



Rynek wewnętrzny w 2019 r.



Rynek wewnętrzny w 2019 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, Beata Morawska, Joanna Sadowy, Katarzyna Stanecka

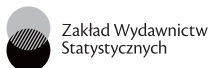
przy udziale

Elżbiety Lisiak

Publikacja dostępna na stronie

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” 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.

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 2019 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 2020 r.

Spis treści

Przedmowa	4
Spis treści	5
Objaśnienia znaków umownych, ważniejsze skróty i przyjęte grupowania	6
Synteza	7
Działalność usługowa w Polsce i w krajach Unii Europejskiej	8
Działalność handlowa	11
Przepływ towarów handlowych	13
Obroty w handlu detalicznym	14
Sprzedaż detaliczna	17
Sklepy	21
Stacje paliw	25
Targowiska	26
Sprzedaż hurtowa	27
Placówki gastronomiczne	29
Przychody z działalności gastronomicznej	31
Zaopatrzenie rynku	33
Uwagi metodologiczne	35
Źródła i zakres danych	35
Objaśnienia podstawowych pojęć	40

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		

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 2019 r. w Polsce według wstępnych danych wartość dodana brutto wytworzona przez podmioty prowadzące działalności o charakterze usługowym stanowiła 65,5% wartości dodanej brutto całej gospodarki narodowej. Jednocześnie w jednostkach tych pracę znalazło 59,0% ogółu pracujących. Działalnością dominującą wśród podmiotów usługowych pod względem wartości dodanej była działalność handlowa, której udział stanowił 17,7% wartości dodanej brutto wytworzonej w całej gospodarce narodowej.

Sprzedaż detaliczna w cenach bieżących zrealizowana w 2019 r. przez przedsiębiorstwa handlowe i nie-handlowe wyniosła 917,7 mld zł i była o 6,5% wyższa niż przed rokiem, natomiast sprzedaż hurtowa w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 1481,0 mld zł i była o 4,5% wyższa niż przed rokiem.

Na koniec 2019 r. szacowana liczba sklepów w Polsce wyniosła nieco ponad 333 tys. i była o 1,9% (o ok. 6,5 tys.) niższa niż przed rokiem. Wzrosła natomiast powierzchnia sprzedażowa sklepów (o 0,7%) i stanowiła wielkość ok. 37557 tys. m². Liczba około 333 tys. sklepów prowadzona była przez nieco ponad 265 tys. przedsiębiorstw. Szacowana liczba stacji paliw wyniosła 8666 i była o 7,2% niższa niż przed rokiem. Największe zagęszczenie stacji paliw odnotowano w województwie śląskim – 83 obiekty na 1000 km² powierzchni.

Przychody ogółem z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły w 2019 r. prawie 50,9 mld zł i w porównaniu z rokiem poprzednim wzrosły o 17,9% (w cenach stałych były wyższe o 12,7%). Liczbę placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych) w kraju wyszacowano na ok. 72,4 tys., z czego 38,9% stanowiły punkty gastronomiczne, 27,7% – restauracje, 27,1% – bary, a stołówki – 6,3%. Ogólna liczba placówek gastronomicznych zwiększyła się o 3,6% w porównaniu z 2018 r.

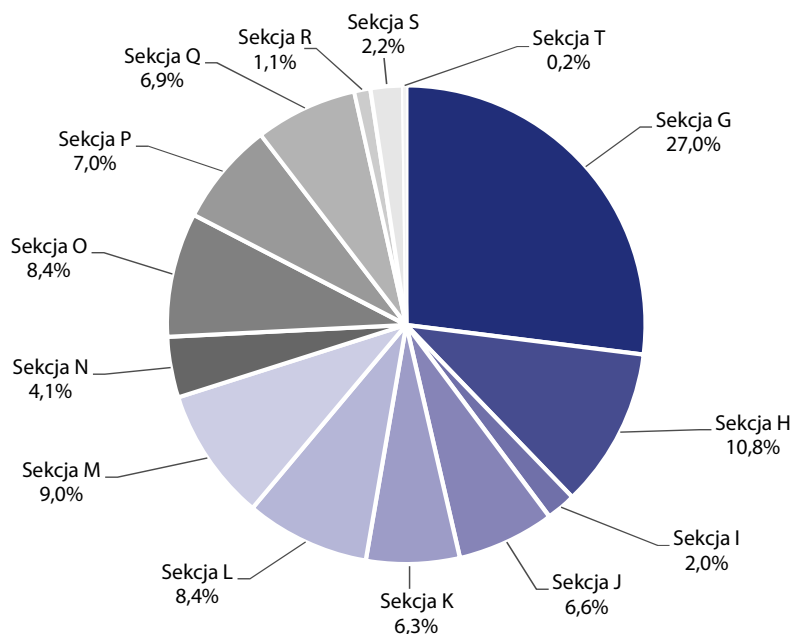
W 2019 r. w ramach zaopatrzenia rynku wewnętrznego dostawy większości badanych artykułów konsumpcyjnych były wyższe w porównaniu z rokiem poprzednim. Wzrost dostaw odnotowano głównie w zakresie artykułów żywnościowych.

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.

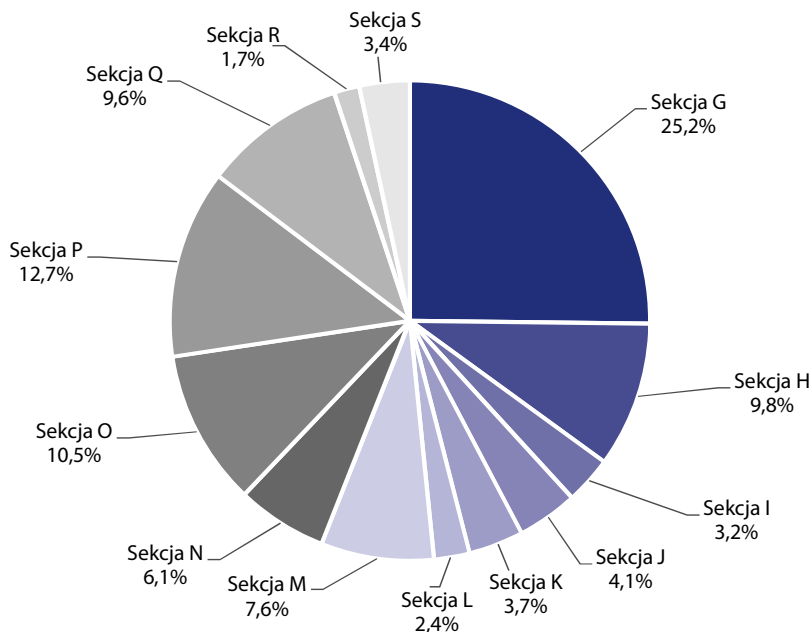
W 2019 r. w Polsce według wstępnych danych wartość dodana brutto wytworzona przez podmioty prowadzące działalności o charakterze usługowym stanowiła 65,5% wartości dodanej brutto całej gospodarki narodowej. Jednocześnie w jednostkach tych pracę znalazło 59,0% ogółu pracujących. Działalnością dominującą wśród podmiotów usługowych pod względem wartości dodanej była działalność handlowa, której udział stanowił 27,0% wartości dodanej wytworzonej przez wszystkie jednostki prowadzące działalności o charakterze usługowym (spadek w porównaniu z rokiem poprzednim o 0,4 p. proc.). Udział drugiej pod względem wielkości wartości dodanej działalności – transport i gospodarka magazynowa (wg PKD sekcja H) ukształtował się na poziomie 10,8% (spadek odpowiednio o 0,1 p. proc.), natomiast udział działalności profesjonalnej, naukowej i technicznej (wg PKD sekcja M) wyniósł 9,0% (spadek również o 0,1 p. proc.). W porównaniu z poprzednim rokiem spośród działalności usługowych w największym stopniu zmienił się udział działalności związanej z obsługą rynku nieruchomości (wg PKD sekcja L), wzrósł on o 0,8 p. proc.

Wykres 1. Struktura wartości dodanej brutto w usługach według sekcji PKD w 2019 r.



W końcu 2019 r. najwięcej osób (25,2% 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) – 12,7%, a kolejne sekcji „Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne” (wg PKD sekcja O) – 10,5%.

Wykres 2. Struktura pracujących w usługach według sekcji PKD w 2019 r.



W 2019 r. działalnością dominującą wśród jednostek usługowych pod względem przeciętnego zatrudnienia była również działalność handlowa, w której zatrudnionych było 1753,0 tys. osób (wzrost w porównaniu z 2018 r. o 1,5%). Drugą pozycję zajęła działalność edukacyjna (wg PKD sekcja P) z przeciętnym zatrudnieniem 1115,3 tys. osób (wzrost o 2,3% w porównaniu z rokiem poprzednim). Najwyższy procentowy wzrost przeciętnego zatrudnienia wśród działalności usługowych odnotowano w sekcji J „Informacja i komunikacja” – o 5,3%, natomiast największy spadek został wykazany w działalności prowadzonej w zakresie usług administrowania i działalności wspierającej (wg PKD sekcja N) – o 2,2%. Najniższe przeciętne zatrudnienie na poziomie 129,3 tys. osób odnotowano w sekcji R „Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją”, pomimo iż w porównaniu z 2018 r. wzrosło ono o 2,1%.

Najwyższe przeciętne wynagrodzenie brutto w 2019 r. odnotowano w sekcjach: „Informacja i komunikacja” (wg PKD sekcja J) – 8439 zł oraz „Działalność finansowa i ubezpieczenia” (wg PKD sekcja K) – 7885 zł. Z kolei najniższe przeciętne wynagrodzenie brutto na poziomie 3196 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 4306 zł i wzrosła w porównaniu z 2018 r. o 6,8%. Najwyższy wzrost przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia o 9,8% zaobserwowano w sekcji Q „Opieka zdrowotna i pomoc społeczna”, a znaczny także w sekcji P „Edukacja” (o 8,6%).

W 2019 r. wartość dodana będąca efektem działalności przedsiębiorstw usługowych stanowiła przeważającą część wartości dodanej wytworzonej w krajach Unii Europejskiej. Wśród krajów członkowskich UE najwyższy udział wartości dodanej wytworzonej przez usługi odnotowano w Luksemburgu – 87,3%, na Malcie – 85,2% oraz na Cyprze – 83,4%. Duży udział w wartości dodanej całej gospodarki usługi stanowiły w takich krajach jak Wielka Brytania (79,8%), Francja (78,9%), Holandia (78,3%), czy Belgia i Grecja (po 78,2%). W krajach Europy Środkowowschodniej udział ten kształtował się na poziomie od 63,0% w Czechach do 74,4% na Łotwie, w Polsce stanowił 65,5%.

W odniesieniu do 2010 r. najbardziej znaczący wzrost udziału działalności usługowej w tworzeniu wartości dodanej wykazała Rumunia (o 12,3 p. proc.), Malta (o 6,6 p. proc.), Estonia (o 3,0 p. proc.) oraz Chorwacja (o 2,5 p. proc.). Największy spadek udziału usług w porównaniu z 2010 r. zanotowano w Irlandii (o 11,9 p. proc.), w Grecji (2,9 p. proc.) oraz w Słowenii (o 2,7 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	67,5
	2019	70,2		2019	68,3
Belgia	2010	75,7	Luksemburg	2010	87,0
	2019	78,2		2019	87,3
Bułgaria	2010	68,6	Łotwa	2010	72,4
	2019	70,4		2019	74,4
Chorwacja	2010	69,5	Malta	2010	78,6
	2019	72,0		2019	85,2
Cypr	2010	81,2	Niemcy	2010	69,2
	2019	83,4		2019	69,5
Czechy	2010	61,6	Polska	2010	64,0
	2019	63,0		2019	65,5
Dania	2010	75,8	Portugalia	2010	75,1
	2019	74,3		2019	75,8
Estonia	2010	68,8	Rumunia	2010	52,0
	2019	71,8		2019	64,3
Finlandia	2010	67,3	Słowacja	2010	64,3
	2019	69,4		2019	65,1
Francja	2010	78,4	Słowenia	2010	67,4
	2019	78,9		2019	64,7
Grecja	2010	81,1	Szwecja	2010	71,2
	2019	78,2		2019	73,4
Hiszpania	2010	72,1	Węgry	2010	66,6
	2019	74,5		2019	66,7
Holandia	2010	76,1	W. Brytania	2010	78,4
	2019	78,3		2019	79,8
Irlandia	2010	73,3	Włochy	2010	73,7
	2019	61,4		2019	74,0

Źródło: Eurostat, z dn. 12.10.2020 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 2019 r. według wstępnych danych udział handlu w tworzeniu produktu krajowego brutto wyniósł 15,5%, a w wartości dodanej brutto 17,7%.

Tablica 2. Udział handlu w tworzeniu PKB i wartości dodanej

Wyszczególnienie	2016	2017	2018	2019
Udział handlu w tworzeniu PKB w %	15,5	15,5	15,6	15,5
Udział handlu w wartości dodanej brutto w %	17,6	17,7	17,8	17,7

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.

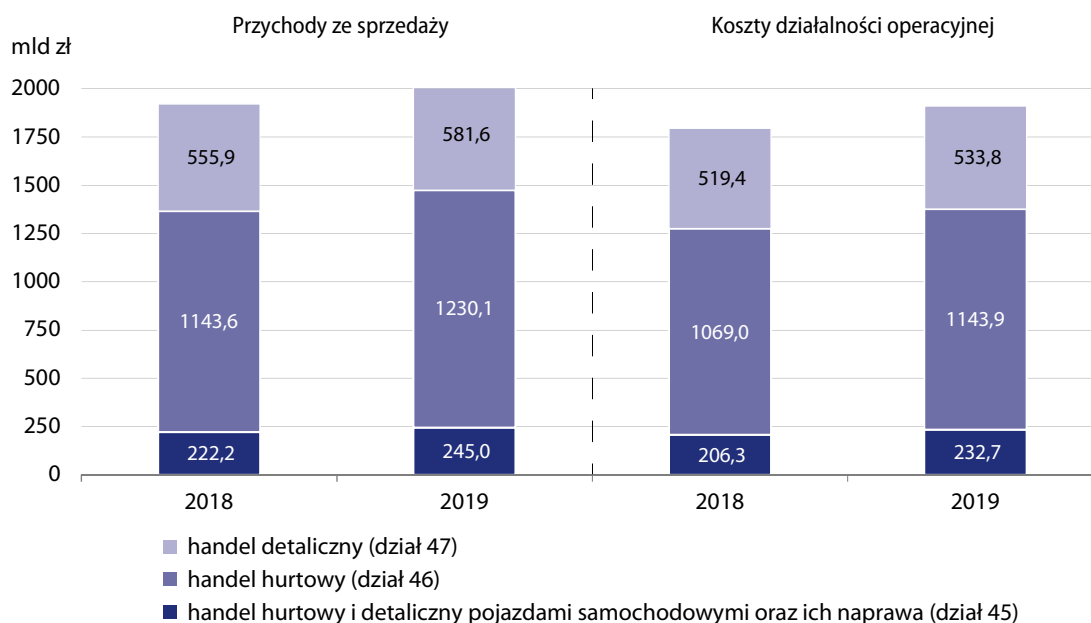
W 2019 r. według wstępnych danych wartość przychodów ze sprzedaży w cenach bieżących osiągnięta przez przedsiębiorstwa zaklasyfikowane do sekcji G „Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle” ukształtowała się na poziomie 2056,7 mld zł (tj. o 7,0% wyższym niż w roku poprzednim). Największa część tych przychodów zrealizowana była przez przedsiębiorstwa prowadzące działalność hurtową 59,8%. Udział handlu detalicznego wyniósł 28,3% natomiast handlu hurtowego i detalicznego pojazdami samochodowymi oraz ich naprawą 11,9%. Przedsiębiorstwa z liczbą pracujących 10 i więcej osób osiągnęły przychody na poziomie 1523,9 mld zł czyli 74,1% przychodów ogółem, a przychody przedsiębiorstw z liczbą 9 i mniej osób wyniosły 532,8 mld zł, co stanowi 25,9% 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 2019 r. według wstępnych danych koszty działalności operacyjnej (bez amortyzacji) poniesione przez podmioty handlowe wyniosły 1910,4 mld zł i były o 6,4% wyższe niż w poprzednim roku. Koszty działalności operacyjnej poniesione przez podmioty z liczbą pracujących 10 i więcej osób wyniosły 1427,8 mld zł i stanowiły 74,7% ogółu kosztów operacyjnych wykazanych przez podmioty handlowe. Podmioty z liczbą pracujących 9 i mniej osób poniosły koszty w wysokości 482,6 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 (6,6%).

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 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^a – hurtowych jak i detalicznych, udział zakupów bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych w porównaniu z rokiem poprzednim – utrzymał się na zbliżonym poziomie (niespełna 51%), wzrósł natomiast udział zakupów z importu do prawie 29%, a zmniejszył się udział zakupów u hurtowników i stanowił niespełna 20%. W zależności od rodzaju prowadzonej działalności handlowej (handel hurtowy czy detaliczny) struktura dokonywanych zakupów była bardziej zróżnicowana.

W zakresie handlu hurtowego – podobnie jak w roku poprzednim nieco ponad 50% przedsiębiorstw zaopatrywało się u producentów i wytwórców krajowych, natomiast 31% z nich bezpośrednio z importu. Udział zakupów hurtownik – hurtownik również pozostał na tym samym poziomie co w poprzednim okresie i wyniósł 18%.

W handlu detalicznym zakupów towarów dokonywano głównie bezpośrednio u producentów i wytwórców krajowych (prawie 53%), rzadziej u hurtowników (nieco ponad 23%), odnotowano wzrost udziału zakupów bezpośrednio z importu z 18% do prawie 23%.

Przedsiębiorstwa własności zagranicznej najczęściej dokonywały zakupów bezpośrednio z importu (niespełna 45%), bądź bezpośrednio u producentów i wytwórców krajowych (stanowiły one nieco ponad 43%), rzadziej natomiast u hurtowników (11%).

W strukturze przychodów przedsiębiorstw hurtowych 44% przychodów podobnie jak rok wcześniej pochodziło ze sprzedaży do hurtu, prawie 27% pochodziło od handlowców detalicznych (wobec 29% w poprzednim okresie), a 17% od producentów krajowych. Prawie 8% stanowiły bezpośrednie wpływy od konsumentów indywidualnych.

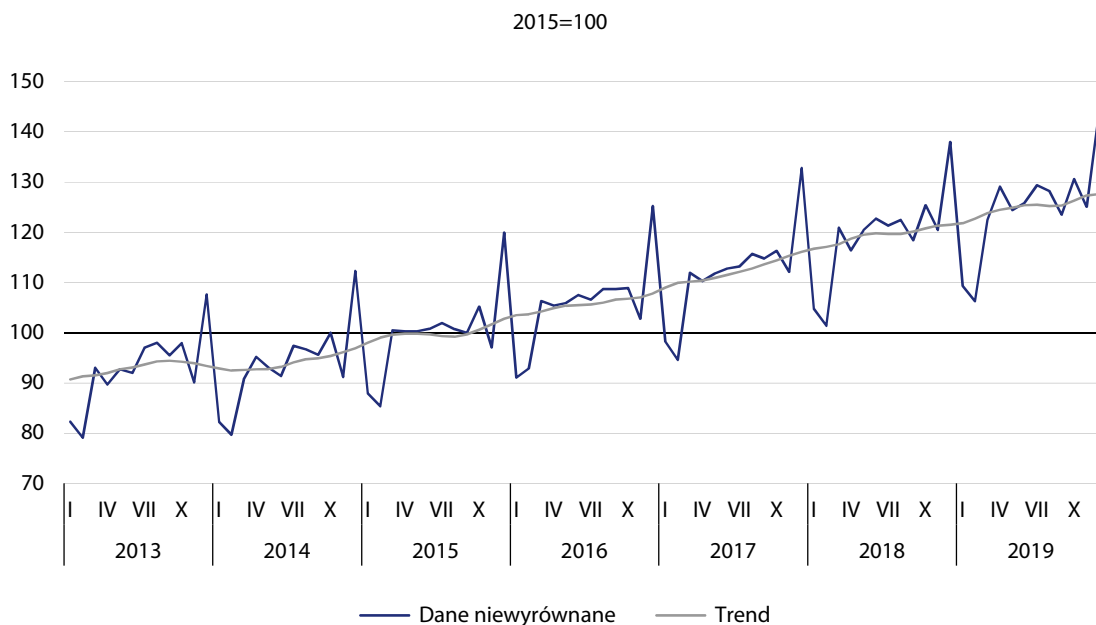
a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

Obroty w handlu detalicznym

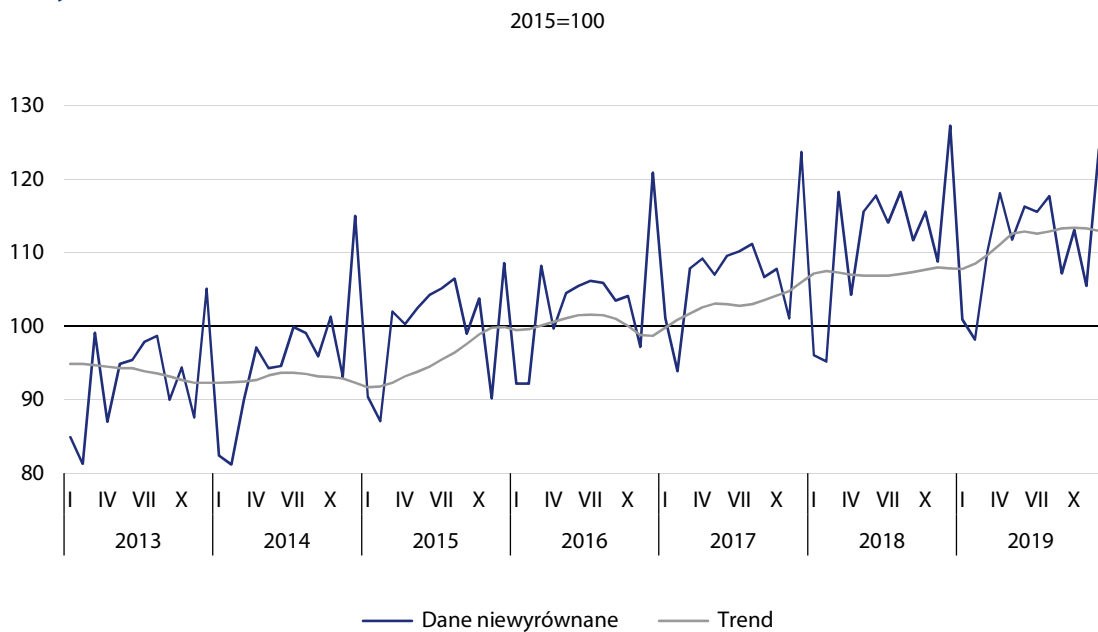
OBROTY, tj. przychody netto ze sprzedaży obejmują wartość sprzedanych na zewnątrz przedsiębiorstwa produktów (wrobów gotowych i usług), towarów i materiałów wyrażonych w rzeczywistych cenach sprzedaży z uwzględnieniem upustów, rabatów i bonifikat – bez podatku od towarów i usług (VAT). Natomiast nie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

W 2019 r. obroty w handlu detalicznym (w cenach stałych) były wyższe o 4,7% w porównaniu z rokiem poprzednim. Wzrost obrotów zanotowano w podmiotach sprzedających towary nieżywnościowe (o 7,4%), natomiast niewielki spadek obrotów (o 0,3%) wykazały przedsiębiorstwa handlujące żywnością, napojami, wyrobami tytoniowymi. Obroty przedsiębiorstw zajmujących się sprzedażą detaliczną paliw wzrosły o 2,8%.

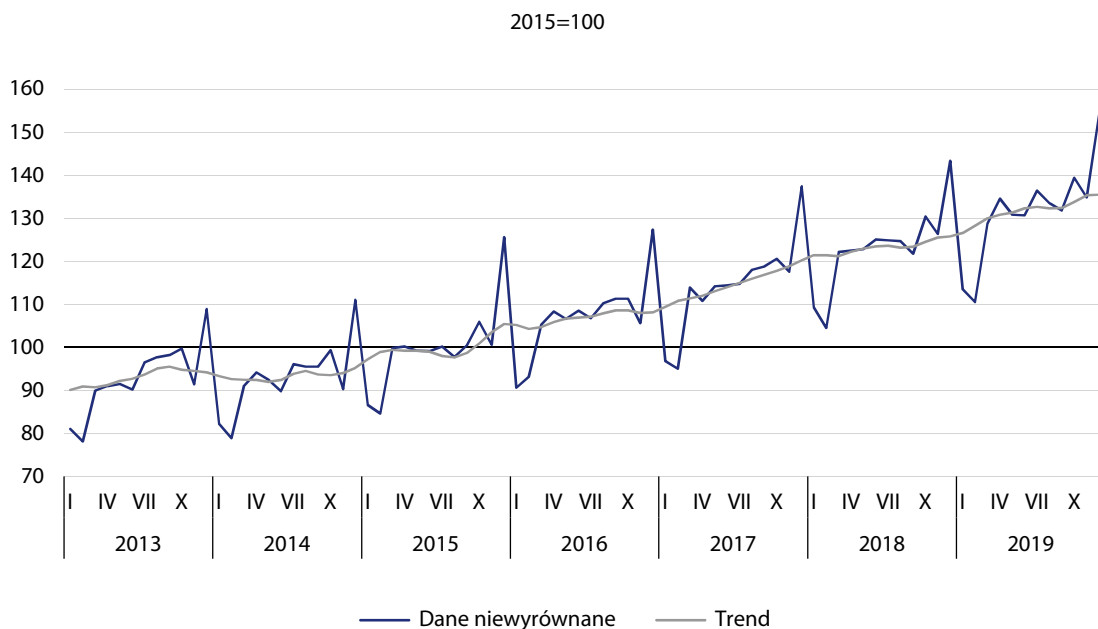
Wykres 4. Dynamika obrotów w przedsiębiorstwach detalicznych (ceny stałe)^a



^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.

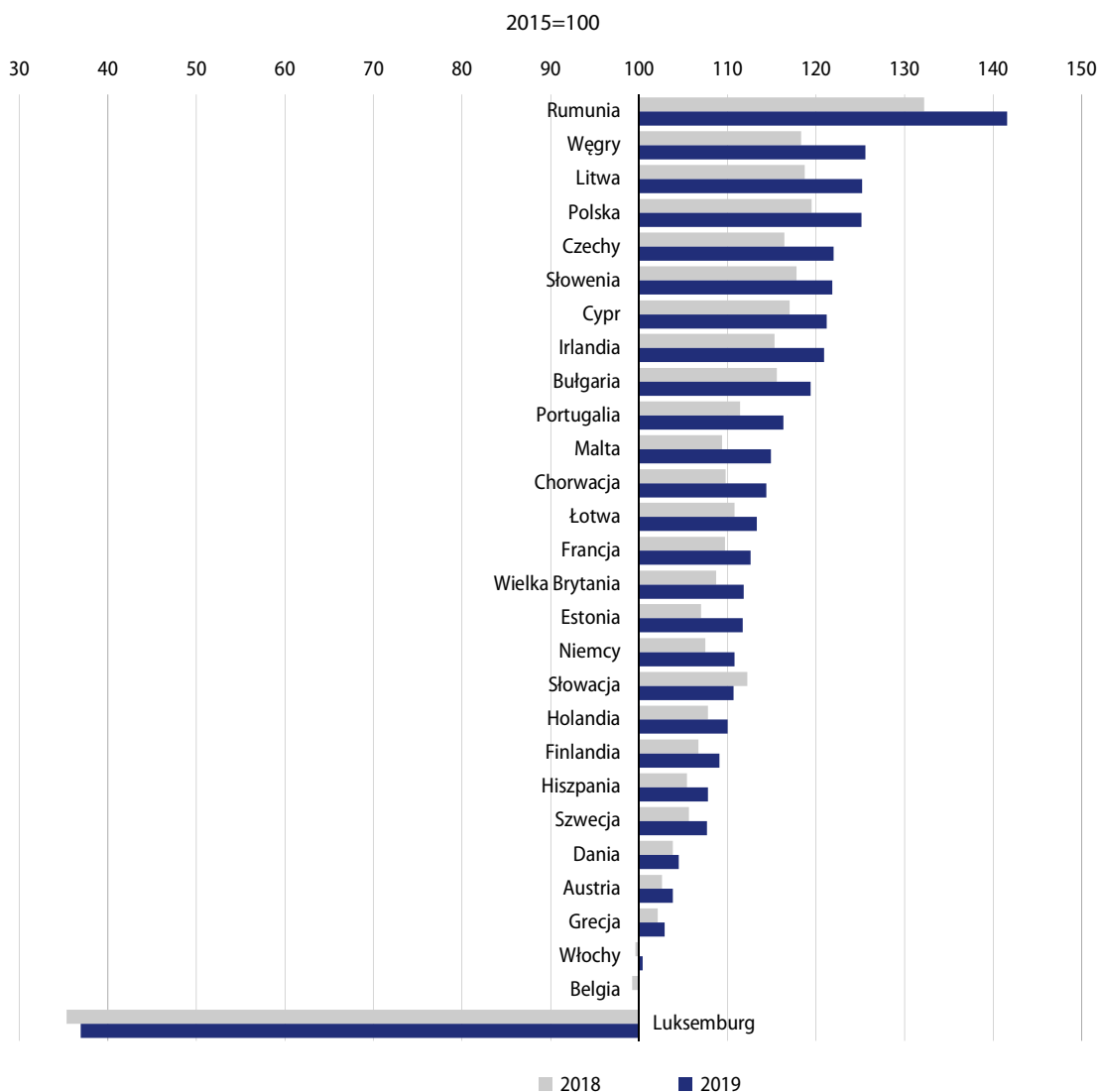
Wykres 6. Dynamika obrotów w przedsiębiorstwach sprzedających towary nieżywnościowe (ceny stałe)^a

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

W 2019 r. obroty w handlu detalicznym krajów UE były wyższe w porównaniu z rokiem bazowym (2015=100) o 10,4%. Wysoki wzrost zanotowano w Rumunii (o 41,6%), na Węgrzech (o 25,6%) na Litwie (o 25,2%) oraz w Polsce (o 25,1%). Spośród krajów o największym znaczeniu dla europejskiej gospodarki odnotowano wzrost obrotów we Francji (o 12,6%) w Wielkiej Brytanii (o 11,8%) i w Niemczech (o 10,8%). W 2019 r. dużo niższe obroty w porównaniu z rokiem 2015 zaobserwowano w Luksemburgu (spadek o 63,1% w wyniku zmiany klasyfikacji działalności gospodarczej na niehandlową znaczących jednostek). Minimalny spadek obrotów wystąpił w Belgii (o 0,1%).

W porównaniu z rokiem poprzednim obroty w 2019 r. prawie wszystkich krajów były wyższe, z wyjątkiem Słowacji, która zanotowała ich spadek o 1,3%.

Wykres 7. Dynamika w handlu detalicznym krajów UE^a



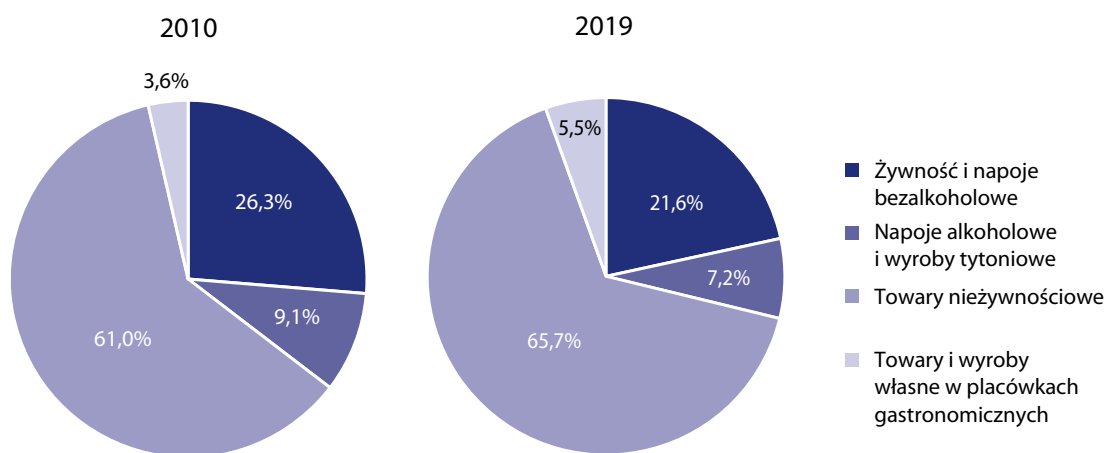
^a Dane wyrównane dniami roboczymi.
Źródło: Eurostat, dane krótkookresowe (wrzesień 2020)

Sprzedaż detaliczna

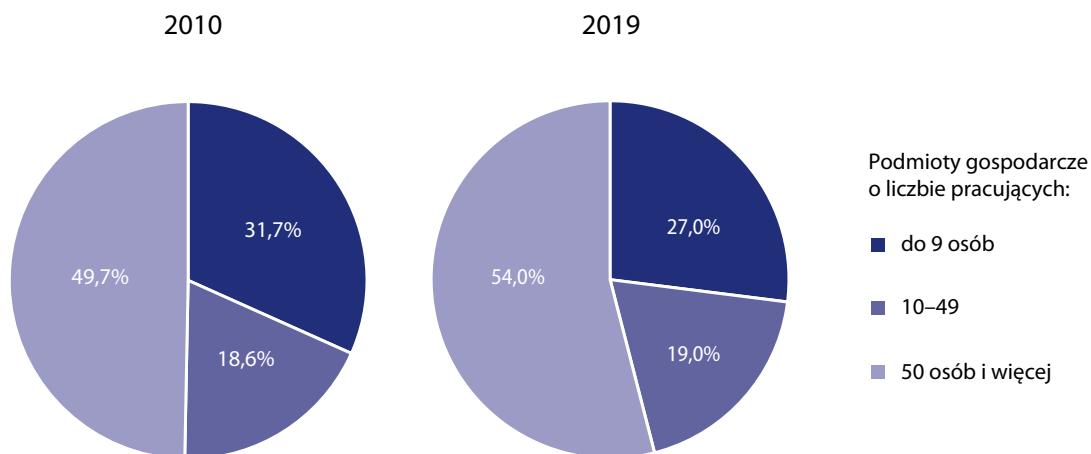
SPRZEDAŻ DETALICZNA TOWARÓW (łącznie z podatkiem VAT) to sprzedaż towarów własnych i komisyjnych (nowych i używanych) w punktach sprzedaży detalicznej, placówkach gastronomicznych oraz innych punktach sprzedaży (np. składy, magazyny) w ilościach wskazujących na zakup dla potrzeb indywidualnych nabywców.

W 2019 r. sprzedaż detaliczna w cenach bieżących zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i nie-handlowe wyniosła 917,7 mld zł i była o 6,5% wyższa niż przed rokiem. W punktach sprzedaży detalicznej wartość sprzedanych towarów wyniosła 867,4 mld zł (wzrost o 5,8%), z tego wartość żywności i napojów bezalkoholowych – 198,4 mld zł (wzrost o 7,0%), napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych – 66,3 mld zł (wzrost o 7,0%) i towarów nieżywnościowych – 602,7 mld zł (wzrost o 5,3%). W placówkach gastronomicznych sprzedaż detaliczna wyniosła 50,3 mld zł (wzrost o 18,2%).

Wykres 8. Struktura sprzedaży detalicznej (ceny bieżące)



Udział sprzedaży detalicznej zrealizowanej w 2019 r. przez podmioty gospodarcze o liczbie pracujących 50 i więcej osób wyniósł 54,0%, przez podmioty o liczbie pracujących do 9 osób – 27,0%, a przez przedsiębiorstwa o liczbie pracujących od 10 do 49 osób – 19,0%.

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

Sprzedaż w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 81,1% wartości sprzedaży detalicznej ogółem. Pozostała sprzedaż realizowana była przez przedsiębiorstwa, których podstawowym rodzajem działalności nie był handel, lecz np. produkcja czy gastronomia.

Tablica 3. Sprzedaż detaliczna (ceny bieżące)

Wyszczególnienie a – liczby bezwzględne b – analogiczny okres roku poprzedniego=100		2017	2018	2019
		w mln zł		
Ogółem	a	810233,6	862066,3	917671,3
	b	107,3	106,4	106,5
W tym przedsiębiorstwa handlowe	a	705407,6	745846,6	744115,1
	b	106,9	105,7	99,8

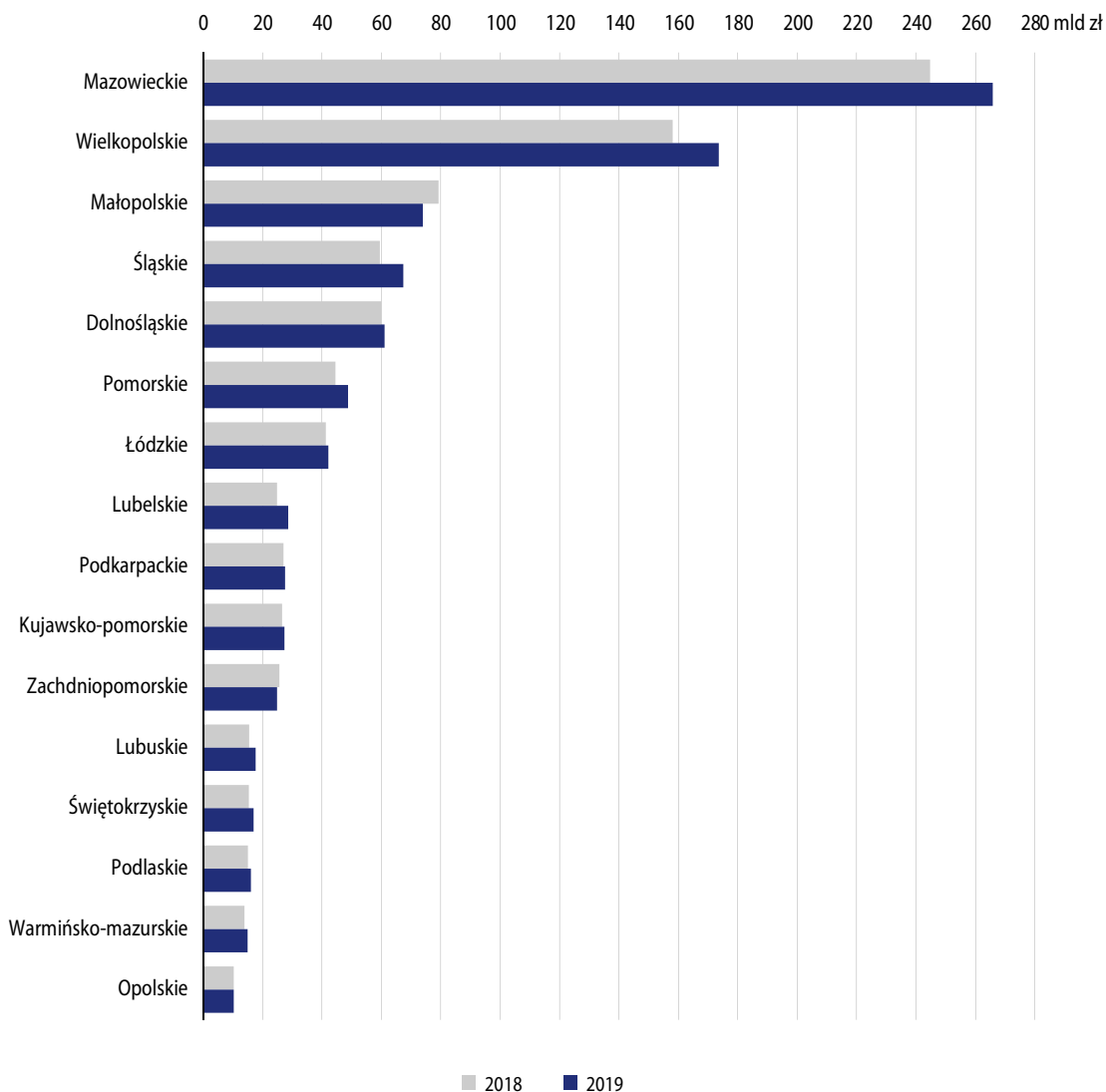
Tablica 4. Sprzedaż detaliczna towarów według grup (ceny bieżące)

Wyszczególnienie		2017	2018	2019	
		w mln zł			2018=100
Ogółem		810233,6	862066,3	917671,3	106,5
Żywność i napoje bezalkoholowe		214021,3	222943,2	243414,2	109,2
Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe		63499,5	66645,8	71154,6	106,8
Towary nieżywnościowe (bez wyrobów tytoniowych)		532712,8	572477,3	603102,6	105,3

W 2019 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 29,0% sprzedaż wzrosła o 8,6%. Drugim województwem o znaczącym udziale w sprzedaży ogółem (18,9%) było województwo wielkopolskie, a przedsiębiorstwa posiadające siedzibę na jego terenie odnotowały wzrost sprzedaży o 9,8%.

Spadek sprzedaży odnotowano w województwach: małopolskim (o 6,7%) oraz zachodniopomorskim (o 3,4%).

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

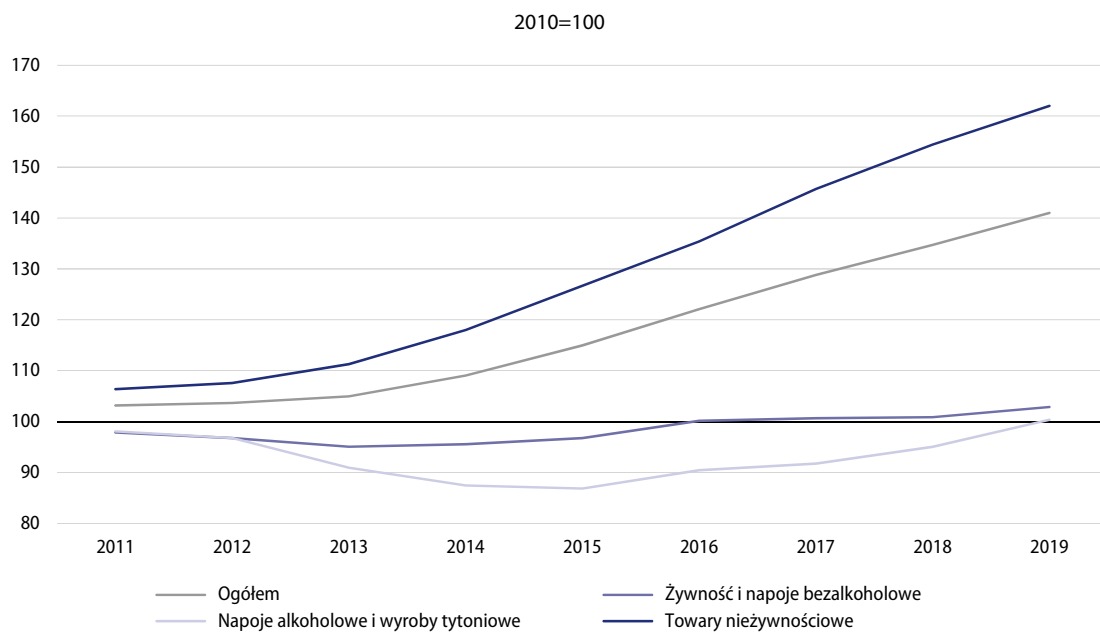


a Zgodnie z siedzibą przedsiębiorstwa.

W 2019 r. sprzedaż detaliczna w cenach stałych zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe była o 4,7% wyższa niż przed rokiem (wobec wzrostu o 4,6% w 2018 r.). Wzrost odnotowano we wszystkich grupach: „napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe” (o 5,6%) „towary nieżywnościowe” (o 4,9%), żywność i napoje bezalkoholowych (o 2,0%).

Sprzedaż detaliczna towarów i wyrobów własnych w placówkach gastronomicznych w cenach stałych była o 13,0% wyższa niż w 2018 r.

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



a Z wyjątkiem „ogółem” – bez sprzedaży w placówkach gastronomicznych.

Sklepy

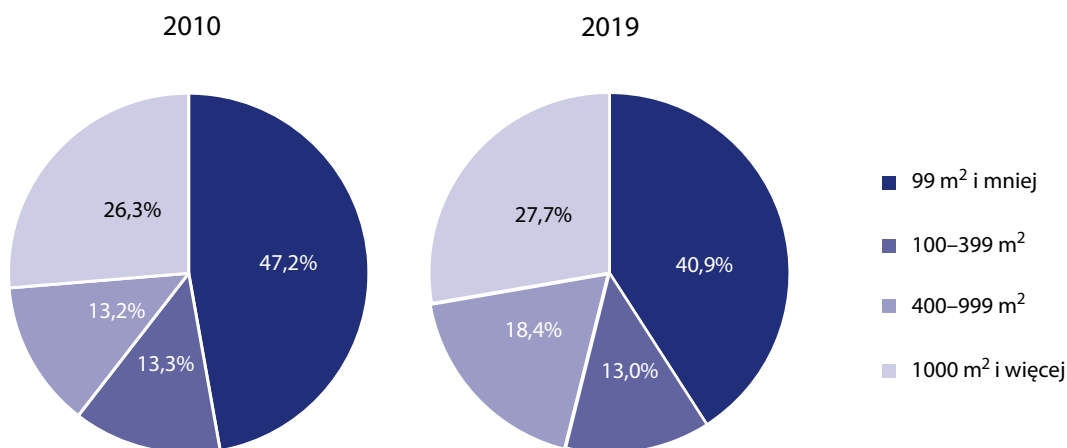
SKLEP jest to stały punkt sprzedaży detalicznej, posiadający specjalne pomieszczenie (tj. lokal sklepowy) z oknem wystawowym oraz wnętrzem dostępnym dla klientów.

Jeżeli w dużych sklepach (np. w domach towarowych, domach handlowych, domach sprzedaży wysyłkowej) część powierzchni sprzedażowej została wydierżawiona 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 2019 r. szacowana liczba sklepów w Polsce wyniosła nieco ponad 333 tys. i była o 1,9% (o ok. 6,5 tys.) niższa niż przed rokiem. Wzrosła natomiast powierzchnia sprzedażowa sklepów (o 0,7%), która stanowiła wielkość ok. 37557 tys. m². Najwyższy procentowy przyrost powierzchni sprzedażowej miał miejsce w sklepach z przedziału wielkości 400–999 m² (o 4,3%), zaobserwowany został również wzrost powierzchni w sklepach z przedziału 1000–2499 m² (o 2,4%) oraz nieznaczny (o 0,2%) w sklepach o powierzchni sprzedażowej do 99 m². Natomiast najwięcej powierzchni ubyło w sklepach z przedziału wielkości 100–399 m² (o 2,8%), nieco mniej powierzchni w porównaniu z poprzednim rokiem odnotowano także w sklepach z przedziału wielkości powyżej 2500 m² (o 0,6%).

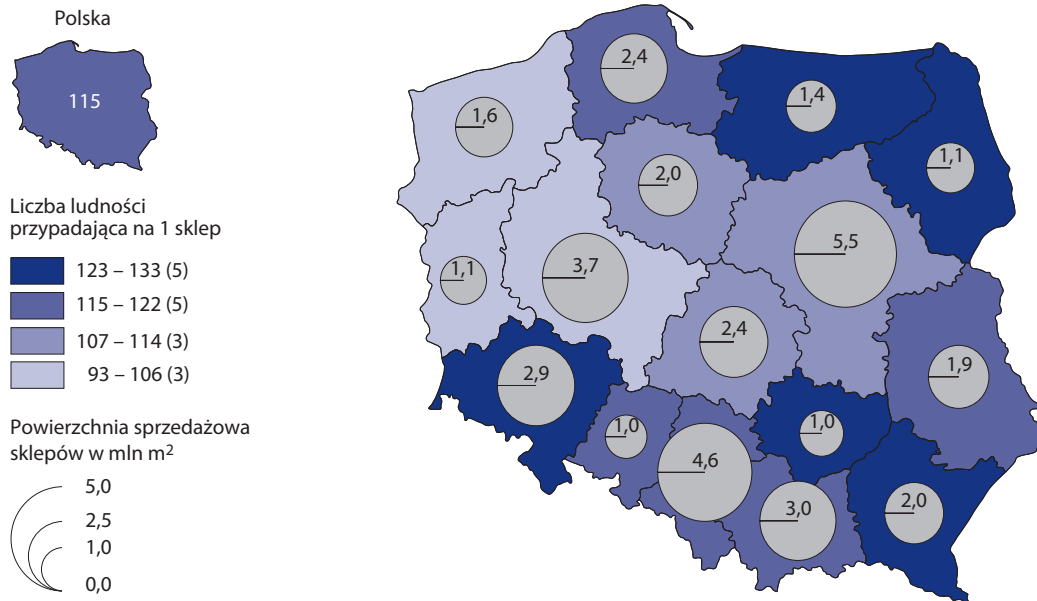
Wykres 12. Struktura powierzchni sprzedażowej sklepów



W układzie regionalnym najwyższy wzrost powierzchni sprzedażowej miał miejsce w sklepach zlokalizowanych w województwach kujawsko-pomorskim (o 11,4%) i podkarpackim (o 10,8%). Najwięcej powierzchni sprzedażowej ubyło w sklepach działających w województwie dolnośląskim (o 5,9%) oraz wielkopolskim (o 4,8%) – po ok. 185 tys. m².

W 2019 r. na jeden sklep przypadało średnio 115 osób, podczas gdy w 2018 r. było to odpowiednio 113 osób.

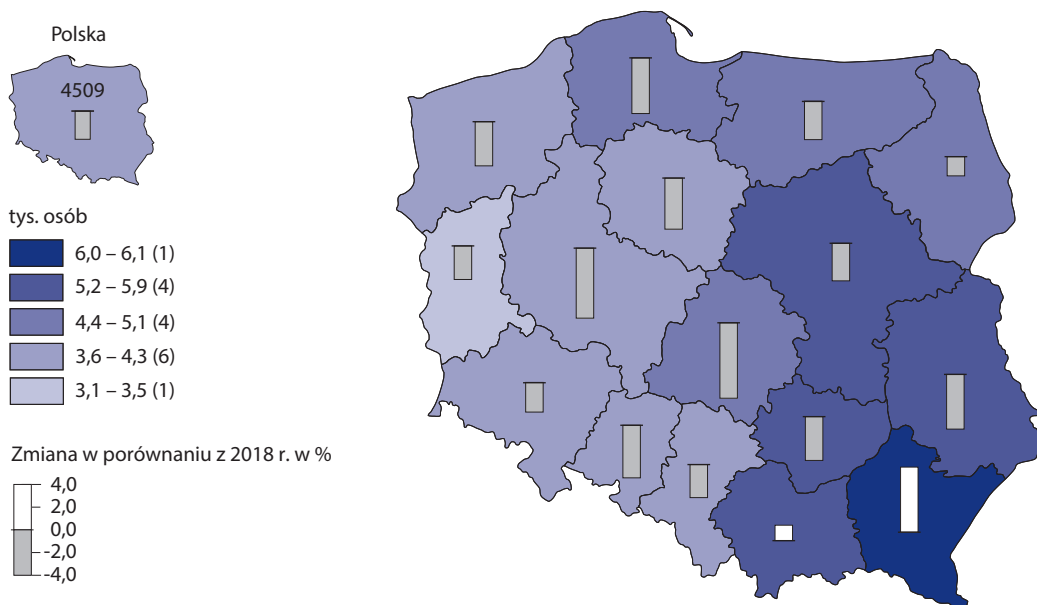
Mapa 1. Sklepy według województw (stan w dniu 31 XII)



W 2019 r. odnotowano wzrost łącznej liczby supermarketów i hipermarketów w porównaniu z rokiem poprzednim (o 3,4%), w wyniku czego na jeden sklep tych kategorii przypadało średnio 4509 osób, podczas gdy w 2018 r. było to 4668 osób. W układzie regionalnym najczęściej ludności przypadającej na 1 supermarket i hipermarket odnotowano w województwie podkarpackim (6095 osób, wobec 5723 osób w roku poprzednim), najmniej zaś osób – 3191 – w województwie lubuskim, gdzie w roku 2018 było to 3294 osób.

W 2019 r. szacowany udział wartości sprzedaży realizowanej łącznie przez supermarket i hipermarket w sprzedaży detalicznej w sklepach i na stacjach paliw stanowił 25,9% i był o 1,1 p. proc. wyższy niż przed rokiem.

Mapa 2. Liczba ludności przypadająca na 1 supermarket i hipermarket według województw w 2019 r. (stan w dniu 31 XII)

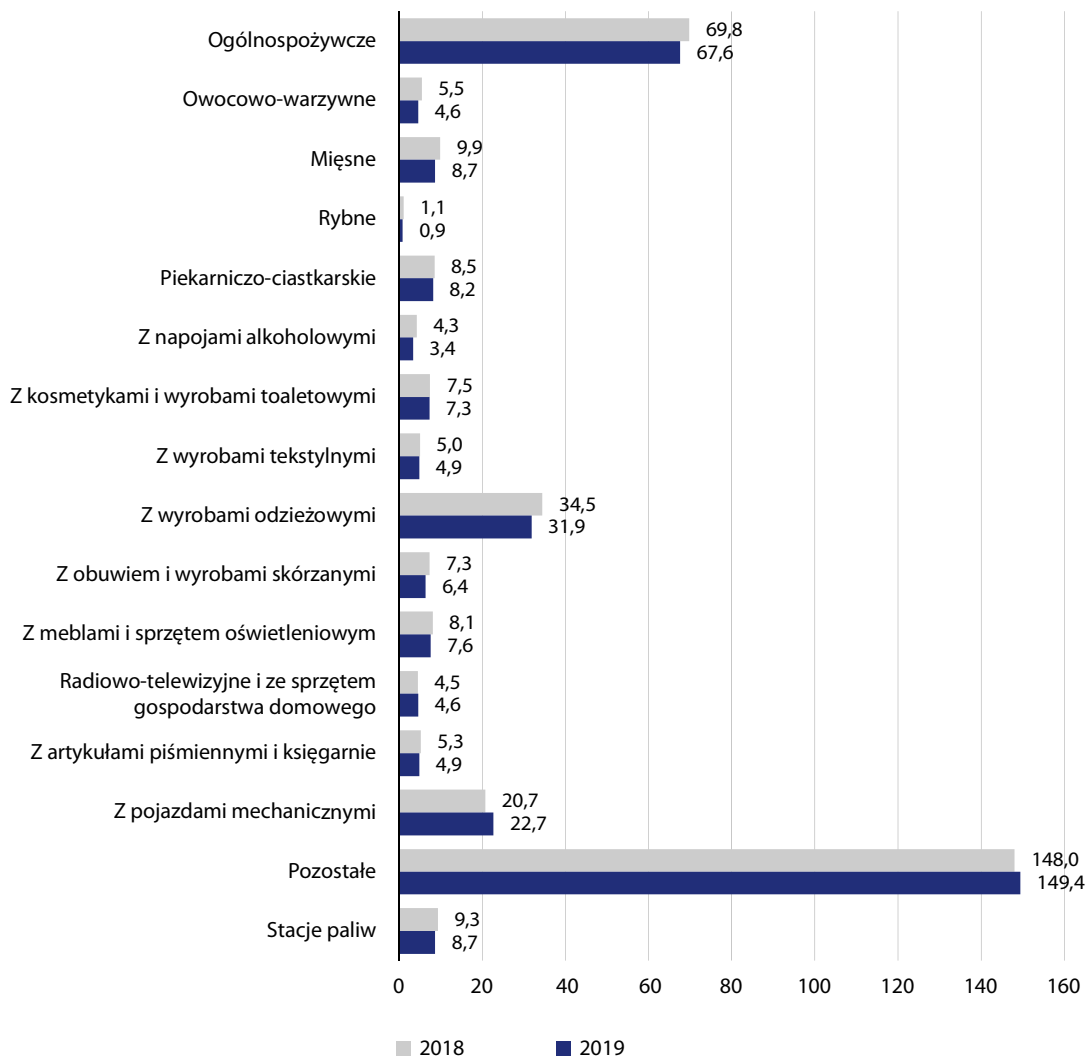


Wyszacowana w 2019 r. liczba około 333 tys. sklepów prowadzona była przez ok. 265 tys. przedsiębiorstw. W odniesieniu do przedziałów podmiotów gospodarczych według liczby posiadanych sklepów największy spadek odnotowano w liczbie przedsiębiorstw prowadzących do 2 sklepów – o 4544 (o 1,7%), wobec spadku liczby tych przedsiębiorstw o 14165 (o 5,1%) w roku poprzednim oraz w podmiotach posiadających od 3 do 10 sklepów o 239 (o 4,8%). Udział przedsiębiorstw prowadzących do 2 sklepów w 2019 r. wyniósł 97,8% i w porównaniu do poprzedniego roku zwiększył się o 0,1 p. proc.

W ogólnej liczbie 333 tys. sklepów podobnie jak w ubiegłym roku największy udział stanowiły placówki o specjalizacji branżowej pozostałej (44,8%), ogólnospożywczej (20,3%) oraz z wyrobami odzieżowymi (9,6%). Najmniej liczne były sklepy o specjalizacji rybnej, które stanowiły ledwie 0,3% sklepów ogółem.

W porównaniu z rokiem poprzednim odnotowano spadek liczby sklepów w większości specjalizacji. Największy spadek miał miejsce w sklepach: z wyrobami odzieżowymi o 2,6 tys. sklepów (o 7,5%), ogólnospożywczych o 2,2 tys. sklepów (o 3,1%) oraz mięsnych o 1,2 tys. (o 11,9%). Natomiast największy wzrost ilości sklepów zaobserwowano w branży z pojazdami mechanicznymi – o 2,1 tys. sklepów (o 10,0%) oraz w branży sklepów pozostałych – o prawie 1,5 tys. sklepów (o 1,0%). Nieznacznie wzrosła również liczba sklepów z artykułami radiowo-telewizyjnymi oraz ze sprzętem gospodarstwa domowego o 144 obiekty (o 3,2%).

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



W grupie przedsiębiorstw, w których liczba pracujących wynosi powyżej 9 osób, liczba sklepów należących do podmiotów z kapitałem zagranicznym zwiększyła się w 2019 r. o 7,8% w porównaniu z rokiem poprzednim, a powierzchnia sprzedażowa tych sklepów wzrosła o 4,8%. Średnia powierzchnia sklepów przedsiębiorstw zagranicznych wyniosła 636,8 m² (odpowiednio w sklepach przedsiębiorstw własności prywatnej krajowej – 197,0 m²). Udział powierzchni sklepów z kapitałem zagranicznym w powierzchni ogółem zwiększył się o 1,2 p. proc. w porównaniu z rokiem poprzednim.

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

Wyszczególnienie	2018	2019
Liczba sklepów	17297	18653
Udział w liczbie sklepów ogółem w %	5,1	5,6
Powierzchnia sklepów w tys. m ²	11337,3	11878,0
Udział w powierzchni ogółem w %	30,4	31,6

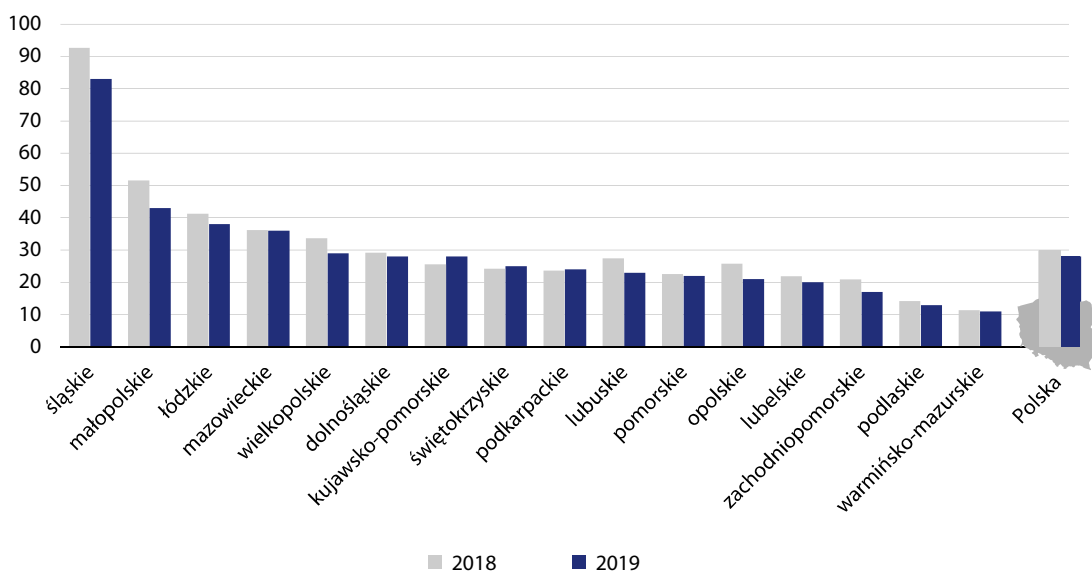
a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

Stacje paliw

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

Na koniec 2019 r. szacowana liczba stacji paliw wyniosła 8666 i była o 7,2% niższa niż w roku poprzednim. W układzie regionalnym największe zagęszczenie stacji paliw występuje w województwie śląskim – w roku 2019 były to 83 obiekty na 1000 km² powierzchni. Najniższy wskaźnik zaobserwowano w województwie warmińsko-mazurskim, gdzie było to 11 obiektów, podczas gdy średnia dla Polski wyniosła 28 stacji paliw na 1000 km² powierzchni, wobec 30 obiektów w roku poprzednim.

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



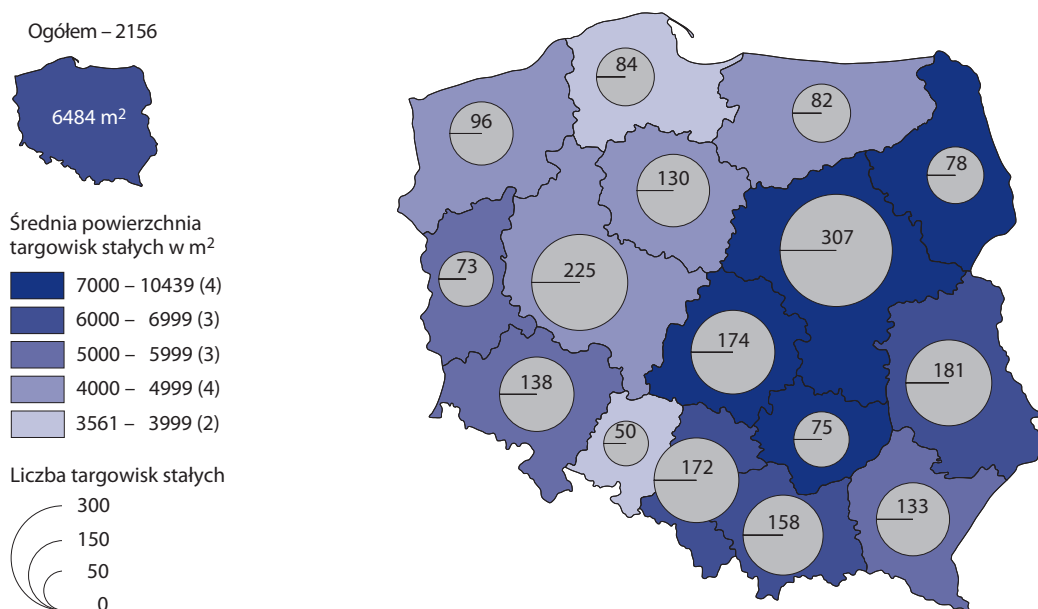
Targowiska

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 2019 r. w krajowej ewidencji prowadzonej przez gminne jednostki samorządowe zarejestrowanych było 2156 stałych targowisk (w tym 2080 targowisk z przewagą sprzedaży drobnodetalicznej). Ogólna liczba targowisk stałych w porównaniu z rokiem poprzednim nie zmieniła się i w większości województw odnotowano jedynie nieznaczne zmiany w liczbie targowisk stałych (najwięcej targowisk – 4 obiekty, ubyło w województwie śląskim). W porównaniu z rokiem poprzednim ogólna powierzchnia targowisk stałych zmniejszyła się o 1,2%. Największy spadek powierzchni targowiskowej miał miejsce w województwie mazowieckim (o 82 tys. m²) oraz pomorskim (o 64,7 tys. m²).

Na obszarze targowisk stałych dokonywano transakcji w ok. 89,3 tys. stałych punktach sprzedaży drobnodetalicznej, wśród których 49,1 tys. działało codziennie. Uzupełnieniem stałej sieci targowiskowej były targowiska sezonowe, których liczba w 2019 r. zmniejszyła się do 7088 obiektów. Zarejestrowano nieco wyższe roczne wpływy z opłaty targowej (o 1,0%) w porównaniu z 2018 r.

Mapa 3. Targowiska stałe według województw w 2019 r. (stan w dniu 31 XII)



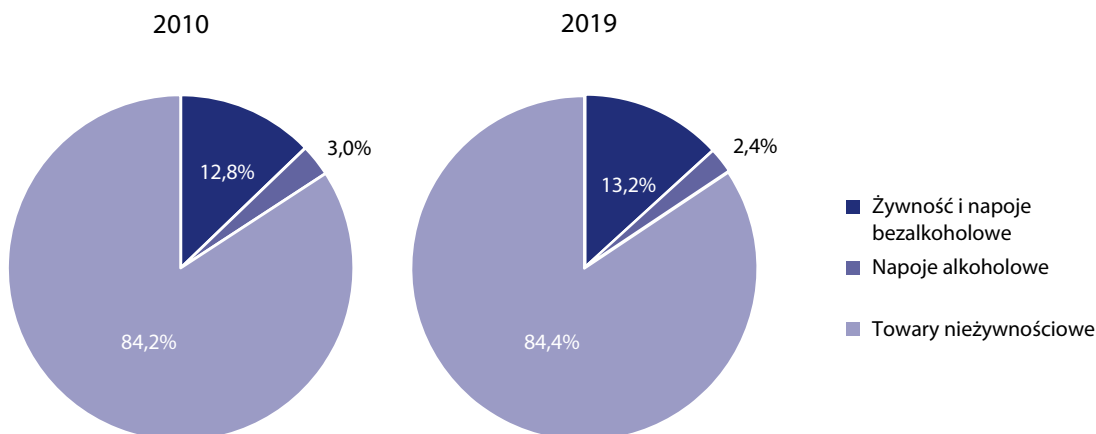
Sprzedaż hurtowa

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 2019 r. w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 1481,0 mld zł i była o 4,5% wyższa niż przed rokiem. We wszystkich prezentowanych grupach towarów zaobserwowano wzrost wartości sprzedaży hurtowej, najwyższy w grupie – żywność i napoje bezalkoholowe o 11,2%. W strukturze sprzedaży spadkowi uległ udział towarów nieżywnościowych o 0,9 p. proc., natomiast wzrósł udział żywności i napojów bezalkoholowych (o 0,8 p. proc.) i napojów alkoholowych (o 0,1 p. proc.).

Sprzedaż hurtowa realizowana przez przedsiębiorstwa z liczbą pracujących 50 osób i więcej stanowiła 48,1% i była o 1,2 p. proc. wyższa w porównaniu z rokiem poprzednim.

Wykres 15. Struktura sprzedaży hurtowej (ceny bieżące)



Tablica 6. Sprzedaż hurtowa (ceny bieżące)

Wyszczególnienie a – liczby bezwzględne b – analogiczny okres roku poprzedniego=100		2017	2018	2019
		w mln zł		
Ogółem	a	1286638,0	1417614,9	1480972,7
	b	113,2	110,2	104,5
W tym przedsiębiorstwa o liczbie pracujących 50 osób i więcej	a	598038,8	664476,3	712182,3
	b	113,2	111,1	107,2

Tablica 7. Sprzedaż hurtowa według grup (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2017	2018	2019	
	w mln zł			2018=100
Ogółem	1286638,0	1417614,9	1480972,7	104,5
Żywność	181667,4	175604,1	195292,8	111,2
Napoje alkoholowe	31119,0	32334,3	35367,6	109,4
Towary nieżywnościowe	1073851,6	1209676,5	1250312,3	103,4

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.

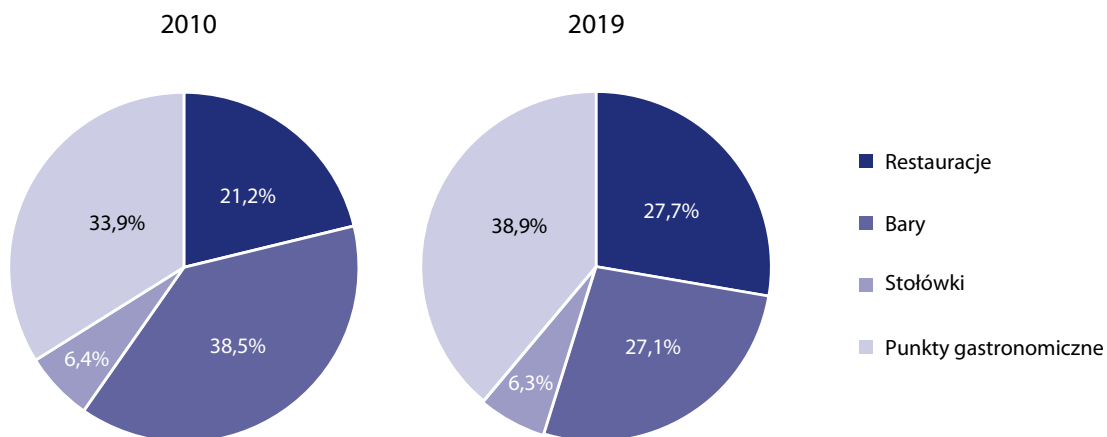
Do placówek gastronomicznych nie zalicza się tzw. punktów sprzedaży ruchomej i automatów sprzedażowych.

W 2019 r. liczbę placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych) w kraju oszacowano na ok. 72,4 tys., z czego 38,9% stanowiły punkty gastronomiczne, 27,7% – restauracje, 27,1% – bary, a stołówki – 6,3%. Ogólna liczba placówek gastronomicznych zwiększyła się o 3,6% w porównaniu z 2018 r. Wzrost odnotowano we wszystkich rodzajach placówek; stołówek przybyło o 9,8%, punktów gastronomicznych o 5,6%, restauracji o 1,7%, oraz barów o 1,4%.

Tablica 8. Placówki gastronomiczne

Wyszczególnienie	2017	2018	2019	
	liczba			2018=100
Ogółem	70108	69829	72355	103,6
Restauracje	20127	19675	20015	101,7
Bary	19410	19317	19588	101,4
Stołówki	4221	4174	4585	109,8
Punkty gastronomiczne	26350	26663	28167	105,6

Wykres 16. Struktura placówek gastronomicznych

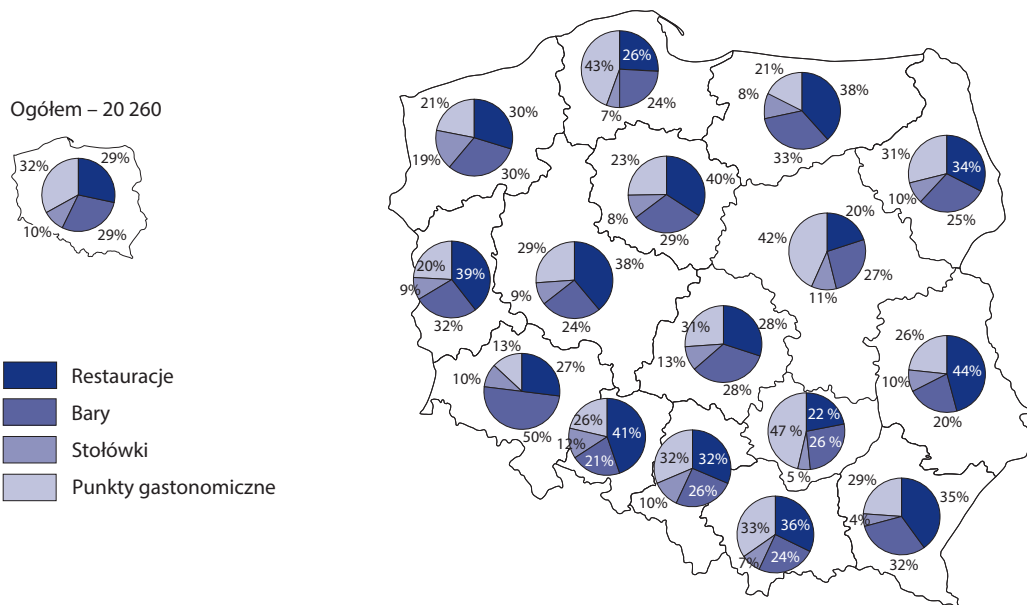


Sektor prywatny w gastronomii obejmował 98,6% wszystkich placówek gastronomicznych, w tym: 99,4% restauracji, 99,1% barów, 98,9% punktów gastronomicznych oraz 90,9% stołówek.

Liczba placówek gastronomicznych w przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób wzrosła w porównaniu do roku poprzedniego o 14,5% i wyniosła 20260, co stanowiło 28,0% placówek gastronomicznych ogółem w Polsce. Wzrost odnotowano we wszystkich rodzajach placówek gastronomicznych: w liczbie restauracji – o 16,0%, stołówek – o 15,3%, barów – o 13,8%, a punktów gastronomicznych – o 13,5%.

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.

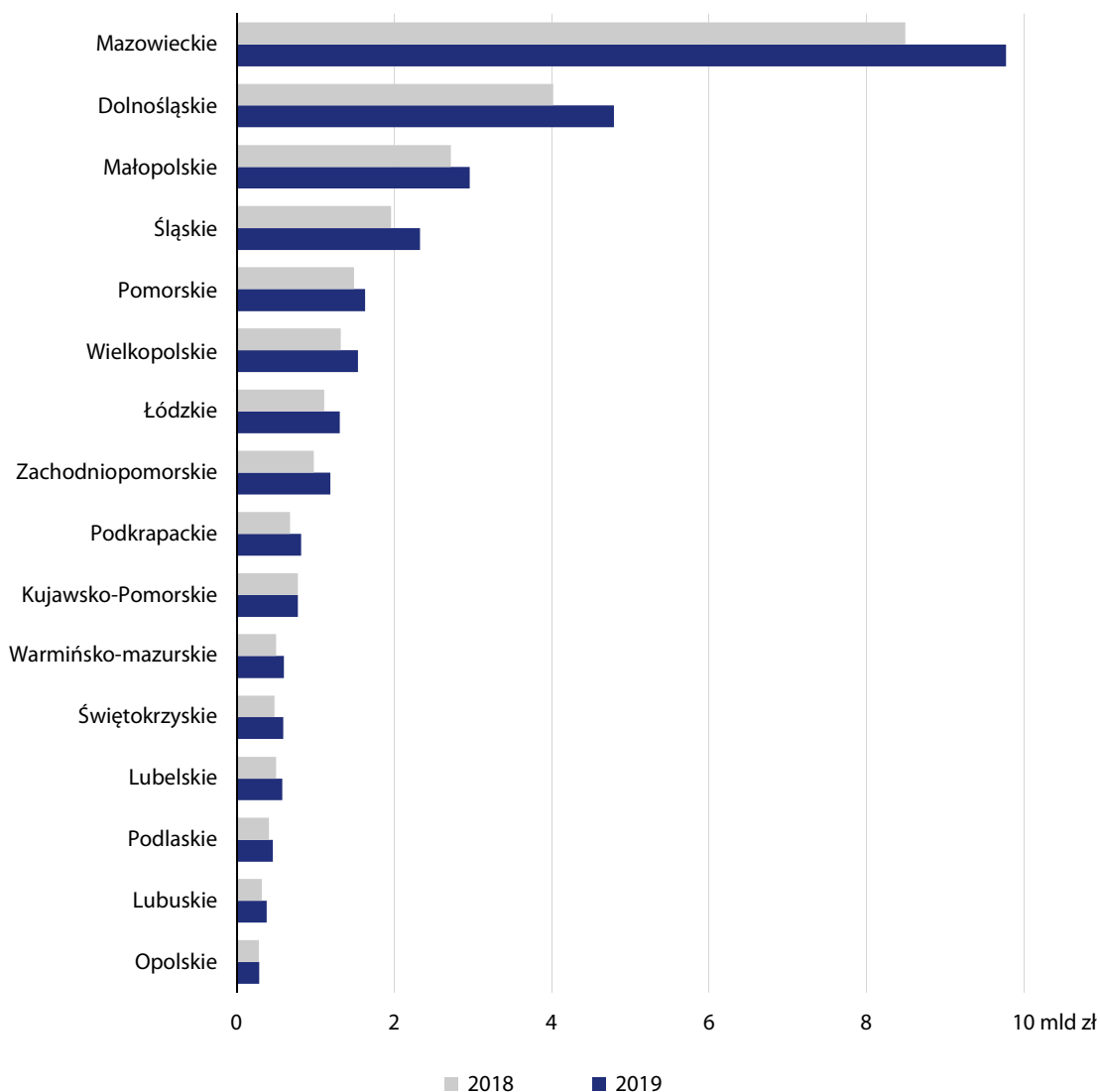
W 2019 r. przychody ogółem z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły 50,9 mld zł i w porównaniu z rokiem poprzednim wzrosły o 17,9% (w cenach stałych były wyższe o 12,7%). Z sektora prywatnego pochodziło 98,8% tej wartości, z sektora publicznego zaś – 1,2%.

Z produkcji gastronomicznej pochodziło 85,1% wartości przychodów w cenach bieżących ogółem, 13,7% – ze sprzedaży towarów handlowych (w tym 9,5% – ze sprzedaży alkoholu i wyrobów tytoniowych) a 1,2% – z pozostałej działalności. We wszystkich rodzajach działalności gastronomicznej zanotowano wzrost przychodów w porównaniu z poprzednim rokiem, największy w zakresie produkcji gastronomicznej (o 20,3%).

Tablica 9. Przychody z działalności gastronomicznej w latach 2017 – 2019 (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2017	2018	2019	
	w mln zł			2018=100
Przychody ogółem	39140,5	43166,7	50904,0	117,9
Ze sprzedaży towarów	6452,9	6566,2	6985,8	106,4
w tym ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych	4589,1	4672,2	4842,7	103,7
Z produkcji gastronomicznej	32126,3	36001,8	43310,7	120,3
Z pozostałej działalności	561,3	598,7	607,5	101,5

W przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób, przychody z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły ponad 30,0 mld zł (wzrost o 15,3% w porównaniu z rokiem poprzednim), co stanowiło 59,0% przychodów z działalności gastronomicznej ogółem w Polsce. Procentowy wzrost przychodów odnotowano we wszystkich województwach, przy czym największy w województwie świętokrzyskim (o 24,8%), zachodniopomorskim (o 21,7%), podkarpackim (o 21,0%), dolnośląskim (o 19,2%) i śląskim (o 18,8%). Najniższy wzrost przychodów zaobserwowano w województwie opolskim (o 4,9%) i kujawsko-pomorskim (o 0,4%).

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 86,6% przychodów z działalności gastronomicznej przedsiębiorstw z liczbą pracujących powyżej 9 osób i wyniosły ponad 26,0 mld zł.

Drugą pod względem wielkości grupę przychodów z działalności gastronomicznej (7,5%) stanowiły przychody ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych, które wyniosły ok 2,3 mld zł.

Trzecią grupę z wartością ok 1,6 mld zł stanowiły przychody ze sprzedaży towarów handlowych (bez napojów alkoholowych), a ich udział w przychodach z działalności gastronomicznej badanych przedsiębiorstw wyniósł 5,3 %.

Przychody z pozostałej działalności stanowiły jedynie 0,6% 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 2019 r. w magazynach producentów średnie zapasy większości badanych artykułów były większe w porównaniu z poprzednim rokiem.

W grupie artykułów żywnościowych zdecydowanie większe były zapasy mięsa drobiowego; kompotów i owoców pasteryzowanych; kawy; wódki, likierów, innych napojów spirytusowych w przeliczeniu na 100% alkoholu, a także cukierków (bez czekoladowanych). Zwiększyły się znacznie również zapasy masła i pozostałych tłuszczów do smarowania; konserw, wędlin wyrobów wędliniarskich drobiowych; konserw i prezerw z ryb; zup i bulionów i preparatów do nich; piwa; mięsa wieprzowego oraz sera świeżego (nieodojrzewającego i niekonserwowanego), włącznie z serem serwatkowym i twarogiem.

Istotnie zmniejszyły się zapasy m.in. mleka i śmietany w postaci stałej; ryb morskich mrożonych; herbaty; makaronu oraz wina i miódów pitnych.

Wśród artykułów nieżywnościowych odnotowano wyraźny wzrost zapasów samochodów osobowych; mydła, detergentów i preparatów do prania; rowerów, a także papierosów.

Wydatnie większe były też zapasy odbiorników radiowych i telewizyjnych; dywanów, chodników i wykładzin włókienniczych; okryć i ubiorów z dzianin oraz obuwia.

Znacznie mniejsze niż w 2018 r. były zapasy młynków i mikserów spożywczych, sokowirówek, z własnym silnikiem elektrycznym; odkurzaczy typu domowego; chłodziarek i zamrażarek typu domowego łącznie z chłodziarko-zamrażarkami oraz okryć i ubiorów 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 2019 roku wyższe były dostawy większości badanych artykułów konsumpcyjnych w porównaniu z rokiem poprzednim. Wzrost dostaw odnotowano głównie w zakresie artykułów żywnościowych.

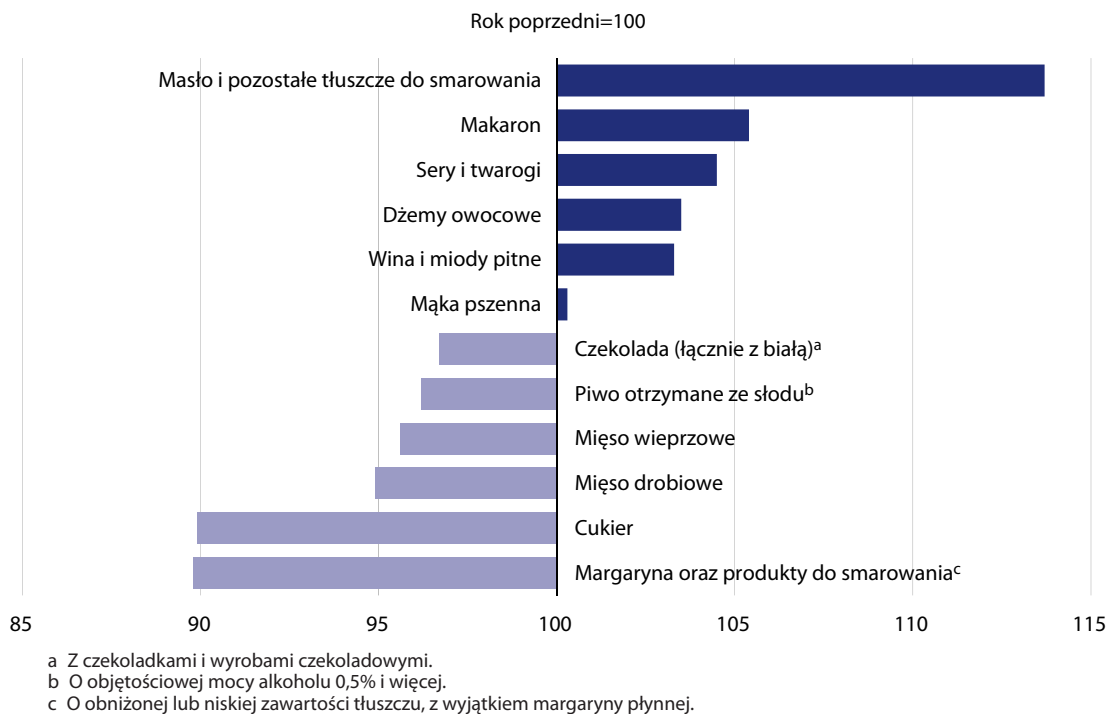
Spośród artykułów żywnościowych znacznie wyższe niż w 2018 r. były dostawy wyrobów czekoladowanych; konserw i prezerw z ryb; masła i pozostałych tłuszczów do smarowania; wódki, likierów, innych napojów spirytusowych w przeliczeniu na 100% alkoholu oraz sera podpuszczkowego dojrzewającego.

Zdecydowanie niższe natomiast były dostawy cukierków (bez czekoladowanych); kawy; margaryny i produkty do smarowania (z wyłączeniem margaryny płynnej) oraz cukru.

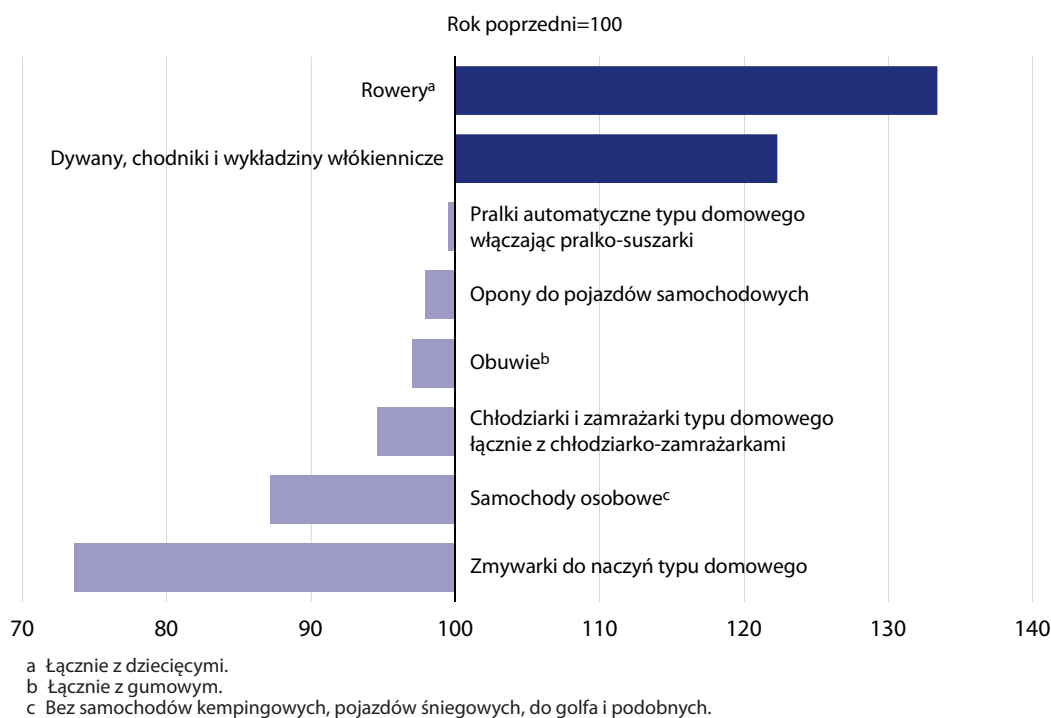
Spośród artykułów nieżywnościowych istotny wzrost dostaw zaobserwowano dla następujących grupowań: odbiorniki radiowe i telewizyjne; kuchnie elektryczne, gazowe i mieszane; rowery; odkurzacze typu domowego oraz dywany, chodniki i wykładziny włókiennicze. Większe niż w poprzednim roku były również dostawy papierosów z tytoniu lub mieszanek z jego namiastkami; okryć i ubiorów z dzianin oraz młynków i mikserów spożywczych, sokowirówek, z własnym silnikiem elektrycznym.

Niższe niż w roku poprzednim były m.in. dostawy zmywarek typu domowego; samochodów osobowych; bielizny osobistej z tkanin; chłodziarek i zamrażarek typu domowego oraz zestawów stołowych i naczyń kuchennych.

Wykres 18. Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2019 r.



Wykres 19. Dynamika dostaw wybranych artykułów nieżywnościowych w 2019 r.



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 płodów rolnych i żywych zwierząt
46.3	Sprzedaż hurtowa żywności, napojów i wyrobów tytoniowych
46.4	Sprzedaż hurtowa artykułów użytku domowego
46.5	Sprzedaż hurtowa narzędzi technologii informacyjnej i komunikacyjnej
46.6	Sprzedaż hurtowa maszyn, urządzeń i dodatkowego wyposażenia
46.7	Pozostała wyspecjalizowana sprzedaż hurtowa
46.9	Sprzedaż hurtowa niewyspecjalizowana
DZIAŁ 47	HANDEL DETALICZNY, Z WYŁĄCZENIEM HANDLU DETALICZNEGO POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI
GRUPA	
47.1	Sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach
47.2	Sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.3	Sprzedaż detaliczna paliw do pojazdów silnikowych na stacjach paliw
47.4	Sprzedaż detaliczna narzędzi technologii informacyjnej i komunikacyjnej prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.5	Sprzedaż detaliczna artykułów użytku domowego prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.6	Sprzedaż detaliczna wyrobów związanych z kulturą i rekreacją prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.7	Sprzedaż detaliczna pozostałych wyrobów prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.8	Sprzedaż detaliczna prowadzona na straganach i targowiskach
47.9	Sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami

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

Skrót	Pełna nazwa
SEKCJE	
Handel; naprawa pojazdów samochodowych	Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle
Zakwaterowanie i gastronomia	Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi
DZIAŁY	
Handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi oraz ich naprawa	Handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi; naprawa pojazdów samochodowych
Handel hurtowy	Handel hurtowy, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi
Handel detaliczny	Handel detaliczny, z wyłączeniem handlu detalicznego pojazdami samochodowymi

Dla potrzeb badań krótkookresowych dotyczących obrotów przedsiębiorstw handlu detalicznego zostały utworzone następujące grupowania rodzajów działalności:

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	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 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.
- 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.
- 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) 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.
6. 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: jadalnie, 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, 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 tzw. punktów sprzedaży ruchomej 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 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 opustów, rabatów i bonifikat – bez podatku od towarów i usług.

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 (agencji, 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, 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).