



Rynek wewnętrzny w 2018 r.



Rynek wewnętrzny w 2018 r.

Opracowanie merytoryczne

Główny Urząd Statystyczny, Departament Handlu i Usług

Pod kierunkiem

Ewy Adach-Stankiewicz

Zespół autorski

Jolanta Biernat, Agata Dec, Joanna Konopka, Marta Nerlewska, Małgorzata Rajkowska, Rafał Wołodkiewicz-Donimirski

Skład i opracowanie graficzne

Eustachiusz Markowski, Joanna Sadowy

przy udziale

Elżbiety Lisiak

Publikacja dostępna na stronie

<http://stat.gov.pl>

Przy publikowaniu danych GUS prosimy o podanie źródła.



00-925 WARSZAWA, AL. NIEPODLEGŁOŚCI 208

Informacje w sprawach sprzedaży publikacji – tel.: (22) 608 32 10, 608 38 10

Przedmowa

Przekazujemy Państwu kolejną edycję wydawanego co roku opracowania „Rynek wewnętrzny”. Bieżąca edycja publikacji została przygotowana w nowoczesnej formie graficznej w serii wydawniczej „Analizy statystyczne”.

Opracowanie prezentuje kompleksową analizę działalności podmiotów handlowych przygotowaną na podstawie wyników badań dotyczących 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 szczegółowe informacje dotyczące wielkości sieci handlowych i gastronomicznych oraz ich infrastruktury w przekrojach regionalnych.

Oddając do Państwa rąk „Rynek wewnętrzny w 2018 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

Prezes
Głównego Urzędu Statystycznego



dr Dominik Rozkrut

Warszawa, Październik 2019

Spis treści

Przedmowa	3
Spis treści	4
Objaśnienia znaków umownych, skrótów i przyjęte grupowania	5
Synteza	6
Działalność usługowa w Polsce i w krajach Unii Europejskiej	7
Działalność handlowa	10
Przepływ towarów handlowych	12
Obroty w handlu detalicznym	13
Sprzedaż detaliczna	16
Sklepy	20
Stacje paliw	24
Targowiska	25
Magazyny handlowe	26
Sprzedaż hurtowa	27
Placówki gastronomiczne	29
Przychody z działalności gastronomicznej	31
Zaopatrzenie rynku	33
Uwagi metodologiczne	36
Źródła i zakres danych	36
Objaśnienia podstawowych pojęć	41

Objaśnienia znaków umownych

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

Objaśnienia skrótów

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

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).

Synteza

W 2018 r. w Polsce według wstępnych danych wartość dodana brutto wytworzona przez podmioty prowadzące działalności o charakterze usługowym stanowiła 64,9% wartości dodanej brutto całej gospodarki narodowej. Jednocześnie w jednostkach tych pracę znalazło 58,7% ogółu pracujących. Działalnością dominującą wśród podmiotów usługowych pod względem wartości dodanej była działalność handlowa, której udział stanowił 17,6% wartości dodanej brutto wytworzonej w całej gospodarce narodowej.

Sprzedaż detaliczna w cenach bieżących zrealizowana w 2018 r. przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe wyniosła 862,1 mld zł i była o 6,4% wyższa niż przed rokiem, natomiast sprzedaż hurtowa w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 1417,6 mld zł i była o 10,2% wyższa niż przed rokiem.

Na koniec 2018 r. szacowana liczba sklepów w Polsce wyniosła prawie 340 tys. i była o 4,3% niższa niż przed rokiem. Wzrosła natomiast powierzchnia sprzedażowa sklepów (o 0,2%) i stanowiła ona wielkość ok. 37312 tys. m². Liczba niespełna 340 tys. sklepów prowadzona była przez ok. 270 tys. przedsiębiorstw. Szacowana liczba stacji paliw wyniosła 9340 i była o 0,2% wyższa niż w roku poprzednim. Największe zagęszczenie stacji paliw odnotowano w województwie śląskim – 93 obiekty na 1000 km² powierzchni.

Przychody ogółem z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły w 2018 r. 43,2 mld zł i w porównaniu z rokiem poprzednim wzrosły o 10,3% (w cenach stałych były wyższe o 7,0%). Liczbę placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych) w kraju wyszacowano na ponad 69,8 tys., z czego 38,2% stanowiły punkty gastronomiczne, 28,2% – restauracje, 27,6% – bary, a stołówki – 6,0%. Ogólna liczba placówek gastronomicznych zmniejszyła się o 0,4% w porównaniu z 2017 r.

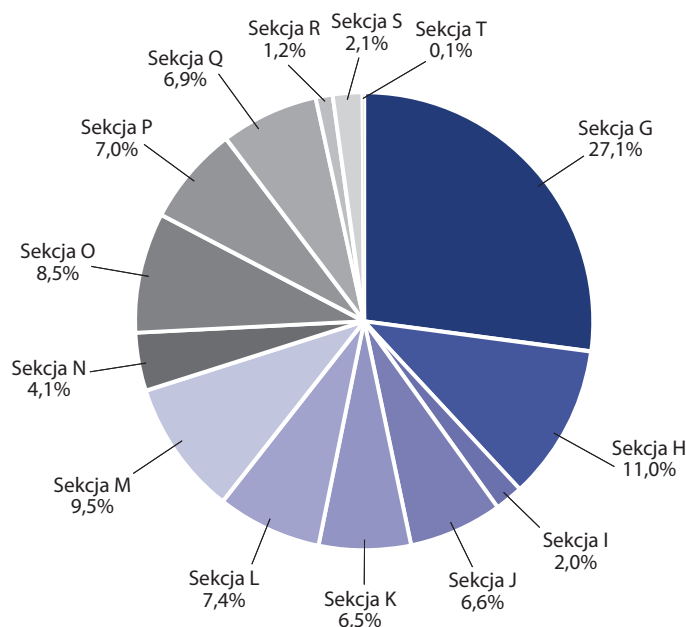
W 2018 r. w ramach zaopatrzenia rynku wewnętrznego dostawy większości badanych artykułów konsumpcyjnych były wyższe w porównaniu z rokiem poprzednim. Wzrost dostaw głównie artykułów żywnościowych związany był ze zwiększoną produkcją tych wyrobów.

Działalność usługowa w Polsce i w krajach Unii Europejskiej

SEKTOR USŁUG zgodnie z przyjętą konwencją, tworzą 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 ubezpieczenia 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 świadczące usługi na własne potrzeby; U – Organizacje i zespoły eksterytorialne.

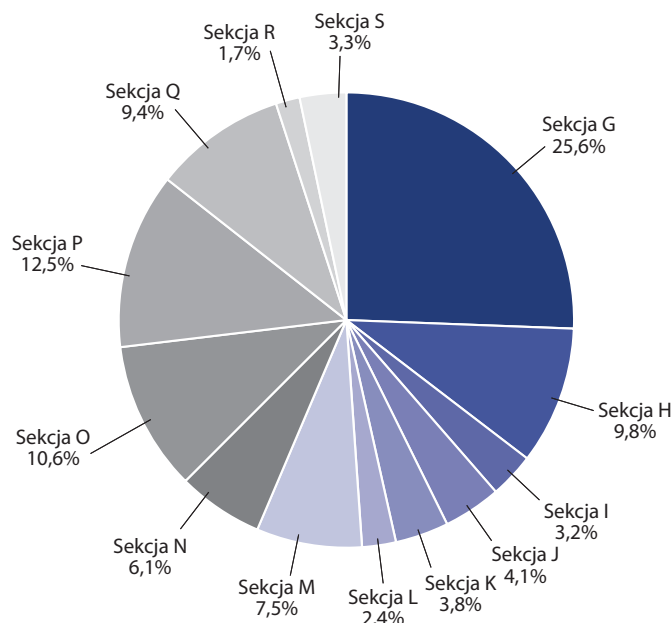
W 2018 r. w Polsce według wstępnych danych wartość dodana brutto wytworzona przez podmioty prowadzące działalności o charakterze usługowym stanowiła 64,9% wartości dodanej brutto całej gospodarki narodowej. Jednocześnie w jednostkach tych pracę znalazło 58,7% ogółu pracujących. Działalnością dominującą wśród podmiotów usługowych pod względem wartości dodanej była działalność handlowa, której udział stanowił 27,1% wartości dodanej wytworzonej przez wszystkie jednostki prowadzące działalności o charakterze usługowym (spadek w porównaniu z rokiem poprzednim o 0,1 p. proc.). Udział drugiej pod względem wielkości wartości dodanej działalności – transport i gospodarka magazynowa (wg PKD sekcja H) ukształtował się na poziomie 11,0% (wzrost o 0,4 p. proc.), natomiast udział działalności profesjonalnej, naukowej i technicznej (wg PKD sekcja M) wyniósł 9,5% (wzrost o 0,3 p. proc.). W porównaniu z poprzednim rokiem w największym stopniu (o 0,4 p. proc.) zmniejszył się udział działalności finansowej i ubezpieczeniowej (wg PKD sekcja K).

Wykres 1. Struktura wartości dodanej brutto w usługach według sekcji PKD w 2018 r.



W końcu 2018 r. najwięcej osób (25,6% 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) – 12,5%, a kolejne sekcji „Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne” (wg PKD sekcja O) – 10,6%.

Wykres 2. Struktura pracujących w usługach według sekcji PKD w 2018 r.



W 2018 r. działalnością dominującą wśród jednostek usługowych pod względem przeciętnego zatrudnienia była również działalność handlowa, w której zatrudnionych było 1 733,4 tys. osób (wzrost w porównaniu z 2017 r. o 2,6%). Drugą pozycję zajęła działalność edukacyjna (wg PKD sekcja P) z przeciętnym zatrudnieniem 1 089,7 tys. osób (wzrost o 0,2% w porównaniu z rokiem poprzednim). Najwyższy procentowy wzrost przeciętnego zatrudnienia wśród działalności usługowych odnotowano w sekcji M „Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna” – o 5,0%, natomiast spadek został wykazany w działalności związanej z obsługą rynku nieruchomości (wg PKD sekcja L) – o 1,2% oraz w działalności finansowej i ubezpieczeniowej (wg PKD sekcja K) o 0,5%. Najniższe przeciętne zatrudnienie na poziomie 127,1 tys. osób odnotowano w sekcji R „Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją”, pomimo iż w porównaniu z 2017 r. wzrosło ono o 1,4%.

Najwyższe przeciętne wynagrodzenie brutto w 2018 r. odnotowano w sekcjach: „Informacja i komunikacja” (wg PKD sekcja J) – 7 981 zł oraz „Działalność finansowa i ubezpieczeniowa” (wg PKD sekcja K) – 7 510 zł. Z kolei najniższe przeciętne wynagrodzenie brutto na poziomie 3 029 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 3 990 zł i wzrosła w porównaniu z 2017 r. o 7,0%, był to średni procentowy wzrost przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia w gospodarce narodowej. Najwyższy wzrost przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia o 10,3% zaobserwowano w sekcji Q „Opieka zdrowotna i pomoc społeczna”, a także w sekcji N „Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca” (o 8,3%).

W 2018 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 – 86,7%, na Malcie – 85,3% oraz na Cyprze – 83,6%. Duży udział w wartości dodanej całej gospodarki usługi stanowiły w takich krajach jak Francja (79,2%), Wielka Brytania (79,2%), Grecja (78,2%), czy Holandia (78,1%). W krajach Europy Środkowowschodniej udział ten kształtował się na poziomie od 61,8% na Słowacji do 73% na Łotwie, w Polsce stanowił 64,9%.

W odniesieniu do 2010 r. najbardziej znaczący wzrost udziału działalności usługowej w tworzeniu wartości dodanej wykazała Rumunia (o 11,2 p. proc.), Malta (o 7,1 p. proc.), Szwecja (o 3,5 p. proc.) oraz Hiszpania (o 3,4 p. proc.). Największy spadek udziału usług w porównaniu z 2010 r. zanotowano w Irlandii (o 13,6 p. proc.) oraz w Grecji (2,9 p. proc.) i w Słowenii (o 2,5 p. proc.).

Tablica 1. 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
	2018	69,9		2018	68,4
Belgia	2010	76,0	Luksemburg	2010	87,0
	2018	77,2		2018	86,7
Bułgaria	2010	67,8	Łotwa	2010	72,2
	2018	68,4		2018	73,0
Chorwacja	2010	68,6	Malta	2010	78,2
	2018	70,7		2018	85,3
Cypr	2010	80,9	Niemcy	2010	69,2
	2018	83,6		2018	68,7
Czechy	2010	61,5	Polska	2010	63,9
	2018	62,0		2018	64,9
Dania	2010	75,8	Portugalia	2010	75,2
	2018	75,0		2018	75,5
Estonia	2010	68,8	Rumunia	2010	52,0
	2018	69,2		2018	63,2
Finlandia	2010	67,3	Słowacja	2010	62,0
	2018	68,6		2018	61,8
Francja	2010	78,4	Słowenia	2010	67,4
	2018	79,2		2018	64,9
Grecja	2010	81,1	Szwecja	2010	69,5
	2018	78,2		2018	73,0
Hiszpania	2010	71,4	Węgry	2010	66,6
	2018	74,8		2018	64,5
Holandia	2010	76,1	W. Brytania	2010	79,4
	2018	78,1		2018	79,2
Irlandia	2010	73,3	Włochy	2010	73,7
	2018	59,7		2018	74,0

Źródło: Eurostat, z dn. 09.10.2019 r. zgodnie z metodologią ESA 2010.

Działalność handlowa

PRODUKT KRAJOWY BRUTTO (PKB) przedstawia końcowy rezultat działalności wszystkich podmiotów gospodarki narodowej. Produkt krajowy brutto równa się sumie wartości dodanej brutto wytworzonej przez wszystkie krajowe jednostki instytucjonalne powiększonej o podatki od produktów i pomniejszonej o dotacje do produktów. Produkt krajowy brutto jest liczony w cenach rynkowych.

WARTOŚĆ DODANA BRUTTO (WDB) mierzy wartość nowo wytworzoną w wyniku działalności produkcyjnej krajowych jednostek instytucjonalnych. Wartość dodana brutto stanowi różnicę między produkcją globalną a zużyciem pośrednim, jest wyrażona w cenach bazowych.

CENA BAZOWA definiowana jest jako kwota pieniędzy otrzymana przez producenta (w tym także jednostkę handlową) od nabywcy za jednostkę produktu (wyrobu lub usługi), pomniejszona o podatki od produktów oraz ewentualne rabaty i opusty, powiększona o dotacje otrzymane do danego produktu.

W 2018 r. według wstępnych danych udział handlu w tworzeniu produktu krajowego brutto wyniósł 15,4%, a w wartości dodanej brutto 17,6%.

Tablica 2. Udział handlu w tworzeniu PKB i wartości dodanej

Wyszczególnienie	2015	2016	2017	2018
Udział handlu w tworzeniu PKB w %	15,6	15,4	15,4	15,4
Udział handlu w wartości dodanej brutto w %	17,6	17,5	17,5	17,6

PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY I ZRÓWNANE Z NIMI (bez podatku VAT) obejmują przychody ze sprzedaży produktów (tj. kwoty uzyskane lub należne z tytułu sprzedaży: wyrobów gotowych w podmiotach wytwarzających, robót i usług w podmiotach prowadzących działalność usługową), towarów i materiałów. Przychody ze sprzedaży ustala się w wartości wyrażonej w rzeczywistych cenach sprzedaży z uwzględnieniem opustów, rabatów i bonifikat – bez podatku od towarów i usług.

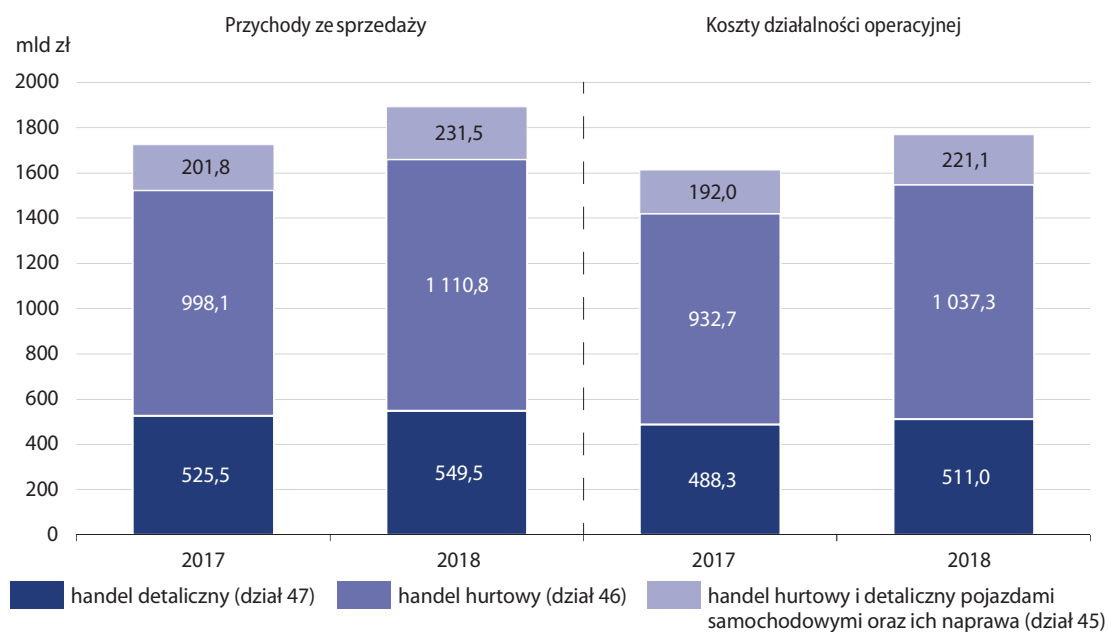
W 2018 r. według wstępnych danych wartość przychodów ze sprzedaży w cenach bieżących osiągnięta przez przedsiębiorstwa zaklasyfikowane do sekcji G „Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle” ukształtowała się na poziomie 1892,0 mld zł (tj. o 9,7% wyższym niż w roku poprzednim). Największa część tych przychodów zrealizowana była przez przedsiębiorstwa prowadzące działalność hurtową 58,7%. Udział handlu detalicznego wyniósł 29,0% natomiast handlu hurtowego i detalicznego pojazdami samochodowymi oraz ich naprawą 12,2%. Przedsiębiorstwa z liczbą pracujących 10 i więcej osób osiągnęły przychody na poziomie 1363,9 mld zł czyli 72,1% przychodów ogółem, a przychody przedsiębiorstw z liczbą 9 i mniej osób wyniosły 528,0 mld zł, co stanowi 27,9% przychodów ogółem.

KOSZTY DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ obejmują zużycie pośrednie, koszty związane z zatrudnieniem, wartość sprzedanych towarów i materiałów. Nie uwzględnione zostały koszty amortyzacji.

ZUŻYCIE POŚREDNIE to wartość zużytych materiałów (łącznie z paliwami) netto, surowców (łącznie z opakowaniami), energii, gazów technicznych i usług obcych (obróbka obca, usługi transportowe, najem sprzętu, usługi telekomunikacyjne i obliczeniowe, prowizje płacone za usługi bankowe, koszty podróży służbowych (bez diet) i inne koszty (np. koszty reklamy, reprezentacji, dzierżawy i najmu, koszty biletów służbowych, koszty ryczałtów za używanie własnych pojazdów do celów służbowych, opłaty giełdowe).

W 2018 r. według wstępnych danych koszty działalności operacyjnej (bez amortyzacji) poniesione przez podmioty handlowe wyniosły 1769,5 mld zł i były o 9,7% wyższe niż w poprzednim roku. Koszty działalności operacyjnej poniesione przez podmioty z liczbą pracujących 10 i więcej osób wyniosły 1280,5 mld zł i stanowiły 72,4% ogółu kosztów operacyjnych wykazanych przez podmioty handlowe. Podmioty z liczbą pracujących 9 i mniej osób poniosły koszty w wysokości 489,0 mld zł. Znaczący udział w kosztach stanowiły koszty zatrudnienia. Udział kosztów zatrudnienia w kosztach działalności operacyjnej dla podmiotów z liczbą pracujących 10 osób i więcej osób wyniósł (6,1%).

Wykres 3. Przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi oraz koszty działalności operacyjnej przedsiębiorstw handlowych



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 handlowych^a 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 utrzymał się na zbliżonym poziomie (około 51%) w porównaniu z rokiem poprzednim, wzrósł natomiast udział zakupów z importu do ponad 27%, a zmniejszył się udział zakupów u hurtowników i stanowił około 21%. W zależności od rodzaju prowadzonej działalności handlowej (handel hurtowy czy detaliczny) struktura dokonywanych zakupów była bardziej zróżnicowana.

W zakresie handlu hurtowego – prawie 50% przedsiębiorstw zaopatrywało się u producentów i wytwórców krajowych, a 31% z nich bezpośrednio z importu. Udział zakupów hurtownik – hurtownik uległ spadkowi i wyniósł 18%.

W handlu detalicznym zakupów towarów dokonywano głównie bezpośrednio u producentów i wytwórców krajowych (ok. 56%), rzadziej u hurtowników (nieco ponad 25%), odnotowano niewielki wzrost udziału zakupów bezpośrednio z importu do ok. 18%.

Przedsiębiorstwa własności zagranicznej najczęściej dokonywały zakupów bezpośrednio u producentów i wytwórców krajowych, bądź bezpośrednio z importu (zakupy od obydwu dostawców stanowiły po ok. 44%), rzadziej natomiast u hurtowników (prawie 11%).

W strukturze przychodów przedsiębiorstw hurtowych prawie 44% przychodów pochodziło ze sprzedaży do hurtu (wobec około 43% w poprzednim okresie), prawie 29% pochodziło od handlowców detalicznych (wobec 30% w poprzednim okresie), a niespełna 18% od producentów krajowych. Nieco ponad 5% stanowiły bezpośrednie wpływy od konsumentów indywidualnych.

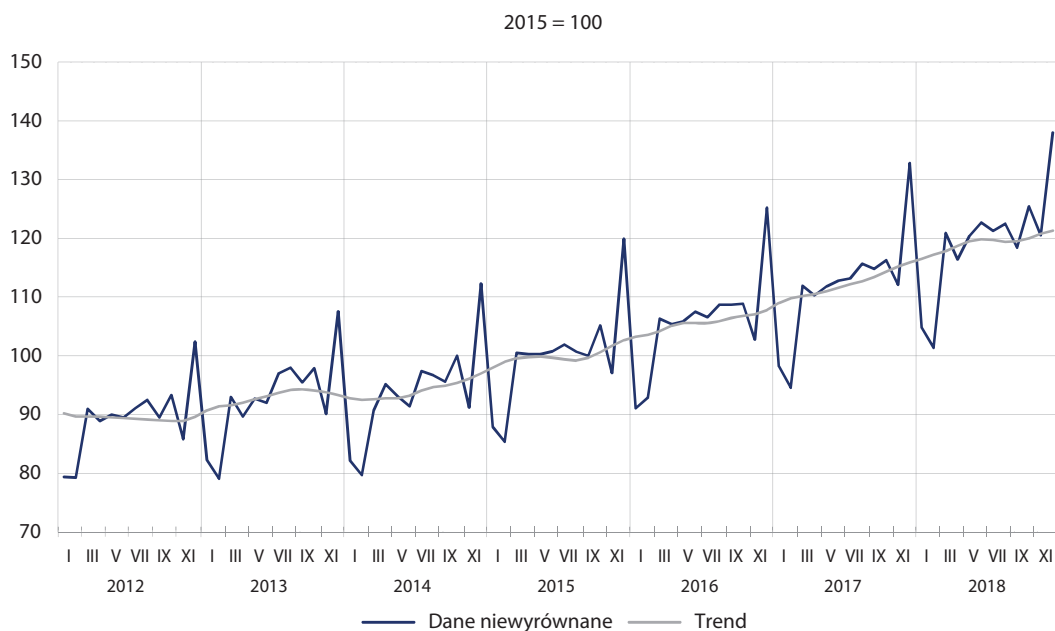
a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

Obroty w handlu detalicznym

OBRÓTY, tj. przychody netto ze sprzedaży obejmują wartość sprzedanych na zewnątrz przedsiębiorstwa produktów (wrobów 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).

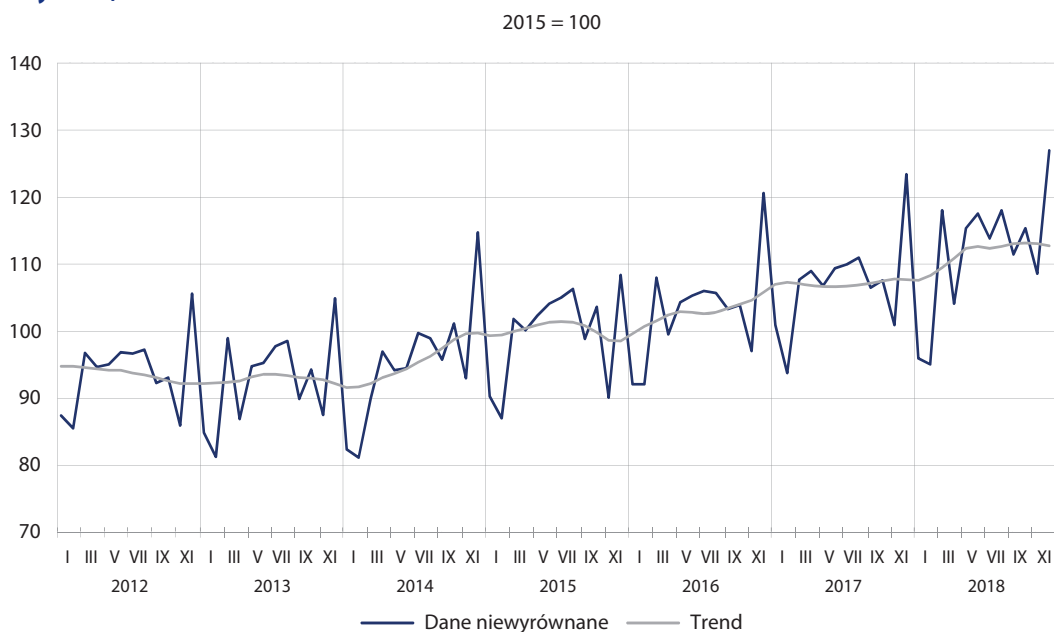
W 2018 r. obroty w handlu detalicznym (w cenach stałych) były wyższe o 6,6 % w porównaniu z rokiem poprzednim. Wzrost obrotów zanotowano zarówno w podmiotach sprzedających towary nieżywnościowe (o 7,7%), jak i w przedsiębiorstwach sprzedających żywność, napoje, wyroby tytoniowe (o 4,2%). Obroty przedsiębiorstw zajmujących się sprzedażą detaliczną paliw wzrosły o 7,8%.

Wykres 4. Dynamika obrotów w przedsiębiorstwach detalicznych (ceny stałe)^a



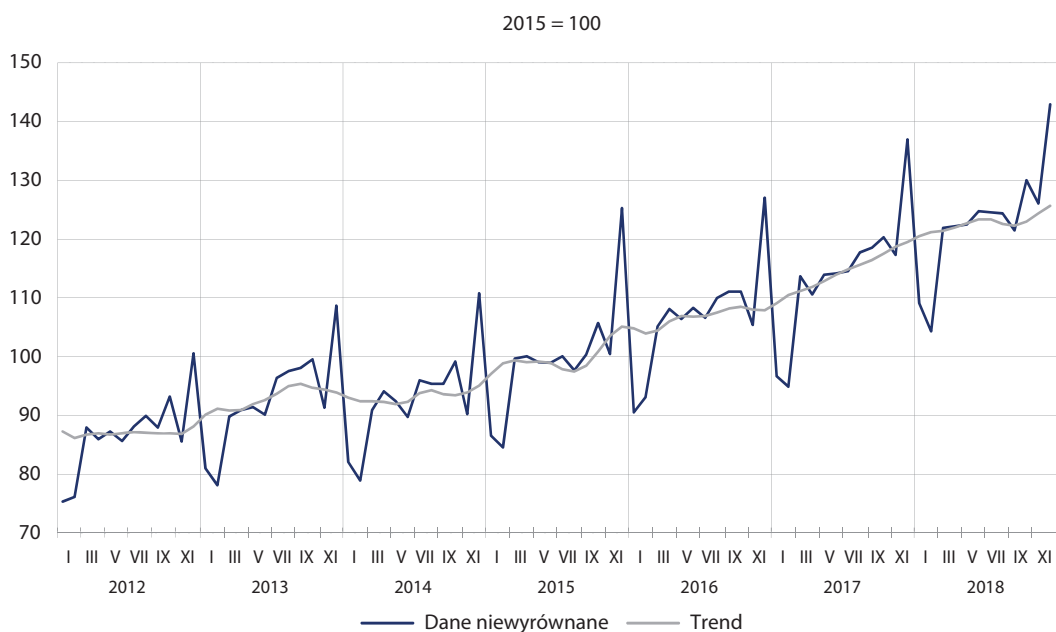
a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do działu 47.

Wykres 5. Dynamika obrotów w przedsiębiorstwach sprzedających żywność, napoje, wyroby tytoniowe (ceny stałe)^a



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

Wykres 6. Dynamika obrotów w przedsiębiorstwach sprzedających towary nieżywnościowe (ceny stałe)^a

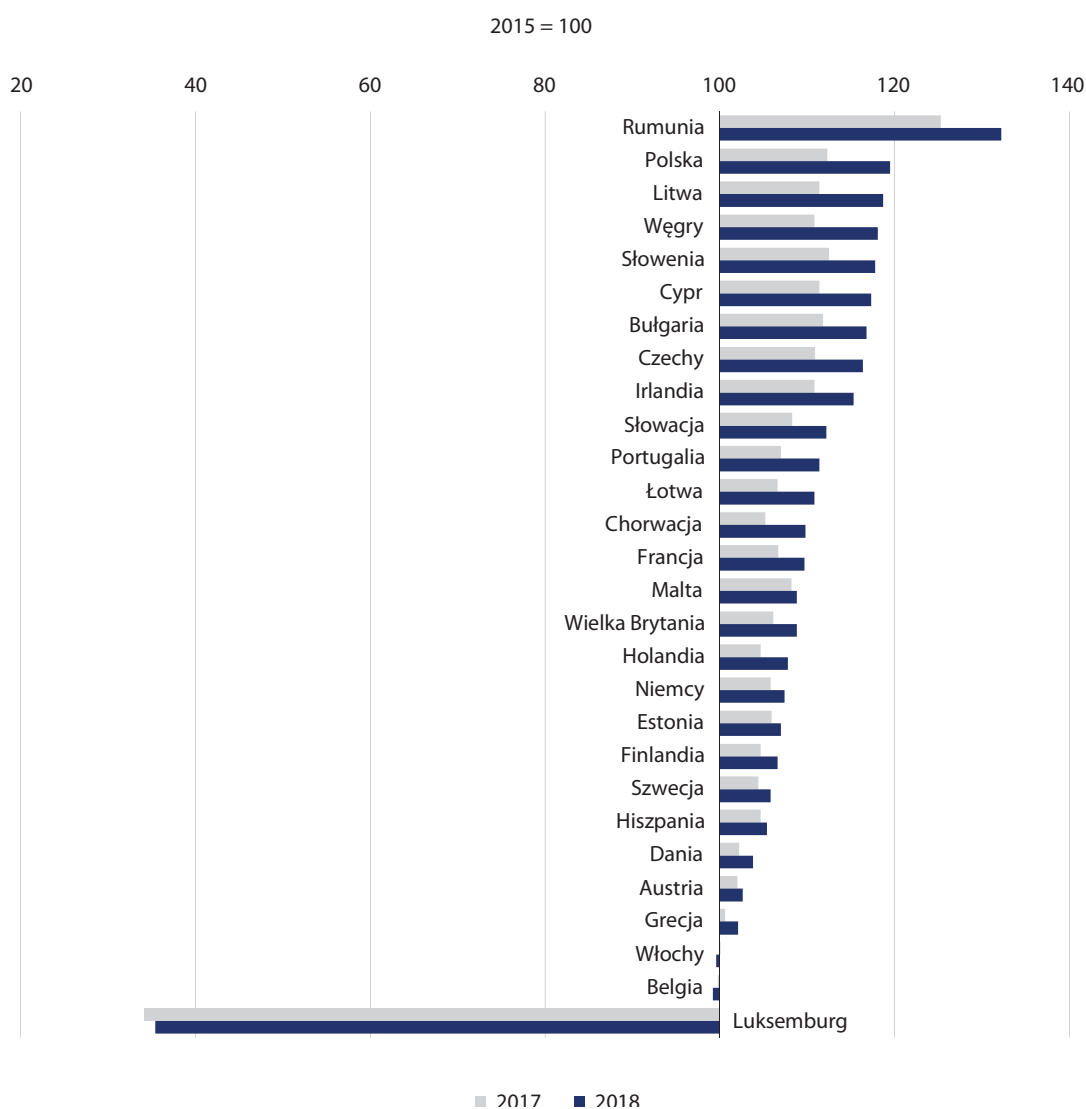


a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do działu 47.19 i grup 47.3–47.9.

W 2018 r. obroty w handlu detalicznym krajów UE były wyższe w porównaniu z rokiem bazowym (2015=100) o 7,6%. Największy wzrost zanotowano w Rumunii (o 32,2%), w Polsce (o 19,5%) oraz na Litwie (o 18,7%). Spośród krajów o największym znaczeniu dla europejskiej gospodarki odnotowano wzrost obrotów we Francji (o 9,7%) w Wielkiej Brytanii (o 8,8%) i w Niemczech (o 7,4%). W 2018 r. dużo niższe obroty w porównaniu z rokiem 2015 zaobserwowano w Luksemburgu (spadek o 64,6%), co było związane ze zmianą klasyfikacji działalności gospodarczej na niehandlową znaczących jednostek. Niewielki spadek obrotów wystąpił również w Belgii (o 0,8%) oraz we Włoszech (o 0,4%).

W porównaniu z rokiem poprzednim obroty w 2018 r. w większości krajów były wyższe, za wyjątkiem Belgii oraz Włoch.

Wykres 7. Dynamika w handlu detalicznym krajów UE^a



^a Dane wyrównane dniami roboczymi.

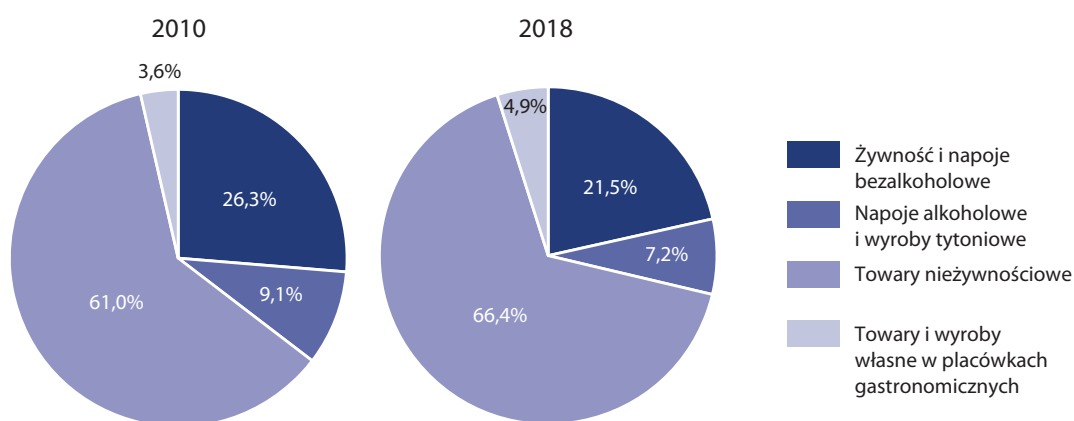
Źródło: Eurostat, dane krótkookresowe (październik 2019)

Sprzedaż detaliczna

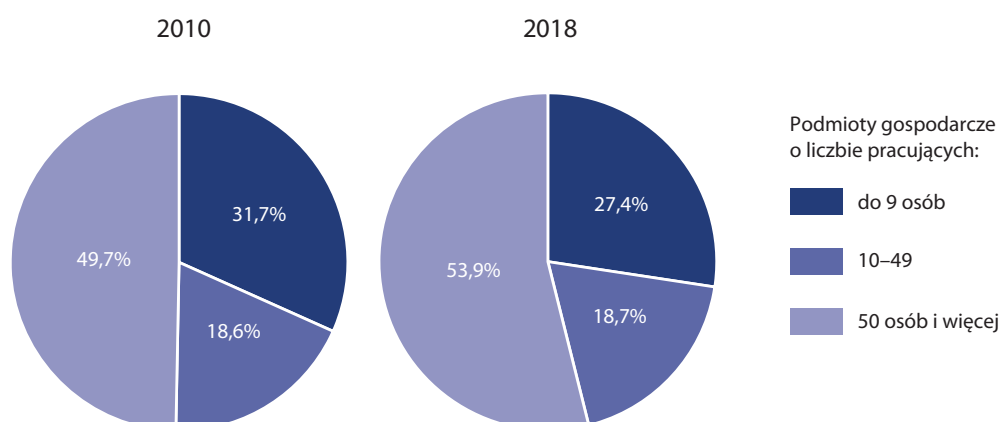
SPRZEDAŻ DETALICZNA TOWARÓW (łącznie z podatkiem VAT) to sprzedaż towarów własnych i komisowych (nowych i używanych) w punktach sprzedaży detalicznej, placówkach gastronomicznych oraz innych punktach sprzedaży (np. składy, magazyny) w ilościach wskazujących na zakup dla potrzeb indywidualnych nabywców.

W 2018 r. sprzedaż detaliczna w cenach bieżących zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe wyniosła 862,1 mld zł i była o 6,4% wyższa niż przed rokiem. W punktach sprzedaży detalicznej wartość sprzedanych towarów wyniosła 819,5 mld zł (wzrost o 6,2%), z tego wartość żywności i napojów bezalkoholowych – 185,4 mld zł (wzrost o 2,8%), napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych – 62,0 mld zł (wzrost o 5,2%) i towarów nieżywnościowych – 572,1 mld zł (wzrost o 7,5%). W placówkach gastronomicznych sprzedaż detaliczna wyniosła 42,6 mld zł (wzrost o 10,3%).

Wykres 8. Struktura sprzedaży detalicznej (ceny bieżące)



Udział sprzedaży detalicznej zrealizowanej w 2018 r. przez podmioty gospodarcze o liczbie pracujących 50 i więcej osób wyniósł 53,9%, przez podmioty o liczbie pracujących do 9 osób – 27,4%, a przez przedsiębiorstwa o liczbie pracujących od 10 do 49 osób – 18,7%.

Wykres 9. Struktura sprzedaży detalicznej według wielkości podmiotów gospodarczych (ceny bieżące)

Sprzedaż w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 86,5% wartości sprzedaży detalicznej ogółem i jej udział był o 0,6 p. proc. niższy niż przed rokiem. Pozostała sprzedaż była realizowana przez przedsiębiorstwa, których podstawowym rodzajem działalności nie był handel, lecz np. produkcja czy gastronomia.

Tablica 3. Sprzedaż detaliczna w latach 2016 – 2018 (ceny bieżące)

Wyszczególnienie a – liczby bezwzględne b – analogiczny okres roku poprzedniego=100		2016	2017	2018
		w mln zł		
Ogółem	a	754964,4	810233,6	862066,3
	b	104,6	107,3	106,4
W tym przedsiębiorstwa handlowe	a	659915,1	705407,6	745846,6
	b	105,0	106,9	105,7

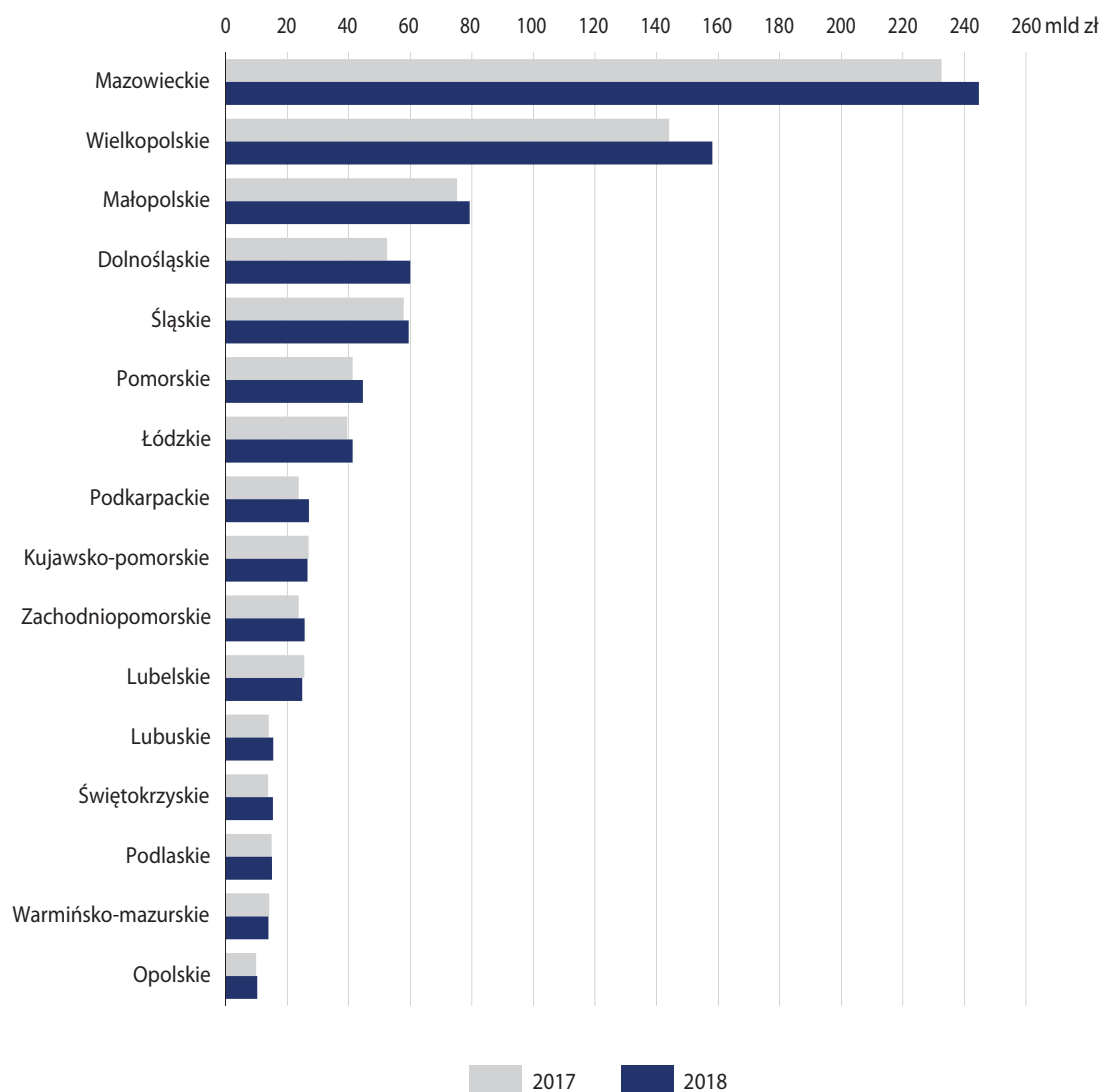
Tablica 4. Sprzedaż detaliczna towarów według grup (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2016	2017	2018	
	w mln zł			2017=100
Ogółem	754964,4	810233,6	862066,3	106,4
Żywność i napoje bezalkoholowe	202530,8	214021,3	222943,2	104,2
Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe	62072,1	63499,5	66645,8	105,0
Towary nieżywnościowe (bez wyrobów tytoniowych)	490361,5	532712,8	572477,3	107,5

W 2018 r. sprzedaż detaliczna w cenach bieżących była wyższa w porównaniu z rokiem poprzednim w większości województw. W województwie mazowieckim, którego udział w sprzedaży ogółem był dominujący i wyniósł 28,4% sprzedaż wzrosła o 5,2%. Drugim województwem o znaczącym udziale w sprzedaży ogółem (18,3%) było województwo wielkopolskie, a przedsiębiorstwa posiadające siedzibę na jego terenie odnotowały wzrost sprzedaży o 9,7%. Na trzecim miejscu ze względu na udział w sprzedaży detalicznej ogółem (9,2%) uplasowało się natomiast województwo małopolskie ze wzrostem sprzedaży na poziomie 5,4% w skali roku.

Spadek sprzedaży odnotowano w województwach: lubelskim (o 2,5%), warmińsko-mazurskim (o 2%) oraz kujawsko-pomorskim (o 1,6%).

Wykres 10. Sprzedaż detaliczna według województw (ceny bieżące)^a

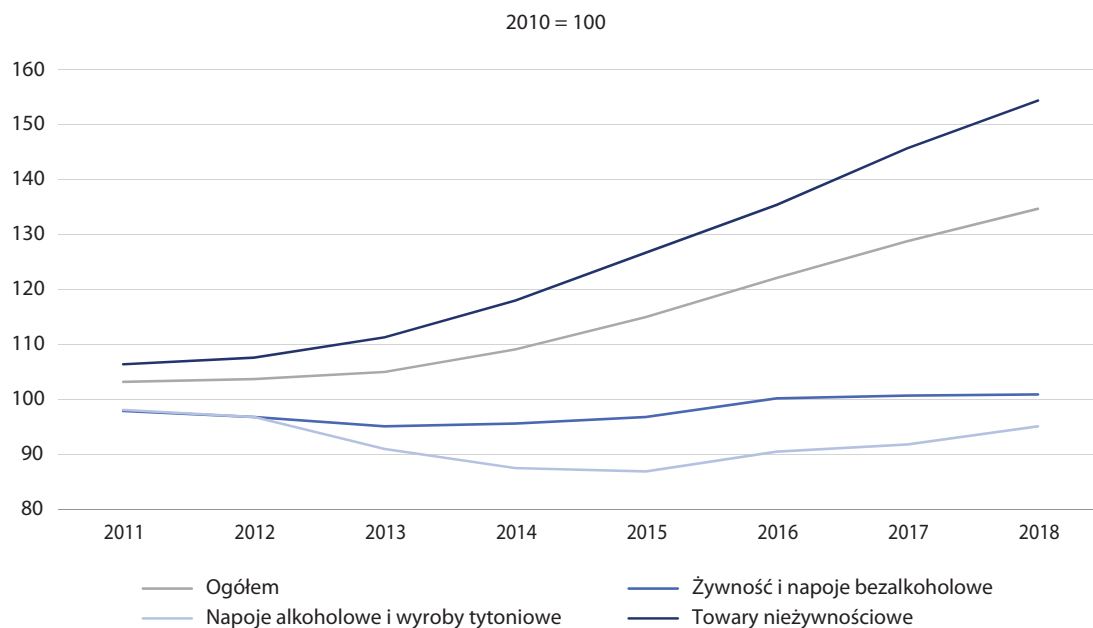


a Zgodnie z siedzibą przedsiębiorstwa.

W 2018 r. sprzedaż detaliczna w cenach stałych zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe była o 4,6% wyższa niż przed rokiem (wobec wzrostu o 5,5% w 2017 r.). Najwyższy wzrost odnotowano w sprzedaży towarów nieżywnościowych (o 6,0%). Zaobserwowano również wzrost sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych (o 3,6%) oraz żywności i napojów bezalkoholowych (o 0,2%).

Sprzedaż detaliczna towarów i wyrobów własnych w placówkach gastronomicznych była o 7,0% wyższa niż w 2017 r.

Wykres 11. Dynamika sprzedaży detalicznej (ceny stałe)^a



a Z wyjątkiem "ogółem" – bez sprzedaży w placówkach gastronomicznych.

Sklepy

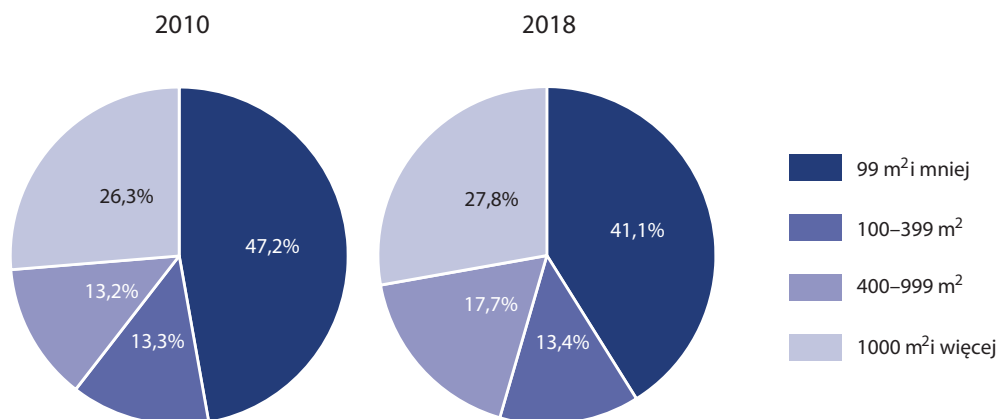
SKLEP jest to stały punkt sprzedaży detalicznej, posiadający specjalne pomieszczenie (tj. lokal sklepowy) z oknem wystawowym oraz wnętrzem dostępnym dla klientów.

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.

POWIERZCHNIA SPRZEDAŻOWA SKLEPU to część lokalu sklepowego, na której odbywa się sprzedaż towarów (tzn. część przeznaczona do eksponowania towarów i obsługi nabywców, bez tzw. zaplecza) mierzona w m².

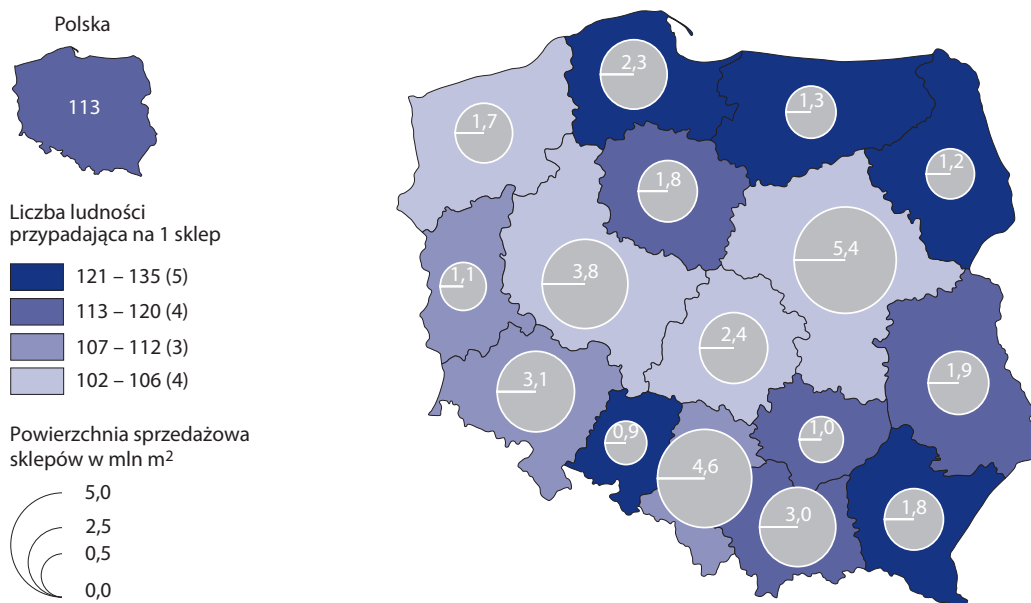
Na koniec 2018 r. szacowana liczba sklepów w Polsce wyniosła prawie 340 tys. i była o 4,3% (o ok. 15 tys.) niższa niż przed rokiem. Wzrosła natomiast powierzchnia sprzedażowa sklepów (o 0,2%), która stanowiła wielkość ok. 37312 tys. m². Procentowy przyrost powierzchni sprzedażowej miał miejsce w sklepach z przedziału wielkości 400-999 m² (o 5,1%) oraz w sklepach z przedziału wielkości powyżej 1000 m² (o 1,8%). Spadek powierzchni sklepowej zanotowano w sklepach o przedziałach powierzchniowych do 99 m² (o 2,8%) oraz 100-399 m² (o 0,2%).

Wykres 12. Struktura powierzchni sprzedażowej sklepów



W układzie regionalnym najwyższy procentowy wzrost powierzchni sprzedażowej w przedziale 400-999 m² miał miejsce w sklepach zlokalizowanych w województwach: lubuskim (o 10,1%), mazowieckim (o 8,7%) oraz wielkopolskim (o 7,6%).

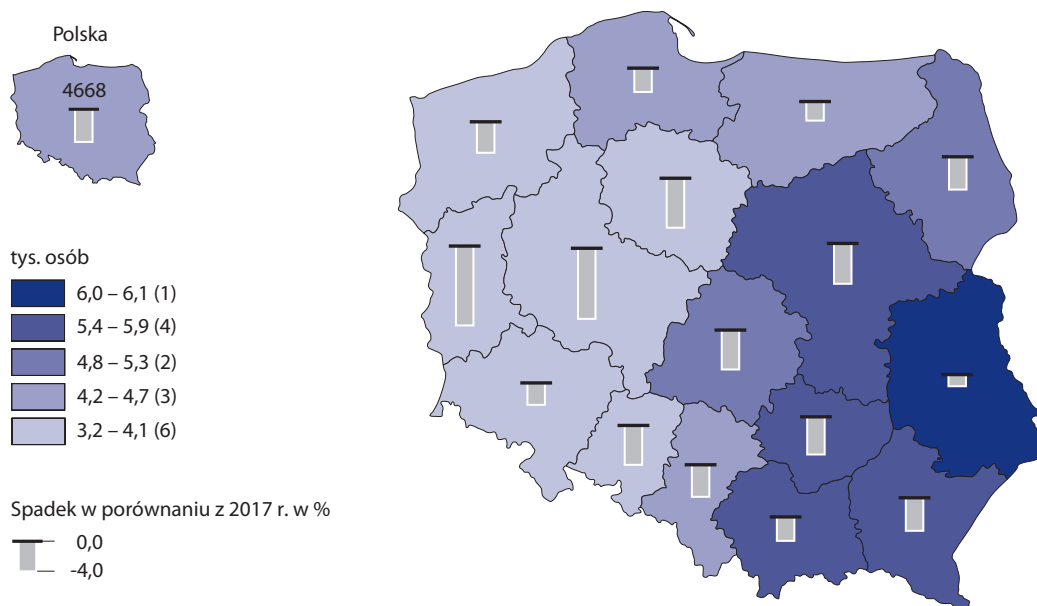
W 2018 r. na jeden sklep przypadało średnio 113 osób, podczas gdy w 2017 r. było to odpowiednio 108 osób.

Mapa 1. Sklepy według województw (stan w dniu 31 XII)

W 2018 r. odnotowano wzrost łącznej liczby supermarketów i hipermarketów w porównaniu z rokiem poprzednim (o 4,4%), w wyniku czego na jeden sklep tych kategorii przypadło średnio 4668 osób, podczas gdy w 2017 r. było to 4877 osób. W układzie regionalnym najwięcej ludności przypadającej na 1 supermarket i hipermarket odnotowano w województwie lubelskim (6016 osób, wobec 6110 osób w roku poprzednim), najmniej zaś osób – 3294 – w województwie lubuskim, gdzie w roku 2017 było to 3606 osób.

W 2018 r. szacowany udział wartości sprzedaży realizowanej łącznie przez supermarkety i hipermarkety w sprzedaży detalicznej w sklepach i na stacjach paliw stanowił 24,8% i był o 0,1 p. proc. niższy niż przed rokiem.

Mapa 2. Liczba ludności przypadająca na 1 supermarket i hipermarket według województw w 2018 r. (stan w dniu 31 XII)



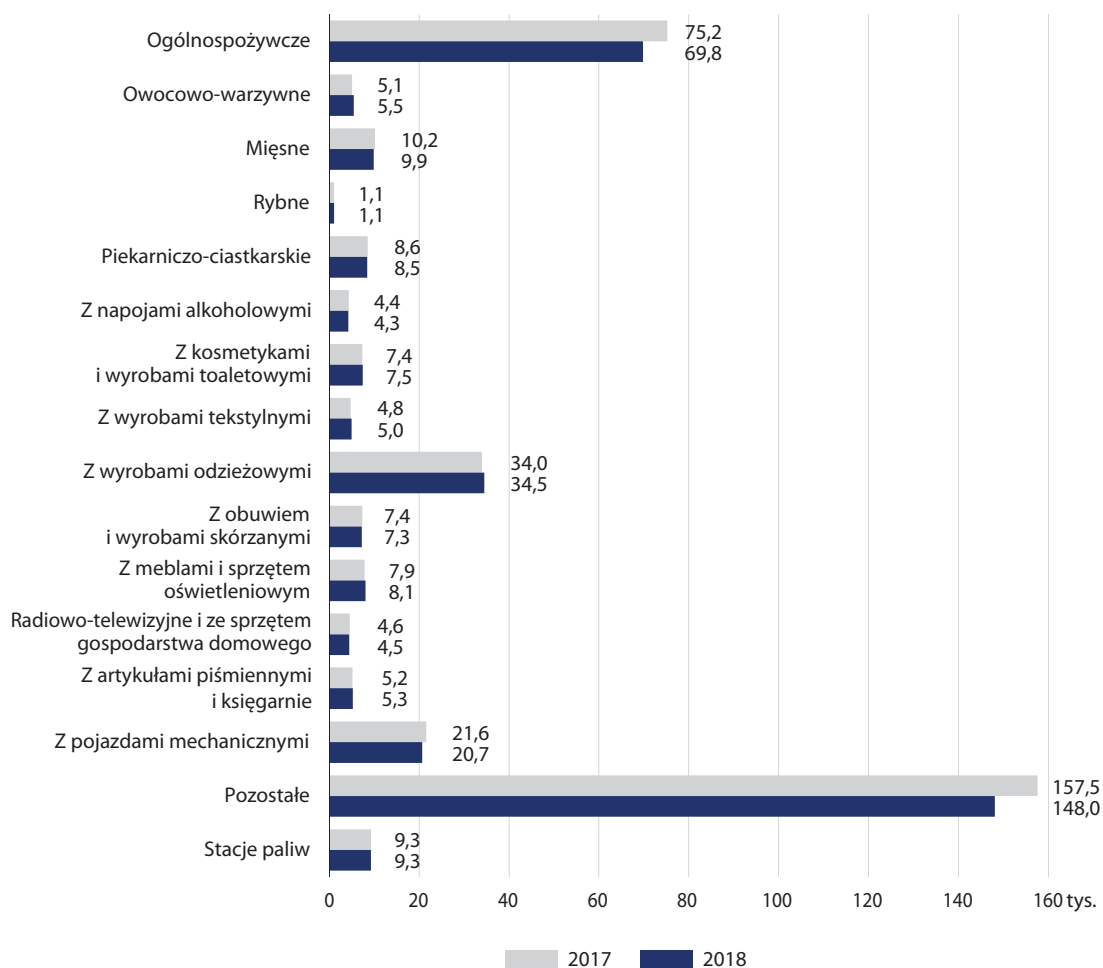
Wyszacowana w 2018 r. liczba niespełna 340 tys. sklepów prowadzona była przez ok. 270 tys. przedsiębiorstw. W odniesieniu do przedziałów podmiotów gospodarczych według liczby posiadanych sklepów największy spadek odnotowano w liczbie przedsiębiorstw prowadzących do 2 sklepów – o 14165 (o 5,1%) wobec spadku o 12551 przedsiębiorstw (o 4,3%) w roku ubiegłym. Udział tych przedsiębiorstw w 2018 r. wyniósł 97,7% i w porównaniu do roku poprzedniego zmniejszył się o 0,1 p. proc. Natomiast największy wzrost liczebności przedsiębiorstw odnotowano w przedziale powyżej 200 sklepów (o 16,2%) oraz w przedziale 51-100 sklepów (o 10,3%) wobec spadku o 3,3% przed rokiem.

W ogólnej liczbie 340 tys. sklepów podobnie jak w roku poprzednim największy udział stanowiły placówki o specjalizacji branżowej pozostałej (43,5%), ogólnospożywczej (20,6%) oraz z wyrobami odzieżowymi (10,1%). Najmniej liczne były sklepy o specjalizacji rybnej, które stanowiły 0,3% sklepów ogółem.

W porównaniu z rokiem poprzednim odnotowano spadek liczby sklepów w większości specjalizacji. Największy spadek miał miejsce w sklepach o specjalizacji branżowej: pozostałe o 9,6 tys. sklepów (o 6,1%), ogólnospożywczej o 5,4 tys. sklepów (o 7,2%) oraz z pojazdami mechanicznymi o 0,9 tys. (o 4,3%). Natomiast największy wzrost ilości sklepów odnotowano w branży z wyrobami odzieżowymi – o prawie 500 sklepów (o 1,4%) oraz w branży owocowo-warzywniej o prawie 400 sklepów (o 7,6%).

W grupie przedsiębiorstw, w których liczba pracujących wynosi powyżej 9 osób, liczba sklepów należących do podmiotów z kapitałem zagranicznym zwiększyła się w 2018 r. o 2,8% w porównaniu z rokiem poprzednim, a powierzchnia sprzedażowa tych sklepów wzrosła o 5,1%. Średnia powierzchnia sklepów przedsiębiorstw zagranicznych wyniosła 655,4 m² (odpowiednio w sklepach przedsiębiorstw własności prywatnej krajowej – 192 m²). Udział powierzchni sklepów z kapitałem zagranicznym w powierzchni ogółem zwiększył się o 1,5 p. proc. w porównaniu z rokiem poprzednim.

Wykres 13. Sklepy według specjalizacji i stacje paliw (stan w dniu 31 XII)

Tablica 5. Liczba sklepów przedsiębiorstw z udziałem kapitału zagranicznego^a

Wyszczególnienie	2017	2018
Liczba sklepów	16820	17297
udział w liczbie sklepów ogółem w %	4,7	5,1
powierzchnia sklepów w tys. m ²	10782,2	11337,3
udział w powierzchni ogółem w %	28,9	30,4

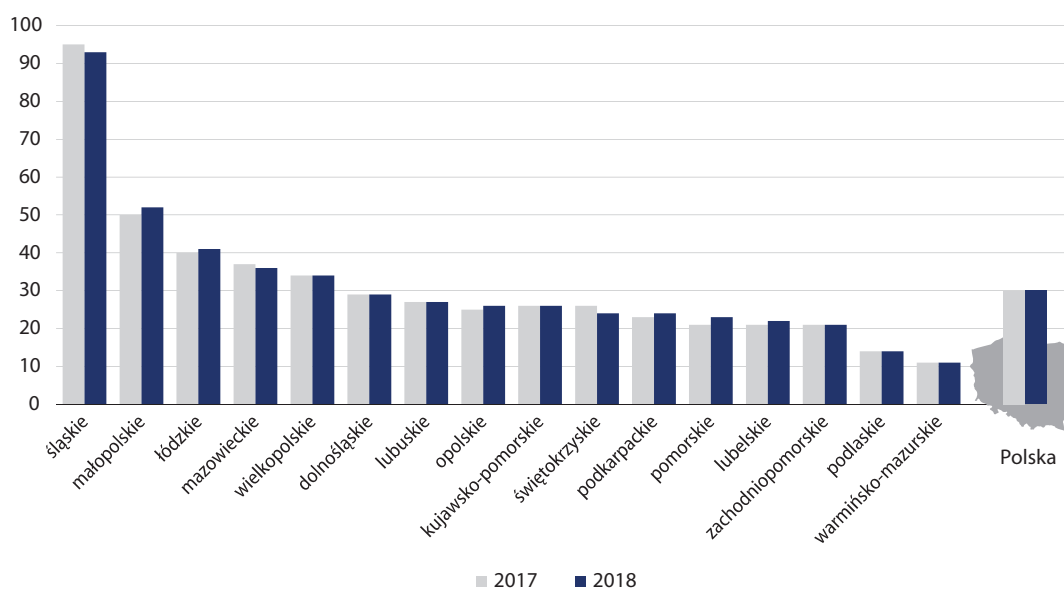
^a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

Stacje paliw

STACJE PALIW to punkty sprzedaży detalicznej: benzyny, oleju napędowego, gazu LPG, innych paliw, płynów chłodzących, środków czyszczących, itp.

Na koniec 2018 r. szacowana liczba stacji paliw wyniosła 9340 i była o 0,2% wyższa niż w roku poprzednim. W układzie regionalnym największe zagęszczenie stacji paliw odnotowano w województwie śląskim – w roku 2018 były to 93 obiekty na 1000 km² powierzchni. Najniższy wskaźnik zaobserwowano – w województwie warmińsko-mazurskim, gdzie było to podobnie jak w poprzednim roku 11 obiektów, podczas gdy średnia dla Polski wyniosła 30 stacji paliw na 1000 km² powierzchni.

Wykres 14. Liczba stacji paliw na 1000 km² powierzchni według województw (stan w dniu 31 XII)



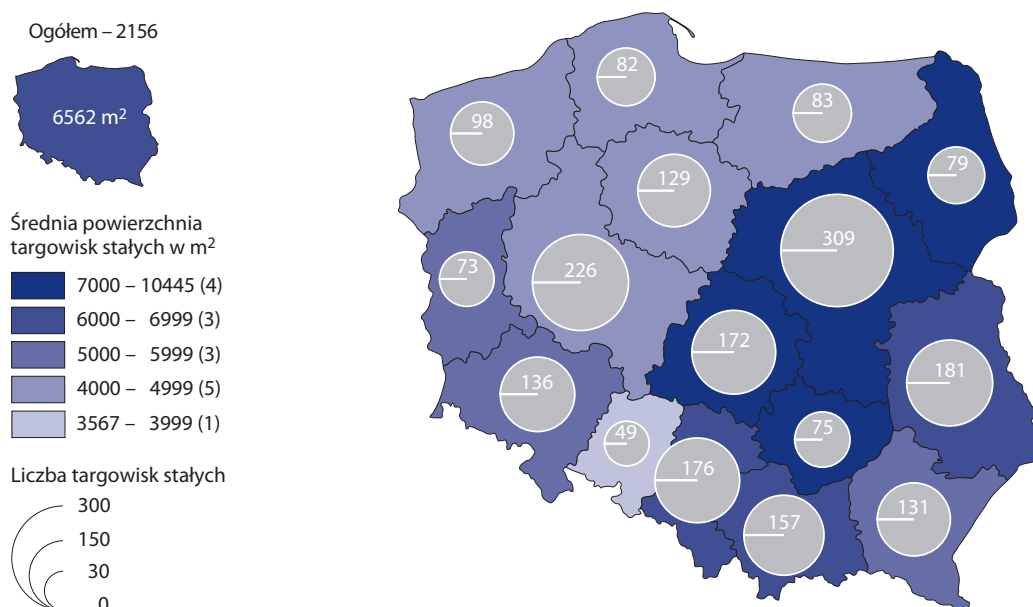
Targowiska

TARGOWISKA są to 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.

W 2018 r. w krajowej ewidencji prowadzonej przez gminne jednostki samorządowe zarejestrowanych było 2156 stałych targowisk (w tym 2073 targowisk z przewagą sprzedaży drobnodetalicznej). Liczba targowisk stałych w porównaniu z rokiem poprzednim zmniejszyła się o 0,8%. Jedynie w województwie wielkopolskim i mazowieckim zaobserwowano wzrost liczby odpowiednio o 2 i 1 targowisko. W porównaniu z rokiem poprzednim ogólna powierzchnia targowisk stałych zmniejszyła się o nieco ponad 0,1%. Na terenach województw: mazowieckiego, łódzkiego, śląskiego, wielkopolskiego i lubelskiego zaobserwowano największą powierzchnię targowisk stałych.

Na obszarze targowisk stałych dokonywano transakcji w ok. 91,5 tys. stałych punktach sprzedaży drobnodetalicznej, wśród których 51,5 tys. działało codziennie. Uzupełnieniem stałej sieci targowiskowej były targowiska sezonowe, których w 2018 r. odnotowano 7127, co stanowiło spadek o 0,9% wobec roku poprzedniego. Zarejestrowano nieco niższe roczne wpływy z opłaty targowej (o 2,0%) w porównaniu z 2017 r.

Mapa 3. Targowiska stałe według województw w 2018 r. (stan w dniu 31 XII)



Magazyny handlowe

MAGAZYNY HANDLOWE to magazyny jednostek zajmujących się obrotem towarami, 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.

Na koniec 2018 r. przedsiębiorstwa prowadzące działalność hurtową (o liczbie pracujących powyżej 9 osób) składowały towary w 35,7 tys. magazynów (bez silosów i zbiorników). Najbardziej znaczącą część infrastruktury magazynowej stanowiły magazyny zamknięte (26,1 tys.). Pozostałe pozycje to place składowe (4,9 tys.) oraz magazyny zadaszone (4,7 tys.). Powierzchnia składowa magazynów wyniosła łącznie 46048,8 tys. m² i była większa niż w 2015 r.^a o 11,1%. W strukturze powierzchni składowej magazyny zamknięte zajmowały 60,7% ogólnej powierzchni (wzrost w porównaniu z 2015 r. o 2,9 p. proc.), magazyny zadaszone – 6,7% (spadek o 1,2 p. proc.), a place składowe 32,6% (spadek o 1,7 p. proc.).

Wśród magazynów zamkniętych przedsiębiorstw handlowych (zaklasyfikowanych według PKD do sekcji G „Handel i naprawa pojazdów samochodowych”), magazyny jednostek hurtowych stanowiły 93,7% ogólnej liczby magazynów i 88,9% całkowitej powierzchni składowej, a magazyny jednostek detalicznych 5,8% liczby magazynów i 10,7% powierzchni składowej. W porównaniu z poprzednim badanym okresem zaobserwowano wzrost średniej powierzchni magazynów zamkniętych z 902 m² do 1004 m² oraz placów składowych z 2715 m² do 2820 m², natomiast średnia powierzchnia magazynów zadaszonych zmniejszyła się do 593 m² – z 702 m² w 2015 r. W strukturze własnościowej nadal obserwowano wzrost liczby magazynów należących do przedsiębiorstw z udziałem kapitału zagranicznego. W 2018 r. udział liczby tych magazynów wyniósł 19,1% ogólnej liczby magazynów (wobec 14,4% w 2015 r.), a udział zajmowanej powierzchni wzrósł do 17,6% powierzchni składowej ogółem (wobec 15,1% w 2015 r.).

a Badanie magazynów (hurtu i rozdzielczych detalu) prowadzone jest w cyklu trzyletnim.

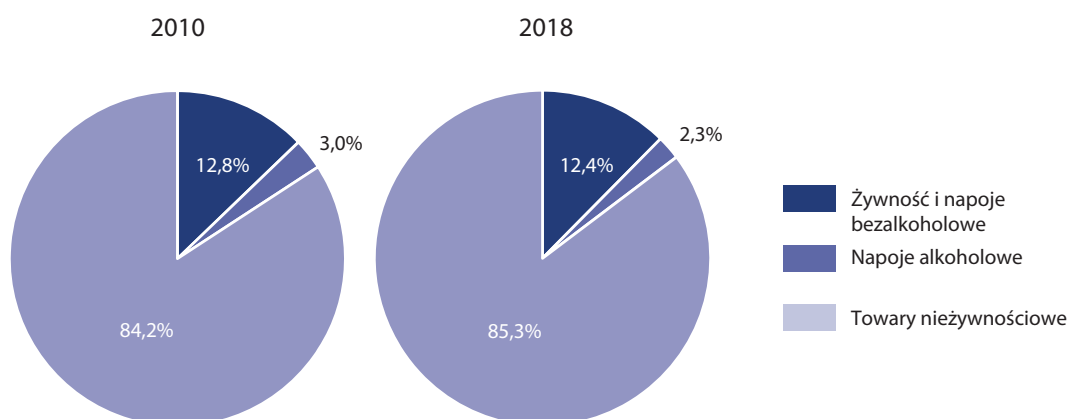
Sprzedaż hurtowa

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.

Szacuje się, że wartość sprzedaży hurtowej w 2018 r. w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 1417,6 mld zł i była o 10,2% wyższa niż przed rokiem. Jedynie w grupie żywność i napoje bezalkoholowe zaobserwowano spadek wartości sprzedaży hurtowej o 3,3%. W strukturze sprzedaży wzrósł udział towarów nieżywnościowych – o 1,8 p. proc., spadkowi uległ natomiast udział żywności i napojów bezalkoholowych (o 1,7 p. proc.) i napojów alkoholowych (o 0,1 p. proc.).

Sprzedaż hurtowa realizowana przez przedsiębiorstwa z liczbą pracujących 50 osób i więcej stanowiła 46,9% i była o 0,4 p. proc. wyższa w porównaniu z rokiem poprzednim.

Wykres 15. Struktura sprzedaży hurtowej (ceny bieżące)



Tablica 6. Sprzedaż hurtowa w latach 2016 – 2018 (ceny bieżące)

Wyszczególnienie a – liczby bezwzględne b – analogiczny okres roku poprzedniego=100	2016	2017	2018
	w mln zł		
Ogółem	1136354,5	1286638,0	1417614,9
	b	106,3	113,2
W tym przedsiębiorstwa o liczbie pracujących 50 osób i więcej	a	528176,1	598038,8
	b	106,3	113,2
			111,1

Tablica 7. Sprzedaż hurtowa według grup (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2016	2017	2018	
	w mln zł			2017=100
Ogółem	1136354,5	1286638,0	1417614,9	110,2
Żywność	162697,5	181667,4	175604,1	96,7
Napoje alkoholowe	30927,7	31119,0	32334,3	103,9
Towary nieżywnościowe	942729,3	1073851,6	1209676,5	112,6

Placówki gastronomiczne

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.

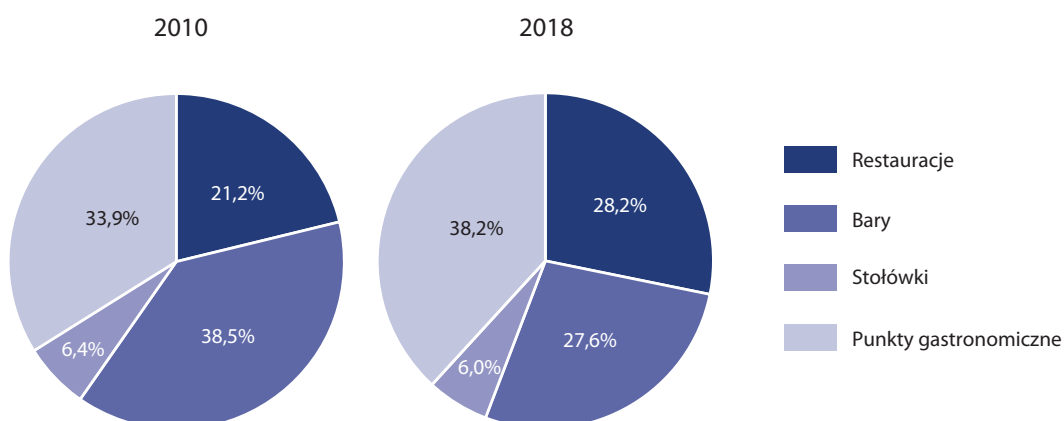
W 2018 r. liczbę placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych) w kraju oszacowano na ponad 69,8 tys., z czego 38,2% stanowiły punkty gastronomiczne, 28,2% – restauracje, 27,6% – bary, a stołówki – 6,0%. Ogólna liczba placówek gastronomicznych zmniejszyła się o 0,4% w porównaniu z 2017 r., ubyło restauracji o 2,2%, stołówek o 1,1% oraz barów o 0,5%, natomiast wzrosła liczba punktów gastronomicznych o 1,2%.

Tablica 8. Placówki gastronomiczne

Wyszczególnienie	2016	2017	2018	
	liczba			2017=100
Ogółem	69414	70108	69829	99,6
Restauracje	19648	20127	19675	97,8
Bary	20926	19410	19317	99,5
Stołówki	4356	4221	4174	98,9
Punkty gastronomiczne	24484	26350	26663	101,2

Sektor prywatny w gastronomii obejmował 98,7% wszystkich placówek gastronomicznych, (analogicznie jak w roku poprzednim), w tym: 99,4% restauracji, 99,1% barów, 99,0% punktów gastronomicznych oraz 90,9% stołówek.

Wykres 16. Struktura placówek gastronomicznych



Przychody z działalności gastronomicznej

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.

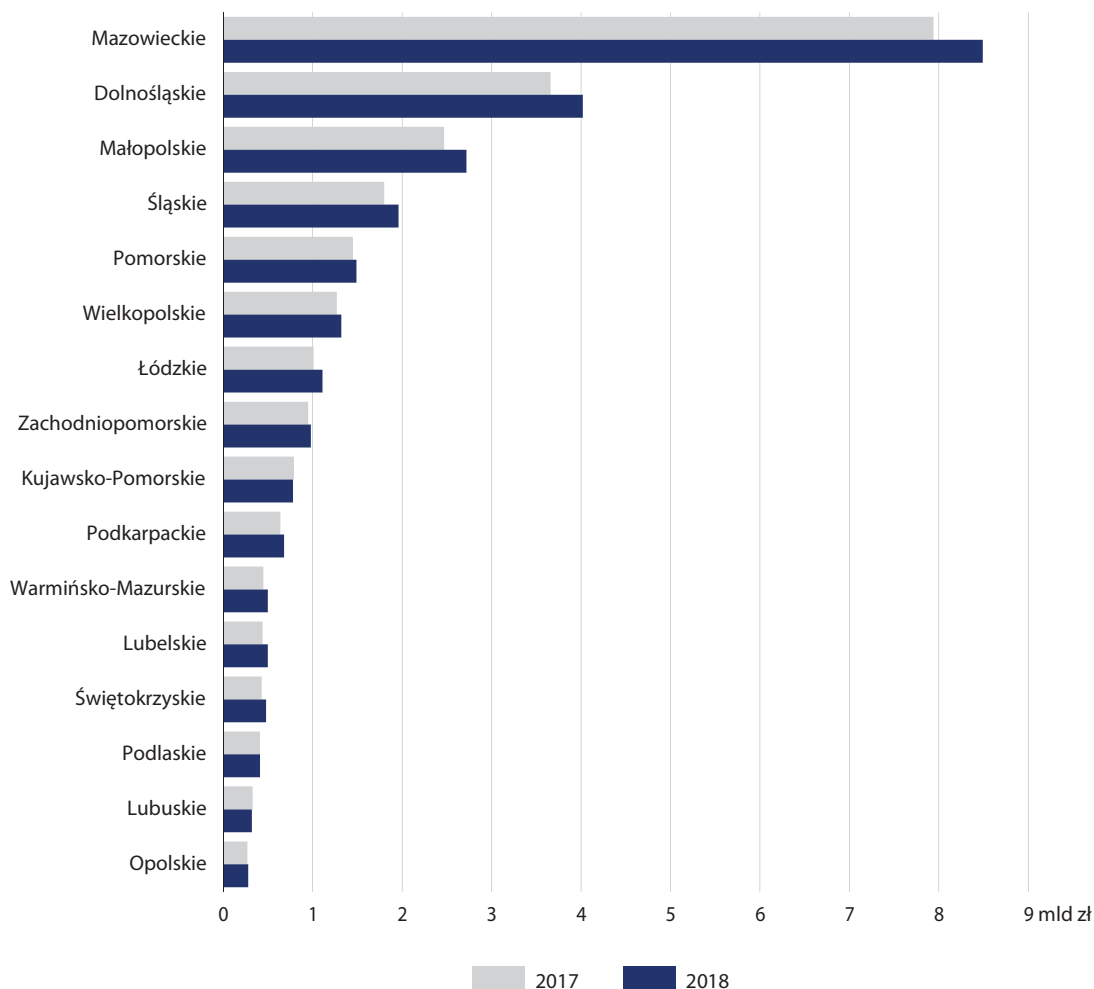
W 2018 r. przychody ogółem z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły prawie 43,2 mld zł i w porównaniu z rokiem poprzednim wzrosły o 10,3% (w cenach stałych były wyższe o 7,0%). Z sektora prywatnego podobnie jak w poprzednim roku pochodziło 98,7% tej wartości, z sektora publicznego zaś – 1,3%.

Z produkcji gastronomicznej pochodziło 83,4% wartości przychodów w cenach bieżących ogółem, 15,2% – ze sprzedaży towarów handlowych (w tym 10,8% - ze sprzedaży alkoholu i wyrobów tytoniowych) a 1,4% – z pozostałej działalności. We wszystkich rodzajach działalności gastronomicznej zanotowano wzrost przychodów w porównaniu z poprzednim rokiem, największy w zakresie produkcji gastronomicznej (o 12,1%).

Tablica 9. Przychody z działalności gastronomicznej w latach 2016 – 2018 (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2016	2017	2018	
	w mln zł			2017=100
Przychody ogółem	35666,1	39140,5	43166,7	110,3
Ze sprzedaży towarów	6387,2	6452,9	6566,2	101,8
w tym ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych	4576,9	4589,1	4672,2	101,8
Z produkcji gastronomicznej	28756,4	32126,3	36001,8	112,1
Z pozostałej działalności	522,5	561,3	598,7	106,7

W przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób, przychody z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły ok. 26,0 mld zł (wzrost o 7,2% w porównaniu z rokiem poprzednim), co stanowiło 60,3% przychodów z działalności gastronomicznej ogółem w Polsce. Procentowy wzrost przychodów odnotowano niemal we wszystkich województwach, przy czym największy w województwie lubelskim (o 14,4%), warmińsko-mazurskim (o 12,3%), świętokrzyskim (o 11,1%), małopolskim (o 10,2%) oraz łódzkim (o 10,0%). Jedynie w dwóch województwach zaobserwowano spadek przychodów: w województwie lubuskim (o 2,0%) i kujawsko-pomorskim (o 1,1%).

Wykres 17. Przychody z działalności gastronomicznej według województw^a w przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób

a Zgodnie z siedzibą przedsiębiorstwa.

Przychody z produkcji gastronomicznej stanowiły 86,2% przychodów z działalności gastronomicznej przedsiębiorstw z liczbą pracujących powyżej 9 osób i wyniosły ok 22,4 mld zł.

Drugą pod względem wielkości grupę przychodów z działalności gastronomicznej (7,9%) stanowiły przychody ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych, które wyniosły ok 2,1 mld zł.

Trzecią grupę z wartością ok 1,4 mld zł stanowiły przychody ze sprzedaży towarów handlowych (bez napojów alkoholowych), a ich udział w przychodach z działalności gastronomicznej badanych przedsiębiorstw wyniósł 5,2 %.

Przychody z pozostałej działalności stanowiły jedynie 0,7% przychodów ogółem i wyniosły poniżej 0,2 mld zł.

Zaopatrzenie rynku

ZAPASY WYROBÓW GOTOWYCH U PRODUCENTA to ilość wyprodukowanych wyrobów gotowych znajdujących się w magazynach jednostek prowadzących działalność produkcyjną, przeznaczonych do sprzedaży.

W 2018 r. w magazynach producentów średnie zapasy większości badanych artykułów były większe w porównaniu z poprzednim rokiem.

W grupie artykułów żywnościowych znacznie wyższe były zapasy wyrobów czekoladowanych; makaronu; masła i pozostałych tłuszczów do smarowania; kompotów i owoców pasteryzowanych; tłuszczów zwierzęcych topionych jadalnych i mięsa wołowego.

Zwiększyły się również zapasy m.in. zup i bulionów i preparatów do nich; czekolady (łącznie z białą); mięsa drobiowego; kawy; mleka i śmietany w postaci stałej oraz sera podpuszczkowego dojrzewającego.

Istotnie zmniejszyły się zapasy m.in. cukru; sera przetworzonego (ser topiony), z wyłączeniem tartego lub sproszkowanego oraz piwa otrzymanego ze słodu.

Wśród artykułów nieżywnościowych odnotowano wyraźny wzrost zapasów samochodów osobowych; młynków i mikserów spożywczych, sokowirówek, z własnym silnikiem elektrycznym; odkurzaczy typu domowego; dywanów, chodników i wykładzin włókienniczych; oraz odbiorników telewizyjnych. Większe były też zapasy okryć i ubiorów z dzianin; zestawów stołowych i naczyń kuchennych z porcelany, również chińskiej; pralek automatycznych typu domowego włączając pralko-suszarki; obuwia oraz chłodziarek i zamrażarek typu domowego łącznie z chłodziarko-zamrażarkami.

Znacznie mniejsze niż w 2017 r. były zapasy rowerów; opon do pojazdów samochodowych osobowych i bielizny osobistej z tkanin.

DOSTAWY NA RYNEK KRAJOWY to 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 2018 roku wyższe były dostawy większości badanych artykułów konsumpcyjnych w porównaniu z rokiem poprzednim. Wzrost dostaw głównie artykułów żywnościowych związany był ze zwiększoną produkcją tych wyrobów.

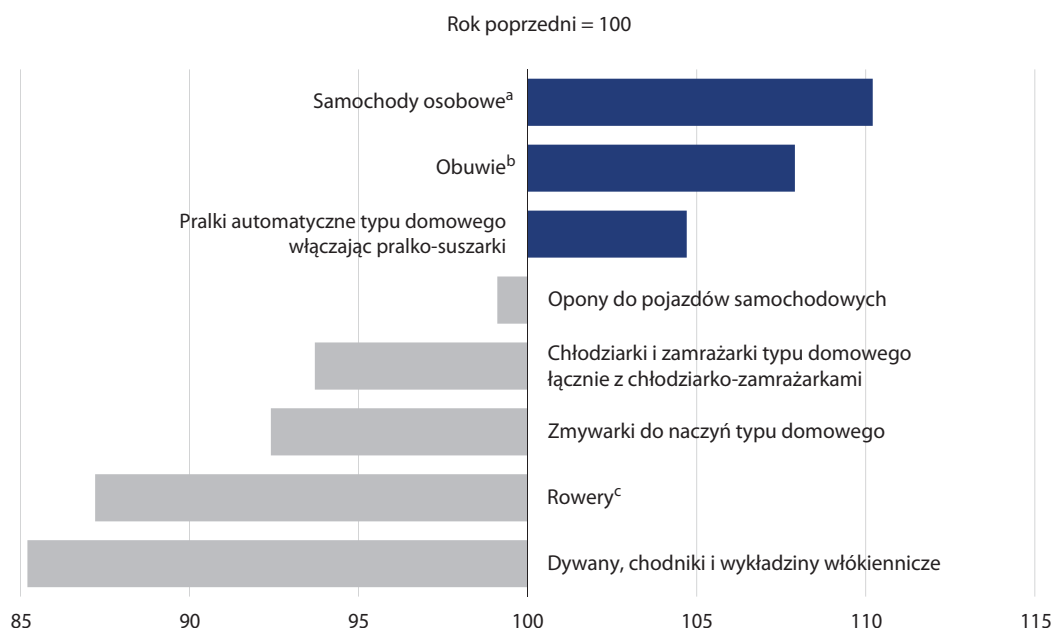
Pośród artykułów żywnościowych znacznie wyższe niż w 2017 r. były dostawy cukierków (bez czekoladowanych); konserw i prezerw z ryb; mięsa wołowego; wody mineralnej; kawy; cukru; ryb morskich mrożonych oraz mąki żytniej.

Zdecydowanie niższe natomiast były dostawy zup i bulionów i preparatów do nich; konserw, wędlin wyrobów wędliniarskich drobiowych; margaryny i produkty do smarowania (z wyłączeniem margaryny płynnej); mleka i śmietany w postaci stałej; mięsa drobiowego oraz przetworów mięsnych i podrobowych ze zwierząt rzeźnych.

Spośród artykułów nieżywnościowych istotny wzrost dostaw zaobserwowano dla następujących grupowań: bielizna osobista z tkanin; papierosy z tytoniu lub mieszanek tytoniu z jego namiastkami; odkurzacze typu domowego; okrycia i ubiory z tkanin; mydło, detergenty i preparaty do prania oraz samochody osobowe. Większe niż w poprzednim roku były również dostawy obuwia; zestawów stołowych i naczyń kuchennych; pralek automatycznych typu domowego włączając pralko-suszarki oraz okrycia i ubiory z dzianin.

Niższe niż w roku poprzednim były dostawy kuchni elektrycznych, gazowych i mieszanych; dywanów, chodników i wykładzin włókienniczych; rowerów; młynków i mikserów spożywczych, sokowirówek, z własnym silnikiem elektrycznym; zmywarek typu domowego; odbiorników telewizyjnych i radiowych oraz chłodziarek i zamrażarek typu domowego oraz opon do pojazdów samochodowych osobowych.

Wykres 18. Dynamika dostaw wybranych artykułów nieżywnościowych w 2018 r.

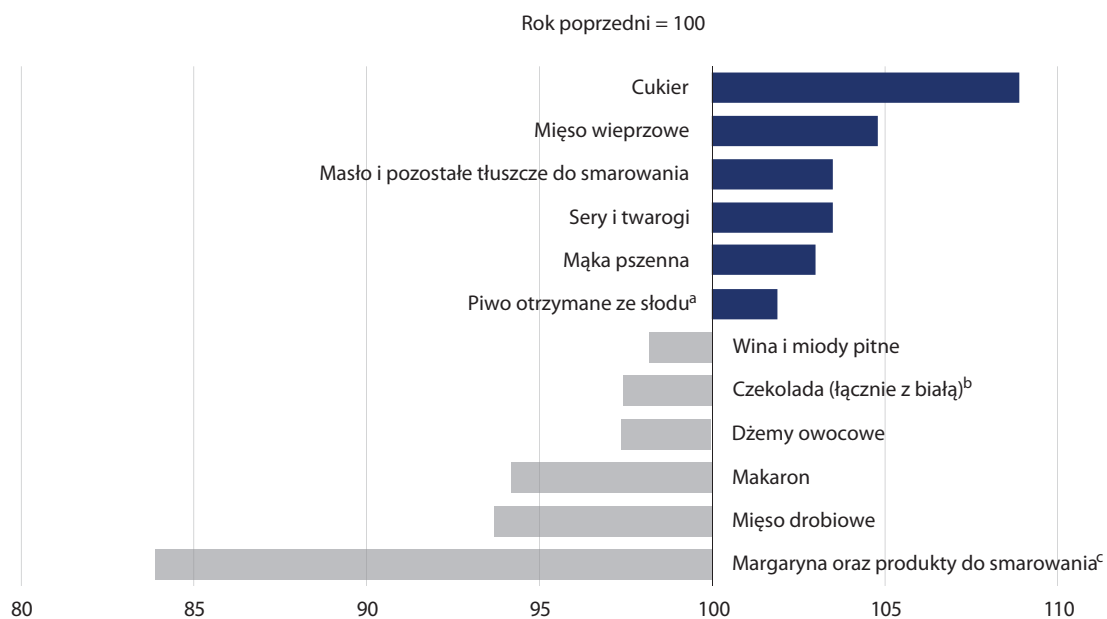


a Bez samochodów kempingowych, pojazdów śniegowych, do golfa i podobnych.

b łącznie z gumowym.

c łącznie z dziecięcymi.

Wykres 19. Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2018 r.



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

b Z czekoladkami i wyrobami czekoladowymi.

c O obniżonej lub niskiej zawartości tłuszczu, z wyjątkiem margaryny płynnej.

Uwagi metodologiczne

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 produktów 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	171.2, 17.2, 18.1, 26.2, 26.52, 28.23, 32.1 bez 32.11, 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.

UWAGI:

- Liczby względne (wskaźniki, odsetki) obliczono z reguły na podstawie danych bezwzględnych wyrażonych z większą dokładnością niż podano w tablicach.
- Zamieszczone w publikacji dane zostały zebrane zgodnie z :
 - 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.
 - 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).

Objaśnienia podstawowych pojęć

BARY to 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.

CENA BAZOWA definiowana jest jako kwota pieniędzy otrzymana przez producenta (w tym także jednostkę handlową) od nabywcy za jednostkę produktu (wyrobu lub usługi), pomniejszona o podatki od produktów oraz ewentualne rabaty i opusty, powiększona o dotacje otrzymane do danego produktu.

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.

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.

DOSTAWY NA RYNEK KRAJOWY to 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.

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.

KOSZTY DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ obejmują zużycie pośrednie, koszty związane z zatrudnieniem, wartość sprzedanych towarów i materiałów. Nie uwzględnione zostały koszty amortyzacji.

MAGAZYNY HANDLOWE to magazyny jednostek zajmujących się obrotem towarami, 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, droбноziarnistych, itp.

MAGAZYNY HURTU to podstawowe jednostki handlu hurtowego; mogą to być wolnostojące budynki (tzw. magazyny zamknięte), pomieszczenia zadane (tzw. wiata), silosy i zbiorniki oraz place składowe.

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:

- rabatu procentowego odliczanego od cen detalicznych lub cen hurtowych;
- narzutu procentowego doliczanego do cen zbytu;
- 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.

NAKŁADY 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, tj. przychody ze sprzedaży obejmują wartość sprzedanych na zewnątrz przedsiębiorstwa produktów (wytworzonych 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).

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.

POWIERZCHNIA SKŁADOWA MAGAZYNÓW stanowi część powierzchni budynków magazynowych (tzw. magazynów zamkniętych), pomieszczeń zadanych (tzw. wiata), 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.

POWIERZCHNIA SPRZEDAŻOWA SKLEPU jest to część lokalu sklepowego, na której odbywa się sprzedaż towarów (tzn. część przeznaczona do eksponowania towarów i obsługi nabywców, bez tzw. zaplecza) mierzona w m².

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.

PRACUJĄCY obejmują osoby pełnozatrudnione i niepełnozatrudnione w głównym miejscu pracy.

PRODUKCJA GLOBALNA w sektorze przedsiębiorstw obejmuje:

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

PRODUKT KRAJOWY BRUTTO (PKB) przedstawia końcowy rezultat działalności wszystkich podmiotów gospodarki narodowej. Produkt krajowy brutto równa się sumie wartości dodanej brutto wytworzonej przez wszystkie krajowe jednostki instytucjonalne powiększonej o podatki od produktów i pomniejszonej o dotacje do produktów. Produkt krajowy brutto jest liczony w cenach rynkowych.

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.

PRZECIĘTNE ZATRUDNIENIE dotyczy pracowników pełnozatrudnionych oraz niepełnozatrudnionych w przeliczeniu na pełnozatrudnionych, bez zatrudnionych poza granicami kraju.

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.

PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY I ZRÓWNANE Z NIMI (bez podatku VAT) obejmują przychody ze sprzedaży produktów (tj. kwoty uzyskane lub należne z tytułu sprzedaży: wyrobów gotowych w podmiotach wytwarzających, robót i usług w podmiotach prowadzących działalność usługową), towarów i materiałów. Przychody ze sprzedaży ustala się w wartości wyrażonej w rzeczywistych cenach sprzedaży z uwzględnieniem upustów, rabatów i bonifikat – bez podatku od towarów i usług.

PUNKTY GASTRONOMICZNE są to placówki gastronomiczne prowadzące ograniczoną działalność gastronomiczną, takie jak: smażalnie, pialnie, lodziarnie, bufety w kinach, na stadionach, działalność cateringowa itp.

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.

RESTAURACJE są to zakłady gastronomiczne dostępne dla ogółu konsumentów, z pełną obsługą kelnerską, oferujące szeroki i różnicowany asortyment potraw i napojów, podawany konsumentom według karty jadłospisowej.

SKLEP jest to stały punkt sprzedaży detalicznej, posiadający specjalne pomieszczenie (tj. lokal sklepowy) z oknem wystawowym oraz wnętrzem dostępnym dla klientów. 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.

SKLEPY POWSZECHNE 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.

SKLEPY WYSPECJALIZOWANE są to sklepy prowadzące sprzedaż szerokiego asortymentu artykułów do kompleksowego zaspokajania określonych potrzeb np. ubioru, wyposażenia mieszkań, sklepy motoryzacyjne, meblowe, sportowe, zielarskie, itp.

SPOŻYCIE NIEKTÓRYCH ARTYKUŁÓW KONSUMPCYJNYCH NA 1 MIESZKAŃCA opracowane zostało na podstawie informacji 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.

SPRZEDAŻ DETALICZNA TOWARÓW (łącznie z podatkiem VAT) to 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 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.

SPRZEDAŻ NAPOJÓW ALKOHOLOWYCH obejmuje:

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

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 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.

STACJE PALIW to punkty sprzedaży detalicznej: benzyny, oleju napędowego, gazu LPG, płynów chłodzących, środków czyszczących itp.

STAŁE PUNKTY SPRZEDAŻY DROBNODETALICZNEJ obejmują:

- kioski, które stanowią pomieszczenia stałe, zamykane z oknem wystawowym, których wnętrze nie jest dostępne dla klienta;
- stragany skonstruowane z urządzeń przenośnych, służących do wyłożenia i sprzedaży towarów w stałym miejscu sprzedaży;
- magazyny u producenta lub handlowe prowadzące sprzedaż detaliczną..STOŁÓWKI są to placówki zbiorowego żywienia zapewniające określonym grupom konsumentów posiłki, głównie obiady ale także śniadania i kolacje.

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.

TARGOWISKA są to 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.

WARTOŚĆ DODANA BRUTTO (WDB) mierzy wartość nowo wytworzoną w wyniku działalności produkcyjnej krajowych jednostek instytucjonalnych. Wartość dodana brutto stanowi różnicę między produkcją globalną a zużyciem pośrednim, jest wyrażona w cenach bazowych.

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

ZAPASY WYROBÓW GOTOWYCH U PRODUCENTA to ilość wyprodukowanych wyrobów gotowych znajdujących się w magazynach jednostek prowadzących działalność produkcyjną, przeznaczonych do sprzedaży.

ZUŻYCIE POŚREDNIE to wartość zużytych materiałów (łącznie z paliwami) netto, surowców (łącznie z opakowaniami), energii, gazów technicznych i usług obcych (obróbka obca, usługi transportowe, najem sprzętu, usługi telekomunikacyjne i obliczeniowe, prowizje płacone za usługi bankowe, koszty podróży służbowych (bez diet) i inne koszty (np. koszty reklamy, reprezentacji, dzierżawy i najmu, koszty biletów służbowych, koszty ryczałtów za używanie własnych pojazdów do celów służbowych, opłaty giełdowe).