



Rynek wewnętrzny w 2017 r.

Internal market in 2017



Rynek wewnętrzny w 2017 r.

Internal market in 2017

Opracowanie merytoryczne

Główny Urząd Statystyczny, Departament Handlu i Usług

Pod kierunkiem

Ewy Adach-Stankiewicz

Zespół autorski

Jolanta Biernat, Agata Dec, Joanna Konopka, Marta Nerlewska, Małgorzata Rajkowska

Skład i opracowanie graficzne

Marek Wilczyński

przy udziale

Elżbiety Lisiak, Anny Pasterkowskiej

Publikacja dostępna na stronie

<http://stat.gov.pl>

Przy publikowaniu danych GUS prosimy o podanie źródła.

Przedmowa

W roku jubileuszu 100-lecia działalności Głównego Urzędu Statystycznego przekazujemy Państwu kolejną edycję wydawanego co roku opracowania „Rynek wewnętrzny”. Bieżąca edycja publikacji została przygotowana w nowoczesnej formie graficznej i w nowej 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 bardziej szczegółowe informacje dotyczące wielkości sieci handlowych i gastronomicznych oraz ich infrastruktury w przekrojach regionalnych.

Oddając do Państwa rąk „Rynek wewnętrzny w 2017 r.” serdecznie dziękujemy wszystkim osobom i instytucjom za przekazanie informacji oraz uwag, które przyczynią się do kształtowania i wzbogacania treści kolejnych wydań tej publikacji.

Dyrektor
Departamentu Handlu i Usług



Ewa Adach-Stankiewicz

Prezes
Głównego Urzędu Statystycznego



dr Dominik Rozkrut

Spis treści

Przedmowa	3
Działalność usługowa w Polsce i w krajach Unii Europejskiej	7
Działalność handlowa	10
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	36

Objaśnienia znaków umownych

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

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 2017 r. w Polsce według wstępnych danych wartość dodana brutto wytworzona przez podmioty prowadzące działalności o charakterze usługowym stanowiła 63,9% 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.

Sprzedaż detaliczna w cenach bieżących zrealizowana w 2017 r. przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe wyniosła 810,2 mld zł i była o 7,3% wyższa niż przed rokiem, natomiast sprzedaż hurtowa w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 1286,6 mld zł i była o 13,2% wyższa niż przed rokiem.

Na koniec 2017 r. szacowana liczba sklepów w Polsce wyniosła nieco ponad 355 tys. i była o 3,3% niższa niż przed rokiem. Wzrosła natomiast powierzchnia sprzedażowa sklepów (o 0,4%) i stanowiła ona wielkość ok. 37257 tys. m². W porównaniu z rokiem poprzednim odnotowano spadek liczby sklepów w większości specjalizacji. Największy spadek miał miejsce w sklepach o specjalizacji: radiowo-telewizyjnej i ze sprzętem gospodarstwa domowego (o 11,5%), z artykułami piśmiennymi i księgarniami (o 10,6%), oraz z wyrobami włókienniczymi (o 7,7%). Szacowana liczba stacji paliw wyniosła 9326 i była o 2,5% wyższa niż w roku poprzednim. Największe zagęszczenie stacji paliw odnotowano w województwie śląskim - 95 obiektów na 1000 km² powierzchni.

Przychody ogółem z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły w 2017 r. ponad 39,1 mld zł i w porównaniu z rokiem poprzednim wzrosły o 9,7% (w cenach stałych były wyższe o 7,3%). Liczbę placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych) w kraju wyszacowano na ponad 70,1 tys., z czego 37,6% stanowiły punkty gastronomiczne, 28,7% - restauracje, 27,7% - bary, a stołówki - 6,0%. Ogólna liczba placówek gastronomicznych zwiększyła się o 1,0% w porównaniu z 2016 r.

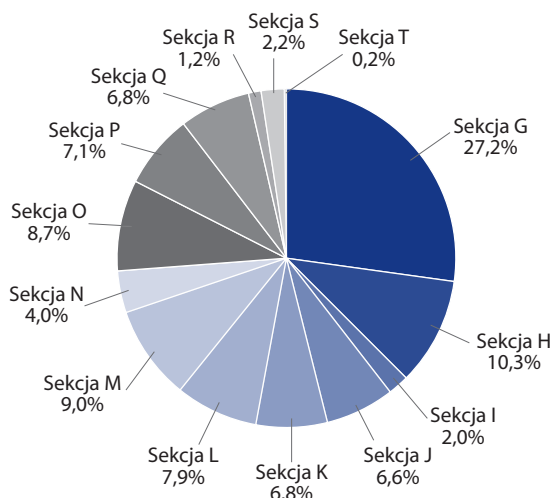
W 2017 r. w ramach zaopatrzenia rynku wewnętrznego dostawy większości badanych artykułów żywnościowych i nieżywnościowych były wyższe w porównaniu z rokiem poprzednim. Wzrost dostaw związany był z wzrostem produkcji i importu w wyniku lepszej koniunktury gospodarczej.

Działalność usługowa w Polsce i w krajach Unii Europejskiej

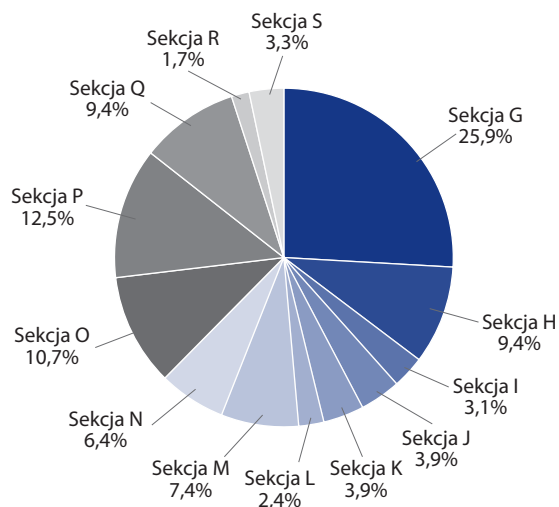
DZIAŁALNOŚĆ USŁUGOWA, zgodnie z przyjętą konwencją, to działalność jednostek, których podstawowy rodzaj działalności sklasyfikowano wg PKD w sekcjach: G – Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle; H – Transport i gospodarka magazynowa; I – Działalność związana 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 i świadczące usługi na własne potrzeby; U – Organizacje i zespoły eksterytorialne.

W 2017 r. w Polsce według wstępnych danych wartość dodana brutto wytworzona przez podmioty prowadzące działalności o charakterze usługowym stanowiła 63,9% 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 całej gospodarki narodowej oraz 27,2% wartości dodanej wytworzonej przez wszystkie jednostki prowadzące działalności o charakterze usługowym (spadek w porównaniu z rokiem poprzednim o 0,2 p. proc.). Udział drugiej pod względem wielkości wartości dodanej działalności usługowej, prowadzonej w zakresie transportu i gospodarki magazynowej (wg PKD sekcja H), ukształtował się na poziomie 10,3% (wzrost o 0,2 p. proc.), a trzecia pozycja należała do działalności profesjonalnej, naukowej i technicznej (wg PKD sekcja M), której udział wyniósł 9,0% (wzrost o 0,3 p. proc.). W porównaniu z poprzednim rokiem w największym stopniu (o 0,3 p. proc.) zmniejszył się udział działalności związanej z edukacją (wg PKD sekcja P).

Wykres 1. Struktura wartości dodanej brutto w usługach według sekcji PKD w 2017 r.



W końcu 2017 r. najwięcej osób (25,9% ogółu pracujących w podmiotach usługowych) pracowało w przedsiębiorstwach zaliczanych do sekcji „Handel i naprawa pojazdów samochodowych” (wg PKD sekcja G). Drugie miejsce ze względu na liczbę pracujących przypadło działalności edukacyjnej (wg PKD sekcja P) – 12,5%, a kolejne sekcji „Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne” (wg PKD sekcja O) – 10,7%.

Wykres 2. Struktura pracujących w usługach według sekcji PKD w 2017 r.

W 2017 r. działalnością dominującą wśród jednostek usługowych pod względem przeciętnego zatrudnienia była również działalność handlowa, w której zatrudnionych było 1675,9 tys. osób (wzrost w porównaniu z 2016 r. o 2,4%). Drugą pozycję zajęła działalność edukacyjna (wg PKD sekcja P) z przeciętnym zatrudnieniem 1062,5 tys. osób (wzrost o 0,4% w porównaniu z rokiem poprzednim). Najwyższy procentowy wzrost przeciętnego zatrudnienia wśród działalności usługowych odnotowano w sekcji N „Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca” – o 8,8%, natomiast spadek został wykazany w działalności finansowej i ubezpieczeniowej (wg PKD sekcja K) – o 3,4% oraz w opiece zdrowotnej i pomocy społecznej (wg PKD sekcja Q) o 1,6%. Najniższe przeciętne zatrudnienie na poziomie 124,6 tys. osób odnotowano w sekcji R „Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją”, pomimo iż w porównaniu z 2016 r. wzrosło ono o 0,8%.

Najwyższe przeciętne wynagrodzenie brutto w 2017 r. odnotowano w sekcji „Informacja i komunikacja” (wg PKD sekcja J) – 7410 zł, „Działalność finansowa i ubezpieczenia” (wg PKD sekcja K) – 7075 zł, oraz „Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna” (wg PKD sekcja M) – 5323 zł. Z kolei najniższe przeciętne wynagrodzenie brutto na poziomie 2800 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 3717 zł. W porównaniu z 2016 r. odnotowano wzrost o 7,1% i był to najwyższy procentowy wzrost przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia spośród działalności usługowych. Znaczący wzrost przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia zaobserwowano również w sekcji I „Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi” – o 6,9%.

W 2017 r. wartość dodana będąca efektem działalności przedsiębiorstw usługowych stanowiła przeważającą część wartości dodanej wytworzonej w krajach Unii Europejskiej. Wśród krajów członkowskich UE najwyższy udział wartości dodanej wytworzonej przez usługi odnotowano w Luksemburgu – 86,9%, na Malcie – 85,1% oraz na Cyprze – 84,7%. Duży udział w wartości dodanej całej gospodarki usługi stanowią w takich krajach jak Wielka Brytania (79,2%), Grecja (79,0%), Francja (78,8%), czy Holandia (78,5%). W krajach Europy Środkowowschodniej udział ten kształtował się na poziomie od 60,7% w Czechach do 73,8% na Łotwie, w Polsce stanowił 63,9%.

W odniesieniu do 2010 r. najbardziej znaczący wzrost udziału działalności usługowej w tworzeniu wartości dodanej wykazała Rumunia (o 10,2 p. proc.), Malta (o 6,9 p. proc.), Szwecja (o 4,2 p. proc.) oraz Cypr (o 3,8 p. proc.). W Polsce w 2017 r. zaobserwowano taki sam udział usług jak w 2010 r. Największy spadek udziału usług w porównaniu z 2010 r. zanotowano w Irlandii (o 13,1 p. proc.) oraz w Słowenii (2,2 p. proc.) i w Grecji (o 2,1 p. proc.).

Tablica 1. Udział wartości dodanej brutto w usługach w wartości dodanej brutto wytworzonej w gospodarce narodowej (ceny bieżące) – PKD 2007

Kraje	Lata	Udział w %	Kraje	Lata	Udział w %
Austria	2010	69,9	Litwa	2010	67,6
	2017	70,3		2017	67,6
Belgia	2010	76,0	Luksemburg	2010	87,0
	2017	77,2		2017	86,9
Bułgaria	2010	67,8	Łotwa	2010	72,2
	2017	66,9		2017	73,8
Chorwacja	2010	68,6	Malta	2010	78,2
	2017	70,1		2017	85,1
Cypr	2010	80,9	Niemcy	2010	69,1
	2017	84,7		2017	68,1
Czechy	2010	61,5	Polska	2010	63,9
	2017	60,7		2017	63,9
Dania	2010	75,8	Portugalia	2010	75,2
	2017	75,8		2017	75,3
Estonia	2010	68,8	Rumunia	2010	51,8
	2017	69,1		2017	62,0
Finlandia	2010	67,3	Słowacja	2010	62,0
	2017	69,1		2017	61,7
Francja	2010	78,4	Słowenia	2010	67,4
	2017	78,8		2017	65,2
Grecja	2010	81,1	Szwecja	2010	69,5
	2017	79,0		2017	73,7
Hiszpania	2010	71,4	Węgry	2010	66,6
	2017	72,9		2017	65,3
Holandia	2010	76,1	W. Brytania	2010	79,4
	2017	78,5		2017	79,2
Irlandia	2010	73,3	Włochy	2010	73,7
	2017	60,2		2017	73,8

Źródło: Eurostat, z dn. 04.10.2018 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 (wyrubu lub usługi), pomniejszona o podatki od produktów oraz ewentualne rabaty i opusty, powiększona o dotacje otrzymane do danego produktu.

W 2017 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	2014	2015	2016	2017
Udział handlu w tworzeniu PKB w %	15,8	15,6	15,4	15,3
Udział handlu w wartości dodanej brutto w %	17,8	17,6	17,5	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.

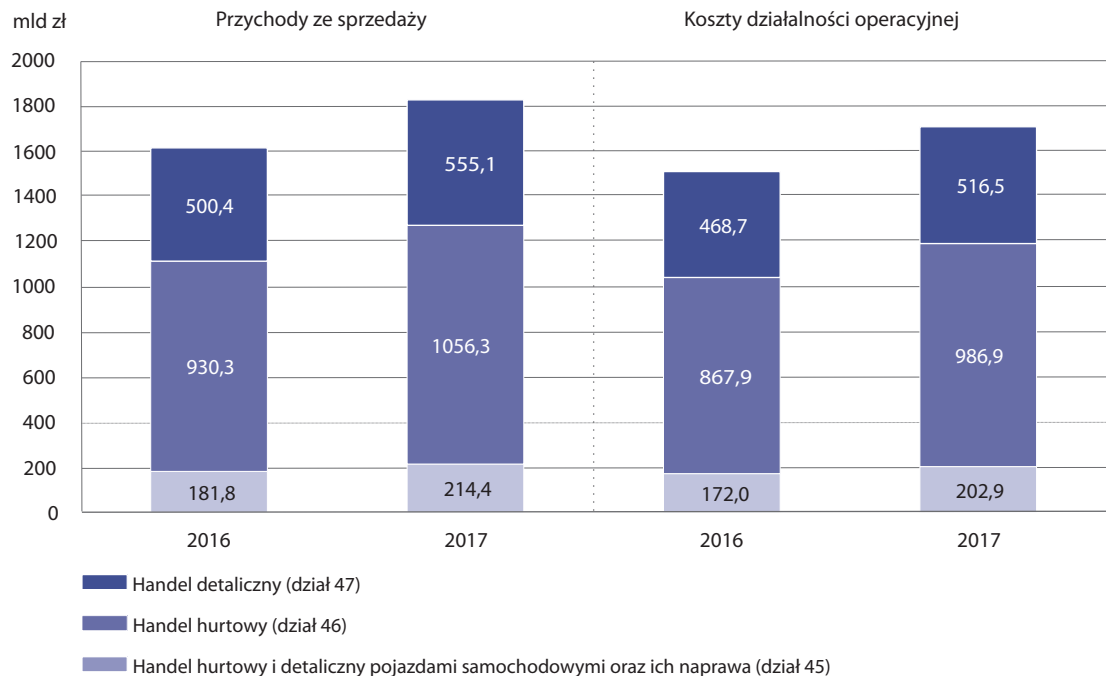
W 2017 r. wartość przychodów ze sprzedaży w cenach bieżących osiągnięta przez przedsiębiorstwa handlowe ukształtowała się na poziomie 1826,0 mld zł (tj. o 13,2% wyższym niż w roku poprzednim). Największa część tych przychodów zrealizowana była przez przedsiębiorstwa prowadzące działalność hurtową 57,9%. Udział handlu detalicznego wyniósł 30,4% natomiast handlu hurtowego i detalicznego pojazdami samochodowymi oraz ich naprawą 11,7%. Przedsiębiorstwa z liczbą pracujących powyżej 49 osób osiągnęły przychody na poziomie 867,7 mld zł czyli 47,5% przychodów ogółem, przedsiębiorstwa z liczbą pracujących od 10 do 49 osób uzyskały przychody w wysokości 479,5 mld zł (odpowiednio 26,3% ogółu przychodów), a przychody przedsiębiorstw z liczbą pracujących 9 i mniej osób wyniosły 478,7 mld zł, co stanowi 26,2% przychodów ogółem. Przychody ze sprzedaży towarów i materiałów stanowiły 91,6% ogólnej wartości przychodów ze sprzedaży i zrównanych z nimi przedsiębiorstw handlowych.

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

ZUŻYCIEM POSREDNIE 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).

Koszty działalności operacyjnej poniesione przez podmioty z liczbą pracujących powyżej 49 osób wyniosły 811,3 mld zł i stanowiły 47,5% ogółu kosztów operacyjnych wykazanych przez podmioty handlowe, podczas gdy przedsiębiorstwa z liczbą pracujących od 10 do 49 osób poniosły koszty w wysokości 454,3 mld zł, a podmioty z liczbą pracujących 9 i mniej osób 440,7 mld zł. Znaczący udział w kosztach stanowiły koszty zatrudnienia (5,6%). Najwyższy udział kosztów zatrudnienia w kosztach działalności operacyjnej odnotowano dla podmiotów z liczbą pracujących powyżej 49 osób (6,3%).

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



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, która stanowi różnicę 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 kwoty doliczanych do cen zbytu lub cen hurtowych.

Średnia marża brutto zrealizowana w 2017 r. przez jednostki handlowe (zaklasyfikowane do sekcji G „Handel, naprawa pojazdów samochodowych”) wyniosła 16,5% i była o 0,2 mniejsza niż w roku ubiegłym. Najwyższe marże wyrażone w procentach pozyskiwane były przez przedsiębiorstwa handlu detalicznego.

Przepływ towarów handlowych

Istotnym elementem umożliwiającym ocenę kanałów dystrybucji i cyrkulacji towarów jest analiza struktury przychodów według typów klientów oraz podział dokonanych zakupów w przedsiębiorstwach handlowych według typów dostawców (tablice nr 18 i 19). Zarówno zachowania przedsiębiorstw hurtowych i detalicznych w wyborze swoich dostawców, jak i struktura ich klientów pozostały stabilne. W przedsiębiorstwach handlowych - hurtowych i detalicznych, udział zakupów bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych oraz bezpośrednio z importu utrzymał się na zbliżonym poziomie w porównaniu z poprzednim okresem. Przedsiębiorstwa handlowe dokonywały w ok. 51% zakupów bezpośrednio u producentów i wytwórców krajowych, bezpośredni import stanowił nieco ponad 25%, a na poziomie ok. 23% ukształtowały się zakupy u hurtowników. W zależności od rodzaju prowadzonej działalności handlowej (handel hurtowy czy detaliczny) struktura dokonywanych zakupów była bardziej zróżnicowana.

W zakresie handlu hurtowego ok. 50% przedsiębiorstw zaopatrywało się u producentów i wytwórców krajowych, natomiast nieco ponad 29% bezpośrednio z importu. Udział zakupów hurtownik – hurtownik uległ niewielkiemu spadkowi i wyniósł ok. 21%.

W handlu detalicznym zakupów towarów dokonywano głównie bezpośrednio u producentów i wytwórców krajowych (nieco ponad 57%), rzadziej u hurtowników (ok. 25%), a udział zakupów bezpośrednio z importu uległ niewielkiemu wzrostowi i stanowił prawie 17%.

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

W strukturze przychodów ze sprzedaży przedsiębiorstw hurtowych blisko 43% przychodów pochodziło ze sprzedaży do hurtu, nieco ponad 30% przychodów uzyskano od handlowców detalicznych, a ok. 18% od producentów krajowych. Bezpośrednie wpływy od konsumentów indywidualnych stanowiły 5%.

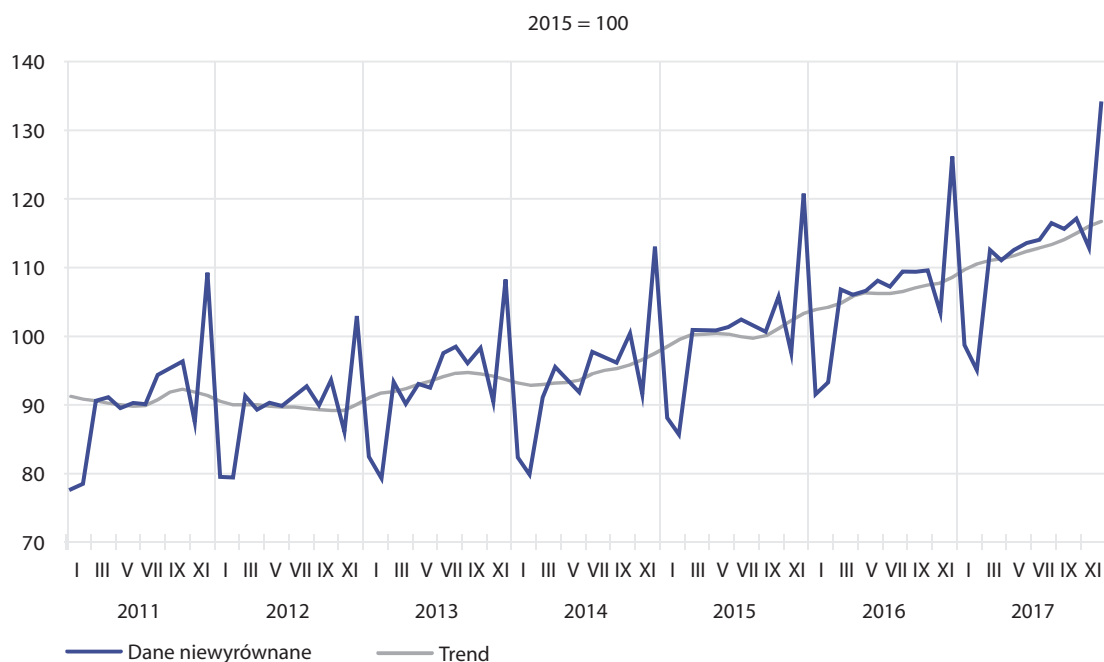
a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

Obroty w handlu detalicznym

OBROT Y 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).

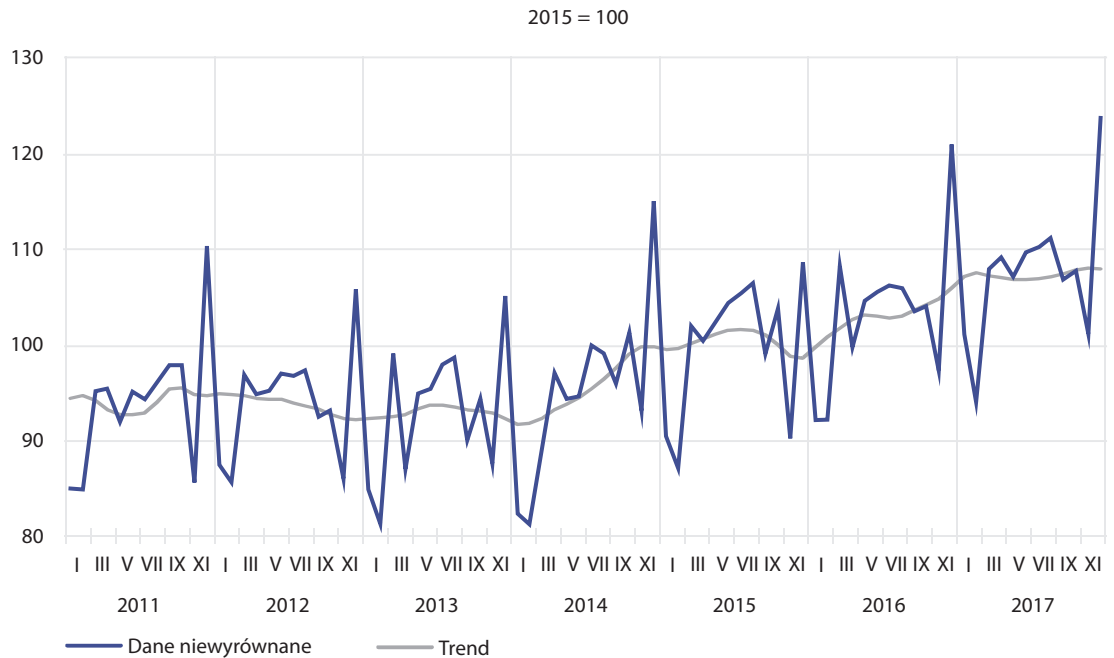
W 2017 r. obroty w handlu detalicznym (w cenach stałych) były wyższe o 5,9% w porównaniu z rokiem poprzednim. Wzrost obrotów zanotowano zarówno w podmiotach sprzedających towary nieżywnościowe (o 6,8%), jak i w przedsiębiorstwach sprzedających żywność, napoje, wyroby tytoniowe (o 4,0%). Obroty przedsiębiorstw zajmujących się sprzedażą detaliczną paliw wzrosły o 3,8%.

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



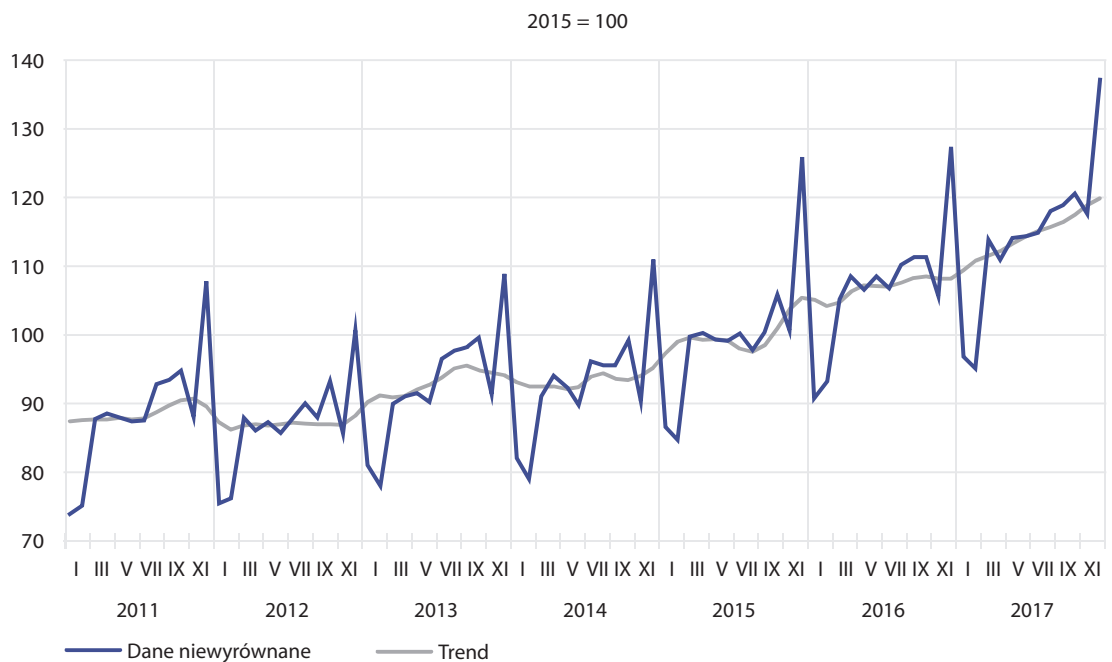
^a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do klasy 47.

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



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

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

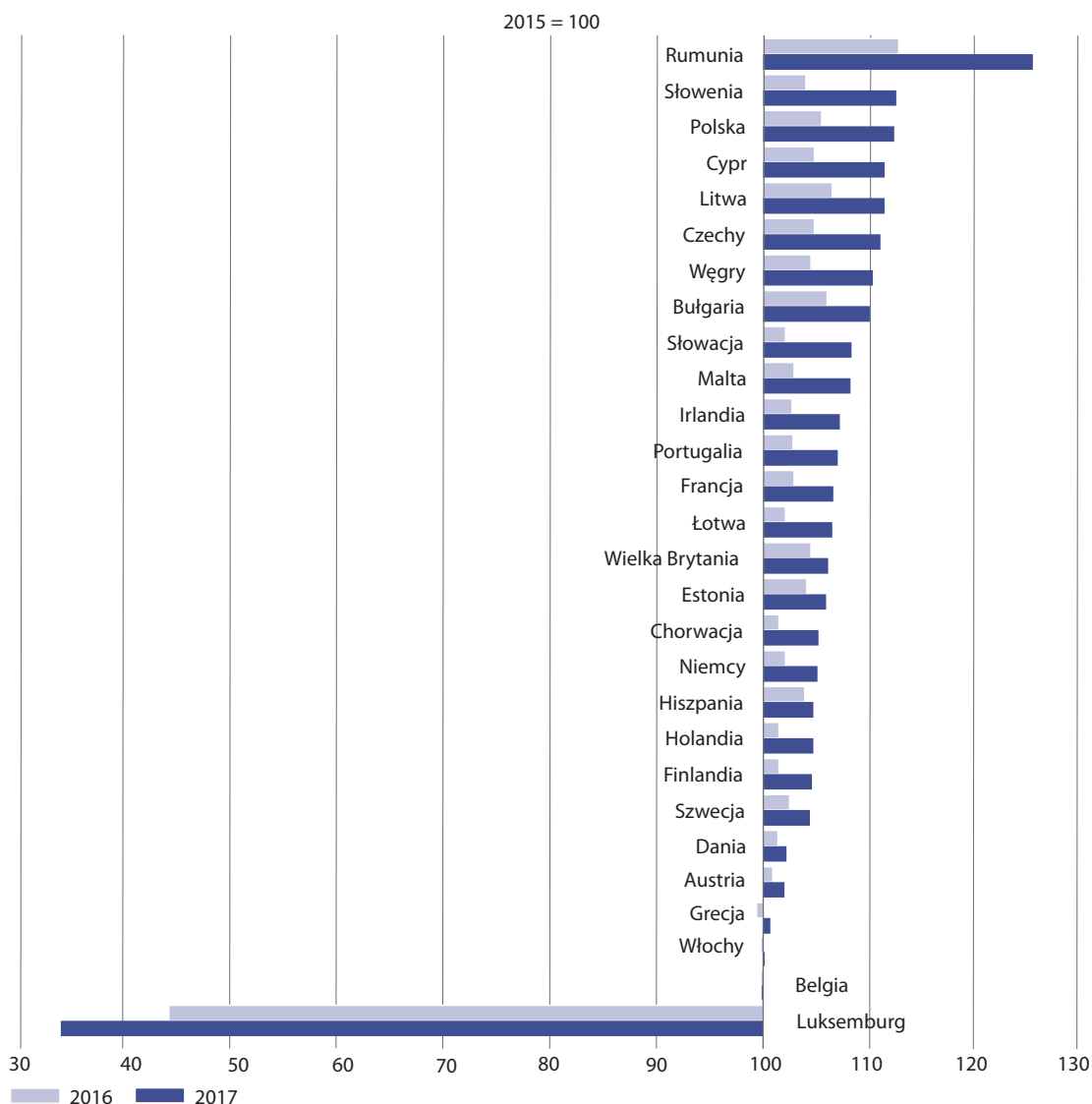


^a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do klasy 47.19 i grup: 47.3—47.9.

W 2017 r. obroty w handlu detalicznym krajów UE były wyższe w porównaniu z rokiem bazowym (2015=100) o 5,1%. Największy wzrost zanotowano w Rumunii (o 25,3%), Słowenii (o 12,5%) oraz w Polsce (o 12,3%). Spośród krajów o największym znaczeniu dla europejskiej gospodarki odnotowano wzrost obrotów we Francji (o 6,6%) w Wielkiej Brytanii (o 6,1%) i w Niemczech (o 5,1%). W 2017 r. dużo niższe obroty w porównaniu z rokiem 2015 zaobserwowano w Luksemburgu (spadek o 65,8%), co było związane ze zmianą klasyfikacji działalności gospodarczej na niehandlową znaczących jednostek. Niewielki spadek obrotów wystąpił również w Belgii (o 0,2%).

W porównaniu z rokiem poprzednim obroty w 2017 r. w większości krajów były wyższe, za wyjątkiem Luksemburga oraz Belgii.

Wykres 7. Dynamika w handlu detalicznym krajów UE^a



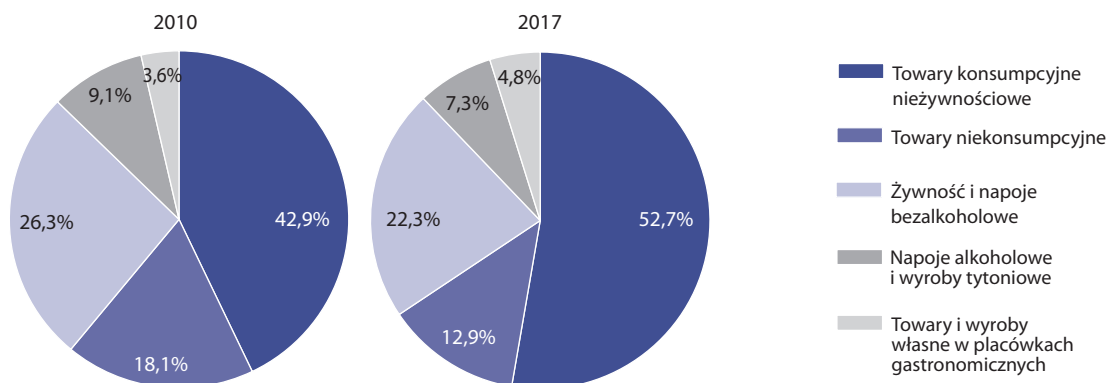
^a Dane wyrównane dniami roboczymi.
Źródło: Eurostat, dane krótkookresowe (październik 2018)

Sprzedaż detaliczna

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

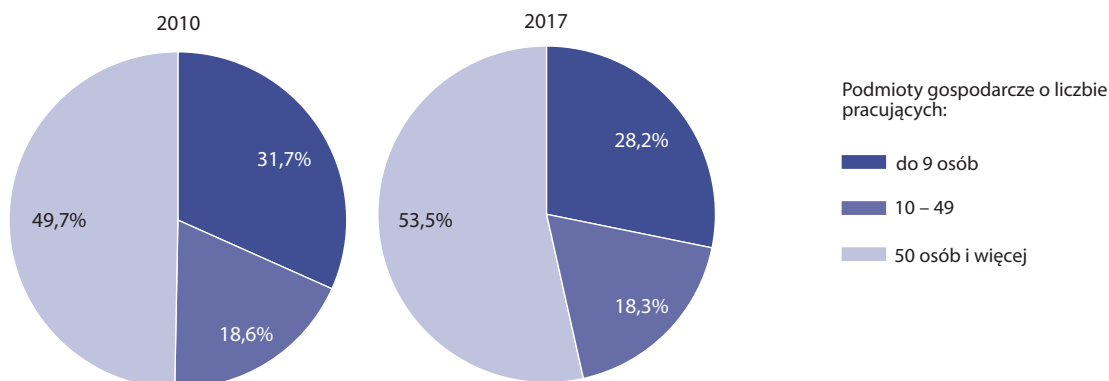
W 2017 r. sprzedaż detaliczna w cenach bieżących zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe wyniosła 810,2 mld zł i była o 7,3% wyższa niż przed rokiem. W punktach sprzedaży detalicznej wartość sprzedanych towarów wyniosła 771,7 mld zł (wzrost o 7,2%), z tego wartość żywności i napojów bezalkoholowych - 180,4 mld zł (wzrost o 4,7%), napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych - 58,9 mld zł (wzrost o 2,5%) i towarów nieżywnościowych - 532,4 mld zł (wzrost o 8,6%). W placówkach gastronomicznych sprzedaż detaliczna wyniosła 38,6 mld zł (wzrost o 9,8%).

Wykres 8. Struktura sprzedaży detalicznej (ceny bieżące)



Udział sprzedaży detalicznej zrealizowanej w 2017 r. przez podmioty gospodarcze o liczbie pracujących 50 i więcej osób wyniósł 53,5%, przez podmioty o liczbie pracujących do 9 osób - 28,2%, a przez przedsiębiorstwa o liczbie pracujących od 10 do 49 osób - 18,3%.

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



Sprzedaż w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 87,1% wartości sprzedaży detalicznej ogółem i jej udział był o 0,3 p. proc. niższy niż przed rokiem. Pozostała sprzedaż była realizowana przez przedsiębiorstwa, których podstawowym rodzajem działalności nie był handel, lecz np. produkcja czy gastronomia.

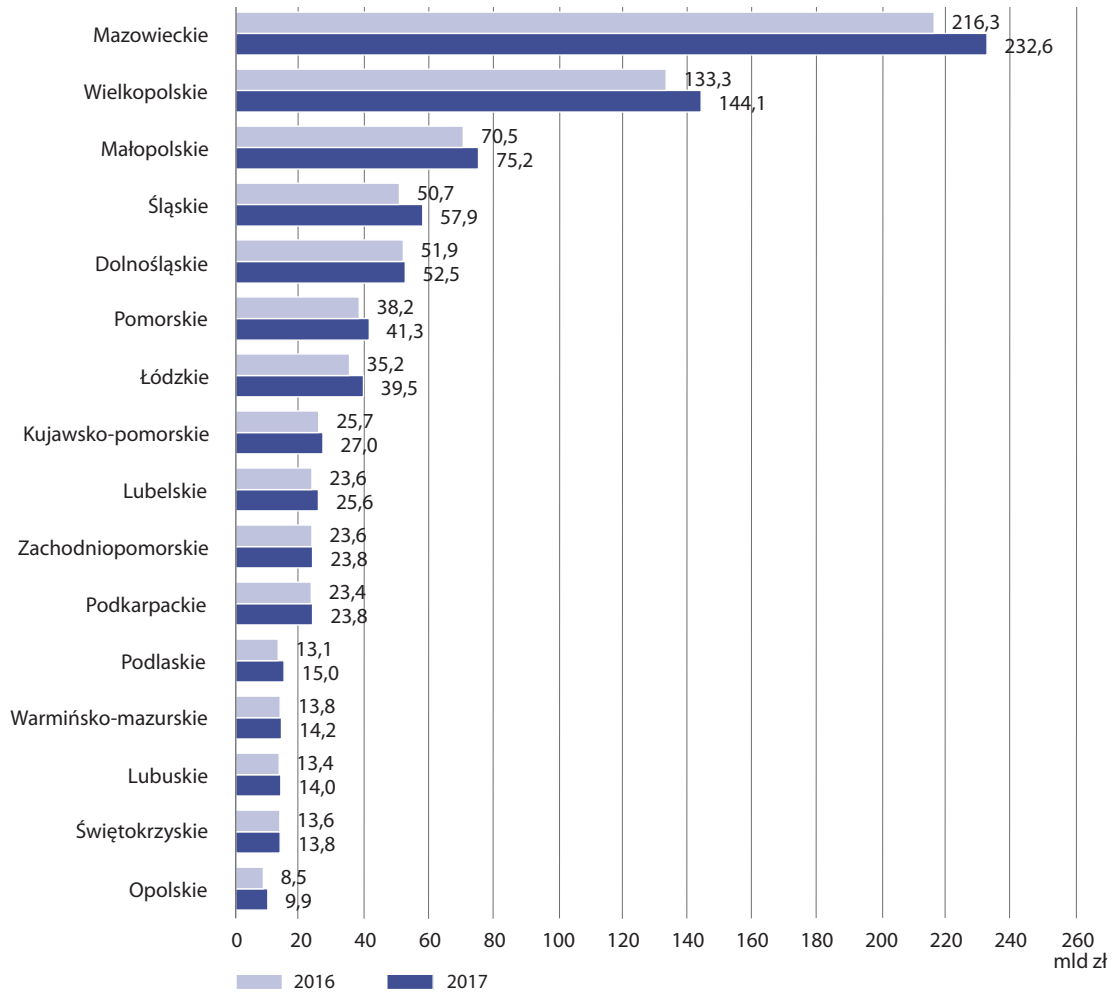
Tablica 3. Sprzedaż detaliczna w latach 2015 - 2017 (ceny bieżące)

Wyszczególnienie a – liczby bezwzględne b – analogiczny okres roku poprzedniego=100	2015	2016	2017
	w mln zł		
Ogółem	721998,5	754964,4	810233,6
	102,4	104,6	107,3
W tym przedsiębiorstwa handlowe	628419,2	659915,1	705407,6
	103,2	105,0	106,9

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

Wyszczególnienie	2015	2016	2017	
	w mln zł			2016=100
Ogółem	721998,5	754964,4	810233,6	107,3
Żywność i napoje bezalkoholowe	191697,7	202530,8	214021,3	105,7
Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe	58939,1	62072,1	63499,5	102,3
Towary nieżywnościowe (bez wyrobów tytoniowych)	471361,6	490361,5	532712,8	108,6

W 2017 r. sprzedaż detaliczna w cenach bieżących była wyższa w porównaniu z rokiem poprzednim we wszystkich województwach. W województwie mazowieckim, którego udział w sprzedaży ogółem był dominujący i wyniósł 28,7% sprzedaż wzrosła o 7,5%. Drugim województwem o znaczącym udziale w sprzedaży ogółem (17,8%) było województwo wielkopolskie, a przedsiębiorstwa posiadające siedzibę na jego terenie odnotowały wzrost sprzedaży o 8,1%. Na trzecim miejscu ze względu na udział w sprzedaży detalicznej ogółem (9,3%) uplasowało się natomiast województwo małopolskie ze wzrostem sprzedaży na poziomie 6,7% w skali roku.

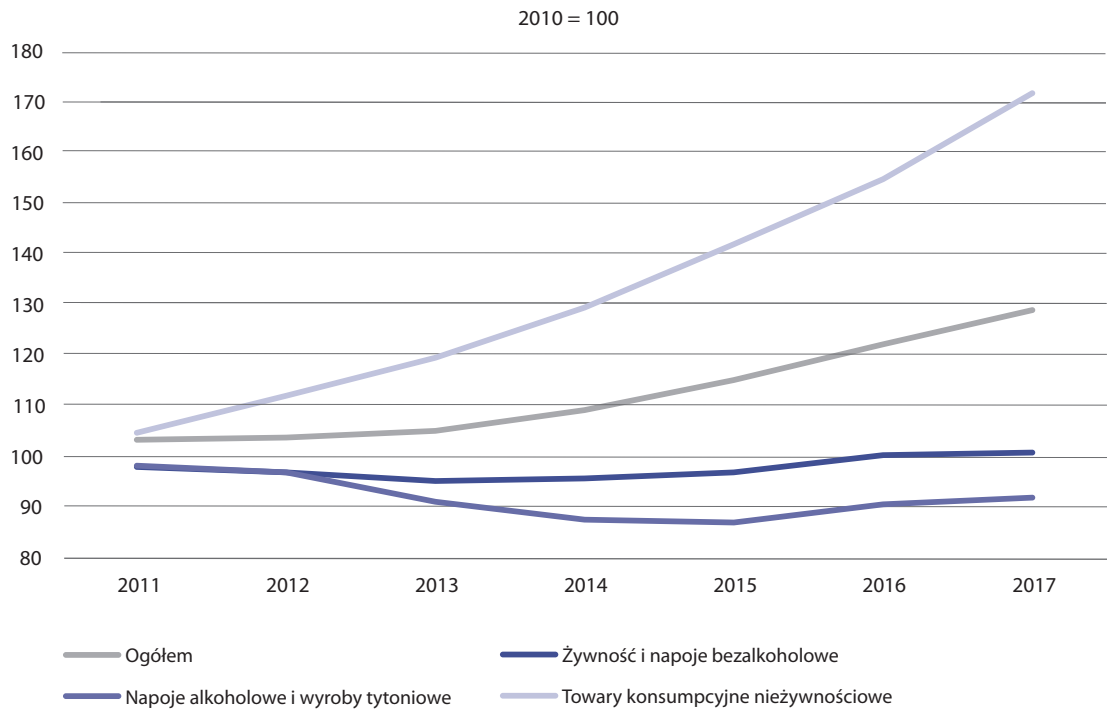
Wykres 10. Sprzedaż detaliczna według województw (ceny bieżące)

a Zgodnie z siedzibą przedsiębiorstwa.

W 2017 r. sprzedaż detaliczna w cenach stałych zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe była o 5,5% wyższa niż przed rokiem (wobec wzrostu o 6,2% w 2016 r.). Najwyższy wzrost odnotowano w sprzedaży towarów konsumpcyjnych nieżywnościowych (o 10,9%). Zaobserwowano również wzrost sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych (o 1,4%) oraz żywności i napojów bezalkoholowych (o 0,5%).

Sprzedaż detaliczna towarów i wyrobów własnych w placówkach gastronomicznych była o 7,3% wyższa niż w 2016 r.

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



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

Sklepy

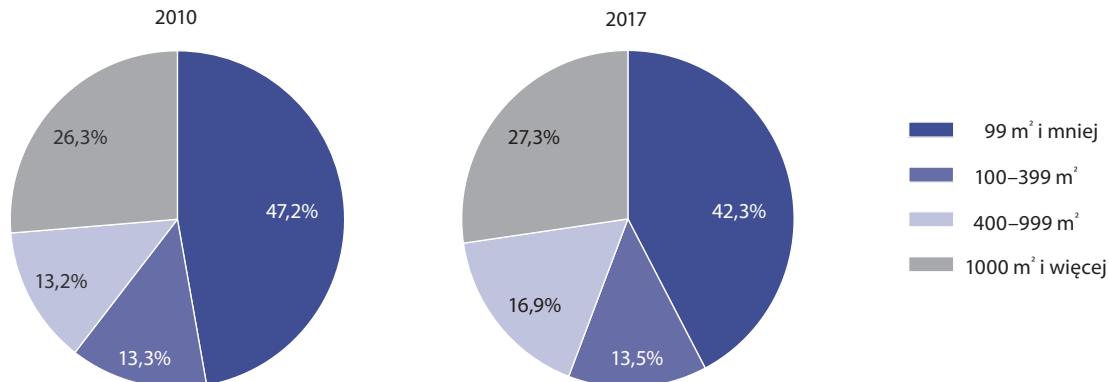
SKLEP jest to stały punkt sprzedaży detalicznej, posiadający specjalne pomieszczenie (tj. lokal sklepowy) z oknem wystawowym oraz wnętrzem dostępnym dla klientów.

Jeżeli w dużych sklepach (np. w domach towarowych, domach handlowych, domach sprzedaży wysyłkowej) część powierzchni sprzedażowej została wydzielona 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 2017 r. szacowana liczba sklepów w Polsce wyniosła nieco ponad 355 tys. i była o 3,3% niższa niż przed rokiem. Wzrosła natomiast powierzchnia sprzedażowa sklepów (o 0,4%), która stanowiła wielkość ok. 37257 tys. m². Największy procentowy przyrost powierzchni sprzedażowej miał miejsce w sklepach z przedziału wielkości 400–999 m² (o 6,5%), nieco mniejszy w sklepach o powierzchni 100–399 m² (o 2,1%) oraz w sklepach z przedziału wielkości powyżej 1000 m² (o 1,8%). Spadek powierzchni sklepowej o 3,1% zanotowano w sklepach o przedziale powierzchniowym do 99 m².

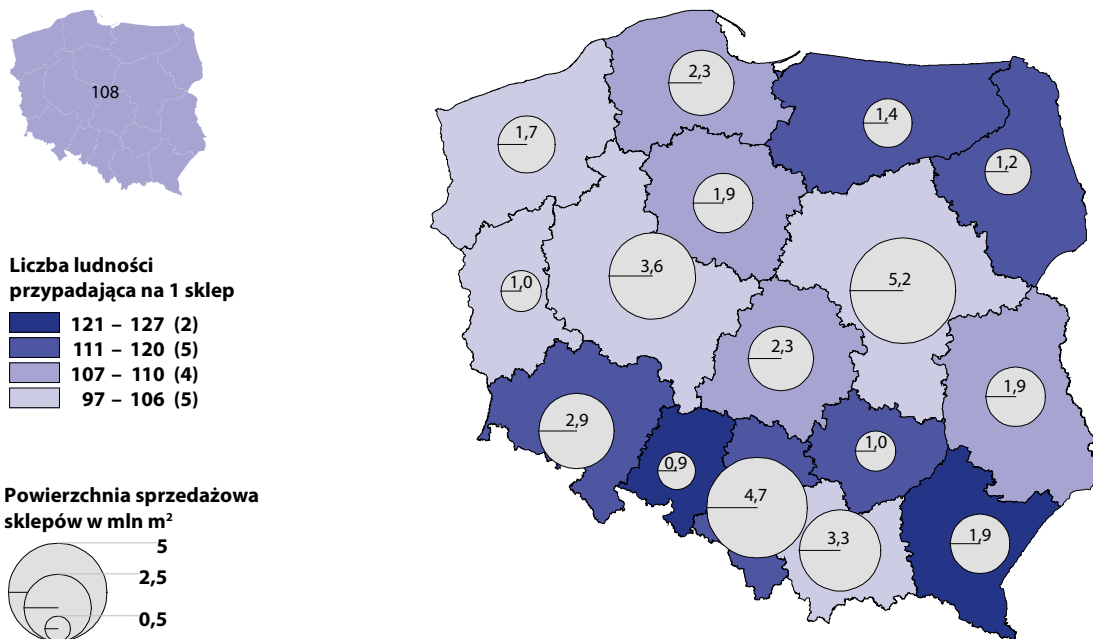
Wykres 12. Struktura powierzchni sprzedażowej sklepów



W układzie regionalnym najwyższy procentowy wzrost powierzchni sprzedażowej w przedziale 400-999 m² miał miejsce w sklepach zlokalizowanych w województwach: mazowieckim (o 9,7%) i wielkopolskim (o 8,3%).

W 2017 r. na jeden sklep przypadało średnio 108 osób, podczas gdy w 2016 r. było to odpowiednio 105 osób.

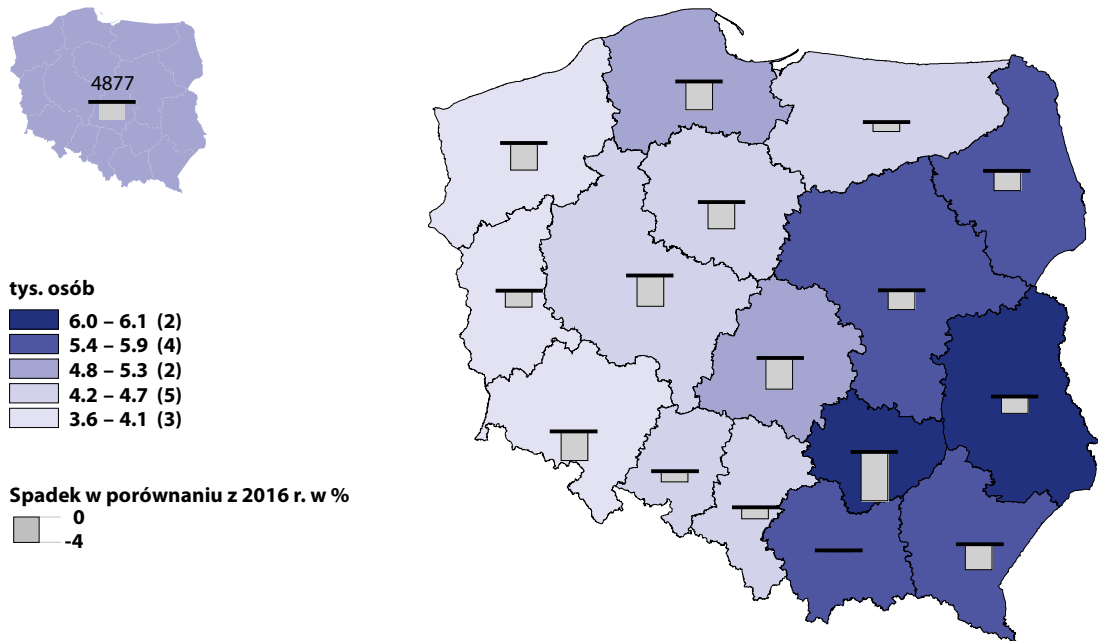
Mapa 1. Sklepy według województw (stan w dniu 31 XII)



W 2017 r. odnotowano niewielki wzrost łącznej liczby supermarketów i hipermarketów w porównaniu z rokiem poprzednim (o 3,3%), w wyniku czego na jeden sklep tych kategorii przypadało średnio 4877 osób, podczas gdy w 2016 r. było to 5038 osób. W układzie regionalnym najwięcej ludności przypadającej na 1 supermarket i hipermarket odnotowano w województwie świętokrzyskim (6146 osób, wobec 6629 osób w roku poprzednim), najmniej zaś osób – 3606 – w województwie lubuskim, gdzie w roku 2016 było to 3700 osób.

W 2017 r. szacowany udział wartości sprzedaży realizowanej łącznie przez supermarkety i hipermarkety w sprzedaży detalicznej w sklepach i na stacjach paliw stanowił 24,9% i był o 0,1 p. proc. niższy niż przed rokiem.

Mapa 2. Liczba ludności przypadająca na 1 supermarket i hipermarket według województw w 2017 r. (stan w dniu 31 XII)

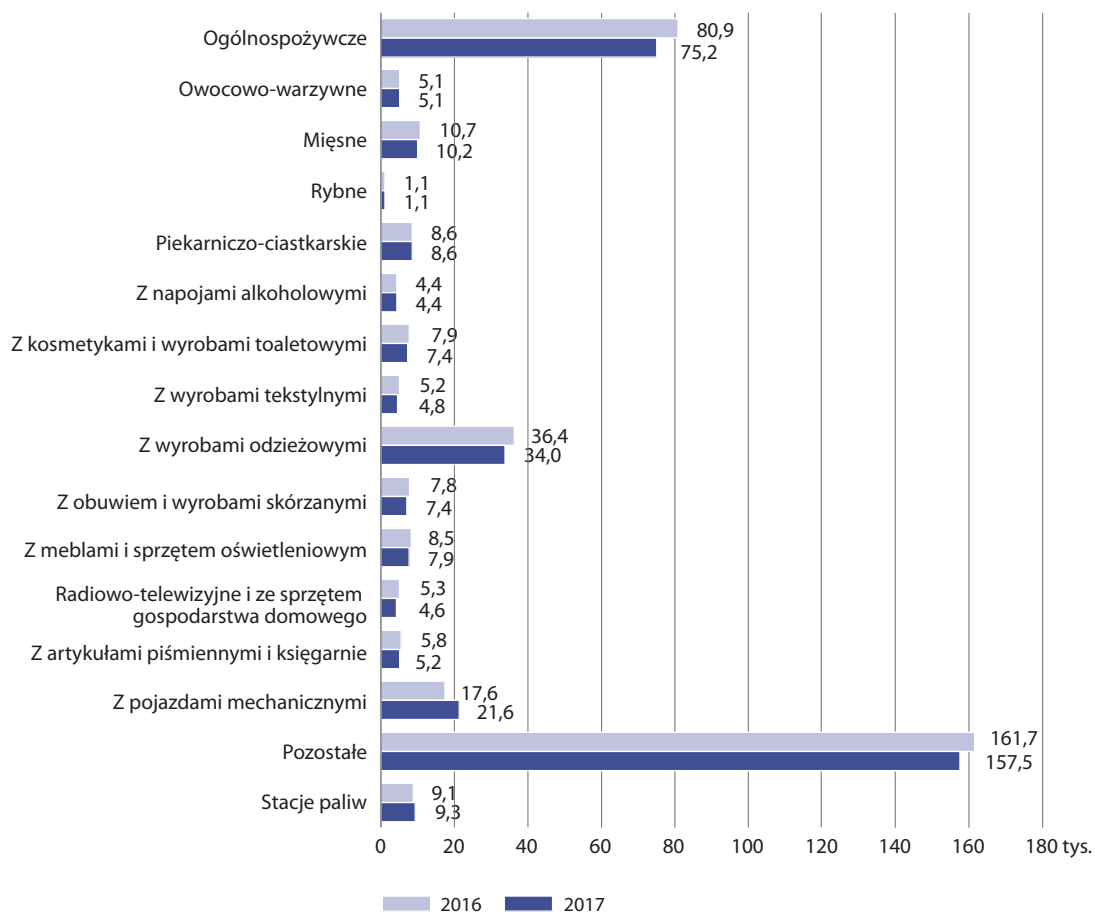


Wyszacowana w 2017 r. liczba 355 tys. sklepów prowadzona była przez nieco ponad 284 tys. przedsiębiorstw. W odniesieniu do przedziałów podmiotów gospodarczych według liczby posiadanych sklepów najbardziej zmniejszyła się liczba przedsiębiorstw prowadzących do 2 sklepów – spadek o 4,3% wobec wzrostu o 1,6% w roku poprzednim. Udział tych przedsiębiorstw w 2017 r. wyniósł 97,8% i w porównaniu do roku poprzedniego zmniejszył się o 0,1 p. proc. Natomiast największy wzrost liczebności przedsiębiorstw odnotowano w przedziale 101–200 sklepów (o 2,0% wobec wzrostu o 4,3% w roku poprzednim) oraz w przedziale 21–50 sklepów (o 1,3% wobec spadku o 4,0% przed rokiem).

W ogólnej liczbie 355 tys. największy udział stanowiły placówki o specjalizacji branżowej pozostałej (44,4%), ogólnospożywczej (21,2%) oraz z wyrobami odzieżowymi (9,6%). Najmniej liczne były sklepy o specjalizacji rybnej, które stanowiły 0,3% sklepów ogółem.

W porównaniu z rokiem poprzednim odnotowano spadek liczby sklepów w większości specjalizacji. Największy spadek miał miejsce w sklepach o specjalizacji: radiowo-telewizyjnej i ze sprzętem gospodarstwa domowego (o 11,5%), z artykułami piśmiennymi i księgarniami (o 10,6%), oraz z wyrobami włókienniczymi (o 7,7%).

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 2017 r. o 4,4% w porównaniu z rokiem poprzednim, a powierzchnia sprzedażowa tych sklepów wzrosła o 3,8%. Średnia powierzchnia sklepów przedsiębiorstw zagranicznych wyniosła 641 m² (odpowiednio w sklepach przedsiębiorstw własności prywatnej krajowej – 186,7 m²). Udział powierzchni sklepów z kapitałem zagranicznym w powierzchni ogółem zwiększył się o 0,9 p. proc. w porównaniu z rokiem poprzednim.

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

Wyszczególnienie	2016	2017
Liczba sklepów	16114	16820
udział w liczbie sklepów ogółem w %	4,4	4,7
powierzchnia sklepów w tys. m ²	10385,6	10782,2
udział w powierzchni ogółem w %	28,0	28,9

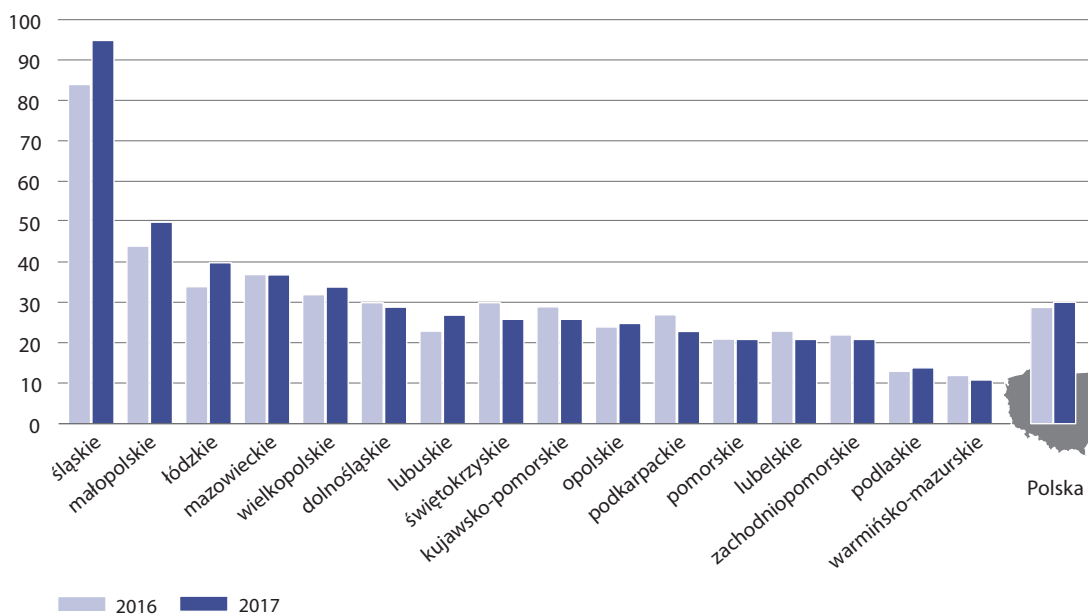
a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

Stacje paliw

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

Na koniec 2017 r. szacowana liczba stacji paliw wyniosła 9326 i była o 2,5% wyższa niż w roku poprzednim. W układzie regionalnym największe zagęszczenie stacji paliw odnotowano w województwie śląskim – w roku 2017 były to 95 obiekty na 1000 km² powierzchni. Najniższy wskaźnik zaobserwowano w województwie warmińsko-mazurskim, gdzie było to odpowiednio 11 obiektów, podczas gdy średnia dla Polski wyniosła 30 stacji paliw na 1000 km² powierzchni.

Wykres 14. Stacje paliw według województw (stan w dniu 31 XII)



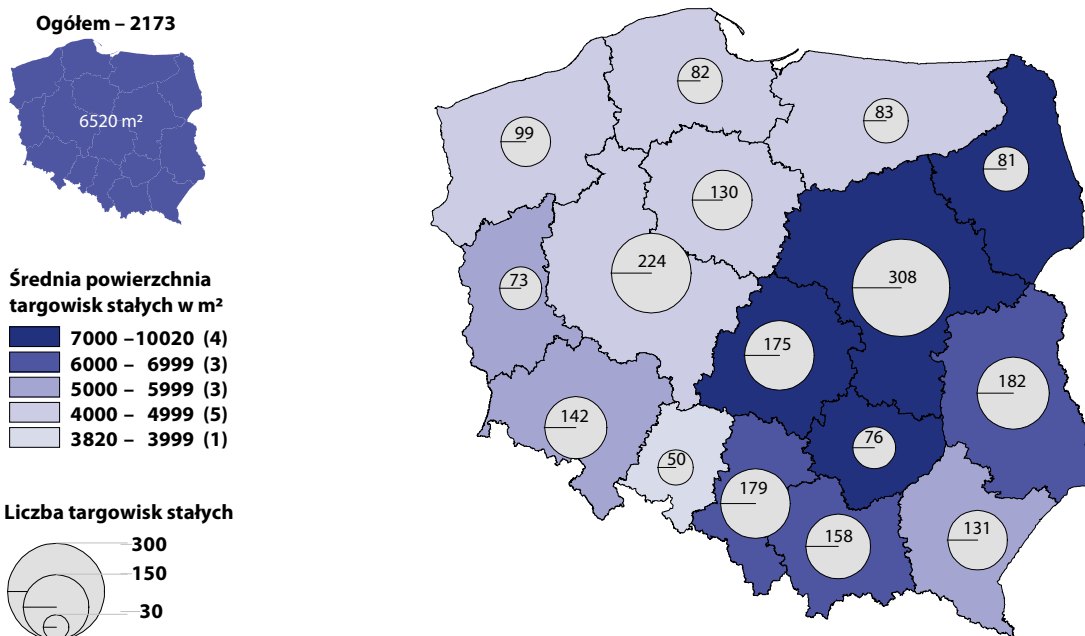
Targowiska

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 2017 r. w krajowej ewidencji prowadzonej przez gminne jednostki samorządowe zarejestrowanych było 2173 stałych targowisk (w tym 2087 targowisk z przewagą sprzedaży drobnodetalicznej). Liczba targowisk stałych w porównaniu do roku poprzedniego zmniejszyła się o 1,2%. W żadnym województwie nie zaobserwowano wzrostu liczby targowisk. W porównaniu z rokiem poprzednim ogólna powierzchnia targowisk stałych zmniejszyła się o nieco ponad 1%. Na terenach województw: mazowieckiego, łódzkiego i śląskiego i wielkopolskiego zaobserwowano największą powierzchnię targowisk stałych.

Na obszarze targowisk stałych dokonywano transakcji w ok. 92,9 tys. stałych punktach sprzedaży drobnodetalicznej, wśród których 53,3 tys. działało codziennie. Uzupełnieniem stałej sieci targowiskowej były targowiska sezonowe, których w 2017 r. odnotowano 7194, co stanowiło wzrost o 3,7% wobec roku poprzedniego. Zarejestrowano niższe roczne wpływy z opłaty targowej o blisko 9,3% w porównaniu z 2016 r.

Mapa 3. Targowiska stałe według województw w 2017 r. (stan w dniu 31 XII)



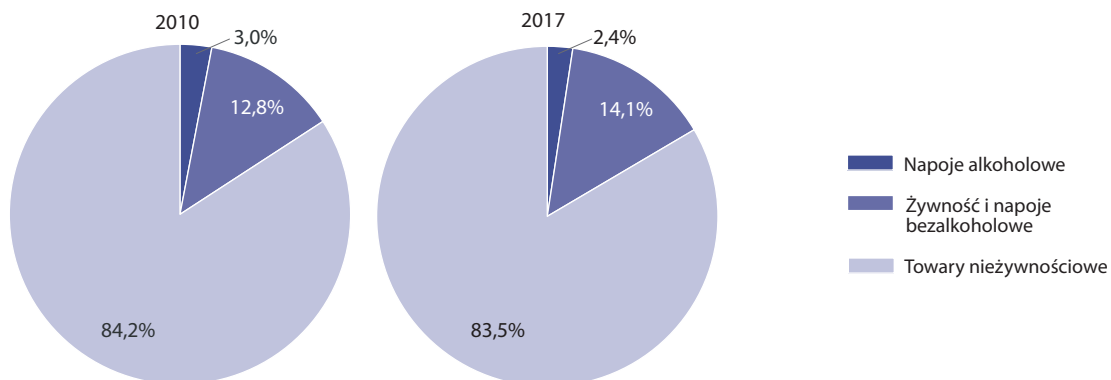
Sprzedaż hurtowa

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 (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.

Szacuje się, że wartość sprzedaży hurtowej w 2017 r. w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 1286,6 mld zł i była o 13,2% wyższa niż przed rokiem. Wzrost wartości sprzedaży hurtowej zaobserwowano we wszystkich jej grupach. W strukturze sprzedaży wzrósł udział towarów nieżywnościowych – o 0,5 p. proc., spadkowi uległ natomiast udział napojów alkoholowych (o 0,3 p. proc.) oraz żywności i napojów bezalkoholowych (o 0,2 p. proc.).

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

Wykres 15. Struktura sprzedaży hurtowej (ceny bieżące)



Tablica 6. Sprzedaż hurtowa (ceny bieżące)

Wyszczególnienie a – liczby bezwzględne b – analogiczny okres roku poprzedniego=100		2015	2016	2017
		w mln zł		
Ogółem	a	1068831,0	1136354,5	1286638,0
	b	105,0	106,3	113,2
W tym przedsiębiorstwa o liczbie pracujących 50 osób i więcej	a	496679,4	528176,1	598038,8
	b	103,5	106,3	113,2

Tablica 7. Sprzedaż hurtowa według grup (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2015	2016	2017	
	w mln zł			2016=100
Ogółem	1068831,0	1136354,5	1286638,0	113,2
Żywność	146636,7	162697,5	181667,4	111,7
Napoje alkoholowe	29439,8	30927,7	31119,0	100,6
Towary nieżywnościowe	892754,5	942729,3	1073851,6	113,9

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.

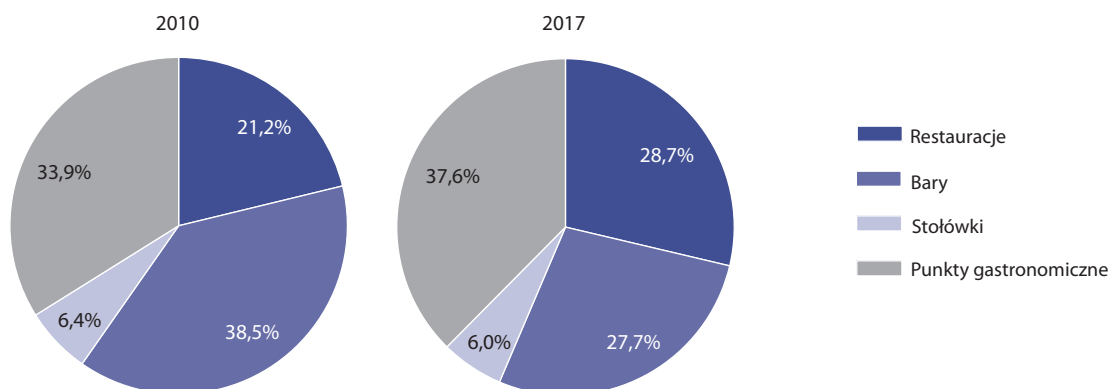
W 2017 r. liczbę placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych) w kraju szacowano na ponad 70,1 tys., z czego 37,6% stanowiły punkty gastronomiczne, 28,7% – restauracje, 27,7% – bary, a stołówki – 6,0%. Ogólna liczba placówek gastronomicznych zwiększyła się o 1,0% w porównaniu z 2016 r., wzrosła liczba punktów gastronomicznych o 7,6% i restauracji o 2,4% natomiast spadła liczba barów o 7,2% i stołówek o 3,1%.

Tablica 8. Placówki gastronomiczne

Wyszczególnienie	2015	2016	2017	
	liczba			2016=100
Ogółem	68342	69414	70108	101,0
Restauracje	18789	19648	20127	102,4
Bary	22290	20926	19410	92,8
Stołówki	4183	4356	4221	96,9
Punkty gastronomiczne	23080	24484	26350	107,6

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

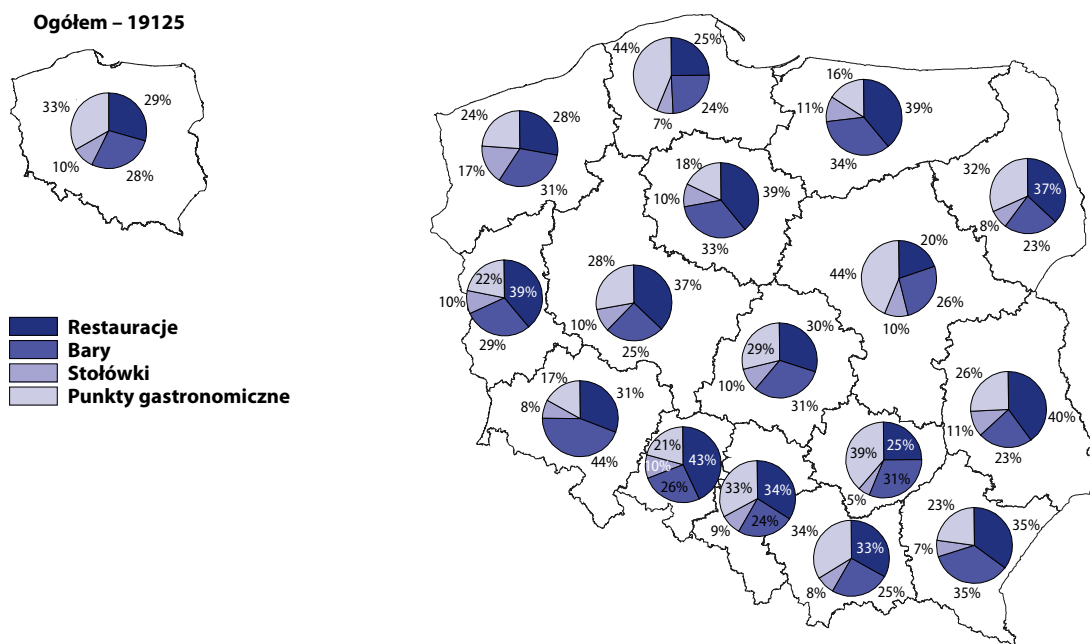
Wykres 16. Struktura placówek gastronomicznych



Liczba placówek gastronomicznych w przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób zmniejszyła się w porównaniu z rokiem poprzednim o 2,5% i wyniosła 19125, co stanowiło 27,3% placówek gastronomicznych ogółem w Polsce. Największy spadek zaobserwowano w liczbie restauracji – o 5,4%, nieco mniejsze w liczbie barów oraz stołówek, wzrosła natomiast liczba punktów gastronomicznych o 3,0% do 6271.

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.

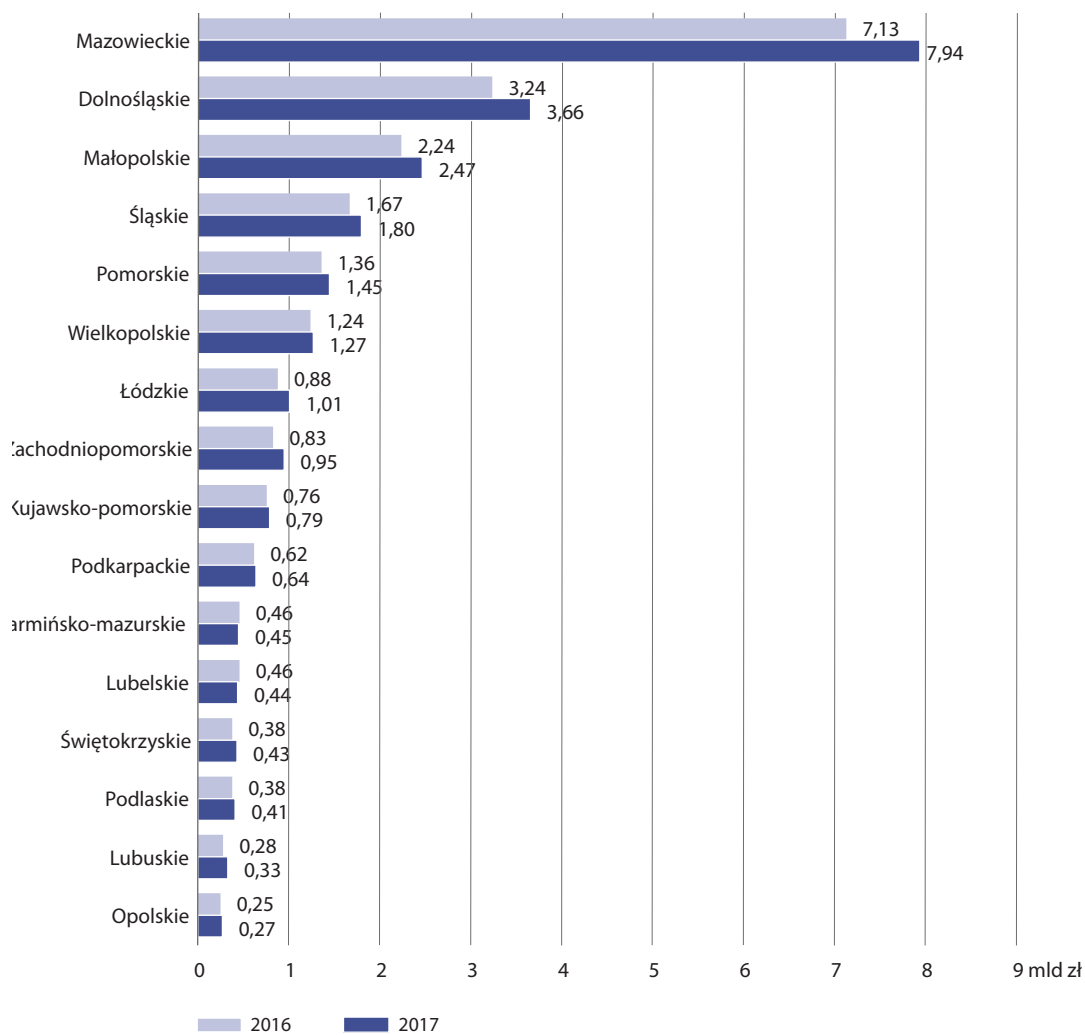
W 2017 r. przychody ogółem z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły ponad 39,1 mld zł i w porównaniu z rokiem poprzednim wzrosły o 9,7% (w cenach stałych były wyższe o 7,3%). Z sektora prywatnego pochodziło 98,7% tej wartości, z sektora publicznego zaś – 1,3%.

Z produkcji gastronomicznej pochodziło 82,1% wartości przychodów ogółem, 16,5% – ze sprzedaży towarów handlowych (w tym 11,7% – ze sprzedaży alkoholu i wyrobów tytoniowych) a 1,4% – z pozostałej działalności. We wszystkich rodzajach działalności gastronomicznej zanotowano wzrost przychodów w porównaniu z poprzednim rokiem, największy w zakresie produkcji gastronomicznej (o 11,7%) i pozostałej działalności gastronomicznej (o 7,4%).

Tablica 9. Przychody z działalności gastronomicznej (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2015	2016	2017	
	w mln zł			2016=100
Przychody ogółem	31387,1	35666,1	39140,5	109,7
Ze sprzedaży towarów	5787,6	6387,2	6452,9	101,0
w tym ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych	4157,2	4576,9	4589,1	100,3
Z produkcji gastronomicznej	25154,0	28756,4	32126,3	111,7
Z pozostałej działalności	445,5	522,5	561,3	107,4

W przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób, przychody z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły ok. 24,3 mld zł (wzrost o 9,5% w porównaniu z rokiem poprzednim), co stanowiło 62,0% przychodów z działalności gastronomicznej ogółem w Polsce. Procentowy wzrost przychodów odnotowano niemal we wszystkich województwach, przy czym największy w województwie lubuskim (o 15,2%), łódzkim (o 14,2%), i zachodniopomorskim (o 14,0%). Jedynie w dwóch województwach zaobserwowano spadek przychodów: w województwie lubelskim (o 5,7%) i warmińsko-mazurskim (o 2,1%).

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

a Zgodnie z siedzibą przedsiębiorstwa.

Przychody z produkcji gastronomicznej stanowiły 85,6% przychodów z działalności gastronomicznej przedsiębiorstw z liczbą pracujących powyżej 9 osób i wyniosły ok 20,8 mld zł.

Drugą pod względem wielkości grupę przychodów z działalności gastronomicznej (8,1%) stanowiły przychody ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych, które wyniosły ok 2,0 mld zł.

Trzecią grupę z wartością ok 1,4 mld zł stanowiły przychody ze sprzedaży towarów handlowych, a ich udział w przychodach z działalności gastronomicznej badanych przedsiębiorstw wyniósł 5,6%.

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

Zaopatrzenie rynku

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

W 2017 r. w magazynach producentów^b średnie zapasy większości badanych artykułów były wyższe w porównaniu z poprzednim rokiem.

W grupie artykułów żywnościowych znacznie większe były zapasy dżemów owocowych; wód mineralnych i napojów bezalkoholowych; masła i pozostałych tłuszczów do smarowania; konserw i prezerw z ryb; ryb morskich mrożonych; serów świeżych niedojrzewających; mleka i śmietany w postaci stałej oraz wina gronowego. Zwiększyły się również zapasy m. in. maki żytniej i pszennej; herbaty i cukru.

Zmniejszyły się zapasy m.in. kawy; owoców i orzechów zamrożonych; cukierków (bez czekoladowanych); czekolady (łącznie z białą); zup i bulionów i preparatów do nich; kompotów i owoców pasteryzowanych.

Wśród artykułów nieżywnościowych odnotowano istotny wzrost zapasów dywanów, chodników i wykładzin włókienniczych; odbiorników telewizyjnych; odkurzaczy typu domowego; samochodów osobowych; rowerów; chłodziarek i zamrażarek typu domowego łącznie z chłodziarko-zamrażarkami. Większe były też zapasy m.in. obuwia; bielizny osobistej z tkanin oraz okryć i ubiorów z dzianin i tkanin.

Mniejsze niż w 2016 r. były zapasy m.in. zestawów stołowych i naczyń kuchennych z porcelany; pralek automatycznych typu domowego włączając pralko-suszarki; młynków i mikserów spożywczych, sokowirówek, z własnym silnikiem elektrycznym; odbiorników radiowych (łącznie z zestawami); kuchenek gazowych, elektrycznych i mieszanych.

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 2017 r. dostawy większości badanych artykułów żywnościowych i nieżywnościowych były wyższe w porównaniu z rokiem poprzednim. Wzrost dostaw związany był z wzrostem produkcji i importu w wyniku lepszej koniunktury gospodarczej.

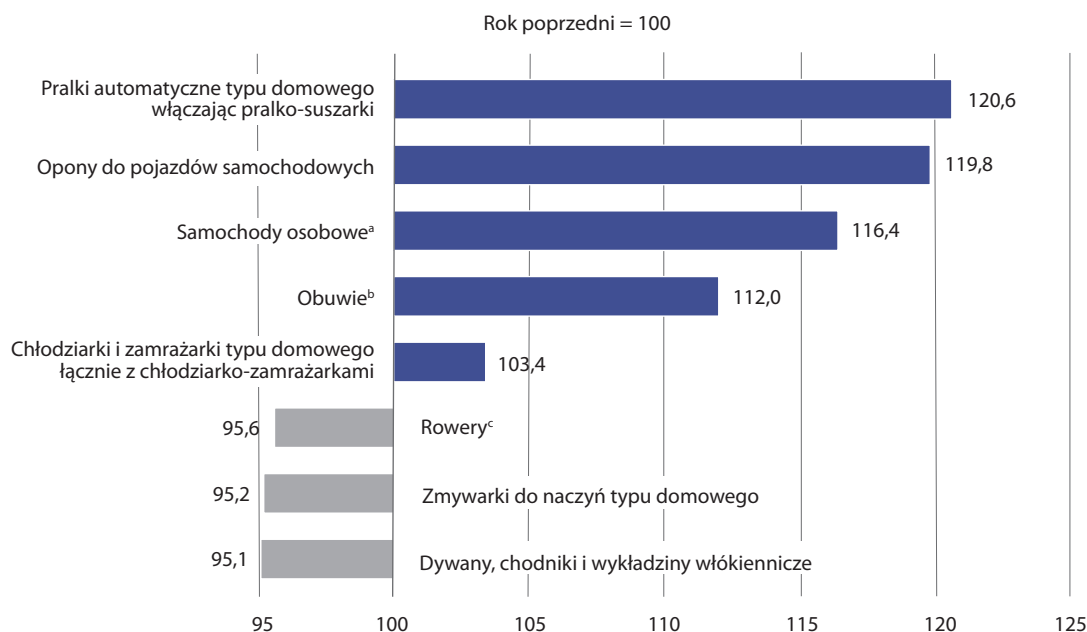
Wysoki poziom dostaw artykułów żywnościowych w głównej mierze dotyczył m.in. wyrobów czekoladowanych; dżemów owocowych; kawy; mięsa wołowego i cielęcego; owoców i orzechów zamrożonych gotowanych lub nie gotowanych; kompotów i owoców pasteryzowanych; mięsa drobiowego; cukru i wina gronowego. Spadek poziomu dostaw artykułów żywnościowych w porównaniu z 2016 r. miał miejsce m. in. w grupowaniach: cukierki (bez czekoladowanych); mleko i śmietana w postaci stałej; margaryna i produkty do smarowania (z wyłączeniem margaryny płynnej); mąka żytnia; masło oraz pozostałe tłuszcze do smarowania a także przetwory mięsne i podrobowe ze zwierząt rzeźnych.

^b W przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 49 osób.

Spośród artykułów nieżywnościowych znaczący wzrost dostaw zaobserwowano dla sprzętu gospodarstwa domowego tj. kuchni elektrycznych, gazowych i mieszanych; odkurzaczy typu domowego; pralek automatycznych typu domowego włączając pralko-suszarki. Znacznie większe niż w poprzednim roku były również dostawy samochodów osobowych; opon do pojazdów samochodowych ; okryć z dzianin i tkanin oraz obuwia.

W grupie badanych artykułów nieżywnościowych niższe niż w roku poprzednim były dostawy bielizny osobistej z tkanin; odbiorników telewizyjnych; młynków i mikserów spożywczych, sokowirówek, z własnym silnikiem elektrycznym; zestawów stołowych i naczyń kuchennych; dywanów, chodników i wykładzin włókienniczych; zmywarek typu domowego a także rowerów.

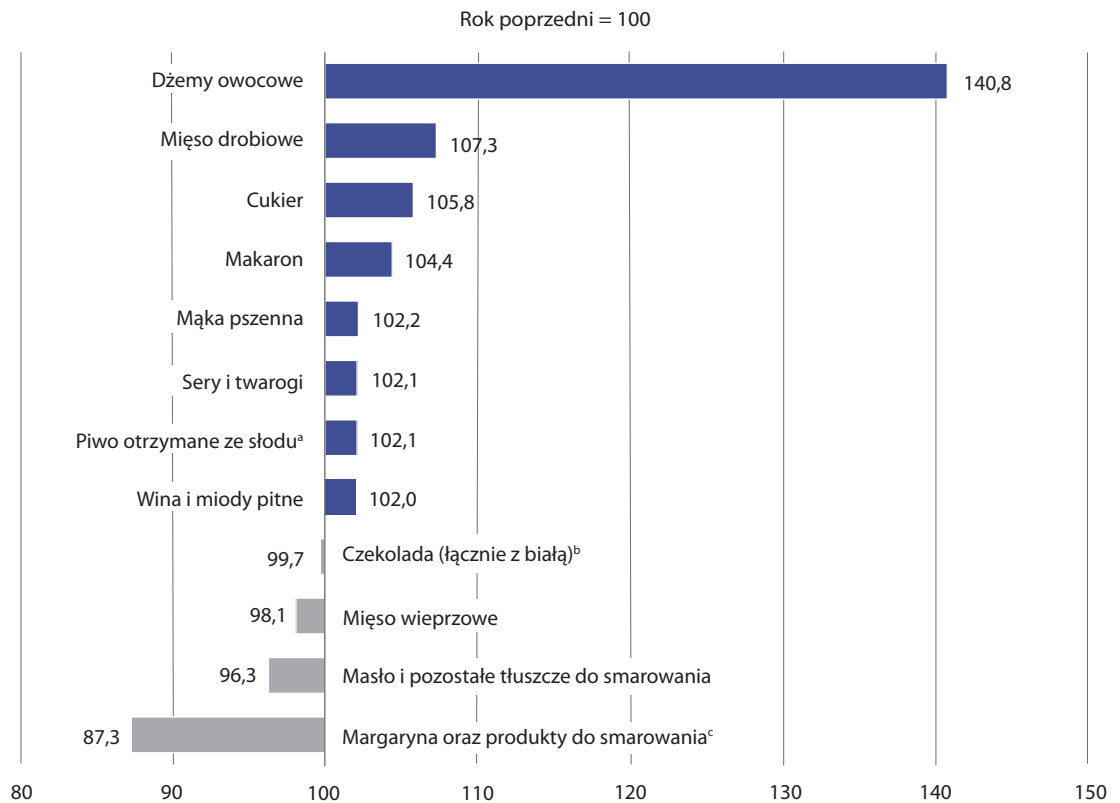
Wykres 18. Dynamika dostaw wybranych artykułów nieżywnościowych w 2017 r.



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

b Łącznie z gumowym.

c Łącznie z dziecięcymi.

Wykres 19. Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2017 r.

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

b Z czekoladkami i wyrobami czekoladowymi.

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

Uwagi metodologiczne

Źródła i zakres danych

Informacje zaprezentowane w publikacji zostały opracowane na podstawie wyników badań statystycznych przeprowadzonych za pomocą sprawozdań:

a) W zakresie podmiotów z liczbą pracujących 9 osób i mniej:

SP-3	Sprawozdanie o działalności gospodarczej przedsiębiorstw
H-01/k	Kwartalne badanie przychodów w przedsiębiorstwach handlowych

b) W zakresie podmiotów z liczbą pracujących 10 osób i więcej:

H-01a	Sprawozdanie o działalności sklepów detalicznych i stacji paliw
H-01g	Sprawozdanie o sieci placówek gastronomicznych
H-01s	Sprawozdanie o sprzedaży detalicznej i hurtowej
H-01w	Sprawozdanie o sieci handlowej
DG-1	Meldunek o działalności gospodarczej
F01/I01	Sprawozdanie o przychodach, kosztach i wyniku finansowym oraz o nakładach na środki trwałe
F-02	Statystyczne sprawozdanie finansowe
SP	Roczna ankieta przedsiębiorstwa
P-01	Sprawozdanie o produkcji

c) W zakresie jednostek z liczbą pracujących powyżej 49 osób:

P-02	Meldunek o produkcji wyrobów i zapasach.
------	--

Wykorzystane zostały również dane ze sprawozdania SG-01 – Statystyka gminy: gospodarka mieszkaniowa i komunalna oraz informacje z systemów administracyjnych Ministerstwa Finansów (SAD, INTRASTAT).

Na potrzeby niniejszego opracowania przyjęto, że usługi są wytwarzane przez jednostki, których podstawowy rodzaj działalności sklasyfikowano wg PKD w sekcjach:

G – Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle;

H – Transport i gospodarka magazynowa;

I – Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi;

J – Informacja i komunikacja;

K – Działalność finansowa i ubezpieczeniowa;

L – Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości;

M – Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna;

N – Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca;

O – Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne;

P – Edukacja;

Q – Opieka zdrowotna i pomoc społeczna;

R – Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją;

S – Pozostała działalność usługowa;

T – Gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników; gospodarstwa domowe produkujące wyroby i świadczące usługi na własne potrzeby;

U – Organizacje i zespoły eksterytorialne.

Zgodnie z Polską Klasyfikacją Wyrobów i Usług pod pojęciem usług rozumie się:

- wszelkie czynności świadczone na rzecz jednostek gospodarczych prowadzących działalność o charakterze produkcyjnym, tzn. usługi dla celów produkcji nietworzące bezpośrednio nowych dóbr materialnych,
- wszelkie czynności świadczone na rzecz jednostek gospodarki narodowej oraz na rzecz ludności, przeznaczone dla celów konsumpcji indywidualnej, zbiorowej i ogólnospołecznej.

Zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności (PKD) - podmioty gospodarcze prowadzące podstawową działalność zakwalifikowaną do sekcji G „HANDEL HURTOWY I DETALICZNY; NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH, WŁĄCZAJĄC MOTOCYKLE” nazywane są jednostkami handlowymi. Wykaz rodzajów działalności handlowej w zakresie sekcji G przedstawia się następująco:

SEKCJA „G”	HANDEL HURTOWY I DETALICZNY; NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH, WŁĄCZAJĄC MOTOCYKLE
DZIAŁ 45	HANDEL HURTOWY I DETALICZNY POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI; NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH
GRUPA	
45.1	Sprzedaż hurtowa i detaliczna pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli
45.2	Konserwacja i naprawa pojazdów samochodowych; z wyłączeniem motocykli
45.3	Sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli
45.4	Sprzedaż hurtowa i detaliczna motocykli, ich naprawa i konserwacja oraz sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do nich
DZIAŁ 46	HANDEL HURTOWY, Z WYŁĄCZENIEM HANDLU POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI
GRUPA	
46.1	Sprzedaż hurtowa realizowana na zlecenie
46.2	Sprzedaż hurtowa płodów rolnych i żywych zwierząt
46.3	Sprzedaż hurtowa żywności, napojów i wyrobów tytoniowych
46.4	Sprzedaż hurtowa artykułów użytku domowego
46.5	Sprzedaż hurtowa narzędzi technologii informacyjnej i komunikacyjnej
46.6	Sprzedaż hurtowa maszyn, urządzeń i dodatkowego wyposażenia
46.7	Pozostała wyspecjalizowana sprzedaż hurtowa
46.9	Sprzedaż hurtowa niewyspecjalizowana
DZIAŁ 47	HANDEL DETALICZNY, Z WYŁĄCZENIEM HANDLU DETALICZNEGO POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI
GRUPA	
47.1	Sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach
47.2	Sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.3	Sprzedaż detaliczna paliw do pojazdów silnikowych na stacjach paliw
47.4	Sprzedaż detaliczna narzędzi technologii informacyjnej i komunikacyjnej prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.5	Sprzedaż detaliczna artykułów użytku domowego prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.6	Sprzedaż detaliczna wyrobów związanych z kulturą i rekreacją prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.7	Sprzedaż detaliczna pozostałych wyrobów prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.8	Sprzedaż detaliczna prowadzona na straganach i targowiskach
47.9	Sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami

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

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

Dla potrzeb badań krótkookresowych dotyczących obrotów przedsiębiorstw handlu detalicznego zostały utworzone następujące grupowania rodzajów działalności zgodnie z Rozporządzeniem (WE) Nr 1158/2005 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 6 lipca 2005 r. zmieniające Rozporządzenie Rady (WE) Nr 1165/98 dotyczące krótkoterminowych statystyk.

PKD	Rodzaj działalności
47	Obroty w handlu detalicznym
47.11, 47.2	Żywność, napoje i wyroby tytoniowe
47.19, 47.3, 47.4, 47.5, 47.6, 47.7, 47.8, 47.9	Sprzedaż towarów nieżywnościowych
47.11	Sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach z przewagą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych
47.19	Pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach
47.21, 47.22, 47.23, 47.24, 47.25, 47.26, 47.29	Sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.30	Paliwa do pojazdów silnikowych
47.73, 47.74, 47.75	Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny
47.51, 47.71, 47.72	Włókno, odzież, obuwie
47.43, 47.52, 47.54, 47.59, 47.63	Meble, RTV, AGD
47.41, 47.42, 47.53, 47.61, 47.62, 47.64, 47.65, 47.76, 47.77, 47.78	Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach
47.91	Sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet

Grupowania sprzedaży detalicznej wg rodzaju działalności prowadzonej przez przedsiębiorstwo dokonano wykorzystując poniższy klucz przejścia z jednostek klasyfikacyjnych.

O zaklasyfikowaniu do danego rodzaju działalności decyduje przewaga sprzedawanego asortymentu towarów w punktach sprzedaży jednostek handlowych i niehandlowych.

Rodzaje działalności w zakresie sprzedaży detalicznej^a:

Wyszczególnienie	Jednostki produkcyjne (niehandlowe)	Sekcja G		Sekcja I
		Jednostki handlowe		Jednostki gastronomiczne
		hurtowe	detaliczne	
Pojazdy samochodowe, motocykle, części	29.1, 29.2, 29.3, 3091		4511, 4519, 4531, 4532, 4540	-
Paliwa stałe, ciekłe i gazowe	19.1, 19.2	4671	4730	-
Żywność, napoje i wyroby tytoniowe	10.1, 10.2, 10.3, 10.4, 10.5, 10.6, 10.7, 10.8, dział 11 i 12	4617, 4631- 4639	4711 4721- 4726, 4729	-
Pozostała sprzedaż detaliczna w wyspecjalizowanych sklepach			4719	-
Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny	20.4, 21.1, 21.2, 26.6, 32.5	4645, 4646	4773-4775	-
Włókno, odzież, obuwie	13.1, 13.2, 13.3, 13.9, 14.1, 14.2, 14.3, 15.1, 15.2	4616, 4624, 4641, 4642	4751, 4771, 4772	-
Meble, rtv, agd	26.3, 26.4, 27.4, 27.5, dział 31	4615, 4643, 4647, 4649	4743, 4752, 4754, 4759, 4763	-
Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach	1712, 17.2, 18.1, 26.2, 2652, 2823, 32.1 bez 3211, 32.3, 32.4, 58.1, 59.2	4651, 4648	4741, 4742, 4753, 4761, 4762, 4764, 4765, 4776, 4777, 4778	-
Sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet			4791	-
Pozostałe	Wszystkie niewymienione w niniejszej tabeli rodzaje działalności wg PKD			

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

UWAGI:

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

a) Polską Klasyfikacją Działalności PKD 2007 wprowadzoną z dniem 01.01.2008 r. rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 24.12.2007 r. (Dz. U. Nr 251, poz. 1885), która została opracowana na podstawie Statystycznej Klasyfikacji Działalności Gospodarczych we Wspólnocie Europejskiej – Statistical Classification of Economic Activities in the European Community – NACE Rev. 2.

b) Polską Klasyfikacją Wyrobów i Usług PKWiU 2008 wprowadzoną z dniem 01.01.2009 r. rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 29.10.2008 r. (Dz. U. Nr 207, poz. 1293), która została opracowana na podstawie międzynarodowych klasyfikacji i nomenklatur.

3. Określenie „własność zagraniczna” stosowane w publikacji, odnosi się do przedsiębiorstw własności zagranicznej i tych, w których własność zagraniczna stanowi przewagę.
4. Przy przeliczaniu danych na 1 mieszkańca w zakresie spożycia wybranych towarów konsumpcyjnych (tabl. 23) przyjęto liczbę ludności według stanu z dnia 30 VI. Przy przeliczaniu danych dotyczących liczby ludności przypadającej na jeden sklep (tabl. 12) przyjęto liczbę ludności według stanu w dniu 31 XII.
5. Liczbę sklepów i stacji paliw wg stanu w dniu 31 XII w podziale na specjalizacje branżowe i formy organizacyjne ustalono na podstawie wykazu sklepów sporządzonego przez jednostki o liczbie pracujących 10 i więcej osób realizujące sprzedaż detaliczną (sprawozdanie H-01w) oraz dla jednostek, w których liczba pracujących nie przekracza 9 osób, oszacowano w oparciu o wyniki badania reprezentacyjnego przeprowadzonego na 4% próbie tych jednostek (sprawozdanie SP-3).

Objaśnienia podstawowych pojęć

BARY to placówki gastronomiczne prowadzące działalność o charakterze zbliżonym do restauracji z ograniczonym asortymentem potraw i towarów popularnych. Do tej grupy zaliczamy: jadłodajnie, bary (uniwersalne, szybkiej obsługi, przekąskowe, mleczne), bistra oraz kawiarnie, herbaciarnie, winiarnie, piwiarnie.

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

DOMY HANDLOWE są to wielodziałowe (przynajmniej dwa działy branżowe) sklepy o powierzchni sal sprzedażowych od 600 m² do 1999 m², prowadzące sprzedaż towarów o podobnym asortymencie jak w domach towarowych,

DOMY TOWAROWE są to wielodziałowe sklepy o powierzchni sal sprzedażowych 2000 m² i więcej, prowadzące sprzedaż szerokiego i uniwersalnego asortymentu towarów nieżywnościowych, a często także towarów żywnościowych: mogą również prowadzić pomocniczą działalność gastronomiczną i usługową,

DOSTAWY NA RYNEK KRAJOWY to ilość wytworzonych w kraju wyrobów (dane dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 9 osób) pomniejszona o ich eksport i powiększona o import, skorygowana o saldo zmian stanu zapasów u producentów o liczbie pracujących powyżej 49 osób.

HIPERMARKETY są to sklepy o powierzchni sprzedażowej od 2500 m² prowadzące sprzedaż głównie w systemie samoobsługowym, oferujące szeroki asortyment artykułów żywnościowych i nieżywnościowych częstego zakupu, zwykle z parkingiem samochodowym,

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

MAGAZYNY HANDLOWE to magazyny jednostek zajmujących się obrotem towarami, jednostki organizacyjno-funkcjonalne zajmujące wyodrębnioną przestrzeń magazynową, wyposażone w sprzęt i urządzenia techniczne umożliwiające składowanie towarów zgodnie z wymogami przechowywania 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 zadane (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 (wytworzonych gotowych i usług), towarów i materiałów wyrażonych w rzeczywistych cenach sprzedaży z uwzględnieniem upustów, rabatów i bonifikat – bez podatku od towarów i usług (VAT). Natomiast nie uwzględnia się sprzedaży składników majątku trwałego, dotacji, pozostałych przychodów operacyjnych oraz przychodów z operacji finansowych (dywidendy z tych udziałów, uzyskanych z odsetek).

PLACÓWKI GASTRONOMICZNE są to zakłady i punkty gastronomiczne stałe i sezonowe, których przedmiotem działalności jest przygotowanie oraz sprzedaż posiłków i napojów do spożycia na miejscu i na wynos. Sezonowe placówki gastronomiczne to placówki uruchamiane okresowo i działające nie dłużej niż sześć miesięcy w roku kalendarzowym. Do placówek gastronomicznych nie zalicza się tzw. punktów sprzedaży ruchomej i automatów sprzedażowych.

POWIERZCHNIA SKŁADOWA MAGAZYNÓW stanowi część powierzchni budynków magazynowych (tzw. magazynów zamkniętych), pomieszczeń zadanych (tzw. 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, spasanie, surowce dla gorzelni, 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).