



Rynek wewnętrzny w 2023 r.



Rynek wewnętrzny w 2023 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

Skład i opracowanie graficzne

Beata Morawska, Mateusz Sławek

przy udziale

Elżbiety Lisiak, Moniki Małek

Publikacja dostępna na stronie

stat.gov.pl

Przy publikowaniu danych GUS prosimy o podanie źródła.

Przedmowa

Przekazujemy Państwu kolejną edycję wydawanego co roku opracowania „Rynek wewnętrzny” z 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.

Opracowanie zawiera również szczegółowe informacje dotyczące wielkości sieci handlowych i gastronomicznych oraz ich infrastruktury w przekrojach regionalnych.

Oddając do Państwa rąk „Rynek wewnętrzny w 2023 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

Spis treści

Przedmowa	4
Spis treści	5
Spis tablic	6
Spis wykresów	7
Spis map	8
Objaśnienia znaków umownych	9
Ważniejsze skróty	9
Synteza	10
Działalność usługowa w Polsce i w krajach Unii Europejskiej	11
Działalność handlowa	14
Przepływ towarów handlowych	16
Wolumen sprzedaży – dane krótkookresowe	17
Sprzedaż detaliczna	21
Sklepy	25
Stacje paliw	29
Targowiska	30
Sprzedaż hurtowa	31
Placówki gastronomiczne	33
Przychody z działalności gastronomicznej	35
Zaopatrzenie rynku	37
Uwagi metodologiczne	39

Spis tablic

Tablica 1.	Udział wartości dodanej brutto w usługach w wartości dodanej brutto wytworzonej w gospodarce narodowej (ceny bieżące) – PKD 2007	13
Tablica 2.	Udział handlu w tworzeniu PKB i wartości dodanej	14
Tablica 3.	Sprzedaż detaliczna towarów według grup (ceny bieżące)	22
Tablica 4.	Liczba sklepów przedsiębiorstw z udziałem kapitału zagranicznego	28
Tablica 5.	Sprzedaż hurtowa według grup (ceny bieżące)	32
Tablica 6.	Placówki gastronomiczne	33
Tablica 7.	Przychody z działalności gastronomicznej (ceny bieżące)	35

Spis wykresów

Wykres 1.	Struktura wartości dodanej brutto w usługach według sekcji PKD w 2023 r.	11
Wykres 2.	Struktura pracujących w usługach według sekcji PKD w 2023 r.	12
Wykres 3.	Struktura przychodów netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów w przedsiębiorstwach handlowych (ceny bieżące)	15
Wykres 4.	Dynamika wolumenu sprzedaży – handel hurtowy, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi (ceny stałe)	17
Wykres 5.	Dynamika wolumenu sprzedaży – handel detaliczny z wyłączeniem handlu detalicznego pojazdami samochodowymi (ceny stałe)	18
Wykres 6.	Dynamika wolumenu sprzedaży – handel detaliczny żywnością, napojami, wyrobami tytoniowymi (ceny stałe)	18
Wykres 7.	Dynamika wolumenu sprzedaży – handel detaliczny towarami nieżywnościowymi (ceny stałe)	19
Wykres 8.	Wolumen sprzedaży w krajach UE – handel detaliczny	20
Wykres 9.	Struktura sprzedaży detalicznej (ceny bieżące)	21
Wykres 10.	Struktura sprzedaży detalicznej według wielkości podmiotów gospodarczych (ceny bieżące)	22
Wykres 11.	Sprzedaż detaliczna według województw (ceny bieżące)	23
Wykres 12.	Dynamika sprzedaży detalicznej (ceny stałe)	24
Wykres 13.	Struktura powierzchni sprzedażowej sklepów	25
Wykres 14.	Sklepy według specjalizacji i stacje paliw (stan w dniu 31 grudnia)	27
Wykres 15.	Liczba stacji paliw na 1 000 km ² powierzchni w województwach (stan w dniu 31 grudnia)	29
Wykres 16.	Struktura sprzedaży hurtowej (ceny bieżące)	31
Wykres 17.	Struktura placówek gastronomicznych	33
Wykres 18.	Przychody z działalności gastronomicznej według województw w przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób	36
Wykres 19.	Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2023 r.	38
Wykres 20.	Dynamika dostaw wybranych artykułów nieżywnościowych w 2023 r.	38

Spis map

Mapa 1.	Sklepy według województw (stan w dniu 31 grudnia)	26
Mapa 2.	Liczba ludności przypadająca na 1 supermarket i hipermarket według województw w 2023 r. (stan w dniu 31 grudnia)	26
Mapa 3.	Targowiska stałe według województw w 2023 r. (stan w dniu 31 grudnia)	30
Mapa 4.	Placówki gastronomiczne według województw w przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób	34

Objaśnienia znaków umownych

Symbol	Opis	Symbol	Opis
Kreska (-)	oznacza, że zjawisko nie wystąpiło	Kropka (.)	oznacza: brak informacji, konieczność zachowania tajemnicy statystycznej lub że wypełnienie pozycji jest niemożliwe albo niecelowe
Zero (0)	zjawisko istniało w wielkości mniejszej od 0,5	„W tym”	oznacza, że nie podaje się wszystkich składników sumy
Zero (0,0)	zjawisko istniało w wielkości mniejszej od 0,05		

Ważniejsze skróty

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	UE	Unia Europejska

Przyjęte grupowania

- **UE 27** (27 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, Włochy).
- **Strefa Euro** – (20 krajów Unii Gospodarczo-Walutowej: Austria, Belgia, Chorwacja, Cypr, Estonia, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Malta, Niemcy, Portugalia, Słowacja, Słowenia, Włochy).

Synteza

W 2023 r. w Polsce według wstępnych danych wartość dodana brutto wytworzona przez podmioty prowadzące działalności o charakterze usługowym stanowiła 63,6% wartości dodanej brutto całej gospodarki narodowej. Jednocześnie w jednostkach tych pracę znalazło 63,9% ogółu pracujących. Działalnością dominującą wśród podmiotów usługowych pod względem wartości dodanej była działalność handlowa, której udział stanowił 14,3% wartości dodanej brutto wytworzonej w całej gospodarce narodowej.

Sprzedaż detaliczna w cenach bieżących zrealizowana w 2023 r. przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe wyniosła 1 255,7 mld zł i była o 5,9% wyższa niż przed rokiem, a sprzedaż hurtowa w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 1 998,9 mld zł i była o 15,4% niższa niż w poprzednim roku.

Na koniec 2023 r. szacowana liczba sklepów w Polsce wyniosła blisko 327 tys. i była o 0,2% (o 0,8 tys.) wyższa niż przed rokiem, zwiększyła się również powierzchnia sprzedażowa sklepów o 1,4% i stanowiła wielkość 39 102,6 tys. m². Liczba 327 tys. sklepów prowadzona była przez niespełna 259 tys. przedsiębiorstw. Oszacowana liczba stacji paliw wyniosła 8 539 i w porównaniu z rokiem ubiegłym wzrosła o 4,6%. Największe zagęszczenie stacji paliw wciąż notuje się w województwie śląskim – w 2023 r. było to 64 obiekty na 1 000 km² powierzchni.

Przychody ogółem z działalności gastronomicznej w cenach bieżących w 2023 r. wyniosły ok. 76,7 mld zł i w porównaniu z rokiem poprzednim wzrosły o 18,6% (w cenach stałych były wyższe o 4,2%). Liczbę placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych) w kraju wyszacowano na 93,3 tys., w tym 40,4% stanowiły punkty gastronomiczne, 28,0% – restauracje, 26,2% – bary, a stołówki – 5,4%. Ogólna liczba placówek gastronomicznych wzrosła o 11,2% w porównaniu z 2022 r.

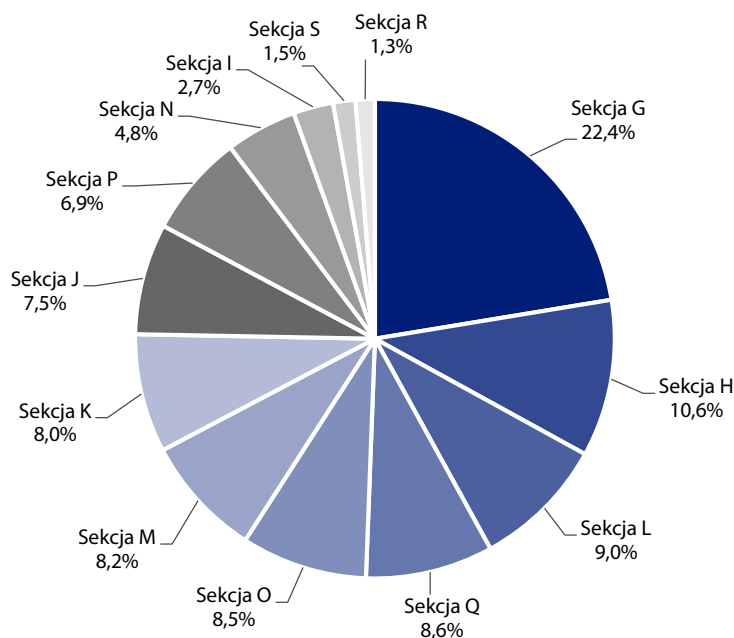
W 2023 r. dostawy większości badanych artykułów konsumpcyjnych, zarówno towarów żywnościowych jak i nieżywnościowych, były niższe w porównaniu z rokiem poprzednim.

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.

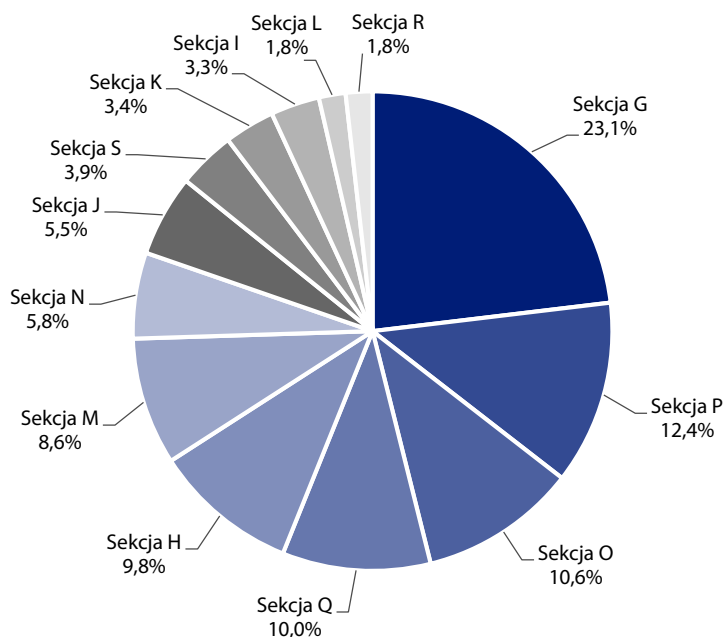
W 2023 r. w Polsce według wstępnych danych wartość dodana brutto wytworzona przez podmioty prowadzące działalności o charakterze usługowym stanowiła 63,6% wartości dodanej brutto całej gospodarki narodowej. Jednocześnie w jednostkach tych pracę znalazło 63,9% ogółu pracujących. Działalnością dominującą wśród podmiotów usługowych pod względem wartości dodanej była działalność handlowa, której udział stanowił 22,4% wartości dodanej wytworzonej przez wszystkie jednostki prowadzące działalności o charakterze usługowym (spadek w porównaniu z rokiem poprzednim o 1,7 p. proc.). Udział drugiej pod względem wielkości wartości dodanej działalności – transport i gospodarka magazynowa (wg PKD sekcja H) ukształtował się na poziomie 10,6% (wzrost o 0,4 p. proc.), natomiast udział kolejnej działalności – związanej z obsługą rynku nieruchomości (wg PKD sekcja L) wyniósł 9,0% (spadek o 0,3 p. proc.). W porównaniu z poprzednim rokiem spośród działalności usługowych najwyższy wzrost udziału wartości dodanej brutto (o 0,8 p. proc.) zanotowano dla działalności – opieka zdrowotna i pomoc społeczna (wg PKD sekcja Q).

Wykres 1. Struktura wartości dodanej brutto w usługach według sekcji PKD w 2023 r.



W końcu 2023 r. najwięcej osób (23,1% 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) – 12,4%, 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 2023 r.



W 2023 r. działalnością dominującą wśród jednostek usługowych pod względem przeciętnego zatrudnienia była również działalność handlowa, w której zatrudnionych było 1 727,8 tys. osób (spadek w porównaniu z 2022 r. o 0,8%). Drugą pozycję zajęła działalność edukacyjna (wg PKD sekcja P) z przeciętnym zatrudnieniem 1 144,8 tys. osób (wzrost o 1,1% w porównaniu z rokiem poprzednim). Najwyższy procentowy wzrost przeciętnego zatrudnienia wśród działalności usługowych (o 3,1%) odnotowano w dwóch sekcjach: sekcji J „Informacja i komunikacja” oraz sekcji M „Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna”. Najniższe przeciętne zatrudnienie na poziomie 134,7 tys. osób odnotowano w sekcji R „Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją”.

Najwyższe przeciętne wynagrodzenie brutto w 2023 r. według wstępnych danych odnotowano w sekcjach: „Informacja i komunikacja” (wg PKD sekcja J) – 12 396 zł oraz „Działalność finansowa i ubezpieczenia” (wg PKD sekcja K) – 11 318 zł, z kolei najniższe na poziomie 4 703 zł 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 6 311 zł i wzrosła w porównaniu z 2022 r. w najmniejszym stopniu spośród działalności usługowych – o 12,0%. Najwyższy procentowy wzrost przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia o 15,5% zaobserwowano w sekcji H „Transport i gospodarka magazynowa”.

W 2023 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 – 88,3%, na Malcie – 86,7% oraz na Cyprze – 84,3%. Duży udział w wartości dodanej całej gospodarki usługi stanowiły w takich krajach jak: Belgia (78,6%), Grecja (77,7%), Francja (77,5%), Holandia (77,3%), Portugalia (76,7%) czy Hiszpania (75,2%). W krajach Europy Środkowowschodniej udział ten kształtował się na poziomie od 62,0% na Słowacji do 73,8% na Chorwacji, w Polsce stanowił 63,7%.

W odniesieniu do 2015 r. najbardziej znaczący wzrost udziału działalności usługowej w tworzeniu wartości dodanej wykazały kraje: Irlandia (o 6,1 p. proc.), Rumunia (o 5,6 p. proc.) oraz Czechy (o 4,7 p. proc.). Największy spadek udziału usług w porównaniu z 2015 r. zanotowano w Danii (o 3,7 p. proc.), na Łotwie (o 3,1 p. proc.) i we Włoszech (o 2,6 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	2015	70,0	Litwa	2015	66,1
	2023	70,4		2023	70,1
Belgia	2015	77,3	Luksemburg	2015	87,1
	2023	78,6		2023	88,3
Bułgaria	2015	67,5	Łotwa	2015	73,3
	2023	67,6		2023	70,2
Chorwacja	2015	71,6	Malta	2015	85,4
	2023	73,8		2023	86,7
Cypr	2015	86,2	Niemcy	2015	70,1
	2023	84,3		2023	69,7
Czechy	2015	60,3	Polska	2015	62,3
	2023	65,0		2023	63,7
Dania	2015	76,4	Portugalia	2015	75,2
	2023	72,7		2023	76,7
Estonia	2015	70,1	Rumunia	2015	59,9
	2023	73,2		2023	65,5
Finlandia	2015	70,6	Słowacja	2015	63,6
	2023	70,1		2023	62,0
Francja	2015	79,0	Słowenia	2015	65,5
	2023	77,5		2023	64,9
Grecja	2015	79,2	Szwecja	2015	73,4
	2023	77,7		2023	72,9
Hiszpania	2015	75,1	Węgry	2015	64,2
	2023	75,2		2023	67,5
Holandia	2015	78,6	Włochy	2015	75,0
	2023	77,3		2023	72,4
Irlandia	2015	58,0			
	2023	64,1			

Źródło: Eurostat, z dn. 15.10.2024 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.

W 2023 r. według wstępnych danych udział handlu w tworzeniu produktu krajowego brutto wyniósł 12,9%, a w wartości dodanej brutto 14,3%.

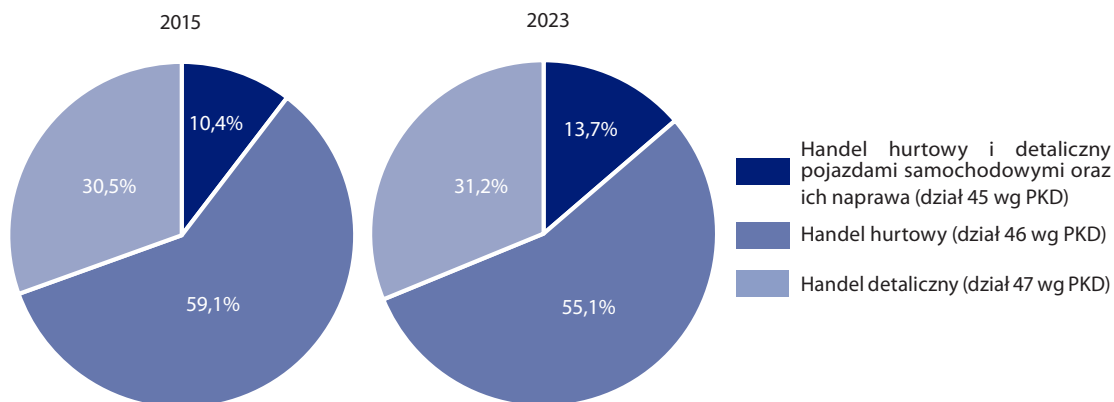
Tablica 2. Udział handlu w tworzeniu PKB i wartości dodanej

Wyszczególnienie	2020	2021	2022	2023
Udział handlu w tworzeniu PKB w %	13,8	13,9	13,8	12,9
Udział handlu w wartości dodanej brutto w %	15,6	15,9	15,5	14,3

PRZYCHODY NETTO ZE SPRZEDAŻY PRODUKTÓW, TOWARÓW I MATERIAŁÓW to przychody netto ze sprzedaży w kraju i na eksport wytworzonych przez jednostkę produktów (wyrobów gotowych, półfabrykatów oraz usług), a także opakowań, wyposażenia i usług obcych, jeżeli są one fakturowane odbiorcom łącznie z produktami; oraz przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów, tj. nabyte w celu odsprzedaży w stanie nieprzetworzonym rzeczowe aktywa obrotowe oraz produkty wytworzone przez jednostkę, jeśli sprzedawane są one w sieci własnych sklepów obok towarów obcej produkcji, jak również kwoty należne za sprzedane towary i materiały, niezależnie od tego, czy zostały zapłacone.

W 2023 r. według wstępnych danych przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów w cenach bieżących osiągnięte przez przedsiębiorstwa zaklasyfikowane do sekcji G „Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle” były niższe o 1,2% niż w roku poprzednim. Największa część tych przychodów zrealizowana była przez przedsiębiorstwa prowadzące działalność hurtową 55,1%. Udział handlu detalicznego wyniósł 31,2% natomiast handlu hurtowego i detalicznego pojazdami samochodowymi oraz ich naprawą 13,7%. Przychody przedsiębiorstw z liczbą pracujących 10 i więcej osób stanowiły 72,6% przychodów ogółem, a przychody przedsiębiorstw z liczbą 9 i mniej 27,4%.

Wykres 3. Struktura przychodów netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów w przedsiębiorstwach handlowych (ceny bieżące)



KOSZTY SPRZEDANYCH PRODUKTÓW, TOWARÓW I MATERIAŁÓW obejmują koszt własny sprzedanych produktów (tj. koszty podstawowej działalności operacyjnej pomniejszone o koszty wytworzenia świadczeń na własne potrzeby jednostki i skorygowane o zmianę stanu produktów) oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów według cen zakupu lub nabycia.

W 2023 r. według wstępnych danych koszty podstawowej działalności operacyjnej w cenach bieżących poniesione przez podmioty handlowe były o 1,4% niższe niż w poprzednim roku. Koszty poniesione przez jednostki z liczbą pracujących 10 i więcej osób stanowiły 73,4% ogółu kosztów operacyjnych wykazanych przez podmioty handlowe, a koszty podmiotów z liczbą pracujących 9 i mniej osób 26,6%.

Przepływ towarów handlowych^a

Istotnym elementem umożliwiającym ocenę kanałów dystrybucji i cyrkulacji towarów jest analiza struktury przychodów według typów klientów oraz podział dokonanych zakupów w przedsiębiorstwach handlowych według typów dostawców (tablice nr 18 i 19). Zarówno zachowania przedsiębiorstw hurtowych i detalicznych w wyborze swoich dostawców, jak i struktura ich klientów pozostały stabilne. W przedsiębiorstwach handlowych – hurtowych jak i detalicznych, udział zakupów bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych w porównaniu z rokiem poprzednim – utrzymał się na zbliżonym poziomie (50%). Udziały zakupów z importu oraz zakupów u hurtowników również nie uległy znaczącej zmianie w odniesieniu do poprzedniego roku i wyniosły odpowiednio 29% i 20%.

W zależności od rodzaju prowadzonej działalności handlowej (handel hurtowy czy detaliczny) struktura dokonywanych zakupów była bardziej zróżnicowana. W zakresie handlu hurtowego najczęściej przedsiębiorstw (nieco powyżej 48%) zaopatrywało się u producentów i wytwórców krajowych, natomiast ponad 31% z nich bezpośrednio z importu. Nieco wzrósł udział zakupów hurtownik – hurtownik i wyniósł ponad 19%. W handlu detalicznym zakupów towarów dokonywano głównie bezpośrednio u producentów i wytwórców krajowych (nieco powyżej 57%), rzadziej u hurtowników oraz bezpośrednio z importu – w obydwu przypadkach udział zakupów pozostał na podobnym poziomie ok. 21%.

Przedsiębiorstwa własności zagranicznej najczęściej dokonywały zakupów bezpośrednio z importu (ponad 44%), bądź bezpośrednio u producentów i wytwórców krajowych (stanowiły one ponad 43%), rzadziej natomiast u hurtowników (11%).

W strukturze przychodów przedsiębiorstw hurtowych ok. 44% przychodów pochodziło ze sprzedaży do hurtu, 25% od handlowców detalicznych, a prawie 20% od producentów krajowych. Bezpośrednie wpływy od konsumentów indywidualnych stanowiły niespełna 7%.

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

Wolumen sprzedaży – dane krótkookresowe

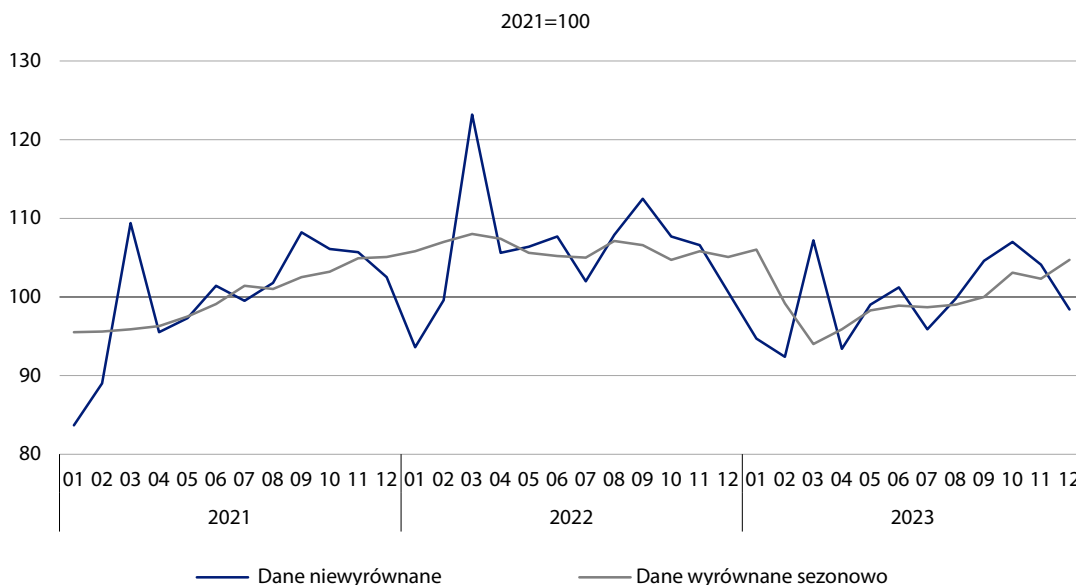
WOLUMEN SPRZEDAŻY odpowiada danym o przychodach netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów w cenach stałych

OBROT, tj. przychody netto 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).

JEDNOSTKA RODZAJU DZIAŁALNOŚCI (JRD) to jednostka równa przedsiębiorstwu lub stanowiąca jego część, której wyniki działalności powinny być wyodrębnione dla celów statystycznych ze względu na jej znaczenie na poziomie przedsiębiorstwa lub danej działalności w kraju. Działalność przedsiębiorstwa (składającego się z jednej lub więcej jednostek prawnych) określana jest na poziomie 4-cyfrowym (klasa) Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD 2007). Rodzaj działalności o najwyższym udziale przychodów ze sprzedaży w przedsiębiorstwie określany jest jako podstawowa działalność. Z pozostałych, wyodrębnionych drugorzędnych rodzajów działalności, za istotną uznawana jest ta działalność, której udział pod względem przychodów ze sprzedaży lub pracujących przekracza próg 20% na poziomie przedsiębiorstwa lub próg 3% na poziomie krajowym.

W 2023 r. wolumen sprzedaży dla handlu hurtowego według jednostki rodzaju działalności (JRD) był niższy o 5,9%, a dla handlu detalicznego o 1,2% w porównaniu z rokiem poprzednim.

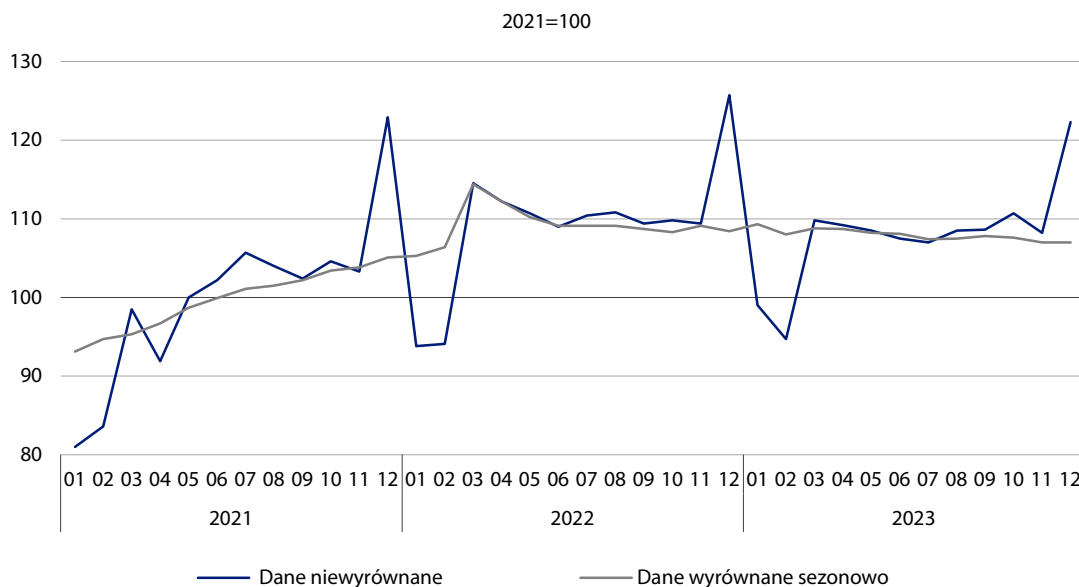
Wykres 4. Dynamika wolumenu sprzedaży – handel hurtowy, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi^a (ceny stałe)



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

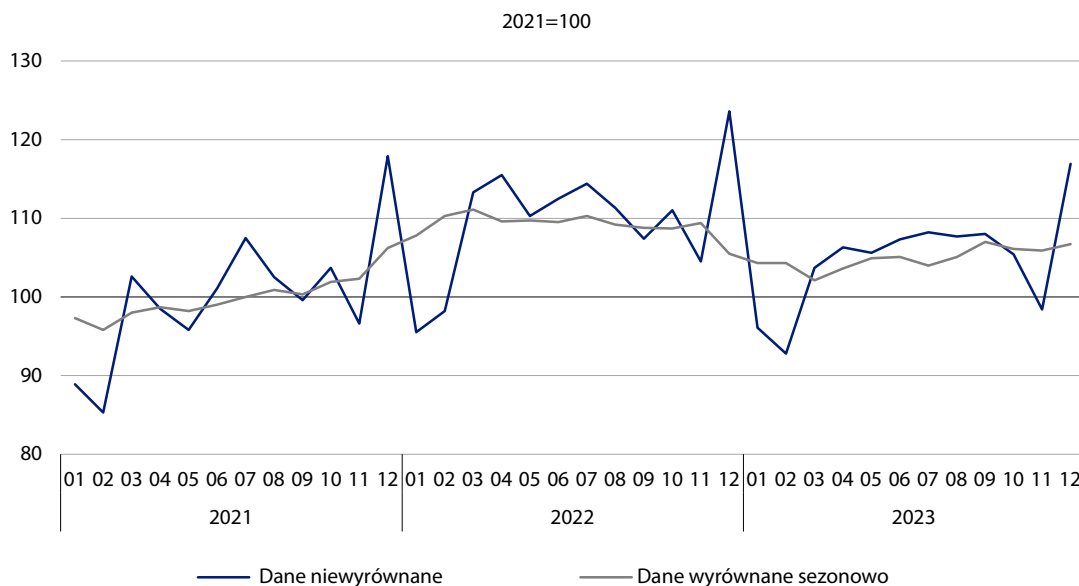
W handlu detalicznym spadek wolumenu sprzedaży odnotowano w grupowaniach: paliwa (o 10,3%) i żywność, napoje, wyroby tytoniowe (o 4,6%), natomiast wzrost w grupowaniu – towary nieżywnościowe z wyłączeniem paliw (o 3,4%).

Wykres 5. Dynamika wolumenu sprzedaży – handel detaliczny z wyłączeniem handlu detalicznego pojazdami samochodowymi^a (ceny stałe)

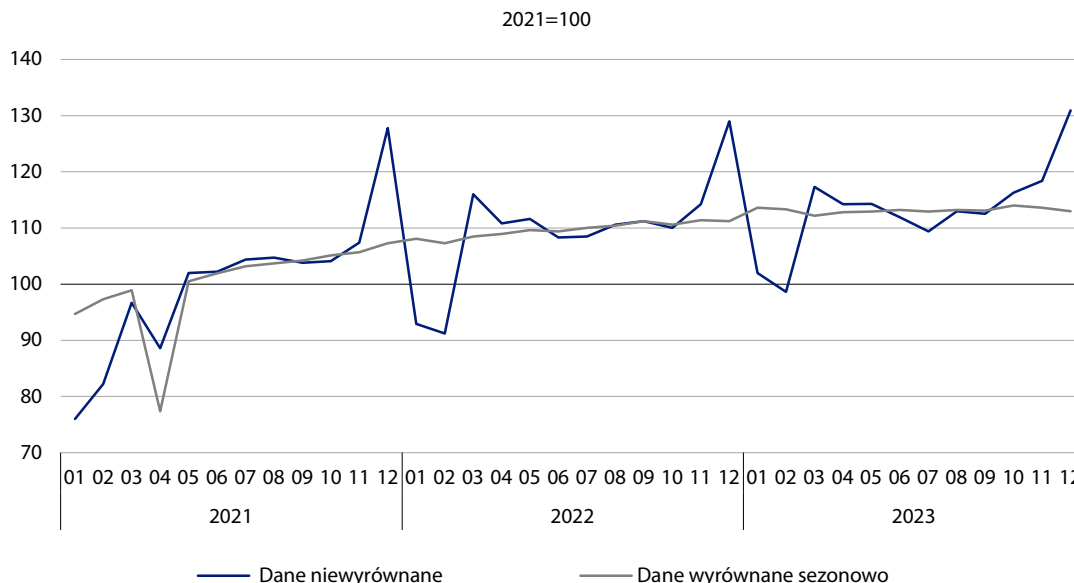


a Dane obejmują pełną zbiorowość.

Wykres 6. Dynamika wolumenu sprzedaży – handel detaliczny żywnością, napojami, wyrobami tytoniowymi^{ab} (ceny stałe)



a Dane obejmują pełną zbiorowość. b Działalności zaklasyfikowane do klasy 47.11 i grupy 47.2 według PKD 2007.

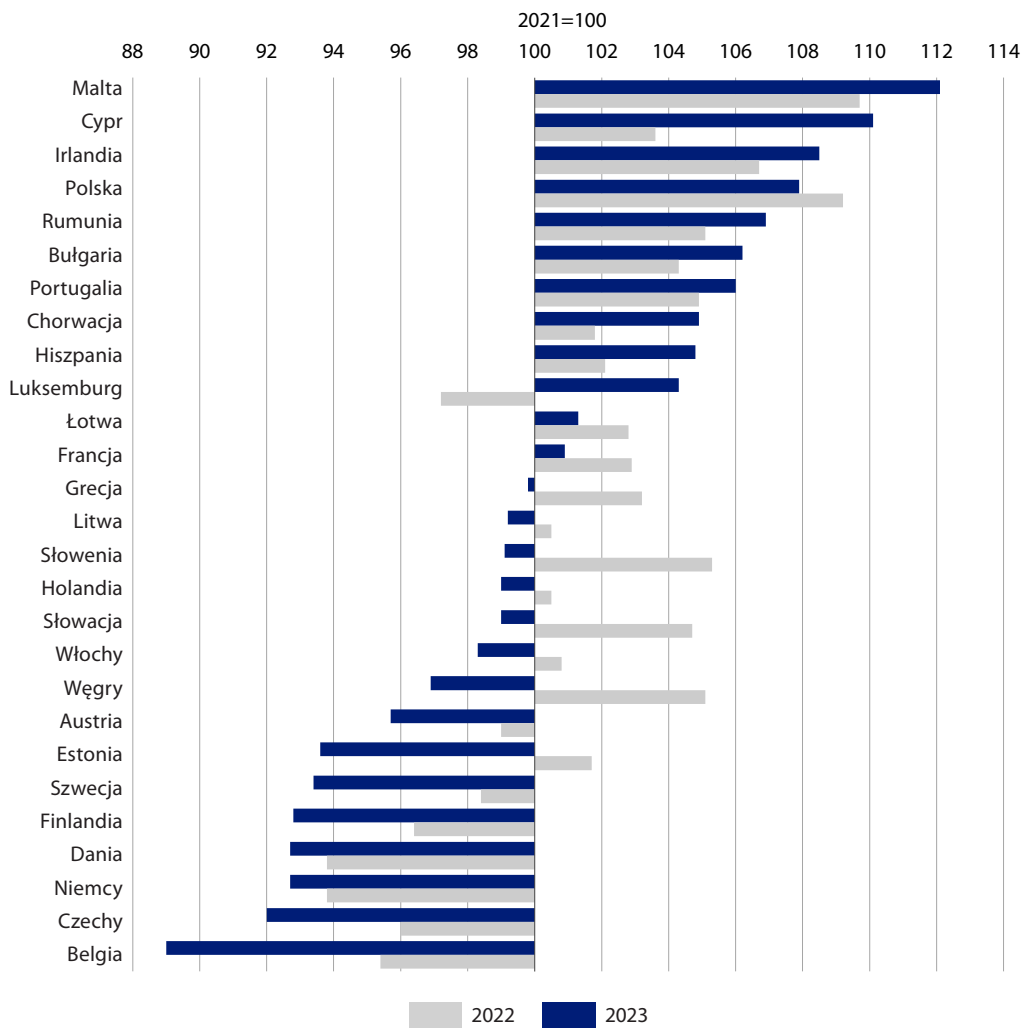
Wykres 7. Dynamika wolumenu sprzedaży – handel detaliczny towarami nieżywnościowymi^{ab} (ceny stałe)

a Dane obejmują pełną zbiorowość. b Działalności zaklasyfikowane do klasy 47.19 i grup od 47.4 do 47.9 według PKD 2007.

W 2023 r. wolumen sprzedaży w 27 krajach Unii Europejskiej dla handlu detalicznego był niższy w porównaniu z rokiem bazowym (2021=100) o 0,7%. Ponad połowa krajów wykazała niższą dynamikę wolumenu sprzedaży niż w 2021 r. Największy spadek zanotowano w Belgii (o 11%), natomiast znaczący wzrost odnotowano na Malcie (o 12,1%), na Cyprze (o 10,1%), w Irlandii (o 8,5%) i Polsce (o 7,9%). Spośród krajów o największym znaczeniu dla europejskiej gospodarki spadek dynamiki wolumenu sprzedaży w porównaniu z 2021 r. odnotowano w Niemczech (o 7,3%) i we Włoszech (o 1,7%), a wzrost w Hiszpanii (o 4,8%) i we Francji (o 0,9%).

W 2023 r. dynamika wolumenu sprzedaży dla handlu detalicznego w większości krajów UE była niższa w porównaniu z rokiem poprzednim. Istotny spadek wolumenu sprzedaży w porównaniu z 2022 r. zaobserwowano w Estonii (o 8,0%), na Węgrzech (o 7,8%) i w Belgii (o 6,7%), natomiast najwyższy wzrost w Luksemburgu (o 7,3%) i na Cyprze (o 6,3%).

Wykres 8. Wolumen sprzedaży^a w krajach UE – handel detaliczny



^a Dane wyrównane dniami roboczymi.

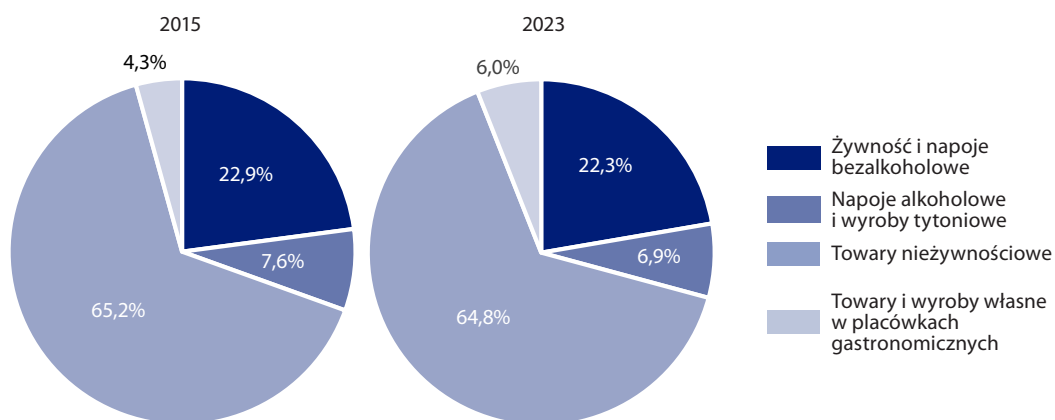
Źródło: Eurostat, dane krótkookresowe (październik 2024 r.).

Sprzedaż detaliczna

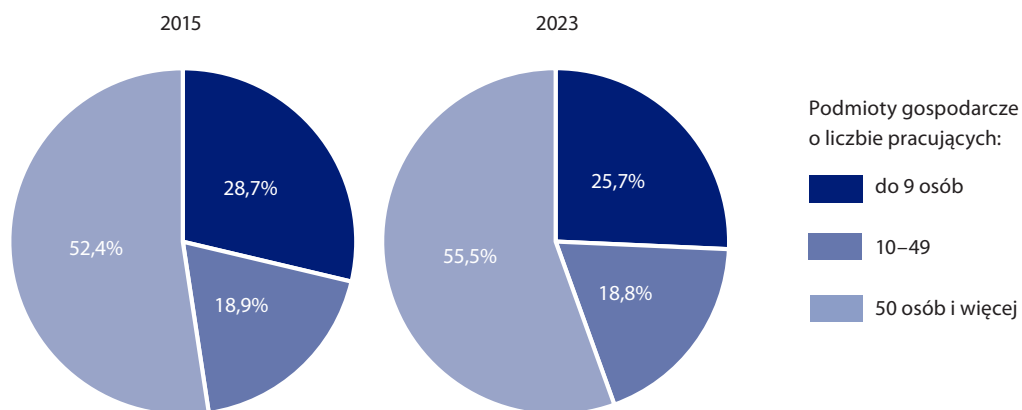
SPRZEDAŻ DETALICZNA TOWARÓW (łącznie z podatkiem VAT) to sprzedaż towarów własnych i komi-sowych (nowych i używanych) w punktach sprzedaży detalicznej, placówkach gastronomicznych oraz innych punktach sprzedaży (np. składy, magazyny) w ilościach wskazujących na zakup dla potrzeb indywidualnych nabywców.

W 2023 r. sprzedaż detaliczna w cenach bieżących zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe wyniosła 1 255,7 mld zł i była o 5,9% wyższa niż przed rokiem. W punktach sprzedaży detalicznej wartość sprzedanych towarów wyniosła 1 179,9 mld zł (wzrost o 5,2%), z tego wartość żywności i napojów bezalkoholowych – 280,5 mld zł (wzrost o 11,0%), napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych – 86,2 mld zł (wzrost o 6,4%) i towarów nieżywnościowych – 813,2 mld zł (wzrost o 3,2%). W placówkach gastronomicznych sprzedaż detaliczna wyniosła 75,9 mld zł (wzrost o 18,6%).

Wykres 9. Struktura sprzedaży detalicznej (ceny bieżące)



Udział sprzedaży detalicznej zrealizowanej w 2023 r. przez podmioty gospodarcze o liczbie pracujących 50 i więcej osób wyniósł 55,5%, przez podmioty o liczbie pracujących do 9 osób – 25,7%, a przez przedsiębiorstwa o liczbie pracujących od 10 do 49 osób – 18,8%.

Wykres 10. Struktura sprzedaży detalicznej według wielkości podmiotów gospodarczych (ceny bieżące)

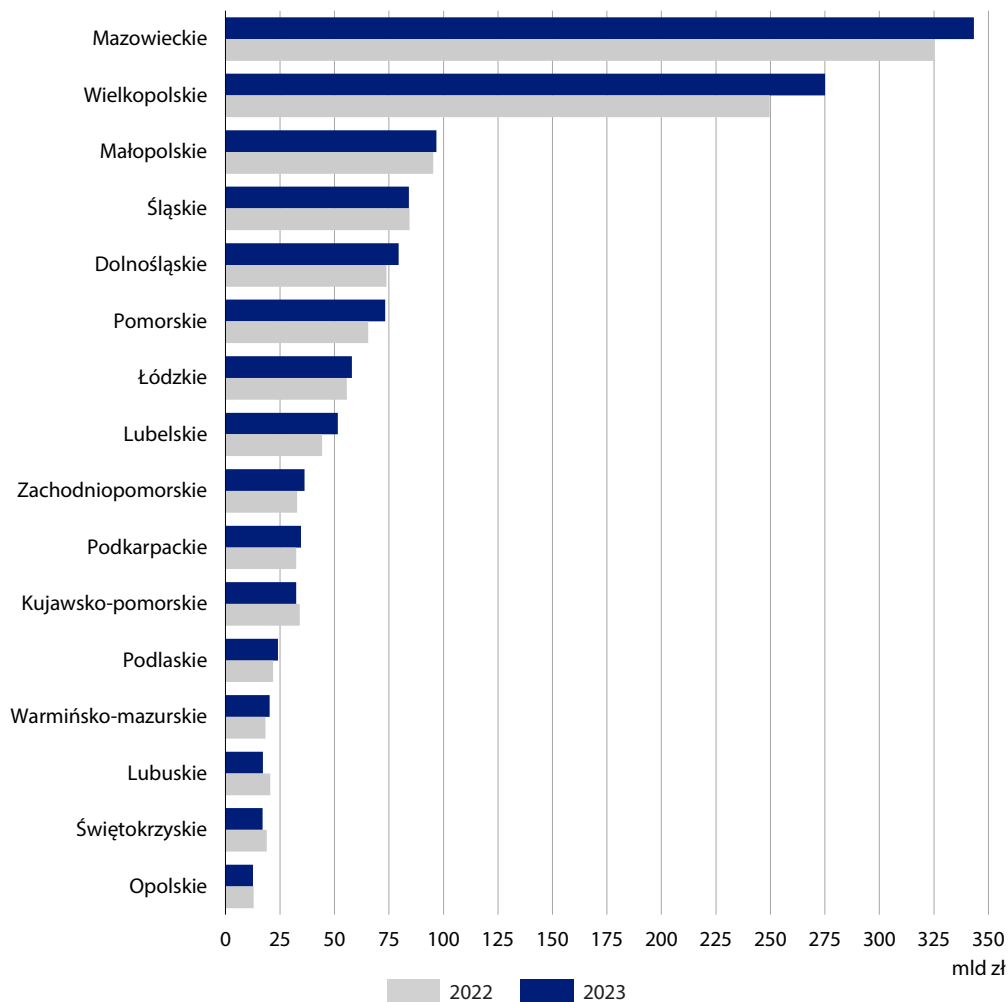
Sprzedaż w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 84,5% wartości sprzedaży detalicznej ogółem i jej udział był o 0,7 p. proc. niższy niż przed rokiem. Pozostała sprzedaż była realizowana przez przedsiębiorstwa, których podstawowym rodzajem działalności nie był handel, lecz np. produkcja czy gastronomia.

Tablica 3. Sprzedaż detaliczna towarów według grup (ceny bieżące)

Wyszczególnienie		2021	2022	2023
a – liczby bezwzględne b – analogiczny okres roku poprzedniego=100		w mln zł		
Ogółem	a	1 000 028,2	1 185 525,3	1 255 735,9
	b	112,3	118,5	105,9
w tym przedsiębiorstwa handlowe	a	864 326,3	1 009 886,3	1 060 606,3
	b	111,9	116,8	105,0
Żywność i napoje bezalkoholowe	a	261 344,5	310 558,4	350 117,5
	b	106,7	118,8	112,7
Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe	a	79 608,0	86 448,8	92 411,7
	b	104,8	108,6	106,9
Towary nieżywnościowe (bez wyrobów tytoniowych)	a	659 075,7	788 518,1	813 206,6
	b	115,7	119,6	103,1

W 2023 r. w większości województw odnotowano wzrost sprzedaży w cenach bieżących. W województwie mazowieckim, którego udział w sprzedaży ogółem był dominujący i wyniósł 27,3% sprzedaż wzrosła o 5,7%. Drugim województwem o znaczącym udziale w sprzedaży ogółem (21,9%) było województwo wielkopolskie, a przedsiębiorstwa posiadające siedzibę na jego terenie raportowały wzrost sprzedaży o 10,2%. Na kolejnych pozycjach uplasowały się województwa: małopolskie – udział 7,7% (wzrost o 1,5%) oraz śląskie – udział 6,7% (spadek o 0,2%),

Wykres 11. Sprzedaż detaliczna według województw^a (ceny bieżące)

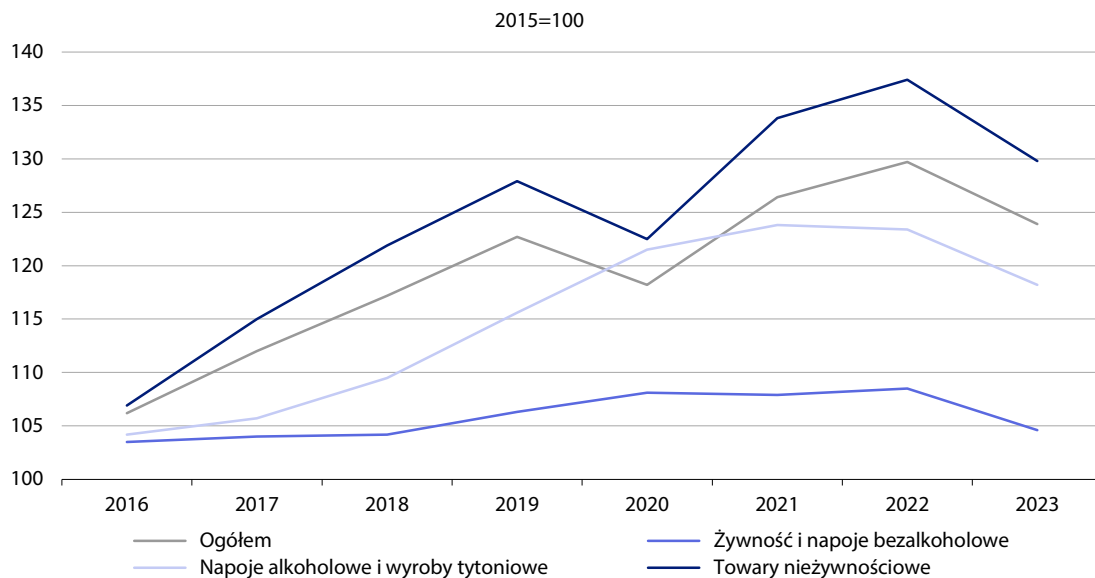


^a Zgodnie z siedzibą przedsiębiorstwa.

W 2023 r. sprzedaż detaliczna w cenach stałych zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe była o 4,5% niższa niż przed rokiem (wobec wzrostu o 2,6% w 2022 r.). Spadek sprzedaży odnotowano w grupach: „towary nieżywnościowe” (o 5,5%), „napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe” (o 4,2%) oraz w grupie o najwyższym udziale w sprzedaży – „żywność i napoje bezalkoholowe” (o 3,6%).

Zwiększyła się natomiast sprzedaż detaliczna towarów i wyrobów własnych w placówkach gastronomicznych (o 4,2%).

Wykres 12. Dynamika sprzedaży detalicznej^a (ceny stałe)



a Głównie w punktach sprzedaży detalicznej, sprzedaż w placówkach gastronomicznych ujęta została wyłącznie w „ogółem”.

Sklepy

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

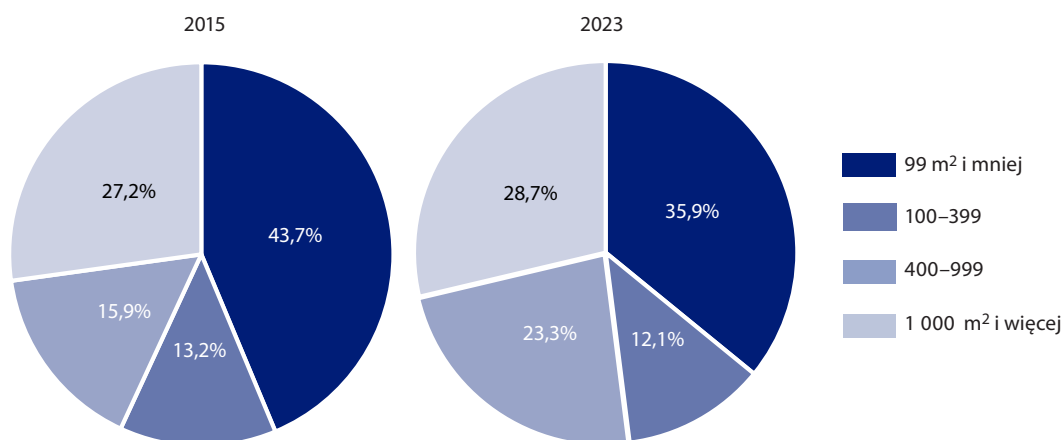
Jeżeli w dużych sklepach (np. w domach towarowych, domach handlowych, domach sprzedaży wysyłkowej) część powierzchni sprzedażowej została wydzierżawiona przez inną osobę prawną lub fizyczną, która na tej części powierzchni prowadzi sprzedaż detaliczną na własny rachunek – to ta część stanowi odrębny 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 2023 r. szacowana liczba sklepów w Polsce wyniosła blisko 327 tys. i była o 0,2% (o 0,8 tys.) wyższa niż przed rokiem, zwiększyła się również powierzchnia sprzedażowa sklepów o 1,4% i stanowiła wielkość 39 102,6 tys. m².

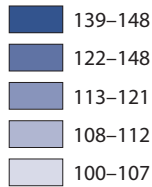
W porównaniu z poprzednim rokiem wzrost powierzchni sprzedażowej miał miejsce w sklepach o przedziałach powierzchniowych powyżej 100 m², przy czym najwyższy przyrost wystąpił w sklepach o przedziale powierzchni 400–999 m² o 581,8 tys. m² (o 6,8%) i jednocześnie w tym przedziale odnotowano największy wzrost ilości sklepów (o 6,4%). Znaczący przyrost powierzchni sprzedażowej zaobserwowano również w sklepach z przedziału 1 000 m² i więcej o 275,9 tys.m² (o 2,5%). Z kolei spadek powierzchni sklepowej o 410,9 tys. m² (o 2,8%) zanotowano w sklepach o powierzchni 99 m² i mniej.

Wykres 13. Struktura powierzchni sprzedażowej sklepów



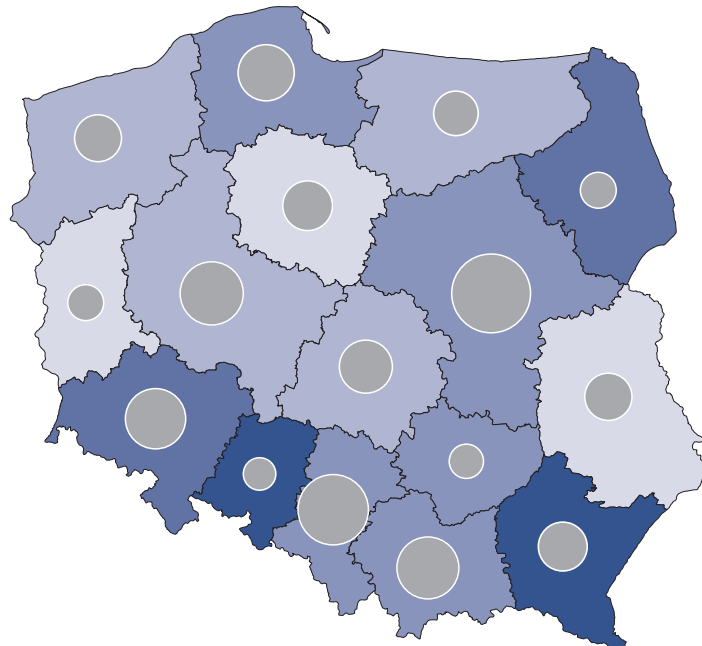
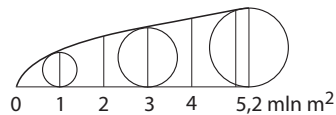
Mapa 1. Sklepy według województw w 2023 r. (stan w dniu 31 grudnia)

Liczba ludności przypadająca na 1 sklep



Polska = 115

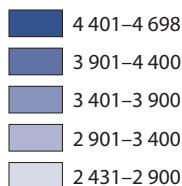
Powierzchnia sprzedażowa sklepów



W 2023 r. na jeden sklep przypadało średnio 115 osób, podczas gdy w 2022 r. było to odpowiednio 116 osób. Najwięcej ludności na jeden sklep przypadało w województwie opolskim – średnio 148 osób, a najmniej w województwie kujawsko-pomorskim – średnio 100 osób.

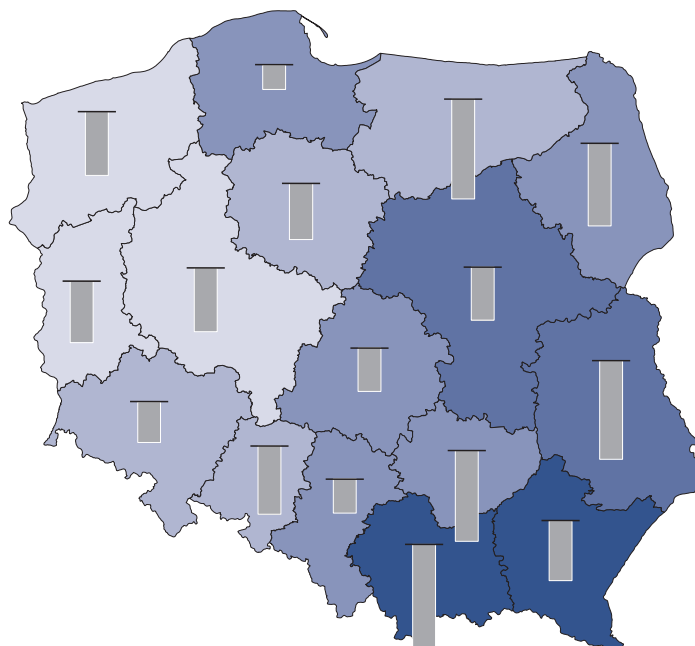
Mapa 2. Liczba ludności przypadająca na 1 supermarket i hipermarket według województw w 2023 r. (stan w dniu 31 grudnia)

Liczba ludności



Polska = 3 539

Zmiana w porównaniu z 2022 r. (w %)

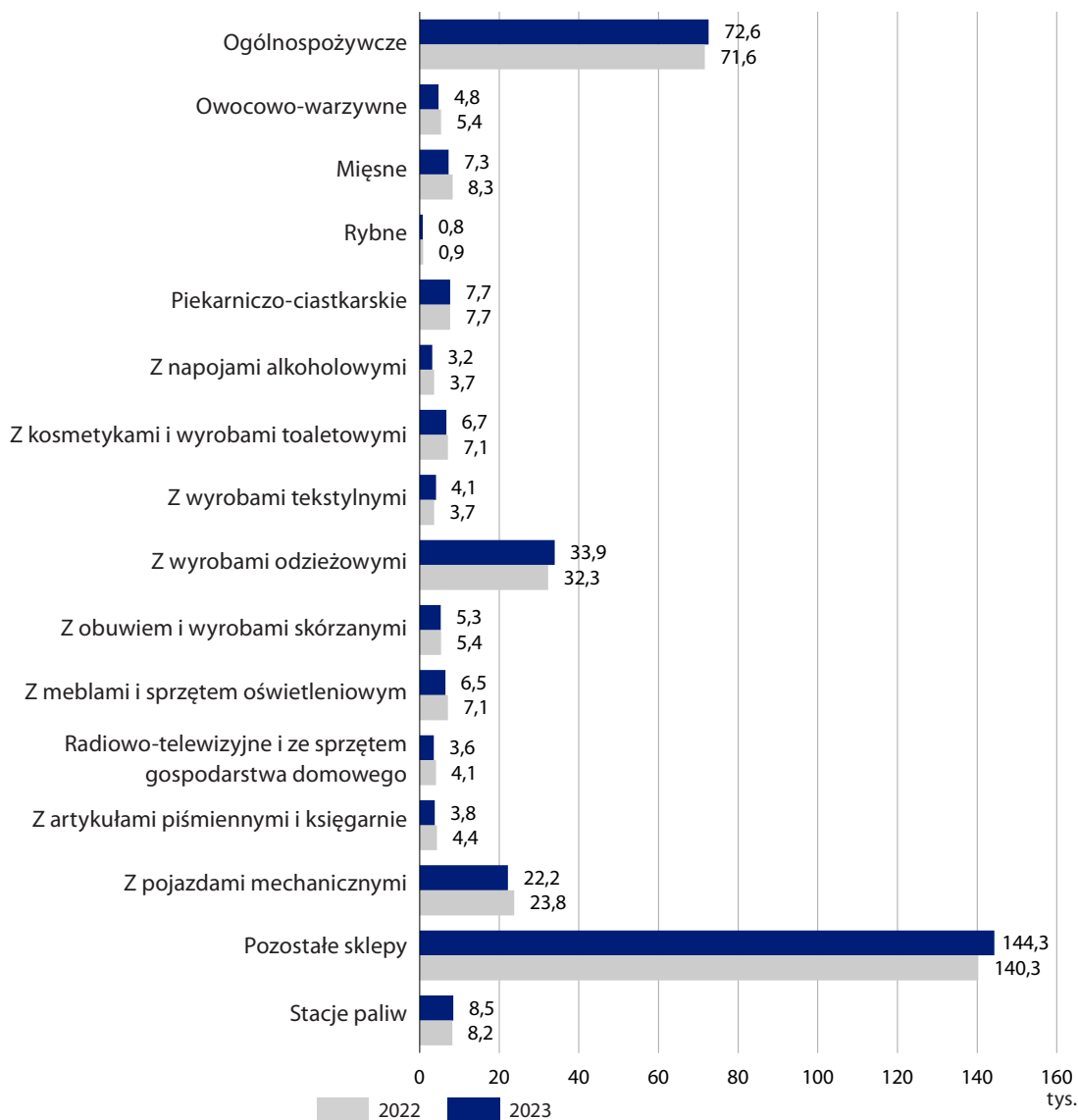


W 2023 r. odnotowano wzrost łącznej liczby supermarketów i hipermarketów w porównaniu z rokiem poprzednim (o 4,9%), w wyniku czego na jeden sklep tych kategorii przypadało średnio 3 539 osób, podczas gdy w 2022 r. było to 3 725 osób.

W układzie regionalnym najwięcej ludności przypadającej na 1 supermarket i hipermarket odnotowano w województwie podkarpackim 4 698 osób, (wobec 4 950 osób w roku poprzednim), zaś najmniej osób w województwie lubuskim – 2 431, gdzie w roku 2022 było to 2 559 osób.

W 2023 r. szacowany udział wartości sprzedaży realizowanej łącznie przez supermarkety i hipermarkety w sprzedaży detalicznej w sklepach i na stacjach paliw stanowił 29,5% i był o 1,5 p. proc. wyższy niż przed rokiem.

Wykres 14. Sklepy według specjalizacji i stacje paliw (stan w dniu 31 grudnia)



Wyszacowana w 2023 r. liczba 327 tys. sklepów prowadzona była przez niespełna 259 tys. przedsiębiorstw i w porównaniu z poprzednim rokiem podmiotów tych ubyło o około 1,7 tys. W odniesieniu do przedziałów podmiotów gospodarczych według liczby posiadanych sklepów najwyższy spadek odnotowano w liczbie przedsiębiorstw prowadzących do 2 sklepów – o 1,7 tys. (o 0,7%), wobec spadku liczby tych przedsiębiorstw o 4,7 tys. w roku poprzednim. W pozostałych grupach przedsiębiorstw nie odnotowano znaczących zmian w liczbie podmiotów gospodarczych względem roku ubiegłego. Udział przedsiębiorstw prowadzących do 2 sklepów w 2023 r. wyniósł 98,0% i w porównaniu do poprzedniego roku nie uległ zmianie.

W ogólnej liczbie 327 tys. sklepów podobnie jak w poprzednich latach największy udział stanowiły placówki o specjalizacji branżowej pozostałej (44,2%), ogólnospożywczej (22,2%) oraz sklepy z wyrobami odzieżowymi (10,4%). Najmniej liczne były sklepy o specjalizacji rybnej, które stanowiły jedynie 0,2% sklepów ogółem.

W porównaniu z rokiem poprzednim odnotowano spadek liczby sklepów w większości specjalizacji. Najwięcej sklepów ubyło w branży: z pojazdami mechanicznymi o 1,7 tys. sklepów (7,0%) oraz mięsnej o nieco ponad 1 tys. (12,6%).

Natomiast wyraźny wzrost ilości sklepów zaobserwowano w następujących branżach: pozostałe sklepy o 4,0 tys. sklepów (2,8%), z wyrobami odzieżowymi o 1,6 tys. sklepów (4,9%), oraz ogólnospożywczej o ok. 1 tys. sklepów (1,4%).

W grupie przedsiębiorstw, w których liczba pracujących wynosi powyżej 9 osób, ilość sklepów należących do podmiotów z kapitałem zagranicznym była niższa w 2023 r. o 2,6% w porównaniu z rokiem poprzednim, zaś powierzchnia sprzedażowa tych sklepów nieznacznie zmniejszyła się.

Średnia powierzchnia sklepów przedsiębiorstw zagranicznych wyniosła 704,2 m² (odpowiednio w sklepach przedsiębiorstw własności prywatnej krajowej – 230,7 m²).

Udział powierzchni sklepów z kapitałem zagranicznym w powierzchni ogółem zmniejszył się o 0,5 p. proc. w porównaniu z 2022 r.

Tablica 4. Liczba sklepów przedsiębiorstw z udziałem kapitału zagranicznego^a

Wyszczególnienie	2022	2023
Liczba sklepów	19 015	18 512
Udział w liczbie sklepów ogółem w %	5,8	5,7
Powierzchnia sklepów w tys. m ²	13 040,1	13 036,8
Udział w powierzchni ogółem w %	33,8	33,3

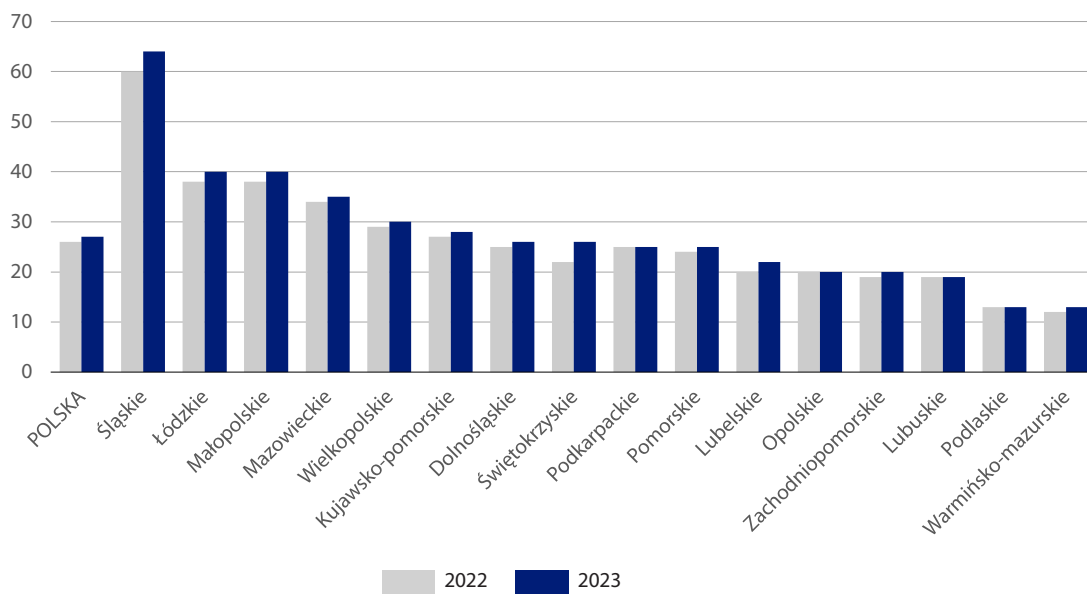
a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

Stacje paliw

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

Na koniec 2023 r. szacowana liczba stacji paliw wyniosła 8 539 i była o 4,6% wyższa niż w roku poprzednim. W układzie regionalnym największe zagęszczenie stacji paliw wystąpiło w województwie śląskim i wyniosło 64 obiekty na 1 000 km² powierzchni (wobec 60 obiektów rok wcześniej). Najniższy wskaźnik zaobserwowano w województwie warmińsko-mazurskim, gdzie było to 13 obiektów na 1 000 km², podczas gdy średnia dla Polski wyniosła 27 stacji paliw na 1 000 km² powierzchni.

Wykres 15. Liczba stacji paliw na 1 000 km² powierzchni w województwach (stan w dniu 31 grudnia)



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 2023 r. w krajowej ewidencji prowadzonej przez gminne jednostki samorządowe zarejestrowanych było 2 560 stałych targowisk (w tym 2 328 targowisk z przewagą sprzedaży drobnodetalicznej).

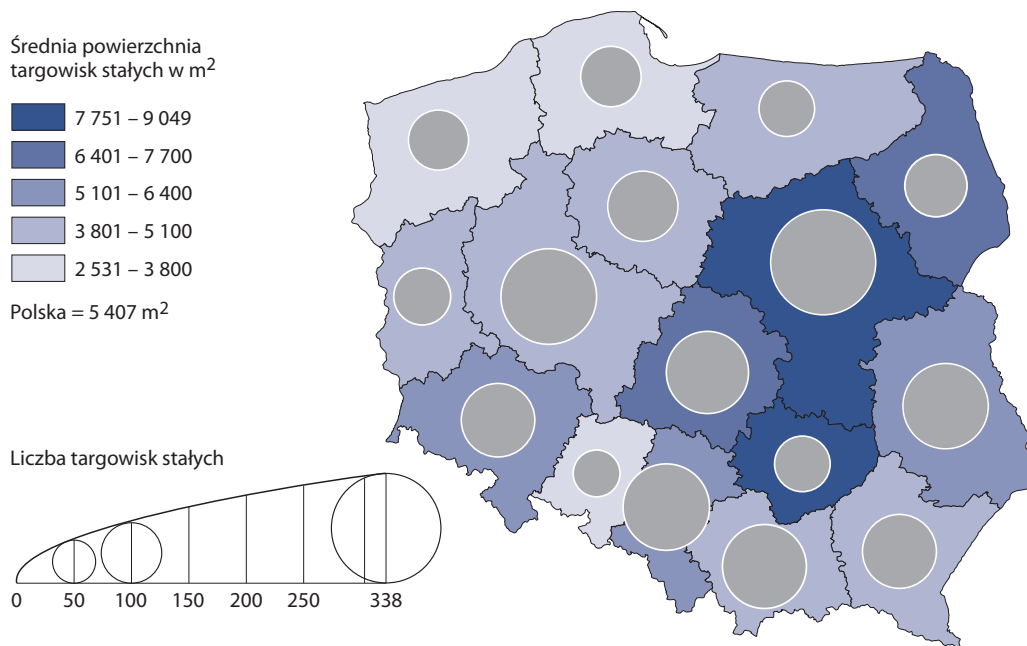
Ogólna liczba targowisk stałych w porównaniu z rokiem poprzednim była wyższa o 414 miejsc wyznaczonych do prowadzenia handlu. Najwięcej targowisk przybyło w województwie małopolskim – 70 i wielkopolskim – 46 obiektów.

W porównaniu z rokiem poprzednim ogólna powierzchnia targowisk stałych zwiększyła się o 2,9%. Największy wzrost powierzchni targowiskowej miał miejsce w województwach: małopolskim (o 85 tys. m²), kujawsko-pomorskim (o 81 tys. m²), podkarpackim (o 57 tys. m²) i wielkopolskim (o 47 tys. m²).

Na obszarze targowisk stałych dokonywano transakcji w ok. 85 tys. stałych punktach sprzedaży drobnodetalicznej, wśród których 43 tys. działało codziennie. Uzupełnieniem stałej sieci targowiskowej były targowiska sezonowe, których liczba w 2023 r. zwiększyła się o 914 objekty.

Zarejestrowano nieco wyższe roczne wpływy z opłaty targowej (o 5,1%) w porównaniu z 2022 r.

Mapa 3. Targowiska stałe według województw w 2023 r. (stan w dniu 31 grudnia)



Sprzedaż hurtowa

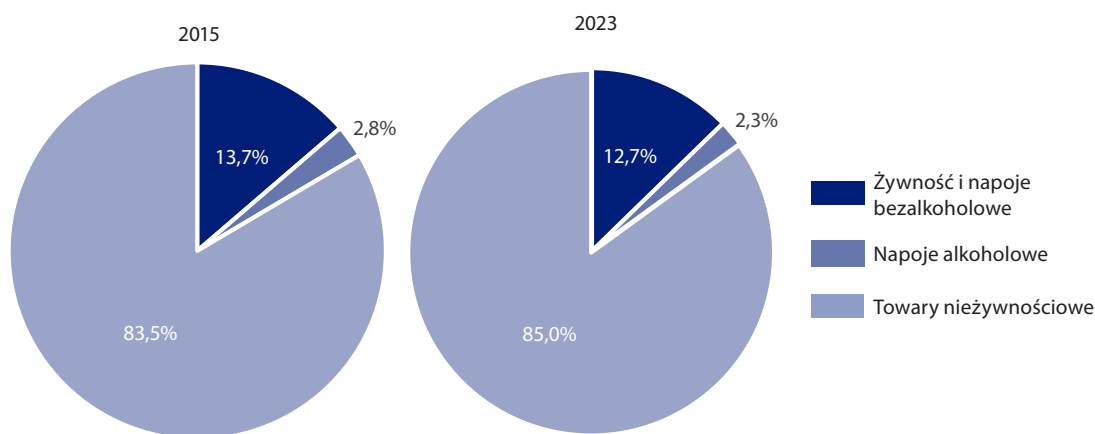
SPRZEDAŻ HURTOWA (łącznie z podatkiem VAT) jest to działalność polegająca na odsprzedaży zakupionych towarów we własnym imieniu, zwykle nieostatecznym odbiorcom (innym hurtownikom, detalistom, producentom). Obejmuje sprzedaż towarów z magazynów handlowych, własnych bądź użytkowanych, w których składowane 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.

Wyszacowana wartość sprzedaży hurtowej w 2023 r. w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 1 998,9 mld zł i była o 15,4% niższa niż przed rokiem. Spośród prezentowanych grup towarów spadek sprzedaży hurtowej zaobserwowano we wszystkich grupach. Wartość towarów nieżywnościowych zmniejszyła się o 16,6%, napojów alkoholowych o 11,7%, a żywności i napojów bezalkoholowych o 7,4%.

W strukturze sprzedaży wzrósł udział żywności i napojów bezalkoholowych o 1,1 p. proc., napojów alkoholowych o 0,1 p. proc., natomiast udział towarów nieżywnościowych zmaleł o 1,2 p. proc.

Sprzedaż hurtowa realizowana przez przedsiębiorstwa z liczbą pracujących 50 osób i więcej stanowiła 51,8% i była o 8,0 p. proc. wyższa w porównaniu z rokiem poprzednim.

Wykres 16. Struktura sprzedaży hurtowej (ceny bieżące)



Tablica 5. Sprzedaż hurtowa według grup (ceny bieżące)

Wyszczególnienie a – liczby bezwzględne b – analogiczny okres roku poprzedniego=100		2021	2022	2023
		w mln zł		
Ogółem	a	1 770 307,7	2 362 304,7	1 998 854,8
	b	120,0	133,4	84,6
w tym przedsiębiorstwa o liczbie pracujących 50 osób i więcej	a	859 434,7	1 034 630,3	1 034 547,0
	b	122,4	120,4	100,0
Żywność i napoje bezalkoholowe	a	209 973,0	273 672,2	253 425,9
	b	108,6	130,3	92,6
Napoje alkoholowe	a	45 175,5	51 730,0	45 673,5
	b	123,1	114,5	88,3
Towary nieżywnościowe	a	1 515 159,2	2 036 902,5	1 699 755,5
	b	121,7	134,4	83,4

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 ruchomych punktów sprzedaży detalicznej i automatów sprzedażowych.

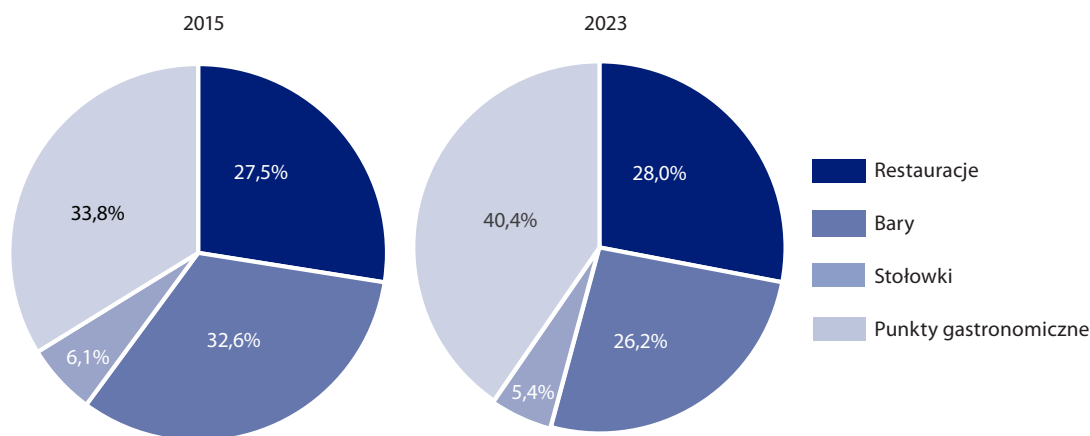
W 2023 r. liczbę placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych) w kraju oszacowano na 93,3 tys., w tym 40,4% stanowiły punkty gastronomiczne, 28,0% – restauracje, 26,2% – bary, a stołówki – 5,4%. Ogólna liczba placówek gastronomicznych wzrosła o 11,2% w porównaniu z 2022 r. Przybyło wszystkich rodzajów placówek; punktów gastronomicznych o 13,0%, restauracji o 10,3%, barów o 10,1% oraz stołówek o 7,4%.

Sektor prywatny w gastronomii obejmował 99,0% wszystkich placówek gastronomicznych, w tym: 99,6% restauracji, 99,3% barów, 99,1% punktów gastronomicznych oraz 93,0% stołówek.

Tablica 6. Placówki gastronomiczne

Wyszczególnienie	2021	2022	2023	
	liczby bezwzględne			2022=100
Ogółem	74 189	83 937	93 306	111,2
Restauracje	21 161	23 670	26 102	110,3
Bary	19 373	22 166	24 401	110,1
Stołówki	4 136	4 699	5 046	107,4
Punkty gastronomiczne	29 519	33 402	37 757	113,0

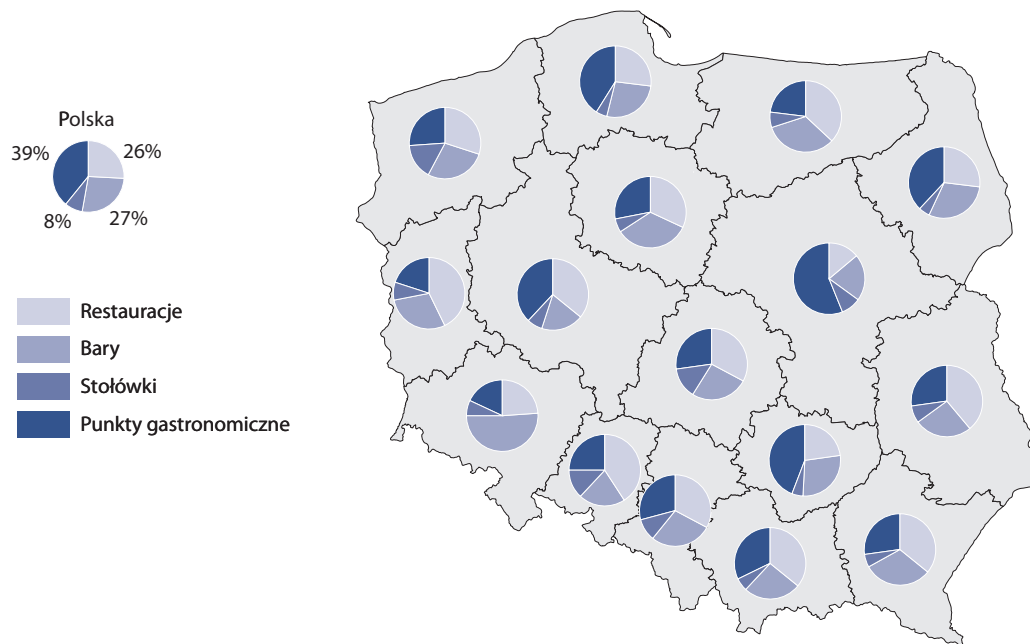
Wykres 17. Struktura placówek gastronomicznych



Liczba placówek gastronomicznych w przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób wzrosła w porównaniu z rokiem poprzednim o 9,8% i wyniosła 22 187, co stanowiło 23,8% placówek gastronomicznych ogółem w Polsce. Wzrost odnotowano we wszystkich rodzajach placówek: w liczbie punktów gastronomicznych – o 16,3%, barów o 8,1%, restauracji – o 5,0% oraz stołówek – o 2,1%.

Struktura placówek gastronomicznych w układzie wojewódzkim, według siedziby przedsiębiorstwa, przedstawiona została na poniższym wykresie.

Mapa 4. Placówki gastronomiczne według województw^a w przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób



a Zgodnie z siedzibą przedsiębiorstwa.

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 2023 r. przychody ogółem z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły ok. 76,7 mld zł i w porównaniu z rokiem poprzednim wzrosły o 18,6%, (w cenach stałych były wyższe o 4,2%). Z sektora prywatnego pochodziło 98,9% uzyskanych przychodów, z sektora publicznego zaś – 1,1%.

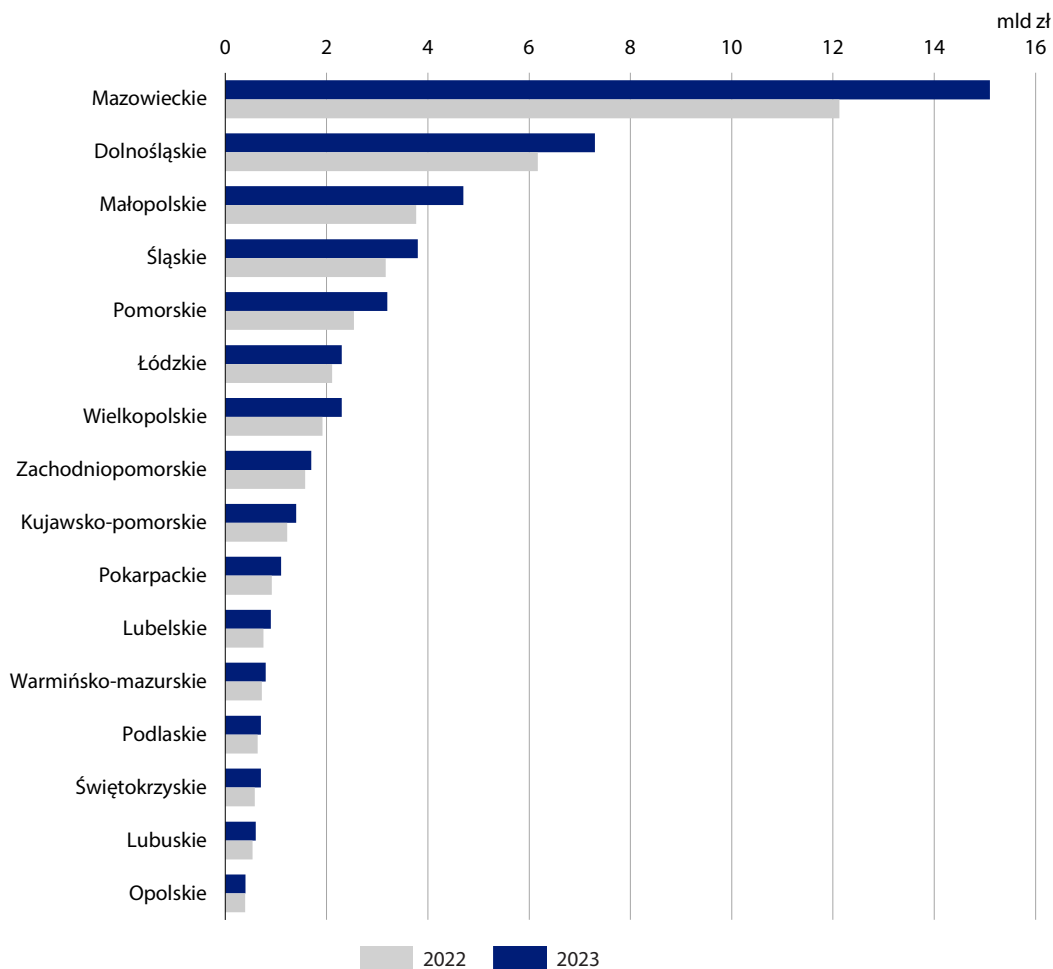
Z produkcji gastronomicznej pochodziło 86,9% wartości przychodów w cenach bieżących ogółem, 12,1% – ze sprzedaży towarów handlowych (w tym 8,1% - ze sprzedaży alkoholu i wyrobów tytoniowych) a 1,0% – z pozostałej działalności. We wszystkich rodzajach działalności gastronomicznej zanotowano wzrost przychodów w porównaniu z poprzednim rokiem, największy o 17,9% w zakresie sprzedaży towarów handlowych.

Tablica 7. Przychody z działalności gastronomicznej (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2021	2022	2023	
	w mln zł			2022=100
Przychody ogółem	48 680,6	64 643,4	76 668,0	118,6
Ze sprzedaży towarów	5 569,2	7 848,2	9 252,9	117,9
w tym ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych	3 954,2	5 423,5	6 200,8	114,3
Z produkcji gastronomicznej	42 564,8	56 107,2	66 615,0	118,7
Z pozostałej działalności	546,6	688,0	800,0	116,3

W przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób, przychody z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły ok 47,3 mld zł (wzrost o 20,8% w porównaniu z rokiem poprzednim), co stanowiło 61,7% przychodów z działalności gastronomicznej ogółem w Polsce. Wzrost przychodów odnotowano we wszystkich województwach.

W województwie mazowieckim, którego udział w przychodach ogółem był największy i wyniósł 31,9% odnotowano wzrost przychodów o 24,3%. Drugim województwem o znaczącym udziale (15,5%) było województwo dolnośląskie, a przedsiębiorstwa posiadające siedzibę na jego terenie wykazały wzrost przychodów o 18,6 %. Na kolejnych pozycjach uplasowały się województwa: małopolskie – udział 10,0% oraz śląskie – udział 8,1% (wzrost odpowiednio o 25,6% i o 21,2%).

Wykres 18. 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 88,4% przychodów z działalności gastronomicznej przedsiębiorstw z liczbą pracujących powyżej 9 osób i wyniosły około 41,8 mld zł.

Drugą grupę z wartością ok 3 mld zł stanowiły przychody ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych, a ich udział w przychodach z działalności gastronomicznej badanych przedsiębiorstw wyniósł 6,3%. Trzecią pod względem wielkości grupę przychodów z działalności gastronomicznej (4,9%) stanowiły przychody ze sprzedaży towarów handlowych (bez napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych), które wyniosły ponad 2,3 mld zł. Przychody z pozostałej działalności stanowiły jedynie 0,4% przychodów ogółem i wyniosły ponad 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 2023 r. w magazynach producentów średnie zapasy większości badanych artykułów były większe w porównaniu z poprzednim rokiem.

W grupie artykułów żywnościowych zdecydowanie wyższe były zapasy soków i mieszanek soków skoncetrowanych (owocowe i warzywne); wyrobów wędliniarskich drobiowych; marynat warzywnych; cukierków; kawy; masła i pozostałych tłuszczów do smarowania; cukru; konserw drobiowych; wódki, likierów, innych napojów spirytusowych w przeliczeniu na 100% alkoholu oraz dżemów owocowych.

W dużym stopniu zwiększyły się również zapasy m.in. napojów owocowych; mąki pszennej; zup i bulionów i preparatów do nich; sera podpuszczkowego dojrzewającego; mięsa drobiowego oraz serów tartych i przetworzonych.

Znacząco zmniejszyły się zapasy kompotów i owoców pasteryzowanych; ryb morskich mrożonych; wędlin i kiełbas drobiowych; nektarów; wędlin i kiełbas bez drobiowych; szynki i łopatek konserwowych; soków z owoców i warzyw oraz przetworów mięsnych i podrobowych ze zwierząt rzeźnych.

Wśród artykułów nieżywnościowych odnotowano wyraźny wzrost zapasów kuchni elektrycznych, gazowych i mieszanych; okryć i ubiorów z dzianin i tkanin oraz rowerów.

Znacznie mniejsze niż w 2022 r. były zapasy rajstop; bielizny osobistej z dzianin i tkanin; odbiorników telewizyjnych i pralek automatycznych.

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 2023 r. dostawy większości badanych artykułów konsumpcyjnych, zarówno towarów żywnościowych jak i nieżywnościowych, były niższe w porównaniu z rokiem poprzednim.

Zdecydowanie niższe były dostawy w następujących grupach produktowych: konserwy, wędliny, wyroby wędliniarskie, drobiowe; tłuszcze zwierzęce topione jadalne; mięso wołowe i cielęce; herbata; kasze i grysiki; przetwory mięsne i podrobowe ze zwierząt rzeźnych oraz kompoty i owoce pasteryzowane.

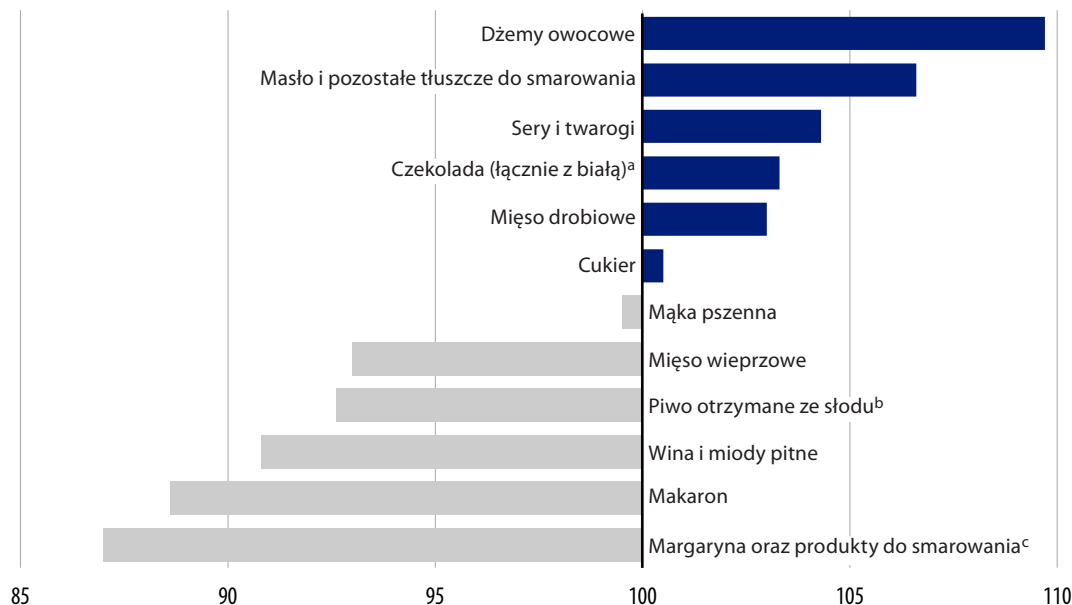
Znacznie wyższe niż w 2022 r. były dostawy takich artykułów żywnościowych jak: wyroby czekoladowane; ryż; ryby morskie mrożone; wody mineralne naturalne; dżemy owocowe.

Istotnie zwiększyły się również dostawy masła i pozostałych tłuszczów do smarowania; sera świeżego łącznie z serem serwatkowym i twarogiem; zup i bulionów i preparatów do nich oraz owoców i orzechów zamrożonych, gotowanych lub niegotowanych.

W 2023 r. spośród artykułów nieżywnościowych o wiele niższe niż rok wcześniej były dostawy kuchni elektrycznych, gazowych i mieszanych; zestawów stołowych i naczyń kuchennych z porcelany, również chińskiej; okryć i ubiorów z tkanin, oraz młynków i mikserów spożywczych, sokowirówek z własnym silnikiem elektrycznym.

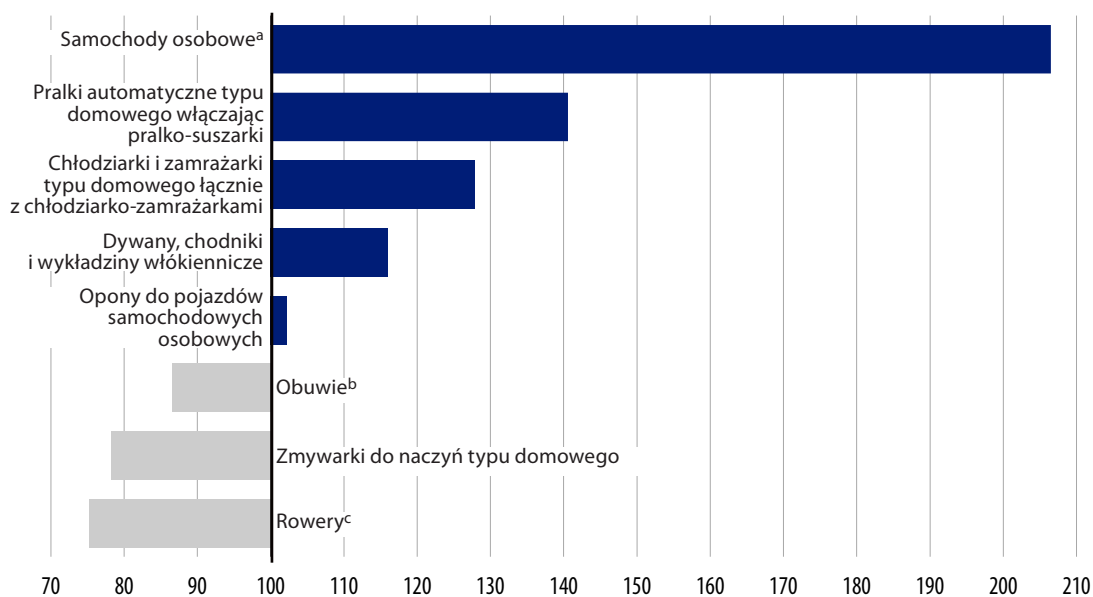
Odnotowano natomiast wysoki wzrost dostaw samochodów osobowych; pralek automatycznych; rajstop; chłodziarek i zamrażarek typu domowego łącznie z chłodziarko-zamrażarkami; dywanów, chodników wykładzin włókienniczych; i odbiorników radiowych. Większe niż w poprzednim roku były także dostawy odbiorników telewizyjnych i opon do pojazdów samochodowych osobowych.

Wykres 19. Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2023 r.



a Z czekoladkami i wyrobami czekoladowymi. b O objętościowej mocy alkoholu 0,5% i więcej. c O obniżonej lub niskiej zawartości tłuszczu, z wyjątkiem margaryny płynnej.

Wykres 20. Dynamika dostaw wybranych artykułów nieżywnościowych w 2023 r.



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

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
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

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 niespecjalizowanych 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	17.12, 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 tabelicy rodzaje działalności wg PKD			

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

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. Prezentowane informacje o sprzedaży detalicznej, sklepach i stacjach paliw, działalności gastronomicznej dotyczą wszystkich jednostek gospodarki narodowej prowadzących działalność handlową lub gastronomiczną bez względu czy jest to działalność przeważająca czy kolejna, natomiast dane o sprzedaży hurtowej dotyczą jednostek handlowych tzn. podmiotów zaklasyfikowanych do sekcji G według przeważającego rodzaju działalności.
4. Określenie „własność zagraniczna” stosowane w publikacji, odnosi się do przedsiębiorstw własności zagranicznej i tych, w których własność zagraniczna stanowi przewagę.
5. Przy przeliczaniu danych na 1 mieszkańca w zakresie spożycia wybranych towarów konsumpcyjnych (tabl. 23 w Aneksie tabelarycznym) przyjęto liczbę ludności według stanu z dnia 30 czerwca. Przy przeliczaniu danych dotyczących liczby ludności przypadającej na jeden sklep (tabl. 12) przyjęto liczbę ludności według stanu w dniu 31 grudnia.
6. Liczbę sklepów i stacji paliw wg stanu w dniu 31 grudnia 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 6% 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.

DOMY HANDLOWE są to wielodziałowe (przynajmniej dwa działy branżowe) sklepy o powierzchni sal sprzedażowych od 600 m² do 1 999 m², prowadzące sprzedaż towarów o podobnym asortymencie jak w domach towarowych.

DOMY TOWAROWE są to wielodziałowe sklepy o powierzchni sal sprzedażowych 2 000 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 2 500 m² prowadzące sprzedaż głównie w systemie samoobsługowym, oferujące szeroki asortyment artykułów żywnościowych i nieżywnościowych częstego zakupu, zwykle z parkingiem samochodowym.

KOSZTY SPRZEDANYCH PRODUKTÓW, TOWARÓW I MATERIAŁÓW obejmują koszt własny sprzedanych produktów (tj. koszty podstawowej działalności operacyjnej pomniejszone o koszty wytworzenia świadczeń na własne potrzeby jednostki i skorygowane o zmianę stanu produktów) oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów według cen zakupu lub nabycia.

JEDNOSTKA RODZAJU DZIAŁALNOŚCI (JRD) to jednostka równa przedsiębiorstwu lub stanowiąca jego część, której wyniki działalności powinny być wyodrębnione dla celów statystycznych ze względu na jej znaczenie na poziomie przedsiębiorstwa lub danej działalności w kraju. Działalność przedsiębiorstwa (składającego się z jednej lub więcej jednostek prawnych) określana jest na poziomie 4-cyfrowym (klasa) Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD 2007). Rodzaj działalności o najwyższym udziale przychodów ze sprzedaży w przedsiębiorstwie określany jest jako podstawowa działalność. Z pozostałych, wyodrębnionych drugorzędnych rodzajów działalności, za istotną uznawana jest ta działalność, której udział pod względem przychodów ze sprzedaży lub pracujących przekracza próg 20% na poziomie przedsiębiorstwa lub próg 3% na poziomie krajowym.

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.

MAGAZYNY HURTU to podstawowe jednostki handlu hurtowego; mogą to być wolnostojące budynki (tzw. magazyny zamknięte), pomieszczenia zadaszone (tzw. wiaty), 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 (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).

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 ruchomych punktów sprzedaży detalicznej i automatów sprzedażowych.

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 lub krótszych okresach.

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 niezakończonych.

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 NETTO ZE SPRZEDAŻY PRODUKTÓW, TOWARÓW I MATERIAŁÓW to przychody netto ze sprzedaży w kraju i na eksport wytworzonych przez jednostkę produktów (wrobów gotowych, półfabrykatów oraz usług), a także opakowań, wyposażenia i usług obcych, jeżeli są one fakturowane odbiorcom łącznie z produktami; oraz przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów, tj. nabyte w celu odsprzedaży w stanie nieprzetworzonym rzeczowe aktywa obrotowe oraz produkty wytworzone przez jednostkę, jeśli sprzedawane są one w sieci własnych sklepów obok towarów obcej produkcji, jak również kwoty należne za sprzedane towary i materiały, niezależnie od tego, czy zostały zapłacone.

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, wrobów tytoniowych;
- produkcji gastronomicznej – wrobów 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.

PUNKTY GASTRONOMICZNE są to placówki gastronomiczne prowadzące ograniczoną działalność gastronomiczną, takie jak: smażalnie, pijalnie, 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 zróżnicowany 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 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 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.

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, zamknięte 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 2 499 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.

WOLUMEN SPRZEDAŻY odpowiada danym o przychodach netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów w cenach stałych.

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).