



**GŁÓWNY URZĄD STATYSTYCZNY  
CENTRAL STATISTICAL OFFICE**

**RYNEK WEWNĘTRZNY  
W 2006 R.**

**INTERNAL MARKET  
IN 2006**

**Information  
and statistical  
papers**

**Informacje  
i opracowania  
statystyczne**

**Warszawa 2007**

## SPIS TREŚCI

	Tablica	Strona
Przedmowa.....	x	3
Wykaz skrótów .....	x	4
I. UWAGI METODYCZNE .....	x	6
II. KOMENTARZ ANALITYCZNY .....	x	22
1. Usługi.....	x	22
2. Handel wewnętrzny.....	x	35
Obroty przedsiębiorstw handlowych .....	x	43
Sprzedaż detaliczna .....	x	46
Punkty sprzedaży detalicznej.....	x	48
Gastronomia .....	x	51
Sprzedaż hurtowa .....	x	53
Magazyny handlowe.....	x	55
Zaopatrzenie rynku.....	x	57
III. TABLICE.....	x	X
Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w rejestrze REGON według sekcji PKD (2005 r., 2006 r.) .....	1	61
Wartość dodana brutto według sekcji w latach 2000 – 2006 (ceny bieżące) .....	2	62
Pracujący według sekcji (2000 – 2006 r.) .....	3	64
Przeciętne zatrudnienie, przeciętne miesięczne wynagrodzenia brutto według sekcji w 2006 r.....	4	66
Liczba podmiotów gospodarki narodowej (2005 r., 2006 r.) .....	5	67
Przedsiębiorstwa według liczby prowadzonych sklepów (2005 r., 2006 r.) .....	6	68
Przedsiębiorstwa handlowe według liczby prowadzonych magazynów (2005 r., 2006r.) .....	7	69
Sklepy i stacje paliw według form organizacyjnych (2005 r., 2006 r.).....	8	70
Wybrane formy organizacyjne sklepów według województw w 2006 r. ....	9	71
Struktura sklepów i stacji paliw według form organizacyjnych i form własności w 2006 r. ....	10	72
Struktura sklepów według form własności w województwach w 2006 r. ....	11	73
Sklepy i stacje paliw według specjalizacji (2005 r., 2006 r.).....	12	74
Sklepy według powierzchni sprzedaży i województw w 2006 r. ....	13	75
Sklepy i stacje paliw według województw (2005 r., 2006 r.) .....	14	76
Wybrane dane o sklepach i stacjach paliw według województw .....	wykres	77
Struktura sprzedaży detalicznej w sklepach i stacjach paliw w 2006 r. ....	15	78
Dynamika sprzedaży detalicznej według rodzajów działalności (ceny bieżące; 2005 r., 2006 r.)....	16	80
Struktura sprzedaży detalicznej według rodzajów działalności (2005 r., 2006 r.) .....	17	81
Targowiska według województw (2005 r., 2006 r.).....	18	82
Magazyny handlowe według województw w 2006 r. ....	19	83
Struktura magazynów zamkniętych w przedsiębiorstwach handlowych wg form własności w 2006 r. ..	20	84
Struktura przychodów ze sprzedaży przedsiębiorstw hurtowych wg typu klientów (2004 r., 2005 r.) ....	21	85
Struktura zakupów towarów według typu dostawców (2004 r., 2005 r.) .....	22	86
Handel i naprawy w 2005 r. ....	23	87
Dostawy wybranych towarów konsumpcyjnych w 2006 r.....	24	88
Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2006 r. ....	wykres	91
Zapasy wybranych wyrobów u producentów w 2006 r.....	25	92
Spożycie wybranych artykułów konsumpcyjnych na 1 mieszkańca (1990 r., 2000 r., 2003 r., 2004 r., 2005 r., 2006 r.) .....	26	95
Dynamika obrotów w handlu detalicznym (ceny bieżące) .....	27	97
Dynamika obrotów w handlu detalicznym (ceny stałe) .....	28	98
Miesięczne wskaźniki obrotów w handlu detalicznym krajów UE w 2006 r. - ceny stałe.....	29	99
Procentowa zmiana miesięcznych obrotów w handlu detalicznym krajów UE w 2006 r. - ceny stałe.....	30	100
Ważniejsze dane dotyczące handlu wewnętrznego w latach 1995 - 2006. ....	31	101
IV. ANEKS .....	x	103

## PRZEDMOWA

Niniejsza publikacja jest kolejną edycją opracowania “Rynek wewnętrzny” wydawanego co roku przez Główny Urząd Statystyczny w serii “ Informacje i opracowania statystyczne”. Od 2004 roku dostępna jest wyłącznie w formie elektronicznej w Internecie.

W publikacji wykorzystano głównie dane ze sprawozdań obejmujących wszystkie typy podmiotów prowadzących działalność handlową, niezależnie od ich struktury organizacyjnej czy formy własności. Zaprezentowane wyniki badań i opracowań statystycznych umożliwiają ocenę tendencji i kierunków zmian w handlu wewnętrznym na tle rozwoju sfery usług.

Całość opracowania składa się z trzech części: uwag metodologicznych zawierających definicje pojęć, opisy badań i źródła informacji, komentarza analitycznego z krótką opisowo-tabelaryczną analizą wyników badań oraz części tabelarycznej stanowiącej główny zakres tematyczny publikacji.

Publikacja opracowana została w Wydziale Statystyki Handlu przy współpracy pracowników innych wydziałów Departamentu Statystyki Usług.

Oddając do Państwa rąk “Rynek wewnętrzny w 2006 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 Statystyki Usług

Małgorzata Dytman

\*

\*

\*

## PREFACE

*This publication is the following edition of “Internal Market” published as a part of the annual series “Information and Statistical Papers” by the Central Statistical Office. Since 2004 the publication has been available in electronic form in Internet.*

*Data presented in the publication are obtained from the reports of all types of economic entities conducting trade activity, apart from their organization or ownership forms. The results of the statistical surveys illustrate tendency in the internal trade, as well as in terms of the changes within the scope of the service sphere.*

*The publication consists of three parts: methodological notes covering glossary, description of the survey and source of information, analytical commentary including short text analysis of the survey results and set of the tables which constitutes the main scope of the publication.*

*This edition was prepared by the Internal Trade Statistics Section in cooperation with other sections of the Services Statistics Division.*

*Presenting you with the 2006 Internal Market, I would like to express our gratitude to all persons and institutions for information and suggestions, which are a source of valuable contribution to the enrichment of its next editions.*

Director  
Services Statistics Division

Małgorzata Dytman

## Wykaz skrótów *List of abbreviations*

### Klasyfikacje

#### *Classifications*

PKD	=	Polska Klasyfikacja Działalności <i>Polish Classification of Activities</i>
NACE	=	<i>Nomenclature des Activités de Communauté Européenne</i>
PKWiU	=	Polska Klasyfikacja Wyrobów i Usług <i>Polish Classification of Goods and Services</i>
CN	=	Scalona Nomenklatura Towarowa Handlu Zagranicznego <i>Combined Nomenclature of Foreign Trade</i>

### Ważniejsze skróty

#### *Major abbreviations*

tys. = tysiąc	<i>thous. = thousand</i>
mln = milion	<i>million</i>
mld = miliard	<i>bn. = billion</i>
zł = złoty	<i>zl = zloty</i>
szt = sztuka	<i>pcs = piece</i>
kpl = komplet	<i>set</i>
nr = numer	<i>No. = number</i>
wol. = wolumen	<i>vol. = volume</i>
g = gram	<i>gram</i>
kg = kilogram	<i>kilogram</i>
t = tona	<i>tonne</i>
l = litr	<i>litre</i>
hl = hektolitr	<i>hectolitre</i>
r. = rok	<i>year</i>
art. = artykuł	<i>article</i>
tabl. = tablica	<i>table</i>
PKB = Produkt Krajowy Brutto	<i>GDP = Gross Domestic Product</i>
SAD = Jednolity Dokument Administracyjny	<i>Single Administrative Document</i>

### Znaki umowne

#### *Symbols*

Kreska (-)	-	zjawisko nie wystąpiło; <i>magnitude zero;</i>
Zero: (0)	-	zjawisko istniało w wielkości mniejszej od 0,5; <i>magnitude not zero, but less than 0,5 of a unit;</i>
(0,0)	-	zjawisko istniało w wielkości mniejszej od 0,05; <i>magnitude not zero, but less than 0,05 of a unit;</i>
Kropka (.)	-	zupełny brak informacji albo brak informacji wiarygodnych; <i>data not available or not reliable;</i>
Znak (x)	-	wypełnienie pozycji jest niemożliwe lub niecelowe; <i>not applicable;</i>
Znak (*)	-	oznacza, że dane zostały zmienione w stosunku do już opublikowanych; <i>data revised;</i>
Znak (Δ)	-	oznacza, że nazwy zostały skrócone w stosunku do obowiązującej klasyfikacji; ich pełne nazwy podano w uwagach metodycznych – str. 9; <i>categories of applied classification are presented in abbreviated form; their full names are given in the methodological notes – page 24;</i>
“W tym”	-	oznacza, że nie podaje się wszystkich składników sumy;
“Of which”	-	<i>indicates that not all elements of the sum are given;</i>

**Przy publikowaniu danych Głównego Urzędu Statystycznego – prosimy o podanie źródła**  
***When publishing the Central Statistical Office data – please indicate the source***

## Kody krajów

*Codes of countries*

AT – Austria (*Austria*)  
 BE – Belgia (*Belgium*)  
 CY – Cypr (*Cyprus*)  
 CZ – Republika Czeska (*Czech Republic*)  
 DE – Niemcy (*Germany*)  
 DK – Dania (*Denmark*)  
 EE – Estonia (*Estonia*)  
 EL – Grecja (*Greece*)  
 ES – Hiszpania (*Spain*)  
 FI – Finlandia (*Finland*)  
 FR – Francja (*France*)  
 HU – Węgry (*Hungary*)  
 IE – Irlandia (*Ireland*)  
 IT – Włochy (*Italy*)  
 LT – Litwa (*Lithuania*)  
 LU – Luksemburg (*Luxembourg*)  
 LV – Łotwa (*Latvia*)  
 MT – Malta (*Malta*)  
 NL – Niderlandy (*Netherlands*)  
 NO – Norwegia (*Norway*)  
 PL – Polska (*Poland*)  
 PT – Portugalia (*Portugal*)  
 RO – Rumunia (*Romania*)  
 SI – Słowenia (*Slovenia*)  
 SK – Słowacja (*Slovakia*)  
 SE – Szwecja (*Sweden*)  
 UK – Wielka Brytania (*United Kingdom*)

### Przyjęte grupowania:

- **UE 15** (15 krajów – członków UE przed 1 maja 2004 r.: Austria, Belgia, Dania, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Irlandia, Luksemburg, Niderlandy, Niemcy, Portugalia, Szwecja, Wielka Brytania, Włochy).
- **UE 25** (25 krajów – członków UE po 1 maja 2004 r.: Austria, Belgia, Cypr, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Irlandia, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Malta, Niderlandy, Niemcy, Polska, Portugalia, Republika Czeska, Słowacja, Słowenia, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy).
- **Euro-zone – Strefa Euro** (12 krajów Unii Gospodarczo-Walutowej: Austria, Belgia, Francja, Finlandia, Grecja, Hiszpania, Irlandia, Luksemburg, Niderlandy, Niemcy, Portugalia, Włochy).

### Accepted groupings:

- **EU 15** (15 countries-members of EU before Mai 1<sup>st</sup>, 2004: Austria, Belgium, Denmark, Finland, France, Greece, Spain, Ireland, Luxembourg, Netherlands, Germany, Portugal, Sweden, United Kingdom, Italy).
- **EU 25** (25 countries-members of EU after Mai 1<sup>st</sup>, 2004: Austria, Belgium, Cyprus, Denmark, Estonia, Finland, France, Greece, Spain, Ireland, Lithuania, Luxembourg, Latvia, Malta, Netherlands, Germany, Poland, Portugal, Czech Republic, Slovakia, Slovenia, Sweden, Hungary, United Kingdom, Italy).
- **Euro-zone** (12 countries-members of Economic and Monetary Union: Austria, Belgium, Finland, France, Greece, Spain, Ireland, Luxembourg, Netherlands, Germany, Portugal, Italy).

**Przy publikowaniu danych Głównego Urzędu Statystycznego – prosimy o podanie źródła**  
*When publishing the Central Statistical Office data – please indicate the source*

## I. UWAGI METODYCZNE

Sektor usług, zgodnie z przyjętą konwencją, tworzą podmiotowo określone jednostki, których podstawowy rodzaj działalności sklasyfikowano wg PKD w sekcjach:

- G – Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, motocykli oraz artykułów użytku osobistego i domowego;
- H – Hotele i restauracje;
- I – Transport, gospodarka magazynowa, łączność;
- J – Pośrednictwo finansowe;
- K – Obsługa nieruchomości, wynajem, nauka i usługi związane z prowadzeniem działalności gospodarczej;
- L – Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne;
- M – Edukacja;
- N – Ochrona zdrowia i opieka społeczna;
- O – Pozostała działalność usługowa komunalna, społeczna i indywidualna;
- P – Gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników;
- Q – Organizacje i zespoły eksterytorialne.

Charakterystykę przedmiotowej działalności usługowej określa Polska Klasyfikacja Wyrobów i Usług, przyjmując, że usługi to czynności:

- o charakterze naprawczym, remontowym i konserwacyjnym;
- będące współudziałem w procesie produkcji, ale nie tworzące bezpośrednio wyrobu, zlecane przez producenta zabiegi techniczne na przedmiocie, a także czynności z zakresu budownictwa, handlu, transportu i łączności;
- zaspakajające potrzeby fizyczne i psychiczne człowieka w zakresie oświaty, ochrony zdrowia i opieki społecznej, wypoczynku i sportu;
- zaspakajające potrzeby porządkowo - organizacyjne społeczeństwa;
- pozostałe, związane z różnego rodzaju przedsiębiorczością.

Sektor niefinansowych usług rynkowych zgodnie z przyjętą konwencją, tworzą przedmiotowo określone jednostki, których podstawowy rodzaj działalności sklasyfikowano według PKD w sekcjach: G, H, I, K, M i O. W publikacjach rachunków narodowych i regionalnych niefinansowe usługi rynkowe dotyczą sekcji: G, H, I, K, O i P. Sekcja M (Edukacja) oraz N (Ochrona zdrowia i opieka społeczna) są zaliczane do usług nierynkowych.

Zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności (PKD) - obowiązującą od 1 stycznia 2004 r. - podmioty gospodarcze prowadzące podstawową działalność zakwalifikowaną do sekcji G „HANDEL HURTOWY I DETALICZNY; NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH, MOTOCYKLI ORAZ ARTYKUŁÓW UŻYTKU OSOBISTEGO I DOMOWEGO” nazywane są jednostkami handlowymi. Wykaz rodzajów działalności handlowej w zakresie sekcji G przedstawia się następująco:

<b>SEKCJA „G”</b>	<b>HANDEL HURTOWY I DETALICZNY; NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH, MOTOCYKLI ORAZ ARTYKUŁÓW UŻYTKU OSOBISTEGO I DOMOWEGO</b>
<b>DZIAŁ 50</b>	<b>SPRZEDAŻ, OBSŁUGA I NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH I MOTOCYKLI; SPRZEDAŻ DETALICZNA PALIW DO POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH</b>
GRUPA	
50.1	Sprzedaż pojazdów samochodowych
50.2	Obsługa i naprawa pojazdów samochodowych; pomoc drogowa
50.3	Sprzedaż części i akcesoriów do pojazdów samochodowych
50.4	Sprzedaż, konserwacja i naprawa motocykli oraz sprzedaż części i akcesoriów do nich
50.5	Sprzedaż detaliczna paliw
<b>DZIAŁ 51</b>	<b>HANDEL HURTOWY I KOMISOWY, Z WYŁĄCZENIEM HANDLU POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI I MOTOCYKLAMI.</b>
GRUPA	
51.1	Sprzedaż hurtowa realizowana na zlecenie
51.2	Sprzedaż hurtowa płodów rolnych i żywych zwierząt
51.3	Sprzedaż hurtowa żywności, napojów i tytoniu
51.4	Sprzedaż hurtowa artykułów użytku domowego i osobistego
51.5	Sprzedaż hurtowa półproduktów i odpadów pochodzenia nierolniczego oraz złomu
51.8	Sprzedaż hurtowa maszyn, sprzętu i dodatkowego wyposażenia
51.9	Pozostała sprzedaż hurtowa
<b>DZIAŁ 52</b>	<b>HANDEL DETALICZNY, Z WYŁĄCZENIEM SPRZEDAŻY POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH I MOTOCYKLI; NAPRAWA ARTYKUŁÓW UŻYTKU OSOBISTEGO I DOMOWEGO.</b>
GRUPA	
52.1	Sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach
52.2	Sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych w wyspecjalizowanych sklepach
52.3	Sprzedaż detaliczna wyrobów farmaceutycznych i medycznych, kosmetyków i artykułów toaletowych
52.4	Pozostała sprzedaż detaliczna nowych towarów w wyspecjalizowanych sklepach
52.5	Sprzedaż detaliczna artykułów używanych prowadzona w sklepach
52.6	Handel detaliczny poza siecią sklepową
52.7	Naprawa artykułów użytku osobistego i domowego

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

<b>skrót</b>	<b>pełna nazwa</b>
<b>sekcje</b>	
Handel i naprawy	Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, motocykli oraz artykułów użytku osobistego i domowego
Obsługa nieruchomości i firm; nauka	Obsługa nieruchomości, wynajem, nauka i usługi związane z prowadzeniem działalności gospodarczej
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne	Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i powszechne ubezpieczenia zdrowotne
Pozostała działalność usługowa	Pozostała działalność usługowa komunalna, społeczna i indywidualna
<b>działy</b>	
Handel pojazdami	Sprzedaż, obsługa i naprawy pojazdów samochodowych i motocykli; sprzedaż detaliczna paliw do pojazdów samochodowych
Handel hurtowy	Handel hurtowy i komisowy, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi i motocyklami
Handel detaliczny	Handel detaliczny, z wyłączeniem sprzedaży pojazdów samochodowych i motocykli; naprawa artykułów użytku osobistego i domowego
Wynajem maszyn i urządzeń	Wynajem maszyn i urządzeń bez obsługi oraz wypożyczanie artykułów użytku osobistego i domowego

Dla potrzeb badań krótkookresowych dotyczących obrotów w handlu detalicznym zostały utworzone następujące grupowania rodzajów działalności zgodnie z Rozporządzeniem Rady (WE) Nr 1165/98.

<b>PKD</b>	<b>Rodzaj działalności</b>
52	Sprzedaż detaliczna
52.11, 52.2	Żywność, napoje i wyroby tytoniowe
52.12, 52.3, 52.4, 52.5, 52.6	Sprzedaż towarów nieżywnościowych
52.11	Sprzedaż w niewyspecjalizowanych sklepach z przewagą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych
52.12	Pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach
52.21, 52.22, 52.23, 52.24, 52.25, 52.26, 52.27	Żywność, napoje alkoholowe i bezalkoholowe oraz wyroby tytoniowe w wyspecjalizowanych punktach sprzedaży
52.31, 52.32, 52.33	Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny
52.41, 52.42, 52.43	Włókno, odzież, obuwie
52.44, 52.45, 52.46	Meble, artykuły radiowo-telewizyjne, artykuły gospodarstwa domowego
52.47, 52.48	Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach
52.61	Sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej



W zależności od liczby pracujących **podmioty prowadzące działalność gospodarczą** podzielono na **trzy kategorie**:

- do 9 pracujących,
- od 10 do 49 pracujących,
- powyżej 49 pracujących.

Dane o **pracujących** obejmują osoby pełnozatrudnione i niepełnozatrudnione w głównym miejscu pracy.

**Do pracujących zaliczono**<sup>1</sup>:

- 1) osoby zatrudnione na podstawie stosunku pracy (tj. umowy o pracę, powołania, wyboru lub mianowania) łącznie z sezonowymi i zatrudnionymi dorywczo;
- 2) pracodawców i pracujących na własny rachunek:
  - właścicieli i współwłaścicieli zakładów (łącznie z pomagającymi członkami ich rodzin) jednostek prowadzących działalność gospodarczą (z wyłączeniem wspólników spółek, którzy nie pracują w spółce);
  - osoby pracujące na własny rachunek;
- 3) agentów pracujących na podstawie umów agencyjnych i umów na warunkach zlecenia (łącznie z pomagającymi członkami ich rodzin oraz osobami zatrudnionymi przez agentów);
- 4) osoby wykonujące pracę nakładczą;
- 5) członków spółdzielni produkcji rolniczej, tj. członków RSP oraz powstałych na ich bazie spółdzielni o innym profilu produkcyjnym, w odniesieniu do których funkcjonuje prawo spółdzielcze, a także członków spółdzielni kółek rolniczych.

**Przeciętne zatrudnienie** dotyczy pracowników pełnozatrudnionych oraz niepełnozatrudnionych w przeliczeniu na pełnozatrudnionych, bez zatrudnionych poza granicami kraju.

**Przeciętne wynagrodzenie miesięczne (nominalne)** 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.

Dane o wynagrodzeniach podaje się w ujęciu brutto, tj. łącznie z zaliczkami na poczet podatku dochodowego od osób fizycznych oraz od 1999 r. ze składkami na obowiązkowe ubezpieczenia społeczne (emerytalne, rentowe i chorobowe) płaconymi przez ubezpieczonego pracownika.

<sup>1</sup> Wg formularza Z-06 z 2006 r.

<sup>1</sup> According to the Z-06 form 2006.

**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:

- 1) rabatu procentowego odliczanego od cen detalicznych lub cen hurtowych,
- 2) narzutu procentowego doliczanego do cen zbytu,
- 3) 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.

**PRODUKCJA GLOBALNA** w sektorze przedsiębiorstw obejmuje:

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

**ZUŻYCIE POŚREDNIE** obejmuje: wartość zużytych materiałów (łącznie z paliwami) netto (po odjęciu wartości odpadków użytkowych), 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) oraz koszty podróży służbowych (bez diet) oraz inne koszty (np. koszty reklamy, reprezentacji, dzierżawy i najmu, koszty biletów służbowych, koszty ryczałtów za używanie własnych pojazdów do celów służbowych, opłaty giełdowe i opłaty z tytułu uczestnictwa w Krajowym Depozycie Papierów Wartościowych).

**WARTOŚĆ DODANA BRUTTO** - część wartości produktu krajowego brutto wytworzona w ramach działalności eksploatacyjnej realizowanej przez jednostki handlowe. Obliczana jest jako różnica między produkcją globalną a zużyciem pośrednim.

**KOSZTY ZWIĄZANE Z ZATRUDNIENIEM** składają się z:

- wynagrodzenia brutto,
- składek na ubezpieczenia społeczne,
- innych kosztów pracowniczych.

**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**, tzw. **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).

Badanie obrotów (przychodów ze sprzedaży) przedsiębiorstw handlowych prowadzone jest od 2000 r. w cyklu miesięcznym i obejmuje swoim zakresem osoby prawne i jednostki organizacyjne nie mające osobowości prawnej oraz osoby fizyczne - prowadzące działalność gospodarczą, zaklasyfikowane wg PKD do grup: 50.1-50.5, a także 52.1-52.6.

Przedsiębiorstwa o liczbie pracujących 10 i więcej osób składają raz w miesiącu „Meldunek o działalności gospodarczej DG-1”, a firmy o liczbie pracujących 9 i mniej osób uczestniczą w „Kwartalnym badaniu przychodów w przedsiębiorstwach handlowych H-01/k”. Sprawozdanie H-01/k obejmuje swoim zakresem dane miesięczne, a częstotliwość jego wypełniania jest kwartalna, co pozwala zmniejszyć obciążenie respondentów. Wyniki badania H-01/k są agregowane z wynikami badania DG-1 dla uzyskania wskaźnika pozwalającego ocenić zmiany krótkookresowe obserwowanej zbiorowości.

Jednostki o liczbie pracujących powyżej 49 osób są objęte badaniem pełnym. Natomiast jednostki o liczbie pracujących 10-49 osób oraz o liczbie pracujących 9 i mniej osób objęte są badaniem reprezentacyjnym. W Meldunku DG-1 próba stanowi ok. 10% populacji, a w badania H-01/k ok. 1,3%.

Obroty<sup>2</sup> przedsiębiorstw handlowych dla działów 50 i 52 prezentowane są na wykresach w formie dynamik w cenach stałych, gdzie okresem bazowym jest 2000 rok. Dla odzwierciedlenia zjawisk zachodzących w dłuższym okresie czasu wraz z danymi źródłowymi przedstawiony jest trend. Trend ten wygenerowany jest w wyniku przeprowadzenia dekompozycji szeregu czasowego, czyli wyodrębnienia z ciągu obserwacji poszczególnych składowych, mających wpływ na kształtowanie się danego zjawiska. Poza trendem określanym jako tendencja rozwojowa, w szeregu czasowym można wyróżnić następujące, pozostałe składowe: wahania cykliczne (ujmowane często łącznie

<sup>2</sup> Obroty w handlu detalicznym dla działu 52 zawarte są w tabl. nr 27-28 (patrz str. 97-98).

<sup>2</sup> Turnover of retail trade for the division 52 are presented in tables 27 and 28 (see pages 57–58).

z trendem), wahania sezonowe oraz zakłócenia losowe. Składowa sezonowa to odchylenia wartości szeregu o charakterze okresowym, natomiast składowa losowa oznacza odchylenia o charakterze przypadkowym. Występowanie tych zmian uniemożliwia interpretację zachodzących zmian długookresowych oraz zakłóca porównywalność sąsiadujących okresów np. miesięcy grudzień - styczeń. Eliminacja z szeregu czynników sezonowych i losowych pozwala na badanie ogólnych kierunków zmian zjawisk ekonomicznych, zachodzących w długim okresie czasu, zwiększa możliwość porównania tendencji występujących w różnych regionach czy krajach, a także pomaga w planowaniu i prognozowaniu.

W celu poprawienia zarówno sezonowego modelowania, jak i oszacowań trendu rzeczywisty szereg przed dekompozycją poddawany jest wstępnej korekcie, która polega na eliminacji wpływu zmiennej liczby dni roboczych i wartości odstających (nietypowych).

Obecnie zgodnie z zaleceniami Eurostatu do dekompozycji szeregów czasowych stosowane są głównie dwie metody: X-12 ARIMA i TRAMO-SEATS. Dekompozycja zaprezentowanych w publikacji szeregów została przeprowadzona przy użyciu metody TRAMO-SEATS.

**SPRZEDAŻ DETALICZNA TOWARÓW (łącznie z podatkiem VAT)** - 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. Wartość sprzedaży detalicznej stanowi sumę sprzedaży zrealizowaną przez jednostki handlowe i niehandlowe.

**SPRZEDAŻ ŻYWNOŚCI** - obejmuje produkty pochodzenia roślinnego i zwierzęcego, które w stanie naturalnym lub po obróbce technologicznej lub kulinarnej stanowią pokarm człowieka. Nie zalicza się do żywności napojów alkoholowych, wyrobów tytoniowych oraz leków.

**SPRZEDAŻ TOWARÓW NIEŻYWNOŚCIOWYCH** - obejmuje zaspokajanie potrzeb bytowych ludności związanych z ubiorem; z wyposażeniem mieszkania; z higieną osobistą i ochroną zdrowia; z kulturą, oświatą, wypoczynkiem; z transportem. Ponadto obejmuje towary służące do zaspokajania potrzeb gospodarstw domowych głównie w sferze produkcji rolniczej i budowlanej.

**SPRZEDAŻ NAPOJÓW ALKOHOLOWYCH** obejmuje:

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

**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.

**SKLEP** - jest to stały punkt sprzedaży detalicznej, posiadający specjalne pomieszczenie (tj. lokal sklepowy) z oknem wystawowym oraz wnętrzem dostępnym dla klientów. Może on stanowić jednozakładowe przedsiębiorstwo lub może być jednym z zakładów przedsiębiorstwa wielozakładowego (wielosklepowego).

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.

O zaliczeniu sklepu do odpowiedniej **specjalizacji branżowej** decyduje względna przewaga wartości sprzedawanych towarów danej branży.

Wyróżniamy następujące formy organizacyjne sklepów:

- **domy towarowe** są to wielodziałowe sklepy o powierzchni sal sprzedażowych 2000 m<sup>2</sup> i więcej, prowadzące sprzedaż szerokiego i uniwersalnego asortymentu towarów nieżywnościowych, a często także towarów żywnościowych: mogą również prowadzić pomocniczą działalność gastronomiczną i usługową,
- **domy handlowe** są to wielodziałowe (przynajmniej dwa działy branżowe) sklepy o powierzchni sal sprzedażowych od 600 m<sup>2</sup> do 1999 m<sup>2</sup>, prowadzące sprzedaż towarów o podobnym asortymencie jak w domach towarowych,
- **supermarkety** są to sklepy o powierzchni sprzedażowej od 400 m<sup>2</sup> do 2499 m<sup>2</sup> prowadzące sprzedaż głównie w systemie samo-obsługowym, oferujące szeroki asortyment artykułów żywnościowych oraz artykuły nieżywnościowe częstego zakupu,
- **hipermarkety** są to sklepy o powierzchni sprzedażowej od 2500 m<sup>2</sup> prowadzące sprzedaż głównie w systemie samoobsługowym, oferujące szeroki asortyment artykułów żywnościowych i nieżywnościowych częstego zakupu, zwykle z parkingiem samochodowym,
- **sklepy powszechne** są to sklepy prowadzące sprzedaż głównie towarów żywnościowych codziennego użytku, o powierzchni sal sprzedażowych od 120 do 399 m<sup>2</sup>,
- **sklepy wyspecjalizowane** są to sklepy prowadzące sprzedaż szerokiego asortymentu artykułów do kompleksowego zaspokojenia określonych potrzeb, np. ubioru, wyposażenia mieszkań, sklepy motoryzacyjne, meblowe, sportowe itp,

- **pozostałe sklepy** są to sklepy o powierzchni sal sprzedażowych do 119 m<sup>2</sup>, prowadzące sprzedaż głównie towarów żywnościowych codziennego użytku oraz często nabywanych towarów nieżywnościowych,
- **apteki** - stałe punkty sprzedaży detalicznej spełniające warunki sklepu, w których prowadzi się sprzedaż wyrobów farmaceutycznych lub zielarskich,
- **stacje paliw** - punkty sprzedaży detalicznej paliw, benzyny, oleju napędowego, płynów chłodzących, środków czyszczących itp.

Liczbę sklepów i stacji paliw wg stanu w dniu 31 XII w podziale wg specjalizacji branżowej i wg form organizacyjnych ustalono na podstawie:

- wykazów sklepów sporządzonych przez jednostki o liczbie pracujących 10 i więcej osób realizujące sprzedaż detaliczną (dział 4 sprawozdania H-01s),
- kartoteki do badania jednostek lokalnych przedsiębiorstw o liczbie pracujących 9 i mniej osób sporządzonej przez Centralny Ośrodek Informatyki Statystycznej w oparciu o Bazę Jednostek Statystycznych.

**Powierzchnia sprzedażowa sklepu** - część lokalu sklepowego przeznaczona na ekspozycję towarów oraz sprzedaż (tzn. część przeznaczona do eksponowania towarów i obsługi nabywców), mierzona w m<sup>2</sup>.

Do **pracujących w sklepie** zalicza się faktycznie pracujących w sklepie: właścicieli, współwłaścicieli oraz pomagających dorosłych członków rodziny, a także zatrudnionych na podstawie umowy o pracę, łącznie z sezonowymi i pracującymi dorywczo, agentów oraz osoby zatrudnione przez agentów.

**STAŁE PUNKTY SPRZEDAŻY DROBNODETALICZNEJ:**

- **kiosk** - stanowi pomieszczenie stałe, zamykane z oknem wystawowym, którego wnętrze nie jest dostępne dla klienta,
- **stragan** - skonstruowany z urządzeń przenośnych, służących do wyłożenia i sprzedaży towarów w stałym miejscu sprzedaży,
- **magazyn** u producenta lub handlowy prowadzący sprzedaż detaliczną.

**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.

**TARGOWISKA** - 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.

**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.

**MAGAZYNY HANDLOWE**<sup>3</sup> - magazyny jednostek zajmujących się obrotem towarami.

**Magazyny handlowe** - 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 m<sup>2</sup>) 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 m<sup>3</sup>): zbiorników przeznaczonych do magazynowania towarów płynnych, półpłynnych, gazowych; silosów (elewatorów) do magazynowania towarów sypkich, sproszkowanych, drobnoziarnistych, itp.

**Magazyny hurtu** – podstawowe jednostki handlu hurtowego; mogą to być wolnostojące budynki (tzw. magazyny zamknięte), pomieszczenia zadashone (tzw. wiaty), silosy i zbiorniki oraz place składowe.

**Powierzchnia składowa magazynów** - stanowi część powierzchni budynków magazynowych (tzw. magazynów zamkniętych), pomieszczeń zadaszonych (tzw. wiat), placów składowych oraz innych

<sup>3</sup> Począwszy od 2006 r. badanie prowadzone jest w cyklu trzyletnim. Następne wyniki będą opublikowane za 2009 r.

<sup>3</sup> From 2006 research has been conducting in three year cycle. Next results will be presented in 2009.

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.

**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.

Wyróżniamy następujące **placówki gastronomiczne**:

- **restauracje** - zakłady gastronomiczne dostępne dla ogółu konsumentów, z pełną obsługą kelnerską, oferujące szeroki i zróżnicowany asortyment potraw i napojów, podawany konsumentom według karty jadłospisowej,
- **bary** - placówki gastronomiczne prowadzące działalność o charakterze zbliżonym do restauracji z ograniczonym asortymentem potraw i towarów popularnych. Do tej grupy zaliczamy: jadalnię, bary (uniwersalne, szybkiej obsługi, przekąskowe, mleczne), bistra oraz kawiarnie, herbaciarnie, winiarnie, piwiarnie,
- **stołówki** - placówki zbiorowego żywienia zapewniające określonym grupom konsumentów, posiłki (głównie obiady), ale także śniadania i kolacje,
- **punkty gastronomiczne** - placówki gastronomiczne prowadzące ograniczoną działalność gastronomiczną, takie jak: smażalnie, pijalnie, lodziarnie, bufety w kinach, na stadionach itp.

**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,
- **produkcji gastronomicznej** - wyrobów kulinarnych, ciastkarskich i innych wytworzonych na własne potrzeby,
- **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.

**PODAŻ** wybranych towarów – jest to ilość wytworzonych w kraju produktów, pomniejszona o ich eksport, a powiększona o import. Podaż skorygowana o saldo zmiany stanu zapasów u producenta określa wielkość **dostaw** na zaopatrzenie kraju.

**ZAPASY WYROBÓW U PRODUCENTA** - wyprodukowane wyroby gotowe (finalne) znajdujące się



w magazynach producenta, przeznaczone do sprzedaży.

**ZAPASY PRODUKTÓW GOTOWYCH WŁASNEJ PRODUKCJI** obejmują: wyroby gotowe, wykonane usługi, zakończone roboty, w tym także budowlano-montażowe, zlecone prace naukowo-badawcze, prace projektowe, geodezyjno-kartograficzne itp. wycenione według technicznego kosztu ich wytworzenia.

**ZAPASY TOWARÓW** są to rzeczowe składniki aktywów obrotowych nabyte w celu odsprzedaży według rzeczywistych cen zakupu (nabycia).

**ZAPASY TOWARÓW W MAGAZYNACH HURTOWYCH** – są to towary znajdujące się w magazynach własnych jednostek handlowych, realizujących sprzedaż hurtową oraz towary stanowiące własność tych jednostek, a znajdujące się w magazynach obcych.

Nie zalicza się do zapasów w magazynach hurtowych, towarów obcych składowanych na warunkach umownych oraz towarów zareklamowanych i pozostawionych do dyspozycji dostawców.

**ZAPASY TOWARÓW W MAGAZYNACH DETALU** – są to towary w magazynach jednostek detalicznych.

**ROTACJA TOWARÓW W HANDLU** - miernik wyrażający stosunek między wielkością przeciętnego zapasu i wielkością sprzedaży, określający średnią szybkość obrotu towarów.

Rotację towarów w dniach oblicza się wg wzoru:

$$R_d = Z_{prz} \frac{s}{d} \quad \text{gdzie:}$$

$R_d$  - rotacja w dniach,

$Z_{prz}$  - zapas przeciętny,

$s$  - sprzedaż w badanym czasie,

$d$  - liczba dni w badanym okresie.

**SPOŻYCIE NIEKTÓRYCH ARTYKUŁÓW KONSUMPCYJNYCH NA 1 MIESZKAŃCA** - źródłem opracowania są informacje 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.

**FRANCHISING** - długotrwałe porozumienie o współpracy między niezależnymi prawnie przedsiębiorstwami: dawcą (pomoc w zarządzaniu, strategia rozwoju, produkty itp.) oraz przedsiębiorstwem - biorcą zachowującym niezależność.

**CASH AND CARRY** (za gotówkę bez dostawy) - forma sprzedaży hurtowej prowadzonej w pomieszczeniach przystosowanych do samoobsługi z szeroką ofertą asortymentową towarów (głównie artykułów żywnościowych). Nabywca może wybrać i natychmiast zabrać ze sobą zakupiony towar. Koszty odbioru i przewozu towarów obciążają nabywcę.

**HANDEL DYSKONTOWY** - to różne formy handlu z obniżonym standardem obsługi konsumenta i niższe od przeciętnych ceny. Wymienić wśród nich można sklepy dyskontowe, magazyny typu *cash and carry* oraz inne obiekty oferujące ograniczony asortyment szybko rotujących towarów po niższych od średnich dla danego rynku cenach. Marże w tych obiektach są zwykle niższe od przeciętnych. Stosuje się technologie sprzedaży minimalizujące koszty; asortyment zawężony jest do najczęściej kupowanych przez konsumentów towarów; ekspozycja towarów jest bardzo oszczędna, z akcentem na maksymalne wykorzystanie powierzchni sprzedażowej. Samoobsługowa metoda sprzedaży.

**ŹRÓDŁAMI INFORMACJI** są wyniki badań statystycznych - dla jednostek o liczbie pracujących do 9 osób - badanie reprezentacyjne: SP-3, H-01/k, w zakresie jednostek o liczbie pracujących 10 i więcej osób - sprawozdania H-01s, H-01a, H-01g, DG-1, F-01/I-01, SP, P-01, P-01mutacja, a dla jednostek o liczbie pracujących powyżej 49 osób - sprawozdanie P-02. Wykorzystuje się również dokument odprawy celnej SAD, deklaracje INTRASTAT oraz sprawozdanie SG-01 „Statystyka gminy”.

Badaniem na formularzu SP-3 objęta została działalność prowadzona przez osoby prawne i jednostki organizacyjne nie mające osobowości prawnej oraz przez osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą, w tym w zakresie handlu detalicznego, hurtowego i gastronomii - na podstawie potwierdzenia zgłoszenia działalności gospodarczej.

Dobór próby do badania dokonany został metodą losową wg algorytmu opracowanego przez zespół matematyków. Operat do losowania próby, utworzony w oparciu o Bazę Jednostek Statystycznych, stanowił również podstawę do uogólniania wyników.

Ponadto do oceny działalności handlowej uzupełniającą wykorzystano informacje pochodzące z różnych poza statystycznych źródeł (opracowania naukowe, prace studialne, ekspertyzy, badania poszczególnych segmentów rynków).

**Strukturę sprzedaży detalicznej** sprzedawanych towarów uzyskano z reprezentacyjnego badania ankietowego sklepów na formularzu H-01a. Operatem do losowania sklepów jest wykaz sklepów sporządzony w roku poprzedzającym badanie.

**Informacje o liczbie placówek gastronomicznych i ich przychodach**, prezentowane w tablicach, uzyskano z badania H-01g obejmującego przedsiębiorstwa duże i średnie prowadzące działalność gastronomiczną oraz z badania reprezentacyjnego jednostek małych na formularzu SP-3.

Wartość sprzedaży gastronomicznej podawana jest w cenach płaconych przez konsumentów (tj. cenach realizacji).

**Grupowania sprzedaży detalicznej wg rodzaju działalności** prowadzonej przez przedsiębiorstwo dokonano wykorzystując poniższy klucz przejścia z jednostek klasyfikacyjnych wg PKD. O zaklasyfikowaniu do danego rodzaju działalności decyduje przewaga sprzedawanego asortymentu towarów w punktach sprzedaży jednostek handlowych i niehandlowych.

**Rodzaje działalności w zakresie sprzedaży detalicznej:**

Wyszczególnienie	Jednostki produkcyjne (niehandlowe) wg PKD	Jednostki handlowe		Sekcja H
		sekcja G		
		hurtowe	detaliczne	gastronomiczne
Pojazdy samochodowe, motocykle, części	3410,3420,3430, 3541,3543,		5010,5030,5040	-
Paliwa stałe, ciekłe i gazowe	2310,2320,	5151	5050	-
Żywność, napoje i wyroby tytoniowe	1541-1543, 1551,1552, 1561, 1562, 1583-1589, 1531-1533, 1511-1513, 1520, 1581, 1582, 1591-1596, 1598,	5117, 5133, 5136, 5137-5139, 5131, 5132, 5134	5211, 5221, 5222, 5223, 5224, 5225, 5226, 5227	-
Pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach			5212	-
Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny	2451,2452,2441, 2442,3310	5145, 5146	5233, 5231,5232	-
Włókno, odzież, obuwie	1711-1717, 1721-1725, 1730,1740, 1751-1754, 1760, 1771, 1772, 1821-1824, 1810, 1830, 1910,1920, 1930	5116,5124,5141, 5142	5241,5242, 5243,	-
Meble, rtv, agd	3150, 3611-3615, 3230	5115, 5143, 5147	5244, 5245,5246	-
Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach	2112,2122-2125, 2211-2215		5247,5248	-
Sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej			5261	-
Pozostałe	wszystkie PKD nie wymienione w rodzajach działalności podanych powyżej, w których wystąpiła sprzedaż detaliczna.			

**UWAGI:**

1. Liczby względne (wskaźniki, odsetki) obliczono z reguły na podstawie danych bezwzględnych wyrażonych z większą dokładnością niż podano w tablicach.
2. Od 2000 r. zamieszczane dane klasyfikowane są zgodnie z Polską Klasyfikacją Wyrobów i Usług. Podstawą prawną stosowania PKWiU w statystyce, ewidencji i dokumentacji oraz rachunkowości stanowi Rozporządzenie Rady Ministrów z dn. 18 marca 1997 r., Dz.U. Nr 42, poz. 264 wraz z późniejszymi zmianami.
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. 26) przyjęto liczbę ludności według stanu w dniu 30 VI. Dane za lata 1989 - 2001 zostały zmienione w wyniku przyjęcia do przeliczeń skorygowanej liczby ludności uwzględniającej ludność zbilansowaną w oparciu o wyniki Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań 2002.
5. Przy przeliczaniu danych dotyczących liczby ludności przypadającej na jeden sklep (tabl. 14) przyjęto liczbę ludności według stanu w dniu 31 XII.
6. Od 2004 r. dane o sieci sklepów i stacji paliw, dla jednostek, w których liczba pracujących nie przekracza 9 osób, oszacowano w oparciu o wyniki badania reprezentacyjnego przeprowadzonego na 5% próbie tych jednostek (SP-3). Zmiana metody opracowania danych jest konsekwencją braku zasilania Rejestru REGON w informację o formie organizacyjnej podmiotu. Zmiana źródła pozyskania informacji spowodowała konieczność przeliczenia danych w tym zakresie za 2003 r. W związku z tym dane za 2003 zostały zmienione w stosunku do wcześniej opublikowanych.
7. Dane o sprzedaży detalicznej i hurtowej, przychodach z działalności gastronomicznej oraz placówkach gastronomicznych za 2006 r. są danymi wstępnymi.
8. Kategoria "UE 25" obejmuje dane dla 25 członków w całym analizowanym okresie 2000 - 2006. Dane dla krajów, które przystąpiły do UE w maju 2004 roku zostały uzupełnione za wcześniejsze okresy.

## II. KOMENTARZ ANALITYCZNY

### 1. Usługi

#### *Services*

Obserwowany w ostatnich latach wzrost znaczenia sektora usług w gospodarkach narodowych poszczególnych państw stanowi integralną część procesu rozwoju społeczno-gospodarczego. Obecnie to właśnie przedsiębiorstwa prowadzące działalności usługowe odgrywają wiodącą rolę w generowaniu wartości dodanej brutto, czy też w tworzeniu miejsc pracy.

W krajach wysoko rozwiniętych sektor usług wytwarza około 3/4 wartości dodanej całej gospodarki. W 2005 roku w Unii Europejskiej<sup>1</sup> wartość dodana wytworzona w tym sektorze stanowiła 71,9% wartości dodanej ogółem, podczas gdy w 2000 roku udział ten wynosił 69,8%. Dla porównania w Polsce udział sektora usług w tworzeniu wartości dodanej wzrósł z 63,4% w 2000 roku do 64,8% w 2005 roku.

W Unii Europejskiej w 2004 roku najwyższy udział sektor usług pod względem tworzenia wartości dodanej uzyskał w Luksemburgu – 82,6% oraz na Cyprze – 76,6%. Nieznacznie mniejszy udział odnotowano we Francji, Wielkiej Brytanii i Belgii, gdzie wyniósł on odpowiednio 75,8%, 74,9% oraz 74,2%. Wśród dziesięciu krajów przyjętych do Unii 1 maja 2004 roku znaczący udział sektora usług w wartości dodanej ogółem widoczny jest m.in. na Łotwie – 73,3% oraz w Estonii – 66,8%. Z dostępnych danych za 2003 rok wynika, że udział sektora usług w Stanach Zjednoczonych wyniósł – 76,6%, a w Japonii – 69,6%.

Struktura wartości dodanej brutto w usługach (ceny bieżące) - na podstawie klasyfikacji ISIC<sup>a</sup>  
*Structure of gross value added in services (current prices) – according to ISIC classification<sup>a</sup>*

Kraje <i>Countries</i>	Lata <i>Years</i>	Usługi <i>Services</i>	Kraje <i>Countries</i>	Lata <i>Years</i>	Usługi <i>Services</i>
Austria .....	1995	67,0	Malta .....	1995	69,2
<i>Austria</i>	2004	67,8	<i>Malta</i>	2004	73,8
Belgia .....	1995	70,2	Niderlandy .....	1995	69,2
<i>Belgium</i>	2004	74,2	<i>Netherlands</i>	2004	74,0
Bulgaria .....	1995	54,2	Niemcy .....	1995	66,5
<i>Bulgaria</i>	2004	58,9 <sup>b</sup>	<i>Germany</i>	2004	69,8
Cypr .....	1995	72,0	<b>Polska .....</b>	<b>1995</b>	<b>56,9</b>
<i>Cyprus</i>	2004	76,6	<b><i>Poland</i></b>	<b>2004</b>	<b>64,1</b>
Dania .....	1995	71,4	Portugalia .....	1995	66,0
<i>Denmark</i>	2004	74,1	<i>Portugal</i>	2004	71,6
Estonia .....	1995	62,7	Republika Czeska.....	1995	55,5
<i>Estonia</i>	2004	66,8	<i>Czech Republic</i>	2004	58,8

<sup>1</sup> Unia Europejska jako 25 państw członkowskich zarówno dla roku 2005, jak i 2000.

<sup>1</sup> *For 2005 as well as 2000 the European Union as 25 member states.*

Finlandia .....	1995	62,9	Rumunia .....	1995	49,3 <sup>e</sup>
<i>Finland</i>	2004	65,4	<i>Romania</i>	2004	50,8
Francja .....	1995	74,0 <sup>d</sup>	Słowacja .....	1995	55,9
<i>France</i>	2004	75,8	<i>Slovakia</i>	2004	61,0
Grecja .....	1995	67,7	Słowenia .....	1995	60,5
<i>Greece</i>	2004	73,1	<i>Slovenia</i>	2004	62,3
Hiszpania .....	1995	66,1	Stany Zjednoczone .....	1995	72,0
<i>Spain</i>	2004	67,4	<i>United States</i>	2004	76,6 <sup>c</sup>
Irlandia .....	1995	55,0	Szwecja .....	1995	67,0
<i>Ireland</i>	2004	60,0	<i>Sweden</i>	2004	70,5
Japonia .....	1995	65,3	Węgry .....	1995	62,4
<i>Japan</i>	2004	69,6 <sup>c</sup>	<i>Hungary</i>	2004	65,0
Litwa .....	1995	55,5	Wielka Brytania .....	1995	67,3
<i>Lithuania</i>	2004	61,4	<i>United Kingdom</i>	2004	74,9
Luksemburg .....	1995	77,2	Włochy .....	1995	66,4
<i>Luxembourg</i>	2004	82,6	<i>Italy</i>	2004	70,2
Łotwa .....	1995	61,3			
<i>Latvia</i>	2004	73,3			

<sup>a</sup> Źródło: RS RP 2006 r.; <sup>b</sup> 2002 r.; <sup>c</sup> 2003 r.; <sup>d</sup> 1999 r.; <sup>e</sup> 1998 r.

<sup>a</sup> Source: Statistical Yearbook of the Republic of Poland 2006; <sup>b</sup> 2002; <sup>c</sup> 2003; <sup>d</sup> 1999; <sup>e</sup> 1998.

W roku 2004 najwyższy udział w tworzeniu miejsc pracy sektor usług osiągnął w Stanach Zjednoczonych – 77,6% i Luksemburgu – 77,2% ogółu pracujących (dane za rok 2003). W Niderlandach udział ten wyniósł 76,7% (dane za rok 2002), w Wielkiej Brytanii – 76,6%, a w Szwecji – 75,2%.

Pracujący w 2004 r. – na podstawie klasyfikacji ISIC <sup>a</sup>

*Employment in 2004 - according to ISIC classification* <sup>a</sup>

Kraje	Ogółem <i>Total</i>	w tym usługi <i>of which services</i>		Countries
	w tys. <i>in thous.</i>		w % <i>in %</i>	
Austria .....	3 744	2 519	67,3	<i>Austria</i>
Belgia .....	4 070 <sup>b</sup>	2 987 <sup>b</sup>	73,4	<i>Belgium</i>
Bułgaria .....	2 922	1 672	57,2	<i>Bulgaria</i>
Cypr .....	338	241	71,3	<i>Cyprus</i>
Dania .....	2 720	1 996	73,4	<i>Denmark</i>
Estonia .....	596	353	59,2	<i>Estonia</i>
Finlandia .....	2 387	1 663	69,7	<i>Finland</i>
Francja .....	24 720	17 648	71,4	<i>France</i>

Grecja .....	4 104 <sup>b</sup>	2 509 <sup>b</sup>	61,1	<i>Greece</i>
Hiszpania .....	17 971	11 518	64,1	<i>Spain</i>
Irlandia .....	1 836	1 212	66,0	<i>Ireland</i>
Japonia .....	63 290 <sup>c</sup>	42 470	67,1	<i>Japan</i>
Litwa.....	1 436	803	55,9	<i>Lithuania</i>
Luksemburg <sup>d</sup> .....	293 <sup>b</sup>	226 <sup>b</sup>	77,2	<i>Luxembourg <sup>d</sup></i>
Łotwa.....	1 018 <sup>c</sup>	605	59,4	<i>Latvia</i>
Malta .....	149	102	68,5	<i>Malta</i>
Niderlandy .....	7 952 <sup>g</sup>	6 101 <sup>g</sup>	76,7	<i>Netherlands</i>
Niemcy .....	35 659	23 841	66,9	<i>Germany</i>
<b>Polska <sup>e</sup> .....</b>	<b>13 795</b>	<b>7 333</b>	<b>53,2</b>	<b><i>Poland<sup>e</sup></i></b>
Portugalia.....	5 128 <sup>b</sup>	2 833 <sup>b</sup>	55,2	<i>Portugal</i>
Republika Czeska .....	4 707	2 660	56,5	<i>Czech Republic</i>
Rumunia .....	9 158 <sup>c</sup>	3 406	37,2	<i>Romania</i>
Słowacja <sup>f</sup> .....	2 170	211	55,9	<i>Slovakia <sup>f</sup></i>
Słowenia .....	946	515	54,4	<i>Slovenia</i>
Stany Zjednoczone .....	139 252 <sup>c</sup>	108 061	77,6	<i>United States</i>
Szwecja .....	4 213	3 169	75,2	<i>Sweden</i>
Węgry .....	3 900 <sup>c</sup>	2 414	61,9	<i>Hungary</i>
Wielka Brytania .....	28 008	21 444	76,6	<i>United Kingdom</i>
Włochy .....	22 133 <sup>b</sup>	14 039 <sup>b</sup>	63,4	<i>Italy</i>

<sup>a</sup> Źródło: RS RP 2006 r.; <sup>b</sup> 2003 r.; <sup>c</sup> Dane nie w pełni porównywalne z danymi za poprzednie lata; <sup>d</sup> Szacunki oficjalne; <sup>e</sup> Przeciętne w roku; <sup>f</sup> Bez osób na urlopie wychowawczych; <sup>g</sup> 2002 r.

<sup>a</sup> Source: Statistical Yearbook of the Republic of Poland 2006; <sup>b</sup> 2003; <sup>c</sup> Data not strictly comparable to those for previous years; <sup>d</sup> Official estimates;

<sup>e</sup> Annual average; <sup>f</sup> Excluding persons on child-care leave; <sup>g</sup> 2002.

W gospodarce polskiej sektor usług odgrywa równie istotną rolę. Jakkolwiek, ze względu na niższy poziom rozwoju gospodarczego sektor ten, tak jak zaobserwowano, posiada znaczny potencjał do wykorzystania. W Polsce w 1995 roku przedsiębiorstwa prowadzące działalności usługowe wytworzyły 56,9% ogółu wartości dodanej brutto, wobec 64,8% w 2005 roku. W analizowanym okresie udział liczby osób pracujących w sektorze usługowym wzrósł z 46,6% pracujących w całej gospodarce w 2000 roku do około 55,9% w 2005 roku.

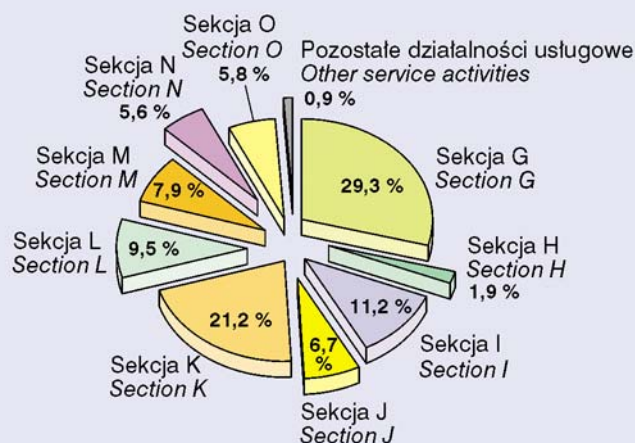


Wśród ponad 3,6 mln podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w rejestrze REGON na koniec 2006 r., prawie 2,8 mln podmiotów to przedsiębiorstwa usługowe (co stanowiło niemal 77%, z czego prawie 96% stanowiły jednostki małe z liczbą pracujących 9 osób i mniej. W stosunku do roku ubiegłego liczba podmiotów prowadzących działalności usługowe wzrosła o 0,4%. Najwyższy procentowy przyrost liczby podmiotów gospodarczych dotyczył działalności usługowej komunalnej, społecznej i indywidualnej pozostałej (wg PKD sekcja O) – 5,6%, jak również obsługi nieruchomości i firm oraz nauki (wg PKD sekcja K) – 3,3%. Niewielki spadek liczby podmiotów w stosunku do roku 2005 odnotowano jedynie w przypadku przedsiębiorstw handlowych (wg PKD sekcja G) – 2,1%, przedsiębiorstw prowadzących działalność hotelarską i gastronomiczną – 1,8% (wg PKD sekcja H) – oraz transportowych (wg PKD sekcja I) – 0,8% .

Wśród podmiotów prowadzących działalności usługowe najwięcej 41,5% ogólnej liczby zarejestrowanych podmiotów stanowiły przedsiębiorstwa handlowe (według PKD sekcja G), w dalszej kolejności podmioty prowadzące działalność w zakresie obsługi nieruchomości i firm oraz nauki (wg PKD sekcja K) – 21,6% oraz przedsiębiorstwa prowadzące działalność w zakresie transportu, gospodarki magazynowej i łączności (według PKD sekcja I) – 9,3%.

W 2005 roku, podobnie jak w roku ubiegłym, działalnością dominującą w sektorze usług pod względem generowania wartości dodanej była działalność handlowa, której udział wyniósł prawie 30% wartości dodanej wytworzonej w sektorze. W przypadku przedsiębiorstw prowadzących działalność w zakresie obsługi nieruchomości i firm oraz nauki (wg PKD sekcja K) udział kształtował się na poziomie 21,2%, a przedsiębiorstw prowadzących działalność w zakresie transportu, gospodarki magazynowej i łączności (według PKD sekcja I) – 11,2% .

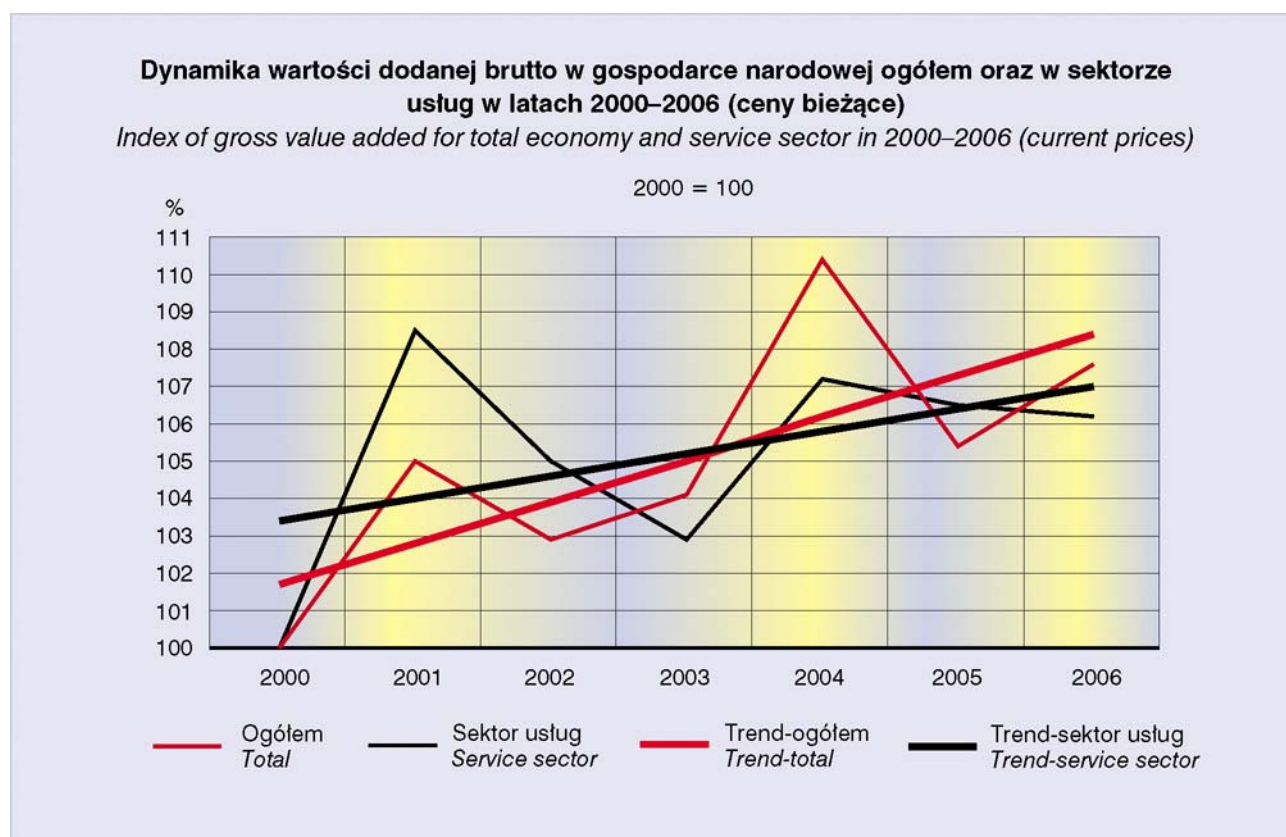
**Struktura wartości dodanej brutto w sektorze usług wg sekcji PKD w 2005 r.**  
*Structure of gross value added in service sector by NACE sections in 2005*



Źródło: Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2000-2005, GUS, Warszawa, czerwiec 2007.

Source: National accounts by institutional sectors and sub-sectors 2000-2005, Central Statistical Office, Warsaw, June 2007.

W okresie 2000-2006 wartość dodana sektora usług wzrosła o 42,1%, podczas gdy w całej gospodarce wzrost ten osiągnął 40,7%. Tym niemniej, tempo wzrostu w poszczególnych latach było zróżnicowane. W latach 2003 i 2004 roku sektor usług rozwijał się wolniej niż pozostałe działy gospodarki ogółem. Wzrost wartości dodanej sektora usług w 2005 roku w stosunku do roku 2004 wyniósł 6,5%, podczas gdy w gospodarce ogółem osiągnął on 5,4% (w tym w przemyśle 3,2%). Według danych wstępnych w roku 2006 wzrost wartości dodanej w sektorze usług, w stosunku do roku 2005, był niższy niż w gospodarce ogółem (wskaźnik wzrostu dla sektora usług wyniósł 6,2% wobec 7,6% dla całej gospodarki, w tym w przemyśle 9,4%).



Źródło: Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2000-2005, GUS, Warszawa, czerwiec 2007; Dla roku 2006 Mały Rocznik Statystyczny Polski 2007.

Source: National accounts by institutional sectors and sub-sectors 2000-2005, Central Statistical Office, Warsaw, June 2007; For 2006 Concise Statistical Yearbook of Poland 2007.

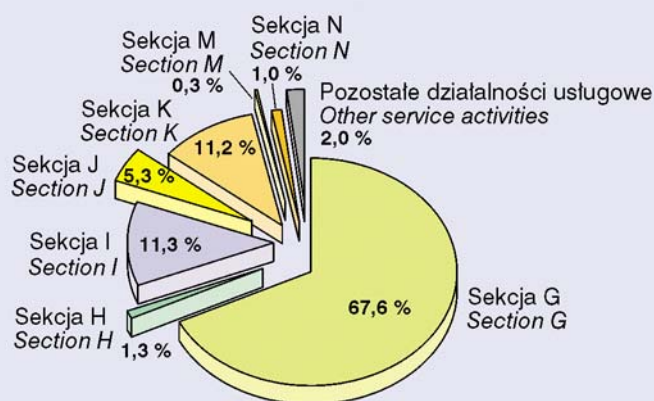
\*Dla roku 2006 dane wstępne

\*For 2006 preliminary data

W 2005 roku wśród działalności usługowych najbardziej dynamicznym rozwojem charakteryzowała się działalność hotelarska i gastronomiczna (wg PKD sekcja H), dla której wzrost wartości dodanej, w odniesieniu do roku 2004, wyniósł 12,6%. Przedsiębiorstwa prowadzące działalność w zakresie pośrednictwa finansowego (wg PKD sekcja J) odnotowały wzrost wartości dodanej o 10%, a przedsiębiorstwa prowadzące działalność w zakresie obsługi nieruchomości i firm oraz nauki (wg PKD sekcja K) – 8,1%. Najniższy wzrost wartości dodanej kształtujący się na poziomie 3,1% dotyczył transportu, gospodarki magazynowej i łączności (wg PKD sekcja I).

W 2005 roku przedsiębiorstwa usługowe wygenerowały około 57% wartości przychodów sektora przedsiębiorstw niefinansowych. Najwyższy udział w sektorze usług stanowiły przychody przedsiębiorstw prowadzących działalność w zakresie Handlu i napraw (wg PKD sekcja G) – prawie 68% przychodów, w dalszej kolejności przedsiębiorstw transportowych (wg PKD sekcja I) – 11,3% oraz przedsiębiorstw świadczących usługi w zakresie obsługi nieruchomości i firm oraz nauki (wg PKD sekcja K) – 11,2%.

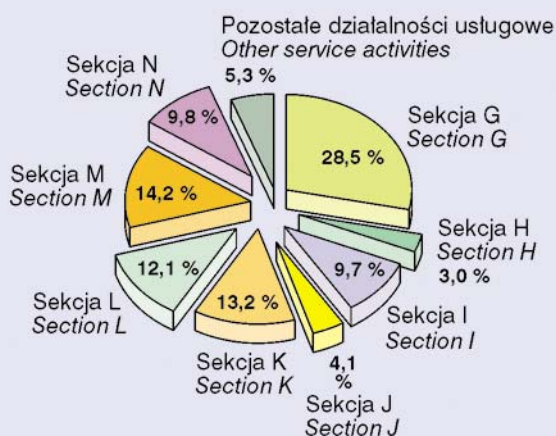
**Struktura przychodów sektora usług wg sekcji PKD w 2005 r.**  
*Structure of turnover in service sector by NACE sections in 2005*



Źródło: Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2005 roku, GUS, Warszawa; patrz Uwagi Metodyczne, str. 6.  
Source: Activity of the non-financial enterprises in 2005, CSO, Warsaw; see Methodological Notes, page 6.

Utrzymuje się stała struktura zatrudnienia w sektorze usług. W 2005 roku w sektorze usług najwięcej osób pracowało w przedsiębiorstwach zaliczanych do Handlu i napraw (wg PKD sekcja G) – prawie 29% pracujących w podmiotach usługowych, następnie w Edukacji (wg PKD sekcja M) – 14,2%, Obsłudze nieruchomości i firm oraz nauce (wg PKD sekcja K) – 13,2%.

**Pracujący w sektorze usług wg sekcji PKD w 2005 r.**  
*Employed persons in service sector by NACE sections in 2005*



Źródło: Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2006; patrz Uwagi Metodyczne, str. 6.  
 Source: Statistical Yearbook of the Republic of Poland 2006; see Methodological Notes, page 6.

W porównaniu z innymi sektorami gospodarki narodowej, sektor usług odznacza się wyższą wydajnością pracy. W 2005 roku wartość dodana na 1 pracującego w sektorze usług wyniosła 77,8 tys. zł, podczas gdy w całej gospodarce wartość ta kształtowała się na poziomie 67,2 tys. zł. W roku 2005 najbardziej wydajnymi sekcjami działalności usługowych, podobnie jak w roku 2004, były Pośrednictwo finansowe (wg PKD sekcja J), gdzie na 1 pracującego przypadło 127,7 tys. zł wartości dodanej brutto oraz Obsługa nieruchomości i firm (wg PKD sekcja K) – 125,3 tys. zł na 1 pracującego.

Najwyższe przeciętne wynagrodzenie brutto w 2006 roku odnotowano w Pośrednictwie finansowym (wg PKD sekcja J) – 4 469 zł, Administracji Publicznej (wg PKD sekcja L) – 3 215 zł oraz Transporcie, gospodarce magazynowej i łączności (wg PKD sekcja I) – 2 673 zł. W 2005 roku osoby pracujące w ramach powyższych działalności usługowych uzyskały również najwyższe wynagrodzenia, mianowicie w przypadku Pośrednictwa finansowego – 4 245 zł, Administracji Publicznej – 3 061 zł, a Transportu, gospodarki magazynowej i łączności – 2 592 zł.

Motorem rozwoju sektora usług jest wzrost zapotrzebowania na usługi i to zarówno ze strony gospodarstw domowych, jak również ze strony innych przedsiębiorstw i podmiotów. Wśród przedsiębiorstw coraz bardziej powszechnym staje się zjawisko outsourcingu, które polega na rezygnacji z prowadzenia działalności pomocniczej związanej z obsługą podstawowej działalności przedsiębiorstwa i zakupie usług na zewnątrz przedsiębiorstwa. Udział wydatków na zakup usług obcych w kosztach ogółem prezentuje poniższe zestawienie.

**Zestawienie 1:** Udział wydatków na zakup usług obcych w kosztach ogółem (w %)  
*Share of expenditure on external services in total costs (in %)*

Wyszczególnienie	Udział wydatków na usługi obce w kosztach ogółem (w %)	
	2000	2006
<b>Ogółem</b>	<b>20,6</b>	<b>22,6</b>
Sekcja C - Górnictwo	16,1	17,6
Sekcja D - Przetwórstwo przemysłowe	11,7	11,7
Sekcja E - Wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz i wodę	22,1	28,8
Sekcja F - Budownictwo	40,6	46,7
Sekcja G - Handel i naprawy	31,5	34,7
Sekcja H - Hotele i restauracje	20,3	24,3
Sekcja I - Transport, gospodarka magazynowa i łączność	34,4	46,2
Sekcja K - Obsługa nieruchomości i firm	31,4	36,1
Sekcja M - Edukacja	24,4	33,1
Sekcja N - Ochrona zdrowia i pomoc społeczna	21,6	29,7
Sekcja O - Działalność usługowa, komunalna, społeczna i indywidualna, pozostała	24,3	26,2

Źródło: Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych 2000-2006.

Source: *Financial results of economic entities 2000-2006.*

Z zestawienia wynika, że w 2006 roku najwyższy udział wydatków na usługi obce<sup>2</sup> w kosztach ogółem odnotowano w budownictwie (wg PKD sekcja F) oraz działalności w zakresie transportu, gospodarki magazynowej i łączności (wg PKD sekcja I) – ponad 46%. W przypadku działalności budowlanej o wysokim udziale usług obcych w kosztach świadczy fakt, iż przedsiębiorstwa te nabywają często usługi budowlano-montażowe w celu odsprzedaży, tzw. podwykonawstwo. Natomiast przedsiębiorstwa transportowe w celu realizacji usług korzystają z taboru innych jednostek eksploatowanego na podstawie umowy zlecenia, dzierżawy czy też leasingu. Wydatki na usługi obce stanowiły również znaczący udział w kosztach ogółem (ponad 33%) podmiotów zajmujących się działalnością handlową (wg PKD sekcja G), obsługą nieruchomości i firm (wg PKD sekcja K) oraz działalnością edukacyjną (wg PKD sekcja M).

\* \* \*

Analiza krótkookresowych wskaźników obrotów<sup>3</sup> przedsiębiorstw prowadzących wybrane działalności usługowe, a w szczególności ich prezentacja graficzna, umożliwia identyfikację cykli, jakimi charakteryzują się te działalności w ciągu roku, jak i dokonanie porównań międzynarodowych. W latach 2000-2006 dla prezentowanych działalności wartości generowanych

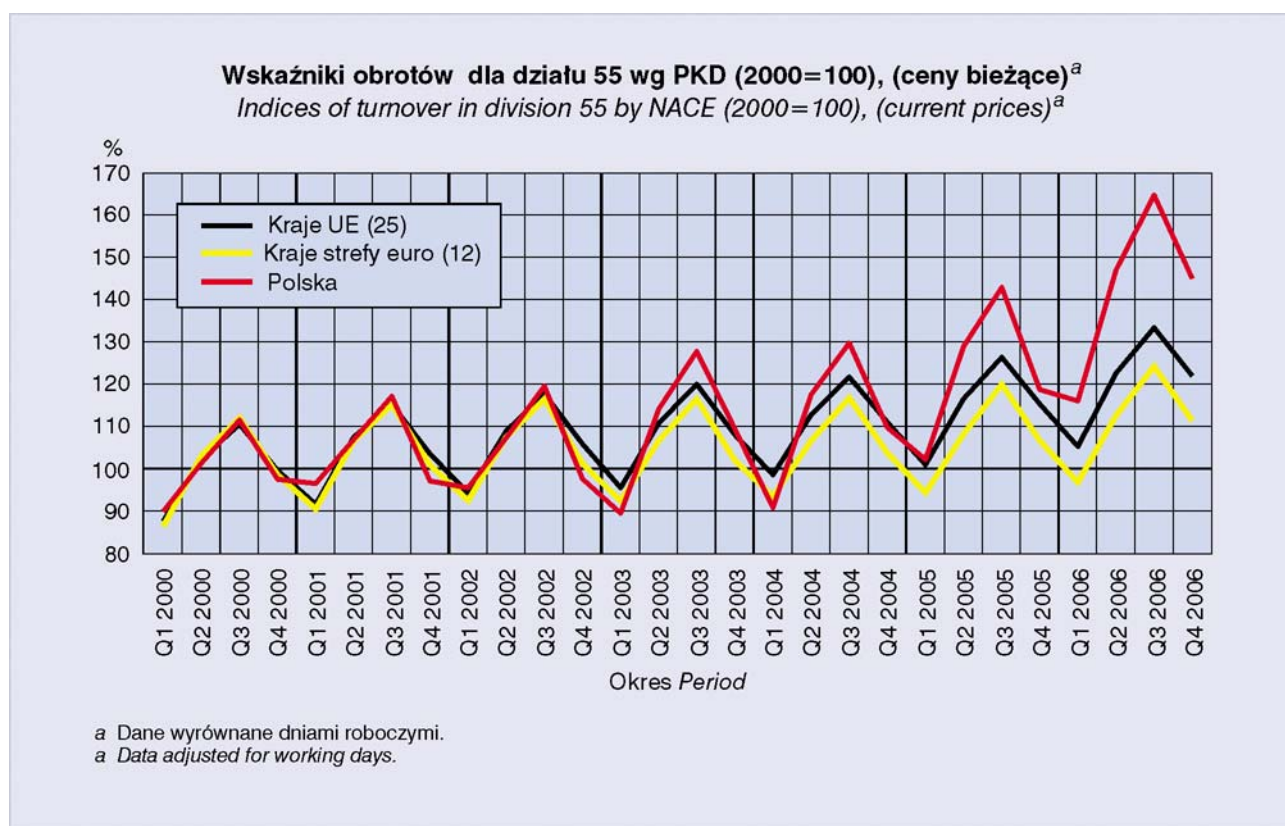
<sup>2</sup> Do usług obcych zaliczamy m.in.: usługi spedycyjne, transportowe, składowania, remontowe, budowlano-montażowe (także podwykonawców), obróbki obcej, telekomunikacyjne, prowadzenia ksiąg, badania sprawozdań finansowych, doradztwa, najmu i dzierżawy lokali, sprzętu, terenów, opłaty za leasing operacyjny, usługi pralnicze oraz usługi utrzymania czystości.

<sup>3</sup> Krótkookresowe wskaźniki obrotów prezentowane są jako kwartalne lub miesięczne wskaźniki zmian zjawiska w badanym okresie do roku bazowego (obecnie roku 2000) wyrównane dniami roboczymi.



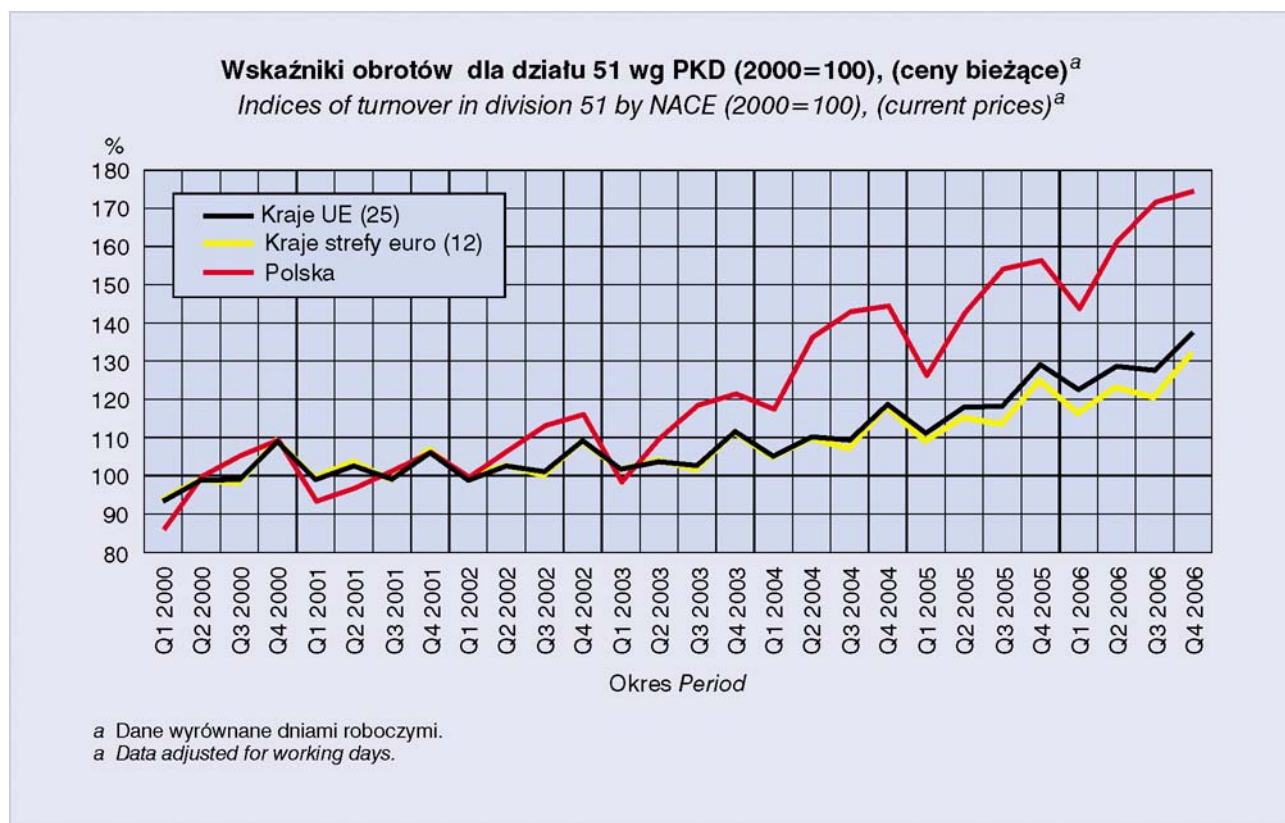
obrotów wykazują tendencję rosnącą. Jakkolwiek, wzrost tych wartości w poszczególnych okresach roku zależy od rodzaju prowadzonej działalności usługowej.

W **działalności hotelarskiej i gastronomicznej** (wg PKD dział 55) najwyższy wzrost wartości obrotów przypada w okresie wakacyjnym – w III kwartale. W ciągu ostatnich dwóch lat 2005-2006 nastąpił wyraźny wzrost dynamik obrotów w Polsce w porównaniu z obrotami zrealizowanymi przez kraje Unii Europejskiej oraz kraje strefy Euro. Najbardziej dynamiczny rozwój przedsiębiorstw zaklasyfikowanych wg PKD do działalności hotelarskiej i gastronomicznej nastąpił w roku 2006, kiedy to wzrost obrotów w III kwartale w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego wyniósł 15,8%.



\* \* \*

Obroty z **działalności hurtowej** (wg PKD dział 51) najwyższą dynamikę wykazują w III i IV kwartale. Nieco inaczej kształtują się obroty z działalności hurtowej w krajach Unii Europejskiej i krajach strefy Euro, gdzie II i III kwartał osiągają zbliżoną dynamikę, a znaczący wzrost obserwowany jest dopiero w IV kwartale. Od roku 2002 następuje systematyczny wzrost dynamik obrotów w Polsce względem dynamik obrotów osiąganych przez kraje Unii Europejskiej i kraje strefy Euro. W 2006 r. średnioroczna dynamika wzrostu obrotów w przedsiębiorstwach hurtowych w porównaniu z rokiem ubiegłym wyniosła w naszym kraju 12,4%.

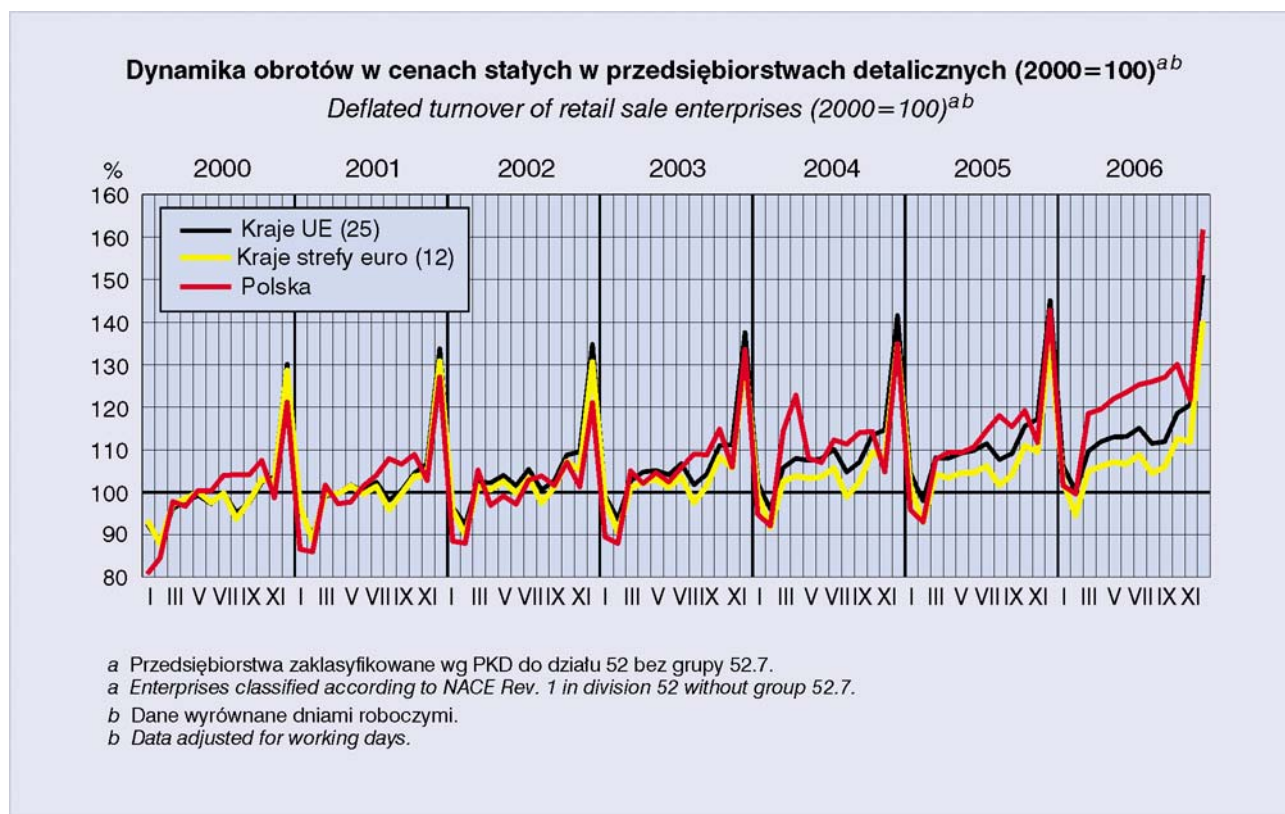


\* \* \*

W poszczególnych miesiącach lat 2000-2005 dynamiki obrotów przedsiębiorstw detalicznych w Polsce, w porównaniu z dynamikami obrotów 25 krajów Unii Europejskiej, w pierwszych półroczach oraz w grudniu są zbliżone (wyjątek stanowi rok 2004, kiedy to zaobserwowano znacznie wyższy wzrost w miesiącach marzec – kwiecień przed wstąpieniem do Unii Europejskiej). Jednak w II półroczu, kiedy w krajach Unii Europejskiej i strefy Euro następuje spadek obrotów zwłaszcza w sierpniu, w Polsce obserwuje się stosunkowy wzrost względem poprzedniego półrocza. Na przestrzeni całego roku 2006 widoczny jest zdecydowany wzrost dynamik obrotów w Polsce w porównaniu z dynamiką obrotów zrealizowanych przez kraje Unii Europejskiej i strefy Euro.

Polska w roku 2006 spośród 25 krajów Unii Europejskiej osiągnęła trzecie miejsce za Łotwą i Estonią pod względem wysokości dynamik obrotów w handlu detalicznym w skali roku (tablica nr 30). Jednak porównując wzrost dynamik obrotów na przestrzeni lat 2000 - 2006 w cenach roku bazowego 2000, Polska spośród 10 krajów przyjętych w 2004 r. do Unii Europejskiej, osiągnęła najniższy wzrost obrotów w handlu detalicznym (Malta ze względu na brak danych nie jest uwzględniona). Natomiast z krajów „starej Unii Europejskiej” wyższe dynamiki obrotów niż Polska miały: Szwecja, Irlandia, Grecja, Dania, Finlandia i Wielka Brytania (tablica nr 29).

Na wskaźnik dynamiki obrotów krajów Unii Europejskiej (w tym krajów strefy Euro) mają wpływ wysokie obroty takich krajów jak: Niemcy, Hiszpania, Francja, Włochy, Niderlandy, których dynamika obrotów jest niższa niż w Polsce.

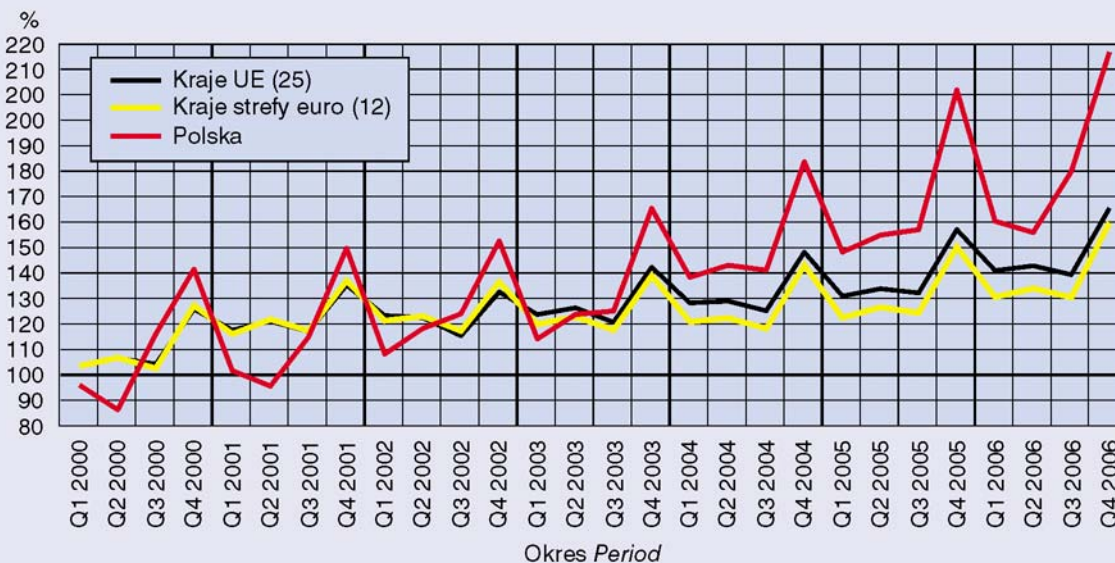


\* \* \*

W branży **informatycznej** (wg PKD dział 72) w okresie I kwartał 2000 – I kwartał 2006 odnotowano ponad 74% wzrost wartości obrotów tego działu w Polsce. Na przestrzeni całego roku wartości obrotów dla poszczególnych kwartałów w stosunku do roku ubiegłego stopniowo rosną, jednak najbardziej dynamiczny wzrost obserwowany jest zawsze w IV kwartale. Wzrost przychodów w ostatnim kwartale roku wynika przede wszystkim ze zwiększonego zainteresowania przedsiębiorstw zakupami szerokiego asortymentu usług informatycznych. Ma to miejsce zarówno w Polsce, jak i innych krajach europejskich. W Polsce począwszy od połowy 2003 roku dynamika obrotów była wyższa niż w krajach Unii Europejskiej oraz w krajach strefy Euro, co świadczy, że rynek informatyczny w Polsce znajduje się w fazie dynamicznego rozwoju.



Wskaźniki obrotów dla działu 72 wg PKD (2000=100), (ceny bieżące)<sup>a</sup>  
 Indices of turnover in division 72 by NACE (2000=100), (current prices)<sup>a</sup>



a Dane wyrównane dniami roboczymi.  
 a Data adjusted for working days.

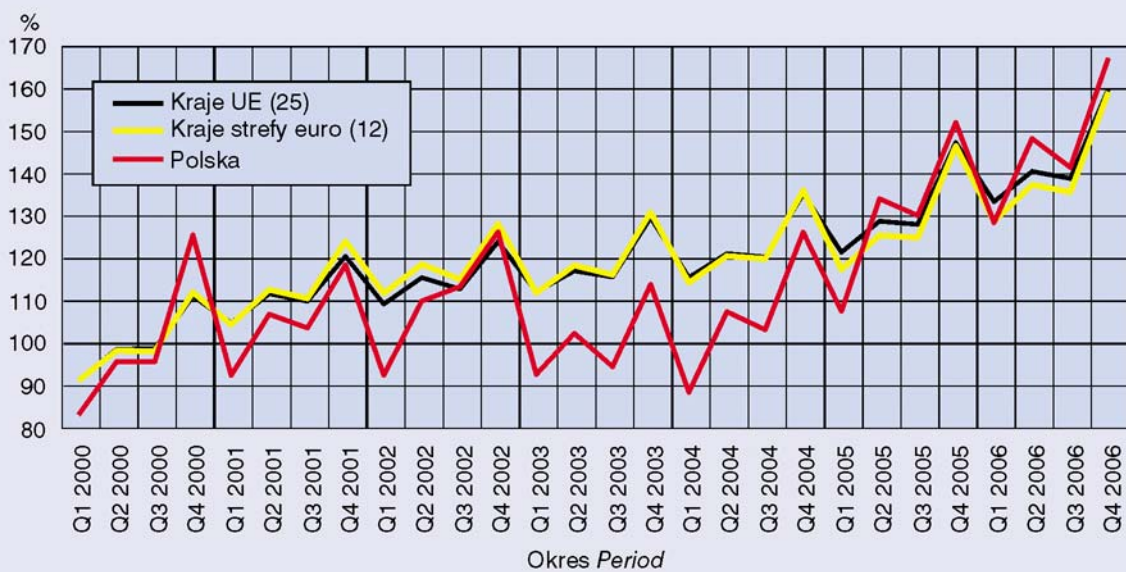
\* \* \*

Na przestrzeni lat 2000-2006 wzrost wartości obrotów widoczny jest w działalnościach związanych z **obsługą działalności gospodarczej**<sup>4</sup> (wg PKD dział 74). W analizowanym okresie wskaźnik obrotów wzrósł o około 55% w stosunku do pierwszego kwartału 2000. W pierwszej połowie roku obroty rosną, po czym w III kwartale następuje ich spadek. Niewątpliwie zjawisko to jest efektem zmniejszonego popytu w okresie wakacyjnym. W IV kwartale wskaźniki rosną osiągając swój najwyższy poziom w ciągu roku.

Przy analizie danych prezentowanych dla działu 74 należy brać pod uwagę jego różnorodność, co może istotnie wpływać na ocenę tej działalności w przekrojach międzynarodowych. W krajach Unii Europejskiej oraz strefy Euro dla w/w działalności zachodziły podobne tendencje jak w przypadku Polski, jakkolwiek do I kwartału 2005 roku dynamika obrotów była wyższa.

<sup>4</sup> Działalności te obejmują: działalność prawniczą; rachunkowo-księgową; doradztwo; zarządzanie holdingami; działalność w zakresie architektury i inżynierii; badania i analizy techniczne; reklamę; rekrutację i udostępnianie pracowników; działalność detektywistyczną i ochroniarską; sprzątanie i czyszczenie obiektów oraz działalność komercyjną, gdzie indziej niesklasyfikowaną (np. działalność fotograficzną, działalność związaną z pakowaniem, tłumaczeniami, usługami sekretarskimi).

**Wskaźniki obrotów dla działu 74 wg PKD (2000=100), (ceny bieżące)<sup>a</sup>**  
**Indices of turnover in division 74 by NACE (2000=100), (current prices)<sup>a</sup>**



<sup>a</sup> Dane wyrównane dniami roboczymi.  
<sup>a</sup> Data adjusted for working days.

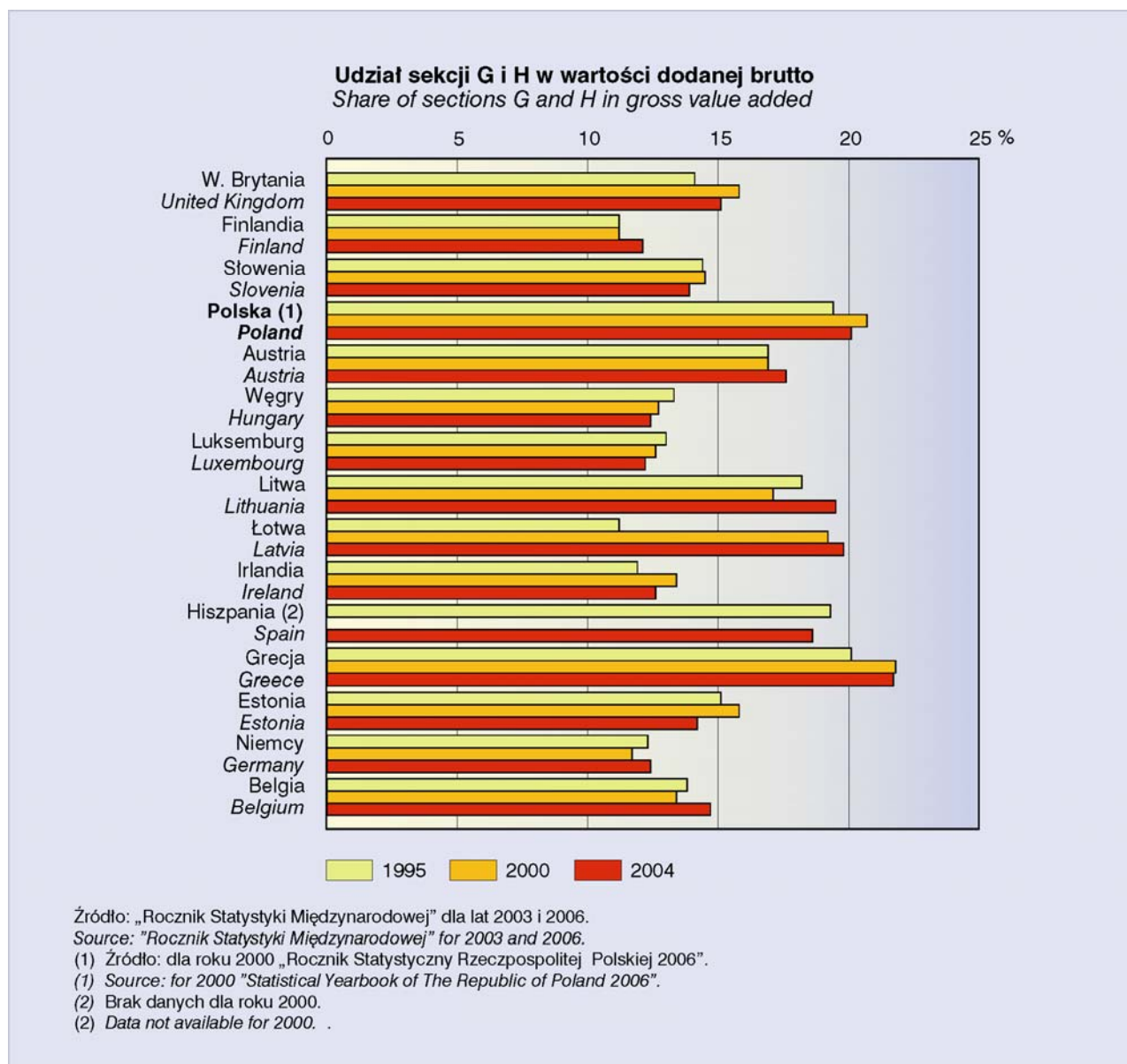
## 2. Handel wewnętrzny

### *Internal trade*

Handel i naprawy (sekcja G) oraz hotele i restauracje (sekcja H) odgrywają dużą rolę w generowaniu dochodu narodowego w większości krajów Unii Europejskiej. W państwach „starej” Unii Europejskiej średni udział tych sekcji w wartości dodanej brutto w 2004 r. był na poziomie 14,9% (bez danych dla Szwecji i Portugalii). Dla krajów członkowskich, które przystąpiły do UE 1 maja 2004 roku udział ten wyniósł 16,9%, natomiast dla całej Wspólnoty - 15,7% wartości dodanej brutto zostało wytworzone przez te dwie sekcje.

Udział tych działalności uzależniony jest od wielkości danego kraju członkowskiego, jego atrakcyjności turystycznej oraz od tempa rozwoju ekonomicznego. W 2004 roku w Grecji, w Polsce i na Cyprze udział tych dwóch sekcji przekroczył 20% całkowitej wartości dodanej brutto. Natomiast dla krajów wysokorozwiniętych takich jak Niemcy, Luksemburg czy Finlandia udział ten nie stanowił więcej niż 12,5%.

Udział sekcji G i H w wartości dodanej brutto w wybranych krajach członkowski w latach 1995, 2000 i 2004 obrazuje poniższy wykres:



W Polsce handel (dotyczy sekcji G) odgrywa znaczącą rolę w gospodarce narodowej, zajmując drugie miejsce po przemyśle – w tworzeniu produktu krajowego brutto (PKB), osiągając w 2006 r. udział 17,1%. Natomiast jego udział w tworzeniu wartości dodanej brutto w 2006 r. wyniósł 19,4%.

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	1995	2000	2003	2004	2005	2006
Udział handlu w PKB w % ..... <i>Share of trade in GDP in %</i>	16,3	17,3	16,8	16,8	16,7	17,1*
Udział handlu w wartości dodanej brutto w % ..... <i>Share of trade in gross value added in %</i>	18,5	19,5	19,0	18,9	18,9	19,4*

\* dane szacunkowe

\* estimated data

Dynamika wartości dodanej brutto (w cenach stałych) w 2006 r. przedsiębiorstw zaklasyfikowanych do sekcji G „Handel i naprawy” wzrosła w porównaniu z rokiem ubiegłym o 9,9%, wobec wzrostu w 2005 r. – 3,5%, w 2004 r. – o 4,3%, w 2003 r. – o 0,4%, w 2002 r. – o 4,1%, w 2001 r. – o 3,4%, w 2000 r. – o 4,4%. Na poziom wartości dodanej brutto wytworzonej przez przedsiębiorstwa handlowe wpływały głównie: przychody, marże handlowe i poniesione koszty, stanowiące istotne czynniki rentowności przedsiębiorstw handlowych.

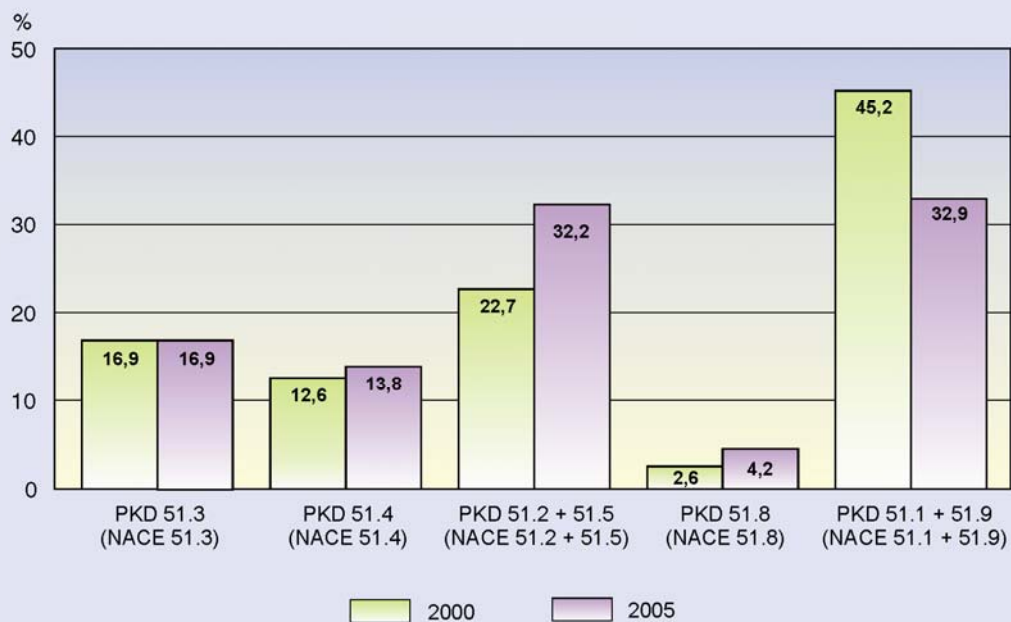
W 2005 r. dynamika przychodów ogółem osiągniętych przez przedsiębiorstwa z sekcji G „Handel i naprawy” była wyższa niż w 2004 r. o ok. 4%. Znaczną część przychodów ogółem (ok. 57%) realizowały przedsiębiorstwa, w których pracuje do 49 osób. Udział przychodów ze sprzedaży towarów i materiałów, który stanowił ok. 91% ogólnej wartości przychodów przedsiębiorstw, nie uległ zmianie w stosunku do lat ubiegłych.

W 2005 roku, w porównaniu z 2000 rokiem, obserwujemy zmiany struktury przychodów ogółem realizowanych przez przedsiębiorstwa handlowe. Wśród przedsiębiorstw hurtowych wyższy jest udział przychodów realizowanych w przedsiębiorstwach prowadzących sprzedaż hurtową artykułów użytku domowego (PKD 51.4), prowadzących sprzedaż hurtową maszyn, sprzętu i dodatkowego wyposażenia (PKD 51.8), jak również prowadzących sprzedaż łącznie: produktów rolnych i żywych zwierząt oraz półproduktów i odpadów pochodzenia rolniczego oraz złomu (PKD 51.2 i 51.5). Niższy jest natomiast udział przychodów realizowanych przez przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż hurtową realizowaną na zlecenie łącznie z pozostałą sprzedażą hurtową (PKD 51.1 i 51.9). Natomiast udział przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż hurtową żywności, napojów i wyrobów tytoniowych (PKD 51.3) w 2005 roku był taki sam jak w roku 2000 i stanowił 16,9% przychodów ogółem realizowanych przez przedsiębiorstwa handlu hurtowego.

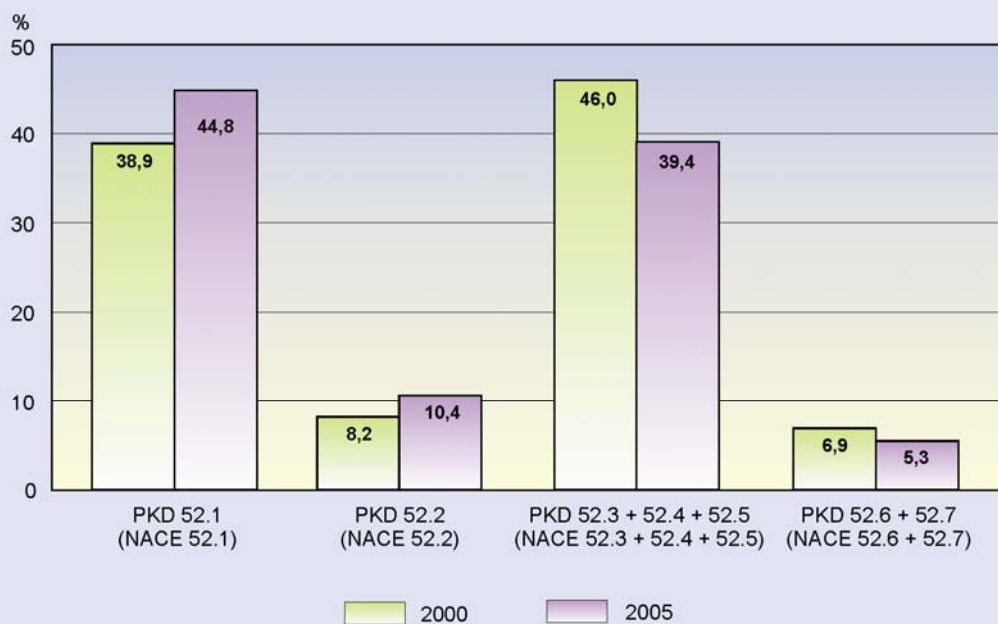
W zakresie przedsiębiorstw detalicznych wzrósł udział przychodów przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż detaliczną w niewyspecjalizowanych sklepach (PKD 52.1), a zmalał udział przychodów realizowanych łącznie przez przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż detaliczną farmaceutyków, artykułów używanych oraz sprzedaż w niewyspecjalizowanych sklepach (PKD 52.3, 52.4 i 52.5). W porównaniu z 2000 rokiem, wzrósł udział przychodów (o 2,2% pkt %) przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż detaliczną żywności, napojów i wyrobów tytoniowych w sklepach wyspecjalizowanych (PKD 52.2).

Strukturę przychodów przedsiębiorstw handlowych wg rodzaju działalności obrazują następujące wykresy:

**Struktura przychodów przedsiębiorstw hurtowych (dział 51 PKD)  
według grup**  
*Breakdown of turnover in wholesale trade enterprises by activity groups*



**Struktura przychodów przedsiębiorstw detalicznych (dział 52 PKD)  
według grup**  
*Breakdown of turnover in retail trade enterprises by activity groups*



Ważnym czynnikiem wpływającym na rentowność przedsiębiorstw handlowych jest wielkość i poziom marż handlowych. Średnia marża zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe na przestrzeni lat 2000-2004 utrzymywała się na zbliżonym poziomie i wynosiła ok. 18%. Ten sam trend utrzymał się również w 2005 roku. Zróżnicowanie poziomu zrealizowanych marż uzależnione jest od rodzaju działalności przedsiębiorstw, co obrazuje poniższe zestawienie:

Wyszczególnienie	2000	2002	2003	2004	2005	Specification
	w %		in %			
<b>Dział 50.....</b>	<b>14,7</b>	<b>16,3</b>	<b>13,9</b>	<b>13,3</b>	<b>13,3</b>	<b>Division 50</b>
w tym:						of which:
50.1 sprzedaż pojazdów mechanicznych .....	14,0	13,7	11,3	10,1	10,1	50.1 sale of motor vehicles
50.3 sprzedaż części i akcesoriów do pojazdów mechanicznych.....	18,6	23,3	21,5	22,0	23,1	50.3 sale of motor vehicle parts and accessories
50.5 sprzedaż detaliczna paliw .....	12,8	14,9	12,2	10,0	9,7	50.5 retail sale of automotive fuel
<b>Dział 51.....</b>	<b>16,6</b>	<b>15,6</b>	<b>15,6</b>	<b>15,0</b>	<b>14,3</b>	<b>Division 51</b>
w tym:						of which:
51.1 sprzedaż hurtowa realizowana na zlecenie <sup>1</sup> .....	18,5	19,5	22,3	21,5	20,5	51.1 wholesale on a fee or contract <sup>2</sup>
51.2 sprzedaż hurtowa produktów rolnych i żywych zwierząt .....	20,7	17,9	19,2	15,0	11,7	51.2 wholesale of agricultural raw materials and live animals
51.3 sprzedaż hurtowa żywności, napojów i tytoniu .....	15,3	13,3	10,7	11,3	10,7	51.3 wholesale of food, beverages and tobacco
51.4 sprzedaż hurtowa artykułów użytku domowego i osobistego.....	17,9	17,7	19,0	17,2	16,1	51.4 wholesale of household goods
51.5 sprzedaż hurtowa półproduktów i odpadów pochodzenia nierolniczego oraz złomu .....	15,4	16,2	13,5	12,9	12,1	51.5 wholesale of non-agricultural intermediate products, waste and scrap
51.8 sprzedaż hurtowa maszyn, sprzętu i dodatkowego wyposażenia .....	16,4	15,7	14,2	11,9	14,7	51.8 wholesale of machinery, equipment and supplies
51.9 pozostała sprzedaż hurtowa .....	16,8	15,1	15,8	17,6	14,4	51.9 other wholesale
<b>Dział 52.....</b>	<b>22,6</b>	<b>26,2</b>	<b>25,5</b>	<b>27,2</b>	<b>25,0</b>	<b>Division 52</b>
w tym:						of which:
52.1 sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach .....	22,5	22,4	21,1	22,9	21,0	52.1 retail sale in non-specialized stores
52.2 sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych w wyspecjalizowanych sklepach .....	23,3	21,7	22,5	20,5	20,4	52.2 retail sale of food, beverages and tobacco in specialized stores
52.3 sprzedaż detaliczna wyrobów farmaceutycznych .....	16,8	29,7	30,1	31,4	27,9	52.3 retail sale pharmaceutical and medical goods, cosmetic and toilet articles
52.4 pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach .....	24,4	29,9	28,7	29,9	29,4	52.4 other retail sale of new goods in specialized stores
52.5 sprzedaż detaliczna artykułów używanych.....	27,9	32,5	32,1	44,2	56,0	52.5 retail sale second-hand goods in stores

<sup>1</sup> Prowizja    <sup>2</sup> Commission



Na przestrzeni lat 2000–2005 poziom marży handlowej w przedsiębiorstwach według działów kształtował się następująco: handel pojazdami od 13,3% do 16,9%, handel hurtowy od 14,3% do 16,6% i handel detaliczny od 22,6% do 27,2%.

W 2005 r. najwyższy wskaźnik marży osiągany był przez przedsiębiorstwa handlu detalicznego. W dziale obejmującym handel hurtowy najwyższe marże realizowały przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż hurtową na zlecenie (20,5%) oraz prowadzące sprzedaż hurtową artykułów użytku domowego i osobistego (16,1%). Podobnie jak w latach poprzednich, najniższy wskaźnik realizowały przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż hurtową żywności, napojów i wyrobów tytoniowych –10,7%.

Istotnym elementem umożliwiającym ocenę kanałów dystrybucji i cyrkulacji towarów jest analiza struktury przychodów wg typów klientów oraz podział dokonanych zakupów w przedsiębiorstwach hurtowych wg typów dostawców (tablice nr 21 i 22).

Przedsiębiorstwa handlowe<sup>2</sup> dokonują zakupów bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych (prawie 49%), a ok. 28% u hurtowników, bezpośredni import stanowi ponad 21%. W zależności od specyfiki działalności handlowej struktura dokonywanych zakupów ulega zmianom. Handel hurtowy w prawie 52% zaopatruje się u producentów i wytwórców krajowych oraz w ponad 23% dokonuje zakupów bezpośrednio z importu. Nadal jednak wysoki jest udział (ok. 23%) zakupów „hurtownik - hurtownik”.

Handel detaliczny w ponad 37% zaopatruje się w hurcie i w prawie 51% u krajowych producentów, natomiast bezpośredni import stanowi 10%.

Przedsiębiorstwa będące własnością zagraniczną dokonują zakupów bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych (ponad 43%), od hurtowników - ponad 15%, a bezpośredni import stanowi 40%.

W strukturze przychodów przedsiębiorstw hurtowych ponad 39% przychodów pochodzi ze sprzedaży do hurtu, ponad 31% pochodzi od handlowców detalicznych, ok. 16% od producentów krajowych, a 9% stanowią bezpośrednie wpływy od ostatecznych konsumentów indywidualnych.

W 2006 r. w rejestrze REGON odnotowano dalszy spadek liczby podmiotów sektora publicznego w sekcjach G i H (odpowiednio o 4,2% i 0,5%). W wyniku przekształceń własnościowych obserwowanych w latach ubiegłych, w sekcji G zarejestrowanych było 545 przedsiębiorstw należących do sektora publicznego wobec 883 przedsiębiorstw zarejestrowanych w tym sektorze w sekcji H.

<sup>2</sup> Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

<sup>2</sup> Data concern enterprises in which number of employees exceeds 9 persons.



W 2006 r. liczba spółek prawa handlowego zarejestrowanych w systemie REGON oraz zaklasyfikowanych wg PKD do sekcji „G” wzrosła o 3,4% w porównaniu z 2005 r. W tym okresie także wzrosła (o 3,1%) liczba spółek kapitałowych (spółki akcyjne i z o.o.) prowadzących działalność handlową. W ramach spółek prawa handlowego na szczególną uwagę zasługują spółki z „czystym” kapitałem zagranicznym, których liczba wzrastała dynamicznie w latach 1997 – 2000, a od 2001 r. systematycznie średnio o około 4%. W 2006 r. odnotowano wzrost tych podmiotów o 5,2% i ich liczba wyniosła ponad 14,4 tys. Udział spółek handlowych z kapitałem zagranicznym zarejestrowanych w sekcji “Handel i naprawy” w ogólnej liczbie spółek handlowych z kapitałem zagranicznym, wyniósł 38,7% i był o 0,8 pkt niższy niż przed rokiem. Z ogólnej liczby zarejestrowanych w rejestrze w tej sekcji w 2006 r. spółek handlowych z udziałem kapitału zagranicznego, tak jak w roku ubiegłym, 73,7% było zaklasyfikowanych do działu “Handel hurtowy”, natomiast 20,7% do działu “Handel detaliczny” (spadek o 0,1 pkt procentowego).

Strukturę spółek prawa handlowego o jednorodnym rodzaju kapitału, zaklasyfikowanych wg PKD do sekcji „Handel i naprawy” w latach 2000 – 2006 obrazuje poniższe zestawienie:

Wyszczególnienie	2000	2003	2004	2005	2006	Specification
	w %		in %			
Krajowe prywatne .....	66,1	71,8	71,9	71,6	71,4	Private domestic companies
Zagraniczne .....	19,7	16,4	16,4	16,7	17,0	Foreign companies

W ogólnej liczbie zarejestrowanych przedsiębiorstw handlowych udział przedsiębiorstw z kapitałem zagranicznym w 2006 r. ukształtował się na poziomie 1,9% i był o 0,1 pkt wyższy niż przed rokiem.

W 2006 r. udział przedsiębiorstw zaklasyfikowanych do sekcji „Handel i naprawy” w rejestrze REGON wyniósł 31,9% i był o 0,9 pkt niższy niż przed rokiem. Natomiast udział przedsiębiorstw zaklasyfikowanych do sekcji „Hotele i restauracje” wyniósł 3,1% (wobec 3,2% przed rokiem). W ramach sekcji „Handel i naprawy” struktura przedsiębiorstw prowadzących działalność handlową ukształtowała się następująco – 23,6% to przedsiębiorstwa, których podstawowym rodzajem działalności jest handel hurtowy (wzrost o 0,3 pkt procentowego), a 76,4% - handel detaliczny (spadek o 0,3 pkt procentowego). Wśród ogółu przedsiębiorstw, dla których podstawowym rodzajem działalności jest handel, 97,1% stanowią przedsiębiorstwa, w których pracuje nie więcej niż 9 osób. Udział ten jest nieznacznie niższy niż przed rokiem.

Liczba pracujących w sekcji „Handel i naprawy”, w stosunku do roku ubiegłego, wzrosła o 1,9%, natomiast w sekcji „Hotele i restauracje” wzrosła o 1,8%.

Liczba przedsiębiorstw i pracujących w handlu i gastronomii\* w 2006 r.

*Number of enterprises and employed persons in trade and catering\* in 2006*

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Ogółem <i>Total</i>	Udział w % <i>Share in %</i>	2005 = 100
<b>Liczba przedsiębiorstw ogółem <sup>1)</sup> .....</b> <b><i>Total enterprises <sup>1)</sup></i></b>	<b>3636039</b>	<b>100,0</b>	<b>100,6</b>
w tym: <i>of which:</i>			
handel i naprawy <sup>Δ</sup> .....	1160914	31,9	97,9
<i>trade and repair <sup>Δ</sup></i>			
w tym: <i>of which:</i>			
handel hurtowy <sup>Δ</sup> .....	273757	7,5	98,9
<i>wholesale trade <sup>Δ</sup></i>			
handel detaliczny <sup>Δ 2)</sup> .....	887157	24,4	97,6
<i>retail trade <sup>Δ 2)</sup></i>			
hotele i restauracje.....	112736	3,1	98,2
<i>hotels and restaurants</i>			
<b>Liczba pracujących ogółem w tysiącach <sup>3)</sup> .....</b> <b><i>Total employed in thousand <sup>3)</sup></i></b>	<b>13093,2</b>	<b>100,0</b>	<b>101,6</b>
w tym: <i>of which:</i>			
handel i naprawy <sup>Δ</sup> .....	2098,9	16,5	101,9
<i>trade and repair <sup>Δ</sup></i>			
hotele i restauracje.....	223,3	1,8	101,8
<i>hotels and restaurants</i>			

\* Obejmuje dział 55 Hotele i restauracje.

<sup>1)</sup> Stan wg REGON.

<sup>2)</sup> Dział 50 i 52 wg PKD.

<sup>3)</sup> Stan w dniu 31 XII; Patrz Uwagi metodyczne, str. 21.

\* Including division 55 Hotels and restaurants.

<sup>1)</sup> As by REGON.

<sup>2)</sup> NACE 50 and 52.

<sup>3)</sup> As of 31 XII; See Methodological notes, page 18.

## Obroty przedsiębiorstw handlowych

### *Turnover of trade enterprises*

W roku 2006 zaobserwowano zdecydowanie rosnącą tendencję obrotów w przedsiębiorstwach detalicznych, zaklasyfikowanych wg PKD do działu 52 (średnie tempo wzrostu 9,3%) względem roku poprzedniego zarówno dla przedsiębiorstw sprzedających żywność, napoje, wyroby tytoniowe (10,3%), jak i towary nieżywnościowe (7,9%).

W grupie przedsiębiorstw zaklasyfikowanych wg PKD do działu 50 i 52 średnioroczne tempo wzrostu trendu było jeszcze wyższe i wyniosło 11,0%. W przedsiębiorstwach prowadzących sprzedaż pojazdów samochodowych, a także w tych, zajmujących się sprzedażą paliw, po niekorzystnym okresie w 2005 roku tendencje rozwoju dynamiki obrotów w 2006 zdecydowanie się poprawiły. Średnie tempo wzrostu względem roku poprzedniego dla dwóch wymienionych grup przedsiębiorstw kształtowało się odpowiednio na poziomie, 16,7% oraz 20,4%.

**Dynamika obrotów w cenach stałych w przedsiębiorstwach detalicznych<sup>a</sup> (2000=100)**

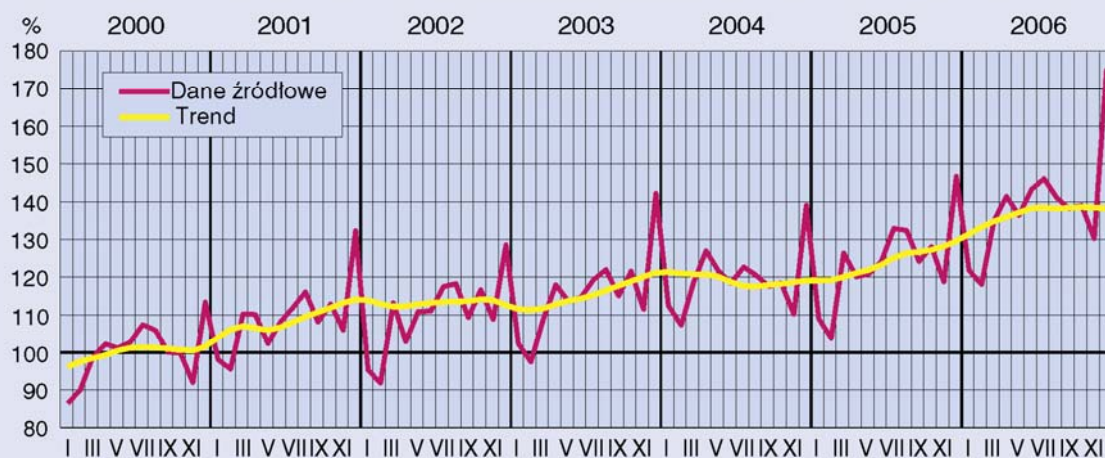
*Deflated turnover of retail sale enterprises<sup>a</sup> (2000=100)*



<sup>a</sup> Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do działu 52 bez grupy 52.7.

<sup>a</sup> Enterprises classified according to NACE Rev. 1 in the division 52 without group 52.7.

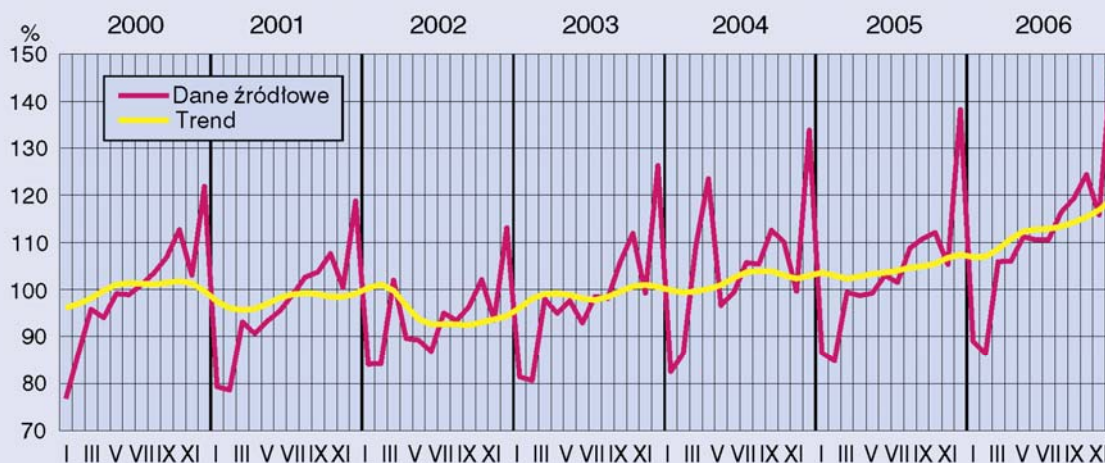
**Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw  
– żywność, napoje, wyroby tytoniowe<sup>a</sup> (2000=100)**  
*Deflated turnover of enterprises selling food, beverages, and tobacco<sup>a</sup> (2000=100)*



a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do klasy 52.11 i grupy 52.2.

a Enterprises classified according to NACE Rev. 1 in the class 52.11 and the group 52.2.

**Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw nieżywnościowych<sup>a</sup> (2000=100)**  
*Deflated turnover of non-food enterprises<sup>a</sup> (2000=100)*



a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do klasy 52.12, i grup: 52.3 – 52.6.

a Enterprises classified according to NACE Rev. 1 in the class 52.12, and the groups: 52.3 – 52.6.

**Dynamika obrotów w cenach stałych w przedsiębiorstwach  
zaklasyfikowanych według PKD do działu 50 i 52 bez grupy 52.7 (2000=100)**  
*Deflated turnover of enterprises classified according to NACE Rev. 1 in divisions 50 and 52  
without group 52.7 (2000=100)*



**Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw  
– pojazdy samochodowe<sup>a</sup> (2000=100)**  
*Deflated turnover of motor vehicle enterprises<sup>a</sup> (2000=100)*

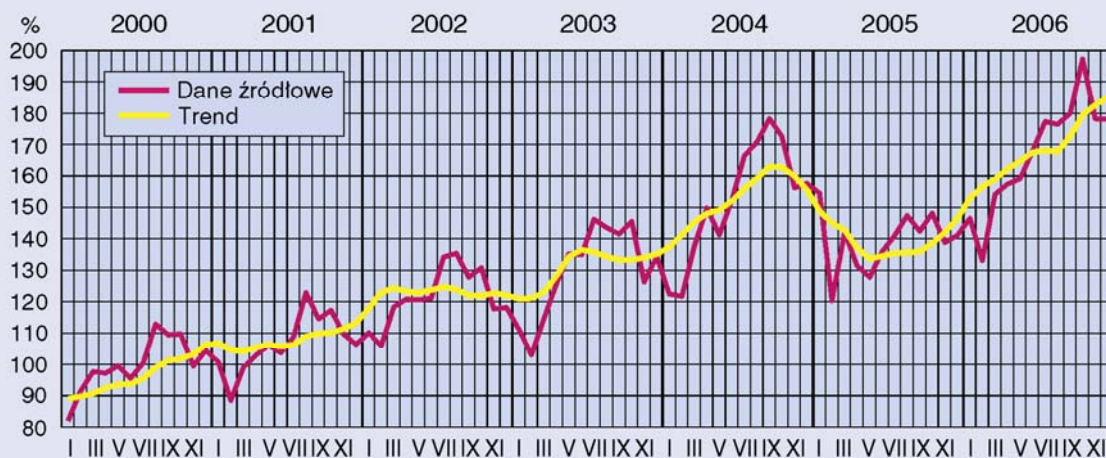


<sup>a</sup> Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do grup: 50.1, 50.3, 50.4.

<sup>a</sup> Enterprises classified according to NACE Rev. 1 in the groups: 50.1, 50.3, 50.4.



**Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw  
– paliwa<sup>a</sup> (2000=100)**  
*Deflated turnover of fuel supply enterprises<sup>a</sup> (2000=100)*



<sup>a</sup> Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do grupy 50.5.  
<sup>a</sup> Enterprises classified according to NACE Rev. 1 in the group 50.5.

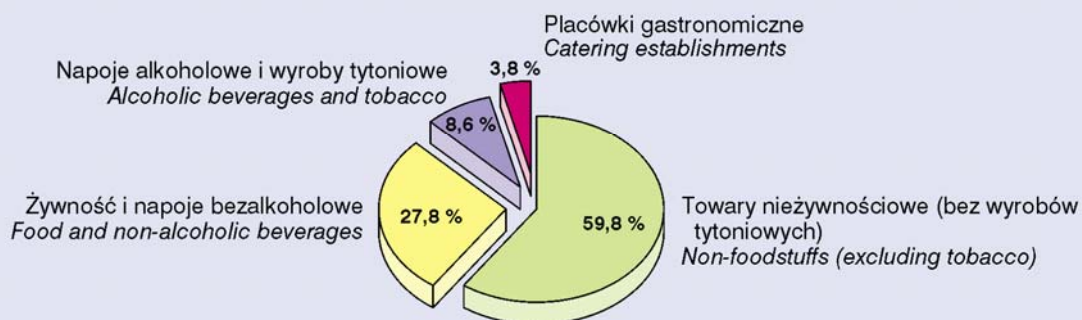
## Sprzedaż detaliczna

### Retail sales

Szacuje się, że w 2006 r. sprzedaż detaliczna osiągnęła w cenach bieżących wartość 468,5 mld zł. Poprzez punkty sprzedaży detalicznej sprzedano towarów za 450,9 mld zł, z tego żywności i napojów bezalkoholowych za 130,3 mld zł, napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych za 40,2 mld zł i towarów nieżywnościowych za 280,4 mld zł. W placówkach gastronomicznych sprzedaż detaliczna wyniosła 17,6 mld zł.

**Struktura sprzedaży detalicznej w 2006 r. (ceny bieżące)**

*Structure of retail sales in 2006 (current prices)*



Sprzedaż detaliczna według sektorów własności  
*Retail sales by ownership sectors*

Wyszczególnienie <i>Specification</i>		Sprzedaż detaliczna <i>Retail sales</i>					
		ogółem <i>total</i>		sektor <i>sector</i>			
				publiczny <i>public</i>		prywatny <i>private</i>	
				mln zł	%	mln zł	%
a - 2006							
b - 2005=100							
Ogółem .....	a	468483,0	100,0	6754,6	1,4	461728,4	98,6
<i>Total</i>	b	108,1	x	107,9	x	108,1	x
w tym przedsiębiorstwa							
handlowe .....	a	410292,5	100,0	3529,7	0,9	406762,8	99,1
<i>of which trade enterprises</i>	b	109,2	x	121,1	x	109,1	x

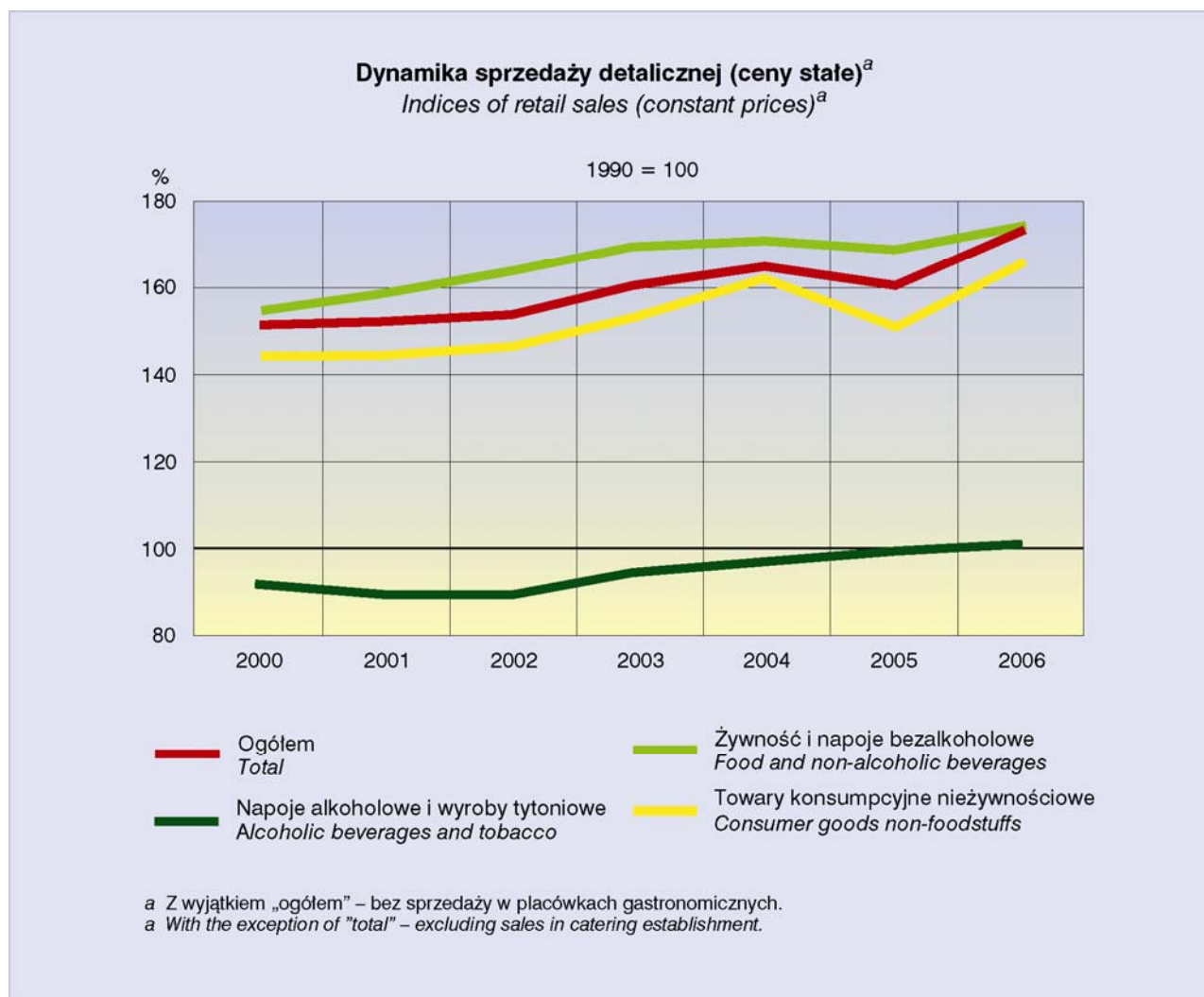
Sprzedaż detaliczna w latach 2004- 2006 (ceny bieżące)  
*Retail sales in 2004 - 2006 (current prices)*

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2004	2005	2006	
	w mln zł <i>in mln zł</i>			2005=100
Ogółem.....	433542,8	433255,4	468483,0	108,1
<i>Total</i>				
żywność i napoje bezalkoholowe.....	136335,2	137564,5	142636,0	103,7
<i>food and non-alcoholic beverages</i>				
napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe .....	41688,3	43701,7	45294,4	103,6
<i>alcoholic beverages and tobacco</i>				
towary nieżywnościowe (bez wyrobów tytoniowych) .....	255519,3	251989,2	280552,6	111,3
<i>non-foodstuffs (excluding tobacco)</i>				

W 2006 r. odnotowano wzrost sprzedaży detalicznej w cenach stałych.

Dynamika sprzedaży detalicznej w cenach stałych zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe była o 8,1% wyższa niż przed rokiem. Znacznie wyższy od przeciętnego wzrost dynamiki odnotowano w sprzedaży towarów niekonsumpcyjnych (wzrost o 17,4%).

Wyższa od przeciętnej (wzrost o 9,8%) była sprzedaż towarów konsumpcyjnych nieżywnościowych. Sprzedaż żywności i napojów bezalkoholowych wzrosła w porównaniu z rokiem poprzednim o 3,2%.



### Punkty sprzedaży detalicznej

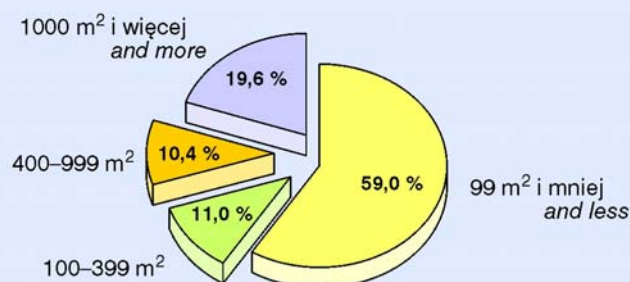
*Retail sales outlets*

Na koniec 2006 r. funkcjonowało na terenie kraju ponad 395 tys. sklepów. Oznacza to, że w stosunku do ubiegłego roku wystąpił wzrost liczby sklepów ogółem o 2,5%. Odnotowano zarówno zwiększenie się o 2,8% liczby sklepów przedsiębiorstw, w których liczba pracujących wynosi 10 i więcej osób jak i o 2,4% liczby sklepów należących do podmiotów, w których liczba pracujących wynosi 9 i mniej osób. Charakterystyczną cechą krajowego handlu detalicznego jest duży udział sklepów o powierzchni sprzedażowej do 99 m<sup>2</sup>, które stanowią w ogólnej liczbie sklepów 93,9%.

W 2006 r. wzrosła o 7,5% liczba sklepów mających 400m<sup>2</sup> i więcej powierzchni sprzedażowej, a powierzchnia sprzedażowa w tej grupie sklepów wzrosła o 8,2%. Największy przyrost tych sklepów odnotowano w województwie opolskim (o 14,9%), kujawsko-pomorskim (o 14,6%), łódzkim (o 12,2%), pomorskim (o 10,9%).

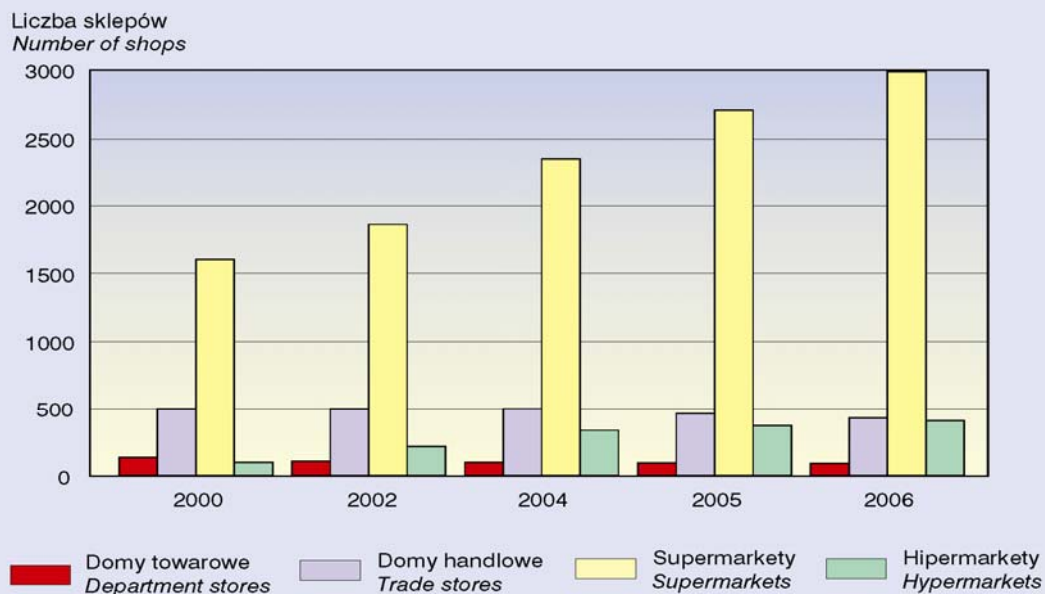


**Struktura powierzchni sprzedażowej w 2006 r.**  
*Structure of sales area in 2006*



W dalszym ciągu obserwowany jest wzrost sieci hipermarketów i supermarketów (odpowiednio o 9,6% i 10,6%).

**Liczba sklepów wg wybranych form organizacyjnych**  
*Number of shops selected by organizational forms*



W konsekwencji tych przemian uległa zmianie struktura powierzchni sprzedażowej sklepów. W porównaniu z rokiem ubiegłym powierzchnia sprzedażowa zajmowana przez sklepy do 99 m<sup>2</sup> obniżyła się o 2,0 pkt (do 59,0% ogólnej powierzchni sprzedażowej), a wzrosła o 0,3 pkt dla sklepów w przedziale 100-399 m<sup>2</sup> (do 11,0%), o 0,5 pkt dla sklepów w przedziale 400-999 m<sup>2</sup> (do 10,4%) oraz o 1,2 pkt dla sklepów o powierzchni sprzedażowej 1000 m<sup>2</sup> i więcej (do 19,6%).

Porównując wartość sprzedaży detalicznej sklepów do przedziałów powierzchniowych sklepów odnotowano, że sklepy zajmujące 59,0% powierzchni sprzedażowej realizują 55,3% sprzedaży detalicznej ogółem. Udział sklepów z przedziału powierzchniowego 100-399 m<sup>2</sup> wyniósł w ogółem sprzedaży detalicznej sklepów 14,5%, z przedziału powierzchniowego 400-999 m<sup>2</sup> - 11,6%, natomiast w przedziale powierzchniowym 1000 m<sup>2</sup> i więcej – 18,6%.

W grupie przedsiębiorstw, w których liczba pracujących wynosi 10 i więcej osób, nadal przybywało sklepów należących do przedsiębiorstw zagranicznych bądź z udziałem kapitału zagranicznego. Dynamika przyrostu liczby sklepów należących do tych przedsiębiorstw wyniosła 9,2%, a powierzchni sprzedażowej 8,5%, co stanowi, iż średnia powierzchnia w tych sklepach wyniosła 807 m<sup>2</sup> (odpowiednio w sklepach przedsiębiorstw własności prywatnej krajowej - 149 m<sup>2</sup>). Natomiast udział liczby tych sklepów w liczbie sklepów ogółem wyniósł 1,5% wobec 1,4% w 2005 r.

Liczba sklepów przedsiębiorstw z kapitałem zagranicznym\*  
*Number of shops owned by enterprises with foreign capital \**

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2005	2006
Liczba sklepów z kapitałem zagranicznym..... <i>Number of shops with foreign capital</i>	5385	5878
Udział w ogółem sklepach w % ..... <i>Share in total shops in %</i>	1,4	1,5
Powierzchnia sklepów z kapitałem zagranicznym w m <sup>2</sup> ..... <i>Sales area of shops with foreign capital in m<sup>2</sup></i>	4370422	4742374
Udział w powierzchni ogółem w % ..... <i>Share in total sales area in %</i>	15,5	16,5

Targowiska stałe i sezonowe wciąż odgrywają dużą rolę w infrastrukturze handlowej. Na koniec 2006 r. w urzędach gminnych w całym kraju zarejestrowanych było 2297 stałych targowisk, w tym z przewagą sprzedaży drobnodetalicznej - 2072.

Analizując targowiska stałe można zauważyć nieznaczny spadek ich liczby o 0,7% w stosunku do roku ubiegłego. Największy spadek odnotowano w woj. pomorskim, gdzie było ich mniej o 8. Miało to wpływ na spadek powierzchni targowisk stałych w tym województwie o 8,6% i liczby stałych punktów sprzedaży drobnodetalicznej o 17,0%. W 2006 r. w woj. mazowieckim, śląskim i wielkopolskim znajdowało się 34,1% ogółu targowisk stałych w kraju i był to wzrost o 0,2 pkt procentowego w stosunku do roku ubiegłego. Jednocześnie zauważono, że ich udział w ogólnej powierzchni targowisk stałych wyniósł 38,9 % i był o 0,3 pkt wyższy niż przed rokiem.

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

\* *Data concern enterprises with number of employees exceeding 9 persons.*

Na targowiskach handlowano w ok. 120 tys. stałych punktach sprzedaży drobnodetalicznej, wśród których 86,1 tys. otwartych było codziennie.

Uzupełnieniem stałej sieci targowiskowej były targowiska sezonowe. W 2006 r. odnotowano ich 6203, co oznacza spadek w stosunku do roku ubiegłego o 7,8%. Największy spadek zanotowano w woj. pomorskim (o 54,9%) i podkarpackim (o 17,9%), natomiast największy wzrost był w woj. łódzkim (o 63,3%) i opolskim (o 47,1%).

Roczne wpływy z opłaty targowej, w stosunku do ubiegłego roku, zmniejszyły się o 6,1 % i wyniosły 262769,6 tys. złotych.

## Gastronomia

### Catering

Na koniec 2006 r., według danych szacunkowych, działało w kraju 92,4 tys. placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych). Najliczniejszą grupą były bary – 41,1 tys., które stanowiły 44,4% wszystkich placówek w skali całej Polski. Punktów gastronomicznych działało 34,7 tys. (tj. 37,6%), restauracji - 9,8 tys. (tj. 10,7%) oraz stołówek – 6,8 tys. (tj. 7,3%).

Ogólna liczba placówek gastronomicznych w 2006 r., w porównaniu z rokiem poprzednim, uległa nieznacznej zmianie. Liczba placówek w omawianym okresie wzrosła o 351 (tj. o 0,4%), natomiast w 2005 r. wzrost ten wyniósł 1535 (tj. o 1,7%).

### Liczba placówek gastronomicznych

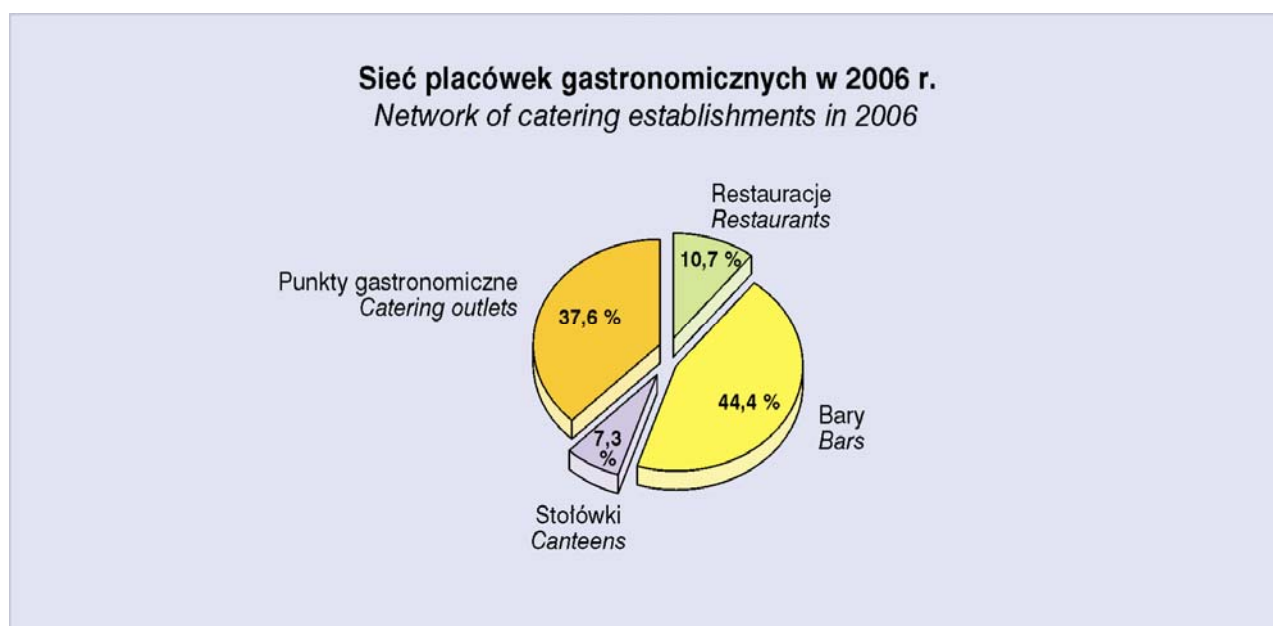
#### Number of catering establishments

Wyszczególnienie <i>Specification</i> a – 2006 b - 2005=100	Ogółem <i>Total</i>	Sektor <i>Sector</i>	
		publiczny <i>public</i>	prywatny <i>private</i>
Liczba placówek gastronomicznych..... a <i>Number of catering establishments</i> b	92423 100,4	2310 96,3	90113 100,5
restauracje..... a <i>restaurants</i> b	9840 101,3	157 91,3	9683 101,5
bary ..... a <i>bars</i> b	41073 100,6	398 99,0	40675 100,6
stołówki ..... a <i>canteens</i> b	6781 97,6	1303 94,4	5478 98,4
punkty gastronomiczne ..... a <i>catering outlets</i> b	34729 100,5	452 102,0	34277 100,4

Analizując zróżnicowanie przyrostu liczby placówek gastronomicznych w 2006 r., według ich poszczególnych rodzajów, obserwuje się największy (choć nie tak duży jak w roku ubiegłym) przyrost restauracji (ich liczba zwiększyła się o 124 jednostek, tj. o 1,3%). Wolniejszy był przyrost barów (ich liczba zwiększyła się o 239 jednostek, tj. 0,6%). Natomiast spadek odnotowano w obrębie stołówek – o 2,4%.

Sektor prywatny w gastronomii obejmuje 90,1 tys. placówek gastronomicznych, czyli 97,5% (wzrost o 0,1 pkt. procentowego) wszystkich placówek, w tym: 98,4% restauracji, 99,0% barów, 80,8% stołówek i 98,7% punktów gastronomicznych. W sektorze publicznym mamy zaledwie 2,5% ogółu placówek.

Rok 2006 jest kolejnym rokiem, w którym następuje dalsze ograniczenie skali przyrostu ogólnej liczby placówek gastronomicznych, natomiast zmienia się wewnętrzna struktura jednostek świadczących usługi gastronomiczne. Wzrosła liczba restauracji, co pozytywnie oddziałuje na ogólny poziom sieci gastronomicznej, natomiast zmniejszeniu uległa liczba stołówek. Wzrost poziomu życia społeczeństwa oraz m.in. zmiany związane z czasem pracy powinny wpływać na dalsze przekształcenia w strukturze sieci gastronomicznej i standardu obsługi konsumentów.



Przychody ogółem z działalności gastronomicznej wyrażone w cenach bieżących wyniosły w 2006 r., według dokonanego szacunku, ok. 18,2 mld zł (w cenach stałych była wyższa o ok. 1,2%). W wartości tej 54,8% pochodziło z produkcji gastronomicznej, 42,1% - z przychodów ze sprzedaży towarów handlowych, a 3,1% z pozostałej działalności.

Przychody gastronomiczne ogółem, w porównaniu z rokiem ubiegłym, wzrosły o ok. 0,5 mld zł. W zakresie produkcji gastronomicznej wzrost przychodów wyniósł 3,2%, natomiast

w zakresie sprzedaży towarów handlowych – 2,6%. Natomiast spadek o 3,4% wystąpił w zakresie pozostałej działalności.

W 2006 r. dynamika przychodów ogółem z działalności gastronomicznej, w porównaniu z rokiem ubiegłym, wzrosła o 2,7%. Zauważa się, że przyrost przychodów ogółem jest wyraźnie większy od przyrostu ogólnej liczby placówek gastronomicznych. Wyższa od przeciętnej była również dynamika przychodów z produkcji gastronomicznej oraz ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych.

**Przychody z działalności gastronomicznej w cenach bieżących**  
*Revenues from catering activity in current prices*

Wyszczególnienie <i>Specification</i>		Ogółem <i>Total</i>	Sektor <i>Sector</i>	
			publiczny <i>public</i>	prywatny <i>private</i>
		w mln zł    in mln zł		
a – 2006				
b – 2005=100				
Przychody ogółem .....	a	18162,0	507,8	17654,2
<i>Revenues total</i>	b	102,7	95,6	102,9
ze sprzedaży towarów .....	a	7646,2	111,5	7534,7
<i>from sales of commodities</i>	b	102,6	98,4	102,7
w tym ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych ...	a	5056,8	53,1	5003,7
<i>of which from the sale of alcoholic beverages and tobacco</i>	b	104,0	106,8	104,0
z produkcji gastronomicznej .....	a	9951,1	376,6	9574,5
<i>from catering production</i>	b	103,2	95,8	103,5
z pozostałej działalności .....	a	564,7	19,7	545
<i>from other activity</i>	b	96,6	79,8	97,3

**Sprzedaż hurtowa**  
*Wholesale*

Sprzedaż hurtową w 2006 r. w przedsiębiorstwach handlowych wyszacowano (w cenach bieżących) na ok. 632,6 mld zł, z tego w sektorze publicznym na 18,1 mld zł, a w sektorze prywatnym na ok. 614,4 mld zł. Wzrost sprzedaży hurtowej w stosunku do poprzedniego roku wyniósł 10,5 %.

W strukturze sprzedaży hurtowej udział sprzedaży żywności i napojów bezalkoholowych stanowił 13,2%, napojów alkoholowych 4,4%, natomiast towarów nieżywnościowych - 82,4%, co wskazuje na utrzymanie się struktury na poziomie do lat ubiegłych.

**Struktura sprzedaży hurtowej w 2006 r. (ceny bieżące)**  
*Structure of wholesale in 2006 (current prices)*



Systematycznie wzrasta rola i znaczenie dużych przedsiębiorstw hurtowych (o liczbie pracujących powyżej 49 osób) w generowaniu przychodów z tej działalności. Sprzedaż hurtowa, w porównaniu z 2005 r., wzrosła w nich o 10,5%, przy czym sprzedaż żywności i napojów bezalkoholowych zwiększyła się o 10,5%, napojów alkoholowych o 6,1%, a sprzedaż towarów nieżywnościowych o 10,8%. W ogólnej wartości sprzedaży dużych przedsiębiorstw udział sprzedaży żywności wyniósł 11,8%, napojów alkoholowych – 6,2%, towarów nieżywnościowych (konsumpcyjnych i niekonsumpcyjnych) – 82,0%.

Sprzedaż hurtowa w przedsiębiorstwach handlowych według grup towarów i sektorów własności kształtowała się następująco (w cenach bieżących):

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Sprzedaż hurtowa <i>Wholesale</i>			
	ogółem	żywność i napoje bezalkoholowe	napoje alkoholowe	towary nieżywnościowe
	<i>total</i>	<i>food and non-alcoholic beverages</i>	<i>alcoholic beverages</i>	<i>non-foodstuffs</i>
a – 2006				
b – 2005=100				
		w mln zł		in mln zł
Ogółem..... a	632561,4	83219,6	27689,5	521652,3
Total b	110,5	110,5	106,1	110,8
w tym o liczbie pracujących powyżej 49 osób ..... a	288771,2	33997,9	18014,8	236758,5
of which enterprises employing more than 49 persons b	108,2	118,2	101,8	107,4

Widoczny jest znaczący udział sprzedaży przedsiębiorstw będących własnością zagraniczną, który w sprzedaży dużych przedsiębiorstw handlowych (o liczbie pracujących powyżej 49 osób) w 2006 r. wyniósł 35,8% (wobec 36,8% w 2005 r., 37,1% w 2004 r., 32,7% w 2003 r., 31,6% w 2002 r., 29,4% w 2001 r. oraz 26,3% w roku 2000).

## Magazyny handlowe

### *Warehouses trade*

Na koniec 2006 r. przedsiębiorstwa prowadzące działalność handlową, głównie w obszarze hurtu i detalu (o liczbie pracujących powyżej 9 osób), składowały towary w prawie 37 tys. magazynów. Najbardziej znaczącą sieć infrastruktury magazynowej handlu stanowiły magazyny zamknięte (29,1 tys.), uzupełnieniem miejsc składowania były magazyny zadaszone (3,0 tys.) oraz place składowe (4,9 tys.).

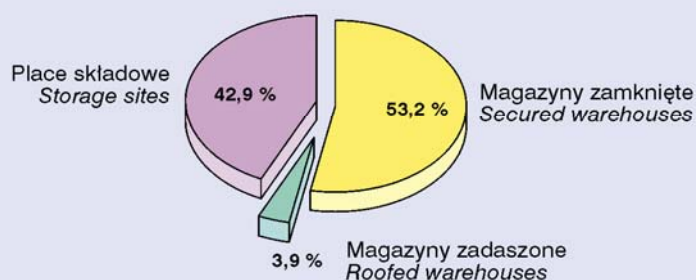
Powierzchnia składowa magazynów (zamkniętych, zadaszonych, placów składowych) wyniosła łącznie 32924,8 tys. m<sup>2</sup>, w tym w sektorze prywatnym 30397,1 tys. m<sup>2</sup> tj. 92,3% ogólnej powierzchni.

W porównaniu z ubiegłym rokiem łączna powierzchnia składowa magazynów zwiększyła się o 2,7%. Zwiększenie powierzchni składowej odnotowano w magazynach zamkniętych, magazynach zadaszonych, natomiast powierzchnia placów składowych pozostała na poziomie zbliżonym do roku ubiegłego.

Struktura rodzajowa powierzchni składowej magazynów w wyniku powyższych zmian ukształtowała się następująco: magazyny zamknięte zajmowały 53,2% ogólnej powierzchni składowej (wzrost w stosunku do ubiegłego roku o 1,1 pkt), magazyny zadaszone – 3,9% (wzrost w stosunku do ubiegłego roku o 0,4 pkt), a place składowe – 42,9% (spadek w stosunku do ubiegłego roku o 1,5 pkt).

Wśród magazynów zamkniętych przedsiębiorstw handlowych magazyny hurtu stanowiły 78,6% ogólnej liczby magazynów i 81,8% całkowitej powierzchni składowej, a magazyny detalu 14,4% liczby magazynów i 13,7% powierzchni składowej. W dalszym ciągu obserwowano utrzymujący się w ostatnich latach korzystny trend wzrostu średniej powierzchni składowej magazynów zamkniętych, która wyniosła 603m<sup>2</sup> (w tym także średniej powierzchni składowej chłodni, która wyniosła 234m<sup>2</sup>), co wskazuje na poprawę warunków przechowywania towarów.

**Powierzchnia składowa magazynów w 2006 r.**  
*Storage area in warehouses in 2006*



Zmiany wielkości sieci magazynowej według sektorów własności kształtowały się następująco:

Wyszczególnienie <i>Specification</i>		Magazyny				Warehouses			
		zamknięte <i>secured</i>		w tym chłodnie <i>of which refrigerators</i>		zadaszone <i>roofed</i>		place składowe <i>storage sites</i>	
		liczba <i>number</i>	powierz. składowa w tys. m <sup>2</sup> <i>storage area in thous. m<sup>2</sup></i>	liczba <i>number</i>	powierz. składowa w tys. m <sup>2</sup> <i>storage area in thous. m<sup>2</sup></i>	liczba <i>number</i>	powierz. składowa w tys. m <sup>2</sup> <i>storage area in thous. m<sup>2</sup></i>	liczba <i>number</i>	powierz. składowa w tys. m <sup>2</sup> <i>storage area in thous. m<sup>2</sup></i>
a-2006									
b-2005=100									
Ogółem .....	a	29057	17525	3147	737	2978	1281	4905	14117
Total	b	98,9	104,8	102,6	107,8	101,7	112,9	98,6	99,4
sektor publiczny .....	a	964	460	21	2	88	32	220	2036
public sector	b	98,2	100,3	100,0	147,2	88,9	80,4	106,8	98,2
w tym: of which:									
własność państwowa ...	a	856	404	16	0,8	61	22	163	1429
state ownership	b	95,5	97,2	84,2	76,1	81,3	74,5	98,2	72,8
sektor prywatny .....	a	28093	17066	3126	736	2890	1249	4685	12081
private sector	b	98,9	105,0	102,6	107,7	102,2	114,1	98,3	99,6
w tym: of which:									
własność krajowa .....	a	23385	12281	2861	498	2392	933	4026	10066
domestic capital	b	98,4	103,7	103,1	106,2	102,0	125,9	98,3	101,1
własność zagraniczna	a	3646	4178	225	215	270	208	419	1580
foreign capital	b	101,6	108,7	97,4	111,0	103,4	82,6	95,7	89,8

W strukturze własnościowej sieci magazynowej w sektorze publicznym obserwowano nadal zmniejszanie się liczby magazynów zamkniętych a także liczby i powierzchni składowej magazynów zadaszonych. W sektorze prywatnym w dalszym ciągu utrzymywała się przewaga własności prywatnej krajowej. Przedsiębiorstwa te użytkowały łącznie 80,7% liczby magazynów i 70,7% globalnej powierzchni składowej, co wskazuje na obniżenie udziału liczby magazynów w stosunku do poprzedniego roku o 0,3 pkt oraz zmniejszenie udziału powierzchni składowej o 0,4 pkt. Występująca w ostatnich latach wysoka dynamika wzrostu magazynów należących do przedsiębiorstw będących własnością zagraniczną nieco osłabła. W 2006 r. udział liczby tych magazynów wyniósł 11,7% ogólnej liczby magazynów (wobec 11,5% w 2005 r., 10,7% w 2004 r., 9,4% w 2003 r., 8,7% w 2002 r., 7,7% w 2001 r. i 8,2% w 2000 r.) a udział zajmowanej przez nie powierzchni wyniósł 18,1% powierzchni składowej ogółem (wobec 18,3% w 2005 r., 16,3% w 2004 r., 14,5% w 2003 r., 14,9% w 2002 r., 12,2% w 2001 r. i 12,6% w 2000 r.).



## Zaopatrzenie rynku

### Supply

W 2006 r. **dostawy**<sup>3</sup> większości badanych artykułów konsumpcyjnych żywnościowych oraz nieżywnościowych były wyższe w porównaniu z 2005 r. Wzrost dostaw artykułów konsumpcyjnych spowodowany był wzrostem produkcji i importu.

W 2006 r. wśród badanych **artykułów żywnościowych** znacznie wyższe niż przed rokiem były dostawy m.in. szynek i łopatek konserwowych – o 52,1%, kompotów i owoców pasteryzowanych – o 26,9% oraz mleka i śmietany w postaci stałej – o 22,6%. W granicach 10-25% wzrosły dostawy m.in. kaszy i gryków, ryb morskich mrożonych oraz wód mineralnych i napojów bezalkoholowych. Poniżej 10% zwiększyły się dostawy wódek, likierów, innych napojów alkoholowych w przeliczeniu na 100% alkoholu, makaronu, mięsa drobiowego, serów i twarogów, mąki pszennej oraz papierosów.

Znacząco niższe niż w roku poprzednim były dostawy m.in. konserw i prezerw z ryb – o 54,1% oraz dżemów owocowych – 32,0%. W granicach 5-20% zmniejszyły się dostawy m.in. konserw, wędlin, wyrobów wędliniarskich drobiowych, owoców i orzechów mrożonych, cukru oraz ziarna zbóż płatkowanych. Poniżej 5% spadły dostawy m.in. mąki żytniej, marynat z ryb oraz ryżu.

W 2006 r. odnotowano znaczny udział importu, wyższy niż w 2005 r., w podaży m.in. ryżu – 84,9% (wzrost o 1,2 pkt), win gronowych (łącznie z wermutem) – 77,9% (o 3,8 pkt), marynat z ryb – 76,4% (o 11,2 pkt). Znaczny udział importu, ale niższy niż w 2005 r. odnotowano w podaży m.in. ryb morskich mrożonych – 75,5% (spadek o 5,9 pkt), warzyw i mieszanek warzywnych mrożonych – 62,9% (o 23,5 pkt) oraz herbaty w opakowaniach o masie nie przekraczającej 3 kg - 56,2 (o 5,0 pkt).

W 2006 r. wśród badanych **artykułów nieżywnościowych**, w porównaniu z 2005 r., odnotowano wysoki wzrost dostaw m.in. pieluszek i wkładek do pieluch dla niemowląt – o 73,1%, okryć i ubiorów z tkanin – o 52,9% oraz odbiorników telewizyjnych – o 45,8%. W granicach 10–25% zwiększyły się dostawy m.in. obuwia ogółem, łącznie z gumowym, tkanin syntetycznych oraz chłodziarek i zamrażarek typu domowego. Poniżej 10% wzrosły dostawy m.in. tkanin wełnianych, tkanin lnianych oraz mebli.

<sup>3</sup> 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 (dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 49 osób).

<sup>3</sup> *Quantity of domestic produces goods (data refer to economic entities employing more than 9 persons), deducting their exports and increased by their imports and corrected by stock changes At producers (data refer to enterprises employing more than 49 persons).*

Znacznie niższe niż w 2005 r. były dostawy m.in. zegarów i zegarków – 34,9%, zastaw stołowych i naczyń kuchennych z porcelany – 19,6% oraz mydła, produktów organicznych powierzchniowo czynnych i produktów używanych jako mydło – 15,8%. Poniżej 15% obniżyły się dostawy m.in. rowerów, tkanin bawełnianych oraz kosmetyków do pielęgnacji włosów. Nieznacznie spadły (poniżej 2%) dostawy odbiorników radiowych, preparatów do mycia, prania i czyszczenia, środków myjących, piorących i czyszczących oraz tkanin jedwabnych.

W 2006 r. odnotowano znaczny udział importu, wyższy niż w 2005 r., w podaży m.in. tkanin wełnianych – 91,1% (o 23,9 pkt, obuwia – 85,6% (o 4,4 pkt), mydła, produktów organicznych powierzchniowo czynnych i produktów używanych jako mydło – 81,0% (o 18,0 pkt). Znaczny udział importu, ale niższy niż w 2005 r., odnotowano w podaży m.in. opon do pojazdów samochodowych osobowych – 86,7% (o 3,7 pkt), chłodziarek i zamrażarek typu domowego – 63,5% (o 1,1 pkt), kosmetyków do pielęgnacji włosów – 48,6% (o 12,2 pkt) oraz odbiorników telewizyjnych – 46,2% (o 17,1 pkt).

**Wartość zapasów badanych przedsiębiorstw**<sup>4</sup> na koniec grudnia 2006 roku wynosiła 119981,9 mln zł i była o 14,0% wyższa niż przed rokiem, w tym w przetwórstwie przemysłowym o 10,1% oraz w handlu i naprawach<sup>Δ</sup> o 16,7%. Udział zapasów w przetwórstwie przemysłowym w zapasach ogółem spadł o 2,0 pkt procentowe do 56,8%, a w handlu i i naprawach<sup>Δ</sup> wzrósł o 0,7 pkt procentowego do 29,8%.

W strukturze zapasów ogółem wzrósł udział półproduktów i produktów w toku (z 13,1% do 14,0%) oraz towarów (z 33,4% do 34,0%), a obniżył się – materiałów (z 33,3% do 32,8) oraz produktów gotowych (z 18,6% do 17,5%).

W 2006 r. w magazynach producentów<sup>5</sup> **średnioroczne wielkości** stanów **zapasów** większości badanych artykułów konsumpcyjnych żywnościowych były wyższe, a nieżywnościowych były niższe niż przed rokiem. Jednocześnie w wielu wyrobach żywnościowych i nieżywnościowych odnotowano w ostatnich latach systematyczny wzrost średniorocznych stanów zapasów.

Wśród badanych **artykułów żywnościowych** w magazynach producentów od trzech lat systematycznie wzrasta średnioroczny stan zapasów m.in. kasz i gryków gryczanych, wędlin,

<sup>4</sup> Dotyczy podmiotów gospodarczych prowadzących księgi rachunkowe i zobowiązanych do sporządzania co kwartał sprawozdania o przychodach, kosztach i wyniku finansowym – F-01/I-01 (z wyjątkiem podmiotów, których podstawowym rodzajem działalności jest działalność zaklasyfikowana według PKD do sekcji „Rolnictwo, łowiectwo i leśnictwo”, „Rybnictwo”, „Pośrednictwo finansowe”), w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

<sup>Δ</sup> Cover economic units keeping accounting ledgers and which are obligated to prepare quarterly reports on revenues, costs and the financial results – F-01/I-01 (with the exception of units in which the principal activity is classified as „Agricultural, hunting and forestry”, „Fishing” and „Financial Intermediation” according to the NACE), in which the number of employees exceeds 49 persons.

<sup>5</sup> W przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 49 osób.

<sup>5</sup> Data refer to enterprises employing more than 49 persons.

konserw drobiowych, dżemów owocowych (innych niż cytrusowe), serów podpuszczkowych dojrzewających, serów owczych i owczo-krowich, wódki czystej, zup i bulionów oraz przetworów z nich, cukierków czekoladowanych, marynat warzywnych. Zauważyć należy, iż od pięciu lat systematycznie wzrasta średnioroczny stan zapasów m.in. tłuszczu z drobiu, papierosów z tytoniu, wody mineralnej i wody gazowanej (bez dodatku cukru ani innej substancji słodzącej), serów przetworzonych (topionych), ryżu, konserw warzywnych.

Ponadto - tylko w porównaniu z 2005 r. - odnotowano wzrost średniorocznych zapasów m.in. indyków całych (świeżych lub chłodzonych), wyrobów wędliniarskich drobiowych, dżemów z owoców cytrusowych, kompotów i owoców pasteryzowanych, masła oraz innych tłuszczów otrzymywanych z mleka, serów i twarogów, kasz i grysików jęczmiennych, napojów fermentowanych z wyjątkiem moszczy i miodów, napojów owocowych,

Systematyczne tendencje spadkowe w okresie ostatnich trzech lat odnotowano w średniorocznych zapasach m.in. piwa otrzymywanego ze słodu, mięsa wołowego, wermutu i innego wina ze świeżych winogron przyprawionego roślinami lub substancjami aromatycznymi, ryb morskich mrożonych, czekolady białej, szynki i łopatki wołowej i cielęcej konserwowej.

Zauważyć należy, iż od pięciu lat systematycznie spada średnioroczny stan zapasów m.in. kawy naturalnej palonej bezkofeinowej, mąki żytniej mleka i śmietany w postaci stałej.

Ponadto – tylko w porównaniu z 2005 r. - obniżyły się średnioroczne zapasy m.in. szynki i łopatki wieprzowej mrożonej z kośćmi, konserw mięsnych i podrobowych wołowych i cielęcych, mięsa z ryb morskich (z wyjątkiem filetów) – mrożonego, warzyw mrożonych, makaronu, kawa palonej nie pozbawionej kofeiny, win gronowych, miodów pitnych,

Wśród badanych **artykułów nieżywnościowych** w magazynach producentów od trzech lat systematycznie wzrasta średnioroczny stan zapasów m.in. chłodziarek i zamrażarek typu domowego, odbiorników telewizyjnych (bez dekodów telewizji satelitarnej), dywanów i innych włókienniczych wykładzin podłogowych tkanych, świec stołowych, detergentów i preparatów do prania, rajstop, pończoch, skarpetek i innych wyrobów pończosznich. Zauważyć należy, iż od pięciu lat systematycznie wzrasta średnioroczny stan zapasów m.in. szamponów; lakierów do włosów; preparatów do trwałej ondulacji lub prostowania włosów, mydła, produktów organicznych powierzchniowo czynnych i preparatów używanych jako mydło, obuwia z wierzchami wykonanymi z tkanin, z wyłączeniem obuwia sportowego.

Ponadto – tylko w porównaniu z 2005 r. – odnotowano wzrost średniorocznych stanów zapasów samochodów osobowych ogólnego przeznaczenia, bluzek i bluzek koszulowych damskich lub dziewczęcych (wyłączając z dzianin), marynarek i wdzianek męskich lub chłopięcych

(z wyłączeniem z dzianin), obuwia wyjściowego z cholewkami z gumy lub tworzyw sztucznych, brulionów, żarówek do ogólnych celów oświetleniowych niskonapięciowych,

Systematyczne tendencje spadkowe w okresie ostatnich trzech lat odnotowano w średniorocznych zapasach wyrobów stołowych; kuchennych lub do użytku w gospodarstwie domowym ze stali (emaliowane), odzieży i dodatków odzieżowych dla niemowląt (z dzianin), bielizny pościelowej, tkanin jedwabnych z jedwabiu lub odpadów jedwabiu, dywanów i innych włókienniczych pokryw podłogowych, wiązanych. Zauważyć należy, iż od pięciu lat systematycznie spada średnioroczny stan zapasów obuwia z wierzchami wykonanymi ze skóry, koszule męskich lub chłopięcych (wyłączając z dzianin), płaszczy, skafandrów, wiatrówek (kurtki  $\frac{3}{4}$ ), peleryn i podobnych artykułów męskich lub chłopięcych z dzianin.

Ponadto – tylko w porównaniu z 2005 r. - obniżyły się średnioroczne zapasy m.in. żakietów damskich lub dziewczęcych, zastaw stołowych i naczyń kuchennych z porcelany, rowerów.

TABL. 1. PODMIOTY GOSPODARKI NARODOWEJ ZAREJESTROWANE W REJESTRZE REGON WEDŁUG SEKCJI (PKD)

Stan w dniu 31 XII

ENTITIES OF THE NATIONAL ECONOMY RECORDED IN THE REGON REGISTER BY SECTIONS (PKD)

As of December 31

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Liczba podmiotów gospodarki narodowej ogółem <i>Number of entities of national economy in total</i>			w tym osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą <i>of which natural persons conducting economic activity</i>		
	w liczbach bezwzględnych <i>in absolute numbers</i>	w % <i>in %</i>	2005= =100	w liczbach bezwzględnych <i>in absolute numbers</i>	w % <i>in %</i>	2005= =100
<b>OGÓŁEM .....2005</b> <b>TOTAL .....2006</b>	<b>3615621</b> <b>3636039</b>	<b>x</b> <b>x</b>	<b>x</b> <b>100,6</b>	<b>2776459</b> <b>2765348</b>	<b>x</b> <b>x</b>	<b>x</b> <b>99,6</b>
w tym usługi .....2005 <i>of which services</i> .....2006	2785254 2795380	100,0 100,0	x 100,4	2103327 2085746	100,0 100,0	x 99,2
Handel i naprawy <sup>Δ</sup> .....2005 <i>Trade and repair</i> <sup>Δ</sup> .....2006	1185282 1160914	42,6 41,5	x 97,9	975353 948995	46,4 45,5	x 97,3
Hotele i restauracje .....2005 <i>Hotels and restaurants</i> .....2006	114842 112736	4,1 4,0	x 98,2	93045 90200	4,4 4,3	x 96,9
Transport, gospodarka magazynowa i łączność.....2005 <i>Transport, storage and communication</i> .....2006	261520 259423	9,4 9,3	x 99,2	236601 233575	11,2 11,2	x 98,7
Pośrednictwo finansowe.....2005 <i>Financial intermediation</i> .....2006	129366 129605	4,6 4,6	x 100,2	118808 118474	5,6 5,7	x 99,7
Obsługa nieruchomości i firm; nauka <sup>Δ</sup> .....2005 <i>Real estate, renting and business activities</i> .....2006	583777 603197	21,0 21,6	x 103,3	385679 394026	18,3 18,9	x 102,2
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenie społeczne i zdrowotne <sup>Δ</sup> .....2005 <i>Public administration and defence; compulsory social security</i> .....2006	25694 26420	0,9 0,9	x 102,8	34 37	0,0 0,0	x 108,8
Edukacja .....2005 <i>Education</i> .....2006	91967 93538	3,3 3,3	x 101,7	40612 41886	1,9 2,0	x 103,1
Ochrona zdrowia i opieka społeczna .....2005 <i>Health care and social welfare</i> .....2006	156612 160374	5,6 5,7	x 102,4	136924 140220	6,5 6,7	x 102,4
Pozostała działalność usługowa <sup>Δ</sup> .....2005 <i>Other community, social and personal service activities</i> .....2006	236143 249469	8,5 8,9	x 105,6	116271 118333	5,5 5,7	x 101,8
Organizacje i zespoły eksterytorialne .....2005 <i>Extra-territorial organisations and bodies</i> .....2006	51 64	0,0 0,0	x 125,5	- -	0,0 0,0	- -

Źródło: Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w 2006

Source: Structural changes in the groups of entities of the national economy in 2006

TABL. 2. WARTOŚĆ DODANA BRUTTO WEDŁUG SEKCJI W LATACH 2000 – 2006 (ceny bieżące)  
 GROSS VALUE ADDED BY SECTIONS IN YEARS 2000 – 2006 (current prices)

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2000		2002		2003	
	w mln zł <i>in mln zł</i>	w % <i>in %</i>	w mln zł <i>in mln zł</i>	w % <i>in %</i>	w mln zł <i>in mln zł</i>	w % <i>in %</i>
<b>OGÓŁEM .....</b> <b>TOTAL</b>	<b>662 224</b>	<b>100,0</b>	<b>715 072</b>	<b>100,0</b>	<b>744 357</b>	<b>100,0</b>
<b>w tym usługi .....</b> <b>of which services</b>	<b>419 417</b>	<b>63,3</b>	<b>477 637</b>	<b>66,8</b>	<b>491 623</b>	<b>66,0</b>
Handel i naprawy <sup>Δ</sup> ..... <i>Trade and repair<sup>Δ</sup></i>	128 877	19,5	142 043	19,9	141 243	19,0
Hotele i restauracje ..... <i>Hotels and restaurants</i>	8 311	1,3	8 669	1,2	8 776	1,2
Transport, gospodarka magazynowa i łączność ... <i>Transport, storage and communication</i>	43 418	6,6	53 163	7,4	55 768	7,5
Pośrednictwo finansowe ..... <i>Financial intermediation</i>	32 588	4,9	29 720	4,2	31 055	4,2
Obsługa nieruchomości i firm; nauka <sup>Δ</sup> ..... <i>Real estate, renting and business activities</i>	87 054	13,1	101 582	14,2	104 632	14,1
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne <sup>Δ</sup> ..... <i>Public administration and defence; compulsory social security</i>	40 114	6,1	46 115	6,5	47 069	6,3
Edukacja ..... <i>Education</i>	29 192	4,4	33 845	4,7	36 438	4,9
Ochrona zdrowia i opieka społeczna ..... <i>Health care and social welfare</i>	21 600	3,3	30 208	4,2	32 606	4,4
Pozostała działalność usługowa <sup>Δ</sup> ..... <i>Other service activities</i>	24 266	3,7	28 005	3,9	29 638	4,0
Gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników ..... <i>Private households with employed persons</i>	3 997	0,6	4 287	0,6	4 398	0,6

Źródło: Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2000-2005 GUS, Warszawa, czerwiec 2007;  
 Dla roku 2006 Mały Rocznik Statystyczny Polski 2007.

Source: National accounts by institutional sectors and sub-sectors 2000-2005 Central Statistical Office, Warsaw, June 2007;  
 For 2006 Concise Statistical Yearbook of Poland 2007.

TABL. 2. WARTOŚĆ DODANA BRUTTO WEDŁUG SEKCJI W LATACH 2000 – 2006 (ceny bieżące) (dok.)  
 GROSS VALUE ADDED BY SECTIONS IN YEARS 2000 – 2006 (current prices) (cont.)

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2004		2005		2006	
	w mln zł <i>in mln zł</i>	w % <i>in %</i>	w mln zł <i>in mln zł</i>	w % <i>in %</i>	w mln zł <i>in mln zł</i>	w % <i>in %</i>
<b>OGÓŁEM .....</b> <b>TOTAL</b>	<b>821 665</b>	<b>100,0</b>	<b>866 329</b>	<b>100,0</b>	<b>931 849</b>	<b>100,0</b>
<b>w tym usługi .....</b> <b>of which services</b>	<b>527 020</b>	<b>64,1</b>	<b>561 051</b>	<b>64,8</b>	<b>595 931</b>	<b>64,0</b>
Handel i naprawy <sup>Δ</sup> .....	155 041	18,9	164 154	18,9	.	.
<i>Trade and repair<sup>Δ</sup></i>						
Hotele i restauracje .....	9 498	1,2	10 691	1,2	.	.
<i>Hotels and restaurants</i>						
Transport, gospodarka magazynowa i łączność .....	60 844	7,4	62 701	7,2	.	.
<i>Transport, storage and communication</i>						
Pośrednictwo finansowe .....	34 314	4,2	37 729	4,4	.	.
<i>Financial intermediation</i>						
Obsługa nieruchomości i firm; nauka <sup>Δ</sup> .....	110 157	13,4	119 068	13,7	.	.
<i>Real estate and business activities</i>						
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne <sup>Δ</sup> .....	50 118	6,1	53 323	6,2	.	.
<i>Public administration and defence; compulsory social security</i>						
Edukacja .....	41 799	5,1	44 296	5,1	.	.
<i>Education</i>						
Ochrona zdrowia i opieka społeczna .....	29 666	3,6	31 599	3,6	.	.
<i>Health care and social welfare</i>						
Pozostała działalność usługowa <sup>Δ</sup> .....	30 914	3,8	32 438	3,7	.	.
<i>Other service activities</i>						
Gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników .....	4 669	0,6	5 052	0,6	.	.
<i>Private households with employed persons</i>						

Źródło: Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2000-2005, GUS, Warszawa, czerwiec 2007;  
 Dla roku 2006 Mały Rocznik Statystyczny Polski 2007.

Source: National accounts by institutional sectors and sub-sectors 2000-2005, Central Statistical Office, Warsaw, June 2007;  
 For 2006 Concise Statistical Yearbook of Poland 2007.

TABL. 3. PRACUJĄCY WEDŁUG SEKCJI <sup>a</sup>  
Stan w dniu 31 XII  
EMPLOYED PERSONS BY SECTIONS <sup>a</sup>  
As of 31 XII

Wyszczególnienie Specification	2000		2002		2003	
	w tysiącach in thous	w % in %	w tysiącach in thous	w % <sup>b</sup> in % <sup>b</sup>	w tysiącach in thous	w % in %
<b>OGÓŁEM .....</b> <b>TOTAL</b>	<b>15 488,8</b>	<b>100,0</b>	<b>14 923,7</b> <b>12 803,3</b>	<b>100,0</b>	<b>12 640,7</b>	<b>100,0</b>
<b>w tym usługi .....</b> <b>of which services</b>	<b>7 224,9</b>	<b>46,6</b>	<b>7 071,4</b>	<b>47,4</b> <b>55,2</b>	<b>7 007,2</b>	<b>55,4</b>
Handel i naprawy <sup>Δ</sup> .....	2 074,6	13,4	1 998,0	13,4 15,6	2 003,9	15,8
Trade and repair <sup>Δ</sup>						
Hotele i restauracje .....	225,7	1,5	210,9	1,4 1,6	214,2	1,7
Hotels and restaurants						
Transport, gospodarka magazynowa i łączność .....	779,3	5,0	724,7	4,9 5,7	705,7	5,6
Transport, storage and communication						
Pośrednictwo finansowe .....	298,6	1,9	290,0	1,9 2,3	260,8	2,1
Financial intermediation						
Obsługa nieruchomości i firm; nauka <sup>Δ</sup> .....	822,6	5,3	897,1	6,0 7,0	926,1	7,3
Real estate, renting and business activities						
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne .....	822,2	5,3	838,8	5,6 6,6	843,5	6,7
Public administration and defence; compulsory social security						
Edukacja .....	902,8	5,8	894,6	6,0 7,0	977,5	7,7
Education						
Ochrona zdrowia i opieka społeczna .....	908,2	5,9	851,7	5,7 6,7	704,8	5,6
Health care and social welfare						
Pozostała działalność usługowa <sup>Δ</sup> .....	390,9	2,5	365,6	2,4 2,9	370,7	2,9
Other service activities						

Źródło: Dla roku 2006 – Mały Rocznik Statystyczny Polski 2007; Dla lat 2000, 2004 i 2005 – Rocznik Statystyczny RP 2006; Dla roku 2003 – Rocznik Statystyczny RP 2005; Dla roku 2002 – Rocznik Statystyczny RP 2004;

<sup>a</sup> Dane dla pracujących ogółem za lata 2003-2005 nie są w pełni porównywalne z danymi za lata 2000-2002 na skutek wykorzystania różnych źródeł dla danych dotyczących pracujących w gospodarstwach indywidualnych w rolnictwie. Dane dla pracujących w gospodarstwach indywidualnych w rolnictwie dla lat 2000 i 2002 - licznik wyszacowano przy wykorzystaniu wyników Powszechnego Spisu Rolnego przeprowadzonego w czerwcu 1996 roku; dane dla roku 2002 – mianownik i lat 2003-2005 wyszacowano przy wykorzystaniu wyników Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań 2002 oraz Powszechnego Spisu Rolnego 2002;

<sup>b</sup> Dla roku 2002 udziały: w liczniku liczone przy uwzględnieniu liczby pracujących ogółem z licznika, w mianowniku przy uwzględnieniu liczby pracujących ogółem z mianownika.

Source: For 2006 - Concise Statistical Yearbook of Poland 2007; For years 2000, 2004 and 2005 - Statistical Yearbook of the Republic of Poland 2006; For 2003 - Statistical Yearbook of the Republic of Poland 2005; For 2002 - Statistical Yearbook of the Republic of Poland 2004;

<sup>a</sup> For years 2003-2005 data for total number of employed persons are not strictly comparable to data for years 2000-2002 due to the use of various sources for data concerning persons employed on private farms in agriculture. Data concerning persons employed on private farms in agriculture for years 2000 and 2002 - numerator estimated using the results of the Agricultural Census conducted in June 1996; data for 2002 - denominator and years 2003-2005 estimated using the results of the Population and Housing Census 2002 as well as the Agricultural Census 2002;

<sup>b</sup> For 2002 shares: in numerator calculated on the basis of the total number of employed persons in numerator, in denominator - on the basis of the total number of employed persons in denominator.



TABL. 3. PRACUJĄCY WEDŁUG SEKCJI <sup>a</sup> (dok.)  
Stan w dniu 31 XII  
EMPLOYED PERSONS BY SECTIONS <sup>a</sup> (cont.)  
As of 31 XII

Wyszczególnienie Specification	2004		2005		2006	
	w tysiącach in thous	w % in %	w tysiącach in thous	w % in %	w tysiącach in thous	w % in %
<b>OGÓŁEM .....</b> <b>TOTAL</b>	<b>12 720,2</b>	<b>100,0</b>	<b>12 890,7</b>	<b>100,0</b>	<b>13 093,2</b>	<b>100,0</b>
<b>w tym usługi .....</b> <b>of which services</b>	<b>7 055,4</b>	<b>55,5</b>	<b>7 211,9</b>	<b>55,9</b>	<b>7 315,7</b>	<b>55,9</b>
Handel i naprawy <sup>Δ</sup> ..... Trade and repair <sup>Δ</sup>	1 983,1	15,6	2 058,8	16,0	2 098,9	16,0
Hotele i restauracje ..... Hotels and restaurants	216,3	1,7	219,4	1,7	223,3	1,7
Transport, gospodarka magazynowa i łączność ..... Transport, storage and communication	704,8	5,5	699,9	5,4	707,8	5,4
Pośrednictwo finansowe ..... Financial intermediation	274,7	2,2	295,4	2,3	305,7	2,3
Obsługa nieruchomości i firm; nauka <sup>Δ</sup> ..... Real estate and business activities	940,4	7,4	950,4	7,4	976,0	7,5
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne Public administration and defence; compulsory social security	851,6	6,7	872,0	6,8	880,9	6,7
Edukacja ..... Education	999,5	7,9	1 026,3	8,0	1 022,6	7,8
Ochrona zdrowia i opieka społeczna ..... Health care and social welfare	704,5	5,5	706,8	5,5	709,7	5,4
Pozostała działalność usługowa <sup>Δ</sup> ..... Other service activities	380,5	3,0	382,9	3,0	390,8	3,0

Źródło: Dla roku 2006 – Mały Rocznik Statystyczny Polski 2007; Dla lat 2000, 2004 i 2005 – Rocznik Statystyczny RP 2006; Dla roku 2003 – Rocznik Statystyczny RP 2005; Dla roku 2002 – Rocznik Statystyczny RP 2004;

<sup>a</sup> Dane dla pracujących ogółem za lata 2003-2005 nie są w pełni porównywalne z danymi za lata 2000-2002 na skutek wykorzystania różnych źródeł dla danych dotyczących pracujących w gospodarstwach indywidualnych w rolnictwie. Dane dla pracujących w gospodarstwach indywidualnych w rolnictwie dla lat 2000 i 2002 - licznik wyznaczono przy wykorzystaniu wyników Powszechnego Spisu Rolnego przeprowadzonego w czerwcu 1996 roku; dane dla roku 2002 – mianownik i lat 2003-2005 wyznaczono przy wykorzystaniu wyników Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań 2002 oraz Powszechnego Spisu Rolnego 2002;

<sup>b</sup> Dla roku 2002 udziały: w liczniku liczone przy uwzględnieniu liczby pracujących ogółem z licznika, w mianowniku przy uwzględnieniu liczby pracujących ogółem z mianownika.

Source: For 2006 - Concise Statistical Yearbook of Poland 2007; For years 2000, 2004 and 2005 – Statistical Yearbook of the Republic of Poland 2006; For 2003 – Statistical Yearbook of the Republic of Poland 2005; For 2002 – Statistical Yearbook of the Republic of Poland 2004;

<sup>a</sup> For years 2003-2005 data for total number of employed persons are not strictly comparable to data for years 2000-2002 due to the use of various sources for data concerning persons employed on private farms in agriculture. Data concerning persons employed on private farms in agriculture for years 2000 and 2002 – numerator estimated using the results of the Agricultural Census conducted in June 1996; data for 2002- denominator and years 2003-2005 estimated using the results of the Population and Housing Census 2002 as well as the Agricultural Census 2002;

<sup>b</sup> For 2002 shares: in numerator calculated on the basis of the total number of employed persons in numerator, in denominator - on the basis of the total number of employed persons in denominator.

TABL. 4. PRZECIĘTNE ZATRUDNIENIE, PRZECIĘTNE MIESIĘCZNE WYNAGRODZENIE BRUTTO  
WEDŁUG SEKCJI W 2006R.  
AVERAGE PAID EMPLOYMENT, AVERAGE MONTHLY GROSS WAGES AND SALARIES BY SECTIONS IN 2006

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Przeciętne zatrudnienie <i>Average paid employment</i>			Przeciętne wynagrodzenie brutto <i>Average gross wages and salaries</i>		
	w tysiącach <i>in thous.</i>	w % <i>in %</i>	2005=100	w zł <i>in zł</i>	w % <i>in %</i>	2005=100
<b>OGÓŁEM .....</b> <b>TOTAL</b>	<b>8 930,7</b>	<b>100,0</b>	<b>101,6</b>	<b>2 477</b>	<b>100,0</b>	<b>104,9</b>
w tym usługi ..... <i>of which services</i>	x	x	x	x	x	x
Handel i naprawy <sup>Δ</sup> ..... <i>Trade and repair<sup>Δ</sup></i>	1 392,0	15,6	102,3	1 999	80,7	104,0
Hotele i restauracje ..... <i>Hotels and restaurants</i>	149,4	1,7	101,4	1 580	63,8	104,4
Transport, gospodarka magazynowa i łączność ..... <i>Transport, storage and communication</i>	585,2	6,6	101,3	2 673	107,9	103,1
Pośrednictwo finansowe ..... <i>Financial intermediation</i>	250,2	2,8	103,0	4 469	180,4	105,3
Obsługa nieruchomości i firm; nauka <sup>Δ</sup> .... <i>Real estate, renting and business activities</i>	718,9	8,0	103,3	2 604	105,1	104,8
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne <sup>Δ</sup> ..... <i>Public administration and defence; compulsory social security</i>	560,5	6,3	101,5	3 215	129,8	105,0
Edukacja ..... <i>Education</i>	1 003,2	11,2	99,8	2 570	103,8	104,0
Ochrona zdrowia i opieka społeczna ..... <i>Health care and social welfare</i>	634,1	7,1	100,0	2 091	84,4	107,0
Pozostała działalność usługowa <sup>Δ</sup> ..... <i>Other community, social and personal service activities</i>	270,4	3,0	102,0	2 367	95,6	103,2

Źródło: Mały Rocznik Statystyczny Polski 2007. Source: Concise Statistical Yearbook of Poland 2007.

TABL. 5. LICZBA PODMIOTÓW GOSPODARKI NARODOWEJ <sup>a</sup>  
Stan w dniu 31 XII  
NUMBER OF ENTITIES OF THE NATIONAL ECONOMY <sup>a</sup>  
As of December 31

Wyszczególnienie	2005	2006	2005	2006	Specification
	Sekcja "G" handel i naprawy <sup>Δ</sup> <i>Section "G"</i> <i>trade and repairs</i> <sup>Δ</sup>		Sekcja "H" hotele i restauracje <i>Section "H"</i> <i>hotels and restaurants</i>		
OGÓŁEM .....	1185282	1160914	114842	112736	TOTAL
w tym:					of which:
Przedsiębiorstwa państwowe ....	105	94	9	7	State-owned enterprises
Spółki .....	205815	207821	20961	21697	Companies
z tego					
prawa handlowego .....	82136	84929	5049	5543	commercial law
w tym:					of which:
akcyjne .....	1797	1782	90	91	joint- stock
z.o.o .....	66527	68672	4472	4864	limited liability
cywilne .....	123678	122891	15912	16154	civil law
Spółdzielnie .....	3198	3165	46	47	Co-operatives
Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą .....	975353	948995	93045	90200	Natural persons conducting economic activity

<sup>a</sup> Zarejestrowanych w rejestrze REGON.

<sup>a</sup> Recorded in the REGON register.

TABL. 6. PRZEDSIĘBIORSTWA WEDŁUG LICZBY PROWADZONYCH SKLEPÓW <sup>a</sup>  
Stan w dniu 31 XII  
ENTERPRISES BY NUMBER OF SHOPS <sup>a</sup>  
As of December 31

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2005	2006
<b>OGÓŁEM.....</b>	<b>336628</b>	<b>344215</b>
<b>TOTAL</b>		
do 2 sklepów .....	<b>330758</b>	<b>338311</b>
<i>up to 2 shops</i>		
3-10.....	4792	4796
11-20.....	716	718
21-50.....	270	292
51-100 .....	66	70
101-200 .....	20	20
powyżej 200 sklepów .....	6	8
<i>above 200 shops</i>		
<b>w tym przedsiębiorstwa handlowe.....</b>	<b>321086</b>	<b>330594</b>
<i>of which trade enterprises</i>		
do 2 sklepów .....	316729	326210
<i>up to 2 shops</i>		
3-10.....	3525	3541
11-20.....	565	560
21-50.....	195	206
51-100 .....	48	52
101-200.....	18	17
powyżej 200 sklepów .....	6	8
<i>above 200 shops</i>		

<sup>a</sup> Patrz Uwagi metodyczne, str. 21.

<sup>a</sup> See Methodological notes, page 18.

TABL. 7. PRZEDSIĘBIORSTWA HANDLOWE <sup>a</sup> WEDŁUG LICZBY PROWADZONYCH MAGAZYNÓW  
Stan w dniu 31 XII  
TRADE ENTERPRISES <sup>a</sup> BY NUMBER OF WAREHOUSES  
As of December 31

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2005	2006
<b>OGÓŁEM.....</b>	<b>9210</b>	<b>8984</b>
<b>TOTAL</b>		
1 magazyn .....	3757	3657
<i>1 warehouse</i>		
2-5.....	4088	3964
6-10.....	850	852
powyżej 10 magazynów .....	515	511
<i>above 10 warehouses</i>		
<b>w tym przedsiębiorstwa hurtowe.....</b>	<b>6771</b>	<b>6638</b>
<i>of which wholesale trade enterprises</i>		
1 magazyn .....	2724	2676
<i>1 warehouse</i>		
2-5.....	3054	2954
6-10.....	610	613
powyżej 10 magazynów .....	383	395
<i>above 10 warehouses</i>		

<sup>a</sup> Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

<sup>a</sup> Data refer to enterprises, in which number of employees exceeds 9 persons.

TABL. 8. SKLEPY I STACJE PALIW WEDŁUG FORM ORGANIZACYJNYCH <sup>a</sup>  
Stan w dniu 31 XII  
*SHOPS AND PETROL STATIONS BY ORGANIZATION FORMS* <sup>a</sup>  
As of December 31

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Ogółem <i>Total</i>	Sektor publiczny <i>Public sector</i>	Sektor prywatny <i>Private sector</i>
<b>OGÓŁEM..... 2005</b>	<b>396076</b>	<b>1598</b>	<b>394478</b>
<b>TOTAL 2006</b>	<b>405617</b>	<b>1598</b>	<b>404019</b>
z tego: <i>of which:</i>			
Sklepy ..... 2005	385990	1317	384673
<i>Shops</i> 2006	395458	1328	394130
Domy towarowe..... 2005	95	1	94
<i>Department stores</i> 2006	91	1	90
Domy handlowe ..... 2005	462	8	454
<i>Trade stores</i> 2006	431	7	424
Hipermarkety ..... 2005	374	-	374
<i>Hypermarkets</i> 2006	410	-	410
Supermarkety ..... 2005	2716	5	2711
<i>Supermarkets</i> 2006	3003	6	2997
Pozostałe sklepy ..... 2005	382343	1303	381040
<i>Other shops</i> 2006	391523	1314	390209
Stacje paliw ..... 2005	10086	281	9805
<i>Petrol stations</i> 2006	10159	270	9889

<sup>a</sup> Patrz Uwagi metodyczne, str. 21.

<sup>a</sup> See Methodological notes, page 18.

TABL. 9. WYBRANE FORMY ORGANIZACYJNE SKLEPÓW WEDŁUG WOJEWÓDZTW W 2006 R.  
Stan w dniu 31 XII  
*SELECTED ORGANIZATION FORMS OF SHOPS BY VOIVODSHIPS IN 2006*  
As of December 31

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Domy towarowe <i>Department stores</i>	Domy handlowe <i>Trade stores</i>	Supermarkety <i>Supermarkets</i>	Hipermarkety <i>Hypermarkets</i>
<b>POLSKA.....</b> <b>POLAND</b>	<b>91</b>	<b>431</b>	<b>3003</b>	<b>410</b>
Dolnośląskie.....	8	32	237	41
Kujawsko-Pomorskie.....	5	15	187	23
Lubelskie .....	4	29	155	11
Lubuskie .....	1	11	133	11
Łódzkie.....	7	29	184	34
Małopolskie.....	10	23	191	28
Mazowieckie .....	19	85	308	60
Opolskie.....	1	7	94	8
Podkarpackie .....	7	22	154	12
Podlaskie .....	3	20	81	8
Pomorskie.....	2	24	175	31
Śląskie .....	8	49	412	74
Świętokrzyskie .....	-	13	73	8
Warmińsko-Mazurskie .....	2	28	128	13
Wielkopolskie .....	7	26	308	33
Zachodniopomorskie .....	7	18	183	15

TABL. 10. STRUKTURA SKLEPÓW I STACJI PALIW WEDŁUG FORM ORGANIZACYJNYCH<sup>a</sup>  
I FORM WŁASNOŚCI W 2006 R.

Stan w dniu 31 XII

*STRUCTURE OF SHOPS AND PETROL STATIONS BY ORGANIZATION<sup>a</sup> AND OWNERSHIP  
FORMS IN 2006*

*As of December 31*

Wyszczególnienie <i>Specification</i> a - udział w % a - <i>share in %</i> b - udział powierzchni sprzedażowej w % b - <i>share of sales area in %</i>	Ogółem <i>Total</i>	Sektor prywatny <i>Private sector</i>	w tym: <i>of which:</i>	
			własność prywatna krajowa <i>private domestic ownership</i>	własność zagraniczna <i>foreign ownership</i>
<b>Sklepy .....a</b>	<b>100,0</b>	<b>99,7</b>	<b>98,0</b>	<b>1,5</b>
<b><i>Shops</i> .....b</b>	<b>100,0</b>	<b>99,6</b>	<b>82,6</b>	<b>16,5</b>
w tym: <i>of which:</i>				
Domy towarowe.....a	100,0	98,9	86,8	9,9
<i>Department stores</i> .....b	100,0	97,8	70,1	26,3
Domy handlowe.....a	100,0	98,4	79,8	16,9
<i>Trade stores</i> .....b	100,0	98,8	81,1	15,8
Hipermarkety .....a	100,0	100,0	19,3	79,5
<i>Hypermarkets</i> .....b	100,0	100,0	19,0	80,3
Supermarkety .....a	100,0	99,8	40,4	59,2
<i>Supermarkets</i> .....b	100,0	99,9	35,9	63,6
Stacje paliw .....a	100,0	97,3	76,0	6,8
<i>Petrol stations</i> .....b	-	-	-	-

<sup>a</sup> Patrz Uwagi metodyczne, str. 21.

<sup>a</sup> See Methodological notes, page 18.



TABL. 11. STRUKTURA SKLEPÓW WEDŁUG FORM WŁASNOŚCI W WOJEWÓDZTWACH W 2006 R.  
Stan w dniu 31 XII  
*STRUCTURE OF SHOPS BY OWNERSHIP FORMS IN VOIVODSHIPS IN 2006*  
*As of December 31*

Wyszczególnienie <i>Specification</i> a - udział w % a - <i>share in %</i> b - udział powierzchni sprzedażowej w % b - <i>share of sales area in %</i>	Ogółem <i>Total</i>	Sektor prywatny <i>Private sector</i>	w tym: <i>of which:</i>	
			własność prywatna krajowa <i>private domestic ownership</i>	własność zagraniczna <i>foreign ownership</i>
<b>POLSKA..... a</b>	<b>100,0</b>	<b>99,7</b>	<b>98,0</b>	<b>1,5</b>
<b>POLAND ..... b</b>	<b>100,0</b>	<b>99,6</b>	<b>82,6</b>	<b>16,5</b>
Dolnośląskie..... a	100,0	99,7	97,8	1,7
b	100,0	99,8	77,8	20,9
Kujawsko-Pomorskie..... a	100,0	99,7	97,8	1,7
b	100,0	99,8	83,3	16,3
Lubelskie ..... a	100,0	99,7	98,5	0,8
b	100,0	99,7	90,0	9,4
Lubuskie ..... a	100,0	99,7	98,2	1,4
b	100,0	99,7	83,8	15,5
Łódzkie ..... a	100,0	99,6	97,6	1,6
b	100,0	99,0	80,2	18,4
Małopolskie..... a	100,0	99,7	98,5	1,1
b	100,0	99,8	86,5	12,6
Mazowieckie ..... a	100,0	99,5	97,2	2,0
b	100,0	99,0	78,4	19,8
Opolskie..... a	100,0	99,7	98,4	1,3
b	100,0	99,8	86,9	12,7
Podkarpackie ..... a	100,0	99,7	98,5	0,8
b	100,0	99,8	89,8	8,9
Podlaskie ..... a	100,0	99,3	98,3	0,8
b	100,0	99,4	91,5	7,6
Pomorskie..... a	100,0	99,9	97,8	1,9
b	100,0	99,9	81,4	17,9
Śląskie ..... a	100,0	99,5	97,4	2,0
b	100,0	99,8	74,6	24,3
Świętokrzyskie ..... a	100,0	99,7	98,8	0,8
b	100,0	99,7	87,2	12,4
Warmińsko-Mazurskie ..... a	100,0	99,7	98,4	1,2
b	100,0	99,8	88,8	10,8
Wielkopolskie ..... a	100,0	99,8	98,3	1,4
b	100,0	99,9	84,1	15,5
Zachodniopomorskie ..... a	100,0	99,8	98,0	1,6
b	100,0	99,7	83,9	15,2

TABL. 12. SKLEPY I STACJE PALIW WEDŁUG SPECJALIZACJI <sup>a</sup>  
Stan w dniu 31 XII  
*SHOPS AND PETROL STATIONS BY SPECIALIZATION* <sup>a</sup>  
*As of December 31*

Wyszczególnienie	2005	2006	Specification
	sklepy shops		
Sklepy .....	385990	395458	Shops
z tego:			of which:
Ogólnospożywcze .....	116094	120455	General foodstuffs
Owocowo-warzywne.....	5222	4451	Fruit and vegetables
Mięsne.....	13072	12002	Meat
Rybne .....	1106	942	Fish
Piekarniczo-ciastkarskie .....	5520	5430	Baker's and confectioner's products
Z napojami alkoholowymi .....	2454	2510	With alcoholic beverages
Z kosmetykami i wyrobami toaletowymi.....	8211	7917	With cosmetics and toilet goods
Z wyrobami włókienniczymi .....	4904	4995	With textile products
Z wyrobami odzieżowymi.....	39375	39421	With clothing products
Z obuwiem i wyrobami skórzanymi ...	8129	8016	With footwear and leather products
Z meblami i sprzętem oświetleniowym .....	7085	7756	With furniture and lighting appliances
Radiowo-telewizyjne i ze sprzętem gospodarstwa domowego .....	6844	7813	With radio, TV and household appliances
Z artykułami piśmiennymi i księgarnie .....	8479	7931	With books and stationery
Z pojazdami mechanicznymi .....	12634	12466	With motor vehicles
Pozostałe sklepy .....	146861	153353	Other shops
Stacje paliw .....	10086	10159	Petrol stations

<sup>a</sup> Patrz Uwagi metodyczne, str. 21.

<sup>a</sup> See Methodological notes, page 18.

TABL. 13. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2006 R.<sup>a</sup>  
 Stan w dniu 31 XII  
 SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2006<sup>a</sup>  
 As of December 31

Województwa Voivodships	Ogółem Total	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m <sup>2</sup> Sales area of shops in m <sup>2</sup>	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej Number of shops by size of sales area							
			99 m <sup>2</sup> i mniej 99 m <sup>2</sup> and less	100 - 199 m <sup>2</sup>	200 - 299 m <sup>2</sup>	300 - 399 m <sup>2</sup>	400 - 999 m <sup>2</sup>	1000 - 1999	2000 - 2499 m <sup>2</sup>	2500 m <sup>2</sup> i więcej 2500 m <sup>2</sup> and more
<b>POLSKA .....</b> <b>POLAND</b>	395458	28818342	371478	10622	4109	2231	5004	1273	149	592
Dolnośląskie .....	29426	2248453	27697	714	321	157	354	117	14	52
Kujawsko-Pomorskie .....	20512	1580947	19175	588	198	150	299	60	8	34
Lubelskie .....	22089	1521435	20756	607	232	119	272	72	12	19
Lubuskie .....	12291	887526	11614	270	99	56	196	35	6	15
Łódzkie .....	26665	1886776	25122	699	260	143	310	76	12	43
Małopolskie .....	34834	2313124	32779	1026	346	183	362	89	4	45
Mazowieckie .....	50309	3951686	47307	1314	544	275	574	179	25	91
Opolskie .....	9542	704410	8886	275	117	64	153	32	5	10
Podkarpackie .....	20742	1498251	19278	677	265	143	297	52	7	23
Podlaskie .....	11044	820618	10196	417	144	72	170	27	3	15
Pomorskie .....	24332	1737699	22957	571	228	148	292	89	10	37
Śląskie .....	45489	3466387	42481	1332	475	251	662	171	17	100
Świętokrzyskie .....	14279	815561	13706	247	90	62	127	31	3	13
Warmińsko-Mazurskie .....	15145	1159713	14103	456	203	108	194	62	4	15
Wielkopolskie .....	37236	2846680	34993	985	392	202	471	129	10	54
Zachodniopomorskie .....	21523	1379076	20428	444	195	98	271	52	9	26

<sup>a</sup> Patrz Uwagi metodyczne, str. 21.

<sup>a</sup> See Methodological notes, page 18.

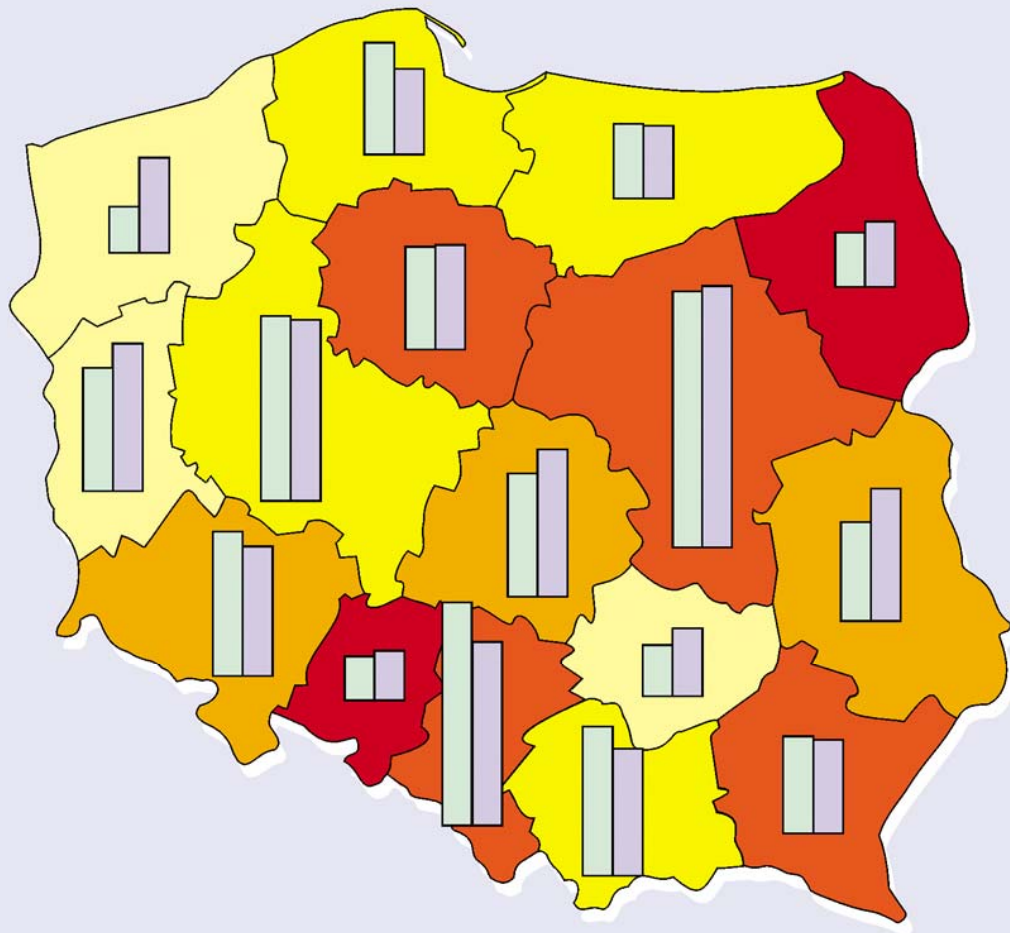
TABL. 14. SKLEPY I STACJE PALIW WEDŁUG WOJEWÓDZTW<sup>a</sup>  
Stan w dniu 31 XII  
*SHOPS AND PETROL STATIONS BY VOIVODSHIPS<sup>a</sup>*  
*As of December 31*

Województwa Voivodships	Liczba sklepów Number of shops	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m <sup>2</sup> Size of sales area of stores in m <sup>2</sup>	Liczba stacji paliw Number of petrol stations	Liczba ludności przypadająca na 1 sklep Population per shop
<b>POLSKA..... 2005</b>	<b>385990</b>	<b>28262206</b>	<b>10086</b>	<b>98,9</b>
<b>POLAND 2006</b>	<b>395458</b>	<b>28818342</b>	<b>10159</b>	<b>96,4</b>
Dolnośląskie..... 2005	27438	2181421	708	105
2006	29426	2248453	710	98,0
Kujawsko-Pomorskie ..... 2005	20117	1492357	576	103
2006	20512	1580947	573	101
Lubelskie ..... 2005	22090	1562239	704	98,7
2006	22089	1521435	723	98,4
Lubuskie ..... 2005	10413	902007	370	96,9
2006	12291	887526	354	82,1
Łódzkie ..... 2005	28038	1868149	819	91,9
2006	26665	1886776	807	96,2
Małopolskie..... 2005	32577	2131242	673	100
2006	34834	2313124	686	93,9
Mazowieckie ..... 2005	54274	4054124	1459	95,0
2006	50309	3951686	1422	103
Opolskie..... 2005	8913	685552	272	118
2006	9542	704410	273	109
Podkarpackie..... 2005	19913	1374907	488	105
2006	20742	1498251	508	101
Podlaskie ..... 2005	10140	833018	351	118
2006	11044	820618	359	108
Pomorskie..... 2005	21368	1609516	447	103
2006	24332	1737699	468	90,6
Śląskie ..... 2005	48314	3568322	1006	97,0
2006	45489	3466387	1010	103
Świętokrzyskie ..... 2005	11968	750848	342	107
2006	14279	815561	371	89,6
Warmińsko-Mazurskie ..... 2005	12417	1087106	386	115
2006	15145	1159713	394	94,2
Wielkopolskie ..... 2005	38424	2838104	971	87,8
2006	37236	2846680	984	90,7
Zachodniopomorskie ..... 2005	19586	1323294	514	86,5
2006	21523	1379076	517	78,7

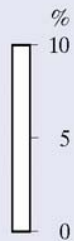
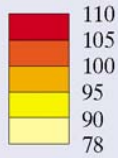
<sup>a</sup> Patrz Uwagi metodyczne, str. 21.

<sup>a</sup> See Methodological notes, page 18.

**Wybrane dane o sklepach i stacjach paliw według województw w 2006 r.**  
**Stan w dniu 31 XII**  
*Selected data concerning shops and petrol stations by voivodships in 2006*  
*As of December 31*



Liczba ludności  
przypadająca  
na 1 sklep  
*Population per shop*



Udział powierzchni sprzedażowej  
*Share of sales area*

Udział stacji paliw  
*Share of petrol stations*

TABL. 15. STRUKTURA SPRZEDAŻY DETALICZNEJ W SKLEPACH I STACJACH PALIW W 2006 R.  
 STRUCTURE OF RETAIL SALES IN SHOPS AND PETROL STATIONS IN 2006

Lp.	Wyszczególnienie	Ogółem <i>Total</i>	Pojazdy mechaniczne, motocykle, części. <i>Motor vehicles, motorcycles, parts</i>	Paliwa stałe, ciekłe i gazowe <i>Solid, liquid and gaseous fuels</i>	Żywność, napoje alkoholowe i bezalkoholowe oraz wyroby tytoniowe <i>Foodstuffs, alcoholic and non-alcoholic beverages and tobacco products</i>
<b>1</b>	<b>OGÓŁEM.....</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
2	Owoce i warzywa .....	2,3	0,0	0,0	5,6
3	Mięso i wyroby mięsne .....	5,7	0,0	0,0	14,1
4	Ryby i przetwory rybne .....	1,0	0,0	0,0	2,5
5	Pieczywo i przetwory zbożowe.....	3,3	0,0	0,0	8,2
6	Mleko, jaja i sery .....	3,3	0,0	0,0	8,1
7	Cukier i wyroby cukiernicze .....	3,6	0,0	0,2	7,6
8	Kawa, herbata i kakao .....	1,5	0,0	0,0	3,7
9	Pozostałe artykuły żywnościowe i napoje bezalkoholowe.....	8,0	0,0	0,8	19,0
10	Napoje alkoholowe .....	6,3	0,0	1,0	14,1
11	Wyroby tytoniowe .....	2,7	0,0	1,0	5,8
12	Artykuły farmaceutyczne i medyczne.....	4,8	0,0	0,0	0,3
13	Kosmetyki i wyroby toaletowe .....	3,3	0,0	0,0	2,8
14	Wyroby włókiennicze.....	0,6	0,0	0,0	0,3
15	Odzież łącznie z dodatkami do ubrań i wyrobami futrzarskimi.....	3,9	0,0	0,0	0,7
16	Obuwie i wyroby skórzan.....	1,4	0,0	0,0	0,2
17	Mebłe i sprzęt oświetleniowy.....	2,9	0,0	0,0	0,3
18	Artykuły i sprzęt gospodarstwa domowego .....	2,7	0,0	0,0	1,3
19	Artykuły radiowo-telewizyjne.....	2,2	0,0	0,0	0,8
20	Książki, gazety i artykuły piśmienne .	2,0	0,0	0,2	1,5
21	Pojazdy mechaniczne .....	8,2	93,3	0,4	0,2
	w tym:				
22	samochody.....	6,4	75,4	0,0	0,0
23	Paliwa.....	15,4	0,1	92,5	0,0
24	Pozostałe artykuły nieżywnościowe ..	14,9	6,6	3,9	2,9

Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny <i>Pharmaceuticals, cosmetics, orthopaedic equipment</i>	Włókno, odzież, obuwie <i>Textiles, clothing, footwear</i>	Meble, rtv, agd <i>Furniture, consumer electronics, household appliances</i>	Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowa- nych sklepach <i>Press, books, other sale in specialized stores</i>	Pozostałe <i>Others</i>	<i>Specification</i>	<i>No.</i>
<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1</b>
0,0	0,0	0,0	0,1	1,3	<i>Fruit and vegetables</i>	2
0,0	0,3	0,0	0,1	2,2	<i>Meat and meat products</i>	3
0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	<i>Fish and fish products</i>	4
0,0	0,0	0,0	0,1	1,2	<i>Bread and cereal products</i>	5
0,0	0,0	0,0	0,1	1,8	<i>Milk, eggs and cheese</i>	6
0,1	0,0	0,1	0,1	4,9	<i>Sugar and confectionery</i>	7
0,1	0,0	0,0	0,0	0,8	<i>Coffee, tea and cocoa</i>	8
0,2	0,0	0,1	0,6	4,3	<i>Other foodstuff articles and non- alcoholic beverages</i>	9
0,1	0,0	0,0	0,0	5,7	<i>Alcoholic beverages</i>	10
0,2	0,0	0,0	0,6	2,0	<i>Tobacco</i>	11
67,6	0,0	0,0	0,5	3,7	<i>Pharmaceutical and medical articles</i>	12
26,7	0,2	0,1	1,7	3,3	<i>Cosmetics and toilet goods</i>	13
0,1	6,3	0,8	0,4	1,1	<i>Textile products</i>	14
0,1	65,1	0,1	1,7	2,4	<i>Clothing including accessories and furriery</i>	15
0,0	25,0	0,3	0,3	0,7	<i>Footwear and leather products</i>	16
0,0	1,1	28,8	1,5	4,6	<i>Furniture and lighting appliances</i>	17
0,3	0,5	26,4	0,3	2,1	<i>Household appliances and articles</i>	18
0,0	0,1	25,6	0,1	0,8	<i>Radio and television articles</i>	19
0,2	0,1	0,3	15,4	3,5	<i>Books, newspapers and stationery</i>	20
0,0	0,0	0,0	0,1	1,7	<i>Motor vehicles</i>	21
0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	<i>of which: automobiles</i>	22
0,0	0,0	0,0	3,2	1,1	<i>Fuels</i>	23
4,3	1,3	17,4	73,1	50,5	<i>Other non-foodstuff articles</i>	24

TABL. 16. DYNAMIKA SPRZEDAŻY DETALICZNEJ WEDŁUG RODZAJÓW DZIAŁALNOŚCI <sup>a</sup> (ceny bieżące)  
*INDEX OF RETAIL SALES CHANGES BY TYPE OF ENTERPRISE ACTIVITY <sup>a</sup> (current prices)*

Wyszczególnienie	2005	2006	Specification
	rok poprzedni=100 previous year=100		
<b>OGÓŁEM .....</b>	<b>103,9</b>	<b>111,9</b>	<b>TOTAL</b>
w tym:			<i>of which:</i>
Pojazdy samochodowe, motocykle, części .....	89,6	114,3	<i>Motor vehicles, motorcycles, parts</i>
Paliwa stałe, ciekłe i gazowe .....	108,1	112,9	<i>Solid, liquid and gaseous fuels</i>
Żywność, napoje i wyroby tytoniowe	108,1	111,9	<i>Food, beverages and tobacco products</i>
Pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach .....	108,9	117,6	<i>Other retail sales in non-specialized stores</i>
Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny .....	122,3	115,0	<i>Pharmaceuticals, cosmetics orthopaedic equipment</i>
Włókno, odzież, obuwie	126,2	119,7	<i>Textiles, clothing, footwear</i>
Meble, rtv, agd .....	127,5	119,7	<i>Furniture, radio, TV and household appliances</i>
Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach	99,6	103,6	<i>Newspapers, books, other sale in specialized stores</i>
Pozostałe .....	94,1	107,4	<i>Other</i>

<sup>a</sup> Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

<sup>a</sup> *Data concern enterprises in which number of employees exceeds 9 persons.*



TABL. 17. STRUKTURA SPRZEDAŻY DETALICZNEJ WEDŁUG RODZAJÓW DZIAŁALNOŚCI<sup>a</sup>  
 STRUCTURE OF RETAIL SALES BY TYPE OF ENTERPRISE ACTIVITY<sup>a</sup>

Wyszczególnienie	2005	2006	Specification
<b>OGÓŁEM .....</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>TOTAL</b>
w tym:			of which:
Pojazdy samochodowe, motocykle, części .....	9,0	9,2	Motor vehicles, motorcycles, parts
Paliwa stałe, ciekłe i gazowe .....	18,6	18,8	Solid, liquid and gaseous fuels
Żywność, napoje i wyroby tytoniowe	27,6	27,6	Food, beverages and tobacco products
Pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach .....	5,0	5,2	Other retail sales in non-specialized stores
Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny .....	3,1	3,2	Pharmaceuticals, cosmetics orthopaedic equipment
Włókno, odzież, obuwie	3,0	3,2	Textiles, clothing, footwear
Meble, rtv, agd .....	5,3	5,6	Furniture, radio, TV and household appliances
Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach	6,4	5,9	Newspapers, books, other sale in specialized stores
Pozostałe .....	21,9	21,1	Other

<sup>a</sup> Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

<sup>a</sup> Data concern enterprises in which number of employees exceeds 9 persons.

TABL. 18. TARGOWISKA WEDŁUG WOJEWÓDZTW  
Stan w dniu 31 XII  
*MARKETPLACES BY VOIVODSHIPS*  
*As of December 31*

Województwa Voivodships	Targowiska stałe <i>Permanent marketplaces</i>						Targowiska sezonowe <sup>a</sup> (w ciągu roku) <sup>a</sup> <i>Seasonal</i> <i>market</i> <i>places</i> (in the year)	Roczne wpływy z opłaty targowej w tys. zł <i>Annual</i> <i>incomes from</i> <i>marketplace</i> <i>charge</i> <i>in thous. zł</i>
	liczba targowisk <i>number of</i> <i>marketplaces</i>	w tym z przewagą sprzedaży drobnodeta- licznej <i>of which</i> <i>with</i> <i>predomi- nance the</i> <i>sale small</i> <i>retail</i>	powierzchnia targowisk w m <sup>2</sup> <i>area of marketplaces</i> <i>in m<sup>2</sup></i>		liczba stałych punktów sprzedaży drobnodetalicznej <i>number of the small-retail</i>			
			ogółem <i>total</i>	w tym sprzedażowa <i>of which of</i> <i>the sale</i>	ogółem <i>total</i>	w tym na targowiskach czynnych codziennie <i>of which on</i> <i>marketplaces</i> <i>opened daily</i>		
<b>POLSKA ..... 2005</b>	<b>2313</b>	<b>2085</b>	<b>15388883</b>	<b>9308587</b>	<b>123153</b>	<b>88697</b>	<b>6729</b>	<b>279904,4</b>
<b>POLAND ..... 2006</b>	<b>2297</b>	<b>2072</b>	<b>15384449</b>	<b>9237943</b>	<b>120069</b>	<b>86117</b>	<b>6203</b>	<b>262769,6</b>
Dolnośląskie..... 2005	160	152	874880	459616	10790	7420	2106	17124,4
2006	158	151	837903	463258	9085	6965	1954	16725,9
Kujawsko- ..... 2005	145	126	699415	392243	6049	4465	73	10095,2
Pomorskie 2006	145	125	702842	390798	5980	4555	80	8940,2
Lubelskie ..... 2005	187	166	1066020	720356	5645	4068	53	12479,5
2006	186	165	1070821	686655	5555	3708	55	10853
Lubuskie ..... 2005	76	69	399500	236903	6723	5814	151	18216,1
2006	74	67	396463	208288	6658	5633	151	17823,9
Łódzkie ..... 2005	169	146	1728544	1045522	19192	15782	44	32057,9
2006	166	143	1769277	1019436	18870	15545	72	27538,4
Małopolskie ..... 2005	156	142	931241	664062	5661	3135	1676	19806,5
2006	156	142	846744	657230	5783	3262	1554	18837,8
Mazowieckie ..... 2005	310	283	3384987	2014734	18691	12648	253	44741,3
2006	317	283	3358723	2035129	18183	12026	265	43738,3
Opolskie ..... 2005	50	49	152018	108869	2119	1634	17	6526,5
2006	57	56	219893	138970	2158	1634	25	6445,8
Podkarpackie ..... 2005	129	117	474631	293822	3183	2343	156	10256,7
2006	125	114	446049	259805	3148	2311	128	10309,6
Podlaskie ..... 2005	82	64	808389	549551	3648	2933	20	4333,5
2006	82	65	811180	562913	3510	2880	20	4135,8
Pomorskie ..... 2005	98	90	444994	252506	4323	3293	576	9077,6
2006	90	83	406929	236766	3590	2457	260	9388,7
Śląskie ..... 2005	216	198	1211226	586486	15650	8625	259	33551,7
2006	215	197	1300770	695855	15856	8938	274	31174,7
Świętokrzyskie... 2005	81	74	755058	618476	2951	1723	83	12097,7
2006	80	76	766482	618121	3188	1690	83	11562
Warmińsko- ..... 2005	79	69	436226	254466	2443	1915	208	5228,0
Mazurskie 2006	80	70	436419	267337	2529	1869	257	4845,6
Wielkopolskie... 2005	258	228	1341743	893779	9337	6577	101	28616,0
2006	252	225	1329540	785654	9233	6427	109	27352,2
Zachodnio- ..... 2005	117	112	680011	217196	6748	6322	953	15695,8
Pomorskie 2006	114	110	684414	211728	6743	6217	916	13097,7

<sup>a</sup> Liczba targowisk lub miejsc wyznaczonych na ulicach i placach uruchamianych okresowo.

<sup>a</sup> *Number of the marketplaces or places located on streets and squares open periodically.*

TABL. 19. MAGAZYNY HANDLOWE<sup>a</sup> WEDŁUG WOJEWÓDZTW W 2006 R.

Stan w dniu 31 XII

TRADE WAREHOUSES<sup>a</sup> BY VOIVODSHIPS IN 2006

As of December 31

Województwa Voivodships	Magazyny zamknięte Secured warehouses		Magazyny zadaszone Roofed warehouses		Place składowe Storage sites		Silosy i zbiorniki pojemność w m <sup>3</sup>
	liczba number	powierzchnia składowa w m <sup>2</sup> storage area in m <sup>2</sup>	liczba number	powierzchnia składowa w m <sup>2</sup> storage area in m <sup>2</sup>	liczba number	powierzchnia składowa w m <sup>2</sup> storage area in m <sup>2</sup>	Silos and reservoirs capacity in m <sup>3</sup>
<b>POLSKA .....</b>	<b>29057</b>	<b>17525812</b>	<b>2978</b>	<b>1281323</b>	<b>4905</b>	<b>14117655</b>	<b>3530585</b>
<b>POLAND</b>							
Dolnośląskie .....	2133	1284901	201	71634	403	1299204	206796
Kujawsko-Pomorskie .....	1584	1048564	165	69545	348	991672	228979
Lubelskie .....	1194	635800	112	30254	214	291698	31135
Lubuskie .....	580	269205	59	14693	120	229407	22309
Łódzkie .....	1682	971897	200	66538	257	652040	11028
Małopolskie .....	2110	1219278	256	105624	415	787019	156942
Mazowieckie .....	5691	3934101	584	343866	666	1909940	1831609
Opolskie .....	509	244192	56	16519	98	244821	32307
Podkarpackie .....	1603	807415	155	62366	252	524996	31100
Podlaskie .....	790	544184	71	31215	116	311141	9889
Pomorskie .....	1721	1019805	171	59493	316	601256	185957
Śląskie .....	4040	1985499	414	196896	787	4056491	398163
Świętokrzyskie .....	623	372181	92	29634	130	317923	23920
Warmińsko-Mazurskie .....	599	304364	42	13685	89	157601	900
Wielkopolskie .....	3235	2379647	306	136203	529	1344755	301883
Zachodniopomorskie .....	963	504779	94	33158	165	397691	57668

<sup>a</sup> Dane dotyczą przedsiębiorstw prowadzących działalność handlową, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.<sup>a</sup> Data concern enterprises conducting distributive activity in which number of employees exceeds 9 persons.

TABL.20. STRUKTURA MAGAZYNÓW ZAMKNIĘTYCH W PRZEDSIĘBIORSTWACH HANDLOWYCH <sup>a</sup> WEDŁUG FORM WŁASNOŚCI W 2006 R.

Stan w dniu 31 XII

STRUCTURE OF SECURED WAREHOUSES IN TRADE ENTERPRISES <sup>a</sup> BY OWNERSHIP IN 2006  
As of December 31

Wyszczególnienie Specification	Ogółem Total	Sektor publiczny Public sector	w tym: of which:	Sektor prywatny Private sector	w tym: of which:	
			własność państwowa state ownership		własność prywatna krajowa private domestic ownership	własność zagraniczna foreign ownership
<b>Liczba magazynów .....</b> <i>Number of warehouses</i>	<b>22449</b>	<b>639</b>	<b>603</b>	<b>21810</b>	<b>18787</b>	<b>2678</b>
<b>Powierzchnia składowa w m<sup>2</sup> .....</b> <i>Storage area in m<sup>2</sup></i>	<b>14570171</b>	<b>349467</b>	<b>335198</b>	<b>14220704</b>	<b>10568845</b>	<b>3301724</b>
w tym: of which:						
magazyny hurtu wholesale warehouses						
liczba magazynów w % .....	78,6	89,7	90,7	78,3	76,5	89,7
<i>number of warehouses in %</i>						
powierzchnia składowa w % .....	81,8	85,4	84,8	81,7	82,6	78,4
<i>storage area in %</i>						
magazyny detalu retail warehouses						
liczba magazynów w % .....	14,4	4,7	3,3	14,6	15,8	6,9
<i>number of warehouses in %</i>						
powierzchnia składowa w % .....	13,7	8,1	8,4	13,9	12,3	19,2
<i>storage area in %</i>						

<sup>a</sup> Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.<sup>a</sup> Data concern enterprises in which number of employees exceeds 9 persons.

TABL. 21. STRUKTURA PRZYCHODÓW ZE SPRZEDAŻY PRZEDSIĘBIORSTW HURTOWYCH WEDŁUG TYPU KLIENTÓW<sup>a</sup>  
 STRUCTURE OF TURNOVER FROM THE SALE OF WHOLESALE ENTERPRISES BY CUSTOMER TYPE<sup>a</sup>

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Typ klientów <i>Type of customer</i>	Ogółem <i>Total</i>		w tym własność zagraniczna <i>of which foreign capital</i>	
		2004	2005	2004	2005
		w %		in %	
<b>Dział 51</b> <b>Division 51</b>	<b>Ogółem.....</b> <b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
	w tym: <i>of which:</i>				
	handlowcy detaliczni ..... <i>retail traders</i>	30,6	31,2	25,8	29,0
	hurtownicy ..... <i>wholesalers, purchasing groups</i>	36,9	39,5	38,5	38,7
	producenci..... <i>producers</i>	17,2	15,8	16,9	15,5
	konsumenci indywidualni i zbiorowi ..... <i>final individual and collective consumers</i>	12,2	12,5	13,3	15,0

<sup>a</sup> Dane dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

<sup>a</sup> Data concern economic entities in which number of employees exceeds 9 persons.

TABL. 22. STRUKTURA ZAKUPÓW TOWARÓW WEDŁUG TYPU DOSTAWCÓW<sup>a</sup>  
 SHARE OF PURCHASES OF COMMODITIES BY TYPE OF SUPPLIER<sup>a</sup>

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Typ dostawców <i>Type of supplier</i>	2004	2005	2004	2005
		Zakupy towarów ogółem <i>Total purchases of goods</i>		w tym własność zagraniczna <i>of which foreign capital</i>	
		w %		in %	
<b>Sekcja G</b> <b>Section G</b>	<b>Zakupy towarów ogółem.....</b> <b>Total purchases of goods</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
	w tym: of which:				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych..... <i>directly from domestic producers</i>	48,8	48,6	41,6	43,1
	u hurtowników..... <i>from wholesalers, purchasing groups</i>	27,9	27,9	15,3	15,5
	bezpośrednio z importu..... <i>from imports</i>	21,5	21,4	42,1	40,0
	z innych źródeł (np. giełdy)..... <i>from other sources</i>	1,5	1,7	0,4	0,8
dział 50 <i>division 50</i>	Zakupy towarów ..... <i>Purchases of goods</i>	100,0	100,0	100,0	100,0
	w tym: of which:				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych..... <i>directly from domestic producers</i>	28,5	27,0	10,7	16,8
	u hurtowników..... <i>from wholesalers, purchasing groups</i>	36,0	42,3	13,2	23,8
	bezpośrednio z importu..... <i>from imports</i>	32,4	27,1	75,6	58,7
	z innych źródeł (np. giełdy)..... <i>from other sources</i>	2,9	3,5	0,5	0,6
dział 51 <i>division 51</i>	Zakupy towarów ..... <i>Purchases of goods</i>	100,0	100,0	100,0	100,0
	w tym: of which:				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych..... <i>directly from domestic producers</i>	52,2	51,9	38,4	38,3
	u hurtowników..... <i>from wholesalers, purchasing groups</i>	23,1	22,5	15,5	14,7
	bezpośrednio z importu..... <i>from imports</i>	23,0	23,7	44,8	45,3
	z innych źródeł (np. giełdy)..... <i>from other sources</i>	1,3	1,5	0,5	0,8
dział 52 <i>division 52</i>	Zakupy towarów ..... <i>Purchases of goods</i>	100,0	100,0	100,0	100,0
	w tym: of which:				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych..... <i>directly from domestic producers</i>	52,0	50,9	71,1	70,4
	u hurtowników..... <i>from wholesalers, purchasing groups</i>	38,5	37,4	16,3	12,7
	bezpośrednio z importu..... <i>from imports</i>	8,0	10,1	12,0	15,6
	z innych źródeł (np. giełdy)..... <i>from other sources</i>	1,3	1,4	0,2	0,8

<sup>a</sup> Dane dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

<sup>a</sup> Data concern economic entities in which number of employees exceeds 9 persons.

TABL. 23. HANDEL I NAPRAWY<sup>Δ</sup> W 2005 R.  
TRADE AND REPAIR<sup>Δ</sup> IN 2005

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Przychód ze sprzedaży <i>Turnover</i>	Marża <i>Margin</i>	Produkcja globalna <i>Gross output</i>	Wartość dodana brutto <i>Gross value added</i>	Nadwyżka operacyjna brutto <i>Gross operating surplus</i>	Zakupy towarów i usług do odsprzedaży <i>Purchases of goods and services purchased for resale in the same condition as received</i>	Koszty związane z zatrudnieniem <i>Compensation of employees</i>	Nakłady inwes- tycyjne <sup>a</sup> <i>Investment outlays<sup>a</sup></i>
	w mln zł		in mln zł					
<b>Sekcja „G” .....</b> <b>Section „G”</b>	<b>933981,5</b>	<b>144631,8</b>	<b>213754,8</b>	<b>119004,0</b>	<b>74440,2</b>	<b>744958,3</b>	<b>41056,0</b>	<b>9599,9</b>
w tym: <i>of which:</i>								
Dział 50 .....	107827,3	12774,2	22817,2	12227,8	7299,6	87083,7	4552,1	1288,4
Division 50								
Grupa 50.1 .....	47529,1	4309,0	9124,3	4161,1	2154,4	38870,9	1870,9	621,4
Group 50.1								
Grupa 50.2 .....	10387,5	1692,9	5006,3	2718,3	1648,0	5872,9	1007,0	149,4
Group 50.2								
Grupa 50.3 .....	17368,1	3707,0	4739,0	3021,2	2081,6	13319,0	894,0	210,9
Group 50.3								
Grupa 50.4 .....	193,1	54,5	71,3	37,5	26,0	136,1	10,6	0,5
Group 50.4								
Grupa 50.5 .....	32349,5	3010,8	3876,3	2289,7	1389,6	28884,8	769,6	306,2
Group 50.5								
Dział 51 .....	582038,3	76592,6	118900,1	61886,3	38525,2	472786,3	21696,4	4692,6
Division 51								
Grupa 51.1 .....	18414,9	3314,9	5381,3	3013,2	2023,5	13781,5	949,3	85,8
Group 51.1								
Grupa 51.2 .....	14954,2	1596,6	2858,5	1341,9	883,9	12369,7	409,6	75,4
Group 51.2								
Grupa 51.3 .....	98428,3	10013,4	14699,1	7350,9	4237,7	84978,1	2864,6	638,3
Group 51.3								
Grupa 51.4 .....	80352,6	11739,4	18548,6	8484,6	4868,7	62822,1	3441,2	663,2
Group 51.4								
Grupa 51.5 .....	172428,0	19504,2	28954,0	14192,6	9138,1	145090,8	4510,4	1279,7
Group 51.5								
Grupa 51.8 .....	24317,9	3168,4	5959,3	3551,5	2130,2	18937,1	1376,5	243,6
Group 51.8								
Grupa 51.9 .....	173142,4	27255,7	42499,3	23951,6	15243,1	134807,0	8144,8	1706,6
Group 51.9								
Dział 52 .....	244115,9	55265,0	72037,5	44889,9	28615,4	185088,3	14807,5	3618,9
Division 52								
Grupa 52.1 .....	109444,8	20942,3	27922,4	17286,2	9208,9	85843,4	7124,7	2271,0
Group 52.1								
Grupa 52.2 .....	25489,5	4681,0	6650,7	4364,0	2756,9	19982,4	1443,7	427,8
Group 52.2								
Grupa 52.3 .....	20017,5	5298,4	5852,1	4279,5	2931,6	15705,0	1344,6	130,6
Group 52.3								
Grupa 52.4 .....	75578,7	20209,9	25181,9	15304,9	10668,3	55207,9	4333,0	760,7
Group 52.4								
Grupa 52.5 .....	649,5	256,4	396,1	259,6	186,3	324,8	67,4	1,8
Group 52.5								
Grupa 52.6 .....	11878,4	3654,1	5307,7	3017,4	2586,2	7640,9	396,9	23,5
Group 52.6								
Grupa 52.7 .....	1057,5	222,9	726,6	378,3	277,2	383,9	97,2	3,5
Group 52.7								

<sup>a</sup> Dane dotyczą przedsiębiorstw prowadzących działalność handlową, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

<sup>a</sup> Data concerns enterprises conducting distributive activity, in which number of employees exceeds 9 persons.

TABL. 24. DOSTAWY WYBRANYCH TOWARÓW KONSUMPCYJNYCH W 2006R.  
 DELIVERIES OF SELECTED CONSUMER GOODS IN 2006

Towary <i>Goods</i>	Jednostka miary	Dostawy <sup>a</sup> <i>Deliveries</i> <sup>a</sup>	
	<i>Unit of measure</i>	w liczbach bezwzględnych <i>in absolute numbers</i>	2005=100
Mięso drobiowe..... <i>Poultry</i>	tys. t <i>thous. t</i>	1184	106,0
Konserwy, wędliny, wyroby wędliniarskie drobiowe..... <i>Variety meat products from poultry</i>	tys. t <i>thous. t</i>	147	84,3
Przetwory mięsne i podrobowe ze zwierząt rzeźnych ..... <i>Meat and variety meat products from animals for slaughter</i>	tys. t <i>thous. t</i>	1048	106,6
w tym szynki i łopatki konserwowe oraz inne konserwy mięsne, podrobowe i tłuszczowe ..... <i>of which canned hams and shoulders as well as other canned meat, offals and fats</i>	tys. t <i>thous. t</i>	29,7	152,1
Ryby morskie mrożone ..... <i>Frozen sea fish</i>	tys. t <i>thous. t</i>	247	113,5
Konserwy i prezerwy z ryb ..... <i>Fish preserves</i>	tys. t <i>thous. t</i>	6,4	45,9
Margaryna oraz mieszanki do smarowania pieczywa..... <i>Margarine and spreads</i>	tys. t <i>thous. t</i>	330	100,2
Masło oraz inne tłuszcze otrzymywane z mleka..... <i>Butter and other fats from milk</i>	tys. t <i>thous. t</i>	152	103,8

<sup>a</sup> 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 zapasów u producentów.

<sup>a</sup> *Quantity of products produced domestically (data concern economic entities employing more than 9 persons), minus their exports and plus their imports corrected by the balance of changes at producers.*



TABL. 24. DOSTAWY WYBRANYCH TOWARÓW KONSUMPCYJNYCH W 2006R. (cd.)  
 DELIVERIES OF SELECTED CONSUMER GOODS IN 2006 (cont.)

Towary <i>Goods</i>	Jednostka miary  <i>Unit of measure</i>	Dostawy <sup>a</sup> <i>Deliveries</i> <sup>a</sup>	
		w liczbach bezwzględnych <i>in absolute numbers</i>	2005=100
Sery i twarogi .....	tys. t	538	104,6
<i>Cheese and curd</i>	<i>thous. t</i>		
w tym:			
<i>of which:</i>			
sery podpuszczkowe dojrzewające .....	tys. t	195	105,6
<i>rennet ripening cheese</i>	<i>thous. t</i>		
sery przetworzone (topione) .....	tys. t	53,4	117,7
<i>processed (melted) cheese</i>	<i>thous. t</i>		
Mąka pszenna .....	tys. t	2574	102,9
<i>Wheat flour</i>	<i>thous. t</i>		
Kasze i grysiki .....	tys. t	111,3	114,3
<i>Groats and meals</i>	<i>thous. t</i>		
Czekolada (łącznie z białą) .....	tys. t	186	118,0
<i>Chocolate (including white)</i>	<i>thous. t</i>		
Makaron .....	tys. t	172	106,3
<i>Pasta</i>	<i>thous. t</i>		
Wódki, likiery, inne napoje alkoholowe w przeliczeniu na 100% ...	tys. hl	1024	107,7
<i>Vodkas, liqueurs, other alcoholic beverages in terms of 100%</i>	<i>thous. hl</i>		
w tym wódka czysta .....	tys. hl	813	106,2
<i>of which pure vodka</i>	<i>thous. hl</i>		
Wina i miody pitne .....	tys. hl	3491	106,0
<i>Wine and mead</i>	<i>thous. hl</i>		
w tym wina gronowe (łącznie z wermutem) .....	tys. hl	1040	99,9
<i>of which grape wine (including vermouth)</i>	<i>thous. hl</i>		

<sup>a</sup> Patrz notka, str. 88.

<sup>a</sup> See note, page 88.

TABL. 24. DOSTAWY WYBRANYCH TOWARÓW KONSUMPCYJNYCH W 2006R. (dok.)  
*DELIVERIES OF SELECTED CONSUMER GOODS IN 2006 (cont.)*

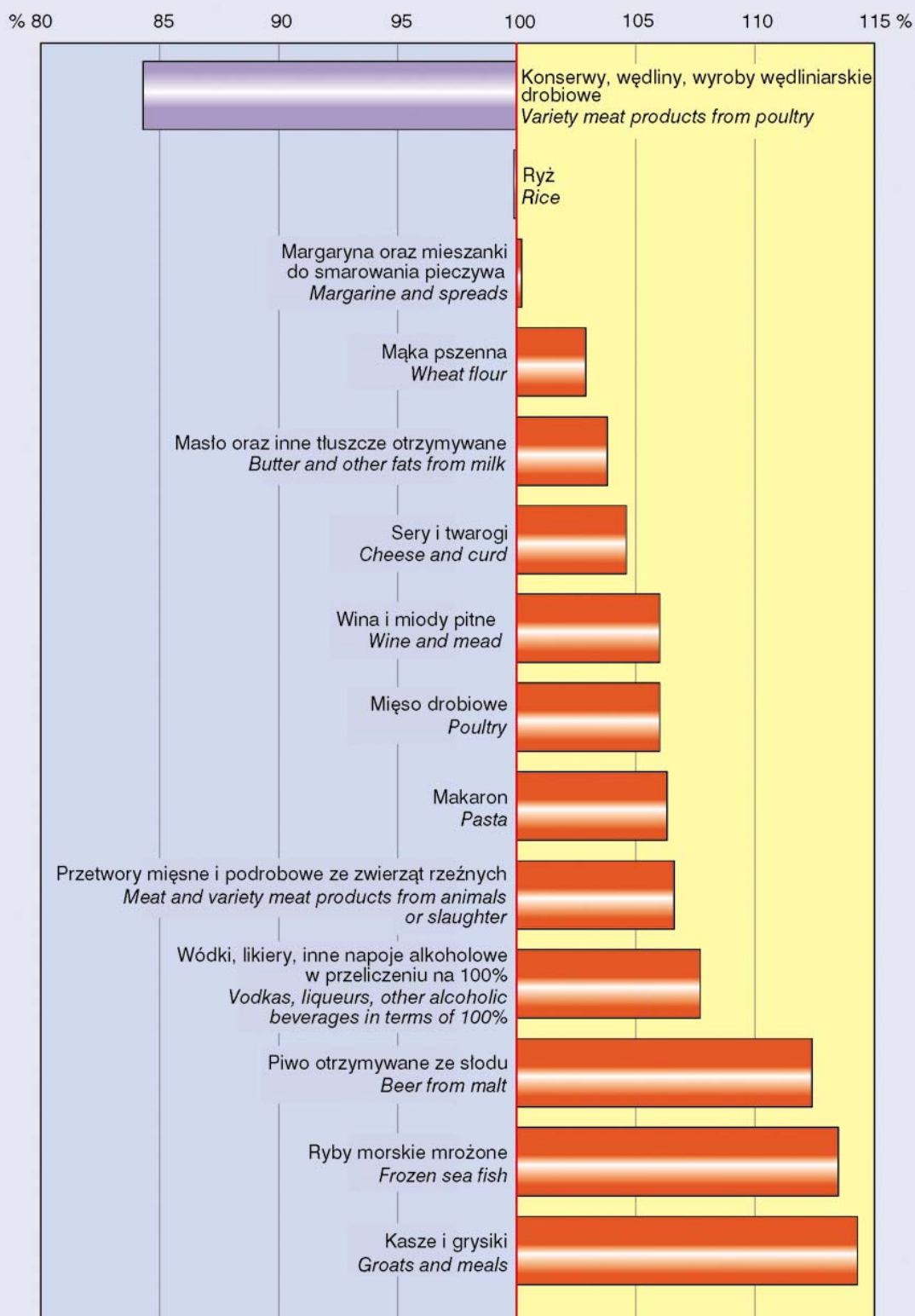
Towary <i>Goods</i>	Jednostka miary  <i>Unit of measure</i>	Dostawy <sup>a</sup> <i>Deliveries</i> <sup>a</sup>	
		w liczbach bezwzględnych <i>in absolute numbers</i>	2005=100
Piwo otrzymywane ze słodu (o zawartości od 0,5% alkoholu) <i>Beer from malt (with 0,5% and more alcohol)</i>	tys. hl <i>thous. hl</i>	34682	112,4
Wody mineralne i napoje bezalkoholowe .....	tys. hl <i>thous. hl</i>	50216	113,4
w tym wody mineralne naturalne..... <i>of which natural mineral waters</i>	tys. hl <i>thous. hl</i>	17325	119,5
Opony do pojazdów samochodowych osobowych .....	tys. szt <i>thous. units</i>	9917	117,4
Chłodziarki i zamrażarki typu domowego .....	tys. szt <i>thous. units</i>	1180	113,4
Maszyny pralnicze typu domowego .....	tys. szt <i>thous. units</i>	1278	95,9
Miksery, malaksery, roboty kuchenne.....	tys. szt <i>thous. units</i>	2330	104,8
Odbiorniki radiowe .....	tys. szt <i>thous. units</i>	4242	98,8
Odbiorniki telewizyjne (łącznie z monitorami ekranowymi) ... <i>TV receivers (including monitors)</i>	tys. szt <i>thous. units</i>	2357	145,8
Samochody osobowe ogólnego przeznaczenia .....	tys. szt <i>thous. units</i>	249	103,4
Rowery .....	tys. szt <i>thous. units</i>	678	86,2

<sup>a</sup> Patrz notka, str. 88.

<sup>a</sup> See note, page 88.

**Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2006 r.**  
*Delivery index of selected foodstuffs in 2006*

Rok poprzedni = 100  
*Previous year = 100*



TABL. 25. ZAPASY WYBRANYCH WYROBÓW U PRODUCENTÓW <sup>a</sup> W 2006 R.  
 STOCKS OF SELECTED PRODUCTS AT PRODUCERS <sup>a</sup> IN 2006

Wyszczególnienie Specification		Jednostka miary Unit of measure	Stan w dniu As of day			
a - liczby bezwzględne absolute numbers			31 III	30 VI	30 IX	31 XII
b - analogiczny okres roku poprzedniego = 100 corresponding period of the previous year=100						
Mięso surowe ze zwierząt rzeźnych .....	a	tys. t	17,2	15,2	13,7	16,3
Raw meat of animal for slaughter		thous. t				
	b	%	125,2	110,3	111,5	99,8
Tłuszcze zwierzęce topione jadalne.....	a	tys. t	1,5	1,5	1,1	1,1
Edible melted animal fats		thous. t				
	b	%	116,8	75,6	109,4	87,9
Mięso drobiowe.....	a	tys. t	32,2	30,1	28,5	18,7
Poultry		thous. t				
	b	%	183,6	183,3	138,9	64,0
Przetwory mięsne i podrobowe ze zwierząt rzeźnych .....	a	tys. t	11,5	12,4	11,4	10,9
Meat and variety meat products from animals for slaughter		thous. t				
	b	%	117,8	131,8	115,5	104,2
Ryby morskie mrożone .....	a	tys. t	2,9	3,1	2,4	2,2
Frozen sea fish		thous. t				
	b	%	83,0	66,0	53,2	54,4
Konserwy i prezerwy z ryb .....	a	tys. t	2,3	2,9	2,3	2,5
Fish preserves		thous. t				
	b	%	59,9	59,8	54,7	73,3
Margaryna oraz mieszanki do smarowania pieczywa	a	tys. t	10,0	10,7	8,5	10,4
Margarine and spreads		thous. t				
	b	%	114,5	103,5	88,6	93,3
Masło oraz inne tłuszcze otrzymywane z mleka .....	a	tys. t	3,7	2,8	2,7	3,9
Butter and other fats from milk		thous. t				
	b	%	135,2	145,3	91,3	152,9
Sery podpuszczkowe dojrzewające .....	a	tys. t	6,2	10,6	11,5	9,7
Rennet ripening cheese		thous. t				
	b	%	79,8	140,4	160,6	121,8
Mąka pszenna.....	a	tys. t	34,8	25,4	30,8	33,3
Wheat flour		thous. t				
	b	%	104,0	82,6	100,4	88,9
Kasze i grysiki .....	a	tys. t	2,4	3,2	1,8	1,9
Groats and meals		thous. t				
	b	%	292,0	328,9	244,8	165,9

<sup>a</sup> Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

<sup>a</sup> Data refer to enterprises employing more than 49 persons.

TABL. 25. ZAPASY WYBRANYCH WYROBÓW U PRODUCENTÓW <sup>a</sup> W 2006 R. (cd.)  
 STOCKS OF SELECTED PRODUCTS AT PRODUCERS <sup>a</sup> IN 2006 (cont.)

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Jednostka miary <i>Unit of measure</i>	Stan w dniu <i>As of day</i>			
		31 III	30 VI	30 IX	31 XII
a - liczby bezwzględne <i>absolute numbers</i>					
b - analogiczny okres roku poprzedniego = 100 <i>corresponding period of the previous year=100</i>					
Cukier ..... a	tys. t <i>thous. t</i>	825	366	77,5	1202
<i>Sugar</i>					
b	%	64,9	48,1	26,8	75,0
Wódki, likiery, inne napoje alkoholowe w przeliczeniu na 100% ..... a	tys. hl <i>thous. hl</i>	54,5	46,7	41,9	38,5
<i>Vodkas, liqueurs, other alcoholic beverages in terms of 100%</i>					
b	%	128,9	122,6	115,7	89,2
Wina i miody pitne ..... a	tys. hl <i>thous. hl</i>	85,6	89,6	91,0	60,0
<i>Wine and mead</i>					
b	%	105,9	101,2	95,3	78,0
Piwo otrzymywane ze słodu (o zawartości od 0,5% alkoholu) ..... a	tys. hl <i>thous. hl</i>	804	935	751	537
<i>Beer from malt (with 0,5% and more alcohol)</i>					
b	%	117,6	107,6	97,4	74,2
Wody mineralne i napoje bezalkoholowe ..... a	tys. hl <i>thous. hl</i>	865	645	754	732
<i>Mineral waters and soft drinks</i>					
b	%	209,6	119,6	110,1	120,2
Papierosy z tytoniu ..... a	mld szt <i>mrd units</i>	16,7	18,6	10,3	20,8
<i>Cigarettes from tobacco</i>					
b	%	189,3	283,3	96,4	103,4
Dywany, chodniki i wykładziny włókiennicze ..... a	tys. m <sup>2</sup> <i>thous. m2</i>	392	445	455	456
<i>Carpets, mats and textile floor coverings</i>					
b	%	69,8	84,3	125,3	119,1
Rajstopy i rajtuzy ..... a	mln szt <i>mln units</i>	10,7	10,7	11,9	12,4
<i>Pantyhose and tights</i>					
b	%	104,6	93,6	94,5	136,3
Okrycia i ubiory z tkanin ..... a	mln szt <i>mln units</i>	1,9	1,9	1,8	1,9
<i>Fabric outerwear and clothing</i>					
b	%	82,7	80,4	77,4	89,6
Bielizna osobista z dzianin ..... a	mln szt <i>mln units</i>	2,8	2,2	2,2	2,3
<i>Knitted underwear</i>					
b	%	100,4	81,3	84,3	96,3

<sup>a</sup> Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

<sup>a</sup> Data refer to enterprises employing more than 49 persons.

TABL. 25. ZAPASY WYBRANYCH WYROBÓW U PRODUCENTÓW <sup>a</sup> W 2006 R. (dok.)  
 STOCKS OF SELECTED PRODUCTS AT PRODUCERS <sup>a</sup> IN 2006 (cont.)

Wyszczególnienie Specification		Jednostka miary Unit of measure	Stan w dniu As of day			
a - liczby bezwzględne absolute numbers			31 III	30 VI	30 IX	31 XII
b - analogiczny okres roku poprzedniego = 100 corresponding period of the previous year=100						
Obuwie <sup>b</sup> .....	a	mln par	3,8	3,1	2,6	2,7
Footwear <sup>b</sup>		mln pairs				
	b	%	133,3	106,7	119,1	103,2
Obuwie z wierzchami wykonanymi z tkanin .....	a	mln par	1,0	1,1	1,0	1,2
Footwear with textile uppers		mln pairs				
	b	%	83,0	99,3	127,0	112,2
Mydło, produkty organiczne powierzchniowo czynne i preparaty używane jako mydło .....	a	tys. t	2,2	2,2	2,0	2,2
Soaps, organic surface-active products and those preparations use as soap		thous. t				
	b	%	105,6	125,3	118,2	92,0
Opony do pojazdów samochodowych osobowych .	a	tys. szt	1251	1710	985	2252
Tyres for passenger cars		thous. units				
	b	%	62,8	90,7	68,2	132,9
Chłodziarki i zamrażarki typu domowego .....	a	tys. szt	72,1	54,7	91,1	76,3
Household refrigerators and freezers		thous. units				
	b	%	154,7	111,4	155,6	128,5
Maszyny pralnicze typu domowego .....	a	tys. szt	34,9	59,5	56,7	32,3
Household washing machines		thous. units				
	b	%	134,3	198,2	133,9	63,8
Odbiorniki radiowe .....	a	tys. szt	1,6	3,2	3,8	4,2
Radio receivers		thous. units				
	b	%	66,3	128,5	141,7	156,2
Odbiorniki telewizyjne (łącznie z monitorami ekranowymi, z wyjątkiem stosowanych do komputerów) .....	a	tys. szt	195,8	211,2	46,3	60,2
TV receivers (including monitors, excluding used for computers)		thous. units				
	b	%	582,8	574,9	89,6	181,4
Samochody osobowe ogólnego przeznaczenia .....	a	tys. szt	4,5	5,1	3,5	3,7
General purpose passenger cars		thous. units				
	b	%	166,0	156,4	75,8	144,6
Rowery .....	a	tys. szt	198	119,1	94,9	152,0
Bicycles		thous. units				
	b	%	131,3	94,3	65,7	77,6

<sup>a</sup> Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

<sup>a</sup> Data refer to enterprises employing more than 49 persons.

<sup>b</sup> Łącznie z gumowym.

<sup>b</sup> Including rubber footwear.

TABL. 26. SPOŻYCIE WYBRANYCH ARTYKUŁÓW KONSUMPCYJNYCH NA 1 MIESZKAŃCA  
 CONSUMPTION OF SELECTED CONSUMER GOODS PER CAPITA

Artykuły konsumpcyjne <i>Consumer goods</i>	Jednostka miary <i>Unit of measure</i>	1990	2000	2003	2004	2005	2006
Ziarno 4 zbóż <sup>a</sup> (w przeliczeniu na przetwory) <i>Grain of 4 cereals <sup>a</sup> (in terms of processed products)</i>	kg <i>kg</i>	115	120	120	119	119	117
Ziemniaki <sup>a</sup> ..... <i>Potatoes <sup>a</sup></i>	kg <i>kg</i>	144	134	130	129	126	121
Warzywa ..... <i>Vegetables</i>	kg <i>kg</i>	119	121	110	111	110	109
Owoce ..... <i>Fruit</i>	kg <i>kg</i>	29,0	51,6	54,5	55,0	54,1	54,4
Mięso i podroby <sup>b</sup> ..... <i>Meat and offal <sup>b</sup></i>	kg <i>kg</i>	68,8	66,1	72,1	71,8	71,2	74,3
w tym mięso ..... <i>    of which meat</i>	kg <i>kg</i>	63,7	62,0	67,7	67,3	66,8	70,0
wołowe ..... <i>        beef</i>	kg <i>kg</i>	16,4	7,1	5,8	5,3	3,9	4,5
wieprzowe..... <i>        pigs</i>	kg <i>kg</i>	37,7	39,0	41,2	39,1	39,0	41,4
drobiowe..... <i>        poultry</i>	kg <i>kg</i>	7,6	14,7	19,7	22,2	23,4	23,7

<sup>a</sup> Dane dotyczą lat gospodarczych, tzn. obejmują okres od 1 VII danego roku kalendarzowego do 30 VI roku następnego.

<sup>a</sup> Data concern farming years i.e. period from 1 VII of a given year to 30 VI of the following year.

<sup>b</sup> Łącznie z mięsem i podrobami przeznaczonymi na przetwory.

<sup>b</sup> Including meat and offal designated for processed products.

TABL. 26. SPOŻYCIE WYBRANYCH ARTYKUŁÓW KONSUMPCYJNYCH NA 1 MIESZKAŃCA (dok.)  
 CONSUMPTION OF SELECTED CONSUMER GOODS PER CAPITA (cont.)

Artykuły konsumpcyjne <i>Consumer goods</i>	Jednostka miary <i>Unit of measure</i>	1990	2000	2003	2004	2005	2006
Tłuszcze jadalne zwierzęce..... <i>Edible animal fats</i>	kg <i>kg</i>	8,2	6,7	6,9	6,6	6,6	6,1
Masło..... <i>Butter</i>	kg <i>kg</i>	7,8	4,2	4,7	4,4	4,2	4,3
Mleko krowie <sup>c</sup> ..... <i>Cows' milk <sup>c</sup></i>	l <i>l</i>	242	193	181	174	173	176
Jaja kurze ..... <i>Hen eggs</i>	szt <i>units</i>	190	188	214	211	215	214
Cukier..... <i>Sugar</i>	kg <i>kg</i>	44,2	41,6	40,5	37,6	40,1	35,3
Wódki, likiery, inne napoje alkoholowe w przeliczeniu na 100% ..... <i>Vodkas, liqueurs, other alcoholic beverages in terms of 100%</i>	l <i>l</i>	3,8 <sup>d</sup>	2,0	2,4	2,5	2,5	2,7
Wina i miody pitne..... <i>Wine and mead</i>	l <i>l</i>	7,4	12,0	11,3	10,6	8,6	9,1
Piwo otrzymywane ze słodu <sup>e</sup> ..... <i>Beer from malt <sup>e</sup></i>	l <i>l</i>	30,5	66,9	74,6	82,0	80,7	90,8
Papierosy z tytoniu..... <i>Cigarettes from tobacco</i>	szt <i>units</i>	2654	1954	1920	1927	1974	1997

<sup>c</sup> Łącznie z mlekiem przeznaczonym na przetwory; bez mleka przerobionego na masło.

<sup>c</sup> Including milk designated for processed products; excluding milk used in the production of butter.

<sup>d</sup> Z produkcji krajowej.

<sup>d</sup> Of domestic production.

<sup>e</sup> Od 2000 r. o zawartości od 0,5% alkoholu.

<sup>e</sup> Since 2000 with 0,5% and more alcohol.



TABL. 27. DYNAMIKA OBROTÓW W HANDLU DETALICZNYM <sup>ab</sup> - CENY BIEŻĄCE (2000=100)  
 INDICES OF TURNOVER IN RETAIL TRADE <sup>ab</sup> - CURRENT PRICES (2000=100)

Okres Period	Obroty w handlu detalicznym Turnover in retail trade	żywność, napoje i wyroby tytoniowe food, beverages, and tobacco	sprzedaż towarów nieżywnościowych sale of non- foodstuffs	w tym: of which:			
				włókno, odzież, obuwie textiles, clothing, footwear	meble, rtv, agd household equipment	prasa, książki; pozostała sprzedaż <sup>c</sup> newspapers, books and other sale <sup>c</sup>	
2000	I .....	78,0	83,6	74,5	66,4	70,8	68,1
	II .....	85,6	87,9	84,1	82,2	89,6	75,9
	III .....	95,0	97,2	93,6	95,5	91,1	88,1
	IV .....	95,8	101,4	92,4	118,5	88,3	85,6
	V .....	99,0	101,0	97,7	112,6	95,7	96,6
	VI .....	99,7	102,7	97,8	93,5	93,0	98,5
	VII .....	103,4	107,8	100,6	85,6	106,0	101,2
	VIII .....	104,6	105,5	104,1	99,5	108,5	104,8
	IX .....	105,7	100,9	108,7	111,5	109,9	112,3
	X .....	109,9	101,2	115,3	115,0	106,6	123,7
	XI .....	101,2	93,9	105,8	95,3	106,1	114,5
	XII .....	122,2	116,9	125,5	124,5	134,5	130,6
2004	I .....	101,6	117,9	91,4	104,4	107,2	73,6
	II .....	101,8	112,9	94,9	101,6	115,0	79,7
	III .....	122,1	125,6	119,9	132,5	150,7	101,5
	IV .....	136,3	136,8	136,0	145,6	165,5	133,1
	V .....	116,8	131,8	107,6	126,1	123,4	89,1
	VI .....	118,7	131,3	110,8	121,2	132,1	90,8
	VII .....	124,7	135,1	118,2	121,0	148,5	97,3
	VIII .....	123,0	131,1	118,0	122,5	147,0	102,1
	IX .....	127,0	128,2	126,3	140,4	161,7	107,1
	X .....	126,2	130,4	123,6	157,1	161,3	104,8
	XI .....	115,8	122,1	111,9	135,7	157,7	95,7
	XII .....	152,2	154,9	150,6	170,6	235,2	129,3
2005	I .....	106,4	121,3	97,1	112,3	129,4	72,3
	II .....	102,9	115,3	95,3	104,9	119,8	73,6
	III .....	122,5	140,7	111,1	143,2	142,4	82,6
	IV .....	120,0	134,4	111,1	146,9	133,6	90,6
	V .....	121,2	136,6	111,7	142,6	138,1	91,1
	VI .....	124,8	139,0	116,1	140,3	150,0	95,4
	VII .....	126,7	146,6	114,3	131,1	156,2	89,6
	VIII .....	131,3	145,5	122,5	147,4	171,7	100,4
	IX .....	129,5	137,3	124,6	148,7	172,4	102,7
	X .....	132,4	142,7	126,0	173,9	179,7	104,2
	XI .....	123,8	132,0	118,6	146,9	174,5	99,6
	XII .....	158,5	163,0	155,6	186,7	263,4	132,2
2006	I .....	113,0	135,7	99,0	131,3	127,2	75,1
	II .....	109,7	131,8	95,9	124,3	127,5	73,9
	III .....	129,9	150,4	117,3	156,4	158,9	88,1
	IV .....	132,4	158,4	116,4	188,3	154,0	91,0
	V .....	134,4	154,5	122,0	171,4	173,5	98,7
	VI .....	136,2	160,8	121,0	169,0	176,0	94,9
	VII .....	136,8	162,0	121,2	149,6	187,4	95,5
	VIII .....	138,8	157,5	127,2	165,8	209,2	106,7
	IX .....	139,8	155,3	130,2	177,5	211,7	106,4
	X .....	143,9	157,2	135,6	216,7	211,1	106,6
	XI .....	134,4	147,5	126,3	199,3	211,0	97,0
	XII .....	174,9	198,3	160,3	243,2	299,9	121,3

<sup>a</sup> Patrz „Uwagi metodyczne” str. 8.

<sup>b</sup> dotyczy danych źródłowych, niewyrównanych.

<sup>c</sup> w wyspecjalizowanych sklepach.

<sup>a</sup> See Methodological notes, page 8.

<sup>b</sup> concern gross, unadjusted data.

<sup>c</sup> in specialized stores.

TABL. 28. DYNAMIKA OBROTÓW W HANDLU DETALICZNYM<sup>ab</sup> – CENY STAŁE (2000=100)  
*INDICES OF TURNOVER IN RETAIL TRADE<sup>ab</sup> – CONSTANT PRICES (2000=100)*

Okres Period	Obroty w handlu detalicznym <i>Deflated turnover in retail trade</i>	żywność, napoje i wyroby tytoniowe <i>food, beverages, and tobacco</i>	sprzedaż towarów nieżywnościowych <i>sale of non- foodstuffs</i>	w tym: <i>of which:</i>		
				włókno, odzież, obuwie <i>textiles, clothing, footwear</i>	meble, rtv, agd <i>household equipment</i>	prasa, książki; pozostała sprzedaż <sup>c</sup> <i>newspapers, books and other sale<sup>c</sup></i>
<b>2000</b>						
I .....	80,5	86,5	76,8	67,5	72,3	70,6
II .....	87,7	90,0	86,4	83,5	91,2	78,6
III .....	96,9	98,7	95,8	96,7	92,3	91,0
IV .....	97,2	102,3	94,0	119,5	89,1	88,0
V .....	99,9	101,2	99,1	113,2	96,2	99,1
VI .....	100,4	102,8	98,9	93,6	93,2	100,6
VII .....	103,5	107,4	101,0	85,6	105,9	102,2
VIII .....	104,4	105,9	103,5	99,6	108,1	104,1
IX .....	104,2	100,1	106,8	110,9	108,9	109,5
X .....	107,8	99,8	112,7	113,7	105,4	120,0
XI .....	98,8	92,0	103,0	93,9	104,7	110,4
XII .....	118,7	113,4	121,9	122,4	132,4	125,8
<b>2004</b>						
I .....	94	112,4	82,5	107,5	104,2	61,6
II .....	94,4	107,3	86,4	106,1	111,6	68,3
III .....	112,9	118,7	109,2	138,9	145,8	87,0
IV .....	124,8	127,0	123,5	152,6	159,6	114,1
V .....	106,2	121,6	96,6	131,5	111,7	75,8
VI .....	106,6	118,5	99,3	126,4	119,2	77,2
VII .....	112,2	122,7	105,7	126,8	133,7	82,7
VIII .....	111,2	120,5	105,4	129,4	132,1	86,2
IX .....	114,5	117,6	112,6	148,6	145,1	90,0
X .....	113,3	118,5	110,1	165,7	144,7	87,9
XI .....	103,6	110,2	99,6	143,0	141,3	80,3
XII .....	135,8	139,0	133,8	179,9	210,7	108,5
<b>2005</b>						
I .....	95,1	109,0	86,5	120,5	115,9	60,6
II .....	92,1	103,8	84,8	114,0	107,3	61,7
III .....	109,7	126,4	99,4	156,6	127,7	69,3
IV .....	106,9	120,1	98,7	160,9	119,9	74,8
V .....	107,5	120,9	99,2	156,2	124,0	75,2
VI .....	111,1	124,2	103,0	153,8	134,9	78,7
VII .....	113,5	132,9	101,5	144,5	140,7	73,8
VIII .....	117,9	132,4	108,8	164,3	154,9	82,5
IX .....	115,9	124,2	110,8	166,5	155,7	84,3
X .....	118,2	128,1	112,1	194,0	162,4	85,6
XI .....	110,5	118,8	105,3	163,9	157,9	81,8
XII .....	141,5	146,7	138,2	208,6	238,5	108,5
<b>2006</b>						
I .....	101,5	121,8	89,0	149,1	115,3	63,2
II .....	98,6	118,1	86,4	143,8	115,6	62,2
III .....	117,0	135,0	105,9	182,1	144,0	74,2
IV .....	119,6	141,4	106,0	219,5	139,7	77,5
V .....	120,9	136,4	111,2	200,0	157,5	85,1
VI .....	123,1	143,3	110,5	197,7	159,8	82,2
VII .....	124,2	146,1	110,6	176,2	170,2	82,8
VIII .....	125,9	141,1	116,4	198,1	189,9	92,6
IX .....	126,6	138,2	119,3	212,5	191,9	92,3
X .....	130,0	139,0	124,4	259,1	191,0	91,9
XI .....	121,3	130,2	115,8	238,3	190,5	83,7
XII .....	157,8	175,3	147,0	291,2	270,8	104,8

<sup>a</sup> Patrz Uwagi metodyczne, str. 8.

<sup>b</sup> dotyczy danych źródłowych, niewyrównanych.

<sup>c</sup> w wyspecjalizowanych sklepach.

<sup>a</sup> See Methodological notes, page 8.

<sup>b</sup> concern gross, unadjusted data.

<sup>c</sup> in specialized stores.

TABL. 29. MIESIĘCZNE WSKAŹNIKI OBROTÓW W HANDLU DETALICZNYM KRAJÓW UE W 2006 R. - CENY STAŁE  
 MONTHLY INDICES OF DEFLATED TURNOVER IN RETAIL TRADE FOR COUNTRIES OF EU IN 2006

Kraj Country	Wskaźniki dla roku bazowego 2000=100 <sup>ab</sup> Indices for base year 2000=100 <sup>ab</sup>											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
<b>kraje UE (25)</b>	<b>105,7</b>	<b>99,6</b>	<b>109,2</b>	<b>111,5</b>	<b>112,8</b>	<b>112,5</b>	<b>114,2</b>	<b>110,9</b>	<b>112,1</b>	<b>117,2</b>	<b>119,8</b>	<b>150,7</b>
<b>strefa euro (12)</b>	<b>101,8</b>	<b>93,9</b>	<b>104,4</b>	<b>105,5</b>	<b>106,9</b>	<b>105,9</b>	<b>107,5</b>	<b>103,8</b>	<b>106,3</b>	<b>110,7</b>	<b>110,9</b>	<b>140,0</b>
Belgia BE	96,8	85,5	101,1	102,5	101,1	101,2	104,8	93,3	98,6	101,3	100,0	121,7
Republika Czeska CZ	106,1	103,8	118,9	123,1	130,4	127,7	124,4	122,9	125,6	131,9	135,3	166,4
Dania DK	124,0	111,0	124,0	130,0	135,0	131,0	131,0	133,0	122,0	132,0	131,0	168,0
Niemcy DE	96,4	91,7	105,1	104,9	103,6	100,9	102,5	101,6	100,3	108,1	109,9	131,2
Estonia EE	171,4	168,3	191,9	200,6	212,8	219,3	223,2	221,8	216,7	227,2	222,0	276,0
Irlandia IE	127,0	123,1	122,0	127,0	121,7	126,7	130,3	128,2	132,5	126,4	139,8	194,8
Grecja EL	115,3	130,5	122,4	139,7	126,5	129,8	135,6	125,5	132,3	130,5	131,3	169,5
Hiszpania ES	124,9	105,0	116,3	115,7	118,5	117,5	127,7	112,2	117,9	123,0	119,6	146,7
Francja FR	111,6	99,6	108,9	109,5	111,1	114,8	116,6	120,2	115,4	123,3	119,7	150,7
Włochy IT	85,6	84,8	90,2	93,1	96,1	93,4	90,9	76,8	90,8	99,2	99,6	136,2
Cypr CY	113,0	102,3	113,4	123,7	125,0	128,4	138,3	128,9	130,3	130,9	125,2	165,1
Łotwa LV	174,4	168,6	191,2	195,0	205,1	210,7	215,8	226,4	217,1	236,6	221,4	309,3
Litwa LT	141,7	134,2	150,5	149,1	155,8	157,7	171,4	175,2	168,9	172,5	167,0	223,0
Luksemburg LU	109,5	100,2	113,8	117,5	118,1	112,5	118,9	103,4	112,4	118,0	115,2	152,8
Węgry HU	108,5	108,6	131,5	137,9	139,5	145,6	150,0	151,8	149,0	153,4	149,3	193,7
Malta MT	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Niderlandy NL	97,2	88,6	101,7	104,0	109,2	107,1	105,2	104,3	101,3	107,1	105,1	122,7
Austria AT	95,0	89,1	102,7	102,8	100,3	100,3	101,9	102,2	100,7	106,5	106,0	133,3
Polska PL	101,6	99,6	118,5	119,5	122,0	123,5	125,3	126,0	127,0	130,1	121,7	161,7
Portugalia PT	94,9	90,0	101,2	100,4	100,9	98,5	109,4	109,3	108,2	105,8	106,2	144,3
Słowenia SI	119,7	115,7	132,5	139,8	141,3	143,8	143,5	139,3	138,9	144,2	137,9	165,3
Słowacja SK	113,3	112,5	122,1	125,8	130,8	134,2	134,6	136,2	137,0	142,6	144,2	164,4
Finlandia FI	115,0	104,6	118,5	125,7	134,5	137,8	137,0	133,3	126,8	130,0	130,5	171,8
Szwecja SE	121,2	116,2	128,6	132,9	138,5	141,3	136,8	142,3	135,7	140,8	140,7	187,7
Wielka Brytania UK	115,1	115,1	118,1	123,8	123,6	125,2	128,0	124,2	122,6	130,0	143,8	176,7

Źródło: baza danych EUROSTATU, © European Communities [2006, 2007], EUROSTAT, dane krótkookresowe (lipiec 2007), b.d. – brak danych.

<sup>a</sup> Dane wyrównane dniami roboczymi.

<sup>b</sup> Dane dotyczą działu 52 bez grupy 52.7 wg PKD.

Source: EUROSTAT data base, © European Communities [2006, 2007], EUROSTAT, short-term statistics (July 2007), b.d. – data not available.

<sup>a</sup> Data adjusted for working days.

<sup>b</sup> Data concerning division 52 without 52.7 according to NACE rev.1.

TABL. 30. PROCENTOWA ZMIANA MIESIĘCZNYCH OBROTÓW W HANDLU DETALICZNYM KRAJÓW UE W 2006 R. - CENY STAŁE  
 PERCENTAGE CHANGE OF MONTHLY DEFLATED TURNOVER IN RETAIL TRADE FOR COUNTRIES OF EU IN 2006

Kraj Country	Procentowa zmiana w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego (t/t-12) <sup>ab</sup> Percentage change compared with the same period of the previous year (t/t-12) <sup>ab</sup>											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
<b>kraje UE (25)</b>	<b>1,7</b>	<b>2,2</b>	<b>1,4</b>	<b>3,6</b>	<b>3,5</b>	<b>3,0</b>	<b>3,3</b>	<b>3,5</b>	<b>2,6</b>	<b>2,6</b>	<b>2,9</b>	<b>4,1</b>
<b>strefa euro (12)</b>	<b>1,2</b>	<b>1,8</b>	<b>0,7</b>	<b>2,6</b>	<b>2,4</b>	<b>2,0</b>	<b>2,5</b>	<b>2,8</b>	<b>1,8</b>	<b>1,5</b>	<b>2,2</b>	<b>3,0</b>
Belgia BE	-4,0	-6,6	-2,2	1,3	1,1	-1,8	1,1	-1,8	-1,4	-2,6	1,8	-3,4
Republika Czeska CZ	6,9	6,8	7,8	6,7	6,9	8,0	6,7	6,6	4,6	6,0	6,8	8,3
Dania DK	7,8	3,7	4,2	4,0	5,5	3,1	3,1	3,1	0,8	1,5	2,3	4,3
Niemcy DE	1,3	2,7	1,2	3,7	3,1	3,9	2,6	3,2	1,5	2,4	2,3	6,3
Estonia EE	14,2	14,3	13,7	15,9	17,2	16,6	16,2	16,6	17,3	17,6	19,3	18,5
Irlandia IE	8,2	6,1	5,7	9,2	8,3	7,8	7,2	8,1	6,7	9,3	8,6	8,0
Grecja EL	0,3	5,9	6,0	9,9	7,0	10,1	10,7	10,5	11,9	5,2	6,8	10,6
Hiszpania ES	-0,9	0,6	1,5	0,2	1,3	0,6	1,3	4,0	3,9	2,9	4,0	4,7
Francja FR	1,3	2,3	0,4	2,0	2,1	1,5	3,6	2,5	1,3	1,2	1,9	1,5
Włochy IT	0,6	0,2	-1,5	0,2	-0,3	-0,5	-0,4	-0,1	-0,4	-1,6	-0,1	-0,7
Cypr CY	6,6	4,3	3,5	-1,8	12,4	9,1	5,6	7,1	8,5	7,2	4,9	6,2
Łotwa LV	13,1	15,1	17,1	16,0	20,8	20,3	18,7	20,6	19,7	26,5	21,9	27,2
Litwa LT	9,7	7,7	10,2	5,1	5,5	5,8	7,3	8,6	6,0	5,6	6,1	7,7
Luksemburg LU	1,9	4,8	-2,4	3,7	7,4	1,9	0,0	3,3	1,4	1,1	1,0	6,6
Węgry HU	6,7	6,0	5,8	3,7	4,7	4,7	4,0	5,7	4,1	2,2	2,1	3,3
Malta MT	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Niderlandy NL	7,2	4,5	4,0	8,1	9,0	4,4	3,2	5,8	2,6	3,0	3,3	3,6
Austria AT	2,8	3,1	-0,5	4,0	0,4	3,7	1,7	2,6	0,8	0,8	0,6	3,3
Polska PL	5,9	7,1	10,0	9,2	11,6	11,7	9,4	6,8	10,1	9,1	9,0	13,2
Portugalia PT	0,3	0,9	-1,6	2,1	2,1	-4,2	4,9	2,6	3,3	0,2	1,0	2,3
Słowenia SI	1,1	6,0	2,4	2,3	4,3	2,3	1,1	-2,0	1,4	2,6	2,3	-2,5
Słowacja SK	6,8	6,8	10,4	9,1	9,6	11,2	8,8	8,3	10,8	9,9	9,7	8,1
Finlandia FI	7,5	3,4	5,2	5,8	6,0	6,2	5,3	5,0	6,5	4,6	5,1	6,0
Szwecja SE	8,1	8,3	5,9	13,4	12,1	8,0	8,5	8,2	9,3	9,3	7,5	10,9
Wielka Brytania UK	0,8	1,4	0,9	4,4	3,9	3,6	3,9	4,2	2,9	3,9	3,1	4,7

Źródło: baza danych EUROSTATU, © European Communities [2006, 2007], EUROSTAT, dane krótkookresowe (lipiec 2007), b.d. – brak danych.

<sup>a</sup> Dane wyrównane dniami roboczymi

<sup>b</sup> Dane dotyczą działu 52 bez grupy 52.7 wg PKD

Source: EUROSTAT data base, © European Communities [2006, 2007], EUROSTAT, short-term statistics (July 2007), b.d. – data not available.

<sup>a</sup> Data adjusted for working days

<sup>b</sup> Data concerning division 52 without 52.7 according to NACE rev.1

TABL. 31. WAŻNIEJSZE DANE DOTYCZĄCE HANDLU WEWNĘTRZNEGO W LATACH 1995-2006  
 MAJOR DATA REGARDING THE INTERNAL TRADE IN 1995-2006

Wyszczególnienie Specification	1995	2000	2003	2004	2005	2006
Udział handlu w PKB w %..... Share of trade in GDP in %	16,3	17,3	16,8	16,7	16,7	17,1 <sup>a</sup>
Udział handlu w wartości dodanej brutto w % ..... Share of trade in gross value added in %	18,5	19,5	19,0	18,8	18,9	19,4 <sup>a</sup>
Produkcja globalna przedsiębiorstw handlowych <sup>b</sup> w mln zł..... Gross output of trade enterprises <sup>b</sup> in mln zł	79309,1	190434,8	195426,9	216177,3	213754,8	224998,6 <sup>a</sup>
Wartość dodana brutto przedsiębiorstw handlowych <sup>b</sup> w mln zł..... Gross value added of trade enterprises <sup>b</sup> in mln zł	34931,0	90918,4	108419,5	122387,1	119004,0	125943,2 <sup>a</sup>
Sprzedaż detaliczna (ceny stałe) 1995=100..... Retail sales (constant prices) 1995=100	100,0	120,3	127,2	130,4	127,3	137,6
Sprzedaż detaliczna ogółem (ceny bieżące)..... Total retail sales (current prices)	169585,0	360317,5	401372,5	433542,8	433255,4	468483,0 <sup>a</sup>
Sprzedaż detaliczna w punktach sprzedaży detalicznej <sup>c</sup> w mln zł (ceny bieżące) ..... Retail sales in retail sales outlets <sup>c</sup> in mln zł (current prices)	162726,7	345610,0	385505,3	417173,1	416159,5	450885,7 <sup>a</sup>
Żywność i napoje bezalkoholowe ..... food and non-alcoholic beverages	51907,3	102861,0	116143,7	124820,3	125553,2	130324,2 <sup>a</sup>
Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe..... alcoholic beverages and tobacco	18514,3	32833,0	35362,7	37079,0	38839,3	40237,6 <sup>a</sup>
Towary nieżywnościowe (bez wyr. tytoniowych) ..... non-foodstuffs (excluding tobacco)	92305,1	209916,0	233998,9	255273,8	251767,0	280323,9 <sup>a</sup>
Sprzedaż hurtowa ogółem w mln zł (ceny bieżące) ..... Wholesale in mln zł (current prices)	197447,6	440206,3	478781,5	545322,8	572251,4	632561,4 <sup>a</sup>
Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m <sup>2</sup> ..... Sales area of shops in m <sup>2</sup>	19792640	26933785	26395708 <sup>d</sup>	26550766 <sup>d</sup>	28262206	28818342
w tym: of which:						
Domy towarowe..... Department stores	230714	615687	435408	403863	390550	376350
Domy handlowe ..... Trade stores	577800	484484	514344	496075	451966	425452
Supermarkety ..... Supermarkets	.	1068665	1474241	1772312	2125077	2401177
Hipermarkety ..... Hypermarkets	.	653546	2178317	2390009	2566686	2782167

<sup>a</sup> Dane szacunkowe.

<sup>a</sup> Estimated data.

<sup>b</sup> Przedsiębiorstwa sekcji G – Handel i naprawy.

<sup>b</sup> Section G enterprises – Trade and repairs.

- <sup>c</sup> Łącznie ze sprzedażą detaliczną dokonywaną w hurtowniach i u producentów.
- <sup>c</sup> *Including retail sales conducted by wholesalers and producers.*
- <sup>d</sup> Patrz Uwagi metodyczne, str.21.
- <sup>d</sup> *See Methodological notes, page 18.*

TABL. 31. WAŻNIEJSZE DANE DOTYCZĄCE HANDLU WEWNĘTRZNEGO W LATACH 1995-2006 (dok.)  
 MAJOR DATA REGARDING THE INTERNAL TRADE IN 1995-2006 (cont.)

Wyszczególnienie Specification	1995	2000	2003	2004	2005	2006
Liczba sklepów ogółem <sup>e</sup> ..... Total number of shops <sup>e</sup>	425600	431991	387108 <sup>f</sup>	370883 <sup>f</sup>	385990	395458
w tym: of which:						
Domy towarowe ..... Department stores	134	135	102	99	95	91
Domy handlowe ..... Trade stores	780	500	517	501	462	431
Supermarkety ..... Supermarkets	.	1602	2043	2347	2716	3003
Hipermarkety..... Hypermarkets	.	99	293	338	374	410
Stacje paliw ..... Petrol stations	5344	7744	9218 <sup>f</sup>	9463 <sup>f</sup>	10086	10159
Liczba ludności na 1 sklep..... Population per 1 shop	91	89	99 <sup>f</sup>	103 <sup>f</sup>	98,9	96,4
Liczba placówek gastronomicznych..... Number of catering establishments	60845	84342	89340	90537	92072	92423
w tym: of which:						
Restauracje..... Restaurants	4857	8519	8785	9195	9716	9840
Bary ..... Bars	23493	36436	38815	39348	40834	41073
Stołówki..... Canteens	3815	7010	7290	6930	6950	6781
Punkty gastronomiczne..... Food stands	28680	32377	34450	35064	34572	34729
Przychody z działalności gastronomicznej w mln zł (ceny bieżące)..... Revenues from catering activity in mln zł (current prices)	7027,0	15381,0	16504,4	17028,2	17680,6	18162,0 <sup>a</sup>
Liczba targowisk ogółem..... Total number of market places	7414	7540	9812	8436	9042	8500
Liczba targowisk stałych..... Number of permanent market places	2354	2376	2328	2308	2313	2297
Liczba targowisk sezonowych..... Number of seasonal market places	5060	5164	7484	6128	6729	6203
Powierzchnia składowa magazynów zamkniętych <sup>ne</sup> .. Storage area of secured warehouses <sup>g</sup>	10627	14776	15715	16001	16718	17526
Powierzchnia składowa magazynów zadaszonych <sup>ne</sup> .. Storage area of roofed warehouses <sup>g</sup>	924	1064	1010	1040	1135	1281
Powierzchnia składowa placów składowych <sup>g</sup> ..... Storage area of storage sites <sup>g</sup>	8764	13352	13751	14233	14209	14118

<sup>e</sup> Łącznie ze stacjami paliw.

<sup>e</sup> Including petrol stations.

<sup>f</sup> Patrz Uwagi metodyczne, str. 21.

<sup>f</sup> See Methodological notes, page 18.

<sup>g</sup> Hurtu i rozdziałcze detalu; dane w tys. m<sup>2</sup>; dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 9 osób, w 1995 r. – 5 osób.

<sup>g</sup> Wholesale and retail distribution; data in thous. m<sup>2</sup>; concern economic entities employing more than 9 persons, in 1995 more than 5 persons.

**Aneks**  
***Annex***



TABL. 32. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2005 R.<sup>a</sup>  
Stan w dniu 31 XII  
*SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2005<sup>a</sup>*  
*As of December 31*

Województwa <i>Voivodships</i>	Ogółem <i>Total</i>	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m <sup>2</sup> <i>Sales area of shops in m<sup>2</sup></i>	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej <i>Number of shops by size of sales area</i>							
			99 m <sup>2</sup> i mniej <i>99 m<sup>2</sup> and less</i>	100 - 199 m <sup>2</sup>	200 - 299 m <sup>2</sup>	300 - 399 m <sup>2</sup>	400 - 999 m <sup>2</sup>	1000 - 1999	2000 - 2499 m <sup>2</sup>	2500 m <sup>2</sup> i więcej <i>2500 m<sup>2</sup> and more</i>
<b>POLSKA .....</b> <b>POLAND</b>	385990	28262206	363056	10371	3933	2102	4672	1182	130	544
Dolnośląskie .....	27438	2181421	25798	702	306	138	325	106	13	50
Kujawsko-Pomorskie.....	20117	1492357	18862	571	196	138	263	53	5	29
Lubelskie .....	22090	1562239	20849	566	211	105	257	72	13	17
Lubuskie.....	10413	902007	9726	276	100	63	196	32	4	16
Łódzkie.....	28038	1868149	26631	652	233	129	281	62	12	38
Małopolskie.....	32577	2131242	30623	1001	314	171	345	80	4	39
Mazowieckie .....	54274	4054124	51382	1309	509	251	537	169	25	92
Opolskie .....	8913	685552	8281	278	119	61	133	29	4	8
Podkarpackie .....	19913	1374907	18525	641	264	135	271	50	6	21
Podlaskie .....	10140	833018	9311	398	149	77	164	22	3	16
Pomorskie.....	21368	1609516	20107	526	210	139	270	79	4	33
Śląskie .....	48314	3568322	45312	1359	497	248	631	165	14	88
Świętokrzyskie .....	11968	750848	11449	232	71	54	121	30	1	10
Warmińsko-Mazurskie...	12417	1087106	11416	452	185	90	196	61	4	13
Wielkopolskie .....	38424	2838104	36269	952	378	207	433	126	10	49
Zachodniopomorskie .....	19586	1323294	18515	456	191	96	249	46	8	25

<sup>a</sup> Patrz Uwagi metodyczne, str. 21

<sup>a</sup> See Methodological notes, page 18.

TABL. 33. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2005 R.<sup>a</sup>  
Stan w dniu 31 XII  
*SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2005<sup>a</sup>*  
*As of December 31*

Województwa <i>Voivodships</i>	Ogółem <i>Total</i>	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m <sup>2</sup> <i>Sales area of shops in m<sup>2</sup></i>	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej <i>Number of shops by size of sales area</i>							
			100 m <sup>2</sup> i mniej 100 m <sup>2</sup> and less	101 - 200 m <sup>2</sup>	201 - 300 m <sup>2</sup>	301 - 400 m <sup>2</sup>	401 - 1000 m <sup>2</sup>	1001 - 2000	2001 - 2500 m <sup>2</sup>	2501 m <sup>2</sup> i więcej 2501 m <sup>2</sup> and more
<b>POLSKA.....</b>	385990	28262206	364410	9716	3639	1967	4497	1124	105	532
<b>POLAND</b>										
Dolnośląskie .....	27438	2181421	25895	649	287	127	318	101	11	50
Kujawsko-Pomorskie ....	20117	1492357	18942	522	184	134	251	53	2	29
Lubelskie .....	22090	1562239	20922	541	190	89	250	71	10	17
Lubuskie .....	10413	902007	9768	260	85	63	187	33	2	15
Łódzkie .....	28038	1868149	26725	595	225	120	264	61	10	38
Małopolskie .....	32577	2131242	30770	926	283	151	329	77	3	38
Mazowieckie.....	54274	4054124	51537	1227	477	238	524	162	19	90
Opolskie.....	8913	685552	8312	270	108	61	125	26	3	8
Podkarpackie .....	19913	1374907	18623	591	239	129	262	43	5	21
Podlaskie.....	10140	833018	9358	380	145	66	151	22	3	15
Pomorskie .....	21368	1609516	20174	501	194	126	265	71	5	32
Śląskie.....	48314	3568322	45456	1300	455	231	619	153	13	87
Świętokrzyskie.....	11968	750848	11486	209	65	57	113	27	1	10
Warmińsko-Mazurskie...	12417	1087106	11483	417	167	94	185	57	1	13
Wielkopolskie .....	38424	2838104	36397	894	352	189	415	123	8	46
Zachodniopomorskie ....	19586	1323294	18562	434	183	92	239	44	9	23

<sup>a</sup> Patrz Uwagi metodyczne, str. 21

<sup>a</sup> See Methodological notes, page 18.