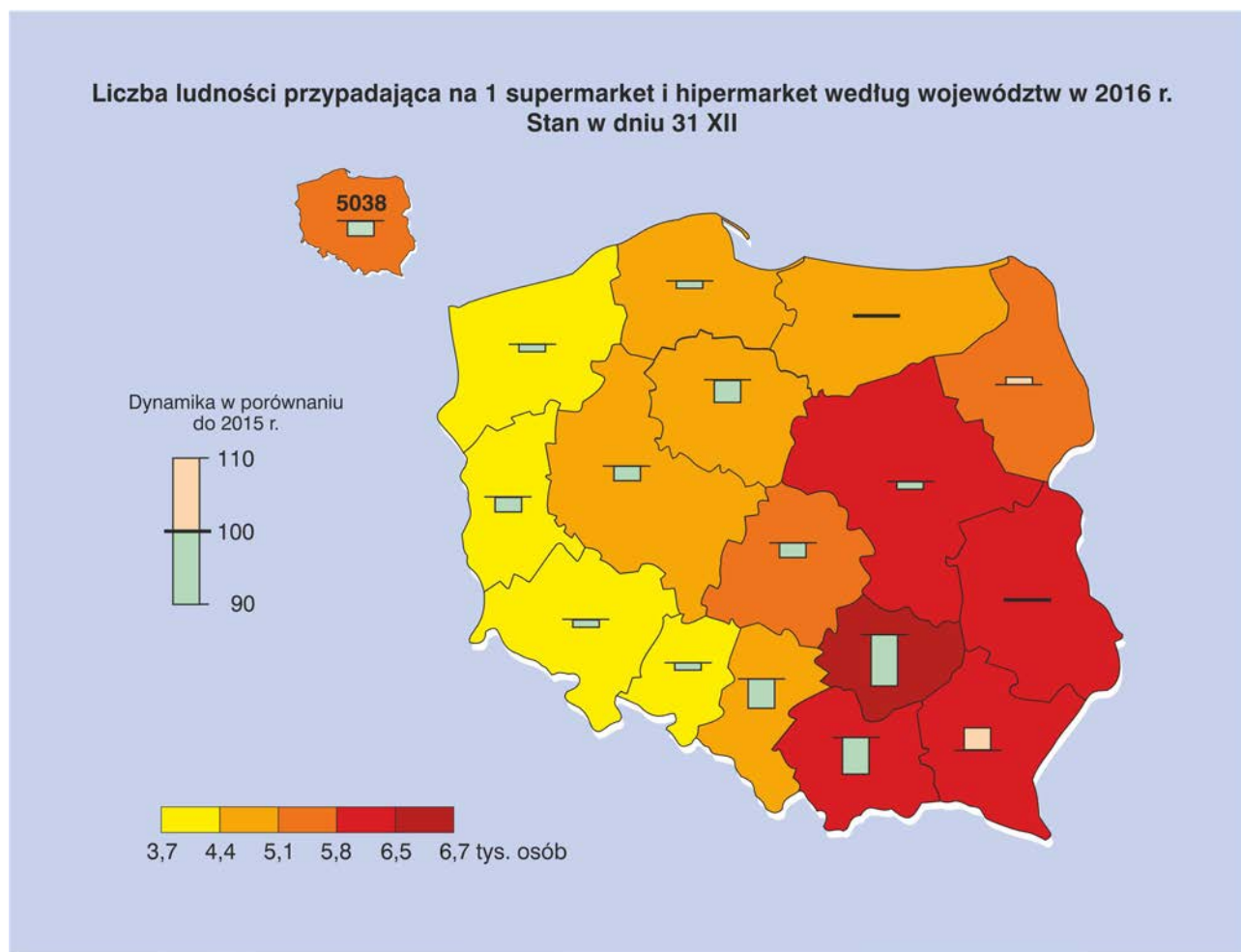
W układzie regionalnym najwyższy procentowy wzrost powierzchni sprzedażowej w przedziale 400-999 m² miał miejsce w sklepach zlokalizowanych w województwach: wielkopolskim (o 6,8%) i małopolskim (o 6,2%).

W 2016 r. na jeden sklep przypadało średnio 105 osób, podczas gdy w 2015 r. było to odpowiednio 107 osób.



W 2016 r. odnotowano niewielki wzrost liczby supermarketów i hipermarketów w porównaniu z rokiem poprzednim (o ok. 2%), w wyniku czego na jeden sklep tych kategorii przypadało średnio 5038 osób, podczas gdy w 2015 r. było to odpowiednio 5130 osób. W układzie regionalnym najwięcej ludności przypadającej na 1 supermarket i hipermarket odnotowano w województwie świętokrzyskim (6629 osób, wobec 7103 osób w roku poprzednim), najmniej zaś osób – odpowiednio 3700 – w województwie lubuskim, gdzie w roku 2015 było to 3785 osób.

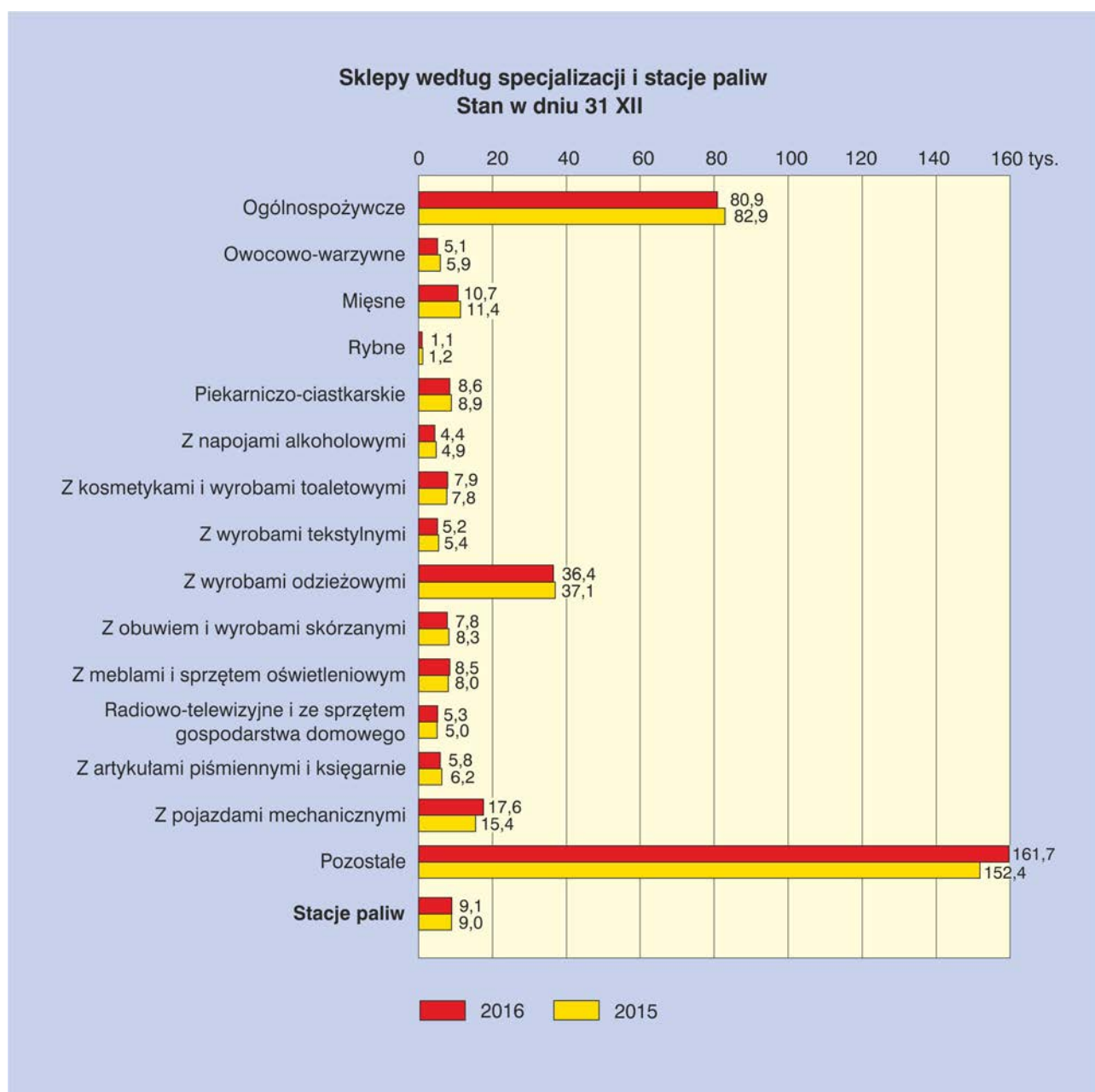
W 2016 r. szacowany udział wartości sprzedaży realizowanej łącznie przez supermarkety i hipermarkety w sprzedaży detalicznej w sklepach i na stacjach paliw stanowił 25,0% i był o 0,4 p. proc. wyższy niż przed rokiem.



Wyszacowana w 2016 r. liczba 367 tys. sklepów prowadzona była przez prawie 297 tys. przedsiębiorstw. Największą część podmiotów gospodarczych posiadających sklepy stanowiły przedsiębiorstwa prowadzące do 2 sklepów, ich udział w roku 2016 wyniósł aż 97,9% i pozostał na niezmiennym poziomie do roku poprzedniego. W odniesieniu do pozostałych prezentowanych przedziałów podmiotów gospodarczych według liczby posiadanych sklepów największy wzrost liczebności odnotowano w grupie przedsiębiorstw prowadzących powyżej 200 sklepów (o 15,6% wobec wzrostu o 3,2% odnotowanego w roku poprzednim) oraz w przedziale 101-200 sklepów (o 4,3% wobec wzrostu o 9,3% przed rokiem). Zmniejszyła się liczba przedsiębiorstw prowadzących 21-50 sklepów (spadek o 4,0% w porównaniu ze wzrostem o 2,5% zaobserwowanym w 2015 r.).

W ogólnej liczbie 367 tys. największy udział stanowiły placówki o specjalizacji branżowej pozostałej (44,1%), ogólnospożywczej (22,0%) oraz z wyrobami odzieżowymi (9,9%). Najmniej liczne były sklepy o specjalizacji rybnej, które stanowiły 0,3% sklepów ogółem.

W porównaniu z rokiem poprzednim największy wzrost liczby sklepów odnotowano wśród specjalizacji: z pojazdami mechanicznymi (o 14,0%), pozostałej (o 6,2%), z meblami i sprzętem oświetleniowym (o 5,9%) oraz radiowo-telewizyjnej i ze sprzętem gospodarstwa domowego (o 4,8%). Największy spadek zaobserwowano natomiast w sklepach o specjalizacji owocowo-warzywniej (o 13,2%).



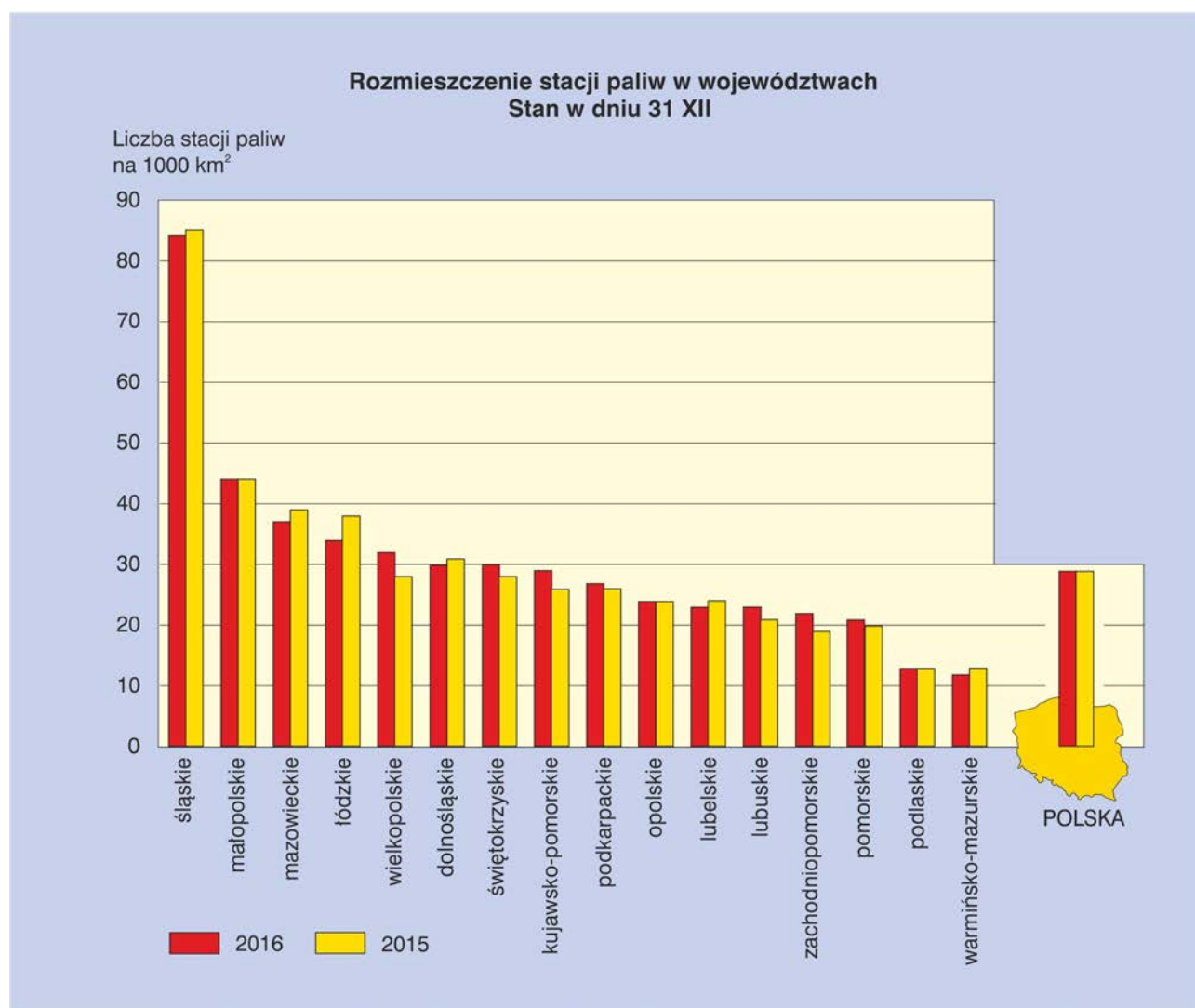
W grupie przedsiębiorstw, w których liczba pracujących wynosi powyżej 9 osób, liczba sklepów należących do podmiotów z kapitałem zagranicznym zwiększyła się w 2016 r. o 1,9% w porównaniu z rokiem poprzednim, a powierzchnia sprzedażowa tych sklepów wzrosła zaledwie o 0,1%. Średnia powierzchnia sklepów przedsiębiorstw zagranicznych wyniosła 644,5 m² (odpowiednio w sklepach przedsiębiorstw własności prywatnej krajowej – 183,5 m²). Udział powierzchni sklepów z kapitałem zagranicznym w powierzchni ogółem zmniejszył się o 0,7 p. proc. w porównaniu z rokiem poprzednim.

Liczba sklepów przedsiębiorstw z udziałem kapitału zagranicznego^a

Wyszczególnienie	2015	2016
Liczba sklepów	15821	16116
udział w ogółem sklepach w %	4,4	4,4
powierzchnia sklepów w tys. m ²	10377,1	10386,8
udział w powierzchni ogółem w %.....	28,7	28,0

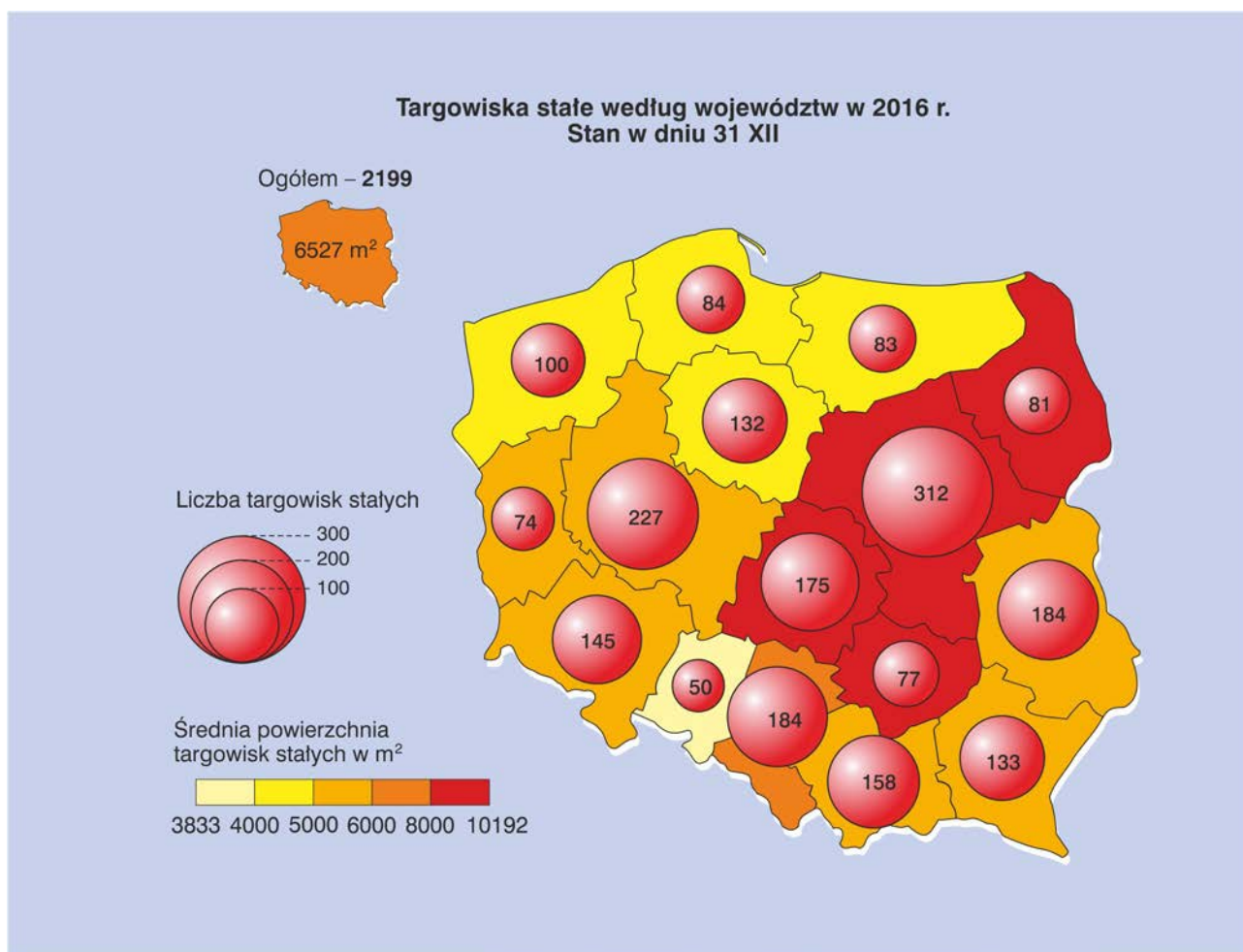
a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

Na koniec 2016 r. szacowana liczba stacji paliw wyniosła 9099 i była o 1,2% wyższa niż w roku poprzednim. W układzie regionalnym największe zagęszczenie stacji paliw odnotowano w województwie śląskim - w roku 2016 były to 84 obiekty na 1000 km² powierzchni. Najniższy wskaźnik zaobserwowano w województwie warmińsko-mazurskim, gdzie było to odpowiednio 12 obiektów, podczas gdy średnia dla Polski wyniosła 29 stacji paliw na 1000 km² powierzchni.



W 2016 r. w krajowej ewidencji prowadzonej przez gminne jednostki samorządowe zarejestrowanych było 2199 stałych targowisk (w tym 2112 targowisk z przewagą sprzedaży drobnodetalicznej). Liczba targowisk stałych w porównaniu do roku poprzedniego zmniejszyła się o ok. 1%. Największą liczbę nowych targowisk odnotowano w województwie małopolskim (wzrost o prawie 2%). W porównaniu z rokiem poprzednim ogólna powierzchnia targowisk stałych zmniejszyła się o blisko 2%. Na terenach województw: mazowieckiego, łódzkiego i śląskiego zaobserwowano największą powierzchnię targowisk stałych.

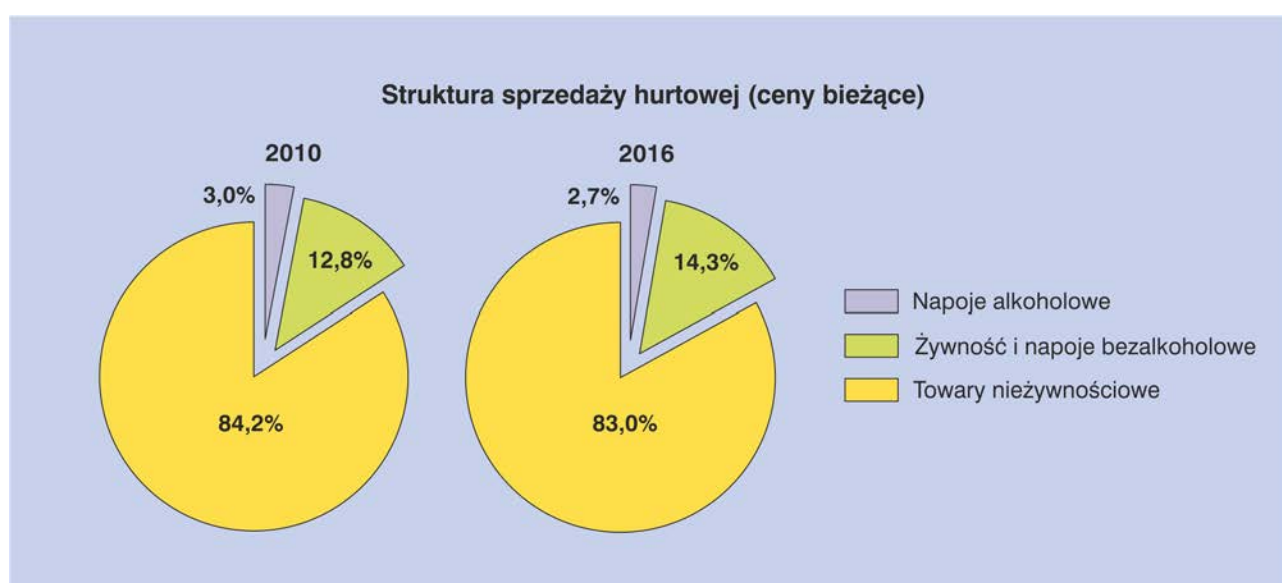
Na obszarze targowisk stałych dokonywano transakcji w ok. 96,5 tys. stałych punktach sprzedaży drobnodetalicznej, wśród których 56,3 tys. działało codziennie. Uzupełnieniem stałej sieci targowiskowej były targowiska sezonowe, których w 2016 r. odnotowano 6938, co stanowiło wzrost o ok. 2,5% wobec roku poprzedniego. Zarejestrowano niższe roczne wpływy z opłaty targowej o blisko 7,5% w porównaniu z 2015 r.



Sprzedaż hurtowa

Szacuje się, że wartość sprzedaży hurtowej w 2016 r. w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 1 136,4 mld zł i była o 6,3% wyższa niż przed rokiem. Wzrost wartości sprzedaży hurtowej zaobserwowano we wszystkich jej grupach. W strukturze sprzedaży wzrósł udział żywności i napojów bezalkoholowych – o 0,6 p. proc., spadkowi uległ natomiast udział towarów nieżywnościowych (0,5 p. proc.) oraz napojów alkoholowych (o 0.1 p. proc.).

Sprzedaż hurtowa realizowana przez przedsiębiorstwa z liczbą pracujących 50 osób i więcej stanowiła 46,5% i utrzymała się na tym samym poziomie w porównaniu z rokiem poprzednim.



Sprzedaż hurtowa w latach 2014 – 2016 (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2014	2015	2016
a – liczby bezwzględne	w mln zł		
b – analogiczny okres roku poprzedniego=100			
Ogółem..... a	1018250,2	1068831,0	1136354,5
b	100,8	105,0	106,3
w tym przedsiębiorstwa o liczbie pracujących			
50 osób i więcej..... a	479952,3	496679,4	528176,1
b	100,7	103,5	106,3

Sprzedaż hurtowa według grup (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2014	2015	2016	
	w mln zł			2015=100
Ogółem	1018250,2	1068831,0	1136354,5	106,3
żywność	136898,5	146636,7	162697,5	111,0
napoje alkoholowe	24550,9	29439,8	30927,7	105,1
towary nieżywnościowe	856800,8	892754,5	942729,3	105,6

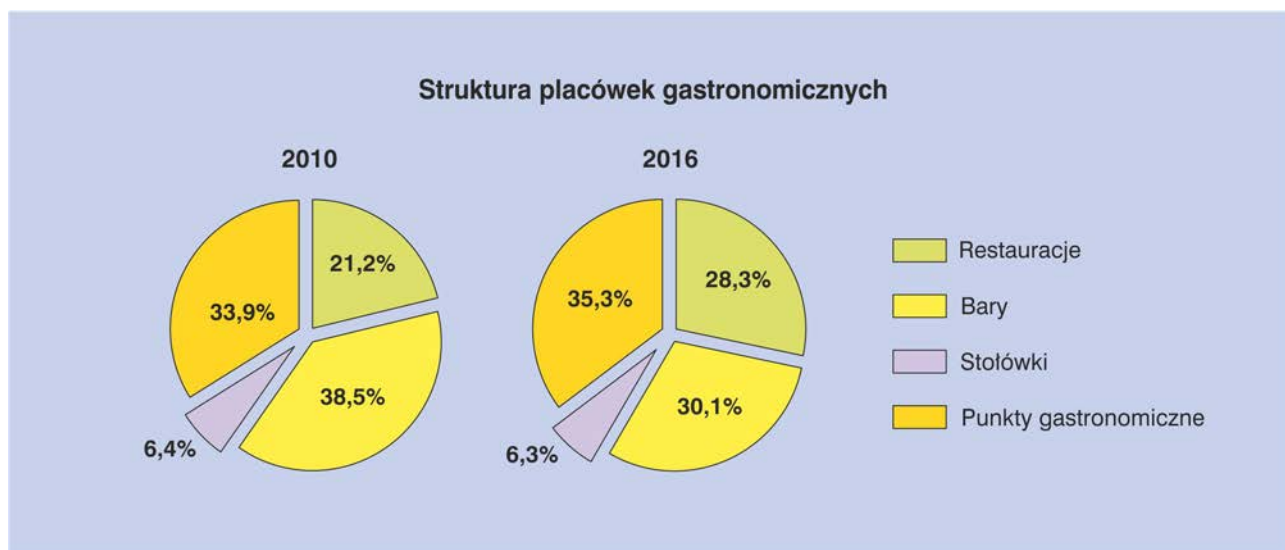
Gastronomia

W 2016 r. liczbę placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych) w kraju szacowano na ponad 69,4 tys., z czego 35,3% stanowiły punkty gastronomiczne, 30,1% - bary, 28,3% - restauracje, a stołówki – 6,3%. Ogólna liczba placówek gastronomicznych zwiększyła się o 1,6% w porównaniu z 2015 r., wzrost odnotowano we wszystkich rodzajach placówek poza barami, których liczba spadła o 6,1%.

Sektor prywatny w gastronomii obejmował 98,7% wszystkich placówek gastronomicznych, (wzrost do roku poprzedniego o 0,4 p. proc.), w tym: 99,4% restauracji, 99,3% punktów gastronomicznych, 99,1% barów i 89,9% stołówek.

Placówki gastronomiczne

Wyszczególnienie	2014	2015	2016	
	Liczba			2015=100
Ogółem	66345	68342	69414	101,6
restauracje	17414	18789	19648	104,6
bary	23514	22290	20926	93,9
stołówki	3924	4183	4356	104,1
punkty gastronomiczne	21493	23080	24484	106,1



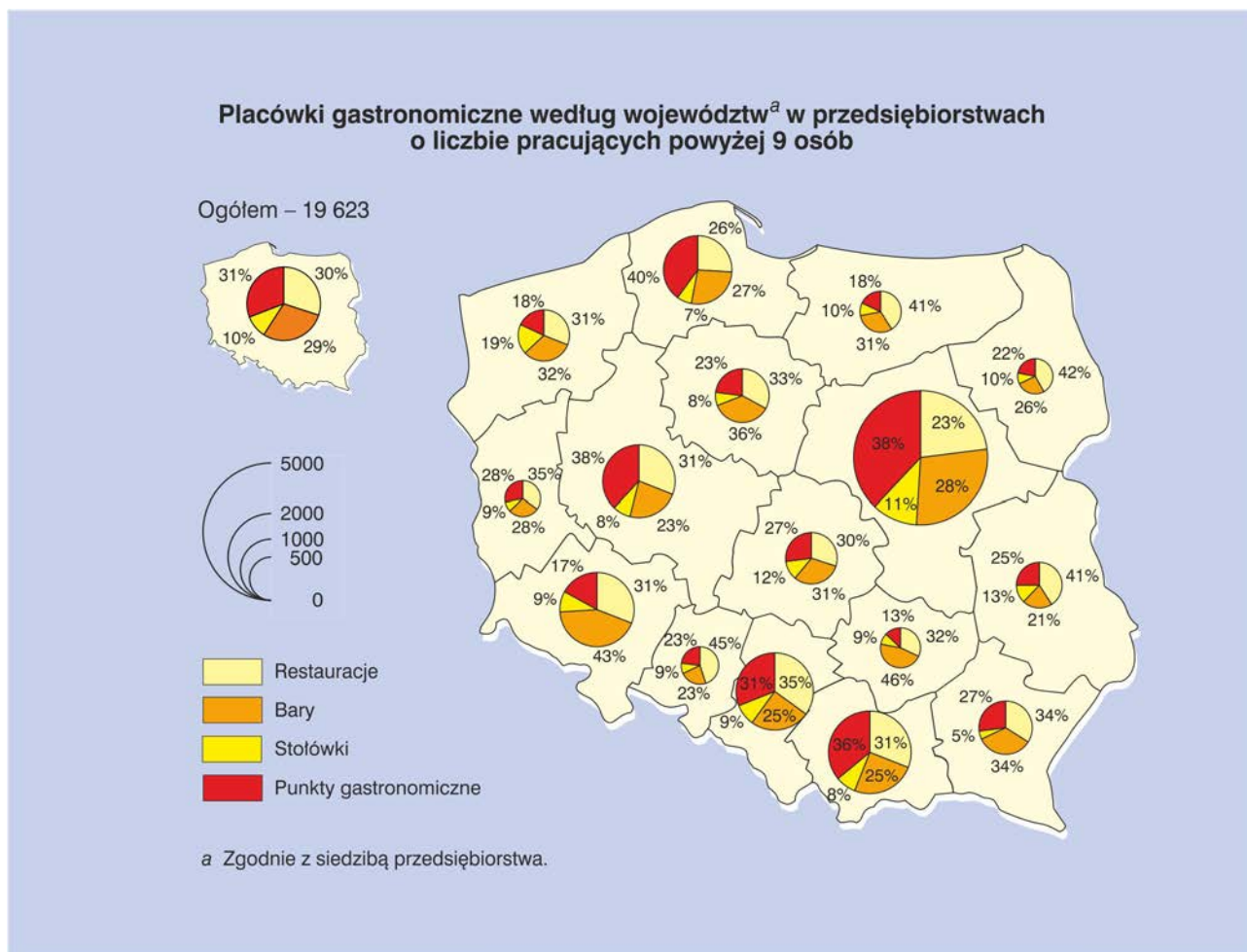
W 2016 r. przychody ogółem z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły prawie 35,7 mld zł i w porównaniu z rokiem poprzednim wzrosły o 13,6% (w cenach stałych były wyższe o ok. 12,2%). Z sektora prywatnego pochodziło 98,6% tej wartości, z sektora publicznego zaś - 1,4%.

Z produkcji gastronomicznej pochodziło 80,6% wartości przychodów ogółem, 17,9% - ze sprzedaży towarów handlowych (w tym 12,8% - ze sprzedaży alkoholu i wyrobów tytoniowych) a 1,5% - z pozostałej działalności. We wszystkich rodzajach działalności gastronomicznej zanotowano wzrost przychodów w porównaniu z poprzednim rokiem, największy w zakresie pozostałej działalności gastronomicznej (o 17,3%) i produkcji gastronomicznej (o 14,3%).

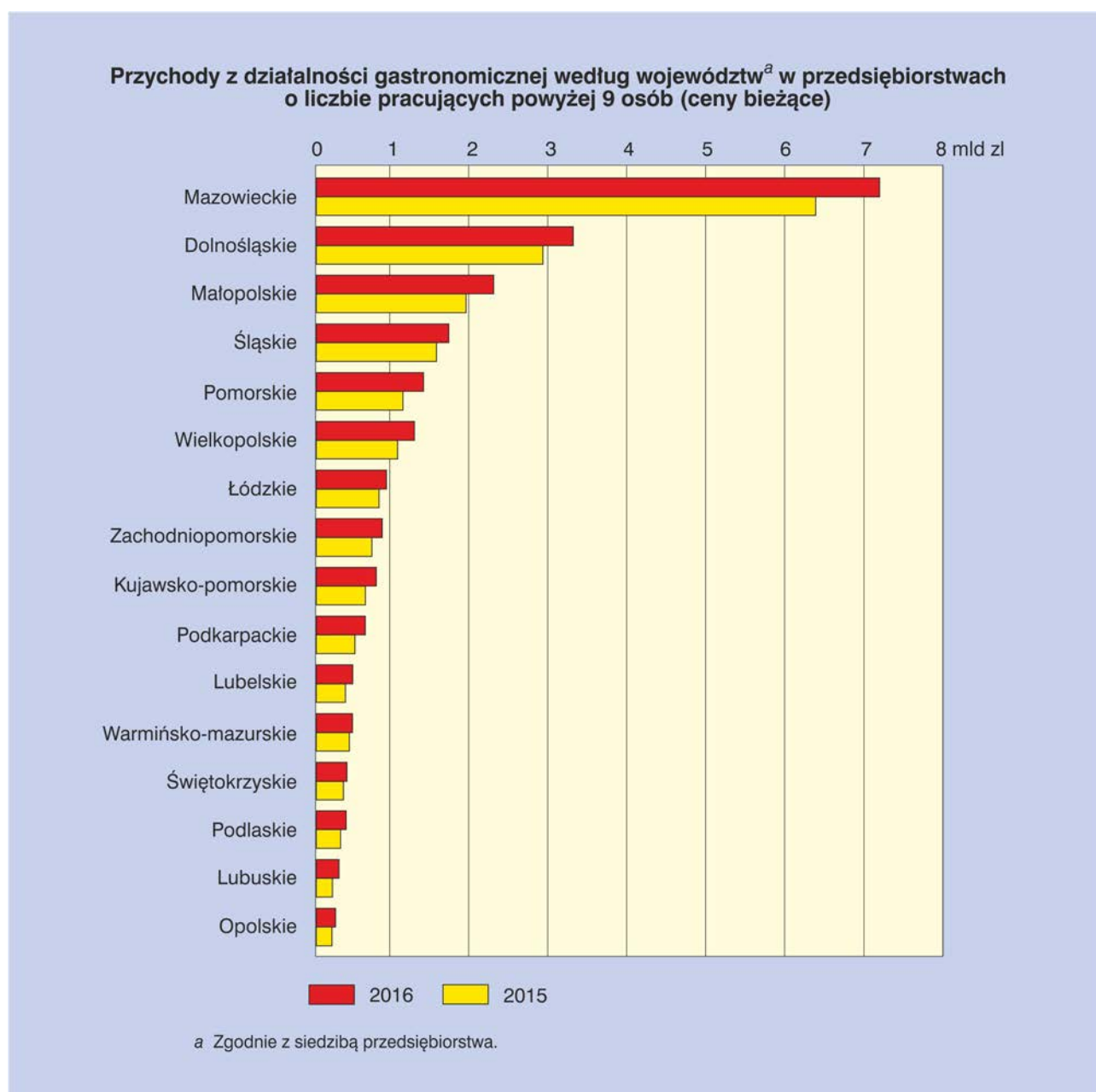
Przychody z działalności gastronomicznej w latach 2014-2016 (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2014	2015	2016	
	w mln zł			2015=100
Przychody ogółem	28272,8	31387,1	35666,1	113,6
ze sprzedaży towarów	5711,0	5787,6	6387,2	110,4
w tym ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych	4118,6	4157,2	4576,9	110,1
produkcji gastronomicznej	22067,9	25154,0	28756,4	114,3
z pozostałej działalności	493,9	445,5	522,5	117,3

Liczba placówek gastronomicznych w przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób wzrosła w porównaniu z rokiem poprzednim o 5,4% i wyniosła 19623, co stanowiło 28,3% placówek gastronomicznych ogółem w Polsce. Struktura placówek gastronomicznych, według siedziby przedsiębiorstwa, w układzie wojewódzkim przedstawiona została na poniższym wykresie.



W przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób, przychody z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły ok. 22,2 mld zł (wzrost o 15,7% w porównaniu z rokiem poprzednim), co stanowiło 62,2% przychodów z działalności gastronomicznej ogółem w Polsce. Procentowy wzrost przychodów odnotowano we wszystkich województwach, przy czym największy w województwie lubuskim (o 36,4%) i podkarpackim (o 26,3%) a najmniejszy wzrost zaobserwowano w województwie warmińsko-mazurskim (o 9,4%) i śląskim (o 9,8%).



Przychody z produkcji gastronomicznej stanowiły 84,5% przychodów z działalności gastronomicznej przedsiębiorstw z liczbą pracujących powyżej 9 osób i wyniosły ok 18,7 mld zł.

Drugą pod względem wielkości grupę przychodów z działalności gastronomicznej (8,6%) stanowiły przychody ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych, które wyniosły 1,9 mld zł.

Trzecią grupę z wartością ok 1,4 mld zł stanowiły przychody ze sprzedaży towarów handlowych, a ich udział w przychodach z działalności gastronomicznej badanych przedsiębiorstw wyniósł 6,1%.

Przychody z pozostałej działalności stanowiły jedynie 0,9% przychodów ogółem i wyniosły poniżej 0,2 mld zł.

Zaopatrzenie rynku

W 2016 r. w magazynach producentów³ średnie zapasy badanych artykułów były większe w porównaniu z poprzednim rokiem.

W grupie artykułów żywnościowych znacznie większe były zapasy mięsa wołowego i cielęcego; piwa otrzymywanego ze słodu; konserw i prezerw z ryb; serów i twarogów; wód mineralnych i napojów bezalkoholowych; mięsa drobiowego oraz kasz i grysików. Zwiększyły się również zapasy m. in. szynki i łopatek konserwowych oraz innych konserw mięsnych podrobowych i tłuszczowych, a także wina i miodów pitnych.

Zmniejszyły się zapasy m.in. dżemów owocowych; wódek, likierów, innych napojów alkoholowych; zup i bulionów i preparatów do nich; czekolady (łącznie z białą); tłuszczy zwierzęcych topionych jadalnych; konserw, wędlin, wyrobów wędliniarskich drobiowych; mleka i śmietany w postaci stałej oraz mąki żytniej i pszennej.

Wśród artykułów nieżywnościowych odnotowano istotny wzrost zapasów zmywarek typu domowego; odbiorników radiowych (łącznie z zestawami); rowerów; samochodów osobowych; pralek automatycznych typu domowego włączając pralko-suszarki. Większe były też zapasy m.in. kuchenek gazowych, elektrycznych i mieszanych oraz papierosów z tytoniu lub mieszanek z jego namiastkami.

Mniejsze niż w 2015 r. były m.in. zapasy dywanów, chodników i wykładzin włókienniczych; odkurzaczy typu domowego; opon do pojazdów samochodowych osobowych; odbiorników telewizyjnych; rajstop i rajtuzów oraz okryć i ubiorów z dzianin i tkanin.

W 2016 roku wyższe były dostawy⁴ większości badanych artykułów żywnościowych i nieżywnościowych w porównaniu z rokiem poprzednim. Wzrost dostaw związany był z wzrostem produkcji i importu, co nastąpiło dzięki lepszej koniunkturze gospodarczej.

Wysoki poziom dostaw artykułów żywnościowych w głównej mierze dotyczył m.in. mięsa wołowego i cielęcego; zup i bulionów i preparatów do nich; kawy; mleka i śmietany w postaci stałej; mięsa drobiowego; wód mineralnych i napojów bezalkoholowych; tłuszczy zwierzęcych topionych jadalnych; wędlin; margaryny i produktów do smarowania (z wyłączeniem margaryny płynnej), ryb morskich mrożonych, a także masła oraz pozostałych tłuszczy do smarowania.

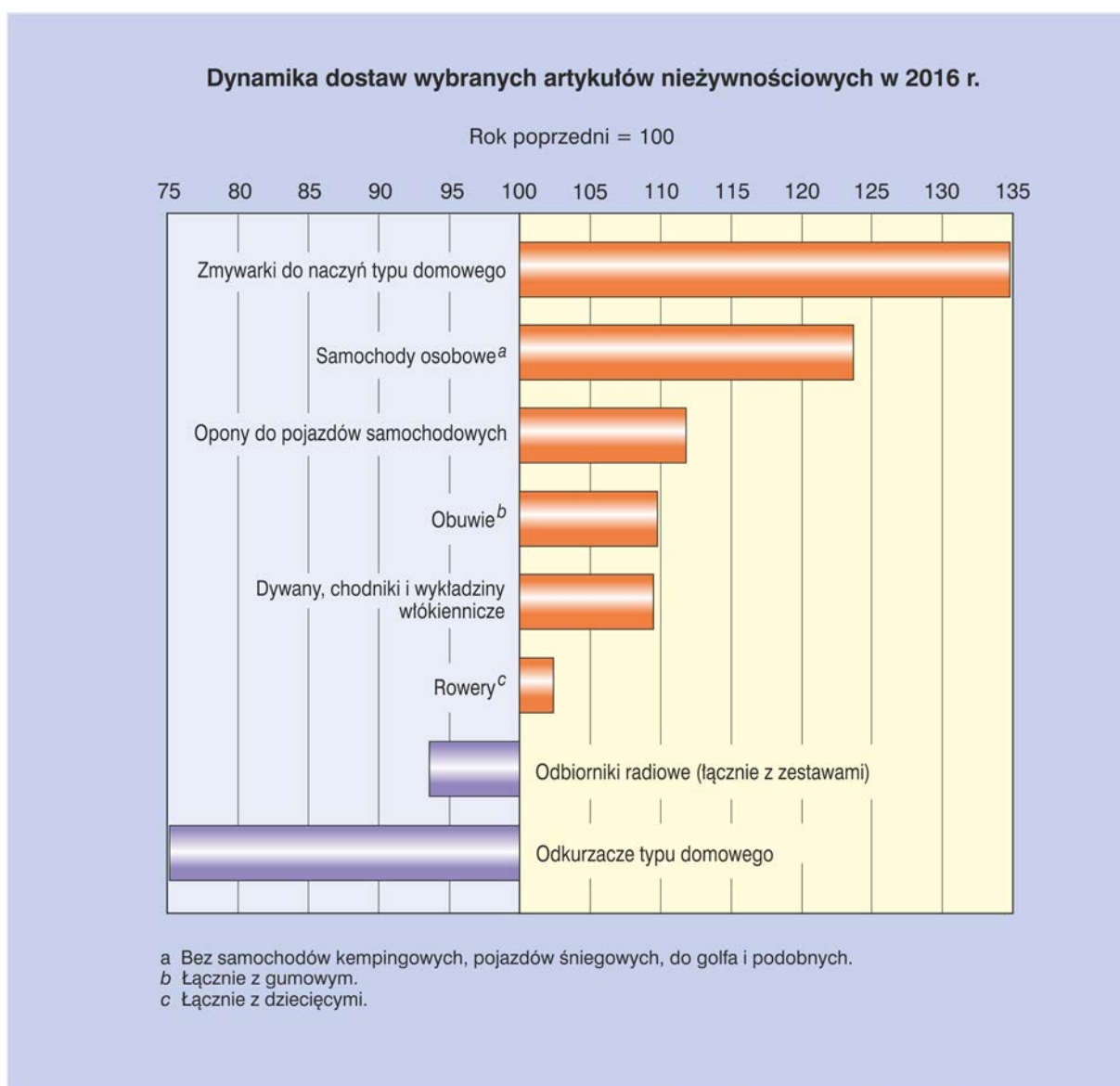
Spadek poziomu dostaw artykułów żywnościowych w porównaniu z 2015 r. miał miejsce w grupowaniach: wyroby czekoladowane; dżemy owocowe; wina i miody pitne oraz cukierki (bez czekoladowanych).

³ W przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 49 osób.

⁴ 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.

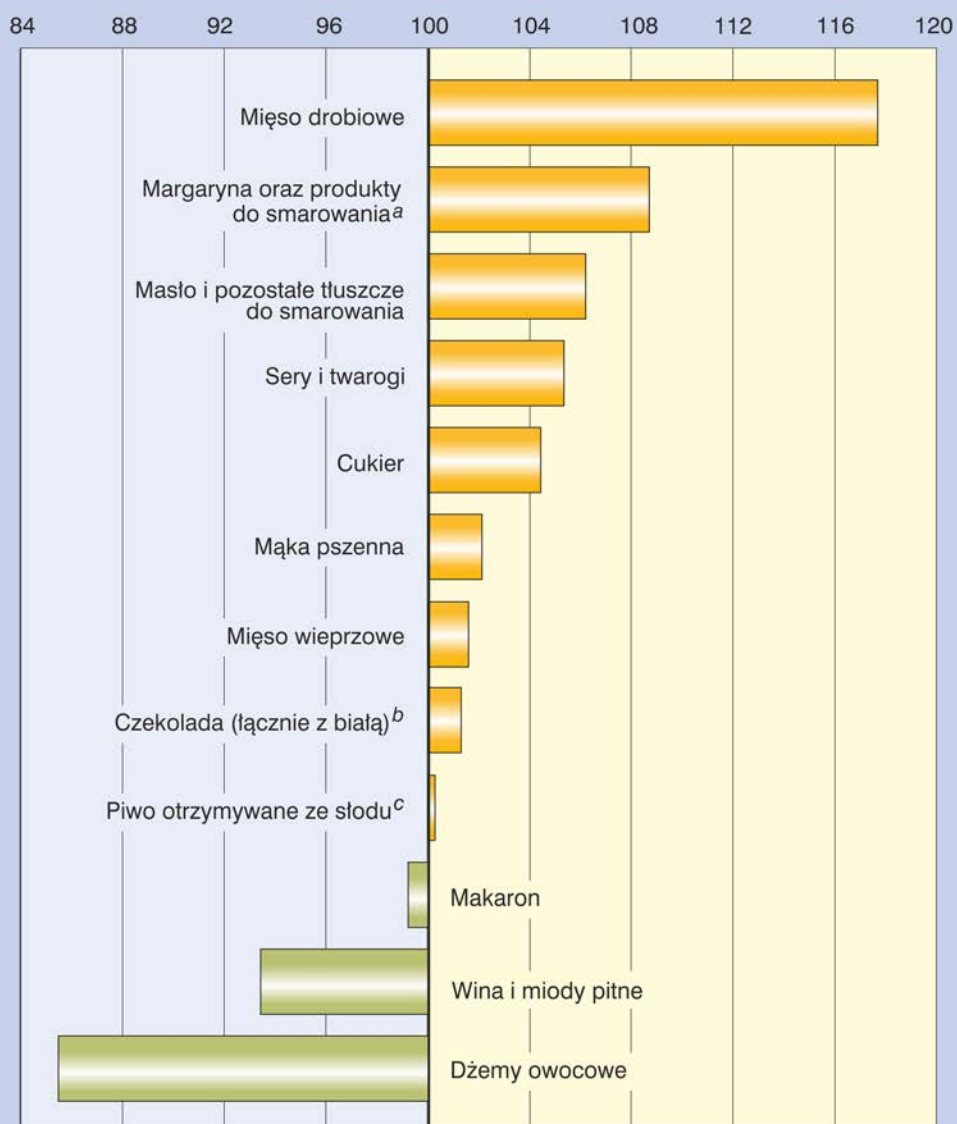
Spośród artykułów nieżywnościowych znaczący wzrost dostaw zaobserwowano dla sprzętu gospodarstwa domowego tj. chłodziarek i zamrażarek typu domowego łącznie z chłodziarko-zamrażalkami; pralek automatycznych typu domowego włączając pralko-suszarki i zmywarek typu domowego. Większe niż w poprzednim roku były również dostawy papierosów z tytoniu lub mieszanek tytoniu z jego namiastkami; samochodów osobowych; zestawów stołowych i naczyń kuchennych; opon do pojazdów samochodowych oraz obuwia.

W grupie badanych artykułów nieżywnościowych znacznie niższe niż w roku poprzednim były dostawy kuchni elektrycznych, gazowych i mieszanych; mydła i produktów organicznych powierzchniowo czynnych i preparatów używanych jako mydło; odkurzaczy typu domowego oraz bielizny osobistej z tkanin.



Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2016 r.

Rok poprzedni = 100



a O obniżonej lub niskiej zawartości tłuszczu, z wyłączeniem margaryny płynnej.

b Z czekoladkami i wyrobami czekoladowymi.

c O objętościowej mocy alkoholu 0,5% i więcej.