



Rynek wewnętrzny w 2020 r.



Rynek wewnętrzny w 2020 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

Beata Morawska, Łukasz Nowak

przy udziale

Elżbiety Lisiak

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 2020 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, listopad 2021 r.

Spis treści

Przedmowa	4
Spis treści	5
Spis tablic	6
Spis wykresów	7
Spis map	8
Objaśnienia znaków umownych, ważniejsze skróty i przyjęte grupowania	9
Synteza	10
Działalność usługowa w Polsce i w krajach Unii Europejskiej	11
Działalność handlowa	14
Przepływ towarów handlowych	16
Obroty w handlu detalicznym	17
Sprzedaż detaliczna	20
Sklepy	24
Stacje paliw	28
Targowiska	29
Sprzedaż hurtowa	30
Placówki gastronomiczne	32
Przychody z działalności gastronomicznej	34
Zaopatrzenie rynku	36
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)	21
Tablica 4.	Liczba sklepów przedsiębiorstw z udziałem kapitału zagranicznego	27
Tablica 5.	Sprzedaż hurtowa według grup (ceny bieżące)	31
Tablica 6.	Placówki gastronomiczne	32
Tablica 7.	Przychody z działalności gastronomicznej (ceny bieżące)	34

Spis wykresów

Wykres 1.	Struktura wartości dodanej brutto w usługach według sekcji PKD w 2020 r.	11
Wykres 2.	Struktura pracujących w usługach według sekcji PKD w 2020 r.	12
Wykres 3.	Przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi oraz koszty działalności operacyjnej przedsiębiorstw handlowych	15
Wykres 4.	Dynamika obrotów w przedsiębiorstwach detalicznych (ceny stałe)	17
Wykres 5.	Dynamika obrotów w przedsiębiorstwach sprzedających żywność, napoje, wyroby tytoniowe (ceny stałe)	18
Wykres 6.	Dynamika obrotów w przedsiębiorstwach sprzedających towary nieżywnościowe (ceny stałe)	18
Wykres 7.	Dynamika w handlu detalicznym krajów UE	19
Wykres 8.	Struktura sprzedaży detalicznej (ceny bieżące)	20
Wykres 9.	Struktura sprzedaży detalicznej według wielkości podmiotów gospodarczych (ceny bieżące)	21
Wykres 10.	Sprzedaż detaliczna według województw (ceny bieżące)	22
Wykres 11.	Dynamika sprzedaży detalicznej (ceny stałe)	23
Wykres 12.	Struktura powierzchni sprzedażowej sklepów	24
Wykres 13.	Sklepy według specjalizacji i stacje paliw (stan w dniu 31 XII)	26
Wykres 14.	Liczba stacji paliw na 1000 km ² powierzchni według województw (stan w dniu 31 XII)	28
Wykres 15.	Struktura sprzedaży hurtowej (ceny bieżące)	30
Wykres 16.	Struktura placówek gastronomicznych	32
Wykres 17.	Przychody z działalności gastronomicznej według województw w przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób	35
Wykres 18.	Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2020 r.	37
Wykres 19.	Dynamika dostaw wybranych artykułów nieżywnościowych w 2020 r.	38

Spis map

Mapa 1.	Sklepy według województw (stan w dniu 31 XII)	25
Mapa 2.	Liczba ludności przypadająca na 1 supermarket i hipermarket według województw w 2020 r. (stan w dniu 31 XII)	25
Mapa 3.	Targowiska stałe według województw w 2020 r. (stan w dniu 31 XII)	29
Mapa 4.	Placówki gastronomiczne według województw w przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób	33

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).
- **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 2020 r. w Polsce według wstępnych danych wartość dodana brutto wytworzona przez podmioty prowadzące działalności o charakterze usługowym stanowiła 65,7% wartości dodanej brutto całej gospodarki narodowej. Jednocześnie w jednostkach tych pracę znalazło 58,6% ogółu pracujących. Działalnością dominującą wśród podmiotów usługowych pod względem wartości dodanej była działalność handlowa, której udział stanowił 17,4% wartości dodanej brutto wytworzonej w całej gospodarce narodowej.

W 2020 r. z uwagi na rozprzestrzenianie się pandemii COVID-19 działalność wielu podmiotów usługowych w tym handlowych, a w szczególności jednostek związanych z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi była czasowo ograniczana, co niekorzystnie wpłynęło na roczne wyniki finansowe tych podmiotów.

Sprzedaż detaliczna w cenach bieżących zrealizowana w 2020 r. przez przedsiębiorstwa handlowe, jak również niehandlowe wyniosła 890,6 mld zł i była o 2,9% niższa niż przed rokiem, a sprzedaż hurtowa w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 1474,9 mld zł i była o 0,4% niższa niż w poprzednim roku.

Na koniec 2020 r. szacowana liczba sklepów w Polsce wyniosła blisko 320 tys. i była o 4,0% (o ok. 13,4 tys.) niższa niż przed rokiem, jednocześnie zmniejszyła się o 0,1% powierzchnia sprzedażowa sklepów i stanowiła wielkość ok. 37185 tys. m². Liczba około 320 tys. sklepów prowadzona była przez ok. 255 tys. przedsiębiorstw. Oszacowana liczba stacji paliw wyniosła 8120 i była o 6,3% niższa niż w roku poprzednim. Największe zagęszczenie stacji paliw odnotowano w województwie śląskim – były to 73 obiekty na 1000 km² powierzchni.

Przychody ogółem z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły w 2020 r. zaledwie 37,6 mld zł i w porównaniu z rokiem poprzednim spadły o 26,0% (w cenach stałych były niższe o 30,4%). Liczbę placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych) w kraju wyszacowano na ok. 64,4 tys., z czego 40,5% stanowiły punkty gastronomiczne, 27,4% – restauracje, 26,6% – bary, a stołówki – 5,5%. Ogólna liczba placówek gastronomicznych była mniejsza o 10,9% w porównaniu z 2019 r.

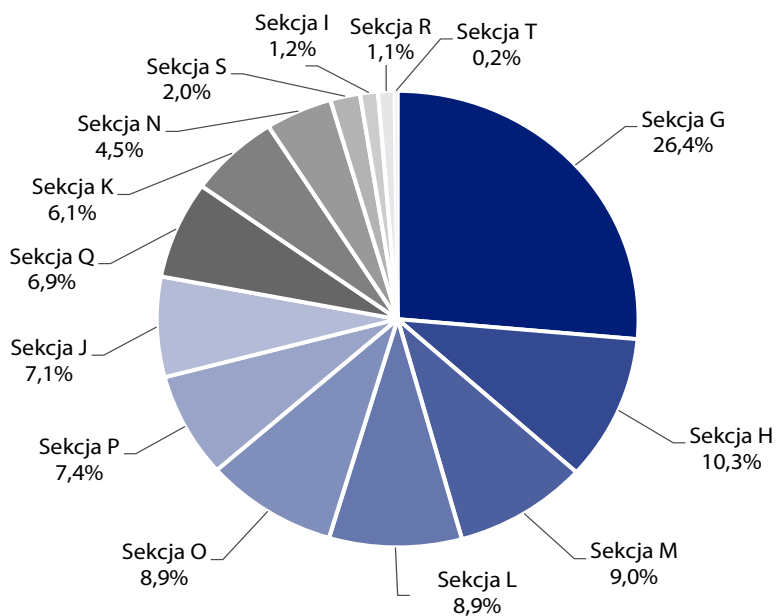
W 2020 r. w ramach zaopatrzenia rynku wewnętrznego dostawy większości badanych artykułów konsumpcyjnych były wyższe w porównaniu z rokiem poprzednim. Wzrost dostaw odnotowano głównie w zakresie artykułów żywnościowych.

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.

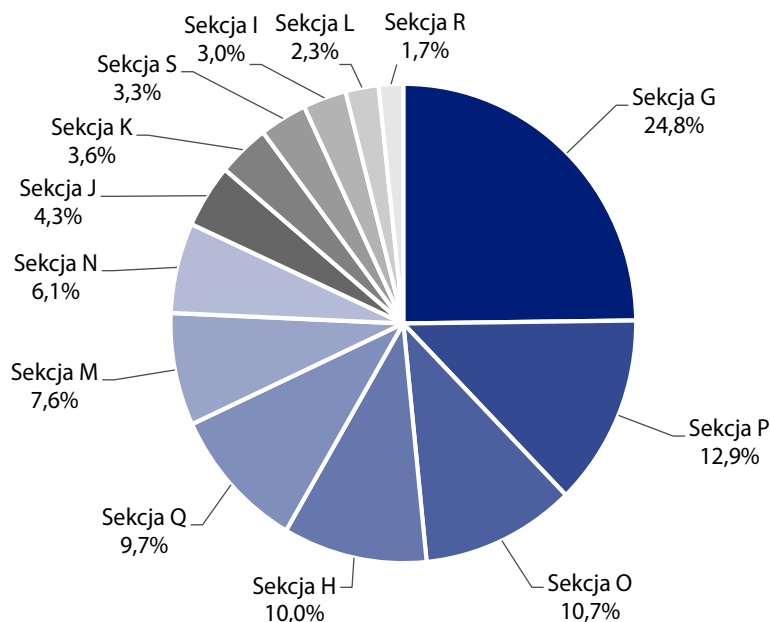
W 2020 r. w Polsce według wstępnych danych wartość dodana brutto wytworzona przez podmioty prowadzące działalności o charakterze usługowym stanowiła 65,7% wartości dodanej brutto całej gospodarki narodowej. Jednocześnie w jednostkach tych pracę znalazło 58,6% ogółu pracujących. Działalnością dominującą wśród podmiotów usługowych pod względem wartości dodanej była działalność handlowa, której udział stanowił 26,4% 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 10,3% (spadek o 0,3 p.proc.), natomiast udział działalności profesjonalnej, naukowej i technicznej (wg PKD sekcja M) wyniósł 9,0% (wzrost o 0,1 p.proc.). W porównaniu z poprzednim rokiem w największym stopniu (o 0,9 p.proc.) zmniejszył się udział działalności związanej z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (wg PKD sekcja I).

Wykres 1. Struktura wartości dodanej brutto w usługach według sekcji PKD w 2020 r.



W końcu 2020 r. najwięcej osób (24,8% 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) – 12,9% , a kolejne sekcji „Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne” (wg PKD sekcja O) – 10,7%.

Wykres 2. Struktura pracujących w usługach według sekcji PKD w 2020 r.



W 2020 r. działalnością dominującą wśród jednostek usługowych pod względem przeciętnego zatrudnienia była również działalność handlowa, w której zatrudnionych było 1707,3 tys. osób (spadek w porównaniu z 2019 r. o 2,1%). Drugą pozycję zajęła działalność edukacyjna (wg PKD sekcja P) z przeciętnym zatrudnieniem 1113,6 tys. osób (spadek o 0,2% w porównaniu z rokiem poprzednim). Najwyższy procentowy wzrost przeciętnego zatrudnienia wśród działalności usługowych odnotowano w sekcji S „Pozostała działalność usługowa” – o 2,4%, natomiast największy spadek został wykazany w działalności związanej z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (wg PKD sekcja I) – o 8,4%, usługi te w największym stopniu objęte zostały ograniczeniami związanymi z rozprzestrzenieniem się epidemii COVID-19. Najniższe przeciętne zatrudnienie na poziomie 128,1 tys. osób odnotowano w sekcji R „Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją”.

Najwyższe przeciętne wynagrodzenie brutto w 2020 r. odnotowano w sekcjach: „Informacja i komunikacja” (wg PKD sekcja J) – 9015 zł oraz „Działalność finansowa i ubezpieczenia” (wg PKD sekcja K) – 8277 zł. Z kolei najniższe przeciętne wynagrodzenie brutto na poziomie 3311 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 4577 zł i wzrosła w porównaniu z 2019 r. o 5,0%. Najwyższy wzrost przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia o 9,7% zaobserwowano w sekcji N „Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca”, a znaczny także w sekcji P „Edukacja” (o 8,6%).

W 2020 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 – 88,0%, na Malcie – 84,8% oraz na Cyprze – 83,7%. Duży udział w wartości dodanej całej gospodarki usługi stanowiły w takich krajach jak Francja (79,8%), Grecja (79,5%), czy Holandia (78,3%). W krajach Europy Środkowowschodniej udział ten kształtował się na poziomie od 64,1% w Czechach do 73,6% na Łotwie, w Polsce stanowił 65,7%.

W odniesieniu do 2015 r. najbardziej znaczący wzrost udziału działalności usługowej w tworzeniu wartości dodanej wykazała Rumunia (o 5,8 p.proc.), Słowacja (o 4,9 p. proc) oraz Czechy (o 4,1 p.proc.). Największy spadek udziału usług w porównaniu z 2015 r. zanotowano na Cyprze (o 2,5 p.proc.), w Danii (o 1,7 p.proc.) oraz w Finlandii (o 1,0 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	70,5	Litwa	2015	66,5
	2020	70,4		2020	68,6
Belgia	2015	77,3	Luksemburg	2015	87,1
	2020	77,8		2020	87,5
Bułgaria	2015	67,9	Łotwa	2015	74,3
	2020	69,5		2020	73,6
Chorwacja	2015	70,6	Malta	2015	85,1
	2020	70,4		2020	84,8
Cypr	2015	86,2	Niemcy	2015	69,1
	2020	83,7		2020	69,9
Czechy	2015	60,0	Polska	2015	63,4
	2020	64,1		2020	65,7
Dania	2015	75,9	Portugalia	2015	75,2
	2020	74,2		2020	75,4
Estonia	2015	69,2	Rumunia	2015	61,0
	2020	71,6		2020	66,8
Finlandia	2015	70,4	Słowacja	2015	63,2
	2020	69,4		2020	68,1
Francja	2015	78,5	Słowenia	2015	65,2
	2020	79,8		2020	64,4
Grecja	2015	79,2	Szwecja	2015	73,4
	2020	79,5		2020	74,6
Hiszpania	2015	74,9	Węgry	2015	64,2
	2020	74,2		2020	66,1
Holandia	2015	77,9	Włochy	2015	74,5
	2020	78,3		2020	73,9
Irlandia	2015	57,7			
	2020	58,5			

Źródło: Eurostat, z dn. 04.10.2021 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 2020 r. według wstępnych danych udział handlu w tworzeniu produktu krajowego brutto wyniósł 15,3%, a w wartości dodanej brutto 17,4%.

Tablica 2. Udział handlu w tworzeniu PKB i wartości dodanej

Wyszczególnienie	2017	2018	2019	2020
Udział handlu w tworzeniu PKB w %	15,5	15,6	15,5	15,3
Udział handlu w wartości dodanej brutto w %	17,7	17,8	17,6	17,4

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.

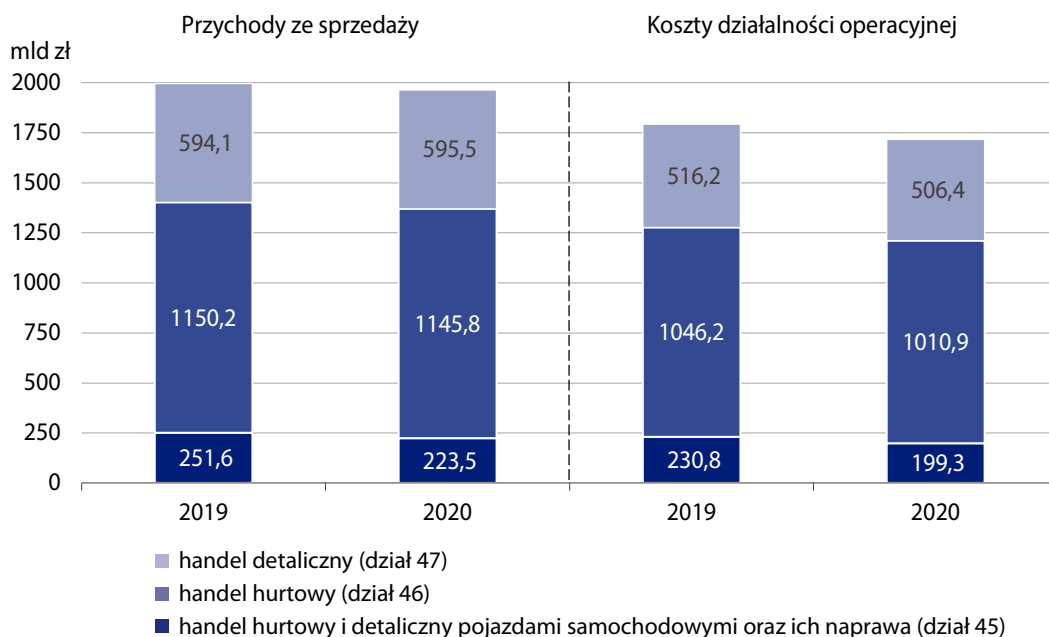
W 2020 r. według wstępnych danych wartość przychodów ze sprzedaży w cenach bieżących osiągnięta przez przedsiębiorstwa zaklasyfikowane do sekcji G „Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle” ukształtowała się na poziomie 1964,8 mld zł (tj. o 1,6% niższym niż w roku poprzednim). Największą część tych przychodów zrealizowana była przez przedsiębiorstwa prowadzące działalność hurtową 58,3%. Udział handlu detalicznego wyniósł 30,3% natomiast handlu hurtowego i detalicznego pojazdami samochodowymi oraz ich naprawą 11,4%. Przedsiębiorstwa z liczbą pracujących 10 i więcej osób osiągnęły przychody na poziomie 1424,0 mld zł czyli 72,5% przychodów ogółem, a przychody przedsiębiorstw z liczbą 9 i mniej osób wyniosły 540,8 mld zł, co stanowi 27,5% 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 2020 r. według wstępnych danych koszty działalności operacyjnej (bez amortyzacji) poniesione przez podmioty handlowe wyniosły 1716,6 mld zł i były o 4,3% niższe niż w poprzednim roku. Koszty działalności operacyjnej poniesione przez podmioty z liczbą pracujących 10 i więcej osób wyniosły 1320,4 mld zł i stanowiły 76,9% ogółu kosztów operacyjnych wykazanych przez podmioty handlowe. Podmioty z liczbą pracujących 9 i mniej osób poniosły koszty w wysokości 396,2 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 4,8%.

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%). Podobnie udział zakupów z importu pozostał na podobnym poziomie jak w roku ubiegłym (prawie 29%), zaś udział zakupów u hurtowników zmniejszył się do nieco ponad 19%.

W zależności od rodzaju prowadzonej działalności handlowej (handel hurtowy czy detaliczny) struktura dokonywanych zakupów była bardziej zróżnicowana. W zakresie handlu hurtowego nieco ponad 49% przedsiębiorstw zaopatrywało się u producentów i wytwórców krajowych, natomiast prawie 32% z nich bezpośrednio z importu. Udział zakupów hurtownik – hurtownik pozostał na tym samym zbliżonym poziomie co w poprzednim okresie i wyniósł 18%. W handlu detalicznym zakupów towarów dokonywano głównie bezpośrednio u producentów i wytwórców krajowych (prawie 57%), rzadziej u hurtowników (nieco ponad 22%), zmalał natomiast udział zakupów bezpośrednio z importu z 23% do 20%.

Przedsiębiorstwa własności zagranicznej najczęściej dokonywały zakupów bezpośrednio u producentów i wytwórców krajowych (stanowiły one nieco ponad 45%), bądź bezpośrednio z importu (niespełna 44%), rzadziej natomiast u hurtowników (10%).

W strukturze przychodów przedsiębiorstw hurtowych 45% przychodów pochodziło ze sprzedaży do hurtu, prawie 28% pochodziło od handlowców detalicznych (wobec 27% w poprzednim okresie), a 17% od producentów krajowych. Prawie 6% stanowiły bezpośrednie wpływy od konsumentów indywidualnych.

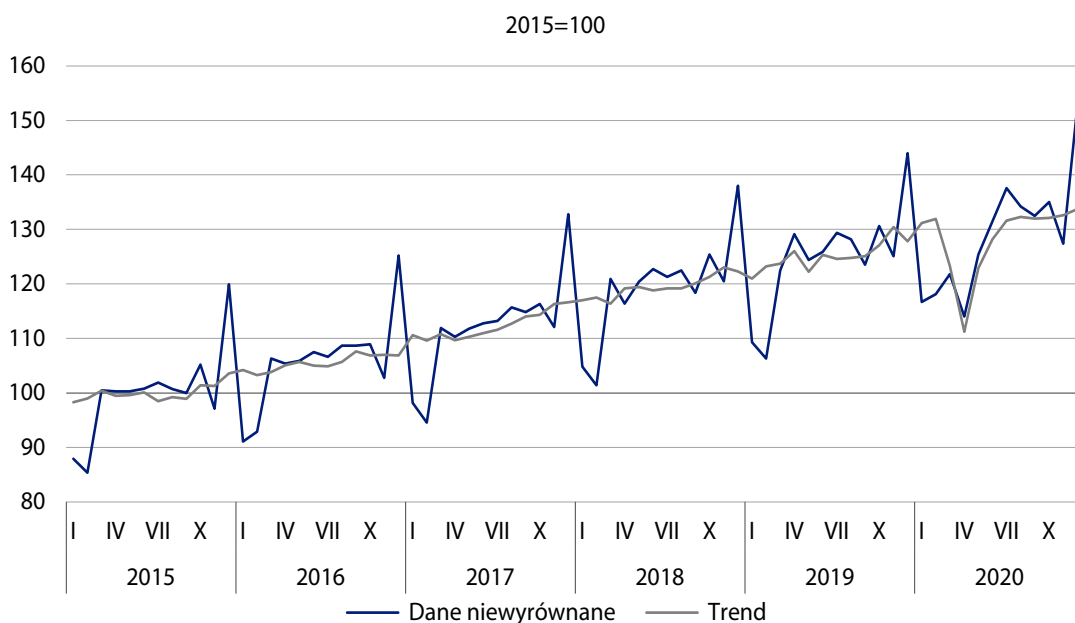
^a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

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).

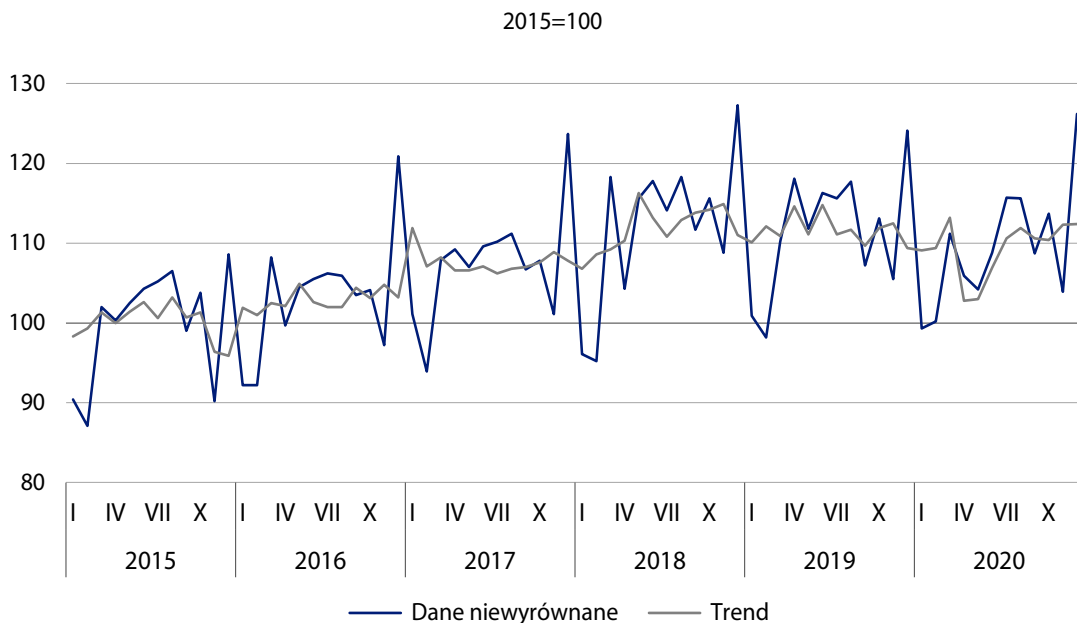
W 2020 r. obroty w handlu detalicznym (w cenach stałych) były wyższe o 3,2% w porównaniu z rokiem poprzednim. Wzrost obrotów zanotowano w podmiotach sprzedających towary nieżywnościowe (o 5,4%). Spadek obrotów wystąpił w przedsiębiorstwach zajmujących się sprzedażą detaliczną paliw (o 6,9%) oraz w przedsiębiorstwach sprzedających żywność, napoje, wyroby tytoniowe (o 1,9%).

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



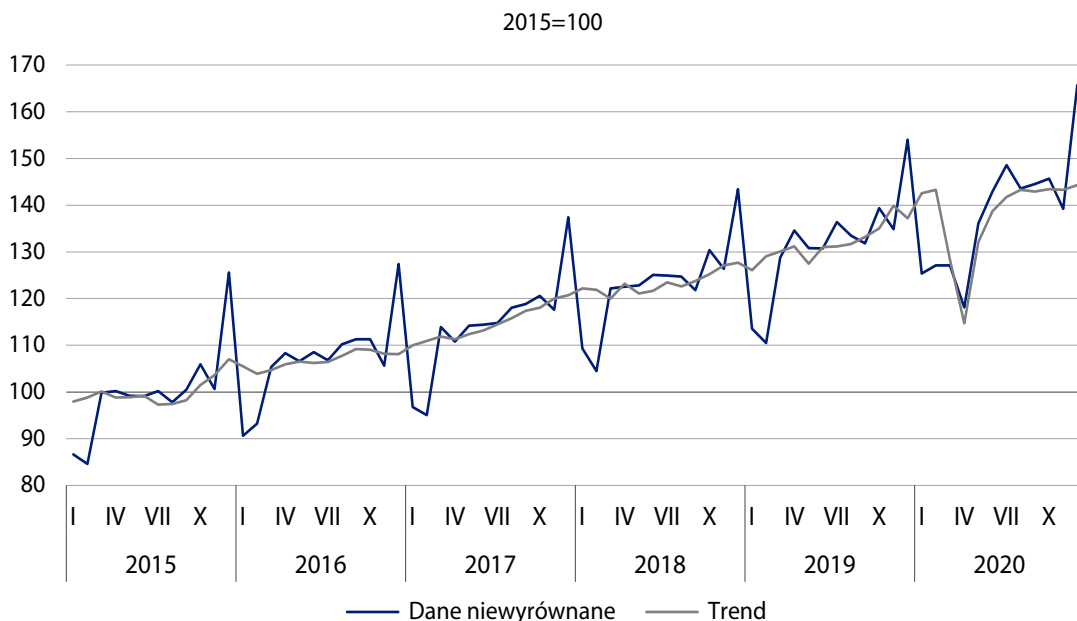
^a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do działu 47.

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

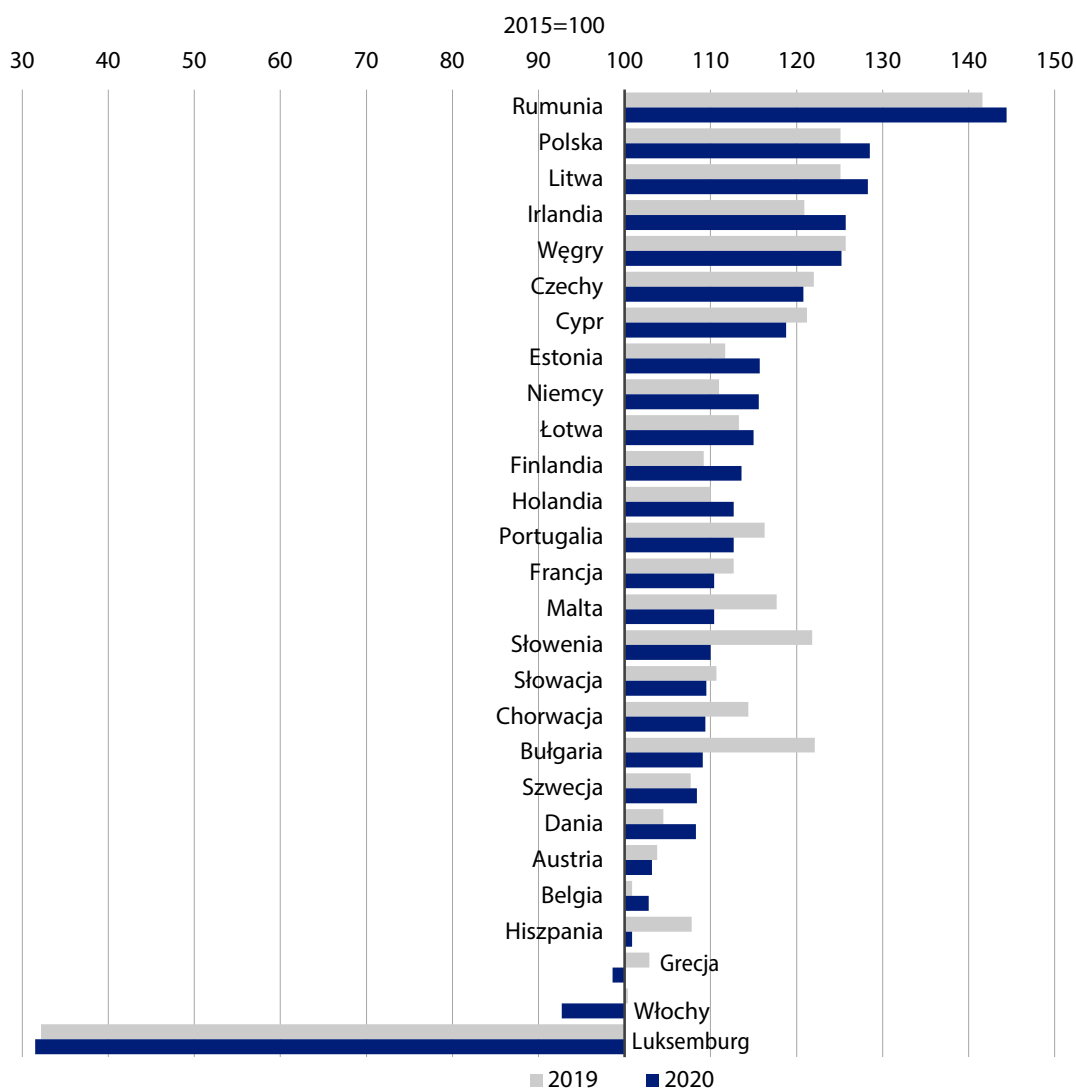


a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do działu 47.19 i grup 47.3–47.9.

W 2020 r. obroty w handlu detalicznym krajów UE były wyższe w porównaniu z rokiem bazowym (2015=100) o 9,5%. Największy wzrost zanotowano w Rumunii (o 44,4%), w Polsce (o 28,5%) oraz na Litwie (o 28,3%). Niższe obroty w porównaniu z rokiem 2015 zaobserwowano w Luksemburgu (spadek o 68,5% w wyniku zmian klasyfikacyjnych w znaczących jednostkach handlowych) oraz we Włoszech o (7,3%) i w Grecji (o 1,4%).

Z powodu pandemii i wprowadzanych okresowych ograniczeń w funkcjonowaniu handlu w wielu krajach europejskich obroty w 2020 r. były niższe w porównaniu z rokiem poprzednim. Znaczący spadek obrotów odnotowano w Bułgarii (o 13,0%), w Słowenii (o 11,8%) oraz we Włoszech (o 7,7%). Natomiast najwyższy wzrost obrotów w porównaniu z 2019 r. wykazały następujące kraje: Irlandia (o 4,8%), Niemcy (o 4,6%) oraz w Finlandia (o 4,4%).

Wykres 7. Dynamika w handlu detalicznym krajów UE^a



^a Dane wyrównane dniami roboczymi.

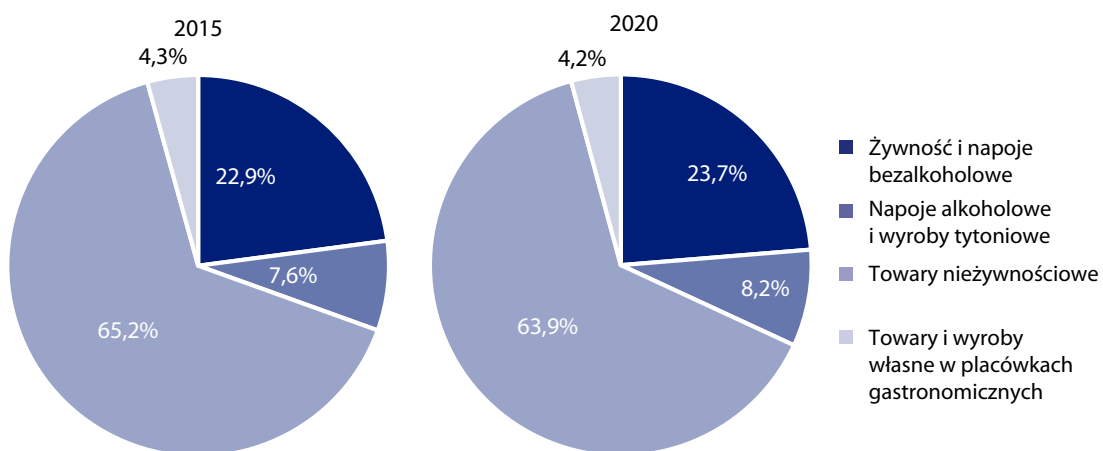
Źródło: Eurostat, dane krótkookresowe (wrzesień 2021)

Sprzedaż detaliczna

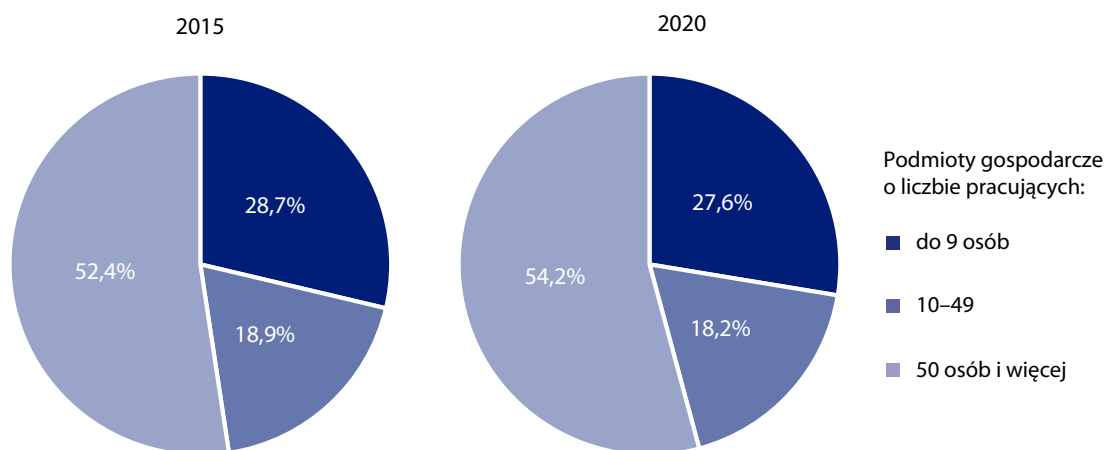
SPRZEDAŻ DETALICZNA TOWARÓW (łącznie z podatkiem VAT) to sprzedaż towarów własnych i komi-sowych (nowych i używanych) w punktach sprzedaży detalicznej, placówkach gastronomicznych oraz innych punktach sprzedaży (np. składy, magazyny) w ilościach wskazujących na zakup dla potrzeb indywidualnych nabywców.

W 2020 r. sprzedaż detaliczna w cenach bieżących zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe wyniosła 890,6 mld zł i była o 2,9% niższa niż przed rokiem. W punktach sprzedaży detalicznej wartość sprzedanych towarów wyniosła 853,4 mld zł (spadek o 1,6%), z tego wartość żywności i napojów bezalkoholowych – 211,3 mld zł (wzrost o 6,5%), napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych – 72,7 mld zł (wzrost o 9,7%) i towarów nieżywnościowych – 569,4 mld zł (spadek o 5,5%). W placówkach gastronomicznych sprzedaż detaliczna wyniosła 37,2 mld zł (spadek o 26,1%).

Wykres 8. Struktura sprzedaży detalicznej (ceny bieżące)



Udział sprzedaży detalicznej zrealizowanej w 2020 r. przez podmioty gospodarcze o liczbie pracujących 50 i więcej osób wyniósł 54,2%, przez podmioty o liczbie pracujących do 9 osób – 27,6%, a przez przedsiębiorstwa o liczbie pracujących od 10 do 49 osób – 18,2%.

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

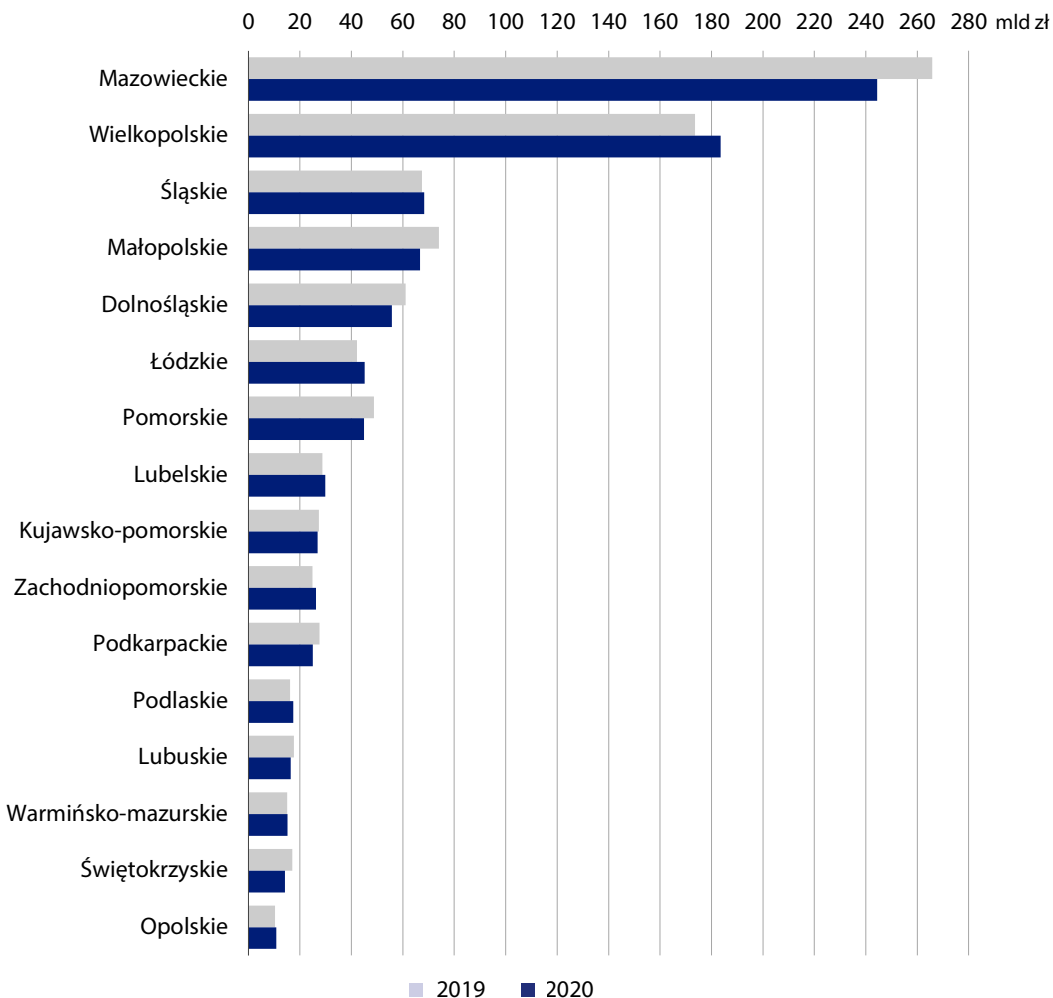
Sprzedaż w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 86,7% wartości sprzedaży detalicznej ogółem i jej udział był o 5,6 p.proc. wyższy niż przed rokiem. Pozostała sprzedaż była realizowana przez przedsiębiorstwa, których podstawowym rodzajem działalności nie był handel, lecz np. produkcja czy gastronomia.

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

Wyszczególnienie a – liczby bezwzględne b – analogiczny okres roku poprzedniego=100		2018	2019	2020
		w mln zł		
Ogółem	a	862066,3	917671,3	890637,1
	b	106,4	106,5	97,1
W tym przedsiębiorstwa handlowe	a	745846,6	744115,1	772257,1
	b	105,7	99,8	103,8
Żywność i napoje bezalkoholowe	a	222943,2	243414,2	244930,5
	b	104,2	109,2	100,6
Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe	a	66645,8	71154,6	75931,9
	b	105,0	106,8	106,7
Towary nieżywnościowe (bez wyrobów tytoniowych)	a	572477,3	603102,6	569774,8
	b	107,5	105,3	94,5

W 2020 r. sprzedaż detaliczna „ogółem” w cenach bieżących była niższa w porównaniu z rokiem poprzednim o 2,9%. Tyle samo województw w ub. roku odnotowało spadek sprzedaży, co jej wzrost. W województwie mazowieckim, którego udział w sprzedaży ogółem był dominujący i wyniósł 27,4% sprzedaż zmalała o 8,1%. Drugim województwem o znaczącym udziale w sprzedaży ogółem (20,6%) było województwo wielkopolskie, a przedsiębiorstwa posiadające siedzibę na jego terenie raportowały wzrost sprzedaży o 5,8%. Na kolejnych pozycjach uplasowały się województwa: śląskie – udział 7,7% (wzrost o 1,3%) oraz małopolskie – udział 7,5% (spadek o 9,9%).

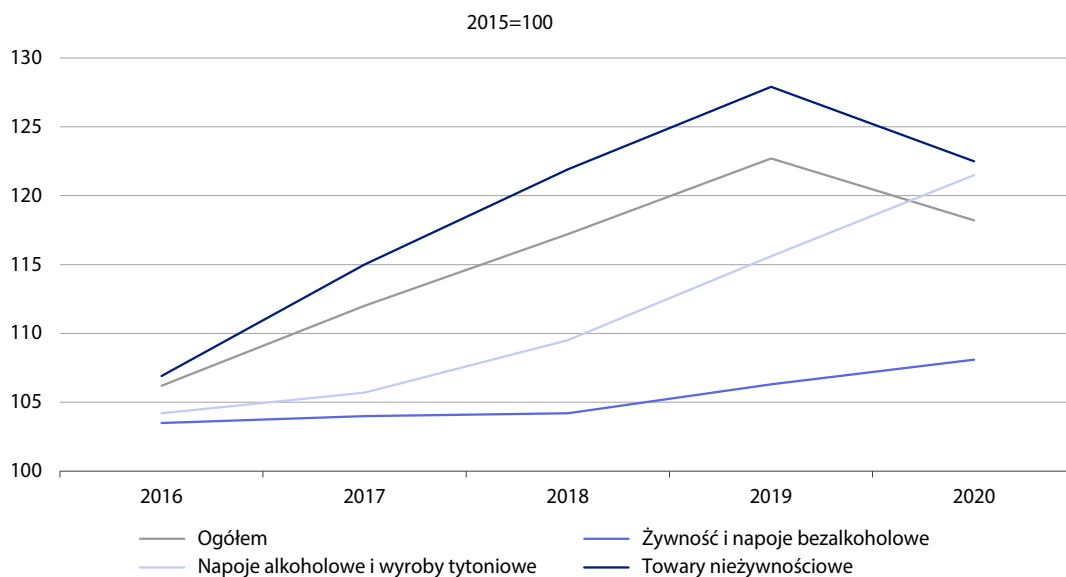
Wykres 10. Sprzedaż detaliczna według województw (ceny bieżące)^a



a Zgodnie z siedzibą przedsiębiorstwa.

W 2020 r. sprzedaż detaliczna w cenach stałych zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe była o 3,7% niższa niż przed rokiem (wobec wzrostu o 4,7% w 2019 r.). Największy spadek odnotowano w sprzedaży detalicznej towarów i wyrobów własnych w placówkach gastronomicznych (o 30,4%). Zmalała również sprzedaż w grupie „towary nieżywnościowe” (o 4,2%). Wzrost sprzedaży zaobserwowano natomiast w grupach: „napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe” (o 5,1%) oraz „żywność i napoje bezalkoholowe” (o 1,7%).

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



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

Sklepy

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

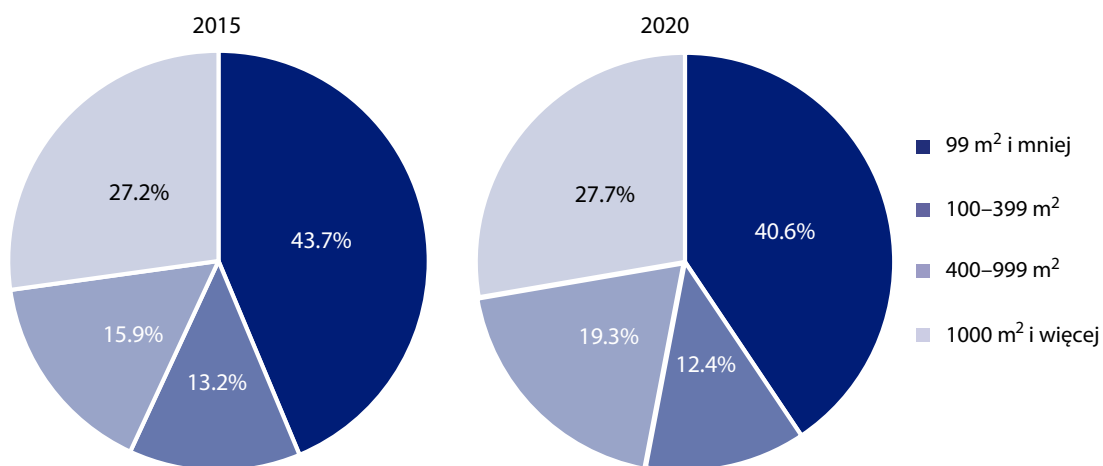
Jeżeli w dużych sklepach (np. w domach towarowych, domach handlowych, domach sprzedaży wysyłkowej) część powierzchni sprzedażowej została wdzierżawiona przez inną osobę prawną lub fizyczną, która na tej części powierzchni prowadzi sprzedaż detaliczną na własny rachunek – to ta część stanowi odrębny sklep.

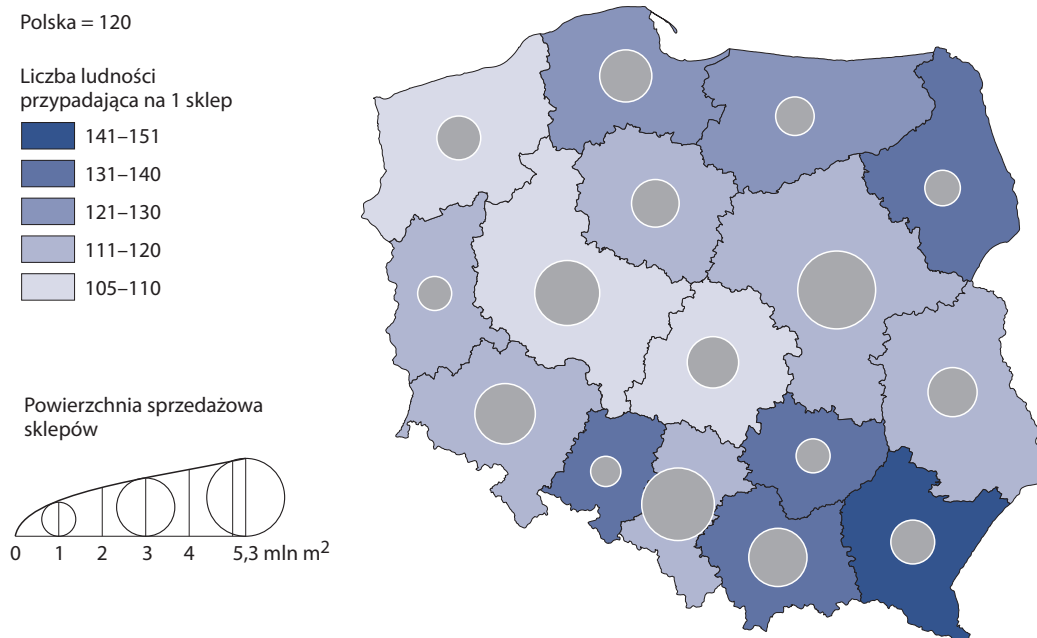
POWIERZCHNIA SPRZEDAŻOWA SKLEPU to część lokalu sklepowego, na której odbywa się sprzedaż towarów (tzn. część przeznaczona do eksponowania towarów i obsługi nabywców, bez tzw. zaplecza) mierzona w m².

Na koniec 2020 r. szacowana liczba sklepów w Polsce wyniosła blisko 320 tys. i była o 4,0% (o ok. 13,4 tys.) niższa niż przed rokiem, jednocześnie zmniejszyła się o 0,1% powierzchnia sprzedażowa sklepów i stanowiła wielkość ok. 37185 tys. m².

W porównaniu z poprzednim rokiem najwięcej powierzchni ubyło w sklepach z przedziału wielkości 100–299 m² o 7,2%, w sklepach z przedziału wielkości 300–399 m² o 2,5%, w sklepach o powierzchni sprzedażowej powyżej 2499 m² o 1,8%, zaś w sklepach o wielkości do 99 m² o 1,7%. Natomiast najwyższy procentowy przyrost powierzchni sprzedażowej miał miejsce w sklepach z przedziału wielkości 400–999 m² o 4,2%, nieznacznie przyrosła również powierzchnia sprzedażowa w sklepach z przedziału 2000–2499 m² o 0,8%.

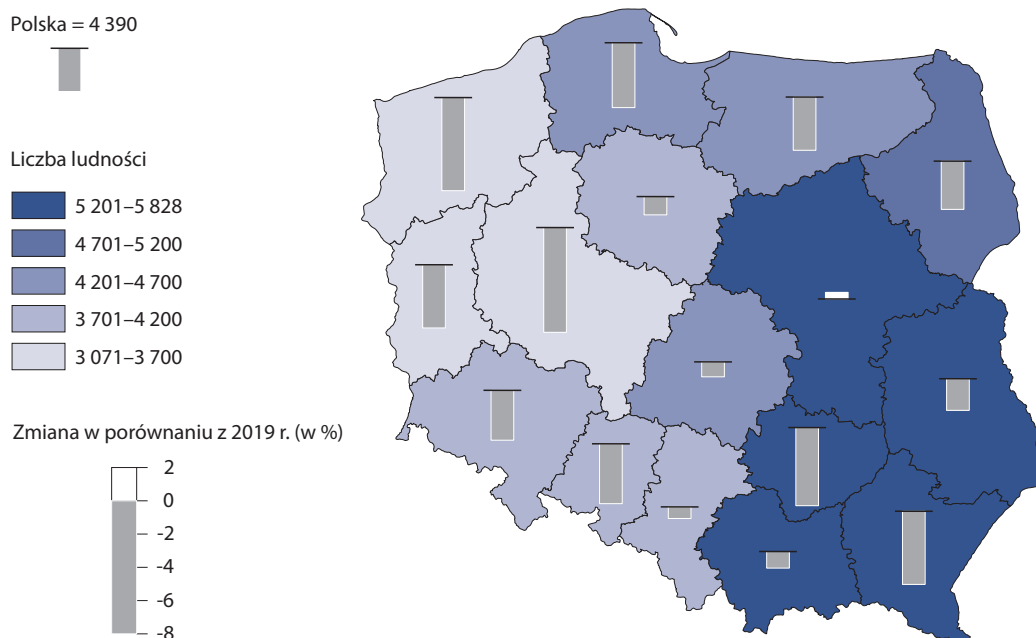
Wykres 12. Struktura powierzchni sprzedażowej sklepów



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

W układzie regionalnym najwięcej powierzchni sprzedażowej ubyło w sklepach zlokalizowanych w województwach: podkarpackim o ok. 312 tys. m² (o 15,4%), mazowieckim 151 tys. m² (o 2,8%), lubuskim 136 tys. m² (o 12,0%) i opolskim 135 tys. m² (o 13,8%). Zaś najwyższy wzrost powierzchni sprzedażowej zaobserwowano w sklepach położonych w województwie dolnośląskim o 278 tys. m² (o 9,5%) i lubelskim o 192 tys. m² (o 10,1%).

W 2020 r. na jeden sklep przypadało średnio 120 osób, podczas gdy w 2019 r. było to odpowiednio 115 osób.

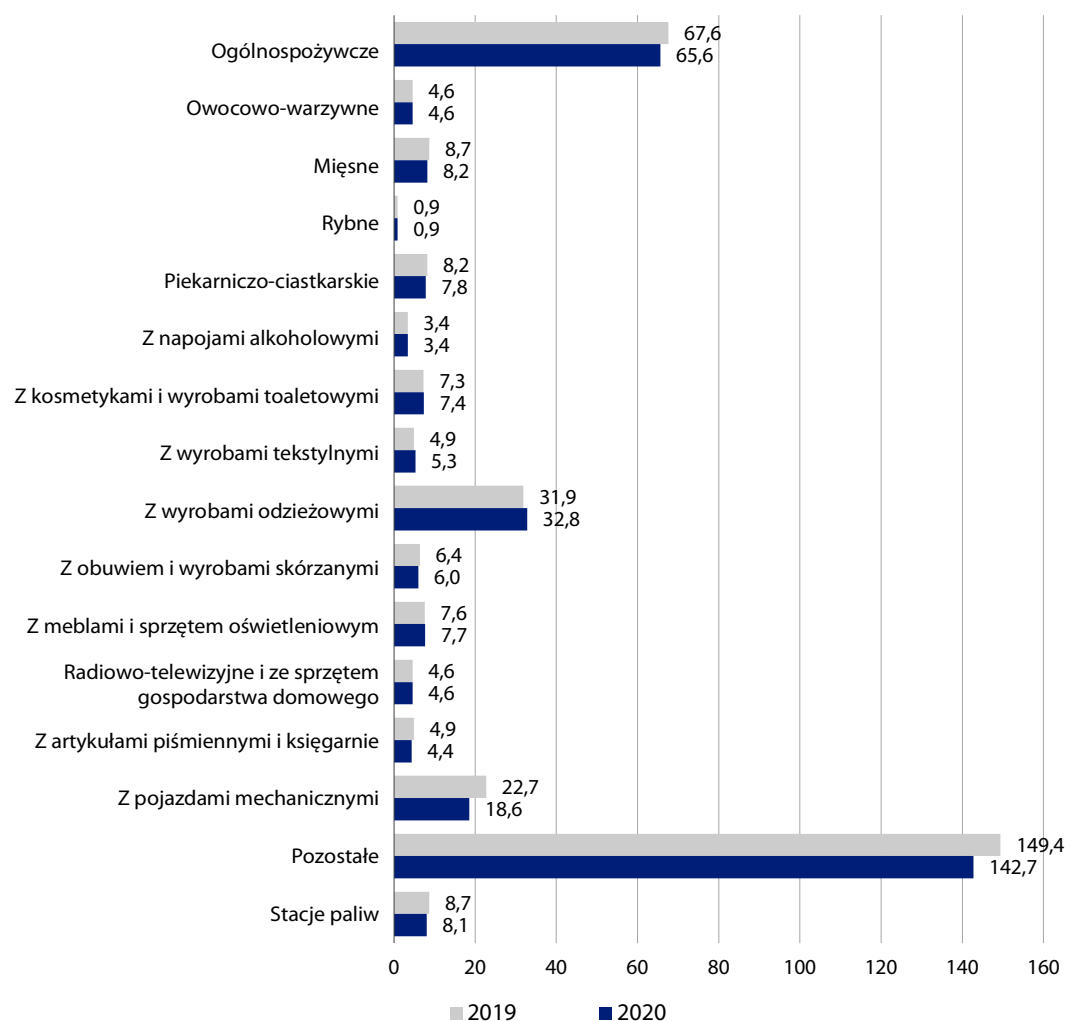
Mapa 2. Liczba ludności przypadająca na 1 supermarket i hipermarket według województw w 2020 r. (stan w dniu 31 XII)

W 2020 r. odnotowano wzrost łącznej liczby supermarketów i hipermarketów w porównaniu z rokiem poprzednim (o 2,4%), w wyniku czego na jeden sklep tych kategorii przypadało średnio 4390 osób, podczas gdy w 2019 r. było to 4509 osób.

W układzie regionalnym najwięcej ludności przypadającej na 1 supermarket i hipermarket odnotowano podobnie jak w ubiegłym roku w województwie podkarpackim (5828 osób, wobec 6095 osób w roku poprzednim), zaś najmniej osób – 3071 – w województwie lubuskim, gdzie w roku 2019 było to 3191 osób.

W 2020 r. szacowany udział wartości sprzedaży realizowanej łącznie przez supermarkety i hipermarkety w sprzedaży detalicznej w sklepach i na stacjach paliw stanowił 28,3% i był o 2,4 p.proc. wyższy niż przed rokiem.

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



Wyszacowana w 2020 r. liczba około 320 tys. sklepów prowadzona była przez ok. 255 tys. przedsiębiorstw. W odniesieniu do przedziałów podmiotów gospodarczych według liczby posiadanych sklepów największy spadek odnotowano w liczbie przedsiębiorstw prowadzących do 2 sklepów – o 9798 (o 3,8%), wobec spadku liczby tych przedsiębiorstw o 4544 (o 1,7%) w roku poprzednim oraz w podmiotach posiadających od 3 do 10 sklepów o 339 (o 7,2%).

Udział przedsiębiorstw prowadzących do 2 sklepów w 2020 r. wyniósł 97,9% i w porównaniu do poprzedniego roku zwiększył się o 0,1 p.proc.

W ogólnej liczbie 320 tys. sklepów podobnie jak w poprzednich latach największy udział stanowiły placówki o specjalizacji branżowej pozostałej (44,6%), ogólnospożywczej (20,5%) oraz z wyrobami odzieżowymi (10,3%). 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 branży sklepów pozostałych o 6,7 tys. sklepów (o 4,5%), w branży z pojazdami mechanicznymi o 4,1 tys. sklepów (o 18,2%) oraz w sklepach ogólnospożywczych o 2,0 tys. sklepów (o 2,9%).

Natomiast w czterech branżach zaobserwowano wzrost ilości sklepów. Najwięcej sklepów przybyło w branży z wyrobami odzieżowymi o 916 sklepów (o 2,9%) i z wyrobami włókienniczymi – o 371 sklepów (o 7,6%). Nieznacznie wzrosła liczba sklepów z kosmetykami i wyrobami toaletowymi o 84 obiekty (o 1,2%) oraz z meblami i sprzętem oświetleniowym o 26 obiektów (o 0,3%).

W grupie przedsiębiorstw, w których liczba pracujących wynosi powyżej 9 osób, liczba sklepów należących do podmiotów z kapitałem zagranicznym była niższa w 2020 r. o 6,7% w porównaniu z rokiem poprzednim, powierzchnia sprzedażowa tych sklepów zmniejszyła się o 0,3%.

Średnia powierzchnia sklepów przedsiębiorstw zagranicznych wyniosła 681,1 m² (odpowiednio w sklepach przedsiębiorstw własności prywatnej krajowej – 202,4 m²).

Udział powierzchni sklepów z kapitałem zagranicznym w powierzchni ogółem zwiększył się o 0,3 p.proc. w porównaniu z 2019 r.

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

Wyszczególnienie	2019	2020
Liczba sklepów	18653,0	17395,0
Udział w liczbie sklepów ogółem w %	5,6	5,4
Powierzchnia sklepów w tys. m ²	11878,0	11847,4
Udział w powierzchni ogółem w %	31,6	31,9

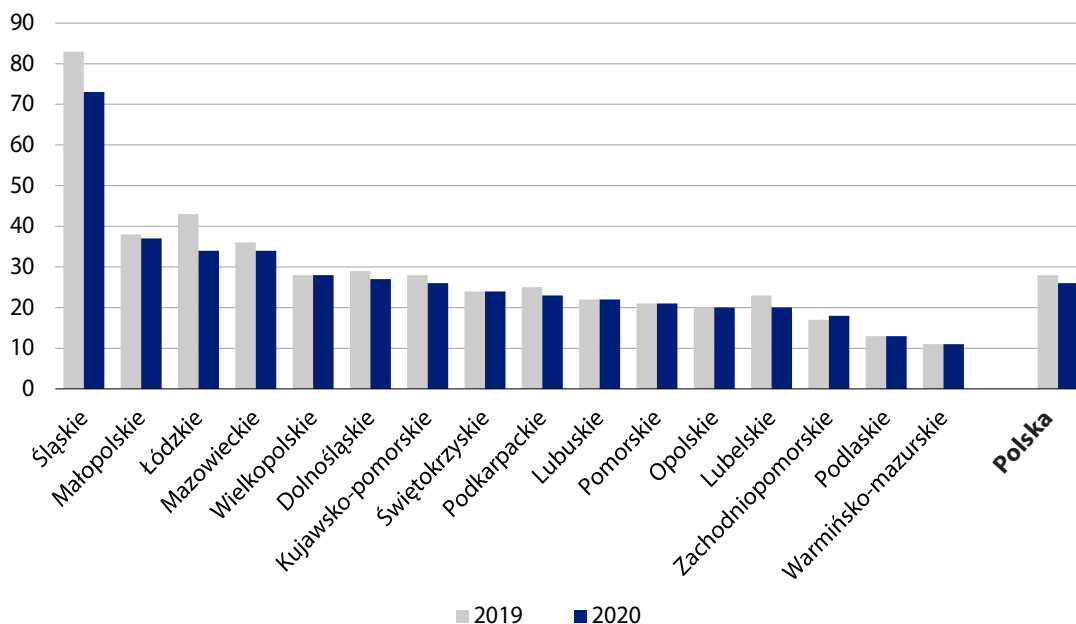
a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

Stacje paliw

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

Na koniec 2020 r. szacowana liczba stacji paliw wyniosła 8120 i była o 6,3% niższa niż w roku poprzednim. W układzie regionalnym największe zagęszczenie stacji paliw nadal występuje w województwie śląskim – w roku 2020 były to 73 obiekty na 1000 km² powierzchni. Najniższy wskaźnik zaobserwowano w województwie warmińsko-mazurskim, gdzie było to 11 obiektów, podczas gdy średnia dla Polski wyniosła 26 stacji paliw na 1000 km² powierzchni, wobec 28 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.

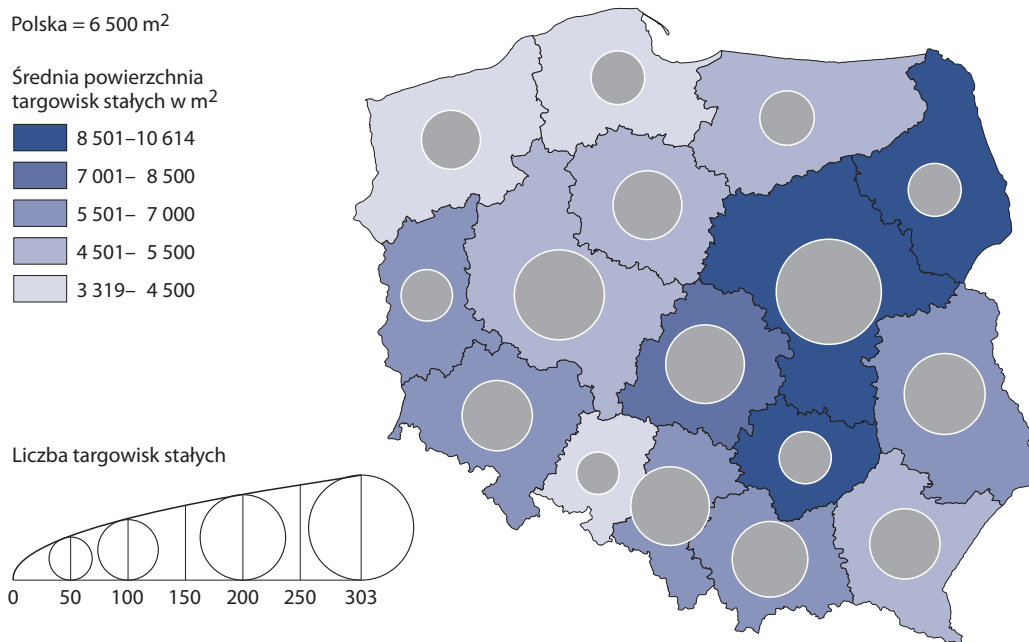
W 2020 r. w krajowej ewidencji prowadzonej przez gminne jednostki samorządowe zarejestrowanych było 2122 stałych targowisk (w tym 2047 targowisk z przewagą sprzedaży drobnodetalicznej). Ogólna liczba targowisk stałych w porównaniu z rokiem poprzednim była niższa o 37 obiektów. Najwięcej targowisk ubyło w województwie mazowieckim – 6 obiektów oraz po 5 obiektów w województwach łódzkim, pomorskim i wielkopolskim.

W porównaniu z rokiem poprzednim ogólna powierzchnia targowisk stałych zmniejszyła się o 1,8%. Największy spadek powierzchni targowiskowej miał miejsce w województwie mazowieckim (o 69,1 tys. m²), łódzkim (o 54,1tys. m²), świętokrzyskim (o 38,5 tys. m²) oraz pomorskim (o 37 tys. m²).

Na obszarze targowisk stałych dokonywano transakcji w ok. 86,6 tys. stałych punktach sprzedaży drobnodetalicznej, wśród których 45,7 tys. działało codziennie. Uzupełnieniem stałej sieci targowiskowej były targowiska sezonowe, których liczba w 2020 r. zmniejszyła się o 842 objekty.

Zarejestrowano wyraźnie niższe roczne wpływy z opłaty targowej (o 20,5%) w porównaniu z 2019 r.

Mapa 3. Targowiska stałe według województw w 2020 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.

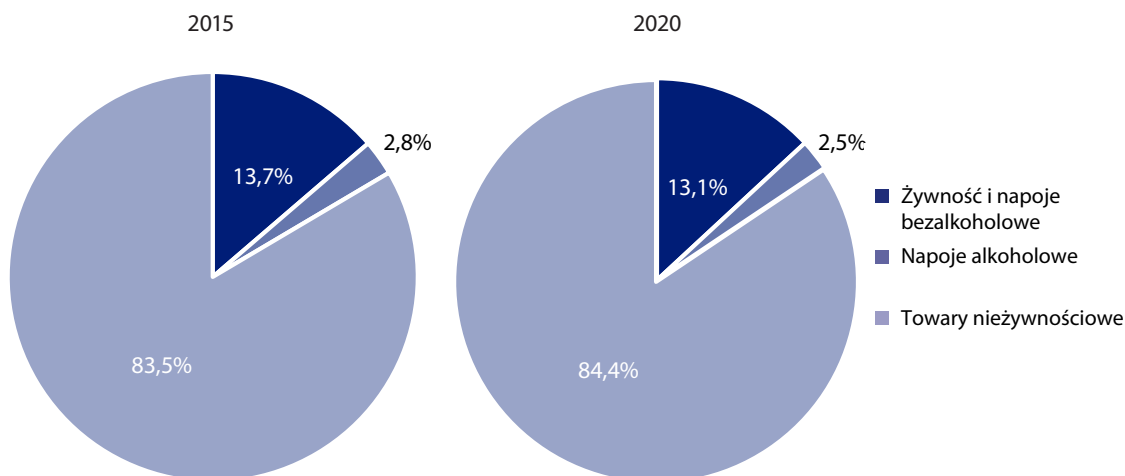
Szacuje się, że wartość sprzedaży hurtowej w 2020 r. w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 1474,9 mld zł i była o 0,4% niższa niż przed rokiem.

Spośród prezentowanych grup towarów spadek wartości sprzedaży hurtowej zaobserwowano w grupie żywność i napoje bezalkoholowe o 1,0% oraz w grupie towary nieżywnościowe o 0,4%. Wzrost wartości sprzedaży hurtowej odnotowano jedynie w grupie napoje alkoholowe o 3,8%.

W strukturze sprzedaży spadkowi uległ udział żywności i napojów bezalkoholowych o 0,1 p.proc., natomiast wzrósł udział napojów alkoholowych o 0,1 p.proc., zaś udział towarów nieżywnościowych w strukturze sprzedaży nie uległ zmianie.

Sprzedaż hurtowa realizowana przez przedsiębiorstwa z liczbą pracujących 50 osób i więcej stanowiła 47,6% i była o 0,5 p.proc. niższa w porównaniu z rokiem poprzednim.

Wykres 15. Struktura sprzedaży hurtowej (ceny bieżące)



Tablica 5. Sprzedaż hurtowa według grup (ceny bieżące)

Wyszczególnienie a – liczby bezwzględne b – analogiczny okres roku poprzedniego=100		2018	2019	2020
		w mln zł		
Ogółem	a	1417614,9	1480972,7	1474888,5
	b	110,2	104,5	99,6
W tym przedsiębiorstwa o liczbie pracujących 50 osób i więcej	a	664476,3	712182,3	702309,6
	b	111,1	107,2	98,6
Żywność i napoje bezalkoholowe	a	175604,1	195292,8	193298,3
	b	96,7	111,2	99,0
Napoje alkoholowe	a	32334,3	35367,6	36695,5
	b	103,9	109,4	103,8
Towary nieżywnościowe	a	1209676,5	1250312,3	1244894,7
	b	112,6	103,4	99,6

Placówki gastronomiczne

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

Sezonowe placówki gastronomiczne to placówki uruchamiane okresowo i działające nie dłużej niż sześć miesięcy w roku kalendarzowym.

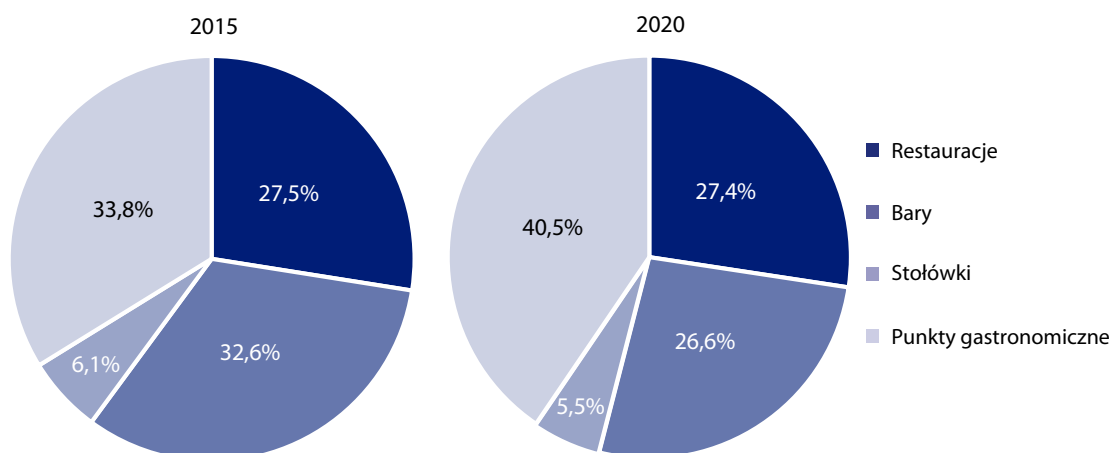
Do placówek gastronomicznych nie zalicza się tzw. punktów sprzedaży ruchomej i automatów sprzedażowych.

W 2020 r. liczbę placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych) w kraju oszacowano na ok. 64,4 tys., z czego 40,5% stanowiły punkty gastronomiczne, 27,4% – restauracje, 26,6% – bary, a stołówki – 5,5%. Ogólna liczba placówek gastronomicznych była mniejsza o 10,9% w porównaniu z 2019 r., ubyłoby wszystkich rodzajów placówek; stołówek o 23,3%, barów o 12,3%, restauracji o 11,7% oraz punktów gastronomicznych o 7,4%. Spadek liczby placówek gastronomicznych był głównie spowodowany wprowadzeniem długotrwałych ograniczeń w działalności tych placówek związanych z rozprzestrzenianiem się epidemii COVID-19.

Tablica 6. Placówki gastronomiczne

Wyszczególnienie	2018	2019	2020	
	liczba			2019=100
Ogółem	69829	72355	64449	89,1
Restauracje	19675	20015	17676	88,3
Bary	19317	19588	17170	87,7
Stołówki	4174	4585	3517	76,7
Punkty gastronomiczne	26663	28167	26086	92,6

Wykres 16. Struktura placówek gastronomicznych

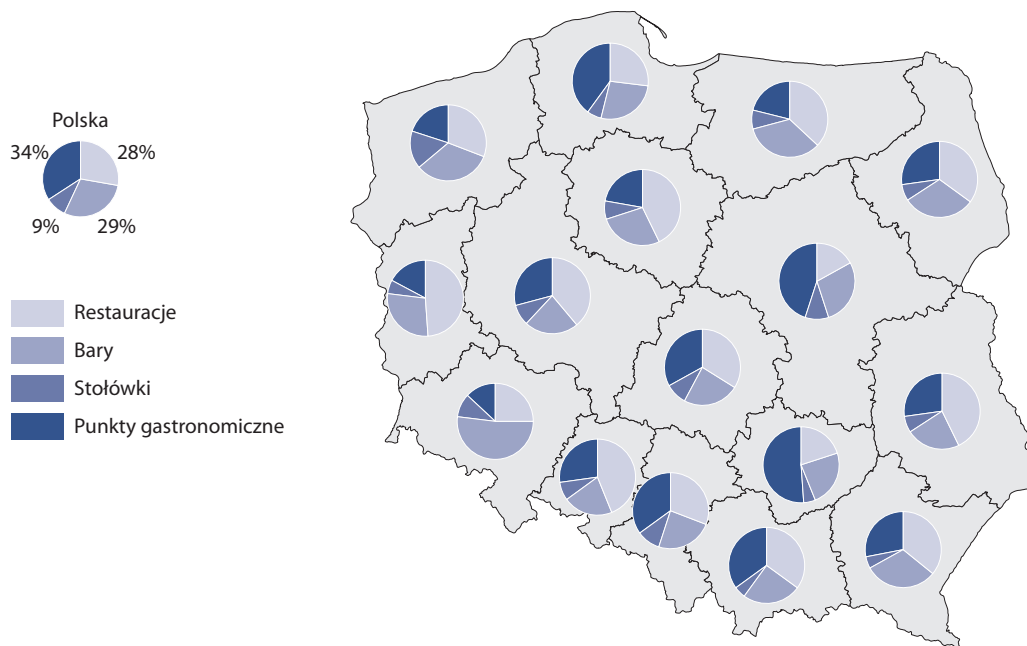


Sektor prywatny w gastronomii obejmował 98,7% wszystkich placówek gastronomicznych, w tym: 99,4% restauracji, 99,1% barów, 99,0% punktów gastronomicznych oraz 91,2% stołówek.

Liczba placówek gastronomicznych w przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób spadła w porównaniu z rokiem poprzednim o 12,3% i wyniosła 17778, co stanowiło 27,6% placówek gastronomicznych ogółem w Polsce. Spadek odnotowano we wszystkich rodzajach placówek gastronomicznych: w liczbie stołówek – o 23,3%, restauracji – o 14,9%, barów – o 10,2%, a punktów gastronomicznych – o 8,4%.

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 2020 r. przychody ogółem z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły zaledwie 37,6 mld zł i w porównaniu z rokiem poprzednim spadły o 26,0% z powodu wprowadzanych ograniczeń działalności związanych z epidemią COVID-19 (w cenach stałych były niższe o 30,4%). Z sektora prywatnego pochodziło 99,2% tej wartości, z sektora publicznego zaś – 0,8%.

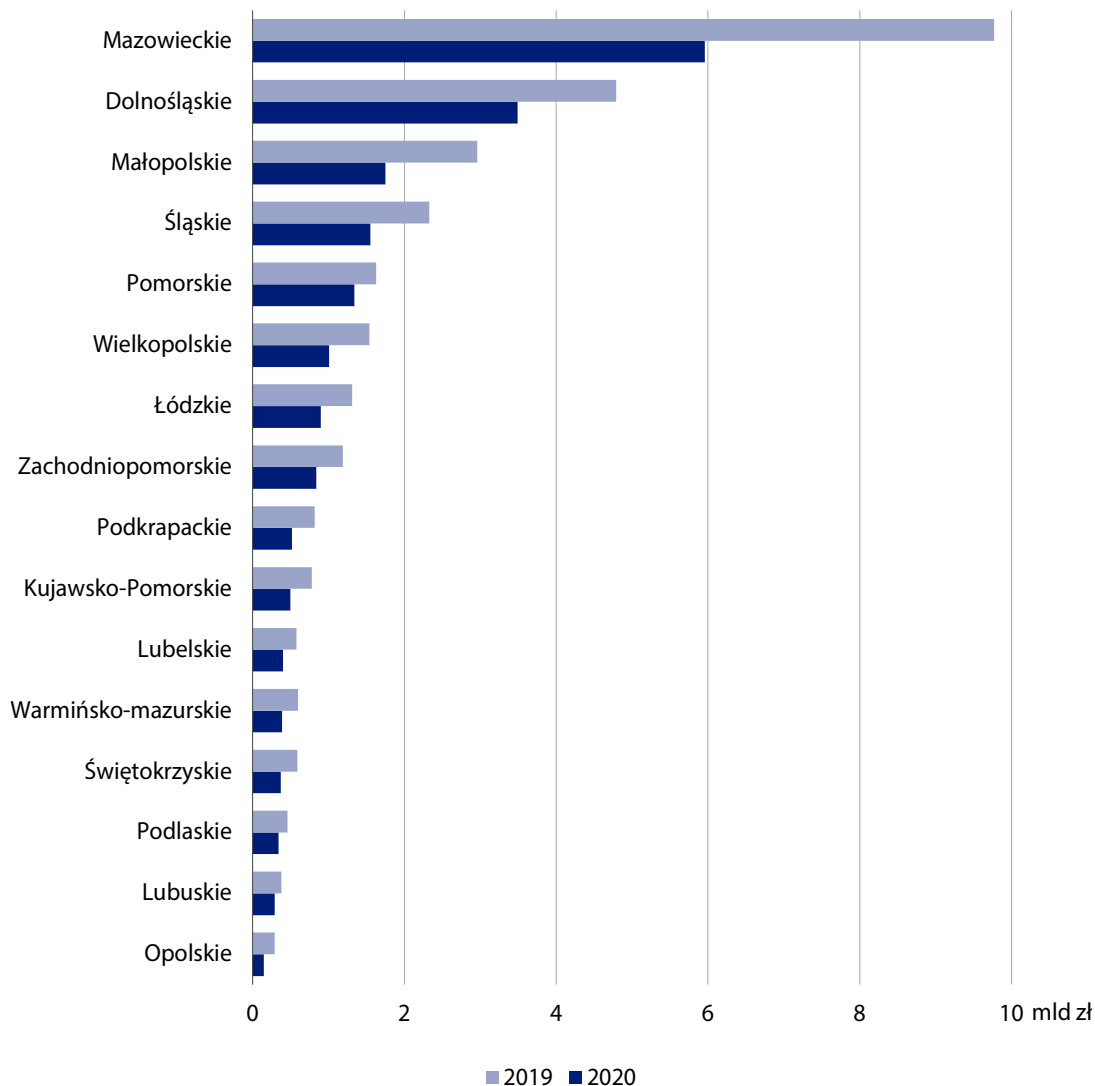
Z produkcji gastronomicznej pochodziło 86,6% wartości przychodów w cenach bieżących ogółem, 12,2% – ze sprzedaży towarów handlowych (w tym 8,5% – ze sprzedaży alkoholu i wyrobów tytoniowych) a 1,2% – z pozostałej działalności. We wszystkich rodzajach działalności gastronomicznej zanotowano spadek przychodów w porównaniu z poprzednim rokiem, największy w zakresie sprzedaży towarów handlowych (o 34,3%).

Tablica 7. Przychody z działalności gastronomicznej (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2018	2019	2020	
	w mln zł			2019=100
Przychody ogółem	43166,7	50904,0	37645,6	74,0
Ze sprzedaży towarów	6566,2	6985,8	4592,1	65,7
w tym ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych	4672,2	4842,7	3187,8	65,8
Z produkcji gastronomicznej	36001,8	43310,7	32596,4	75,3
Z pozostałej działalności	598,7	607,5	457,1	75,3

W przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób, przychody z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły 19,8 mld zł (spadek o 34,0% w porównaniu z rokiem poprzednim), co stanowiło 52,6% przychodów z działalności gastronomicznej ogółem w Polsce. Spadek przychodów odnotowano we wszystkich województwach, przy czym największy w ujęciu procentowym w województwie opolskim (o 47,3%), małopolskim (o 41,0%) i mazowieckim (o 39,0%). Najmniejszy spadek przychodów zaobserwowano w województwie pomorskim (o 18,0%), lubuskim (o 23,2%) oraz podlaskim (o 25,7%).

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 89,8% przychodów z działalności gastronomicznej przedsiębiorstw z liczbą pracujących powyżej 9 osób i wyniosły 17,8 mld zł.

Drugą pod względem wielkości grupę przychodów z działalności gastronomicznej (5,3%) stanowiły przychody ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych, które wyniosły ponad 1,0 mld zł.

Trzecią grupę z wartością ok 0,9 mld zł stanowiły przychody ze sprzedaży towarów handlowych (bez napojów alkoholowych), a ich udział w przychodach z działalności gastronomicznej badanych przedsiębiorstw wyniósł 4,6 %.

Przychody z pozostałej działalności stanowiły jedynie 0,4% przychodów ogółem i wyniosły poniżej 0,1 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 2020 r. w magazynach producentów średnie zapasy większości badanych artykułów były większe w porównaniu z poprzednim rokiem.

W grupie artykułów żywnościowych zdecydowanie większe były zapasy wód mineralnych naturalnych (stołowe, lecznicze itp.); dżemów owocowych; cukierków (bez czekoladowanych); ryb morskich mrożonych; wyrobów czekoladowanych; konserw i prezerw z ryb; zup i bulionów i preparatów do nich; wód mineralnych i napojów bezalkoholowych oraz wina gronowego z wermutem.

Zwiększyły się również zapasy m.in. czekolady (łącznie z białą); mleka i śmietany w postaci stałej; cukru; mąki żytniej; makaronu i mięsa wołowego.

Istotnie zmniejszyły się zapasy masła i pozostałych tłuszczów do smarowania; przetworów mięsnych i podrobowych ze zwierząt rzeźnych; herbaty; mąki pszennej; konserw, wędlin wyrobów wędliniarskich drobiowych; wędlin i kiełbas bez drobiowych.

Wśród artykułów nieżywnościowych odnotowano wyraźny wzrost zapasów odbiorników radiowych; bielizny osobistej z tkanin oraz zestawów stołowych i naczyń kuchennych z porcelany, również chińskiej. Większe były też zapasy m.in. zmywarek do naczyń typu domowego a także papierosów.

Znacznie mniejsze niż w 2019 r. były zapasy dywanów, chodników i wykładzin włókienniczych; odbiorników telewizyjnych; rajstop i rajtuzów; rowerów; bielizny osobistej z dzianin; odkurzaczy typu domowego; chłodziarek i zamrażarek typu domowego łącznie z chłodziarko-zamrażarkami; młynków i mikserów spożywczych, sokowirówek, z własnym silnikiem elektrycznym; oraz okryć i ubiorów z dzianin.

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 2020 roku wyższe były dostawy większości badanych artykułów konsumpcyjnych w porównaniu z rokiem poprzednim. Wzrost dostaw odnotowano głównie w zakresie artykułów żywnościowych.

O wiele wyższe niż w 2019 r. były dostawy owoców i orzechów zamrożonych, gotowanych lub niegotowanych; tłuszczów zwierzęcych topionych jadalnych; dżemów owocowych; mleka i śmietany w postaci stałej; kawy; herbaty oraz zup i bulionów i preparatów do nich.

Istotnie zwiększyły się również dostawy masła i pozostałych tłuszczów do smarowania; sera przetworzonego (ser topiony), z wyłączeniem tartego lub sproszkowanego; wyrobów czekoladowanych; makaronu; kompotów i owoców pasteryzowanych; konserw, wędlin wyrobów wędliniarskich drobiowych oraz mięsa wieprzowego.

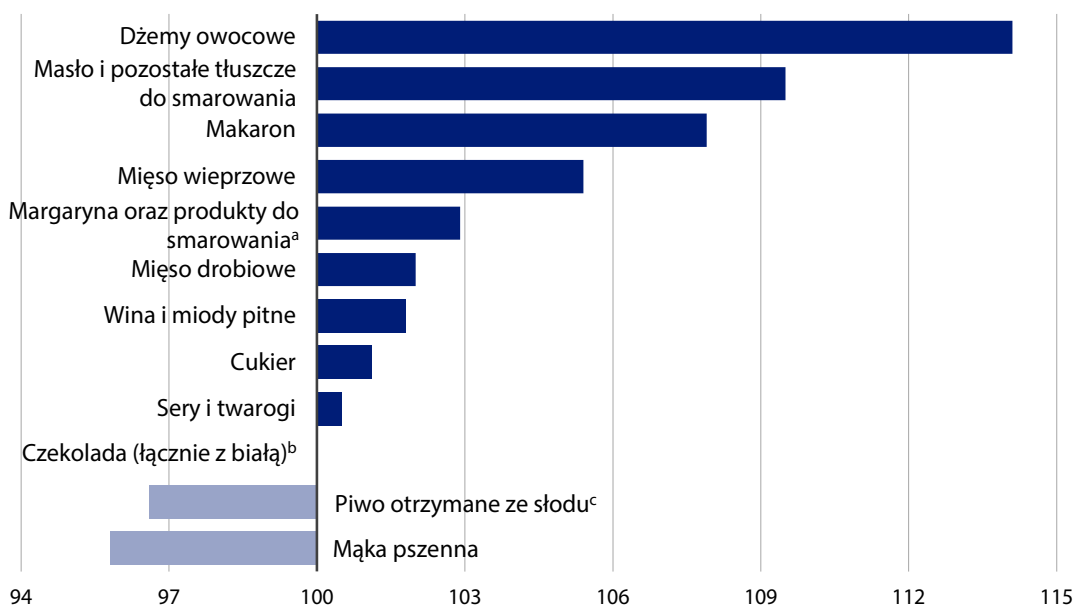
Zdecydowanie niższe były dostawy cukierków (bez czekoladowanych); wód mineralnych naturalnych (stołowe, lecznicze itp.); konserw i prezerw z ryb; mąki żytniej.

Znacznie niższe niż w roku poprzednim były dostawy sera podpuszczkowego dojrzewającego; wędlin; ryb morskich mrożonych; przetworów mięsnych i podrobowych ze zwierząt rzeźnych oraz wódki, likierów, innych napojów spirytusowych w przeliczeniu na 100% alkoholu.

Spośród artykułów nieżywnościowych wzrost dostaw zaobserwowano dla następujących artykułów gospodarstwa domowego: kuchnie elektryczne, gazowe i mieszane; zmywarki typu domowego; młynki i miksery spożywcze, sokowirówki, z własnym silnikiem elektrycznym; pralki automatyczne, a także chłodziarki i zamrażarki. Wzrosły także dostawy okryć i ubiorów z dzianin i tkanin oraz dywanów, chodników i wykładzin włókienniczych.

Niższe niż w roku poprzednim były m.in. dostawy odbiorników telewizyjnych; samochodów osobowych; papierosów z tytoniu lub mieszanek tytoniu z jego namiastkami; zestawów stołowych i naczyń kuchennych; odkurzaczy typu domowego; rowerów oraz opon do pojazdów samochodowych osobowych.

Wykres 18. Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2020 r.

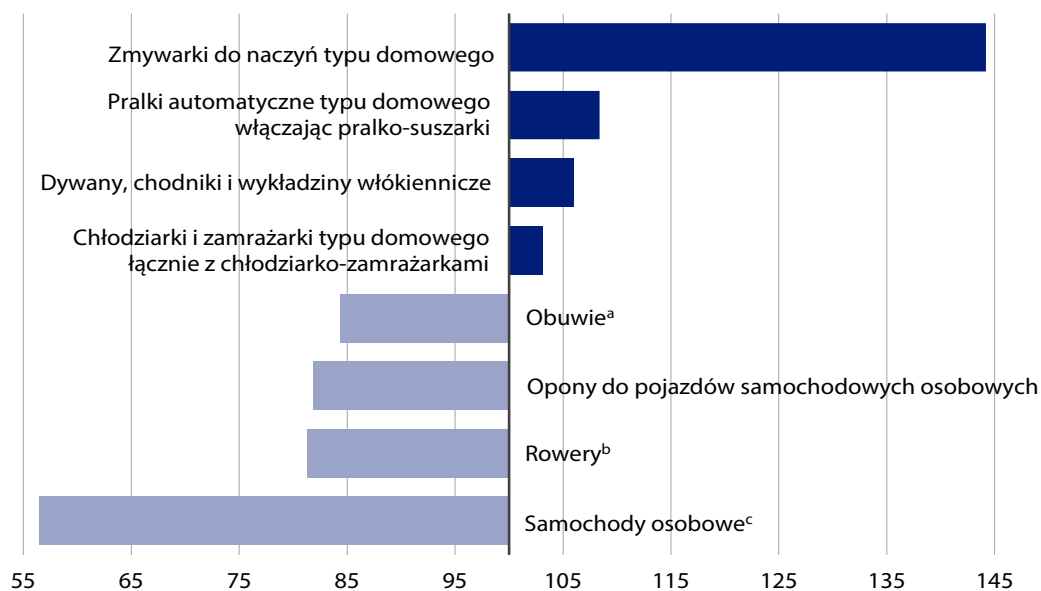


a O obniżonej lub niskiej zawartości tłuszczu, z wyjątkiem margaryny płynnej.

b Z czekoladkami i wyrobami czekoladowymi.

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

Wykres 19. Dynamika dostaw wybranych artykułów nieżywnościowych w 2020 r.



a łącznie z gumowym.

b łącznie z dziecięcymi.

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

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	Kwartałne 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

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 tabelach.
- 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 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 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, spaszanie, 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, 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).