



**GŁÓWNY URZĄD STATYSTYCZNY
CENTRAL STATISTICAL OFFICE**

**RYNEK WEWNĘTRZNY
W 2008 R.**

**INTERNAL MARKET
IN 2008**

**Information
and statistical
papers**

**Informacje
i opracowania
statystyczne**

Warszawa 2009

SPIS TREŚCI

	Tablica	Strona
Przedmowa.....	x	3
Wykaz skrótów.....	x	4
I. UWAGI METODYCZNE.....	x	6
II. KOMENTARZ ANALITYCZNY	x	21
1. Usługi	x	21
2. Handel wewnętrzny	x	29
Obroty przedsiębiorstw handlowych	x	35
Sprzedaż detaliczna.....	x	39
Punkty sprzedaży detalicznej.....	x	41
Gastronomia.....	x	43
Sprzedaż hurtowa.....	x	45
Zaopatrzenie rynku	x	47
III. TABLICE.....	x	X
Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w rejestrze REGON według sekcji PKD (2007 r., 2008 r.)	1	51
Wartość dodana brutto według sekcji w latach 2000 – 2008 (ceny bieżące)	2	52
Pracujący według sekcji (2007 – 2008 r.)	3	53
Przeciętne zatrudnienie, przeciętne miesięczne wynagrodzenia brutto według sekcji w 2008 r.	4	54
Liczba podmiotów gospodarki narodowej (2007 r., 2008 r.)	5	55
Przedsiębiorstwa według liczby prowadzonych sklepów (2007 r., 2008 r.)	6	56
Przedsiębiorstwa handlowe według liczby prowadzonych magazynów (2005 r., 2006r.)	7	57
Sklepy i stacje paliw według form organizacyjnych (2007 r., 2008 r.).....	8	58
Wybrane formy organizacyjne sklepów według województw w 2008 r.	9	59
Struktura sklepów i stacji paliw według form organizacyjnych i form własności w 2008 r.	10	60
Struktura sklepów według form własności w województwach w 2008 r.	11	61
Sklepy i stacje paliw według specjalizacji (2007 r., 2008 r.)	12	62
Sklepy według powierzchni sprzedażowej i województw w 2008 r.	13	63
Sklepy i stacje paliw według województw (2007 r., 2008 r.).....	14	64
Wybrane dane o sklepach i stacjach paliw według województw w 2008 r.	wykres	65
Struktura sprzedaży detalicznej w sklepach i stacjach paliw w 2008 r.	15	66
Dynamika sprzedaży detalicznej według rodzajów działalności (ceny bieżące; 2007 r., 2008 r.)	16	68
Struktura sprzedaży detalicznej według rodzajów działalności (2007 r., 2008 r.)	17	69
Targowiska według województw (2007 r., 2008 r.).....	18	70
Magazyny handlowe według województw w 2006 r.	19	71
Struktura magazynów zamkniętych w przedsiębiorstwach handlowych wg form własności w 2006 r. ..	20	72
Struktura przychodów ze sprzedaży przedsiębiorstw hurtowych wg typu klientów (2006 r., 2007 r.)	21	73
Struktura zakupów towarów według typu dostawców (2006 r., 2007 r.)	22	74
Handel i naprawy w 2007 r.	23	75
Dostawy wybranych towarów konsumpcyjnych w 2008 r.....	24	76
Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2008 r.	wykres	79
Zapasy wybranych wyrobów u producentów w 2008 r.....	25	80
Spożycie wybranych artykułów konsumpcyjnych na 1 mieszkańca (1990-2008)	26	83
Dynamika obrotów w handlu detalicznym (2000-2008) ceny bieżące	27	85
Dynamika obrotów w handlu detalicznym (2000-2008) ceny stałe	28	86
Miesięczne wskaźniki obrotów w handlu detalicznym krajów UE w 2008 r. - ceny stałe.....	29	87
Procentowa zmiana miesięcznych obrotów w handlu detalicznym krajów UE w 2008 r. - ceny stałe....	30	88
Ważniejsze dane dotyczące handlu wewnętrznego w latach 1995 - 2008.	31	89
IV. ANEKS	x	91

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 i Wydziale Usług Biznesowych przy współpracy pracowników innych wydziałów Departamentu Handlu i Usług.

Oddając do Państwa rąk “Rynek wewnętrzny w 2008 r.” serdecznie dziękujemy wszystkim osobom i instytucjom za przekazanie informacji oraz uwag, które przyczynią się do kształtowania i wzbogacania treści kolejnych wydań tej publikacji.

Dyrektor
Departamentu Handlu i Usług

Ewa Adach-Stankiewicz

* *
*

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 on the Internet.

Data presented in the publication is 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 a tendency in 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 Trade Statistics Section and Business Services Section.

Presenting you with the 2008 Internal Market, I would like to express our gratitude to all persons and institutions for information and suggestions, which provide a valuable contribution to the enrichment of its next editions.

Director
Services Statistics Division

Ewa Adach-Stankiewicz

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 (.)	-	zupelny 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. 8; <i>categories of applied classification are presented in abbreviated form; their full names are given in the methodological notes – page 8;</i>
“W tym” “Of which”	-	oznacza, że nie podaje się wszystkich składników sumy; <i>indicates that not all elements of the sum are given;</i>

Kody krajów*Codes of countries*

AT – Austria (*Austria*)
 BE – Belgia (*Belgium*)
 BG – Bułgaria (*Bulgaria*)
 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 27** (27 krajów – obecnych członków UE : Austria, Belgia, Bułgaria, Cypr, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Irlandia, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Malta, Niderlandy, Niemcy, Polska, Portugalia, Republika Czeska, Rumunia, Słowacja, Słowenia, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy).
- **Euro-zone – Strefa Euro** (16 krajów Unii Gospodarczo-Walutowej: Austria, Belgia, Cypr, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Irlandia, Luksemburg, Malta, Niderlandy, Niemcy, Portugalia, Słowacja, Słowenia, Włochy).

Accepted groupings:

- **EU 27** (27 countries-members of EU: Austria, Belgium, Bulgaria, Cyprus, Denmark, Estonia, Finland, France, Greece, Spain, Ireland, Lithuania, Luxembourg, Latvia, Malta, Netherlands, Germany, Poland, Portugal, Czech Republic, Romania, Slovakia, Slovenia, Sweden, Hungary, United Kingdom, Italy).
- **Euro-zone** (16 countries-members of Economic and Monetary Union: Austria, Belgium, Cyprus, Finland, France, Greece, Spain, Ireland, Luxembourg, Malta, Netherlands, Germany, Portugal, Slovakia, Slovenia, 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

METHODOLOGICAL NOTES

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 współdziałaniem 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 2004) - 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:

SEKCJA „G” HANDEL HURTOWY I DETALICZNY; NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH, MOTOCYKLI ORAZ ARTYKUŁÓW UŻYTKU OSOBISTEGO I DOMOWEGO

DZIAŁ 50 SPRZEDAŻ, OBSŁUGA I NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH I MOTOCYKLI; SPRZEDAŻ DETALICZNA PALIW DO POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH

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

DZIAŁ 51 HANDEL HURTOWY I KOMISOWY, Z WYŁĄCZENIEM HANDLU POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI I MOTOCYKLAMI.

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

DZIAŁ 52 HANDEL DETALICZNY, Z WYŁĄCZENIEM SPRZEDAŻY POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH I MOTOCYKLI; NAPRAWA ARTYKUŁÓW UŻYTKU OSOBISTEGO I DOMOWEGO.

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:

skrót	pełna nazwa
sekcje	
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
działy	
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.

PKD 2004	Rodzaj działalności
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 zaliczono¹:

- 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.

¹ Wg formularza Z-06 .

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.

ZUŻYCIĘ 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.

NAKLADY 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%.

Obroty² przedsiębiorstw handlowych dla działów 50 i 52 prezentowane są na wykresach w formie dynamik w cenach stałych, gdzie okresem bazowym jest rok 2000. 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 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

² Obroty w handlu detalicznym dla działu 52 zawarte są w tabl. nr 27-28.

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 wdzierżawiona 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 m² 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 m² do 1999 m², prowadzące sprzedaż towarów o podobnym asortymencie jak w domach towarowych,
- **supermarkety** są to sklepy o powierzchni sprzedażowej od 400 m² do 2499 m² prowadzące sprzedaż głównie w systemie samoobsługowym, oferujące szeroki asortyment artykułów żywnościowych oraz artykuły nieżywnościowe częstego zakupu,
- **hipermarkety** są to sklepy o powierzchni sprzedażowej od 2500 m² prowadzące sprzedaż głównie w systemie samoobsługowym, oferujące szeroki asortyment artykułów żywnościowych i nieżywnościowych częstego zakupu, zwykle z parkingiem samochodowym,
- **sklepy powszechne** są to sklepy prowadzące sprzedaż głównie towarów żywnościowych codziennego użytku, o powierzchni sal sprzedażowych od 120 do 399 m²,
- **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 m², 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 (sprawozdanie H-01w).
- 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 m².

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 HANDLOWE³ - 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 przechowalnictwa oraz dysponujące personelem do jego prawidłowej obsługi.

Magazyny handlowe zajmują:

- powierzchnię składową (w m²) w budynkach magazynowych zamkniętych, budynkach magazynowych zadaszonych (wiatach), piwnicach samodzielnych, placach składowych (składowiskach), pomieszczeniach niemagazynowych tj. przeznaczonych na inne cele, niż przechowywanie towarów np. przemysłowych, biurowych, mieszkalnych, socjalnych,
- pojemność użytkową (w m³): zbiorników przeznaczonych do magazynowania towarów płynnych, półpłynnych, gazowych; silosów (elewatorów) do magazynowania towarów sypkich, sproszkowanych, drobnoziarnistych, itp.

Magazyny hurtu – podstawowe jednostki handlu hurtowego; mogą to być wolnostojące budynki (tzw. magazyny zamknięte), pomieszczenia zadaszone (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 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.

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

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: jadłodajnie, 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,
- **świadczonej 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.

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 gorzelnii, 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 przeciętnej 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-01w, 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 uzupełniająco 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.

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		Seksja H
		seksja 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 wyspecjalizo- wanych 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. Zamieszczone w publikacji dane zostały zebrane zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności PKD 2004 (Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 20.01.2004 r., Dz. U. Nr 33 poz 289) oraz z Polską Klasyfikacją Wyrobów i Usług PKWiU 2004 (Rozporządzenie rady Ministrów z dnia 6 kwietnia 2004 r., Dz. U. 2004 nr 89 poz. 844)
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.
7. Kategoria "UE 27" obejmuje dane dla 27 członków w całym analizowanym okresie 2000 - 2008. Dane dla krajów, które przystąpiły do UE w późniejszym okresie zostały uzupełnione za wcześniejsze lata.

II. KOMENTARZ ANALITYCZNY

1. Usługi

Services

W gospodarce światowej obserwowany jest stały rozwój sektora usług, czego odzwierciedleniem są zmiany odnotowywane w udziale wartości dodanej generowanej przez przedsiębiorstwa usługowe. W większości gospodarek narodowych udział wartości dodanej sektora usług wykazuje tendencje rosnącą. Różne jest natomiast tempo zmian tego zjawiska w poszczególnych krajach.

W 2007 roku wśród krajów członkowskich Unii Europejskiej (UE) najbardziej znaczący przyrost udziału sektora usług w tworzeniu wartości dodanej w stosunku do roku 2006 odznaczyła się Wielka Brytania – wzrost o 2,3 pkt.%, Litwa – o 1,8 pkt.% oraz Bułgaria – o 1,5 pkt.%. Jednocześnie w ośmiu krajach UE (Finlandii, Francji, Grecji, Hiszpanii, na Łotwie, w Polsce, Słowacji i Włoszech) odnotowano nieznaczny spadek tego udziału sektora (o maksymalnie 0,9 pkt.%).

W 2007 roku wśród krajów członkowskich UE najwyższy udział wartości dodanej wytworzonej przez sektor usług odnotowano w Luksemburgu – 85,2%, na Cyprze – 78,9% oraz w Wielkiej Brytanii – 77,4%. Tymczasem w krajach, które dołączyły do struktur UE w 2004 roku (bez Malty i Cypru), w dziedzinie tej przodowały Łotwa – z prawie 75% udziałem, Estonia – udział ponad 68% oraz Węgry – udział ponad 66%.

Udział wartości dodanej brutto wytworzonej w usługach w wartości dodanej brutto wytworzonej w gospodarce narodowej (ceny bieżące) - na podstawie klasyfikacji ISIC ^a

The share of gross value added generated in services in total gross value added (current prices) – according to ISIC classification ^a

Kraje <i>Countries</i>	Lata <i>Years</i>	Udział w % Share in %	Kraje <i>Countries</i>	Lata <i>Years</i>	Udział w % Share in %
Austria..... <i>Austria</i>	2000 2007	67,2 67,6	Malta <i>Malta</i>	2000 2007	69,2 75,9
Belgia..... <i>Belgium</i>	2000 2007	71,0 75,0	Niderlandy..... <i>Netherlands</i>	2000 2007	72,5 73,7
Bulgaria <i>Bulgaria</i>	2000 2007	56,0 61,5	Niemcy <i>Germany</i>	2000 2007	68,4 69,0
Cypr <i>Cyprus</i>	2000 2007	77,4 78,9	Polska <i>Poland</i>	2000 2007^b	63,4 64,0
Dania..... <i>Denmark</i>	2000 2007	70,6 73,0	Portugalia <i>Portugal</i>	2000 2007	68,6 72,9
Estonia <i>Estonia</i>	2000 2007	67,3 68,5	Republika Czeska..... <i>Czech Republic</i>	2000 2006	58,0 59,2

<i>Finlandia</i>	2000	62,8	<i>Rumunia</i>	2000	51,6
<i>Finland</i>	2007	64,2	<i>Romania</i>	2006	55,3
Francja	2000	74,3	Słowacja	2000	59,2
<i>France</i>	2007	77,2	<i>Slovakia</i>	2007	60,1
Grecja.....	2000	72,5	Słowenia.....	2000	61,5
<i>Greece</i>	2007	73,3	<i>Slovenia</i>	2007	63,5
Hiszpania	2000	66,4	Stany Zjednoczone	2000	75,6
<i>Spain</i>	2007	66,9	<i>United States</i>	2007	77,2
Irlandia.....	2000	54,4	Szwecja.....	2000	69,4
<i>Ireland</i>	2006	63,4	<i>Sweden</i>	2007	69,8
Japonia	2000	67,2	Węgry	2000	62,4
<i>Japan</i>	2006	69,5	<i>Hungary</i>	2007	66,4
Litwa	2000	62,3	W. Brytania	2000	71,8
<i>Lithuania</i>	2007	61,4	<i>United Kingdom</i>	2007	77,4
Luksemburg	2000	81,0	Włochy	2000	68,8
<i>Luxembourg</i>	2007	85,2	<i>Italy</i>	2007	70,9
Łotwa.....	2000	71,8			
<i>Latvia</i>	2007	74,7			

^a Źródło: RS RP 2008r.; ^b Źródło: Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2000-2007, GUS, Warszawa, lipiec 2009;

^a Source: Statistical Yearbook of the Republic of Poland 2008; ^b Source: National accounts by institutional sectors and sub-sectors 2000-2007, Central Statistical Office, Warsaw, July 2009;

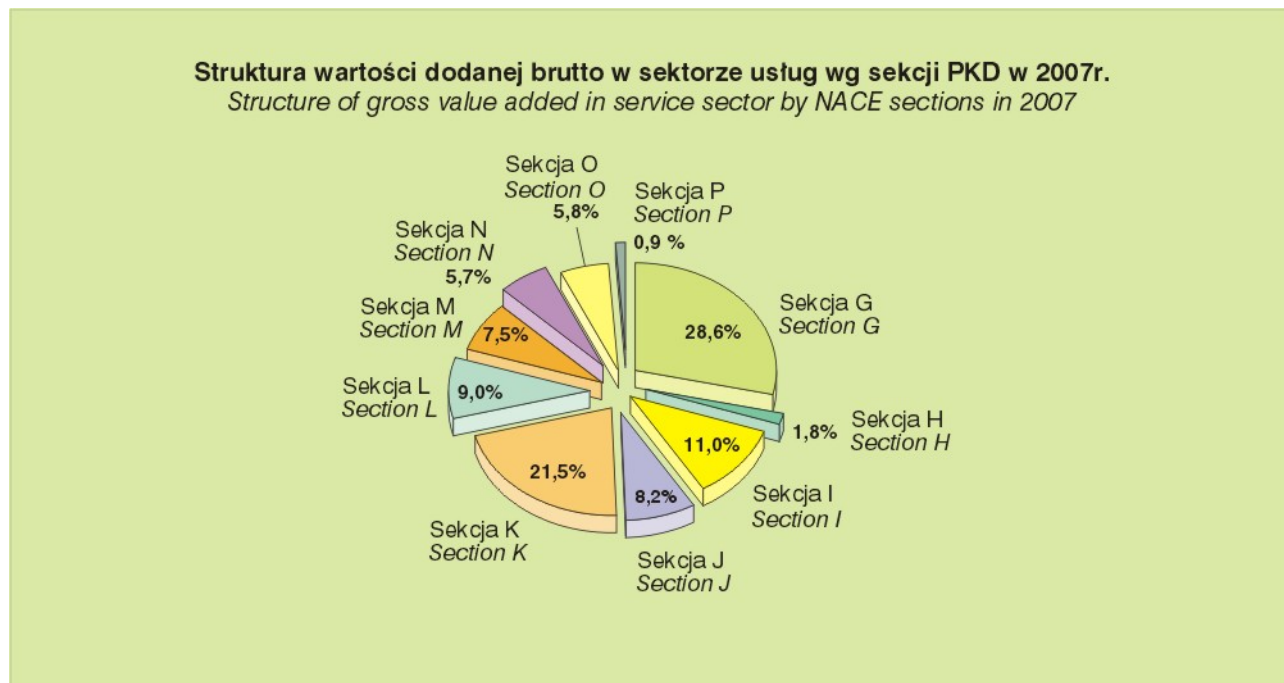
Na koniec 2008 roku wśród ponad 3,7 mln podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w rejestrze REGON na koniec 2008 r., ponad 2,8 mln podmiotów stanowiły przedsiębiorstwa usługowe (co stanowiło 76,0%).

Prawie 40% ogólnej liczby zarejestrowanych podmiotów usługowych 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) – ponad 22% oraz przedsiębiorstwa prowadzące działalność w zakresie transportu, gospodarki magazynowej i łączności (według PKD sekcja I) – ponad 9%.

W ciągu 2008 roku liczba podmiotów prowadzących działalności usługowe wzrosła o 1,4%. Najwyższy przyrost liczby podmiotów zaobserwowano wśród organizacji i zespołów eksterytorialnych (wg PKD sekcja Q) – 16,2%, w ochronie zdrowia i opiece społecznej (wg PKD sekcja N) – 5,3% oraz w obsłudze nieruchomości i firm (wg PKD sekcja K) – 3,7%. Niewielki spadek liczby podmiotów w stosunku do roku 2007 odnotowano natomiast w przypadku przedsiębiorstw handlowych (wg PKD sekcja G) – 1,2%.

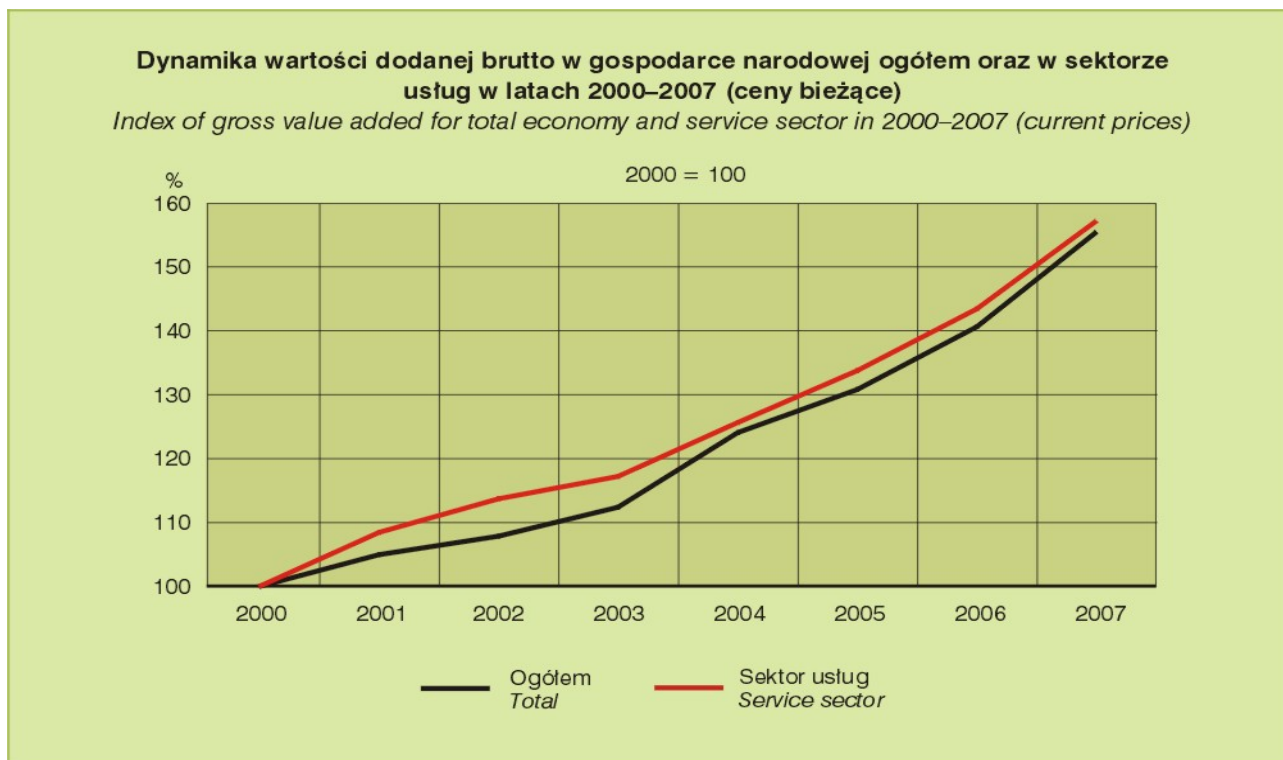
W 2007 roku w Polsce przedsiębiorstwa prowadzące działalności usługowe stanowiły 76,4% ogółu zarejestrowanych podmiotów gospodarki narodowej, wytworzyły 64,0% ogółu wartości dodanej brutto całej gospodarki narodowej i dały miejsca pracy dla 55,9% ogółu pracujących.

W 2007 roku pod względem wartości dodanej działalnością dominującą wśród przedsiębiorstw usługowych była działalność handlowa, której udział wyniósł 28,6% wartości dodanej wytworzonej w sektorze, działalność w zakresie obsługi nieruchomości i firm oraz nauki (wg PKD sekcja K) - udział na poziomie 21,5% oraz działalność w zakresie transportu, gospodarki magazynowej i łączności (według PKD sekcja I) – 11,0%



Źródło: Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2000-2007, GUS, Warszawa, lipiec 2009;
Source: National accounts by institutional sectors and sub-sectors 2000-2007, Central Statistical Office, Warsaw, July 2009;

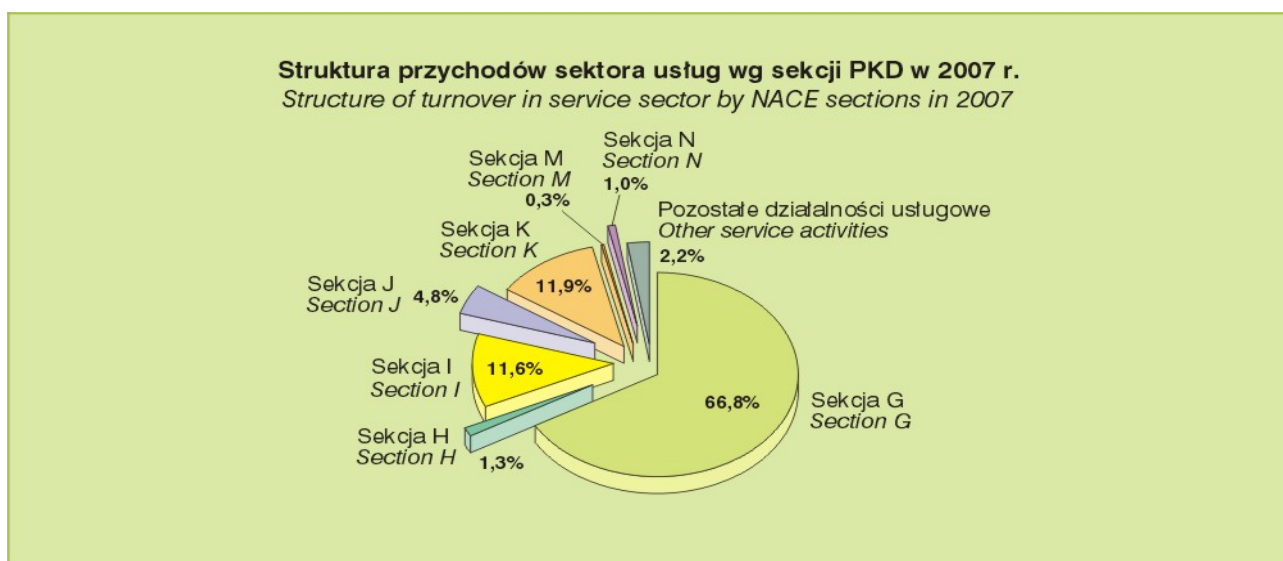
Wzrost wartości dodanej sektora usług w 2007 roku w stosunku do roku 2000 był nieco wyższy niż w całej gospodarce ogółem i wyniósł 57,2% wobec 55,5% dla całej gospodarki. W analizowanym okresie wśród działalności usługowych najwyższy wzrost w wartości dodanej brutto odnotowały przedsiębiorstwa zaliczane do sekcji „Ochrona zdrowia i opieka społeczna” (wg PKD sekcja N) – o 74,9%, następnie te prowadzące działalność w zakresie „Edukacji” (wg PKD sekcja M) – o 69,4% oraz „Transportu, gospodarki magazynowej i łączności” (wg PKD sekcja I) – o 66,3%. Jednakże, analizując wzrost wartości dodanej rok do roku, tj. przyrost w 2007 roku w porównaniu z rokiem 2006, odnotowano, iż sektor ten rozwijał się nieco wolniej niż cała gospodarka narodowa – 9,6% wobec 10,5% dla całej gospodarki.



Źródło: Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2000-2006, GUS, Warszawa, sierpień 2008; Dla roku 2007 Mały Rocznik Statystyczny Polski 2007.

Source: National accounts by institutional sectors and sub-sectors 2000-2006, Central Statistical Office, Warsaw, August 2008; For 2007 Concise Statistical Yearbook of Poland 2008.

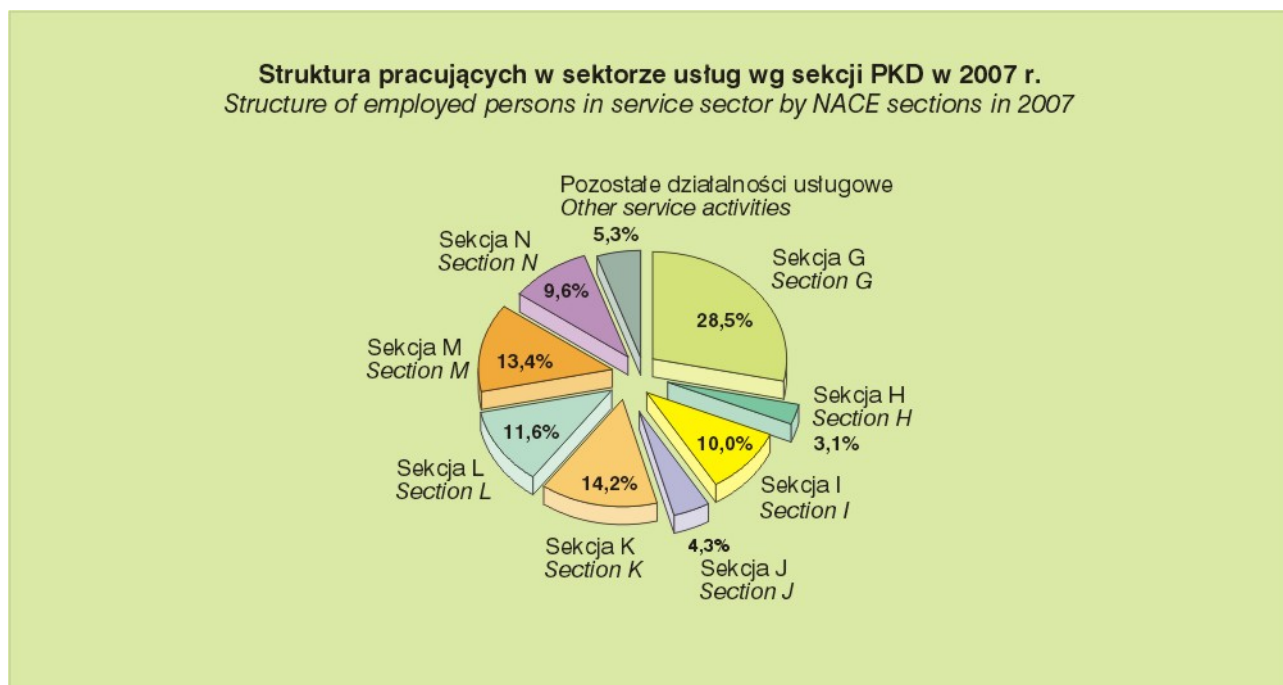
W 2007 najwyższy udział w przychodach sektora usług stanowiły przychody przedsiębiorstw prowadzących działalność handlową (wg PKD sekcja G) – prawie 67% przychodów, w dalszej kolejności przedsiębiorstw świadczących usługi w zakresie obsługi nieruchomości i firm oraz nauki (wg PKD sekcja K) oraz przedsiębiorstw transportowych (wg PKD sekcja I) prawie 12%.



Źródło: Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2006 roku, GUS, Warszawa; patrz Uwagi Metodyczne na str. 6.

Source: Activity of the non-financial enterprises in 2006, CSO, Warsaw; see Methodological Notes on page 6.

W 2007 roku wśród przedsiębiorstw usługowych najwięcej osób pracowało w przedsiębiorstwach zaliczanych do „Handlu i napraw” (wg PKD sekcja G) – 28,5% ogółu pracujących w podmiotach usługowych, następnie w „Obsłudze nieruchomości i firm oraz nauce” (wg PKD sekcja K) – 14,2% oraz „Edukacji” (wg PKD sekcja M) – 13,4%,



Źródło: Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2007; patrz Uwagi Metodyczne na str. 6.
Source: *Statistical Yearbook of the Republic of Poland 2007*; see *Methodological Notes* on page 6.

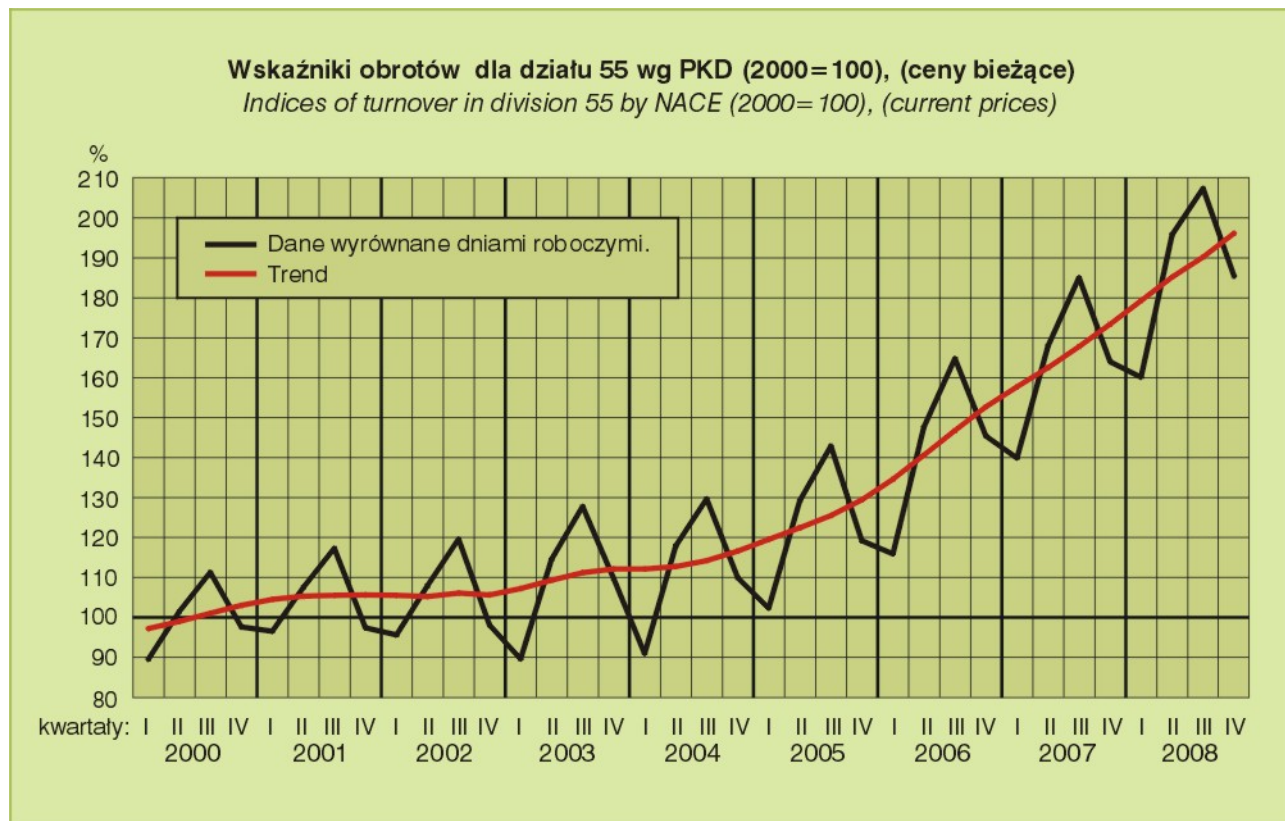
Najwyższe przeciętne wynagrodzenie brutto w 2007 roku odnotowano w „Pośrednictwie finansowym” (wg PKD sekcja J) – 4 882 zł, „Administracji Publicznej” (wg PKD sekcja L) – 3 369 zł oraz „Obsłudze nieruchomości i firm” (wg PKD sekcja K) i „Transportie, gospodarce magazynowej i łączności” (wg PKD sekcja I) – ponad 2 800 zł.

* * *

W oparciu o dane w zakresie wartości obrotów generowanych przez przedsiębiorstwa prowadzące wybrane działalności usługowe dla lat 2000-2008 należy uznać, iż obroty te wykazują tendencje rosnącą. Bardziej szczegółowa analiza danych dla okresów śródrocznych przeprowadzona na podstawie kwartalnych wskaźników obrotów⁴ pozwala jednak określić zmiany zachodzące w wartościach obrotów w ciągu roku, które głównie zależne są od rodzaju prowadzonej działalności usługowej.

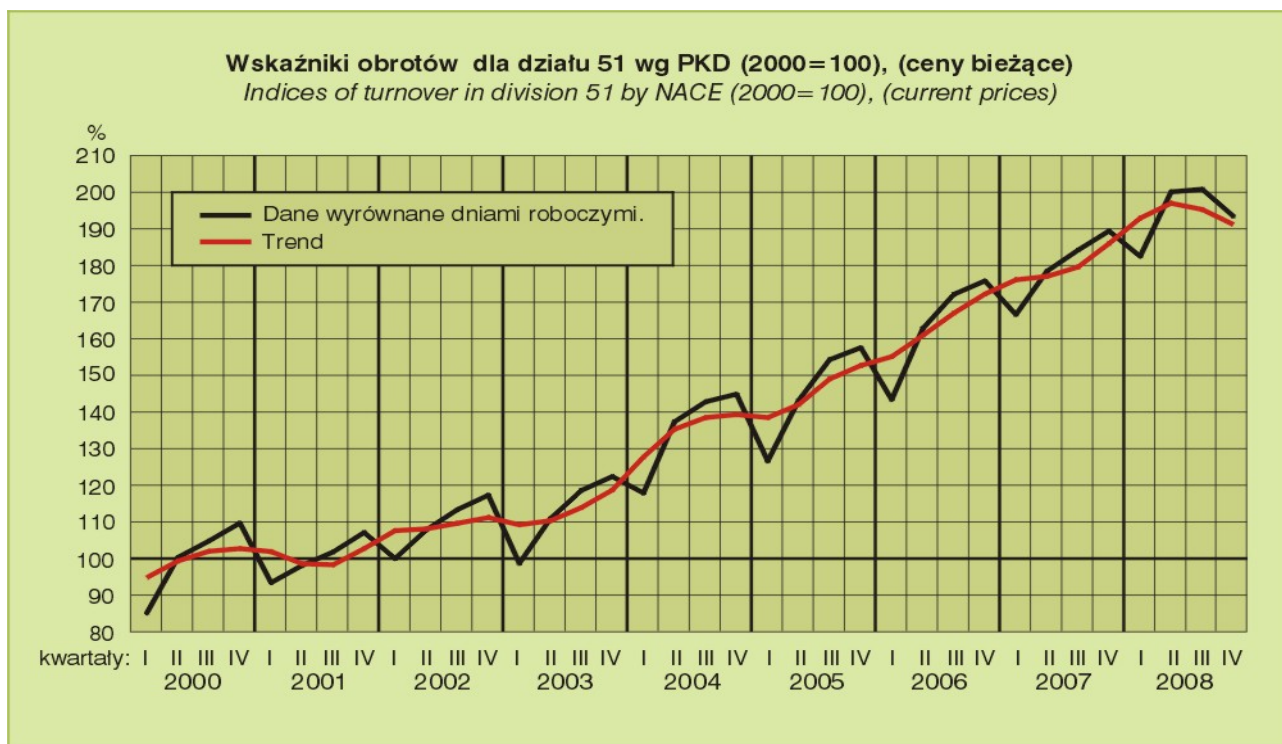
⁴ Krótkookresowe wskaźniki obrotów prezentowane są jako kwartalne lub miesięczne wskaźniki zmian zjawiska w badanym okresie do roku bazowego (obecnie roku 2000) wyrównane dniami roboczymi.

W działalności hotelarskiej i gastronomicznej (wg PKD dział 55) w III kwartale zanotowano najwyższe obroty przedsiębiorstw w 2008r. Porównując III kwartał 2008r. z analogicznym okresem roku 2007 – tempo wzrostu obrotów wyniosło 12% i było niewiele niższe niż w ubiegłym roku (III kw. 2007/III kw. 2006 – 12,3%).



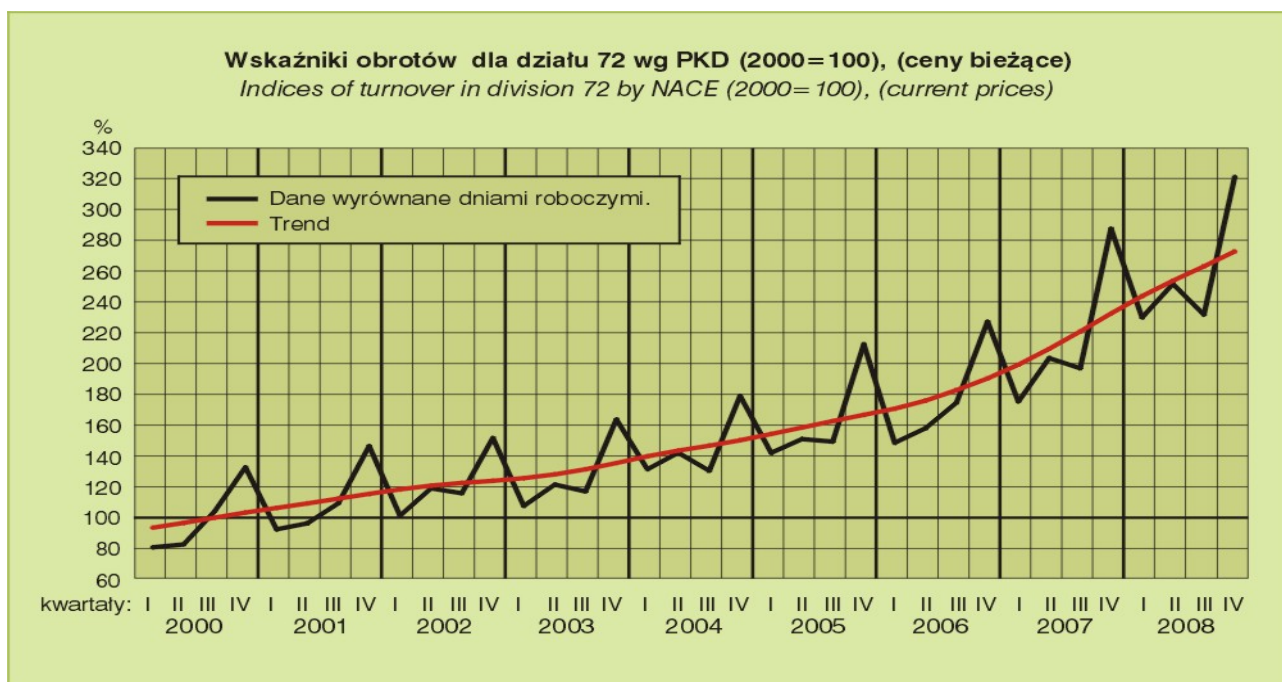
* * *

Z analizy średniorocznych dynamik obrotów w przedsiębiorstwach hurtowych, wynika, że pomimo wciąż występującego wzrostu obrotów w 2008 roku, nastąpił spadek tempa wzrostu dynamiki obrotów w stosunku do ubiegłego roku (2007/2006=9,8%; 2008/2007=8,1%). Spadek ten głównie zanotowano w III i IV kwartale 2008r., co może wskazywać na fakt oddziaływania szybko rozwijającego się globalnego spowolnienia gospodarczego i jego skutków, na wielkość obrotów przedsiębiorstw hurtowych.



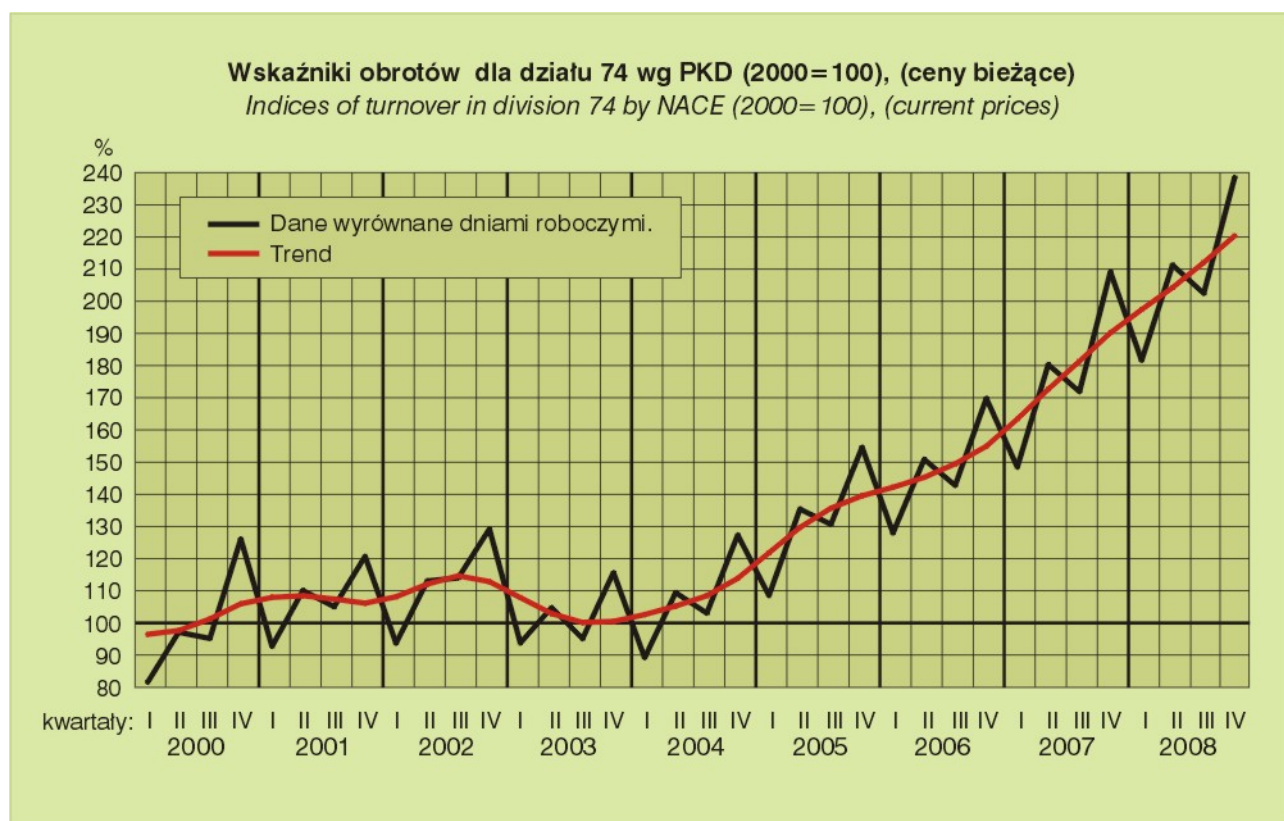
* * *

W latach 2000-2008 wartości obrotów uzyskiwanych przez przedsiębiorstwa z branży **informatycznej** (wg PKD dział 72) wykazywały trend rosnący i w IV kwartale 2008 roku wzrosły w stosunku do tego samego okresu sprawozdawczego 2000 roku prawie 2,5-krotnie. Analizując śródroczny cykl, obserwowany jest stopniowy wzrost wartości obrotów dla poszczególnych kwartałów w stosunku do roku ubiegłego. Najbardziej dynamiczny wzrost obserwowany jest zawsze w ostatnim kwartale roku, czego przyczyną jest zjawisko sezonowości sprzedaży usług informatycznych.



* * *

W działalnościach związanych z **obsługą działalności gospodarczej**⁵ (wg PKD dział 74) wartości obrotów odnotowane w IV kwartale 2008 roku wzrosły o prawie 90% w porównaniu z IV kwartałem 2000 roku. W trakcie danego roku kalendarzowego obserwowany jest wzrost wartości obrotów dla poszczególnych kwartałów sprawozdawczych stosunku do roku ubiegłego z niewielkim spadkiem w III kwartale, który jest efektem zmniejszonego popytu zgłaszanego na omawiane usługi w okresie wakacyjnym. W IV kwartale wartości obrotów osiągają najwyższy poziom w ciągu roku.



⁵ 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).

2. Handel wewnętrzny

Internal trade

W Polsce handel nadal odgrywa znaczącą rolę w gospodarce narodowej, zajmując drugie miejsce po przemyśle, w tworzeniu produktu krajowego brutto (PKB), osiągając w 2008 r. udział 15,8%. Natomiast jego udział w tworzeniu wartości dodanej brutto w 2008 r. wyniósł 18,0%.

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	1995	2000	2004	2005	2006	2007	2008
Udział handlu w PKB w %..... <i>Share of trade in GDP in %</i>	16,3	17,3	16,8	16,7	16,6	16,1	15,8
Udział handlu w wartości dodanej brutto w % .. <i>Share of trade in gross value added in %</i>	18,5	19,4	18,9	19,0	18,9	18,3	18,0

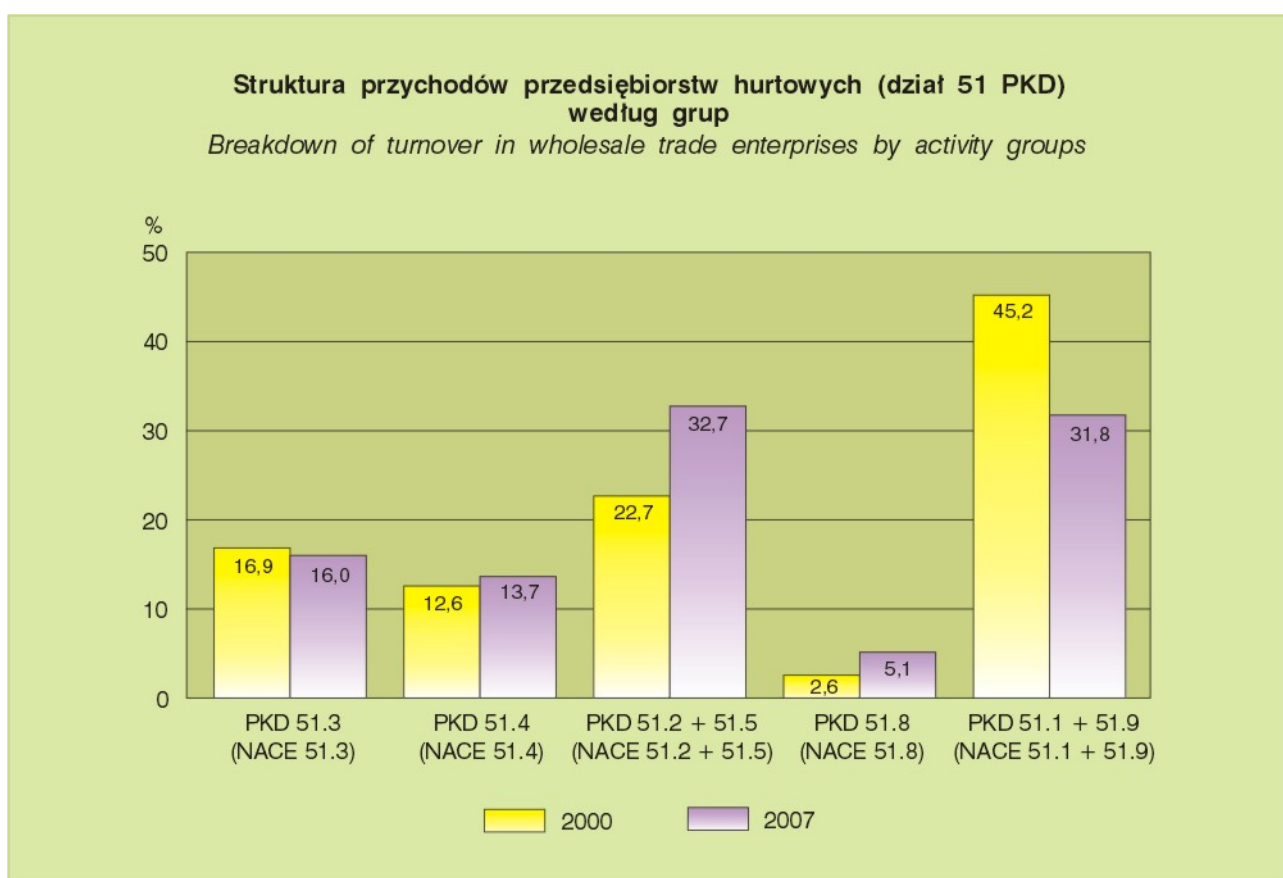
Wartość dodana brutto (w cenach stałych) przedsiębiorstw zaklasyfikowanych do sekcji G „Handel i naprawy” wzrosła w porównaniu z rokiem ubiegłym w 2008r. o 3,5%, w 2007 r. o 4,1%, w 2006 r. o 4,0%, 2005 r. o 2,8%, w 2004 r. o 4,3%, w 2002 r. o 4,1%, w 2001 r. o 3,4%, w 2000 r. o 4,4%. Na poziom wartości dodanej brutto wytworzonej przez przedsiębiorstwa handlowe wpływały głównie: przychody, marże handlowe i poniesione koszty, stanowiące istotne czynniki rentowności przedsiębiorstw handlowych.

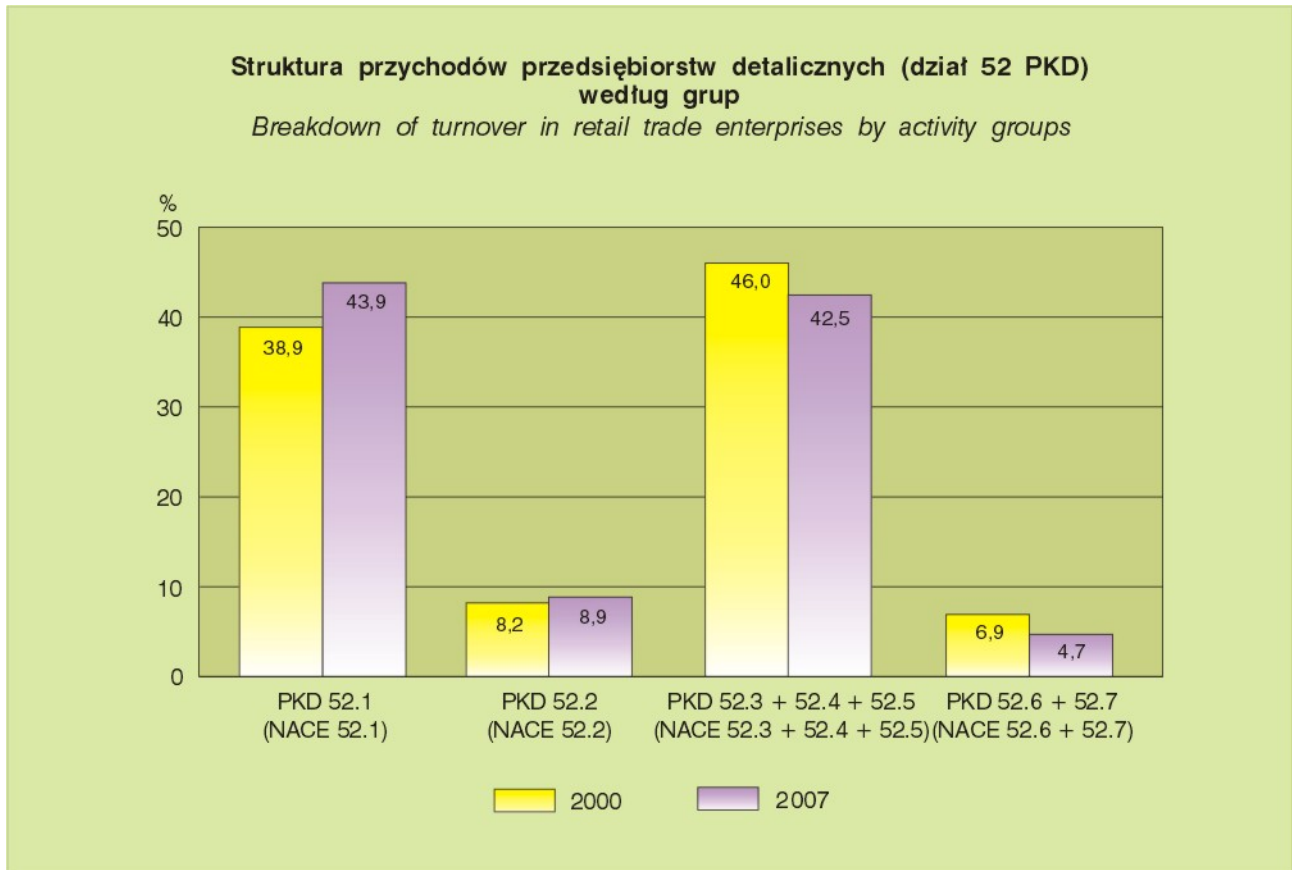
W 2007 r. przychody ogółem osiągnięte przez przedsiębiorstwa z sekcji G „Handel i naprawy”, była wyższa niż w 2006 r. o 11,6%. Znaczną część przychodów ogółem (54,4%) realizowały przedsiębiorstwa, w których pracuje do 49 osób. Udział przychodów ze sprzedaży towarów i materiałów stanowi 92,5% ogólnej wartości przychodów przedsiębiorstw.

W porównaniu z 2000 rokiem w 2007 roku w niektórych rodzajach działalności znacznie zmieniła się struktura przychodów ogółem realizowanych przez przedsiębiorstwa handlowe. Spośród przedsiębiorstw hurtowych wyższy był udział przychodów realizowanych w przedsiębiorstwach prowadzących sprzedaż łącznie: płodów rolnych i żywych zwierząt oraz półproduktów i odpadów pochodzenia nierolniczego oraz złomu (PKD 51.2 i 51.5), przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż hurtową maszyn, sprzętu i dodatkowego wyposażenia (PKD 51.8), jak również przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż hurtową artykułów użytku domowego (PKD 51.4). Niższy był natomiast udział przychodów realizowanych przez przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż hurtową realizowaną na zlecenie łącznie z pozostałą sprzedażą hurtową (PKD 51.1 i 51.9) oraz przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż hurtową żywności, napojów i wyrobów tytoniowych (PKD 51.3).

W zakresie przedsiębiorstw detalicznych wzrósł w porównaniu z rokiem 2000 udział przychodów przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż detaliczną w niewyspecjalizowanych sklepach (PKD 52.1), oraz przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż detaliczną żywności, napojów i wyrobów tytoniowych w sklepach wyspecjalizowanych (PKD 52.2). Zmalał natomiast 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). Niewielki spadek zanotowano również w grupie handel detaliczny prowadzony poza siecią sklepową i w naprawie artykułów użytku osobistego i domowego (PKD 52.6 i 52.7).

Strukturę przychodów przedsiębiorstw handlowych wg rodzaju działalności obrazują następujące wykresy:





Ważnym czynnikiem wpływającym na rentowność przedsiębiorstw handlowych jest wielkość i poziom marż handlowych. Średnia marża zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe na przestrzeni lat 2000-2006 utrzymywała się na zbliżonym poziomie i wynosiła ok. 18%. Ten sam trend utrzymał się również w 2007 roku. Zróżnicowanie poziomu zrealizowanych marż uzależnione jest od rodzaju działalności przedsiębiorstw, co obrazuje poniższe zestawienie

Wyszczególnienie	2000	2004	2005	2006	2007	Specification
	w %		in %			
Dział 50	14,7	13,3	13,3	13,1	12,8	Division 50
w tym:						of which:
50.1 sprzedaż pojazdów mechanicznych	14,0	10,1	10,1	10,7	9,9	50.1 sale of motor vehicles
50.3 sprzedaż części i akcesoriów do pojazdów mechanicznych.....	18,6	22,0	23,1	23,3	21,1	50.3 sale of motor vehicle parts and accessories
50.5 sprzedaż detaliczna paliw	12,8	10,0	9,7	9,6	10,0	50.5 retail sale of automotive fuel
Dział 51	16,6	15,0	14,3	14,8	15,3	Division 51
w tym:						of which:
51.1 sprzedaż hurtowa realizowana na zlecenie ^a	18,5	21,5	20,5	23,3	18,4	51.1 wholesale on a fee or contract ^a
51.2 sprzedaż hurtowa produktów rolnych i żywych zwierząt	20,7	15,0	11,7	13,3	14,2	51.2 wholesale of agricultural raw materials and live animals
51.3 sprzedaż hurtowa żywności, napojów i tytoniu	15,3	11,3	10,7	11,3	12,1	51.3 wholesale of food, beverages and tobacco
51.4 sprzedaż hurtowa artykułów użytku domowego i osobistego	17,9	17,2	16,1	17,9	18,7	51.4 wholesale of household goods
51.5 sprzedaż hurtowa półproduktów i odpadów pochodzenia nierolniczego oraz złomu	15,4	12,9	12,1	12,4	12,9	51.5 wholesale of non-agricultural intermediate products, waste and scrap
51.8 sprzedaż hurtowa maszyn, sprzętu i dodatkowego wyposażenia.....	16,4	11,9	14,7	14,8	15,4	51.8 wholesale of machinery, equipment and supplies
51.9 pozostała sprzedaż hurtowa	16,8	17,6	17,2	17,1	17,8	51.9 other wholesale
Dział 52	22,6	27,2	25,0	25,8	24,5	Division 52
w tym:						of which:
52.1 sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach	22,5	22,9	21,0	21,4	21,0	52.1 retail sale in non-specialized stores
52.2 sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych w wyspecjalizowanych sklepach.....	23,3	20,5	20,4	20,7	20,0	52.2 retail sale of food, beverages and tobacco in specialized stores
52.3 sprzedaż detaliczna wyrobów farmaceutycznych.....	16,8	30,4	27,9	30,1	25,8	52.3 retail sale pharmaceutical and medical goods, cosmetic and toilet articles
52.4 pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach	24,4	29,9	29,4	30,1	28,2	52.4 other retail sale of new goods in specialized stores
52.5 sprzedaż detaliczna artykułów używanych	27,9	44,2	56,0	56,5	51,9	52.5 retail sale second-hand goods in stores

a Prowizja

a Commision

Na przestrzeni lat 2000–2007 poziom marży handlowej w przedsiębiorstwach według działów kształtował się następująco: handel pojazdami od 12,8% do 16,9%, handel hurtowy od 14,3% do 16,6% i handel detaliczny od 22,6% do 27,2%.

W 2007 r. najwyższy wskaźnik marży osiągany był przez przedsiębiorstwa handlu detalicznego. W dziale obejmującym handel hurtowy najwyższe marże realizowały przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż hurtową artykułów użytku domowego i osobistego (18,7%). Podobnie jak w latach poprzednich, najniższy wskaźnik realizowały przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż hurtową żywności, napojów i wyrobów tytoniowych –12,1%.

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 handlowe⁶, dokonują zakupów bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych (ponad 48%), a ok. 27% u hurtowników, bezpośredni import stanowi prawie 23%. 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 prawie 25% dokonuje zakupów bezpośrednio z importu. Nadal jednak wysoki jest udział (ok. 22%) zakupów „hurtownik - hurtownik”.

Handel detaliczny w ponad 35% zaopatruje się w hurcie i w ponad 53% u krajowych producentów, bezpośredni import stanowi ponad 10%.

Przedsiębiorstwa własności zagranicznej dokonują zakupów bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych (prawie 50%), od hurtowników w prawie 15%, a bezpośredni import stanowi około 30%.

W strukturze przychodów przedsiębiorstw hurtowych około 40% przychodów pochodzi ze sprzedaży do hurtu, około 31% pochodzi od handlowców detalicznych a prawie 16% od producentów krajowych, a około 9% stanowią bezpośrednie wpływy od konsumentów indywidualnych.

W 2008 r. w rejestrze REGON odnotowano dalszy spadek o 11,3% liczby podmiotów sektora publicznego w sekcji G i o 2,5% w sekcji H. W wyniku tych zmian w sekcji G zarejestrowanych było 446 przedsiębiorstw należących do sektora publicznego a w sekcji H - 862 przedsiębiorstwa.

W 2008 r. liczba spółek prawa handlowego zarejestrowanych w systemie REGON oraz zaklasyfikowanych wg PKD do sekcji „G” wzrosła o 1,9% w porównaniu z 2007 r. W tym okresie także wzrosła (o 1,6%) liczba spółek kapitałowych (spółki akcyjne i z o.o.) prowadzących działalność handlową. W ramach spółek prawa handlowego odnotowano w 2008 r. również wzrost spółek z

⁶ Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

„czystym” kapitałem zagranicznym o 4,2% i ich liczba wyniosła ok. 15,7 tys. Udział spółek handlowych z kapitałem zagranicznym zarejestrowanych w sekcji „Handel i naprawy” w ogólnej liczbie spółek handlowych z kapitałem zagranicznym, wyniósł 37,4% i był o 0,4 pkt niższy niż przed rokiem. Z ogólnej liczby zarejestrowanych w rejestrze w tej sekcji w 2008 r. spółek handlowych z udziałem kapitału zagranicznego 73,7% było zaklasyfikowanych do działu „Handel hurtowy” (spadek o 0,1 pkt. procentowego), 20,8% do działu „Handel detaliczny” (wzrost o 0,2 pkt. procentowego), a 5,5% do działu „Handel pojazdami” (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 – 2008 obrazuje poniższe zestawienie:

Wyszczególnienie	2000	2005	2006	2007	2008	Specification
	w %		in %			
Krajowe prywatne.....	66,1	71,6	71,4	71,1	70,8	Private domestic companies
Zagraniczne.....	19,7	16,7	17,0	17,2	17,6	Foreign companies

W ogólnej liczbie zarejestrowanych przedsiębiorstw handlowych udział przedsiębiorstw z kapitałem zagranicznym w 2008 r. ukształtował się na poziomie 2,1% i był o 0,1 pkt. wyższy niż przed rokiem. W 2008 r. udział przedsiębiorstw zaklasyfikowanych do sekcji „Handel i naprawy” w rejestrze REGON wyniósł 30,2% i był o 1 pkt procentowy niższy niż przed rokiem. Natomiast udział przedsiębiorstw zaklasyfikowanych do sekcji „Hotele i restauracje” wyniósł podobnie jak w roku ubiegłym 3,1%. W ramach sekcji „Handel i naprawy” struktura przedsiębiorstw prowadzących działalność handlową ukształtowała się następująco – 23,9% to przedsiębiorstwa, których podstawowym rodzajem działalności jest handel hurtowy (wzrost o 0,1 pkt procentowego), 64,0% - handel detaliczny (spadek o 0,7 pkt. procentowego) oraz 12,0% - handel pojazdami (wzrost o 0,5 pkt. procentowego). Wśród ogółu przedsiębiorstw, dla których podstawowym rodzajem działalności jest handel, w 2008 r. 96,9% stanowią przedsiębiorstwa, w których pracuje nie więcej niż 9 osób. Udział tej grupy przedsiębiorstw zmniejszył się o 0,2 pkt. procentowego w porównaniu z rokiem ubiegłym.

Liczba przedsiębiorstw w handlu i gastronomii^a w 2008 r.*Number of enterprises in trade and catering^a in 2008*

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Ogółem <i>Total</i>	Udział w % <i>Share in %</i>	2007 = 100
Liczba przedsiębiorstw ogółem^b <i>Total enterprises^b</i>	3757093	100,0	101,9
w tym: <i>of which:</i>			
handel i naprawy ^Δ	1136409	30,2	98,8
<i>trade and repair^Δ</i>			
w tym: <i>of which:</i>			
handel hurtowy ^Δ	271981	7,2	99,5
<i>wholesale trade^Δ</i>			
handel detaliczny ^{Δc}	864428	23,0	98,6
<i>retail trade^{Δc}</i>			
hotele i restauracje	115136	3,1	101,7
<i>hotels and restaurants</i>			

a Obejmuje dział 55 Hotele i restauracje

b Stan wg REGON

c Dział 50 i 52 wg PKD2004

*a Including division 55 Hotels and restaurants**b As by REGON**c Divisions 50 and 52 according to NACE Rev.1.1***Obroty przedsiębiorstw handlowych***Turnover of trade enterprises*

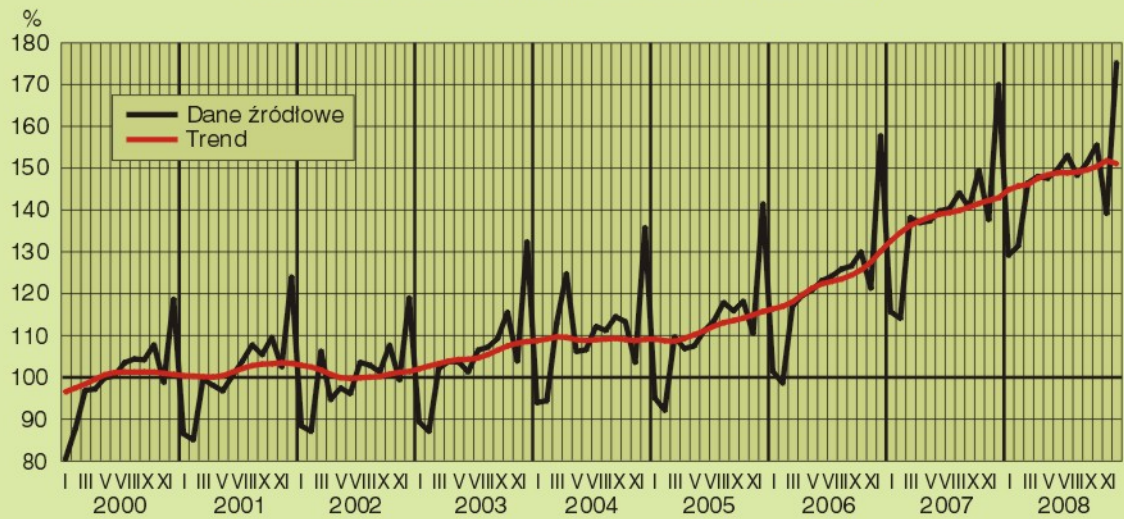
W 2008 roku zaobserwowano rosnący trend obrotów, realizowanych przez przedsiębiorstwa zaklasyfikowane do działu 52 według PKD 2004, jednak tempo wzrostu było wolniejsze niż w roku ubiegłym i wyniosło:

- o w przedsiębiorstwach detalicznych 7,1%
- o w przedsiębiorstwach sprzedających żywność, napoje, wyroby tytoniowe 0,4%
- o w przedsiębiorstwach sprzedających towary nieżywnościowe 11,4%.

W grupie przedsiębiorstw zaklasyfikowanych wg PKD do działu 50 i 52 średnioroczne tempo wzrostu dynamiki wyniosło 6,1%. W przedsiębiorstwach prowadzących sprzedaż pojazdów samochodowych tendencja rozwoju obrotów w drugiej połowie 2008 r. pogorszyła się. Średnie tempo wzrostu względem roku poprzedniego dla tej grupy przedsiębiorstw ukształtowało się na poziomie 10,1%. Natomiast w przedsiębiorstwach zajmujących się sprzedażą paliw na poziomie 1,7%.

Dynamika obrotów w cenach stałych w przedsiębiorstwach detalicznych^a (2000=100)

Deflated turnover of retail sale enterprises^a (2000=100)

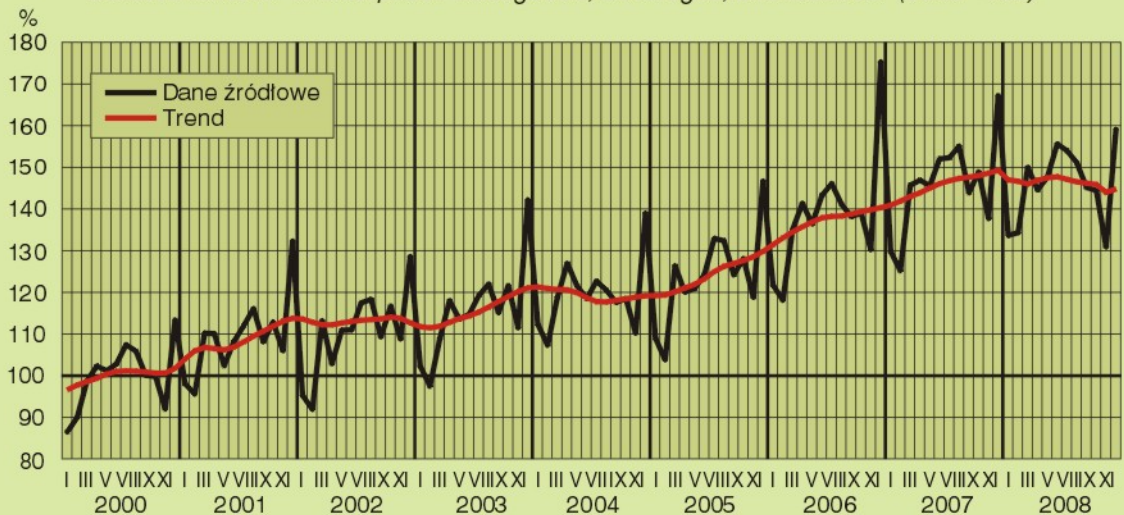


^a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do działu 52 bez grupy 52.7.

^a Enterprises classified according to NACE Rev. 1 into the division 52 without the group 52.7.

Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw – żywność, napoje, wyroby tytoniowe^a (2000=100)

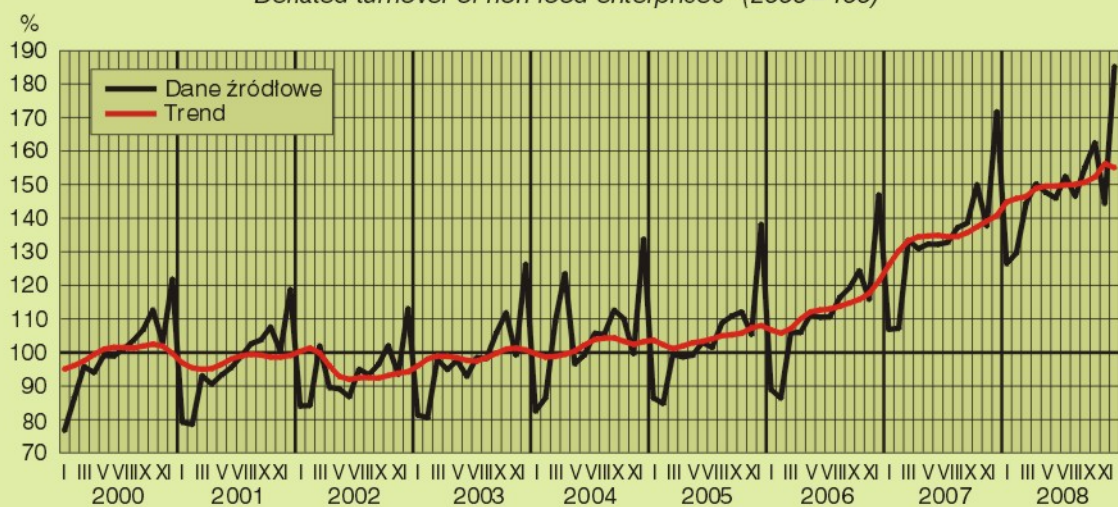
Deflated turnover of enterprises selling food, beverages, and tobacco^a (2000=100)



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

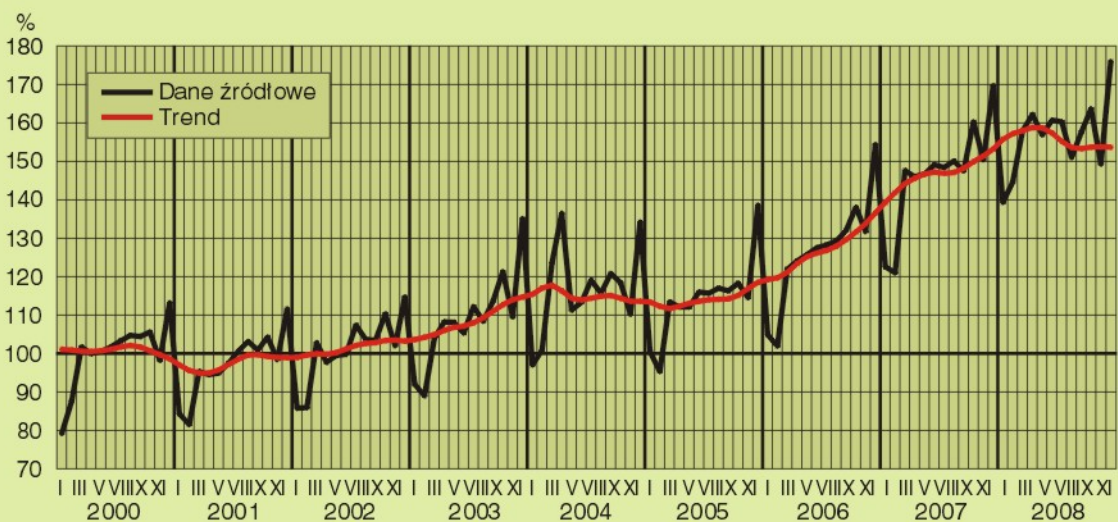
^a Enterprises classified according to NACE Rev. 1 into the class 52.11 and the group 52.2.

Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw nieżywnościowych^a (2000=100)
Deflated turnover of non-food enterprises^a (2000=100)

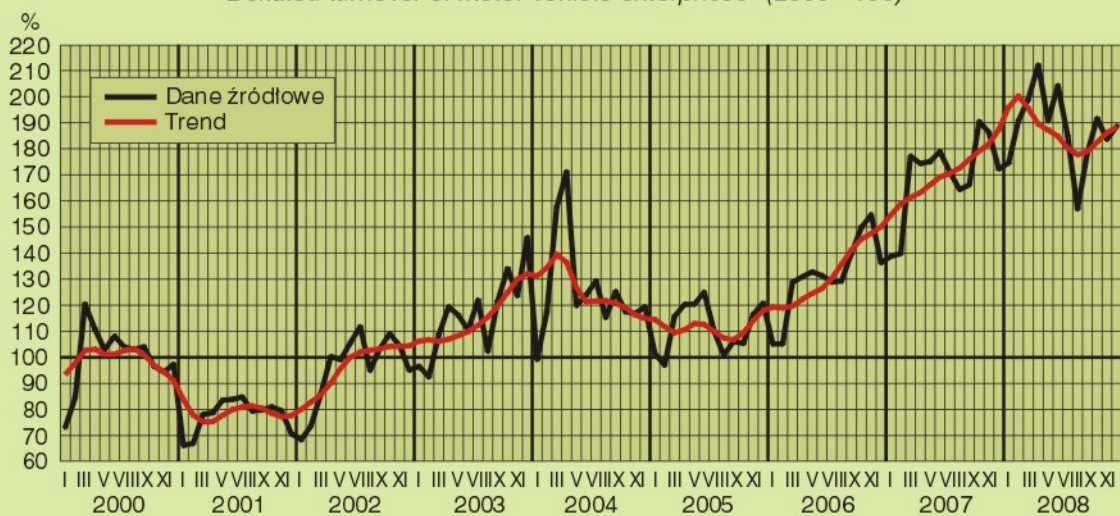


a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do klasy 52.12, i grup: 52.3 – 52.6.
 a Enterprises classified according to NACE Rev. 1 into the class 52.12, and the groups: 52.3 – 52.6.

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 into divisions 50 and 52 without the group 52.7 (2000=100)

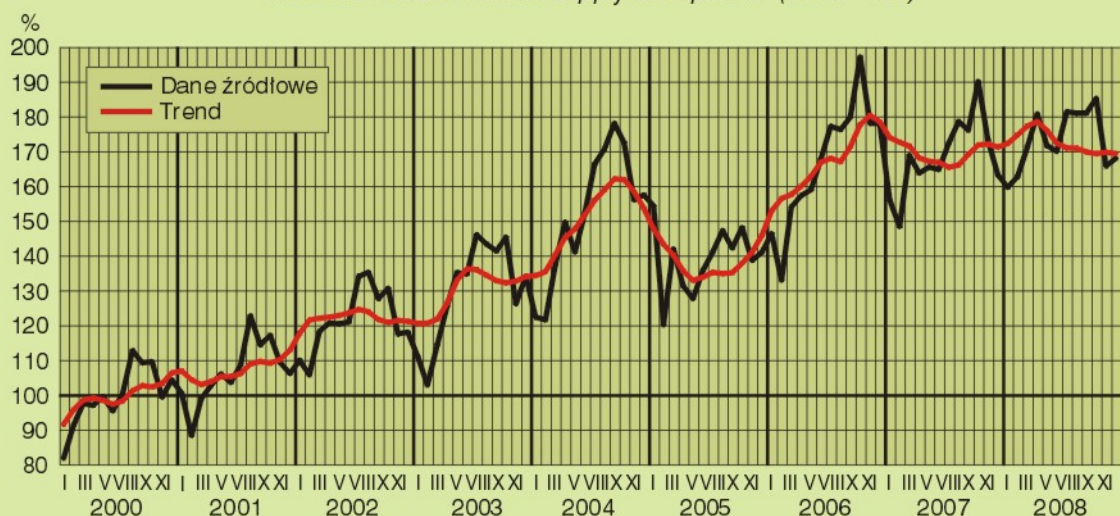


**Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw
– pojazdy samochodowe^a (2000=100)**
Deflated turnover of motor vehicle enterprises^a (2000=100)



^a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do grup: 50.1, 50.3, 50.4.
^a Enterprises classified according to NACE Rev. 1 into the groups: 50.1, 50.3, 50.4.

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

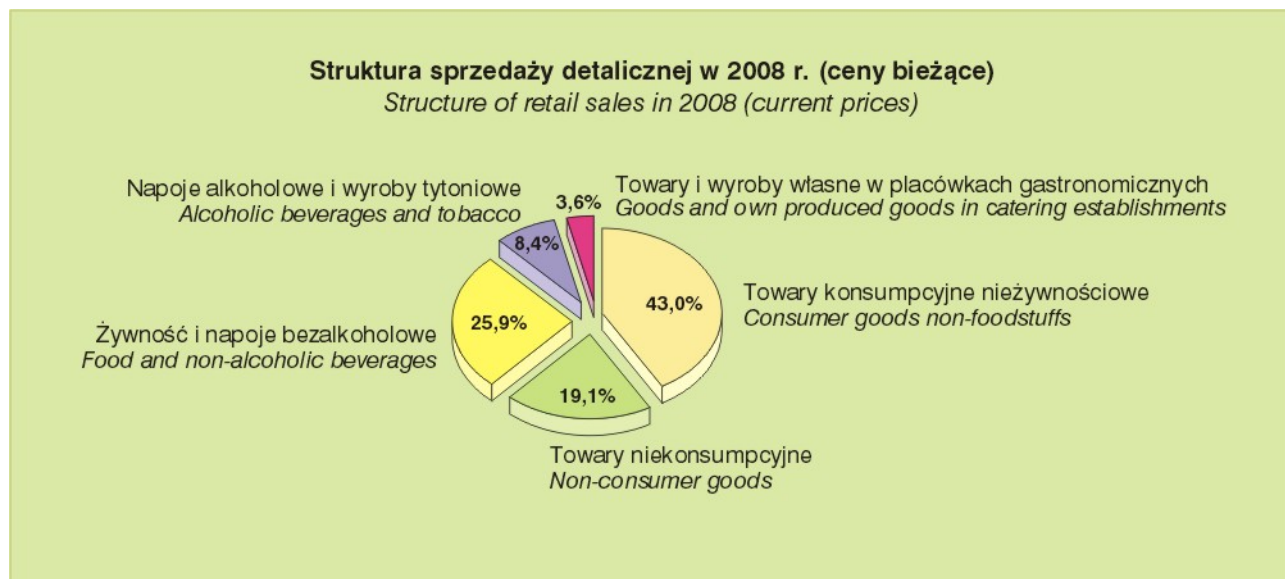


^a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do grupy 50.5.
^a Enterprises classified according to NACE Rev. 1 into the group 50.5.

Sprzedaż detaliczna

Retail sales

W 2008 r. sprzedaż detaliczna osiągnęła w cenach bieżących wartość 564,7 mld zł. Poprzez punkty sprzedaży detalicznej sprzedano towarów za 544,5 mld zł, z tego żywności i napojów bezalkoholowych za 146,5 mld zł, napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych za 47,5 mld zł i towarów nieżywnościowych za 350,4 mld zł. W placówkach gastronomicznych sprzedaż detaliczna wyniosła 20,2 mld zł.



Sprzedaż detaliczna według sektorów własności (ceny bieżące)

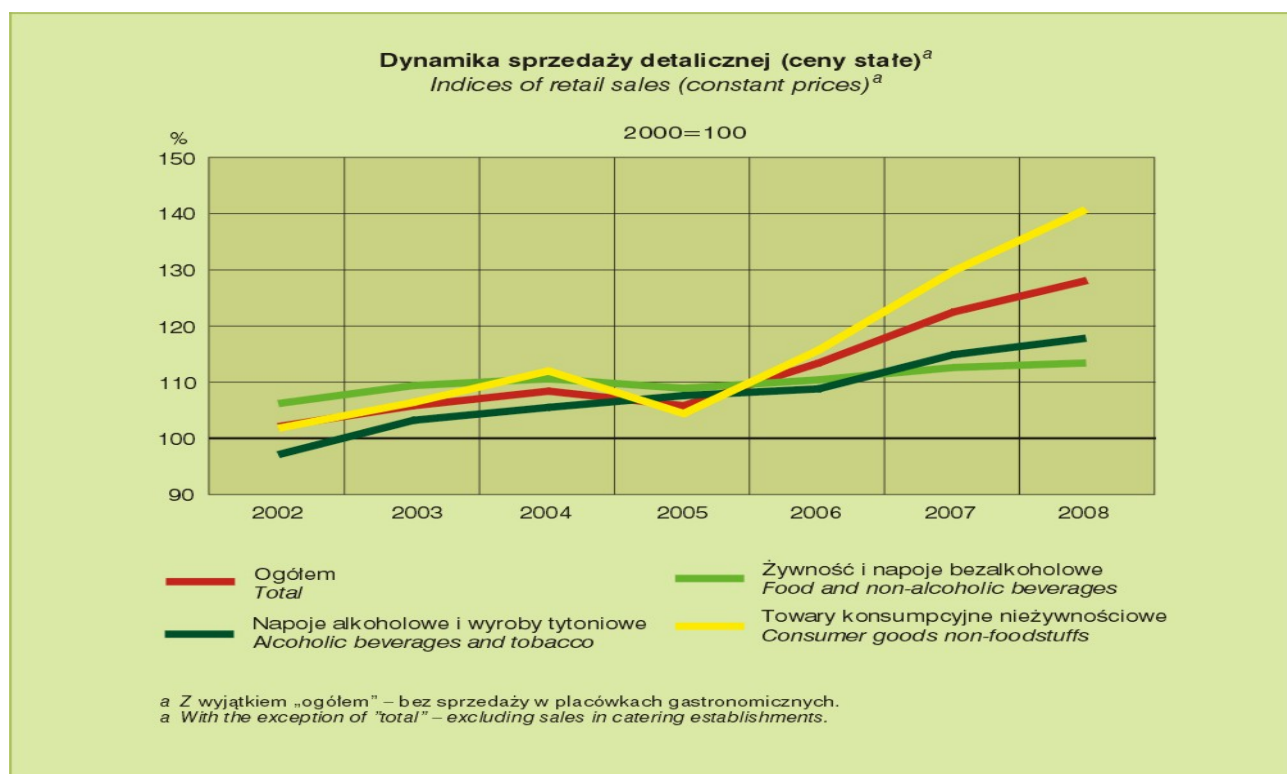
Retail sales by ownership sectors (current prices)

Wyszczególnienie Specification	Sprzedaż detaliczna Retail sales						
		ogółem total		sektor sector			
				publiczny public		prywatny private	
		mln zł	%	mln zł	%	mln zł	%
a - 2008							
b - 2007=100							
Ogółem Total	a	564665,0	100,0	7050,0	1,2	557615,0	98,8
	b	109,5	x	99,7	x	109,6	x
w tym przedsiębiorstwa handlowe of which trade enterprises	a	482037,6	100,0	3729,5	0,8	478308,1	99,2
	b	108,2	x	110,1	x	108,2	x

Sprzedaż detaliczna w latach 2006- 2008 (ceny bieżące)
Retail sales in 2006 - 2008 (current prices)

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2006	2007	2008	
	w mln zł <i>in mln zł</i>			2007=100
Ogółem <i>Total</i>	464510,6	515654,6	564665,0	109,5
żywność i napoje bezalkoholowe <i>food and non-alcoholic beverages</i>	141285,0	151150,3	161795,2	107,0
napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe..... <i>alcoholic beverages and tobacco</i>	44760,8	48552,0	52290,6	107,7
towary nieżywnościowe (bez wyrobów tytoniowych)..... <i>non-foodstuffs (excluding tobacco)</i>	278464,8	315952,4	350579,1	111,0

W 2008 r. odnotowano wzrost sprzedaży detalicznej w cenach stałych. Sprzedaż detaliczna w cenach stałych zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe była o 5,0% wyższa niż przed rokiem. Wyższy od przeciętnego wzrost odnotowano w sprzedaży towarów konsumpcyjnych nieżywnościowych (o 10,3%). Sprzedaż napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych wzrosła w porównaniu z rokiem poprzednim o 2,4%.



Punkty sprzedaży detalicznej

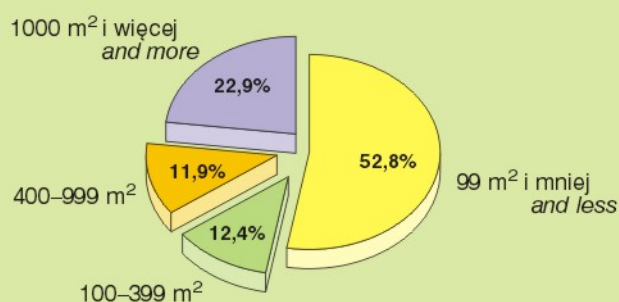
Retail sales outlets

Na koniec 2008 r. funkcjonowało na terenie kraju prawie 386 tys. sklepów. Oznacza to, że w stosunku do ubiegłego roku nastąpił wzrost liczby sklepów ogółem o 3,9%. Zwiększyła się liczba sklepów należących zarówno do podmiotów, w których liczba pracujących wynosi 9 i mniej osób (o 2,7%) jak i tych, w których liczba pracujących wynosi 10 i więcej osób (o 9,0%). Charakterystyczną cechą krajowego handlu detalicznego jest duży udział sklepów o powierzchni sprzedażowej do 99 m², które stanowią w ogólnej liczbie sklepów 92,4%.

W 2008 r. wzrosła o 13,6% liczba sklepów mających 400m² i więcej powierzchni sprzedażowej, a powierzchnia sprzedażowa w tej grupie sklepów wzrosła o 19,9%. Największy przyrost tych sklepów odnotowano w województwie warmińsko-mazurskim 20,1% pomorskim 19,8%, dolnośląskim 18,5% i mazowieckim 18,1%.

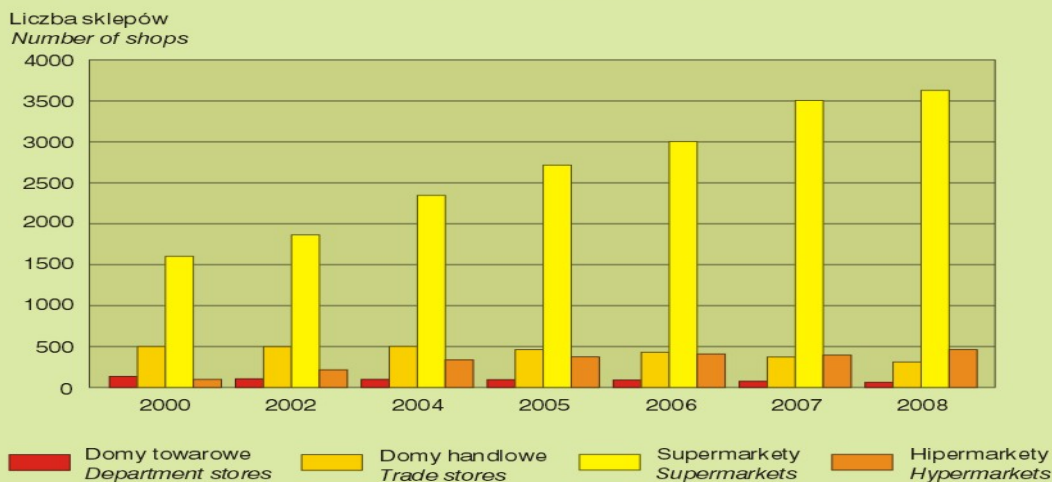
Struktura powierzchni sprzedażowej sklepów w 2008 r.

Structure of sales area of shops in 2008



Liczba sklepów wg wybranych form organizacyjnych

Number of shops selected by organization form



Wśród wielkopowierzchniowych obiektów handlowych największy udział stanowią supermarkety, których liczba w ostatnim roku wzrosła o 3,5% (wobec 16,7% w 2007 r.).

W konsekwencji tych przemian uległa zmianie struktura powierzchni sprzedażowej sklepów. W porównaniu z rokiem ubiegłym powierzchnia sprzedażowa zajmowana przez sklepy do 99 m² obniżyła się o 3,1 pkt (do 52,8% ogólnej powierzchni sprzedażowej), a wzrosła o 0,3 pkt dla sklepów w przedziale 100-399 m² (do 12,4%), o 0,3 pkt dla sklepów w przedziale 400-999 m² (do 11,9%) oraz o 2,5 pkt dla sklepów o powierzchni sprzedażowej 1000 m² i więcej (do 22,9%).

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 15,3%, a powierzchni sprzedażowej 27,3%, co stanowi, iż średnia powierzchnia w tych sklepach wyniosła 813 m² (odpowiednio w sklepach przedsiębiorstw własności prywatnej krajowej - 155 m²). Natomiast udział liczby tych sklepów w liczbie sklepów ogółem wyniósł 2,0% wobec 1,8% w 2007 r.

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

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2007	2008
Liczba sklepów z kapitałem zagranicznym..... <i>Number of shops with foreign capital</i>	6755	7786
Udział w ogółem sklepach w % <i>Share in total shops in %</i>	1,8	2,0
Powierzchnia sklepów z kapitałem zagranicznym w m ² <i>Sales area of shops with foreign capital in m²</i>	4971496	6328707
Udział w powierzchni ogółem w % <i>Share in total sales area in %</i>	17,6	20,4

Targowiska stałe i sezonowe wciąż odgrywają dużą rolę w infrastrukturze handlowej. Na koniec 2008 r. w urzędach gminnych w całym kraju zarejestrowanych było 2261 stałych targowisk, w tym z przewagą sprzedaży drobnodetalicznej - 2029.

Analizując targowiska stałe można zauważyć nieznaczny spadek ich liczby o 1,0% w stosunku do roku ubiegłego. Największy spadek odnotowano w woj. śląskim, gdzie było ich mniej o 9. Miało to wpływ na spadek powierzchni targowisk stałych w tym województwie o 1,1% .

W 2008 r. w woj. mazowieckim, śląskim i wielkopolskim znajdowało się 33,7% ogółu targowisk stałych w kraju i był to spadek o 0,5 pkt procentowego w stosunku do roku ubiegłego. Jednocześnie zauważono,

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

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

że ich udział w ogólnej powierzchni targowisk stałych wyniósł 39,2 % i był o 1,0 pkt niższy niż przed rokiem.

Na targowiskach handlowano w ok. 111 tys. stałych punktach sprzedaży drobnodetalicznej, wśród których 73,7 tys. otwartych było codziennie.

Uzupełnieniem stałej sieci targowiskowej były targowiska sezonowe. W 2008 r. odnotowano ich 8262, co oznacza wzrost w stosunku do roku ubiegłego o 24,4%.

Roczne wpływy z opłaty targowej, w stosunku do ubiegłego roku, nieznacznie wzrosły i wyniosły 264913,5 tys. złotych.

Gastronomia

Catering

Na koniec 2008 r. działało w kraju 81 tys. placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych). Najliczniej reprezentowane były bary, które stanowiły 40,9% wszystkich placówek, i kolejno punkty gastronomiczne 35,8%, restauracje 16,9% i stołówki 6,4%.

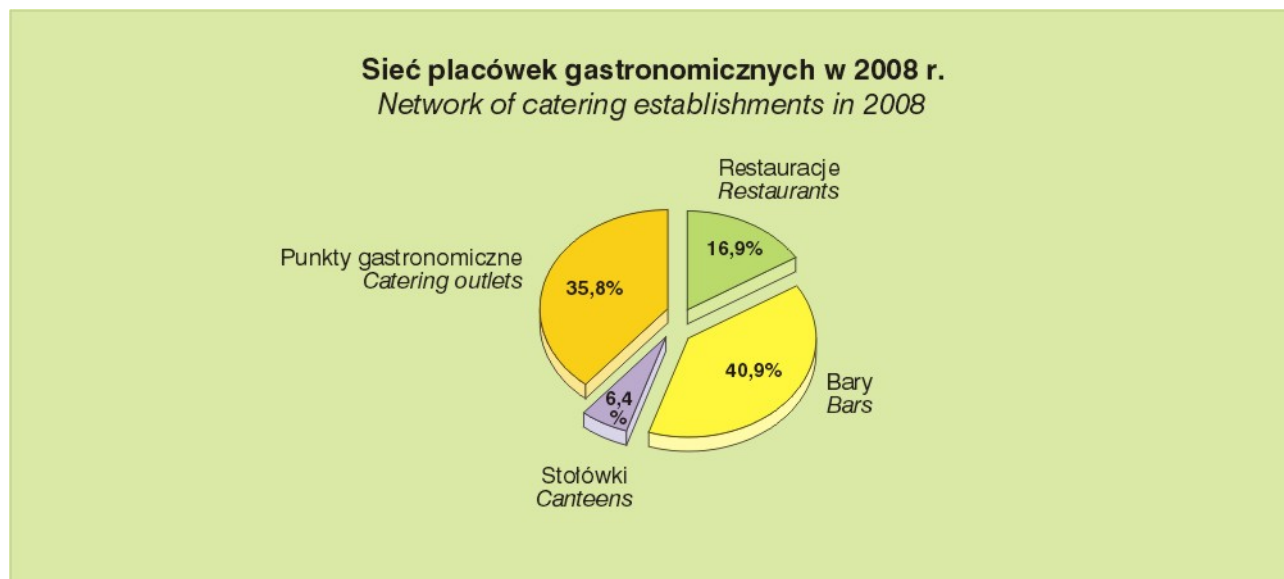
Ogólna liczba placówek gastronomicznych w 2008 r. w porównaniu z rokiem poprzednim zmniejszyła się o 6,7 %, natomiast w 2007 r. o 1,5%.

Liczba placówek gastronomicznych *Number of catering establishments*

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Ogółem <i>Total</i>	Sektor <i>Sector</i>	
		publiczny <i>public</i>	prywatny <i>private</i>
a – 2008 b - 2007=100			
Liczba placówek gastronomicznych..... a <i>Number of catering establishments</i> b	81131 93,3	1863 83,3	79268 93,5
restauracje..... a <i>restaurants</i> b	13731 113,3	168 105,0	13563 113,4
bary..... a <i>bars</i> b	33151 89,7	341 98,6	32810 89,6
stołówki a <i>canteens</i> b	5207 85,0	961 73,0	4246 88,3
punkty gastronomiczne a <i>catering outlets</i> b	29042 91,4	393 94,9	28649 91,3

Rok 2008 był kolejnym w którym nastąpił przyrost liczby restauracji i spadek liczby innych rodzajów placówek gastronomicznych. Liczba restauracji wzrosła o 1612 jednostek, zaobserwowano natomiast spadek liczby barów o 3796 jednostek, stołówek o 921 jednostek oraz punktów gastronomicznych o 2737 jednostek.

Sektor prywatny w gastronomii obejmuje 97,7 % wszystkich placówek gastronomicznych, (wzrost o 1,4 %) w tym: 98,8% restauracji, 99,0% barów, 81,9 % stołówek i 98,6% punktów gastronomicznych. W sektorze publicznym znajduje się zaledwie 2,3% ogółu placówek.



Przychody ogółem z działalności gastronomicznej wyrażone w cenach bieżących wyniosły w 2008 r. ok. 20,8 mld zł i w porównaniu z rokiem ubiegłym wzrosły o ok. 0,7 mld (w cenach stałych były niższe o ok. 2,4 %). 64,0% tej wartości pochodziło z produkcji gastronomicznej, 33,2 % - ze sprzedaży towarów handlowych (w tym 22,9% ze sprzedaży alkoholu i wyrobów tytoniowych), a 2,7 % z pozostałej działalności. Duży wzrost przychodów wystąpił przede wszystkim w zakresie produkcji gastronomicznej w sektorze prywatnym.

W wieloletniej perspektywie obserwuje się systematyczny wzrost liczby restauracji czyli placówek o najwyższym standardzie obsługi. Rosnący udział przychodów z produkcji gastronomicznej i malejący przychodów ze sprzedaży towarów handlowych w placówkach gastronomicznych wskazuje na coraz większy rozwój asortymentu artykułów żywnościowych przygotowywanych na miejscu do spożycia.

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

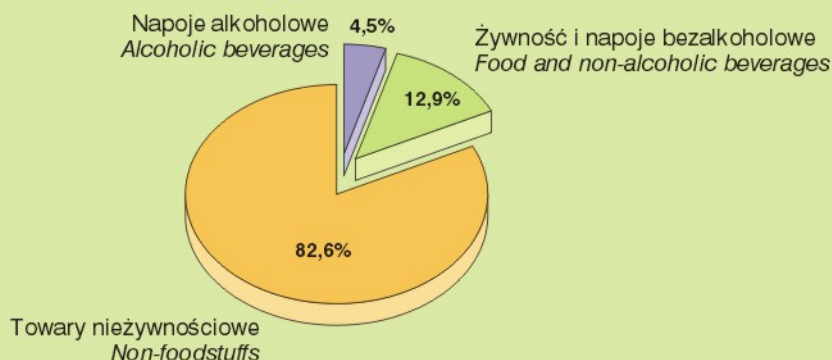
Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Ogółem <i>Total</i>	Sektor <i>Sector</i>	
		publiczny <i>public</i>	prywatny <i>private</i>
a – 2008 b – 2007=100		w mln zł	<i>in mln zł</i>
Przychody ogółem	a 20777,4	641,7	20135,7
<i>Revenues total</i>	b 103,6	95,8	103,8
ze sprzedaży towarów	a 6905,0	118,1	6786,9
<i>from sales of commodities</i>	b 91,2	92,0	91,1
w tym ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych ...	a 4760,4	56,9	4703,5
<i>of which from the sale of alcoholic beverages and tobacco</i>	b 96,2	93,4	96,3
z produkcji gastronomicznej	a 13299,2	500,2	12799,0
<i>from catering production</i>	b 111,8	96,4	112,5
z pozostałej działalności	a 573,2	23,4	549,8
<i>from other activity</i>	b 97,8	119,4	97,0

Sprzedaż hurtowa*Wholesale*

Sprzedaż hurtowa w 2008 r. w przedsiębiorstwach handlowych wyniosła (w cenach bieżących) ok. 795,4 mld zł, z tego w sektorze publicznym ok. 20,8 mld zł, a w sektorze prywatnym ok. 774,6 mld zł. Wzrost sprzedaży hurtowej w stosunku do poprzedniego roku wyniósł 6,7 %.

W strukturze sprzedaży hurtowej udział sprzedaży żywności i napojów bezalkoholowych stanowił 12,9%, napojów alkoholowych 4,5%, natomiast towarów nieżywnościowych - 82,6%, co wskazuje na utrzymanie się struktury na podobnym poziomie do lat ubiegłych.

Struktura sprzedaży hurtowej w 2008 r. (ceny bieżące)
Structure of wholesale in 2008 (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 2007 r., wzrosła w nich o 11,4%, przy czym sprzedaż żywności i napojów bezalkoholowych zwiększyła się o 14,2%, a sprzedaż towarów nieżywnościowych o 12,1%, spadła natomiast sprzedaż napojów alkoholowych o 2,1%. W ogólnej wartości sprzedaży dużych przedsiębiorstw udział sprzedaży żywności wyniósł 12,4%, napojów alkoholowych – 5,8%, towarów nieżywnościowych (konsumpcyjnych i niekonsumpcyjnych) – 81,8%.

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

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Sprzedaż hurtowa		<i>Wholesale</i>		
	ogółem	żywność i napoje bezalkoholowe	napoje alkoholowe	towary nieżywnościowe	
a – 2008	<i>total</i>	<i>food and non-alcoholic beverages</i>	<i>alcoholic beverages</i>	<i>non-foodstuffs</i>	
b – 2007=100					
		w mln zł		<i>in mln zł</i>	
Ogółem	a	795375,7	102902,4	35473,3	656950,0
<i>Total</i>	b	106,7	104,3	107,1	107,0
w tym o liczbie pracujących powyżej 49 osób	a	379765,6	47090,9	22026,4	310648,3
<i>of which enterprises employing more than 49 persons</i>	b	111,4	114,2	97,9	112,1

Zaopatrzenie rynku

Supply

W 2008 r. **dostawy**⁷ większości badanych artykułów konsumpcyjnych żywnościowych oraz nieżywnościowych były wyższe w porównaniu z 2007 r. Wśród badanych **artykułów żywnościowych** znacznie wyższe niż przed rokiem były dostawy m.in. konserw warzywnych – o 38,0% oraz marynat z ryb – o 26,2%. W granicach 10-20% wzrosły dostawy m.in. czekolady, wódki czystej o objętościowej mocy alkoholu $\leq 45,4\%$, kompotów i owoców pasteryzowanych – o 31,5% oraz konserw i prezerw z ryb. Poniżej 10% zwiększyły się dostawy makaronu, ryb morskich mrożonych, masła i innych tłuszczów otrzymywanych z mleka oraz zup i bulionów oraz przetworów z nich.

Znacząco niższe niż w roku poprzednim były dostawy m.in. owoców i orzechów mrożonych, nawet z dodatkiem cukru niegotowanych lub gotowanych – o 29,7% oraz kasz i grysików razem – o 23,9%. W granicach 10-20% zmniejszyły się dostawy m.in. mleka i śmietany w postaci stałej, mąki pszennej, dżemów owocowych oraz wermutu i innych win ze świeżych winogron przyprawionych roślinami lub substancjami aromatycznymi. Poniżej 10% spadły dostawy m.in. spirytusu (alkoholu etylowego) rektyfikowanego, win i miodów pitnych, mąki żytniej, cukru i ryżu.

W 2008 r. odnotowano znaczny udział importu, wyższy niż w 2007 r., w podaży m.in. ryżu – 95,1% (o 8,5 pkt), ryb morskich mrożonych – 94,1% (wzrost o 2,2 pkt) oraz win gronowych (łącznie z wermutem) – 89,3% (o 2,2 pkt). Znaczny udział importu, ale niższy niż w 2007 r. odnotowano w podaży ekstraktów, esencji i koncentratów kawy w formie stałej – 87,3% (spadek o 1,4 pkt) oraz marynat z ryb – 86,0% (o 4,4 pkt).

W 2008 r. wśród badanych **artykułów nieżywnościowych**, w porównaniu z 2007 r., odnotowano wysoki wzrost dostaw m.in. okryć i ubiorów z dzianin – o 57,3%, maszyn pralniczych automatycznych – o 47,4% oraz chłodziarek i zamrażarek typu domowego – o 33,7%. W granicach 10–30% zwiększyły się dostawy m.in. młynków i mikserów spożywczych, sokowirówek, z własnym silnikiem elektrycznym, stosowanych w gospodarstwie domowym; żarówek ogólnego przeznaczenia, bielizny osobistej z tkanin oraz nowych samochodów osobowych ogólnego przeznaczenia. Poniżej 10% wzrosły dostawy m.in. preparatów do mycia, prania i czyszczenia; papieru toaletowego; sprzętu gospodarstwa domowego elektromechanicznego, z własnym silnikiem elektrycznym oraz odbiorników telewizyjnych.

Znacznie niższe niż w 2007 r. były dostawy m.in. tkanin lnianych – 49,6%, tkanin z jedwabiu lub odpadów jedwabiu – 34,8% oraz odbiorników radiowych – 26,1%. W granicach 10-25% obniżyły się

⁷ 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; patrz notka str. 107.

dostawy m.in. odkurzaczy typu domowego, kosmetyków do pielęgnacji włosów, obuwia ogółem, tkanin bawełnianych. Poniżej 10% spadły dostawy tkanin syntetycznych, mydła do pielęgnacji ciała, tkanin wełnianych oraz opon do pojazdów samochodowych osobowych.

W 2008 r. odnotowano znaczny udział importu, wyższy niż w 2007 r. w podaży m.in. obuwia ogółem – 87,7 (o 3,5 pkt), kosmetyków do pielęgnacji włosów – 66,1 (o 10,4 pkt) oraz tkanin bawełnianych – 60,5 (o 5,2 pkt). Znaczny udział importu, ale niższy niż w 2007 r. odnotowano w podaży m.in. sprzętu gospodarstwa domowego elektromechanicznego, z własnym silnikiem elektrycznym – 79,2% (o 2,7 pkt) oraz okryć i ubiorów z dzianin – 56,1% (o 13,7 pkt).

Wartość zapasów badanych przedsiębiorstw⁸ na koniec grudnia 2008 roku wynosiła 163,1 miliardów złotych i była o 10,5 % wyższa niż przed rokiem, w tym w przetwórstwie przemysłowym o 4,8 % oraz w handlu i naprawach o 11,1 %. Udział zapasów w przetwórstwie przemysłowym w zapasach ogółem spadł o 2,9 pkt procentowe do 52,8 %, a w handlu i naprawach wzrósł o 0,1 pkt procentowego do 30,5 %.

W porównaniu z 2007 rokiem wzrosły udziały wartości zapasów towarów z 35,6% do 36,2% produktów gotowych z 17,1% do 17,2% półproduktów i produktów w toku z 14,2% do 14,6% , oraz zapasów pozostałych z 1,6% do 1,8% . Zmniejszył się natomiast udział zapasów materiałów z 31,5% do 30,2% .

W 2008 r. **średnioroczne wielkości stanów zapasów** większości badanych **artykułów żywnościowych** w magazynach producentów⁹ były wyższe niż przed rokiem. Powyżej 30% wzrosły zapasy mięsa drobiowego, wódek, likierów i innych alkoholi w przeliczeniu na 100% , kasz i grysików oraz ryżu. W mniejszym stopniu wzrosły zapasy tłuszczów topionych, masła oraz innych tłuszczów otrzymywanych z mleka, win i miodów pitnych, warzyw mrożonych, wędlin, makaronów, dżemów owocowych , serów i twarogów oraz cukierków. Zmalały zapasy mięsa wieprzowego, mięsa surowego ze zwierząt rzeźnych, czekolady, piwa, kawy mąki, mięsa wołowego i cielęcego . W dużym stopniu zmalały zapasy papierosów z tytoniu.

W grupie badanych konsumpcyjnych **artykułów nieżywnościowych** w magazynach producentów **średnioroczne wielkości stanów zapasów** w 2008 roku były wyższe niż przed rokiem. Powyżej 30% wzrosły zapasy zegarów, odbiorników radiowych, mebli , obuwia i odbiorników telewizyjnych. W

⁸ 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”, „Rybacktvo”, „Pośrednictwo finansowe”), w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

⁹ W przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 49 osób.

mniejszym stopniu wzrosły zapasy tkanin syntetycznych, rajstop i rajtuz, odkurzaczy typu domowego, chłodziarek i zamrażarek typu domowego, okryć i ubiorów z dzianin i opon do pojazdów samochodowych.

W stosunku do 2007 roku uległy zmniejszeniu stany zapasów samochodów osobowych, preparatów do mycia, prania i czyszczenia, żarówek, tkanin bawełnianych, kieliszków i szklanek, tkanin lnianych, mebli kuchennych oraz zegarów i zegarków.

W okresie pięcioletnim systematyczne tendencje wzrostowe w grupie zapasów konsumpcyjnych artykułów żywnościowych odnotowano w przypadku średniorocznych zapasów boczku wieprzowego, konserw, wędlin i wyrobów wędliniarskich z drobiu, konserw warzywnych, żywności preparowanej otrzymywanej przez prażenie lub spiecznienie, likierów, wód mineralnych i napojów bezalkoholowych oraz serów i twarogów. Zapasy artykułów wykazujących do tej pory tendencje spadkowe w 2008 roku w większości przypadków utrzymały się na poziomie zeszłorocznym lub nieznacznie wzrosły.

W tym samym okresie w grupie zapasów artykułów nieżywnościowych systematyczne tendencje wzrostowe odnotowano m.in. w przypadku zapasów mydła i produktów organicznych powierzchniowo czynnych, odbiorników radiowych i odbiorników telewizji kolorowej oraz chłodziarek i zamrażarek typu domowego. Tendencje spadkowe w okresie pięcioletnim wykazały zapasy bielizny pościelowej, blezerów, pulowerów, swetrów, kamizelek i podobnych wyrobów dzianych, szkła stołowo-kuchennego, chłodziarek domowych z wyłączeniem przeznaczonych do wbudowania oraz maszyn liczących, księgujących i kas rejestrujących.

TABLICE
TABLES

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>	2007 =100	w liczbach bezwzględnych <i>in absolute numbers</i>	w % <i>in %</i>	2007 =100
OGÓŁEM 2007 Total 2008	3685608 3757093	x x	x 101,9	2787650 2845321	x x	x 102,1
w tym usługi <i>of which services</i>	2817216 2857304	100,0 100,0	x 101,4	2085126 2111508	100,0 100,0	x 101,3
Handel i naprawy ^Δ <i>Trade and repair</i> ^Δ	1149810 1136409	40,8 39,8	x 98,8	935812 924814	44,9 43,8	x 98,8
Hotele i restauracje <i>Hotels and restaurants</i>	113263 115136	4,0 4,0	x 101,7	89997 91329	4,3 4,3	x 101,5
Transport, gospodarka magazynowa i łączność <i>Transport, storage and communication</i>	263423 269154	9,3 9,4	x 102,2	236393 241827	11,3 11,4	x 102,3
Pośrednictwo finansowe <i>Financial intermediation</i>	133020 137137	4,7 4,8	x 103,1	121292 125125	5,8 5,9	x 103,2
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ <i>Real estate, renting and business activities</i>	611339 634064	21,7 22,2	x 103,7	390410 401554	18,7 19,0	x 102,9
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenie społeczne i zdrowotne ^Δ <i>Public administration and defence; compulsory social security</i>	26841 26965	1,0 1,0	x 100,5	40 108	0,0 0,0	x 270,0
Edukacja <i>Education</i>	95407 97181	3,4 3,4	x 101,9	43320 45922	2,1 2,2	x 106,0
Ochrona zdrowia i opieka społeczna <i>Health care and social welfare</i>	165792 174658	5,9 6,1	x 105,3	145171 153684	7,0 7,3	x 105,9
Pozostała działalność usługowa ^Δ <i>Other community, social and personal service activities</i>	258247 266514	9,2 9,3	x 103,2	122691 127145	5,9 6,1	x 103,6
Organizacje i zespoły eksterytorialne <i>Extra-territorial organisations and bodies</i>	74 86	0,0 0,0	x 116,2	- -	- -	- -

Źródło: Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w 2008
Source: Structural changes in the groups of entities of the national economy in 2008

TABL. 2. WARTOŚĆ DODANA BRUTTO WEDŁUG SEKCJI W LATACH 2000, 2007, 2008 (w cenach bieżących)*
 GROSS VALUE ADDED BY SECTIONS IN YEARS 2000, 2007, 2008 (in current prices)*

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2000		2007		2008	
	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>
OGÓLEM	662 224	100,0	1 029 442	100,0	1 114 591	100,0
Total						
w tym usługi <i>of which services</i>	419 417	63,4	659 204	64,1	716 013	64,3
Handel i naprawy ^Δ <i>Trade and repair^Δ</i>	128 877	19,4	188 743	18,3	201 090	18,0
Hotele i restauracje..... <i>Hotels and restaurants</i>	8 311	1,3	11 920	1,2	13 756	1,2
Transport, gospodarka magazynowa i łączność <i>Transport, storage and communication</i>	43 418	6,6	72 188	7,0	78 268	7,0
Pośrednictwo finansowe..... <i>Financial intermediation</i>	32 588	4,9	54 162	5,2	58 578	5,3
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ <i>Real estate and business activities</i>	87 054	13,1	141 646	13,8	154 398	14,0
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ <i>Public administration and defence; compulsory social security</i>	40 114	6,1	59 624	5,8	66 445	6,0
Edukacja	29 192	4,4	49 464	4,8	52 704	4,7
Ochrona zdrowia i opieka społeczna	21 600	3,3	37 776	3,7	41 905	3,8
Pozostała działalność usługowa ^Δ <i>Other service activities</i>	24 266	3,7	38 019	3,7	42 775	3,8
Gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników..... <i>Private households with employed persons</i>	3 997	0,6	5 662	0,6	6 094	0,5

Źródło: Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2000-2007, GUS, Warszawa, lipiec 2009;
 Source: National accounts by institutional sectors and sub-sectors 2000-2007, Central Statistical Office, Warsaw, July 2009;

* W związku z zaokrągleniami danych w postaci wartości absolutnych udziały w % mogą się różnić nieznacznie od wielkości uzyskanych z obliczeń własnych na podstawie danych zamieszczonych w tabeli 2.

*In connection with rounding data in the absolute values the shares in % can differ slightly from shares compiled on the basis of data included in table 2.

TABL. 3. PRACUJĄCY WEDŁUG SEKCJI Stan w dniu 31 XII
 EMPLOYED PERSONS BY SECTIONS As of 31 XII

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2007		2008	
	w tysiącach <i>in thous</i>	w % <i>in %</i>	w tysiącach <i>in thous</i>	w % <i>in %</i>
OGÓLEM	13 771,1	100	14037,2	100
Total				
w tym usługi <i>of which services</i>	7 697,8	55,9	7951,8	56,6
Handel i naprawy ^Δ	2 193,7	15,9	2268,8	16,2
<i>Trade and repair^Δ</i>				
Hotele i restauracje	239,9	1,7	275,9	2,0
<i>Hotels and restaurants</i>				
Transport, gospodarka magazynowa i łączność..	773,1	5,6	809,1	5,8
<i>Transport, storage and communication</i>				
Pośrednictwo finansowe	327,6	2,4	346,1	2,4
<i>Financial intemediation</i>				
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ	1 091,5	7,9	1132,6	8,1
<i>Real estate and business activities</i>				
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ	895,7	6,5	919,4	6,5
<i>Public administration and defence; compulsory social security</i>				
Edukacja.....	1 033,0	7,5	1038,5	7,4
<i>Education</i>				
Ochrona zdrowia i opieka społeczna	737,6	5,4	747,6	5,3
<i>Health care and social welfare</i>				
Pozostała działalność usługowa ^Δ	405,7	2,9	413,8	2,9
<i>Other service activities</i>				

TABL. 4. PRZECIĘTNE ZATRUDNIENIE, PRZECIĘTNE MIESIĘCZNE WYNAGRODZENIE BRUTTO
WEDŁUG SEKCJI W 2008 R.
AVERAGE PAID EMPLOYMENT, AVERAGE MONTHLY GROSS WAGE AND SALARIES BY SECTIONS IN 2008

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Przeciętne zatrudnienie <i>Average paid employment</i>			Przeciętne wynagrodzenie brutto <i>Average gross wage and salaries</i>		
	w tysiącach <i>in thous.</i>	w % <i>in %</i>	2007=100	w zł <i>in zł</i>	w % <i>in %</i>	2007=100
OGÓLEM <i>Total</i>	9850,8	100	104,9	2942,2	100	110,1
w tym usługi <i>of which services</i>	x	x	x	x	x	x
Handel i naprawy ^Δ <i>Trade and repair^Δ</i>	1608,6	16,3	108,5	2433,4	82,7	110,9
Hotele i restauracje <i>Hotels and restaurants</i>	183,4	1,9	112,3	1840,5	62,6	110,8
Transport, gospodarka magazynowa i łączność <i>Transport, storage and communication</i>	675,3	6,9	108,7	3074,6	104,5	109,7
Pośrednictwo finansowe <i>Financial intemediation</i>	280,8	2,9	108,5	5051,3	171,7	103,5
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ <i>Real estate and business activities</i>	846,5	8,6	108,5	3069,8	104,3	108,3
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ <i>Public administration and defence; compulsory social security</i>	586,8	6,0	102,1	3799,0	129,1	112,8
Edukacja..... <i>Education</i>	1007,0	10,2	100,1	2962,2	100,7	109,2
Ochrona zdrowia i opieka społeczna..... <i>Health care and social welfare</i>	654,3	6,6	101,5	2868,4	97,5	116,4
Pozostała działalność usługowa ^Δ <i>Other community, social and personal service activities</i>	291,8	3,0	105,3	2715,9	92,3	108,3

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

Wyszczególnienie	2007	2008	2007	2008	Specification
	Sekcja "G" handel i naprawy ^Δ Section "G" trade and repairs ^Δ		Sekcja "H" hotele i restauracje Section "H" hotels and restaurants		
OGÓLEM	1149810	1136409	113263	115136	TOTAL
w tym:					<i>of which:</i>
Przedsiębiorstwa państwowe	63	40	5	3	<i>State-owned enterprises</i>
Spółki	209911	207688	22414	22958	<i>Companies</i>
z tego					
prawa handlowego	87652	89300	6035	6517	<i>commercial law</i>
w tym:					<i>of which:</i>
akcyjne	1803	1765	97	101	<i>joint- stock</i>
z.o.o	70540	71754	5228	5577	<i>limited liability</i>
cywilne	122258	118387	16379	16441	<i>civil law</i>
Spółdzielnie	3158	2965	56	63	<i>Co-operatives</i>
Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą	935812	924814	89997	91329	<i>Natural persons conducting economic activity</i>

^a Zarejestrowanych w rejestrze REGON.

^a Recorded in the REGON register.

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

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2007	2008
OGOLEM.....	317540	327316
TOTAL		
do 2 sklepów	311520	320808
<i>up to 2 shops</i>		
3-10.....	4886	5329
11-20	713	748
21-50	313	319
51-100	70	65
101-200	27	34
powyżej 200 sklepów	11	13
<i>above 200 shops</i>		
w tym przedsiębiorstwa handlowe.....	303796	311750
<i>of which trade enterprises</i>		
do 2 sklepów	299329	306815
<i>up to 2 shops</i>		
3-10.....	3624	4062
11-20.....	538	562
21-50.....	219	219
51-100.....	51	50
101-200.....	24	29
powyżej 200 sklepów	11	13
<i>above 200 shops</i>		

a Patrz Uwagi metodyczne, s. 20.

a See Methodological notes, page 18.

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

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2005	2006
OGÓŁEM	9210	8984
TOTAL		
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>		
w tym przedsiębiorstwa hurtowe.....	6771	6638
<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>		

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

a Data refer to enterprises, in which number of employees exceeds 9 persons.

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

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Ogółem <i>Total</i>	Sektor publiczny <i>Public sector</i>	Sektor prywatny <i>Private sector</i>
OGOŁEM..... 2007	381195	1609	379586
TOTAL 2008	395736	1621	394115
z tego: <i>of which:</i>			
Sklepy 2007	371364	1331	370033
<i>Shops</i> 2008	385663	1362	384301
Domy towarowe 2007	76	-	76
<i>Department stores</i> 2008	63	-	63
Domy handlowe..... 2007	372	2	370
<i>Trade stores</i> 2008	312	3	309
Hipermarkety 2007	396	-	396
<i>Hypermarkets</i> 2008	463	-	463
Supermarkety 2007	3506	3	3503
<i>Supermarkets</i> 2008	3629	3	3626
Pozostałe sklepy..... 2007	367014	1326	365688
<i>Other shops</i> 2008	381196	1356	379840
Stacje paliw 2007	9831	278	9553
<i>Petrol stations</i> 2008	10073	259	9814

a Patrz Uwagi metodyczne, s. 20.

a See Methodological notes, page 18.

TABL. 9. WYBRANE FORMY ORGANIZACYJNE SKLEPÓW WEDŁUG WOJEWÓDZTW W 2008 R.
Stan w dniu 31 XII
SELECTED ORGANIZATION FORMS OF SHOPS BY VOIVODSHIPS IN 2008
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>
POLSKA.....	63	312	3629	463
POLAND				
Dolnośląskie.....	4	17	299	48
Kujawsko-Pomorskie	3	12	236	27
Lubelskie	2	23	179	17
Lubuskie	-	10	145	11
Łódzkie.....	6	22	214	38
Małopolskie.....	7	14	253	23
Mazowieckie	11	56	389	58
Opolskie	1	6	143	12
Podkarpackie.....	7	15	180	16
Podlaskie	1	16	100	9
Pomorskie.....	2	17	230	36
Śląskie	7	35	456	85
Świętokrzyskie	-	12	91	10
Warmińsko-Mazurskie	2	19	153	16
Wielkopolskie	6	20	350	35
Zachodniopomorskie	4	18	211	22

TABL. 10. STRUKTURA SKLEPÓW I STACJI PALIW WEDŁUG FORM ORGANIZACYJNYCH^a
I FORM WŁASNOŚCI W 2008 R.
Stan w dniu 31 XII
*STRUCTURE OF SHOPS AND PETROL STATIONS BY ORGANIZATION AND OWNERSHIP
FORMS IN 2008^a
As of December 31*

Wyszczególnienie <i>Specification</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>
a - udział w % <i>a - share in %</i>				
b - udział powierzchni sprzedażowej w % <i>b - share of sales area in %</i>				
Sklepya	100,0	99,6	97,4	2,0
<i>Shops</i> b	100,0	99,7	78,7	20,4
w tym: <i>of which:</i>				
Domy towarowe..... a	100,0	100,0	82,5	15,9
<i>Department stores</i> b	100,0	100,0	61,6	36,8
Domy handlowe..... a	100,0	99,0	63,5	35,6
<i>Trade stores</i> b	100,0	99,2	63,9	35,3
Hipermarkety a	100,0	100,0	15,6	84,0
<i>Hypermarkets</i> b	100,0	100,0	15,8	83,9
Supermarkety a	100,0	99,9	39,1	60,7
<i>Supermarkets</i> a	100,0	99,9	35,1	64,7
Stacje paliw a	100,0	97,4	74,7	8,2
<i>Petrol stations</i> b	-	-	-	-

a Patrz Uwagi metodyczne, s. 20.

a See Methodological notes, page 18.

TABL. 11. STRUKTURA SKLEPÓW WEDŁUG FORM WŁASNOŚCI W WOJEWÓDZTWACH W 2008 R.
Stan w dniu 31 XII
STRUCTURE OF SHOPS BY OWNERSHIP IN VOIVODSHIPS IN 2008
As of December 31

Wyszczególnienie <i>Specification</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>
POLSKA..... a	100,0	99,6	97,4	2,0
POLAND b	100,0	99,7	78,7	20,4
Dolnośląskie..... a	100,0	99,6	96,7	2,7
b	100,0	99,8	71,6	27,1
Kujawsko-Pomorskie a	100,0	99,7	97,3	2,2
b	100,0	99,8	77,1	22,4
Lubelskie a	100,0	99,6	97,9	1,3
b	100,0	99,5	85,6	13,6
Lubuskie..... a	100,0	99,5	96,9	2,4
b	100,0	99,6	76,8	22,6
Łódzkie..... a	100,0	99,7	97,7	1,7
b	100,0	99,3	77,5	21,0
Małopolskie..... a	100,0	99,7	98,1	1,4
b	100,0	99,8	84,6	14,9
Mazowieckie a	100,0	99,6	96,6	2,6
b	100,0	99,3	76,9	21,6
Opolskie a	100,0	99,7	97,3	2,3
b	100,0	99,9	81,1	18,4
Podkarpackie..... a	100,0	99,7	98,2	1,1
b	100,0	99,8	85,2	13,1
Podlaskie a	100,0	99,2	97,2	1,8
b	100,0	99,5	84,8	14,1
Pomorskie..... a	100,0	99,8	97,0	2,6
b	100,0	99,9	74,8	24,6
Śląskie a	100,0	99,4	96,7	2,6
b	100,0	99,8	71,1	27,6
Świętokrzyskie a	100,0	99,7	98,7	0,9
b	100,0	99,8	84,7	14,9
Warmińsko-Mazurskie a	100,0	99,7	98,2	1,4
b	100,0	99,8	86,9	12,8
Wielkopolskie a	100,0	99,8	97,8	1,9
b	100,0	99,9	81,1	18,6
Zachodniopomorskie a	100,0	99,8	97,7	2,0
b	100,0	99,8	80,4	19,4

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

Wyszczególnienie	2007	2008	Specification
	Sklepy Shops		
Sklepy.....	371364	385663	Shops
z tego:			of which:
Ogólnospożywcze	105509	98460	General foodstuffs
Owocowo-warzywne.....	4778	4407	Fruit and vegetables
Mięsne.....	12448	11966	Meat
Rybne.....	974	932	Fish
Piekarniczo-ciastkarskie.....	6033	6508	Baker's and confectioner's products
Z napojami alkoholowymi	2768	2723	With alcoholic beverages
Z kosmetykami i wyrobami toaletowymi.....	8421	8407	With cosmetics and toilet goods
Z wyrobami włókienniczymi	4693	4923	With textile products
Z wyrobami odzieżowymi	37809	40795	With clothing products
Z obuwem i wyrobami skórzanymi ...	7980	8696	With footwear and leather products
Z meblami i sprzętem oświetleniowym	7925	8356	With furniture and lighting appliances
Radiowo-telewizyjne i ze sprzętem gospodarstwa domowego	7484	8216	With radio, TV and household appliances
Z artykułami piśmiennymi i księgarnie	6781	7678	With books and stationery
Z pojazdami mechanicznymi	12107	13399	With motor vehicles
Pozostałe sklepy	145654	160197	Other shops
Stacje paliw	9831	10073	Petrol stations

a Patrz Uwagi metodyczne, s. 20.

a See Methodological notes, page 18.

TABL.13. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2008 R. ^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2008 ^a As of December 31

Województwa Voivodships	Ogółem Total	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² Sales area of shops in m ²	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej Number of shops by size of sales area							
			99 m ² i mniej 99 m ² and less	100 - 199 m ²	200 - 299m ²	300 - 399 m ²	400 - 999 m ²	1000 - 1999	2000 - 2499 m ²	2500 m ² i więcej 2500 m ² and more
POLSKA	385663	31070114	356433	12835	5006	2755	6107	1594	222	711
POLAND										
Dolnośląskie	28223	2399658	26013	909	371	218	486	140	17	69
Kujawsko-Pomorskie.	20882	1564778	19240	720	248	164	375	80	13	42
Lubelskie	20119	1522525	18651	626	282	130	299	95	8	28
Lubuskie	10027	844070	9123	395	132	80	228	43	8	18
Łódzkie	29065	1977170	27384	752	285	141	364	73	18	48
Małopolskie	33675	2470060	31275	1157	417	236	420	114	12	44
Mazowieckie.....	49854	4326035	46165	1617	654	353	696	234	35	100
Opolskie.....	8433	766044	7618	324	144	76	204	47	4	16
Podkarpackie	20172	1584127	18489	765	287	178	340	68	13	32
Podlaskie.....	10442	909312	9351	507	206	102	201	52	7	16
Pomorskie	23049	1886190	21207	768	321	179	390	114	22	48
Śląskie.....	43835	3975410	40158	1621	584	318	805	203	25	121
Świętokrzyskie.....	15106	894485	14448	278	111	60	154	39	3	13
Warmińsko-Mazurskie	15553	1235947	14354	524	237	116	225	70	8	19
Wielkopolskie.....	36386	3023776	33499	1296	488	279	590	150	21	63
Zachodniopomorskie .	20842	1690527	19458	576	239	125	330	72	8	34

a Patrz Uwagi metodyczne, s. 20.

a See Methodological notes, page 18.

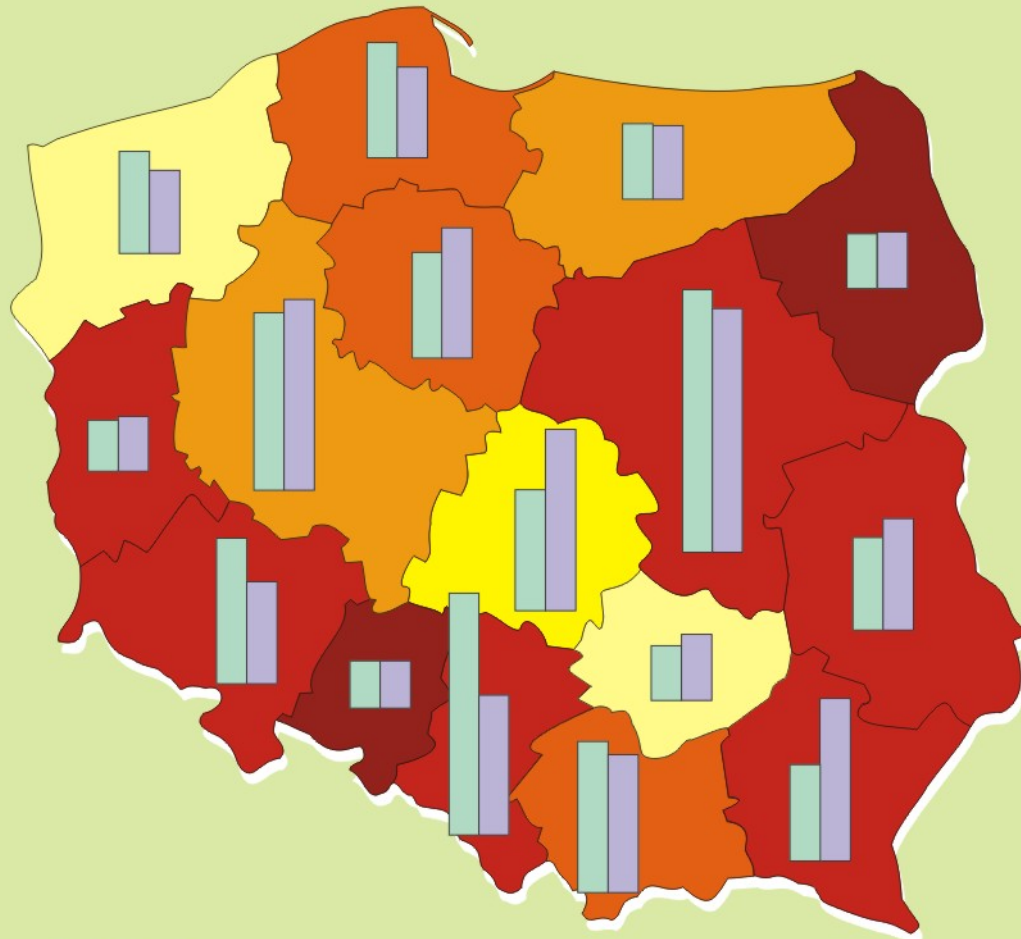
TABL. 14. SKLEPY I STACJE PALIW WEDŁUG WOJEWÓDZTW ^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS AND PETROL STATIONS BY VOIVODSHIPS ^a
As of December 31

Województwa <i>Voivodships</i>	Liczba sklepów <i>Number of shops</i>	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² <i>Size of sales area of stores in m²</i>	Liczba stacji paliw <i>Number of petrol stations</i>	Liczba ludności przypadająca na 1 sklep <i>Population per shop</i>
POLSKA..... 2007	371364	28249092	9831	103
POLAND 2008	385663	31070114	10073	98,9
Dolnośląskie..... 2007	27590	2230118	596	104
2008	28223	2399658	540	102
Kujawsko-Pomorskie 2007	22319	1579592	604	92,6
2008	20882	1564778	693	99,0
Lubelskie 2007	20977	1465814	701	103
2008	20119	1522525	596	107
Lubuskie 2007	10900	846440	448	92,5
2008	10027	844070	296	101
Łódzkie 2007	27654	1925196	824	92,4
2008	29065	1977170	972	87,7
Małopolskie..... 2007	32616	2249075	876	101
2008	33675	2470060	733	97,6
Mazowieckie 2007	48029	3690171	1249	108
2008	49854	4326035	1381	104
Opolskie 2007	8595	714982	216	121
2008	8433	766044	253	122
Podkarpackie..... 2007	18841	1372930	489	111
2008	20172	1584127	865	104
Podlaskie 2007	10344	869175	345	115
2008	10442	909312	302	114
Pomorskie..... 2007	20863	1625357	446	106
2008	23049	1886190	484	96,3
Śląskie 2007	40407	3645758	1019	115
2008	43835	3975410	742	106
Świętokrzyskie 2007	13138	862706	361	97,1
2008	15106	894485	354	84,3
Warmińsko-Mazurskie 2007	14351	1086342	391	99,4
2008	15553	1235947	395	91,8
Wielkopolskie 2007	34224	2588829	796	99,0
2008	36386	3023776	1020	93,4
Zachodniopomorskie 2007	20516	1496607	470	82,5
2008	20842	1690527	447	81,2

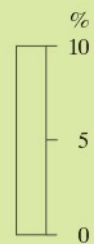
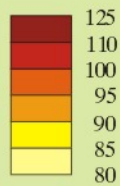
a Patrz Uwagi metodyczne, s. 20.

a See Methodological notes, page 18.

Wybrane dane o sklepach i stacjach paliw według województw w 2008 r.
Stan w dniu 31 XII
Selected data concerning shops and petrol stations by voivodships in 2008
As of December 31



Liczba ludności
 przypadająca
 na 1 sklep
Population per shop



Udział powierzchni sprzedażowej sklepów
Share of sales area of shops

Udział stacji paliw
Share of petrol stations

TABL. 15. STRUKTURA SPRZEDAŻY DETALICZNEJ W SKLEPACH I STACJACH PALIW W 2008 R.
STRUCTURE OF RETAIL SALES IN SHOPS AND PETROL STATIONS IN 2008

Lp.	Wyszczególnienie	Ogółem <i>Total</i>	Pojazdy mechaniczne, motocykle, części. <i>Motor vehicles, motorcycles, parts</i>	Paliwa stałe, ciekłe i gazowe <i>Sold, liquid and gaseous fuels</i>	Żywność, napoje alkoholowe i bezalkoholowe oraz wyroby tytoniowe <i>Foodstuffs, alcoholic and non-alcoholic beverages and tobacco products</i>
1	OGÓŁEM.....	100,0	100,0	100,0	100,0
2	Owoce i warzywa	2,2	0,0	0,0	5,9
3	Mięso i wyroby mięsne	5,3	0,0	0,0	14,2
4	Ryby i przetwory rybne	0,9	0,0	0,0	2,5
5	Pieczywo i przetwory zbożowe	3,1	0,0	0,0	8,5
6	Mleko, jaja i sery	3,3	0,0	0,0	8,5
7	Cukier i wyroby cukiernicze	2,4	0,0	0,2	6,2
8	Kawa, herbata i kakao	1,3	0,0	0,0	3,4
9	Pozostałe artykuły żywnościowe i napoje bezalkoholowe	8,1	0,0	1,0	20,6
10	Napoje alkoholowe	4,7	0,0	1,3	12,0
11	Wyroby tytoniowe	2,5	0,0	1,2	5,4
12	Artykuły farmaceutyczne i medyczne	4,7	0,0	0,0	0,2
13	Kosmetyki i wyroby toaletowe	3,4	0,0	0,0	3,6
14	Wyroby włókiennicze.....	0,6	0,0	0,0	0,3
15	Odzież łącznie z dodatkami do ubrań i wyrobami futrzarskimi	4,1	0,0	0,0	0,5
16	Obuwie i wyroby skórzane	1,6	0,0	0,0	0,4
17	Meble i sprzęt oświetleniowy	2,9	0,1	0,0	0,2
18	Artykuły i sprzęt gospodarstwa domowego.....	2,7	0,0	0,0	1,2
19	Artykuły radiowo-telewizyjne	2,1	0,0	0,0	0,7
20	Książki, gazety i artykuły piśmienne.....	1,9	0,0	0,1	1,3
21	Pojazdy mechaniczne	8,8	95,3	0,6	0,2
	w tym:				
22	samochody.....	6,9	77,0	0,0	0,0
23	Paliwa	15,3	0,1	92,7	0,0
24	Pozostałe artykuły nieżywnościowe.....	18,1	4,5	2,9	4,2

Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny <i>Pharmaceuticals, cosmetics, orthopedic 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 wyspecjalizowanych sklepach <i>Press, books, other sale in specialized stores</i>	Pozostałe <i>Others</i>	Specification	No.
100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	TOTAL	1
0,0	0,0	0,0	0,1	0,9	<i>Fruit and vegetables</i>	2
0,0	0,2	0,1	0,1	1,5	<i>Meat and meat products</i>	3
0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	<i>Fish and fish products</i>	4
0,0	0,0	0,0	0,1	0,9	<i>Bread and cereal products</i>	5
0,2	0,0	0,0	0,1	1,6	<i>Milk, eggs and cheese</i>	6
0,1	0,0	0,0	0,1	1,2	<i>Sugar and confectionery</i>	7
0,1	0,0	0,0	0,0	0,7	<i>Coffee, tea and cocoa</i>	8
0,4	0,0	0,1	0,6	4,0	<i>Other foodstuff articles and non-alcoholic beverages</i>	9
0,1	0,0	0,0	0,0	1,6	<i>Alcoholic beverages</i>	10
0,2	0,0	0,0	0,6	2,3	<i>Tobacco</i>	11
61,3	0,0	0,0	0,5	9,0	<i>Pharmaceutical and medical articles</i>	12
31,1	0,2	0,1	1,7	3,0	<i>Cosmetics and toilet goods</i>	13
0,0	4,6	0,9	0,3	1,2	<i>Textile products</i>	14
0,1	66,2	0,1	1,7	2,0	<i>Clothing including accessories and furriery</i>	15
0,0	25,3	0,3	0,3	0,7	<i>Footwear and leather products</i>	16
0,0	0,1	28,8	1,6	3,5	<i>Furniture and lighting appliances</i>	17
0,3	0,3	25,0	0,3	2,0	<i>Household appliances and articles</i>	18
0,0	0,0	24,5	0,1	0,3	<i>Radio and television articles</i>	19
0,2	0,1	0,2	15,8	3,1	<i>Books, newspapers and stationery</i>	20
0,0	0,0	0,0	0,1	1,5	<i>Motor vehicles</i>	21
0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	<i>of which: automobiles</i>	22
0,0	0,0	0,0	3,1	0,5	<i>Fuels</i>	23
5,9	3,0	19,9	72,8	58,3	<i>Other non-foodstuff articles</i>	24

TABL. 16. DYNAMIKA SPRZEDAŻY DETALICZNEJ WEDŁUG RODZAJÓW DZIAŁALNOŚCI^a (w cenach bieżących)
 INDEX OF RETAIL SALES CHANGES BY TYPE OF ENTERPRISE ACTIVITY^a (in current prices)

Wyszczególnienie	2007	2008	Specification
	rok poprzedni=100 previous year=100		
OGÓLEM	116,0	112,9	TOTAL
w tym:			of which:
Pojazdy samochodowe, motocykle, części	135,1	104,5	Motor vehicles, motorcycles, parts
Paliwa stałe, ciekłe i gazowe	111,5	111,0	Sold, liquid and gaseous fuels
Żywność, napoje i wyroby tytoniowe	108,6	108,3	Food, beverages and tobacco products
Pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach	125,3	122,7	Other retail sales in non-specialized stores
Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny	120,4	122,5	Pharmaceuticals, cosmetics orthopaedic equipment
Włókno, odzież, obuwie	127,0	134,1	Textiles, clothing, footwear
Meble, rtv, agd	125,7	127,5	Furniture, radio, TV and household appliances
Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach	126,9	116,9	Newspapers, books, other sale in specialized stores
Pozostałe	110,7	109,9	Others

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

^a Data concern enterprises in which number of employees exceeds 9 persons.

TABL. 17. STRUKTURA SPRZEDAŻY DETALICZNEJ WEDŁUG RODZAJÓW DZIAŁALNOŚCI^a
 STRUCTURE OF RETAIL SALES BY TYPE OF ENTERPRISE ACTIVITY^a

Wyszczególnienie	2007	2008	Specification
OGÓLEM	100,0	100,0	TOTAL
w tym:			<i>of which:</i>
Pojazdy samochodowe, motocykle, części	10,7	9,9	<i>Motor vehicles, motorcycles, parts</i>
Paliwa stałe, ciekłe i gazowe	18,0	17,7	<i>Sold, liquid and gaseous fuels</i>
Żywność, napoje i wyroby tytoniowe ...	25,8	24,8	<i>Food, beverages and tobacco products</i>
Pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach	5,6	6,1	<i>Other retail sales in non-specialized stores</i>
Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny	3,3	3,6	<i>Pharmaceuticals, cosmetics ortho- pedic equipment</i>
Włókno, odzież, obuwie	3,5	4,2	<i>Textiles, clothing, footwear</i>
Meble, rtv, agd.....	6,1	6,9	<i>Furniture, radio, TV and household appliances</i>
Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach	6,5	6,7	<i>Newspapers, books, other sale in specialized stores</i>
Pozostałe	20,2	19,6	<i>Others</i>

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

^a 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 ^a (w ciągu roku) <i>Seasonal^a market- places (in the year)</i>	Roczne wpływy z opłaty targowej w tys. zł <i>Annual incomes from market- place charge in thous. zł</i>
	liczba targowisk <i>number of market- places</i>	w tym z przewagą sprzedaży drobnodeta- licznej <i>of which with predomi- nance the sale small retail</i>	powierzchnia targowisk w m ² <i>area of marketplaces in m²</i>		liczba stałych punktów sprzedaży drobnodetalicznej <i>number of the small- retail sale outlets</i>			
			ogółem <i>total</i>	w tym sprzedażo- wa <i>of which of the sale</i>	ogółem <i>total</i>	w tym na targowiskach czynnych codziennie <i>of which on marketplaces opened daily</i>		
POLSKA..... 2007	2284	2064	15233751	9071164	111107	76769	6639	262916,1
POLAND 2008	2261	2029	14798091	9209355	111393	73726	8262	264913,5
Dolnośląskie.. 2007	155	147	858807	489097	9287	6810	2011	15502,5
2008	153	145	812993	471011	9858	6094	2716	15210,7
Kujawsko- 2007	146	127	690860	360549	5901	4494	87	8395,0
Pomorskie 2008	140	122	681207	365040	5246	4333	79	8395,9
Lubelskie 2007	183	163	1054087	693893	5364	3796	59	10708,7
2008	189	164	1107502	731619	5432	3789	51	10761,9
Lubuskie 2007	72	65	403741	202931	5847	4791	149	15917,6
2008	77	71	436635	200453	5825	4578	155	14850,0
Łódzkie 2007	168	144	1914803	947765	14033	10007	70	26858,1
2008	164	146	1503718	906499	10263	6243	80	24337,4
Małopolskie... 2007	156	143	824898	655420	5747	3311	1487	20146,9
2008	152	142	835699	668647	5916	3204	1244	21535,6
Mazowieckie . 2007	317	283	3197081	1985641	16551	9822	652	42022,5
2008	310	271	3157062	1973527	18614	11030	567	42224,2
Opolskie..... 2007	56	53	207417	141122	2149	1591	24	6081,5
2008	58	51	212745	149603	2163	1637	299	6412,1
Podkarpackie. 2007	125	115	432085	253209	3082	2251	132	10329,5
2008	124	114	434883	256691	3034	2196	144	10778,7
Podlaskie 2007	83	66	796997	551729	3456	2866	20	4061,0
2008	79	62	801609	542122	3523	2768	19	3896,4
Pomorskie..... 2007	87	82	380091	216497	3599	2612	291	9307,5
2008	87	81	355340	198850	3484	2506	223	8864,8
Śląskie 2007	211	197	1286549	681750	15274	8781	258	31527,7
2008	202	188	1272234	706769	15808	8598	291	35107,5
Świętokrzyskie 2007	79	75	736549	606105	2911	1578	120	14560,3
2008	79	71	780288	644970	3508	1765	76	13034,8
Warmińsko- 2007	80	71	441091	263673	2345	1828	127	7023,9
Mazurskie 2008	80	72	438016	252868	2385	1924	205	6665,9
Wielkopolskie 2007	253	225	1328382	807978	9121	6488	105	26762,7
2008	251	223	1378938	955270	10338	7511	470	29972,9
Zachodnio- 2007	113	108	680313	213805	6440	5743	1047	13710,7
Pomorskie 2008	116	106	589222	185416	5996	5550	1643	12864,7

^a Liczba targowisk lub miejsc wyznaczonych na ulicach i placach uruchamianych okresowo
^a Number of the marketplaces or places located on streets and squares open periodically

TABL. 19. MAGAZYNY HANDLOWE^a WEDŁUG WOJEWÓDZTW W 2006 R.
Stan w dniu 31 XII
TRADE WAREHOUSES^a 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 ³ <i>Silos and reservoirs capacity in m³</i>
	liczba number	powierzchnia składowa w m ² storage area in m ²	liczba number	powierzchnia składowa w m ² storage area in m ²	liczba number	powierzchnia składowa w m ² storage area in m ²	
POLSKA	29057	17525812	2978	1281323	4905	14117655	3530585
POLAND							
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

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

^a Data concern enterprises conducting distributive activity in which number of employees exceeds 9 persons.

TABL. 20. STRUKTURA MAGAZYNÓW ZAMKNIĘTYCH W PRZEDSIĘBIORSTWACH HANDLOWYCH^a WEDŁUG FORM WŁASNOŚCI W 2006 R.
Stan w dniu 31 XII
STRUCTURE OF SECURED WAREHOUSES IN TRADE ENTERPRISES^a 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
Liczba magazynów <i>Number of warehouses</i>	22449	639	603		21810	18787	2678
Powierzchnia składowa w m²... <i>Storage area in m²</i>	14570171	349467	335198		14220704	10568845	3301724
w tym: of which:							
magazyny hurtu <i>wholesale warehouses</i>							
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 <i>retail warehouses</i>							
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>							

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

^a Data concern enterprises in which number of employees exceeds 9 persons.

TABL. 21. STRUKTURA PRZYCHODÓW ZE SPRZEDAŻY (bez VAT) PRZEDSIĘBIORSTW HURTOWYCH
 WEDŁUG TYPU KLIENTÓW^a
 STRUCTURE OF TURNOVER FROM THE SALE (excluding VAT) OF WHOLESALE ENTERPRISES BY
 CUSTOMER TYPE^a

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>	
		2006	2007	2006	2007
		w %		in %	
Dział 51 <i>Division 51</i>	Ogółem..... Total	100,0	100,0	100,0	100,0
	w tym: <i>of which:</i>				
	handlowcy detaliczni <i>retail traders</i>	31,4	30,5	29,7	27,8
	hurtownicy..... <i>wholesalers, purchasing groups</i>	39,4	40,1	38,9	40,4
	producenci <i>producers</i>	15,3	15,6	15,6	16,4
	konsumenci indywidualni..... <i>final individual consumers</i>	8,8	8,5	10,4	9,9
	konsumenci zbiorowi..... <i>other final consumers</i>	3,3	3,3	3,4	3,0

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

a Data concern economic entities in which number of employees exceeds 9 persons.

TABL. 22. STRUKTURA ZAKUPÓW TOWARÓW WEDŁUG TYPU DOSTAWCÓW^a
 SHARE OF PURCHASES OF COMMODITIES BY TYPE OF SUPPLIER^a

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Typ dostawców <i>Type of supplier</i>	2006	2007	2006	2007
		Zakupy towarów ogółem <i>Total purchases of goods</i>		w tym własność zagraniczna <i>of which foreign capital</i>	
		w %		in %	
Sekcja G Section G	Zakupy towarów ogółem..... Total purchases of goods	100,0	100,0	100,0	100,0
	w tym: <i>of which:</i>				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych	48,2	48,8	59,6	49,9
	<i>directly from the domestic producers</i>				
	u hurtowników	28,9	26,9	16,2	14,7
	<i>from wholesalers, purchasing groups</i>				
	bezpośrednio z importu	21,1	22,6	21,8	29,5
	<i>from imports</i>				
	z innych źródeł (np. giełdy)	1,4	1,3	2,4	5,9
	<i>from other sources</i>				
dział 50 <i>division 50</i>	Zakupy towarów	100,0	100,0	100,0	100,0
	<i>Purchases of goods</i>				
	w tym: <i>of which:</i>				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych	29,1	27,7	47,1	34,4
	<i>directly from the domestic producers</i>				
	u hurtowników	40,4	38,3	36,9	45,0
	<i>from wholesalers, purchasing groups</i>				
	bezpośrednio z importu	27,0	31,0	10,4	15,4
	<i>from imports</i>				
	z innych źródeł (np. giełdy)	3,2	2,8	5,7	5,2
	<i>from other sources</i>				
dział 51 <i>division 51</i>	Zakupy towarów	100,0	100,0	100,0	100,0
	<i>Purchases of goods</i>				
	w tym: <i>of which:</i>				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych	50,3	51,6	54,9	56,5
	<i>directly from the domestic producers</i>				
	u hurtowników	24,5	21,9	14,0	14,9
	<i>from wholesalers, purchasing groups</i>				
	bezpośrednio z importu	23,5	24,9	28,5	22,9
	<i>from imports</i>				
	z innych źródeł (np. giełdy)	1,2	1,2	2,7	5,7
	<i>from other sources</i>				
dział 52 <i>division 52</i>	Zakupy towarów	100,0	100,0	100,0	100,0
	<i>Purchases of goods</i>				
	w tym: <i>of which:</i>				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych	52,6	53,4	71,4	39,7
	<i>directly from the domestic producers</i>				
	u hurtowników	36,6	35,1	18,5	12,4
	<i>from wholesalers, purchasing groups</i>				
	bezpośrednio z importu	9,6	10,3	8,5	41,6
	<i>from imports</i>				
	z innych źródeł (np. giełdy)	1,1	1,0	1,5	6,4
	<i>from other sources</i>				

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

^a Data concern economic entities in which number of employees exceeds 9 persons.

TABL.24. DOSTAWY WYBRANYCH TOWARÓW KONSUMPCYJNYCH
DELIVERIES OF SELECTED CONSUMER GOODS

Towary <i>Goods</i>	Jednostka miary <i>Unit of measure</i>	Dostawy ^a <i>Deliveries^a</i>		
		w liczbach bezwzględnych <i>in absolute numbers</i>		2007=100
		2007	2008	
Mięso drobiowe..... <i>Poultry</i>	tys. t <i>thous. t</i>	1175	1163	99,0
Konserwy, wędliny, wyroby wędliniarskie drobiowe <i>Variety meat products from poultry</i>	tys. t <i>thous. t</i>	163	164	100,6
Przetwory mięsne i podrobowe ze zwierząt rzeźnych..... <i>Meat and variety meat products from animals for slaughter</i>	tys. t <i>thous. t</i>	1081	1148	106,2
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>	29,2	24,3	83,1
Ryby morskie mrożone <i>Sea fish frozen</i>	tys. t <i>thous. t</i>	187	196	104,8
Konserwy i prezerwy z ryb <i>Fish preserves</i>	tys. t <i>thous. t</i>	8,1	9,1	111,8
Margaryna oraz mieszanki do smarowania pieczywa <i>Margarine and spreads</i>	tys. t <i>thous. t</i>	313	299	95,5
Masło oraz inne tłuszcze otrzymywane z mleka..... <i>Butter and other fats from milk</i>	tys. t <i>thous. t</i>	155	159	102,8

^a 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; patrz notka tabl. 25.

^a *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; see note table 25.*

TABL.24. DOSTAWY WYBRANYCH TOWARÓW KONSUMPCYJNYCH
 DELIVERIES OF SELECTED CONSUMER GOODS

Towary Goods	Jednostka miary Unit of measure	Dostawy ^a Deliveries ^a		
		w liczbach bezwzględnych in absolute numbers		2007=100
		2007	2008	
Sery i twarogi.....	tys. t	564	580	102,9
<i>Cheese and curd</i>	<i>thous. t</i>			
w tym: <i>of which:</i>				
sery podpuszczkowe dojrzewające.....	tys. t	208	219	105,2
<i>rennet ripening cheese</i>	<i>thous. t</i>			
sery przetworzone (topione).....	tys. t	55,1	54,7	99,2
<i>processed (melted) cheese</i>	<i>thous. t</i>			
Mąka pszenna.....	tys. t	2439	2067	84,7
<i>Wheat flour</i>	<i>thous. t</i>			
Kasze i grysiki.....	tys. t	115	87,4	76,1
<i>Groats and meals</i>	<i>thous. t</i>			
Czekolada (łącznie z białą).....	tys. t	198	238	119,9
<i>Chocolate (including white)</i>	<i>thous. t</i>			
Makaron.....	tys. t	186	197	105,5
<i>Pasta</i>	<i>thous. t</i>			
Wódki, likiery, inne napoje alkoholowe w przeliczeniu na 100%....	tys. hl	1142	1318	115,2
<i>Vodkas, liqueurs, other alcoholic beverages in terms of 100%</i>	<i>thous. hl</i>			
w tym wódka czysta.....	tys. hl	915	1057	115,4
<i>of which pure vodka</i>	<i>thous. hl</i>			
Wina i miody pitne.....	tys. hl	3406	3145	92,3
<i>Wine and mead</i>	<i>thous. hl</i>			
w tym wina gronowe (łącznie z wermutem).....	tys. hl	1138	1139	100,1
<i>of which grape wine (including vermouth)</i>	<i>thous. hl</i>			

^a 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; patrz notka tabl. 25.

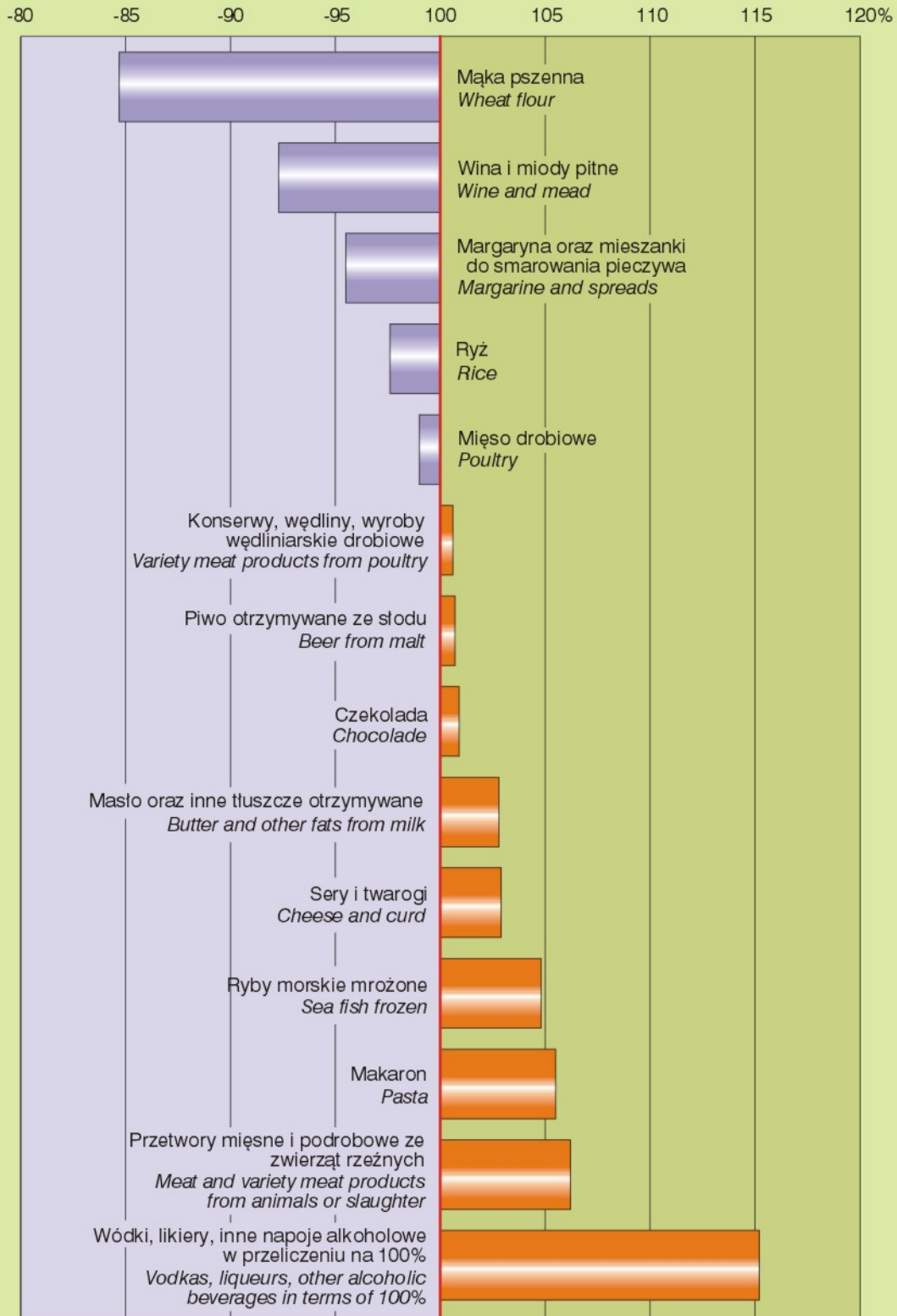
^a Quantity of products produced domestically (data concern economic entities employing more than 9 persons), minus their exports and plus their imports corrected by the balance of changes at producers; see note table 25.

TABL.24. DOSTAWY WYBRANYCH TOWARÓW KONSUMPCYJNYCH
 DELIVERIES OF SELECTED CONSUMER GOODS

Towary Goods	Jednostka miary Unit of measure	Dostawy ^a Deliveries ^a		
		w liczbach bezwzględnych in absolute numbers		2007=100
		2007	2008	
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>	35751	36016	100,7
Wody mineralne i napoje bezalkoholowe..... <i>Mineral waters and soft drinks</i>	tys. hl <i>thous. hl</i>	52738	54853	104,0
w tym wody mineralne naturalne <i>of which natural mineral waters</i>	tys. hl <i>thous. hl</i>	17368	17569	101,2
Opony do pojazdów samochodowych osobowych..... <i>Tyres for passenger cars</i>	tys. szt <i>thous. units</i>	10806	10692	98,9
Chłodziarki i zamrażarki typu domowego..... <i>Household refrigerators and freezers</i>	tys. szt <i>thous. units</i>	1331	1779	133,7
Maszyny pralnicze typu domowego <i>Household washing machines</i>	tys. szt <i>thous. units</i>	1353	1918	141,7
Miksery, malaksery, roboty kuchenne..... <i>Household dressers</i>	tys. szt <i>thous. units</i>	2814	3480	123,7
Odbiorniki radiowe..... <i>Radio receivers</i>	tys. szt <i>thous. units</i>	4954	3659	73,9
Odbiorniki telewizyjne (łącznie z monitorami ekranowymi).... <i>TV receivers (including monitors)</i>	tys. szt <i>thous. units</i>	8888	9165	103,1
Samochody osobowe ogólnego przeznaczenia..... <i>General purpose passenger cars</i>	tys. szt <i>thous. units</i>	301	442	146,9
Rowery <i>Bicycles</i>	tys. szt <i>thous. units</i>	595	783	131,7

Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2008 r.
Delivery index of selected foodstuffs in 2008

Rok poprzedni = 100
Previous year = 100



TABL. 25. ZAPASY WYBRANYCH WYROBÓW U PRODUCENTÓW^a W 2008 R.
 STOCKS OF SELECTED PRODUCTS AT PRODUCERS^a IN 2008

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>					
Mięso surowe ze zwierząt rzeźnych <i>Raw meat of animal for slaughter</i>	a tys. t <i>thous. t</i>	19,5	15,8	15,8	19,7
	b %	93,7	92,7	91,8	101,5
Tłuszcze zwierzęce topione jadalne..... <i>Edible animal fats melted</i>	a tys. t <i>thous. t</i>	1,3	1,5	1,3	1,2
	b %	105,8	126,7	139,5	144,0
Mięso drobiowe..... <i>Poultry</i>	a tys. t <i>thous. t</i>	19,3	19,4	26,1	19,6
	b %	134,1	165,0	167,5	108,0
Przetwory mięsne i podrobowe ze zwierząt rzeźnych <i>Meat and variety meat products from animals for slaughter</i>	a tys. t <i>thous. t</i>	17,3	15,5	15,1	15,2
	b %	132,9	112,0	114,5	106,5
Ryby morskie mrożone <i>Sea fish frozen</i>	a tys. t <i>thous. t</i>	2,2	2,6	2,7	3,3
	b %	78,9	55,2	95,3	137,0
Konserwy i przerwy z ryb..... <i>Fish preserves</i>	a tys. t <i>thous. t</i>	2,3	3,3	2,6	2,6
	b %	83,2	111,1	148,4	142,7
Margaryna oraz mieszanki do smarowania pieczywa <i>Margarine and spreads</i>	a tys. t <i>thous. t</i>	8,8	13,7	11,7	11,3
	b %	86,2	146,5	111,8	143,5
Masło oraz inne tłuszcze otrzymywane z mleka..... <i>Butter and other fats from milk</i>	a tys. t <i>thous. t</i>	3,5	2,7	4,5	3,5
	b %	137,1	144,4	196,3	72,2
Sery podpuszczkowe dojrzewające <i>Rennet ripening cheese</i>	a tys. t <i>thous. t</i>	9,3	10,8	10,8	10,5
	b %	116,2	124,6	148,2	78,1
Mąka pszenna..... <i>Wheat flour</i>	a tys. t <i>thous. t</i>	24,3	24,1	24,9	29,6
	b %	71,2	86,3	72,2	116,9
Kasze i grysiki..... <i>Groats and meals</i>	a tys. t <i>thous. t</i>	2,9	2,6	2,3	2,4
	b %	162,3	130,7	138,3	123,4

a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

a Data refer to enterprises employing more than 49 persons.

TABL. 25. ZAPASY WYBRANYCH WYROBÓW U PRODUCENTÓW^a W 2008 R. (cd.)
 STOCKS OF SELECTED PRODUCTS AT PRODUCERS^a IN 2008 (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 <i>Sugar</i>	a tys. t <i>thous. t</i>	1059,1	655,8	175,1	912,1
	b %	113,1	106,6	95,0	72,6
Wódki, likiery, inne napoje alkoholowe w przeliczeniu na 100% <i>Vodkas, liqueurs, other alcoholic beverages in terms of 100%</i>	a tys. hl <i>thous. hl</i>	48,5	52,8	70,2	50,1
	b %	108,3	140,2	163,1	145,3
Wina i miody pitne <i>Wine and mead</i>	a tys. hl <i>thous. hl</i>	92,9	105,6	111,8	72,5
	b %	125,1	134,3	122,4	94,9
Piwo otrzymywane ze słodu (o zawartości od 0,5% alkoholu) <i>Beer from malt (with 0,5% and more alcohol)</i>	a tys. hl <i>thous. hl</i>	867,1	963,7	732,1	654,3
	b %	101,1	102,9	70,1	82,1
Papierosy z tytoniu <i>Cigarettes from tobacco</i>	a mld szt <i>bln units</i>	7,3	6,2	9,7	13,3
	b %	49,1	57,5	81,2	61,0
Dywany, chodniki i wykładziny włókiennicze <i>Carpets, mats and textile floor coverings</i>	a tys. m ² <i>thous. m2</i>	504	615	641	512
	b %	67,2	99,4	118,5	118,8
Rajstopy i rajtuzy <i>Pantyhose and tights</i>	a mln szt <i>mln units</i>	12,9	16,7	16,7	16,4
	b %	123,1	120,8	113,4	106,9
Okrycia i ubiory z tkanin <i>Fabric outerwear and clothing</i>	a mln szt <i>mln units</i>	1,9	1,8	1,6	1,8
	b %	124,9	103,1	90,5	95,1
Bielizna osobista z dzianin <i>Knitted underwear</i>	a mln szt <i>mln units</i>	2,7	2,8	2,7	2,6
	b %	124,4	131,2	119,4	106,8

a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

a *Data refer to enterprises employing more than 49 persons.*

TABL. 25. ZAPASY WYBRANYCH WYROBÓW U PRODUCENTÓW^a W 2008 R. (dok.)
 STOCKS OF SELECTED PRODUCTS AT PRODUCERS^a IN 2008 (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>					
Obuwie ^b	a	4,2	3,3	2,7	3,5
<i>Footwear^b</i>	<i>mln par</i>				
	b	190,9	134,9	126,4	161,3
	%				
Obuwie z wierzchami wykonanymi z tkanin	a	0,7	0,4	0,3	0,5
<i>Footwear with textile uppers</i>	<i>mln par</i>				
	b	82,3	41,6	37,1	59,1
	%				
Mydło, produkty organiczne powierzchniowo czynne i preparaty używane jako mydło	a	4,8	2,1	2,8	8,3
<i>Soaps, organic surface-active products and those preparations use as soap</i>	<i>tys. t</i>				
	b	135,6	61,1	61,5	157,7
	%				
Opony do pojazdów samochodowych osobowych	a	1951	2495	1798	2035
<i>Tyres for passenger cars</i>	<i>tys. szt</i>				
	b	116,1	110,8	99,8	84,2
	%				
Chłodziarki i zamrażarki typu domowego	a	182,1	146,1	136,5	73,2
<i>Household refrigerators and freezers</i>	<i>tys. szt</i>				
	b	145,7	108,2	106,2	64,3
	%				
Odbiorniki radiowe	a	5,3	9,2	10,2	11,4
<i>Radio receivers</i>	<i>tys. szt</i>				
	b	130,4	203,9	140,0	239,9
	%				
Odbiorniki telewizyjne (łącznie z monitorami ekranowymi, z wyjątkiem stosowanych do komputerów)	a	174,2	219,0	228,5	139,4
<i>TV receivers (including monitors, excluding used for computers)</i>	<i>tys. szt</i>				
	b	125,1	114,1	138,5	162,3
	%				
Samochody osobowe ogólnego przeznaczenia	a	4,1	4,9	4,4	2,7
<i>General purpose passenger cars</i>	<i>tys. szt</i>				
	b	97,0	117,7	132,5	54,7
	%				
Rowery	a	191,0	159,4	154,0	211,5
<i>Bicycles</i>	<i>tys. szt</i>				
	b	167,5	184,0	163,1	135,0
	%				

a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

a *Data refer to enterprises employing more than 49 persons.*

b Łącznie z gumowym.

b *Including rubber footwear.*

TABL. 26. SPOŻYCIE WYBRANYCH ARTYKUŁÓW KONSUMPCYJNYCH NA 1 MIESZKAŃCA W 2008
CONSUMPTION OF SELECTED CONSUMER GOODS PER CAPITA IN 2008

Artykuły konsumpcyjne <i>Consumer goods</i>	Jednostka miary <i>Unit of measure</i>	1990	2000	2005	2006	2007	2008
Ziarno 4 zbóż ^a (w przeliczeniu na przetwory).....	kg	115	120	119	117	114	112
<i>Grain of 4 cereals^a (in terms of processed products)</i>	<i>kg</i>						
Ziemniaki ^a	kg	144	134	126	121	121	118
<i>Potatoes^a</i>	<i>kg</i>						
Warzywa.....	kg	119	121	110	109	115	115
<i>Vegetables</i>	<i>kg</i>						
Owoce.....	kg	29,0	51,6	54,1	54,4	41,0	55,0
<i>Fruit</i>	<i>kg</i>						
Mięso i podroby ^b	kg	68,8	66,1	71,2	74,3	77,6	75,3
<i>Meat and offal^b</i>	<i>kg</i>						
w tym mięso.....	kg	63,7	62,0	66,8	70,0	72,7	71,2
<i>of which meat</i>	<i>kg</i>						
wołowe.....	kg	16,4	7,1	3,9	4,5	4,0	3,8
<i>cattle</i>	<i>kg</i>						
wieprzowe.....	kg	37,7	39,0	39,0	41,4	43,6	42,7
<i>pigs</i>	<i>kg</i>						
drobiowe.....	kg	7,6	14,7	23,4	23,7	24,0	24,1
<i>poultry</i>	<i>kg</i>						

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

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

b Łącznie z mięsem i podrobami przeznaczonymi na przetwory.

b 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	2005	2006	2007	2008
Tłuszcze jadalne zwierzęce	kg	8,2	6,7	6,6	6,1	6,5	6,4
<i>Animal edible fats</i>	<i>kg</i>						
Masło.....	kg	7,8	4,2	4,2	4,3	4,2	4,3
<i>Butter</i>	<i>kg</i>						
Mleko krowie ^c	l	242	193	173	176	179	182
<i>Cow milk^c</i>	<i>l</i>						
Jaja kurze	szt	190	188	215	214	207	205
<i>Hen eggs</i>	<i>units</i>						
Cukier.....	kg	44,2	41,6	40,1	35,3	39,7	38,4
<i>Sugar</i>	<i>kg</i>						
Wódki, likiery, inne napoje alkoholowe w przeliczeniu na 100%	l	3,8 ^d	2,0	2,5	2,7	3,0	3,4
<i>Vodkas, liqueurs, other alcoholic beverages in terms of 100%</i>	<i>l</i>						
Wina i miody pitne.....	l	7,4	12,0	8,6	9,1	8,9	8,2
<i>Wine and mead</i>	<i>l</i>						
Piwo otrzymywane ze słodu ^e	l	30,5	66,9	80,7	90,8	93,4	94,4
<i>Beer from malt^e</i>	<i>l</i>						
Papierosy z tytoniu	szt	2654	1954	1974	1997	1887	2091
<i>Cigarettes from tobacco</i>	<i>units</i>						

c Łącznie z mlekiem przeznaczonym na przetwory; bez mleka przerobionego na masło.

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

d Z produkcji krajowej.

d Of domestic production.

e Od 2000 r. o zawartości od 0,5% alkoholu.

e Since 2000 with 0,5% and more alcohol.

TABL. 27. DYNAMIKA OBROTÓW W HANDLU DETALICZNYM ^a - CENY BIEŻĄCE (2000=100).
 INDICES OF TURNOVER IN RETAIL TRADE ^a - 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 w wyspecjalizowanych sklepach books, newspapers and other sale in specialized stores
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
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
2007						
I	128,3	148,1	116,1	192,6	171,4	89,3
II	126,7	143,7	116,1	196,9	161,8	94,8
III	153,3	168,5	143,8	262,7	192,7	120,1
IV	152,3	171,2	140,7	268,2	190,3	117,3
V	154,1	171,5	143,3	239,3	210,6	125,1
VI	156,5	178,0	143,2	235,8	213,4	123,5
VII	156,4	176,4	144,1	224,5	231,2	125,0
VIII	160,2	179,2	148,4	235,4	244,1	131,2
IX	156,7	169,6	148,7	280,2	241,3	124,4
X	167,7	178,2	161,1	299,2	269,6	128,6
XI	155,7	167,0	148,7	261,2	256,6	118,5
XII	192,6	203,5	185,8	309,9	342,4	148,1
2008						
I	147,0	164,3	136,2	223,1	206,6	105,1
II	149,4	165,3	139,5	223,3	213,2	112,1
III	166,6	185,4	154,9	267,9	238,3	118,4
IV	168,3	179,7	161,2	275,3	243,7	134,9
V	168,4	185,2	158,0	275,5	235,7	130,4
VI	170,9	194,5	156,3	268,3	240,3	128,7
VII	173,6	191,1	162,7	282,5	270,6	132,8
VIII	167,2	185,8	155,7	270,1	270,1	125,2
IX	170,5	179,8	164,8	313,4	284,3	131,5
X	175,8	180,2	173,1	318,2	291,7	134,0
XI	158,2	164,5	154,2	278,7	273,1	113,8
XII	199,4	201,4	198,1	357,7	374,2	149,3

^aPatrz „Uwagi metodyczne” str.8

^a See “Methodological notes” page 8

TABL. 28. DYNAMIKA OBROTÓW W HANDLU DETALICZNYM^a – CENY STAŁE (2000=100).
 DEFLATED TURNOVER IN RETAIL TRADE^a – CONSTANT PRICES (2000=100)

Okres Period	Obroty w handlu detalicznym Deflated 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 w wyspecjalizowanych sklepach books, newspapers and other sale in specialized stores
2000						
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
2005						
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
2007						
I	115,7	129,8	106,9	235,7	154,8	76,9
II	114,1	125,2	107,2	244,5	146,0	81,9
III	138,2	145,7	133,5	328,3	173,4	104,1
IV	137,0	146,9	130,9	335,5	169,7	102,6
V	137,4	145,6	132,3	299,4	186,2	109,2
VI	139,8	152,0	132,2	295,4	187,7	108,1
VII	140,3	152,3	132,8	284,4	202,9	109,3
VIII	144,1	155,1	137,2	301,7	214,3	114,9
IX	140,6	143,9	138,5	359,6	212,0	109,1
X	149,5	148,9	150,0	383,0	236,8	113,1
XI	137,7	137,7	137,7	333,9	225,4	103,6
XII	170,0	167,2	171,7	396,7	300,8	129,6
2008						
I	129,2	133,7	126,4	294,2	181,5	92,1
II	131,4	134,3	129,6	298,9	186,8	98,6
III	146,5	150,0	144,4	355,2	208,6	104,2
IV	148,0	144,6	150,2	365,4	213,4	119,3
V	147,6	147,6	147,7	366,2	206,3	115,8
VI	149,7	155,6	146,0	357,6	210,3	114,2
VII	153,1	154,0	152,5	382,1	237,1	118,0
VIII	148,3	151,1	146,5	371,4	236,9	111,3
IX	151,3	145,2	155,1	425,7	249,5	116,9
X	155,6	144,4	162,5	431,6	256,3	118,8
XI	139,2	130,9	144,4	378,5	239,9	100,4
XII	175,2	159,1	185,2	488,5	329,0	131,5

^aPatrz „Uwagi metodyczne” str. 8

^a See “Methodological notes” page 8

TABL 29. MIESIĘCZNE WSKAŹNIKI OBROTÓW W HANDLU DETALICZNYM KRAJÓW
UE W CENACH STAŁYCH W 2008 ROKU

MONTHLY INDICES OF DEFLATED TURNOVER IN RETAIL TRADE FOR COUNTRIES OF EU IN 2008

Kraje Country	Wskaźniki dla roku bazowego 2000=100 ^a Indices for base year 2000=100 ^a											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
kraje UE (27)	111,1	106,6	113,9	114,7	117,2	114,9	117,6	114,1	115,3	120,1	120,9	149,7
strefa euro (16)	104,2	97,6	105,2	105,5	107,2	104,9	108,0	103,5	106,0	111,1	108,4	135,2
Belgia BE	104,7	95,6	105,4	108,0	109,7	108,1	105,3	99,6	109,9	105,5	96,6	124,6
Bułgaria BG	218,0	215,7	233,7	245,6	249,8	258,6	265,3	264,3	268,8	275,4	271,7	303,7
Republika Czeska CZ	115,9	118,7	129,5	137,6	142,2	140,4	132,8	131,1	143,8	138,0	143,6	-
Dania DK	122,0	113,0	126,0	130,0	134,0	127,0	125,0	129,0	118,0	123,0	123,0	151,0
Niemcy DE	92,8	88,8	100,3	98,4	98,6	94,6	97,1	96,6	98,1	102,9	103,9	116,7
Estonia EE	207,2	210,4	223,6	225,2	235,1	234,5	238,1	234,3	215,7	221,4	208,4	241,3
Irlandia IE	136,2	133,4	131,1	130,6	126,7	128,5	129,5	125,1	130,8	122,7	132,8	-
Grecja EL	126,9	130,1	127,0	140,7	132,4	136,5	135,7	124,8	130,7	132,9	127,4	-
Hiszpania ES	126,9	106,0	115,8	113,8	116,1	112,6	124,0	110,0	111,9	115,1	110,8	135,0
Francja FR	118,4	108,2	112,4	115,6	116,9	117,1	119,6	121,8	119,6	126,5	120,6	158,1
Włochy IT	81,8	82,6	85,6	86,9	90,0	86,1	87,5	72,2	85,8	94,2	91,3	-
Cypr CY	130,2	127,0	136,0	142,7	151,8	148,7	167,1	147,9	146,5	148,1	-	-
Łotwa LV	222,7	217,9	238,0	240,9	241,0	240,9	246,7	246,8	222,7	222,0	209,5	258,1
Litwa LT	181,3	169,9	191,3	191,0	193,6	189,4	201,8	204,5	191,3	195,2	181,5	220,6
Luksemburg LU	166,7	149,7	172,6	161,7	157,2	165,8	158,8	144,9	164,0	-	-	-
Węgry HU	107,0	105,6	126,9	132,4	133,4	136,9	141,6	144,6	139,7	145,6	140,1	-
Malta MT	75,8	77,4	83,7	88,8	87,3	82,4	88,6	86,4	86,6	-	-	-
Niderlandy NL	98,7	94,3	105,1	106,1	110,8	109,9	107,9	105,4	104,7	108,5	105,9	-
Austria AT	97,3	95,3	106,5	101,5	104,2	98,2	102,9	101,0	101,6	107,4	106,2	-
Polska PL	129,4	126,6	147,0	149,6	150,5	150,3	151,9	151,2	150,5	156,0	146,8	182,5
Portugalia PT	97,0	92,9	104,5	97,4	101,3	98,7	112,1	111,8	106,1	106,2	106,2	132,8
Rumunia RO	175,9	188,0	216,8	234,0	213,6	238,9	261,7	283,5	265,2	215,7	216,2	318,0
Słowenia SI	131,9	135,6	148,5	155,6	156,9	155,8	157,4	154,0	159,0	161,8	150,7	168,6
Słowacja SK	131,9	136,9	142,7	143,2	153,0	148,5	152,3	151,1	145,7	155,9	154,3	182,5
Finlandia FI	123,8	122,8	130,2	136,4	144,2	148,3	146,7	143,9	132,1	139,3	134,7	172,9
Szwecja SE	123,7	121,3	136,8	140,5	144,0	149,8	145,4	148,6	140,1	138,5	138,6	178,9
Wielka Brytania UK	126,9	128,9	130,9	131,1	137,3	132,9	135,7	133,1	131,8	138,2	153,6	184,6

Źródło: Eurostat, dane krótkookresowe (styczeń 2009; dane dla Polski zaktualizowane w lutym 2009 r.),
, - ' brak danych

^a Dane wyrównane dniami roboczymi

Source: Eurostat, short-term statistics (January 2009; data for Poland were updated in February 2009),
, - ' data not available.

^a Data adjusted for working days

TABL 30. PROCENTOWA ZMIANA MIESIĘCZNYCH OBROTÓW W HANDLU
 DETALICZNYM KRAJÓW UE W CENACH STAŁYCH W 2008 ROKU
 THE PERCENTAGE CHANGE OF MONTHLY DEFLATED TURNOVER IN RETAIL TRADE FOR COUNTRIES
 OF EU IN 2008

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

Źródło: Eurostat, dane krótkookresowe (styczeń 2009),

^a Dane wyrównane dniami roboczymi

Source: Eurostat, short-term statistics (January 2009),

^a Data adjusted for working days

TABL. 31. WAŻNIEJSZE DANE DOTYCZĄCE HANDLU WEWNĘTRZNEGO W LATACH 1995-2008
 MAJOR DATA REGARDING THE INTERNAL TRADE IN 1995-2008

Wyszczególnienie Specification	1995	2000	2005	2006	2007	2008
Udział handlu w PKB w % Share of trade in GDP in %	16,3	17,3	16,7	16,6	16,1	15,8 ^a
Udział handlu w wartości dodanej brutto w % Share of trade in gross value added in %	18,5	19,4	19,0	18,9	18,3	18,0 ^a
Produkcja globalna przedsiębiorstw handlowych ^b w mln zł..... Gross output of trade enterprises ^b in mln zł	79309,1	190434,8	213754,8	227004,4	252680,0	269698,8 ^a
Wartość dodana brutto przedsiębiorstw handlowych ^b w mln zł..... Gross value added of trade enterprises ^b in mln zł	34931,0	90918,4	119004,0	126234,0	139695,9	146463,7 ^a
Sprzedaż detaliczna (ceny stałe) 1995=100..... Retail sales (constant prices) 1995=100	100,0	120,3	127,3	136,5	146,9	154,2
Sprzedaż detaliczna ogółem w mln zł (ceny bieżące)..... Total retail sales (current prices) in mln zł	169585,0	360317,5	433255,4	464510,6	515654,6	564665,0
Sprzedaż detaliczna w punktach sprzedaży detalicznej ^c w mln zł (ceny bieżące) Retail sales in retail sales outlets ^c in mln zł (current prices)	162726,7	345610,0	416159,5	446247,4	496180,7	544460,6
Żywność i napoje bezalkoholowe..... food and non-alcoholic beverages	51907,3	102861,0	125553,2	128074,1	136783,1	146494,7
Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe..... alcoholic beverages and tobacco	18514,3	32833,0	38839,3	39932,1	43605,9	47530,4
Towary nieżywnościowe (bez wyr. tytoniowych). non-foodstuffs (excluding tobacco)	92305,1	209916,0	251767,0	278241,2	315791,7	350435,5
Sprzedaż hurtowa ogółem w mln zł (ceny bieżące) Wholesale in mln zł (current prices)	197447,6	440206,3	572251,4	645535,3	745700,7	795375,7
Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² Sales area of shops in m ²	19792640	26933785	28262206	28818342	28249092	31070114
w tym: of which:						
Domy towarowe..... Department stores	230714	615687	390550	376350	337453	276215
Domy handlowe..... Trade stores	577800	484484	451966	425452	374536	308532
Supermarkety..... Supermarkets	.	1068665	2125077	2401177	2811027	2951094
Hipermarkety..... Hypermarkets	.	653546	2566686	2782167	2553301	3181166

^a Dane uzupełnione

^a Data was supplemented

^b Przedsiębiorstwa sekcji G – Handel i naprawy.

^b Section G enterprises – Trade and repairs.

^c Łącznie ze sprzedażą detaliczną dokonywaną w hurtowniach i u producentów.

^c Including retail sales conducted by wholesalers and producers.

^d Patrz Uwagi metodyczne, str.20.

^d See Methodological notes, page 18.

TABL. 31. WAŻNIEJSZE DANE DOTYCZĄCE HANDLU WEWNĘTRZNEGO W LATACH 1995-2008
(dok.) MAJOR DATA REGARDING THE INTERNAL TRADE IN 1995-2007 (cont.)

Wyszczególnienie Specification	1995	2000	2005	2006	2007	2008
Liczba sklepów ogółem ^e Total number of shops ^e	425600	431991	385990	395458	371364	385663 ^a
w tym: of which:						
Domy towarowe Department stores	134	135	95	91	76	63
Domy handlowe Trade stores	780	500	462	431	372	312
Supermarkety Supermarkets	.	1602	2716	3003	3506	3629
Hipermarkety..... Hypermarkets	.	99	374	410	396	463
Stacje paliw Petrol stations	5344	7744	10086	10159	9831	10073
Liczba ludności na 1 sklep..... Population per 1 shop	91	89	98,9	96,4	103	98,9
Liczba placówek gastronomicznych Number of catering establishments	60845	84342	92072	90330	86973	81131
w tym: of which:						
Restauracje Restaurants	4857	8519	9716	10265	12119	13731
Bary..... Bars	23493	36436	40834	39691	36947	33151
Stołówki..... Canteens	3815	7010	6950	6657	6128	5207
Punkty gastronomiczne..... Food stands	28680	32377	34572	33717	31779	29042
Przychody z działalności gastronomicznej w mln zł (ceny bieżące)..... Revenues from catering activity in mln zł (current prices)	7027	15381	17681	18783	20060	20777
Liczba targowisk ogółem..... Total number of market places	7414	7540	9042	8500	8923	10523
Liczba targowisk stałych..... Number of permanent market places	2354	2376	2313	2297	2284	2261
Liczba targowisk sezonowych..... Number of seasonal market places	5060	5164	6729	6203	6639	8262
Powierzchnia składowa magazynów zamkniętych ^g .. Storage area of secured warehouses ^g	10627	14776	16718	17526 ^h	-	-
Powierzchnia składowa magazynów zadaszonych ^g .. Storage area of roofed warehouses ^g	924	1064	1135	1281 ^h	-	-
Powierzchnia składowa placów składowych ^g Storage area of storage sites ^g	8764	13352	14209	14118 ^h	-	-

^e Łącznie ze stacjami paliw.

^e Including petrol stations.

^f Patrz Uwagi metodyczne, str. 20.

^f See Methodological notes, page 18.

^g Hurtu i rozdziałcze detalu; dane w tys. m²; dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 9 osób, w 1995 r. – 5 osób.

^g Wholesale and retail distribution; data in thous. m²; concern economic entities employing more than 9 persons, in 1995 more than 5 persons

^h Poczawszy od 2006 r. badanie prowadzone jest w cyklu trzyletnim. Następne wyniki będą opublikowane za 2009 r.

^h From 2006 research has been conducting in three year cycle. Next results will be presented in 2009

ANEKS
ANNEX

TABL. 32. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2007R.^a

Stan w dniu 31 XII

SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2007^a

As of December 31

Województwa Voivodships	Ogółem Total	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² Sales area of shops in m ²	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej Number of shops by size of sales area							
			99 m ² i mniej 99 m ² and less	100 - 199 m ²	200 - 299m ²	300 - 399 m ²	400 - 999 m ²	1000 - 1999	2000 - 2499 m ²	2500 m ² i więcej 2500 m ² and more
POLSKA.....	371364	28249092	345394	11519	4372	2478	5448	1393	169	591
POLAND										
Dolnośląskie.....	27590	2230118	25653	802	331	203	414	116	12	59
Kujawsko-Pomorskie ...	22319	1579592	20908	605	210	162	326	67	10	31
Lubelskie.....	20977	1465814	19532	634	257	142	294	87	7	24
Lubuskie.....	10900	846440	10110	332	119	70	203	42	8	16
Łódzkie	27654	1925196	26021	766	261	139	335	75	14	43
Małopolskie	32616	2249075	30379	1099	374	193	420	96	12	43
Mazowieckie	48029	3690171	44863	1391	573	300	589	197	26	90
Opolskie	8595	714982	7902	271	121	68	177	42	4	10
Podkarpackie.....	18841	1372930	17264	733	264	156	325	63	9	27
Podlaskie.....	10344	869175	9378	452	183	94	183	34	6	14
Pomorskie	20863	1625357	19357	635	240	152	335	92	13	39
Śląskie.....	40407	3645758	37061	1529	513	293	705	191	19	96
Świętokrzyskie.....	13138	862706	12516	268	96	60	142	40	2	14
Warmińsko-Mazurskie ..	14351	1086342	13316	454	207	106	193	57	4	14
Wielkopolskie	34224	2588829	31796	1064	416	239	513	136	15	45
Zachodniopomorskie ...	20516	1496607	19338	484	207	101	294	58	8	26

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 20^a See Methodological notes, page 18.

TABL. 33. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2007 R.^a

Stan w dniu 31 XII

SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2007^a

As of December 31

Województwa Voivodships	Ogółem Total	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² Sales area of shops in m ²	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej Number of shops by size of sales area							
			100 m ² i mniej 100 m ² and less	101 - 200 m ²	201 - 300 m ²	301 - 400 m ²	401 - 1000 m ²	1001 - 2000	2001 - 2500 m ²	2501 m ² i więcej 2501 m ² and more
POLSKA	371364	28249092	346852	10822	4050	2336	5279	1308	137	580
POLAND										
Dolnośląskie	27590	2230118	25753	743	316	189	408	112	10	59
Kujawsko-Pomorskie	22319	1579592	20982	567	205	151	312	64	7	31
Lubelskie	20977	1465814	19612	603	245	124	281	82	7	23
Lubuskie	10900	846440	10158	306	112	63	199	45	2	15
Łódzkie	27654	1925196	26131	710	236	135	312	75	12	43
Małopolskie	32616	2249075	30553	1005	335	178	401	91	10	43
Mazowieckie	48029	3690171	45031	1299	535	289	580	184	23	88
Opolskie	8595	714982	7933	262	110	69	172	35	4	10
Podkarpackie	18841	1372930	17355	696	233	154	315	53	9	26
Podlaskie	10344	869175	9430	432	178	80	172	34	4	14
Pomorskie	20863	1625357	19429	608	225	130	335	85	14	37
Śląskie	40407	3645758	37238	1440	460	287	701	171	16	94
Świętokrzyskie	13138	862706	12558	246	89	64	131	34	2	14
Warmińsko-Mazurskie	14351	1086342	13374	429	194	101	184	53	2	14
Wielkopolskie	34224	2588829	31930	1010	384	223	492	132	8	45
Zachodniopomorskie	20516	1496607	19385	466	193	99	284	58	7	24

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 20^a See Methodological notes, page 18.