



GŁÓWNY URZĄD STATYSTYCZNY

RYNEK WEWNĘTRZNY W 2012 R.

**Informacje
i opracowania
statystyczne**

Warszawa 2013

Opracowanie publikacji**Główny Urząd Statystyczny
Departament Handlu i Usług**

zespół

Wydziału Handlu Wewnętrznego:
Jolanta Biernat, Katarzyna Kachniarz,
Marta Nerlewska, Małgorzata Rajkowska,
Anna Swat, Rafał Wołodkiewicz-Donimirski

pod kierownictwem

Ewy Adach-Stankiewicz
Dyrektora Departamentu

oraz zespół

Wydziału Usług Biznesowych:
Dominika Gawrychowska,
Agnieszka Kaźmierczak,
Katarzyna Korfanty-Rusiniak,
Dorota Łysik

pod kierownictwem

Agnieszki Matulskiej-Bachury
Zastępcy Dyrektora Departamentu**Przy publikowaniu danych GUS – prosimy o podanie źródła**Publikacja dostępna na <http://www.stat.gov.pl>

SPIS TREŚCI		Tablica	Strona
	Przedmowa.....	x	4
	Wykaz skrótów.....	x	5
I	UWAGI METODYCZNE.....	x	6
	1. Źródła i zakres danych	x	6
	2. Objasnienia podstawowych pojęć	x	11
II	KOMENTARZ ANALITYCZNY	x	18
	1. Usługi	x	18
	Analiza wybranych działalności usługowych.....	x	24
	2. Handel wewnętrzny	x	31
	Przepływ towarów handlowych.....	x	33
	Obroty przedsiębiorstw handlowych	x	33
	Sprzedaż detaliczna	x	38
	Infrastruktura handlowa.....	x	40
	Gastronomia.....	x	45
	Sprzedaż hurtowa	x	47
	Zaopatrzenie rynku	x	49
III	TABLICE		

PRZEDMOWA

Niniejsza publikacja jest kolejną edycją opracowania „Rynek wewnętrzny” wydawanego co roku przez Główny Urząd Statystyczny w serii „Informacje i opracowania statystyczne”.

Zaprezentowane dane pozwalają na kompleksową analizę działalności podmiotów handlowych i usługowych. Opracowanie zawiera informacje w zakresie wyników finansowych tych przedsiębiorstw, jak również podstawowe dane o zjawiskach i tendencjach obserwowanych na rynku tj. wielkości sprzedaży, rozwoju sieci handlowej, uwarunkowań międzynarodowych. Uzupełnieniem informacji o procesach rynkowych jest zaprezentowanie danych dotyczących dostaw i zapasów wybranych produktów oraz ich spożycia.

W publikacji wykorzystane zostały informacje ze sprawozdań statystycznych wzbogacone wybranymi źródłami administracyjnymi dotyczącymi wszystkich typów podmiotów prowadzących działalność usługową. Wyniki badań zostały przedstawione w przekrojach terytorialnych oraz według struktury organizacyjnej i formy własności podmiotów. Dane według rodzajów działalności zaprezentowane zostały w układzie Polskiej Klasyfikacji Działalności 2007.

Całość opracowania składa się z trzech części: uwag metodycznych zawierających źródła informacji, opisy badań i definicje pojęć; analizy wyników badań oraz części tabelarycznej.

Oddając do Państwa rąk „Rynek wewnętrzny w 2012 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

Wykaz skrótów

Klasyfikacje

PKD	=	Polska Klasyfikacja Działalności
PKWiU	=	Polska Klasyfikacja Wytrobów i Usług
CN	=	Scalona Nomenklatura Towarowa Handlu Zagranicznego

Ważniejsze skróty

tys.	=	tysiąc
mln	=	milion
mld	=	miliard
zł	=	złoty
szt.	=	sztuka
kpl.	=	komplet
nr	=	numer
wol.	=	wolumen
g	=	gram
kg	=	kilogram
t	=	tona
l	=	litr
hl	=	hektolitr
r.	=	rok
art.	=	artykuł
tabl.	=	tablica
p.proc.	=	punkt procentowy
PKB	=	Produkt Krajowy Brutto
SAD	=	Jednolity Dokument Administracyjny

Znaki umowne

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

Przyjęte grupowania:

- **UE 28** (28 krajów – obecnych członków UE: Austria, Belgia, Bułgaria, Chorwacja, Cypr, Czechy, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Malta, Niemcy, Polska, Portugalia, , Rumunia, Słowacja, Słowenia, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy).
- **Euro-zone – Strefa Euro** – (17 krajów Unii Gospodarczo-Walutowej: Austria, Belgia, Cypr, Estonia, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Luksemburg, Malta, Niemcy, Portugalia, Słowacja, Słowenia, Włochy).

I. UWAGI METODYCZNE

1. Źródła i zakres danych

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

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

SP-3 – Sprawozdanie o działalności gospodarczej przedsiębiorstw

H-01/k – Kwartalne badanie przychodów w przedsiębiorstwach handlowych

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

BS – Sprawozdanie ze sprzedaży usług związanych z obsługą działalności gospodarczej

H-01a – Sprawozdanie o działalności sklepów detalicznych i stacji paliw

H-01g – Sprawozdanie o sieci placówek gastronomicznych

H-01s – Sprawozdanie o sprzedaży detalicznej i hurtowej

H-01w – Sprawozdanie o sieci handlowej

DG-1 – Meldunek o działalności gospodarczej

F01/I01 – Sprawozdanie o przychodach, kosztach i wyniku finansowym oraz o nakładach na środki trwałe

F-02 – Statystyczne sprawozdanie finansowe

SP – Roczna ankieta przedsiębiorstwa

P-01 – Sprawozdanie o produkcji

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

P-02 – Meldunek o produkcji wyrobów i zapasach

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

Na potrzeby niniejszego opracowania przyjęto, że usługi tworzą podmiotowo określone jednostki, których podstawowy rodzaj działalności sklasyfikowano wg PKD w sekcjach:

- G – Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle;
- H – Transport i gospodarka magazynowa;
- I – Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi;
- J – Informacja i komunikacja;
- K – Działalność finansowa i ubezpieczeniowa;
- L – Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości;
- M – Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna;
- N – Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca;
- O – Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne;
- P – Edukacja;
- Q – Opieka zdrowotna i pomoc społeczna;
- R – Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją;
- S – Pozostała działalność usługowa;
- T – Gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników; gospodarstwa domowe produkujące wyroby i świadczące usługi na własne potrzeby;
- U – Organizacje i zespoły eksterytorialne;

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

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

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

SEKCJA „G” HANDEL HURTOWY I DETALICZNY; NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH, WŁĄCZAJĄC MOTOCYKLE

DZIAŁ 45 HANDEL HURTOWY I DETALICZNY POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI; NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH

GRUPA

- 45.1 Sprzedaż hurtowa i detaliczna pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli
- 45.2 Konserwacja i naprawa pojazdów samochodowych; z wyłączeniem motocykli
- 45.3 Sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli
- 45.4 Sprzedaż hurtowa i detaliczna motocykli, ich naprawa i konserwacja oraz sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do nich

DZIAŁ 46 HANDEL HURTOWY, Z WYŁĄCZENIEM HANDLU POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI

GRUPA

- 46.1 Sprzedaż hurtowa realizowana na zlecenie
- 46.2 Sprzedaż hurtowa płodów rolnych i żywych zwierząt
- 46.3 Sprzedaż hurtowa żywności, napojów i wyrobów tytoniowych
- 46.4 Sprzedaż hurtowa artykułów użytku domowego
- 46.5 Sprzedaż hurtowa narzędzi technologii informacyjnej i komunikacyjnej
- 46.6 Sprzedaż hurtowa maszyn, urządzeń i dodatkowego wyposażenia
- 46.7 Pozostała wyspecjalizowana sprzedaż hurtowa
- 46.9 Sprzedaż hurtowa niewyspecjalizowana

DZIAŁ 47 HANDEL DETALICZNY, Z WYŁĄCZENIEM HANDLU DETALICZNEGO POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI

GRUPA

- 47.1 Sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach
- 47.2 Sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
- 47.3 Sprzedaż detaliczna paliw do pojazdów silnikowych na stacjach paliw
- 47.4 Sprzedaż detaliczna narzędzi technologii informacyjnej i komunikacyjnej prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
- 47.5 Sprzedaż detaliczna artykułów użytku domowego prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
- 47.6 Sprzedaż detaliczna wyrobów związanych z kulturą i rekreacją prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
- 47.7 Sprzedaż detaliczna pozostałych wyrobów prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
- 47.8 Sprzedaż detaliczna prowadzona na straganach i targowiskach
- 47.9 Sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami

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

skrót	pełna nazwa
sekcje	
Handel; naprawa pojazdów samochodowych	Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle
Zakwaterowanie i gastronomia	Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi
działy	
Handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi oraz ich naprawa	Handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi; naprawa pojazdów samochodowych
Handel hurtowy	Handel hurtowy, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi
Handel detaliczny	Handel detaliczny, z wyłączeniem handlu detalicznego pojazdami samochodowymi
Działalność związana z oprogramowaniem i doradztwo w zakresie informatyki	Działalność związana z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki oraz działalność powiązana
Administracyjna obsługa biur; wspomaganie działalności gospodarczej	Działalność związana z administracyjną obsługą biur i pozostała działalność wspomagająca prowadzenie działalności gospodarczej
inne grupowania	
Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i zarządzanie	Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe. Doradztwo związane z zarządzaniem

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

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

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

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

Rodzaje działalności w zakresie sprzedaży detalicznej^a:

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

a Sprzedaż detaliczna badana jest według rodzaju działalności przedsiębiorstw i obejmuje sprzedaż realizowaną przez jednostki handlowe i niehandlowe. Szeroki zakres badanych podmiotów pozwala na eliminację wahań obserwowanego zjawiska wynikających ze zmian rodzaju działalności dokonywanych przez przedsiębiorstwa.

2. Objasnienia podstawowych pojęć

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.

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.

NAKŁADY INWESTYCYJNE są to nakłady finansowe lub rzeczowe, których celem jest stworzenie nowych środków trwałych lub ulepszenie (przebudowa, rozbudowa, rekonstrukcja, adaptacja lub modernizacja) istniejących obiektów majątku trwałego, a także nakłady na tzw. pierwsze wyposażenie inwestycji.

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

WYRÓWNANIE DNIAMI ROBOCZYMI polega na eliminacji efektu zmienności kalendarzowej i zmienności dni roboczych (różnice czasu pracy w kolejnych miesiącach).

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.

Sprzedaż detaliczna obejmuje ponadto sprzedaż realizowaną przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet. Wartość sprzedaży detalicznej stanowi sumę sprzedaży detalicznej zrealizowaną przez jednostki handlowe i niehandlowe.

SPRZEDAŻ 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, cocktaile, kordiały), miody pitne;
- 3) piwo niezależnie od zawartości alkoholu i ekstraktu.

PUNKTY SPRZEDAŻY DETALICZNEJ są to placówki handlowe obejmujące:

- obiekty wielkopowierzchniowe,
- sklepy łącznie z aptekami,
- stałe punkty sprzedaży drobnodetalicznej (kioski, “szczęki”, stragany),
- pozostałe punkty sprzedaży drobnodetalicznej o charakterze ruchomym,
- stacje paliw.

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

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

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

Wyróżniamy następujące formy organizacyjne sklepów:

- **domy towarowe** są to wielodziałowe sklepy o powierzchni sal sprzedażowych 2000 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 o powierzchni sal sprzedażowych od 120 do 399 m², prowadzące sprzedaż głównie towarów żywnościowych codziennego użytku oraz dodatkowo często nabywanych towarów nieżywnościowych.
- **sklepy wyspecjalizowane** są to sklepy prowadzące sprzedaż szerokiego asortymentu artykułów do kompleksowego 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.

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 HANDLOWE¹ - magazyny jednostek zajmujących się obrotem towarami.

Magazyny handlowe - jednostki organizacyjno-funkcjonalne zajmujące wyodrębnioną przestrzeń magazynową, wyposażone w sprzęt i urządzenia techniczne umożliwiające składowanie towarów zgodnie z wymogami przechowywania oraz dysponujące personelem do jego prawidłowej obsługi.

Magazyny handlowe zajmują:

- powierzchnię składową (w m²) w budynkach magazynowych zamkniętych, budynkach magazynowych zadaszonych (wiatach), piwnicach samodzielnych, placach składowych (składowiskach),

¹ Począwszy od 2006 r. badanie prowadzone jest w cyklu trzyletnim.

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.

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, działalność cateringowa 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, wyrobów tytoniowych,

- **produkcji gastronomicznej** - wyrobów kulinarnych, ciastkarskich i innych wytworzonych na własne potrzeby,
- **świadczonych usług** - np. wpływy z tytułu opłat za korzystanie z szatni, przechowalni bagażu, obsługi parkingów, z tytułu działalności rozrywkowej, za zorganizowanie przyjęć poza zakładem i w zakładzie, za wypożyczenie sali itp.

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

ZAPASY WYROBÓW U PRODUCENTA - wyprodukowane wyroby gotowe (finalne) znajdujące się w magazynach producenta, przeznaczone do sprzedaży.

SPOŻYCIE NIEKTÓRYCH ARTYKUŁÓW KONSUMPCYJNYCH NA 1 MIESZKAŃCA - źródłem opracowania są informacje o: wielkości krajowej produkcji, imporcie, eksporcie, zapasach w magazynach producentów i w przedsiębiorstwach handlowych. W przypadku niektórych produktów pochodzenia rolnego (ziarno 4 zbóż w przeliczeniu na przetwory, ziemniaki, warzywa i owoce) produkcję pomniejszono o zużycie tych produktów na cele produkcyjne (siew, spasanie, surowce dla gorzelni, krochmalni itp.).

Przeliczenia 4 zbóż (pszenicy, żyta, owsa, jęczmienia) na przetwory dokonano według odpowiednich procentów przemiału.

Dane o poziomie spożycia opracowane metodą bilansową służą ocenie globalnych zmian spożycia żywności w kraju i nie mogą być bezpośrednio porównywane z danymi o spożyciu artykułów żywnościowych w gospodarstwach domowych opracowanymi na podstawie wyników reprezentacyjnych badań budżetów domowych.

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

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.

UWAGI:

1. Liczby względne (wskaźniki, odsetki) obliczono z reguły na podstawie danych bezwzględnych wyrażonych z większą dokładnością niż podano w tablicach.
2. Zamieszczone w publikacji dane zostały zebrane zgodnie z :
 - a/ Polską Klasyfikacją Działalności PKD 2007 wprowadzoną z dniem 01.01.2008 r. rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 24.12.2007 r. (Dz. U. Nr 251, poz. 1885), która została opracowana na podstawie Statystycznej Klasyfikacji Działalności Gospodarczych we Wspólnocie Europejskiej – Statistical Classification of Economic Activities in the European Community – NACE Rev. 2.
 - b/ Polską Klasyfikacją Wyrobów i Usług PKWiU 2008 wprowadzoną z dniem 01.01.2009 r. rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 29.10.2008 r. (Dz. U. Nr 207, poz. 1293), która została opracowana na podstawie międzynarodowych klasyfikacji i nomenklatur.
3. Określenie „własność zagraniczna” stosowane w publikacji, odnosi się do przedsiębiorstw własności zagranicznej i tych, w których własność zagraniczna stanowi przewagę.
4. Przy przeliczaniu danych na 1 mieszkańca w zakresie spożycia wybranych towarów konsumpcyjnych (tabl. 24) przyjęto liczbę ludności według stanu z dnia 30 VI. Przy przeliczaniu danych dotyczących liczby ludności przypadającej na jeden sklep (tabl. 13) przyjęto liczbę ludności według stanu w dniu 31 XII.
5. Liczbę sklepów i stacji paliw wg stanu w dniu 31 XII w podziale na specjalizacje branżowe i formy organizacyjne ustalono na podstawie wykazu sklepów sporządzonego przez jednostki o liczbie pracujących 10 i więcej osób realizujące sprzedaż detaliczną (H-01w) oraz 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); do 2003 r. dane opracowywano na podstawie rejestru.

II. KOMENTARZ ANALITYCZNY

1. Usługi

Od wielu lat na świecie sektor usług ma dominujący udział w tworzeniu wartości dodanej brutto w poszczególnych gospodarkach narodowych. W większości krajów Unii Europejskiej (UE) wartość dodana generowana przez przedsiębiorstwa prowadzące działalności usługowe wykazuje tendencję rosnącą z różnym tempem zmian w poszczególnych krajach.

W 2012 r. wśród krajów członkowskich UE najwyższy udział wartości dodanej wytworzonej przez usługi odnotowano w Luxemburgu – 86,1%, na Cyprze – 82,3% oraz na Malcie – 81,1%. Duży udział w wartości dodanej całej gospodarki usługi stanowią w takich krajach jak Grecja (80,2%), Francja (79,2%), W. Brytania (78,7%) czy Dania (77,1%). W krajach przyjętych do Unii Europejskiej w okresie od 2004 r. udział ten kształtował się na poziomie od 51,6% w Rumunii do 69,3% na Łotwie.

W stosunku do 2011 r. najbardziej znaczący wzrost udziału działalności usługowej w tworzeniu wartości dodanej wykazała Malta (o 11,8 p.proc.), Irlandia (o 9,5 p.proc) oraz Finlandia (o 9,1 p.proc.). W tym samym okresie w niektórych krajach udział usług w tworzeniu wartości dodanej brutto spadł. Spadki odnotowano w Rumunii (o -2,9 p.proc.), w Estonii (o -0,8 p.proc.), na Łotwie (o -0,7 p.proc.) oraz w Polsce (o -0,4 p.proc.).

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

Kraje	Lata	Udział w %	Kraje	Lata	Udział w %
Austria.....	2000	66,7	Luxemburg	2000	80,1
	2012	69,8		2012	86,1
Belgia.....	2000	71,5	Łotwa	2000	70,0
	2012	76,9		2012	69,3
Bułgaria.....	2000	61,1	Malta	2000	69,3
	2012	63,2		2012	81,1
Cypr	2000	75,3	Niemcy	2000	68,4
	2012	82,3		2012	68,7
Czechy	2000	58,9	Polska	2000	64,0
	2012	60,1		2012	63,6^a
Dania.....	2000	70,9	Portugalia	2000	67,9
	2012	77,1		2012	74,1
Estonia	2000	67,7	Rumunia	2000	54,5
	2012	66,9		2012	51,6
Finlandia	2000	62,1	Słowacja	2000	59,5
	2012	71,2		2012	60,4

Kraje	Lata	Udział w %	Kraje	Lata	Udział w %
Francja	2000	74,7	Słowenia.....	2000	61,9
	2012	79,2		2012	66,2
Grecja.....	2000	72,2	Szwecja	2000	69,5
	2012	80,2		2012	73,2
Hiszpania.....	2000	64,7	Węgry.....	2000	61,7
	2012	71,6		2012	65,1
Holandia.....	2000	72,7	W.Brytania	2000	72,3
	2012	74,0		2012	78,7
Irlandia	2000	61,0	Włochy	2000	69,5
	2012	70,5		2012	73,8
Litwa	2000	64,1			
	2012	65,1			

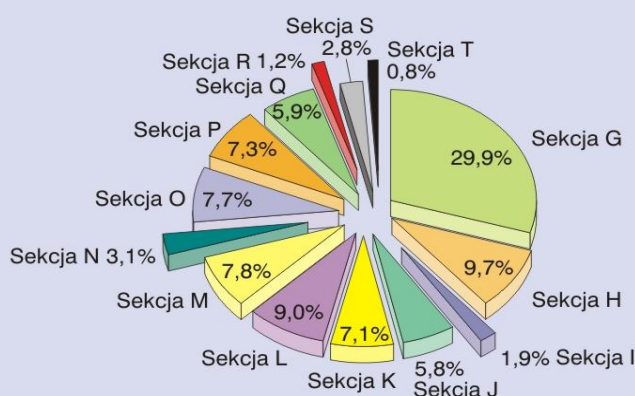
Źródło: Eurostat, z dn. 14.09.2013 r.;

a Dane dla Polski za 2012 r., Komunikat Głównego Urzędu Statystycznego w sprawie skorygowanego szacunku wartości nominalnej produktu krajowego brutto za lata 2011 i 2012 z dnia 26.09.2013 r.

W 2012 r. w Polsce wartość dodana brutto wytworzona przez podmioty prowadzące działalności o charakterze usługowym stanowiła 63,6% wartości dodanej brutto całej gospodarki narodowej. Liczba pracujących w tych jednostkach stanowiła 56,8% ogółu pracujących. Należy przy tym podkreślić, że zmiany obserwowane w obszarze usług związane są ze zjawiskami zachodzącymi w całej gospodarce oraz potrzebami usługobiorców, którymi są zarówno konsumenci indywidualni, jak i przedsiębiorstwa.

W 2012 r. działalnością dominującą wśród pomiotów usługowych pod względem wartości dodanej była działalność handlowa, której udział stanowił prawie $\frac{1}{3}$ wartości dodanej wytworzonej przez wszystkie jednostki prowadzące działalności o charakterze usługowym. Udział działalności w zakresie transportu i gospodarki magazynowej (wg PKD sekcja H) ukształtował się na poziomie 9,7%, natomiast działalności profesjonalnej, naukowej i technicznej (wg PKD sekcja M) na poziomie 7,8%.

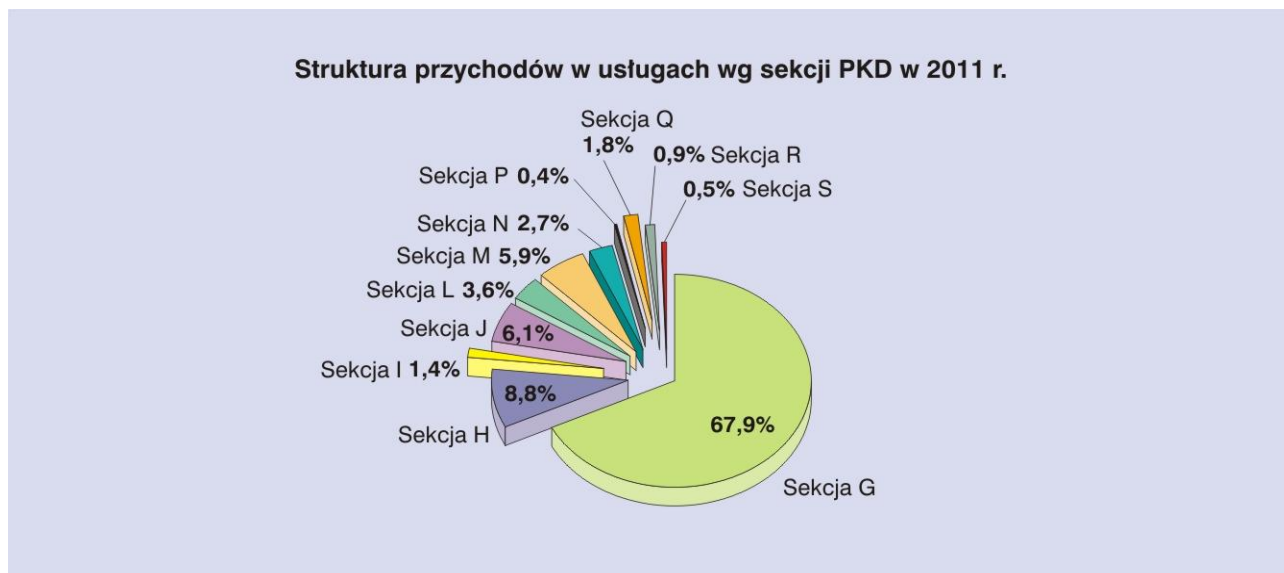
Struktura wartości dodanej brutto w usługach wg sekcji PKD w 2012 r.



Źródło: Komunikat Głównego Urzędu Statystycznego w sprawie skorygowanego szacunku wartości nominalnej produktu krajowego brutto za lata 2011 i 2012 z dnia 26.09.2013r.

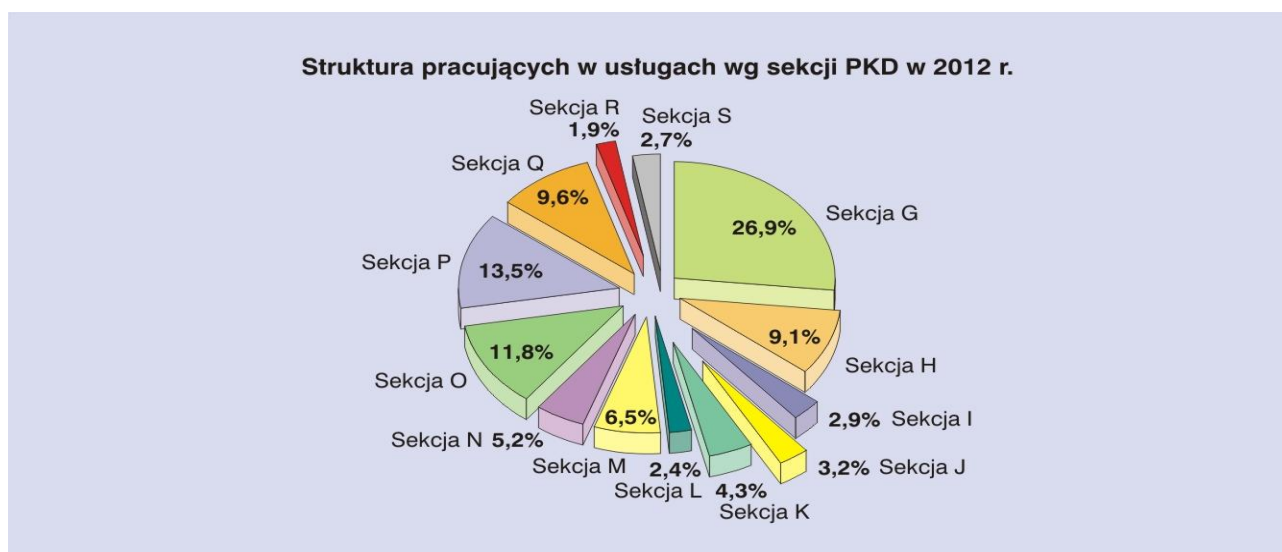
Patrz Uwagi Metodyczne str. 7.

W 2011 r. przychody przedsiębiorstw prowadzących działalność handlową (wg PKD sekcja G) stanowiły prawie 68% przychodów ogółem całego sektora usług. Udział przychodów przedsiębiorstw świadczących usługi w zakresie transportu i gospodarki magazynowej (wg PKD sekcja H) kształtował się na poziomie 8,8%, przedsiębiorstw prowadzących działalność zaklasyfikowaną do sekcji J „Informacja i komunikacja” - 6,1% oraz do sekcji M „Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna” - 5,9%



Źródło: Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2011 r., GUS, Warszawa (Sekcja N [bez klasy 81.30.Z], Sekcja Q [bez klasy 86.10.Z], Sekcja S [działy 95 i 96]);

W 2012 r., wśród podmiotów usługowych, najwięcej osób pracowało w przedsiębiorstwach zaliczanych do sekcji „Handel i naprawa pojazdów samochodowych” (wg PKD sekcja G) – 26,9% ogółu pracujących w podmiotach usługowych, następnie do sekcji „Edukacja” (wg PKD sekcja P) – 13,5% oraz do sekcji „Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne” (wg PKD sekcja O) – 11,8%.



Źródło: Mały Rocznik Statystyczny Polski 2013;

W 2012 r. działalnością dominującą wśród jednostek usługowych pod względem przeciętnego zatrudnienia była działalność handlowa, w której zatrudnionych było 1 589,7 tys. osób (wzrost

w stosunku do 2011 r. o 0,6%). W sekcji P „Edukacja” w tym samym okresie pracowało 1 045,5 tys. osób. Najniższe przeciętne zatrudnienie zaobserwowano w sekcji S „Pozostała działalność usługowa” – 102,9 tys. osób.

Największy wzrost przeciętnego zatrudnienia odnotowano w sekcji J „Informacja i komunikacja” – o 3,2%, natomiast największy spadek został wykazany w działalności związanej z obsługą rynku nieruchomości (wg PKD sekcja L) – o 3,0%.

Najwyższe przeciętne wynagrodzenie brutto w 2012 r. odnotowano w sekcji „Działalność finansowa i ubezpieczenia” (wg PKD sekcja K) – 6 007 zł, „Informacja i komunikacja” (wg PKD sekcja J) – 5 925 zł oraz „Administracja publiczna i obrona narodowa” (wg PKD sekcja O) – 4 395 zł. W podmiotach zaliczanych do sekcji I „Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi” odnotowano najniższe przeciętne wynagrodzenie brutto na poziomie 2 148 zł.

W 2012 r., w porównaniu z rokiem ubiegłym, największy wzrost przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia zaobserwowano w sekcji N „Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca” do poziomu 2 429 zł, to jest o 5,1% przy jednoczesnym spadku przeciętnego zatrudnienia o 1,1%.

W ostatnich latach wśród działalności usługowych obserwowany jest dynamiczny rozwój rynku usług związanych z obsługą działalności gospodarczej, potocznie zwanych usługami biznesowymi. Do podmiotów² świadczących usługi biznesowe zaliczyć należy przedsiębiorstwa prowadzące m.in. działalność w ramach usług informatycznych, prawniczych, rachunkowo-księgowych, zarządzania, usług inżynierskich i architektonicznych, reklamowych oraz usług związanych z zatrudnieniem.

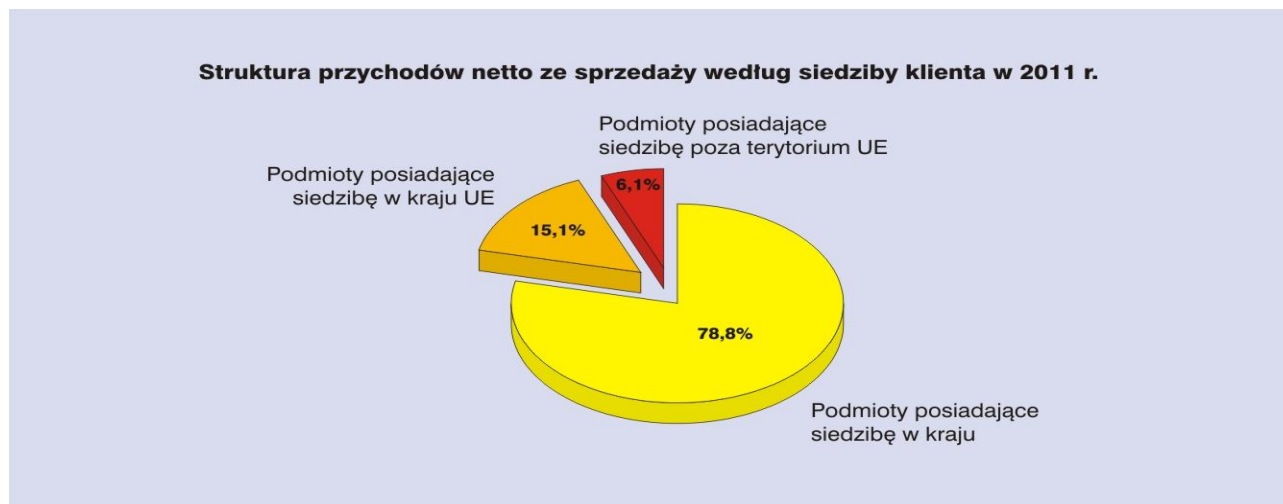
W 2011 r. wśród wszystkich przedsiębiorstw niefinansowych ponad 11% stanowiły jednostki świadczące usługi biznesowe³. W tym samym roku populacja podmiotów świadczących usługi biznesowe odnotowała wzrost o prawie 9,0% w porównaniu z rokiem poprzednim wobec 3,4% wzrostu liczby wszystkich podmiotów niefinansowych w całej gospodarce narodowej. Jednocześnie w tym samym okresie w segmencie usług biznesowych odnotowano wzrost liczby pracujących o ponad 8,0%, podczas gdy ogólna liczba pracujących w przedsiębiorstwach niefinansowych w kraju wzrosła o prawie 2,0%.

Przedsiębiorstwa zaliczane do segmentu usług biznesowych koncentrują swoją działalność na rynku krajowym. W 2011 r. prawie 79,0% przychodów ogółem tych przedsiębiorstw pochodziło z tytułu świadczenia usług podmiotom mającym siedzibę na terenie Rzeczypospolitej Polskiej. Źródłem

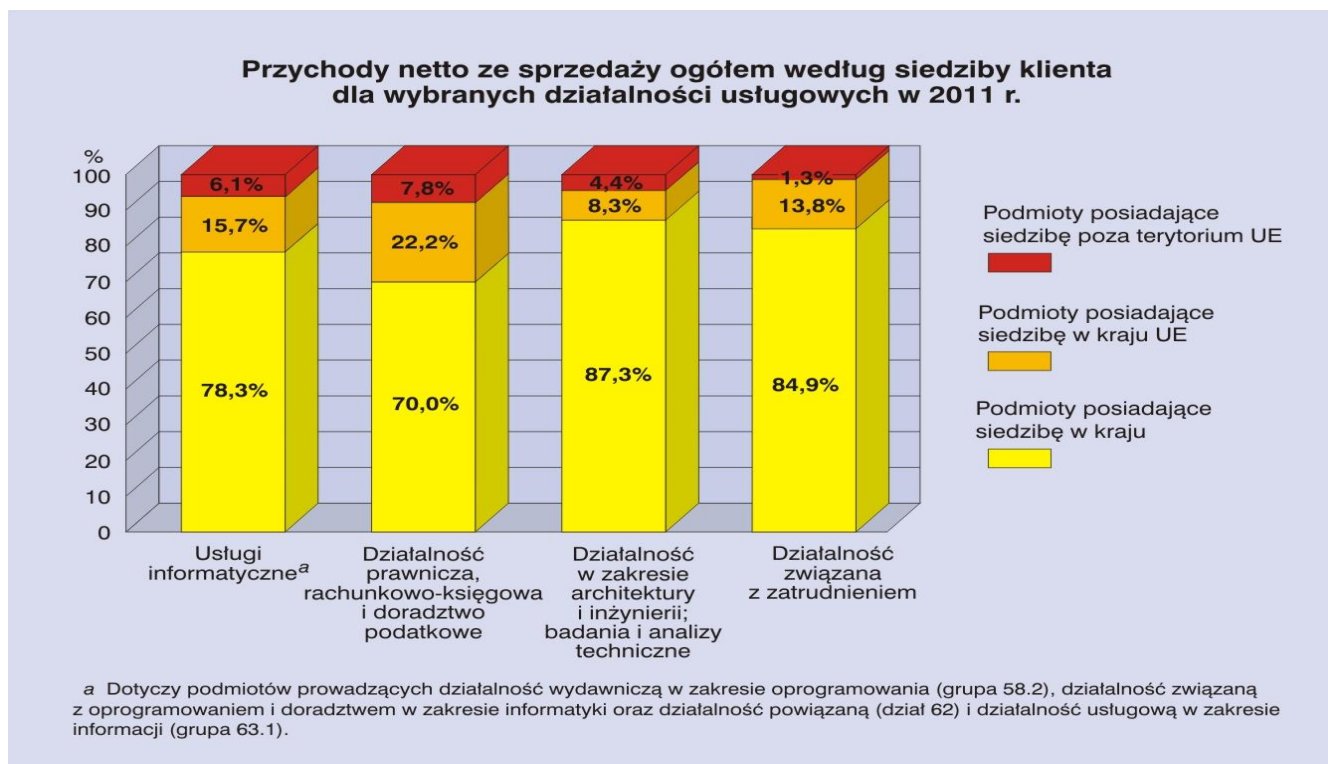
² Dotyczy podmiotów z liczbą pracujących powyżej 9 osób.

³ Dotyczy następujących klas/działów wg PKD: 58.2 - Działalność wydawnicza w zakresie oprogramowania, 62 - Działalność związana z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki oraz działalność powiązana, 63.1 - Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność; działalność portali internetowych, 69 - Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe, 70.2 - Doradztwo związane z zarządzaniem, 71 - Działalność w zakresie architektury i inżynierii, badania i analizy techniczne, 73 - Reklama, badanie rynku i opinii publicznej, 78 - Działalność związana z zatrudnieniem;

15,1% przychodów byli usługobiorcy posiadający siedzibę w krajach Unii Europejskiej, a dla pozostałych 6,1% - podmioty z siedzibą zlokalizowaną poza UE. W 2011 r. odnotowano wzrost o 2,7 p.proc. udziału przychodów z tytułu świadczenia usług z zakresu obsługi działalności gospodarczej podmiotom posiadającym siedzibę za granicą.



W 2011 r. wśród działalności związanych z obsługą działalności gospodarczej, działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe odznaczyła się najwyższym odsetkiem przychodów ze sprzedaży usług za granicą – 30% przychodów netto ze sprzedaży. W porównaniu z 2010 r. udział ten wzrósł o 4,6 p.proc. Najmniejszą ekspansję na rynki zagraniczne odnotowano w przypadku przedsiębiorstw prowadzących działalność w zakresie architektury i inżynierii oraz badań i analiz technicznych. Prawie 13% przychodów netto ze sprzedaży tych przedsiębiorstw pochodziło ze świadczenia usług usługobiorcom zlokalizowanym poza granicami kraju. W stosunku do ubiegłego roku udział ten wzrósł o 1,8 p. proc.



W 2011 r. wartość przychodów netto ze sprzedaży ogółem przedsiębiorstw świadczących usługi związane z obsługą działalności gospodarczej z liczbą pracujących 10 osób i więcej wyniosła nieznacznie poniżej 74,6 miliarda zł (wzrost o 6,4% w porównaniu z 2010 r.).

Największy wzrost przychodów w 2011 r. odnotowano w działalności związanej z zatrudnieniem (wg PKD dział 78 Sekcja N) - o ponad 23%. W podmiotach prowadzących działalność wydawniczą w zakresie oprogramowania, związaną z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki oraz działalność powiązaną i działalność usługową w zakresie informacji (wg PKD grupa 58.2, dział 62 i grupa 63.1 Sekcja J) zaobserwowano wzrost wartości przychodów o 21,4%. Przedsiębiorstwa świadczące usługi w zakresie architektury i inżynierii oraz badań i analiz technicznych (wg PKD grupa dział 71 Sekcja M) odnotowały w 2011 r. spadek wartości przychodów o prawie 15% w stosunku do ub. roku.

W przedsiębiorstwach świadczących usługi informatyczne prawie 32% przychodów netto ze sprzedaży ogółem stanowiły przychody z tytułu usług związanych z oprogramowaniem (wg PKWiU 62.01), a ich wartość wyniosła 7,8 mld zł. W porównaniu z 2010 r., odnotowano wzrost udziału tych usług w przychodach ogółem o niewiele ponad 1 p.proc.

W ramach przedsiębiorstw prowadzących działalność związaną z usługami prawnymi, rachunkowo-księgowymi i doradztwem podatkowym (wg PKD dział 69 Sekcja M) największy udział w strukturze przychodów ze sprzedaży (36,7%) stanowiły usługi rachunkowo-księgowe (wg PKWiU 69.20.2). W porównaniu z 2010 r. udział ten spadł o prawie 0,5 p.proc.

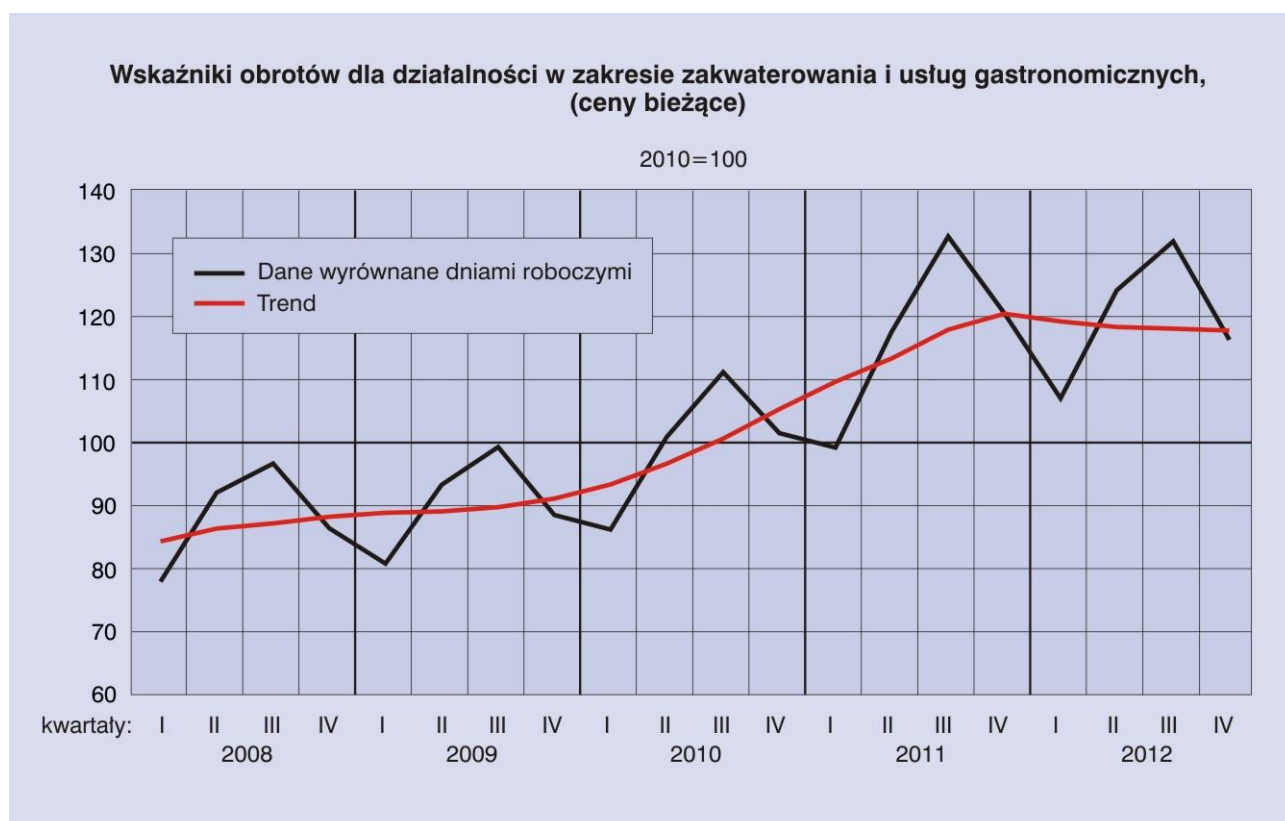
W 2011 r. największy udział przychodów ze sprzedaży netto (31,1%) w przedsiębiorstwach prowadzących działalność w zakresie architektury i inżynierii oraz badań i analiz technicznych (wg PKD dział 71 Sekcja M) stanowiła pozostała działalność, a jej udział w porównaniu z 2010 r. spadł nieznacznie o 0,2 p.proc. Ponad połowa tych przychodów pochodzi z realizacji prac związanych z budową obiektów inżynierii lądowej i wodnej.

Na przestrzeni ostatnich lat obserwuje się znaczny wzrost znaczenia usług związanych z zatrudnieniem (wg PKD dział 78 Sekcja N). W ramach tej działalności największy udział w 2011 r. (54,5%) stanowiły usługi świadczone przez agencje pracy tymczasowej (wg PKWiU 78.20), a ich wzrost w stosunku do 2010 r. wyniósł ponad 13 p.proc. Wartość tych usług wyniosła niewiele ponad 3,0 mld zł.

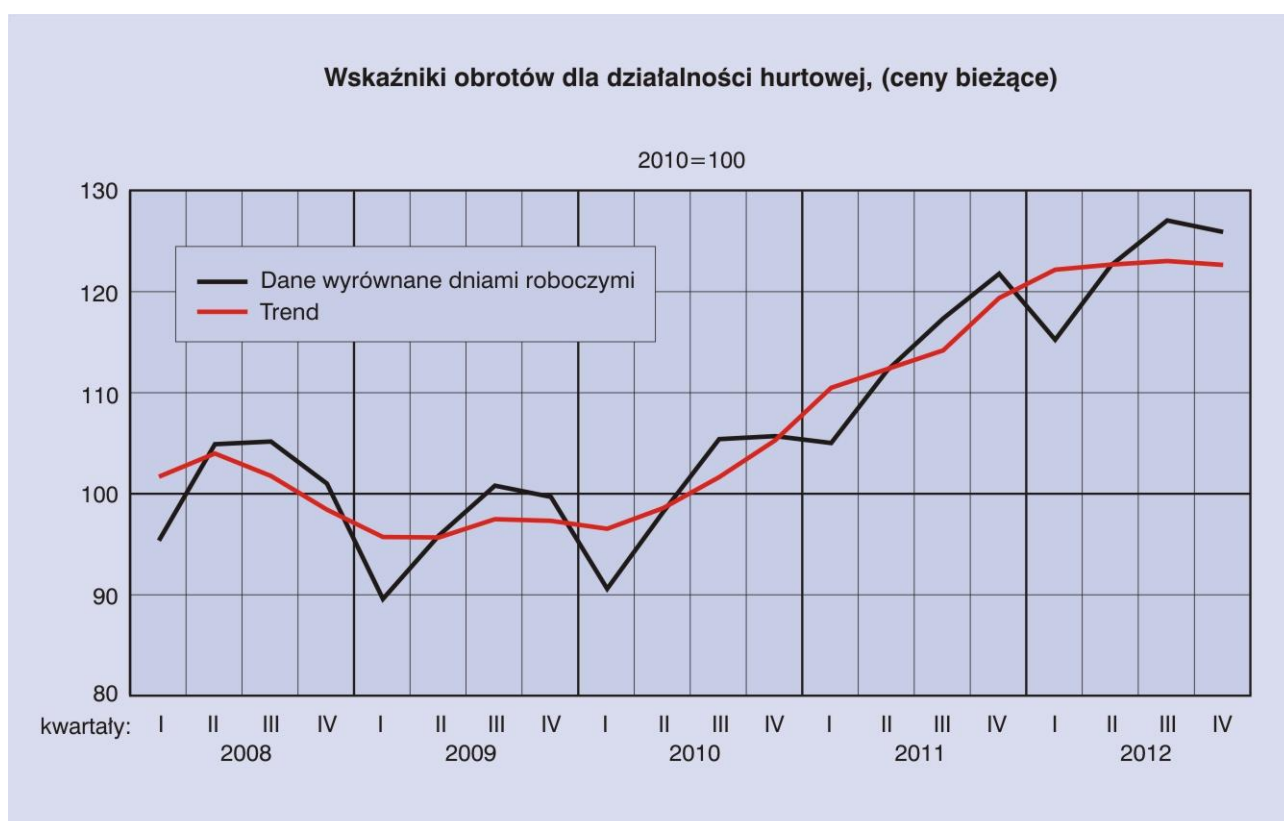
Analiza wybranych działalności usługowych.

Wśród działalności usługowych można wyodrębnić usługi, których duże znaczenie i rozwój związany jest z zaspokajaniem potrzeb ludności lub rolą wspomagającą wobec innych podmiotów gospodarczych. W celu obserwowania zmian w tym zakresie prowadzone są krótkookresowe badania wybranych działalności usługowych. Przedstawione poniżej dane wynikowe dotyczą przedsiębiorstw o liczbie pracujących powyżej 9 osób.

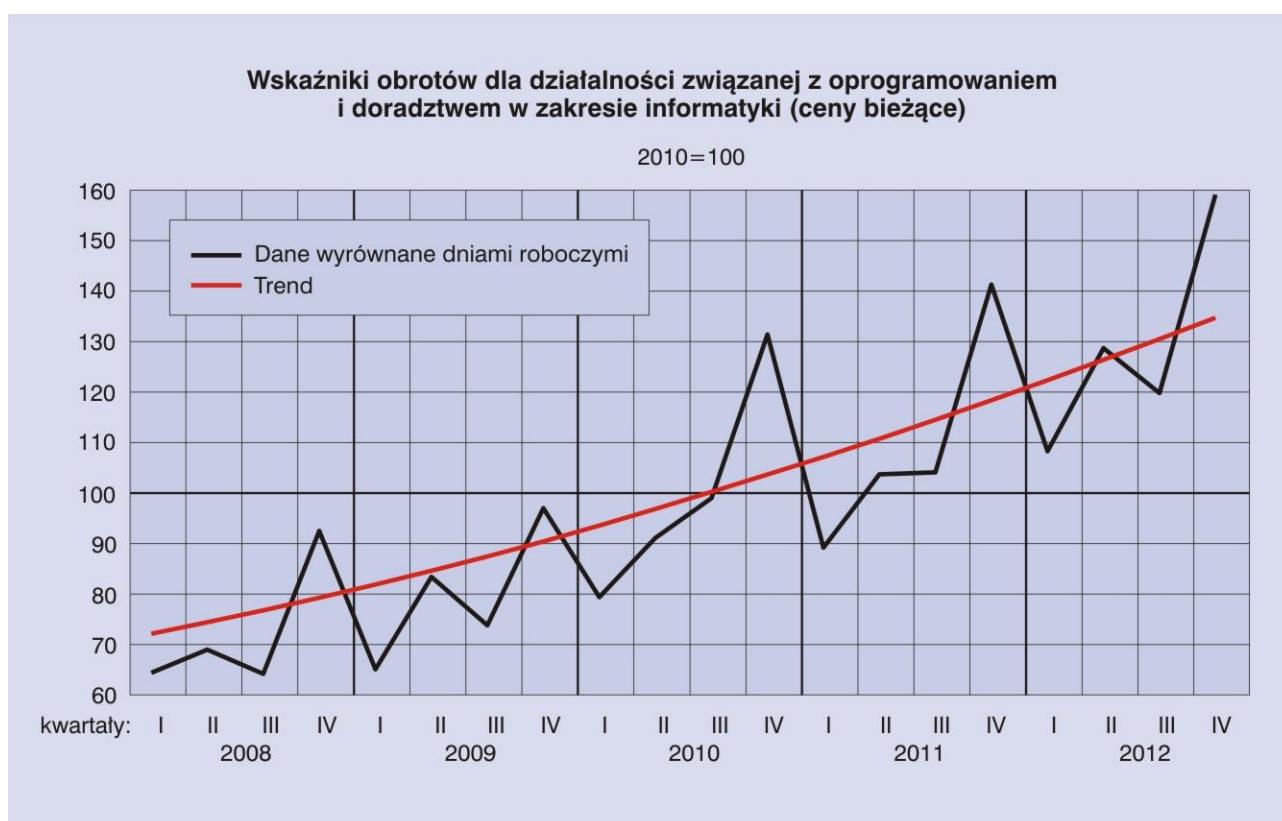
Dla przedsiębiorstw prowadzących działalność związaną z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (wg PKD sekcja I) zanotowano nieznaczny wzrost obrotów (w cenach bieżących) w porównaniu z 2011 r. (o 0,9%). Na koniec 2012 r. w przedsiębiorstwach gastronomicznych zatrudnionych było o 7,5% mniej osób w porównaniu z rokiem poprzednim a ich liczba spadła o 5,5%. Odnotowano zdecydowanie niższy wskaźnik poziomu kosztów (spadek z 95,4% w 2011 r. do 92,7% w 2012 r.). Wskaźnik rentowności obrotu brutto poprawił się (z 4,7% w 2011 r. do 7,3% w 2012 r.). Poziom wskaźnika rentowności obrotu netto wyniósł 6,2% wobec 3,8% w 2011 r.



W działalności przedsiębiorstw hurtowych (wg PKD dział 46), zaobserwowano w 2012 r. wzrost obrotów o 7,8% w porównaniu z 2011 r. Na koniec 2012 r. liczba przedsiębiorstw hurtowych była wyższa w porównaniu z poprzednim rokiem o 3,0%. Zanotowano także nieznaczny wzrost liczby pracujących (o 0,6%). Wskaźnik poziomu kosztów wzrósł do poziomu 97,8% (wobec 97,2% przed rokiem). Gorszy niż w 2011 r. był zarówno wskaźnik rentowności obrotu brutto (2,2% wobec 2,8% w 2011 r.), jak i netto (1,8% wobec 2,3% przed rokiem).



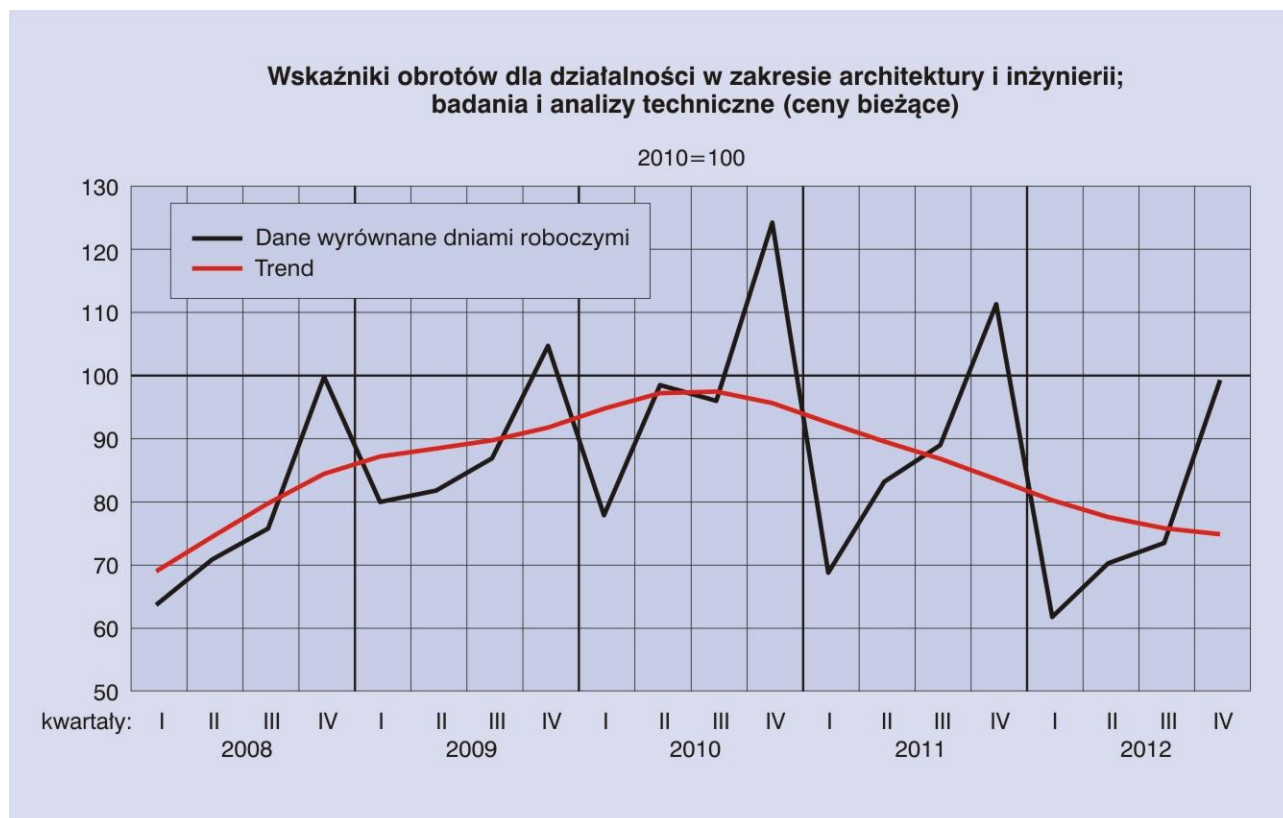
W branży informatycznej (wg PKD dział 62) w 2012 r. odnotowano wzrost o ponad 17% wartości obrotów w stosunku do 2011 r. przy jednoczesnym wzroście liczby przedsiębiorstw o 9,6% oraz liczby pracujących o 16,2%. Odnotowano spadek wskaźnika rentowności obrotu brutto z 9,3% w 2011 r. do 8,6% w 2012 r., jak i wskaźnika rentowności obrotu netto z 7,5% w 2011 r. do 6,9% w 2012 r. Wskaźnik poziomu kosztów z całokształtu działalności nieco pogorszył się (91,4% w 2012 r. wobec 90,7% w 2011 r.).



W działalności prawniczej, rachunkowo-księgowej oraz związanej z zarządzaniem (wg PKD dział 69 + grupa 70.2) wartość obrotów w 2012 r., w porównaniu z poprzednim rokiem, wzrosła o blisko 11% przy jednoczesnym wzroście liczby przedsiębiorstw o 7,2% oraz liczby pracujących o 14,6%. Poprawie uległ zarówno wskaźnik rentowności obrotu brutto (13,9% w 2012 r. wobec 10,9% w 2011 r.), jak i netto (12,9% w 2012 r. wobec 9,8% w ub. roku). Wskaźnik poziomu kosztów z całokształtu działalności uległ również poprawie i wyniósł 86,1% wobec 89,1% w poprzednim roku.



W 2012 r. w działalności związanej z architekturą i inżynierią (wg PKD dział 71) odnotowano spadek wartości obrotów o 14% w stosunku do 2011 r., przy jednoczesnym spadku zatrudnienia o 3,4%. Odnotowano znaczny spadek zarówno wskaźnika rentowności obrotu brutto (-13,3% w 2012 r. wobec 6,8% w 2011 r.), jak i wskaźnika rentowności obrotu netto (-14,6% w 2012 r. wobec 5,2% w 2011 r.). Pogorszył się również wskaźnik poziomu kosztów z całokształtu działalności do 113,3% wobec 93,2% w poprzednim roku⁴.

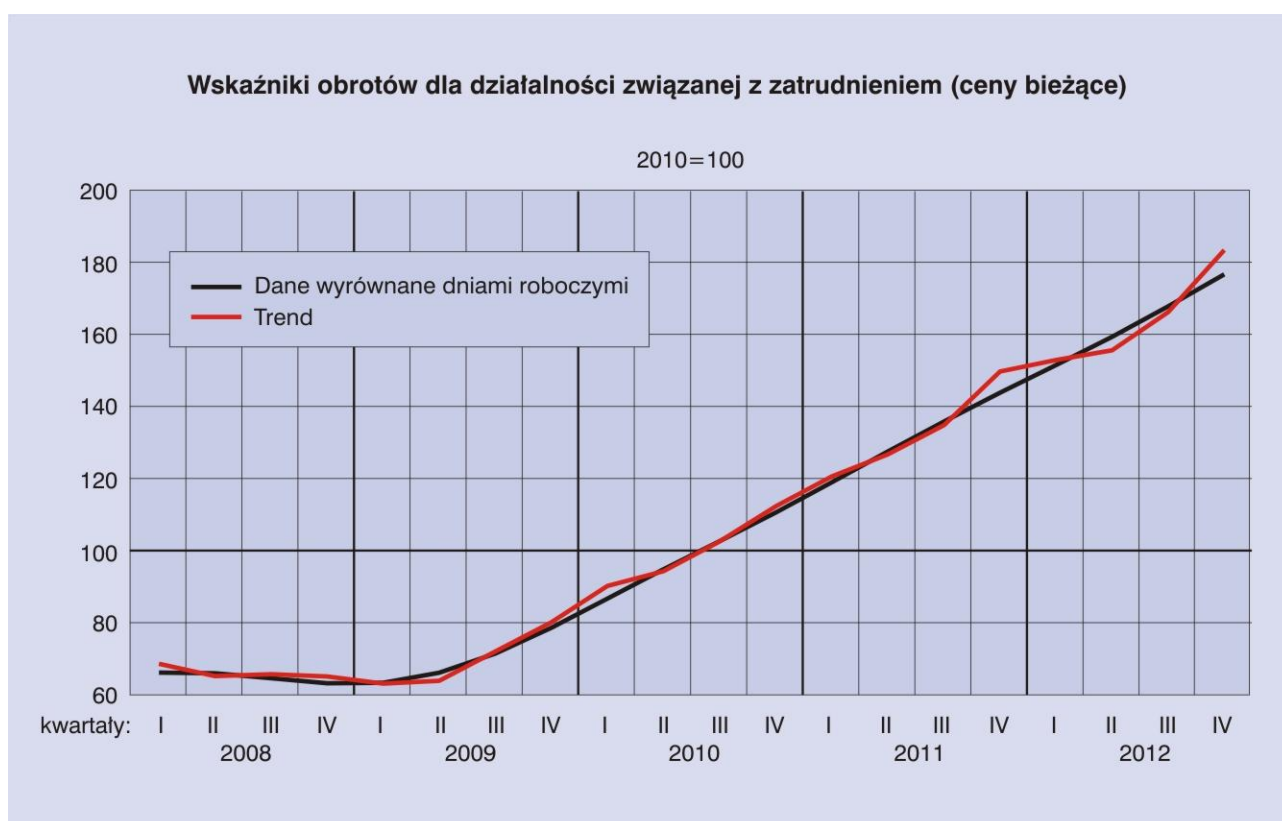


⁴ Na znaczne pogorszenie podstawowych wskaźników ekonomiczno-finansowych analizowanej działalności wpłynął bardzo niekorzystny wynik operacji finansowych.

W podmiotach prowadzących działalność związaną z reklamą, badaniem rynku i opinii publicznej (PKD dział 73) wzrost obrotów w 2012 r. w stosunku do 2011 r. wyniósł nieznacznie ponad 10% przy jednoczesnym wzroście liczby przedsiębiorstw o 1,2% oraz spadku liczby pracujących o 2,4%. Nieco lepszy niż przed rokiem był zarówno wskaźnik rentowności obrotu brutto (5,4% w 2012 r. wobec 5,2% w 2011 r.) jak i netto (4,4% w 2012 r. wobec 4,3% w 2011 r.). Odnotowano również nieznaczną poprawę wskaźnika poziomu kosztów z całokształtu działalności, który w 2012 r. wyniósł 94,6% wobec 94,8% w 2011 r.



W 2012 r. wzrost wartości obrotów przedsiębiorstw prowadzących działalności związane z zatrudnieniem (wg PKD dział 78), w stosunku do 2011 r. wyniósł 23,4%. Zaobserwowano wzrost liczby podmiotów o 25,4% oraz liczby pracujących o prawie 14%. Odnotowano spadek wskaźnika rentowności obrotu brutto (1,6% w 2012 r. wobec 2,2% w 2011 r.), jak i wskaźnika rentowności obrotu netto (0,9% w 2012 r. wobec 1,5% w 2011 r.). Pogorszeniu uległ wskaźnik poziomu kosztów z całokształtu działalności do 98,4% wobec 97,8% w poprzednim roku.



2. Handel wewnętrzny

W 2012 r. według wstępnych danych udział handlu w produkcie krajowym brutto wyniósł 16,8% i był nieco wyższy niż przed rokiem. Wartość dodana brutto (w cenach stałych) wytworzona przez przedsiębiorstwa handlowe zwiększyła się w porównaniu z poprzednim rokiem o 1,2%, a udział handlu w wartości dodanej brutto zwiększył się o 0,3 p.proc. W 2011 r. odnotowano spadek wartości dodanej w cenach stałych o 2,1%.

Wyszczególnienie	2010	2011*	2012*
Udział handlu w PKB w %.....	17,1	16,4	16,8
Udział handlu w wartości dodanej brutto w %	19,4	18,7	19,0

* Komunikat Głównego Urzędu Statystycznego w sprawie skorygowanego szacunku wartości nominalnej produktu krajowego brutto za lata 2011 i 2012 z dnia 26.09.2013 r..

W 2011 r. przychody ze sprzedaży w cenach bieżących osiągnięte przez przedsiębiorstwa handlowe były wyższe niż w 2010 r. o 10%. Największa część tych przychodów zrealizowana była przez przedsiębiorstwa prowadzące działalność hurtową 59,6% (wzrost o 0,5 p.proc. w porównaniu z poprzednim rokiem), udział handlu detalicznego wyniósł 32,0% (wzrost o 0,1 p.proc.), a handlu hurtowego i detalicznego pojazdami samochodowymi oraz ich naprawą 8,4% (spadek o 0,06 p.proc). Przedsiębiorstwa z liczbą pracujących powyżej 49 osób osiągnęły 48,8% przychodów ogółem. Przychody ze sprzedaży towarów i materiałów stanowiły 92,8% ogólnej wartości przychodów przedsiębiorstw handlowych.

Średnia marża zrealizowana w 2011 r. przez jednostki handlowe (zaklasyfikowane do sekcji G – Handel, naprawa pojazdów samochodowych) wyniosła 16,7% i była niższa niż w poprzednim roku o 1,0 p.proc. Najwyższe marże wyrażone w procentach pozyskiwane były przez przedsiębiorstwa handlu detalicznego a zróżnicowanie poziomu zrealizowanych marż uzależnione było od rodzaju działalności przedsiębiorstw.

Marże w przedsiębiorstwach handlowych w latach 2009 - 2011

Wyszczególnienie	2009	2010	2011
	w %		
HANDEL HURTOWY I DETALICZNY POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI ORAZ ICH NAPRAWA^Δ	14,5	14,4	15,0
w tym:			
Sprzedaż hurtowa i detaliczna pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli	9,1	9,4	9,3
Sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli	22,2	21,2	21,4
Sprzedaż hurtowa i detaliczna motocykli, ich naprawa i konserwacja oraz sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do nich	24,2	24,2	23,1
HANDEL HURTOWY^Δ	15,9	16,2	14,7
w tym:			
Sprzedaż hurtowa realizowana na zlecenie ^a	18,4	19,4	17,6
Sprzedaż hurtowa produktów rolnych i żywych zwierząt	12,3	13,0	12,4
Sprzedaż hurtowa żywności, napojów i wyrobów tytoniowych	16,6	17,9	16,1
Sprzedaż hurtowa artykułów użytku domowego	17,5	17,9	16,8
Sprzedaż hurtowa narzędzi technologii informacyjnej i komunikacyjnej	12,8	13,4	11,8
Sprzedaż hurtowa maszyn, urządzeń i dodatkowego wyposażenia	16,4	16,8	15,6
Pozostała wyspecjalizowana sprzedaż hurtowa	13,5	13,2	11,6
Sprzedaż hurtowa niewyspecjalizowana	17,7	18,1	17,6
HANDEL DETALICZNY^Δ	21,8	21,3	20,7
w tym:			
Sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach	18,8	18,9	18,2
Sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach	21,2	20,3	18,3
Sprzedaż detaliczna paliw do pojazdów silnikowych na stacjach paliw	9,9	9,4	9,8
Sprzedaż detaliczna narzędzi technologii informacyjnej i komunikacyjnej prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach	17,0	16,4	15,7
Sprzedaż detaliczna artykułów użytku domowego prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach	23,2	23,1	24,1
Sprzedaż detaliczna wyrobów związanych z kulturą i rekreacją prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach	32,9	30,5	29,5
Sprzedaż detaliczna pozostałych wyrobów prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach	29,5	28,9	29,0

^a Prowizja.

Przepływ towarów handlowych.

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 19 i 20). W ostatnich latach można zauważyć podobne zachowania przedsiębiorstw hurtowych i detalicznych w wyborze swoich dostawców, a uzyskiwane przez nie przychody pochodzą od ustalonych wcześniej grup klientów. W przedsiębiorstwach handlowych zarówno hurtowych jak i detalicznych, w tym również własności zagranicznej udział zakupów bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych oraz bezpośrednio z importu utrzymał się na podobnym poziomie. Przedsiębiorstwa handlowe⁵ dokonywały w około 53% zakupów bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych, bezpośredni import stanowił około 23%, a zakupy u hurtowników - nieco ponad 23%. W zależności od specyfiki działalności handlowej struktura dokonywanych zakupów w ujęciu jest zróżnicowana. W zakresie handlu hurtowego - około 52% zakupów dokonywały przedsiębiorstwa u producentów i wytwórców krajowych, a ponad 26% bezpośrednio z importu. Udział zakupów hurtownik – hurtownik nieco się zwiększył i wyniósł około 21%.

W handlu detalicznym towary głównie zakupowane były bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych (58%) zmniejszając tym samym rolę hurtowników (27%). Udział zakupów bezpośrednio z importu pozostał na niezmiennym poziomie i wyniósł 14%. Przedsiębiorstwa własności zagranicznej najczęściej dokonywały zakupów bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych, (stanowiły one prawie 48% ogólnej wartości), lub z importu (ok. 40%), a rzadziej u hurtowników (ok. 11%). W strukturze przychodów przedsiębiorstw hurtowych około 45% przychodów pochodziło ze sprzedaży do hurtu, prawie 28% pochodziło od handlowców detalicznych, a blisko 17% od producentów krajowych. Około 6% stanowiły bezpośrednie wpływy od konsumentów indywidualnych.

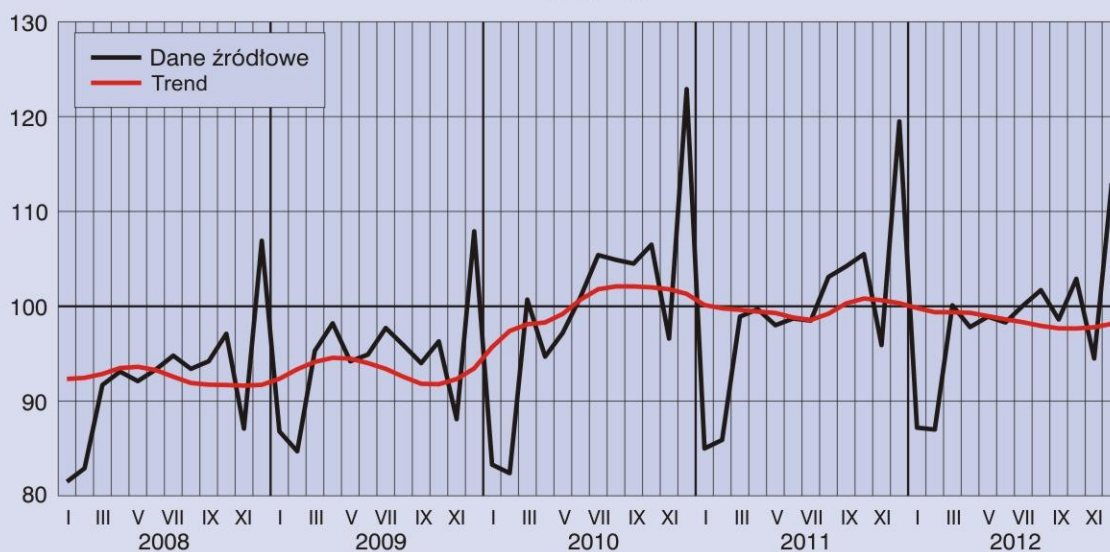
Obroty przedsiębiorstw handlowych

W 2012 r. obroty w handlu detalicznym (w cenach stałych) kształtowały się na poziomie nieznacznie niższym niż w 2011 r. (spadek o 1,1%). W przedsiębiorstwach sprzedających towary nieżywnościowe zanotowano mniejsze obroty o 1,6%. Wśród jednostek sprzedających żywność, napoje, wyroby tytoniowe wielkość obrotów pozostała na podobnym poziomie jak w roku poprzednim. W przedsiębiorstwach prowadzących handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi zanotowano niewielki wzrost (o 0,5%).

⁵ Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

Dynamika obrotów w cenach stałych w przedsiębiorstwach detalicznych^a

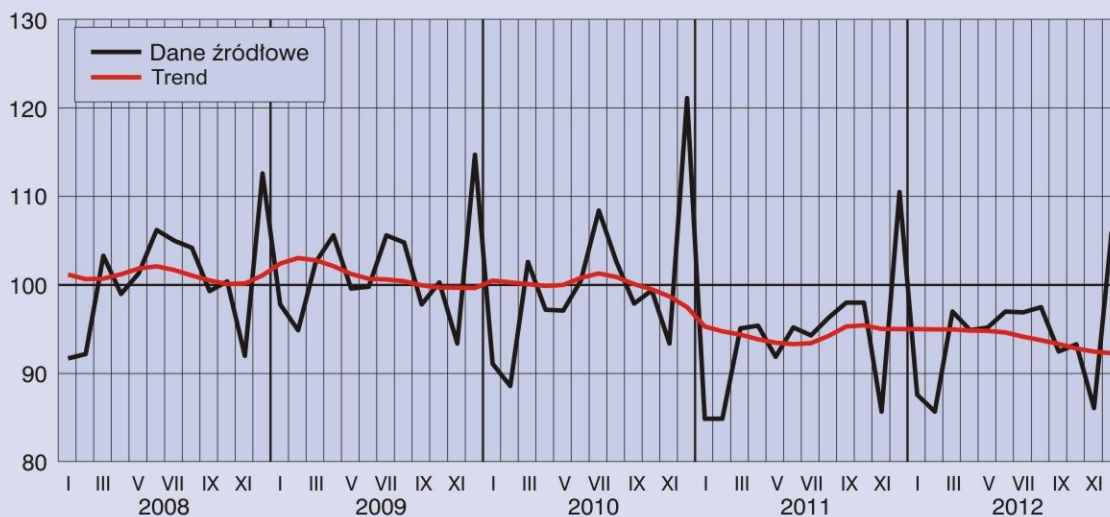
2010=100



^a Przedsiębiorstw zakwalifikowanych wg PKD do działu 47.

Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw sprzedających żywność, napoje, wyroby tytoniowe^a

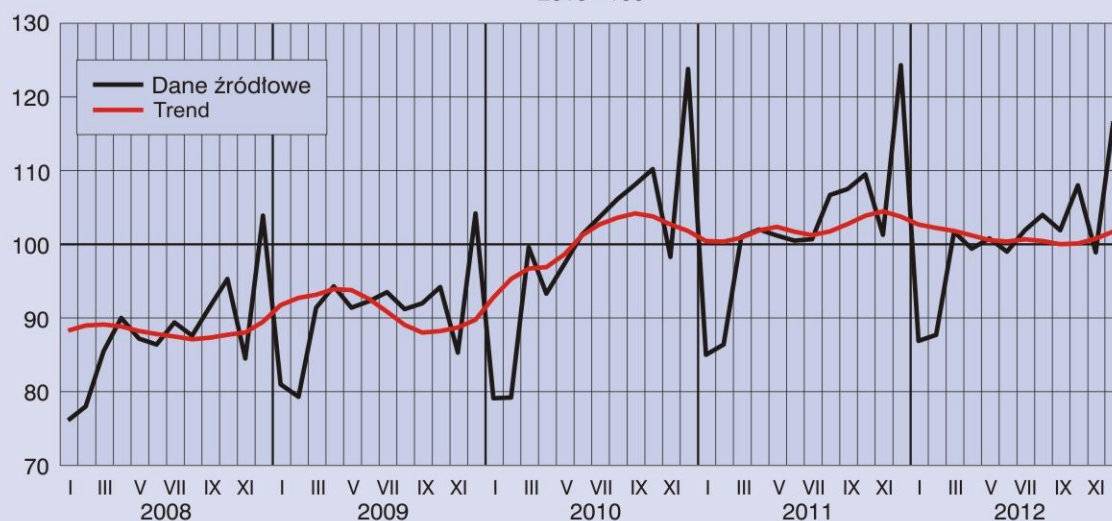
2010=100



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

Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw sprzedających towary nieżywnościowe^a

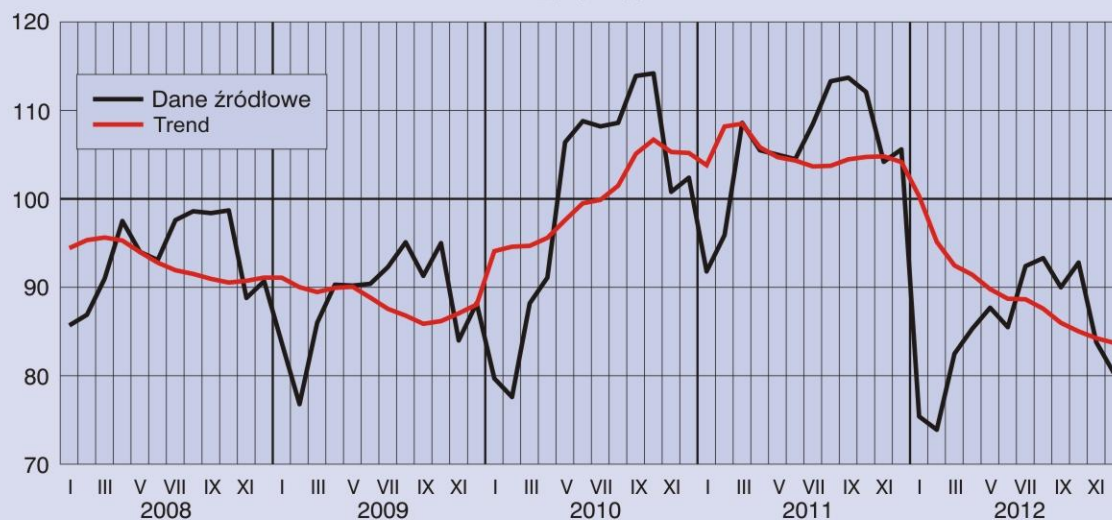
2010=100



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

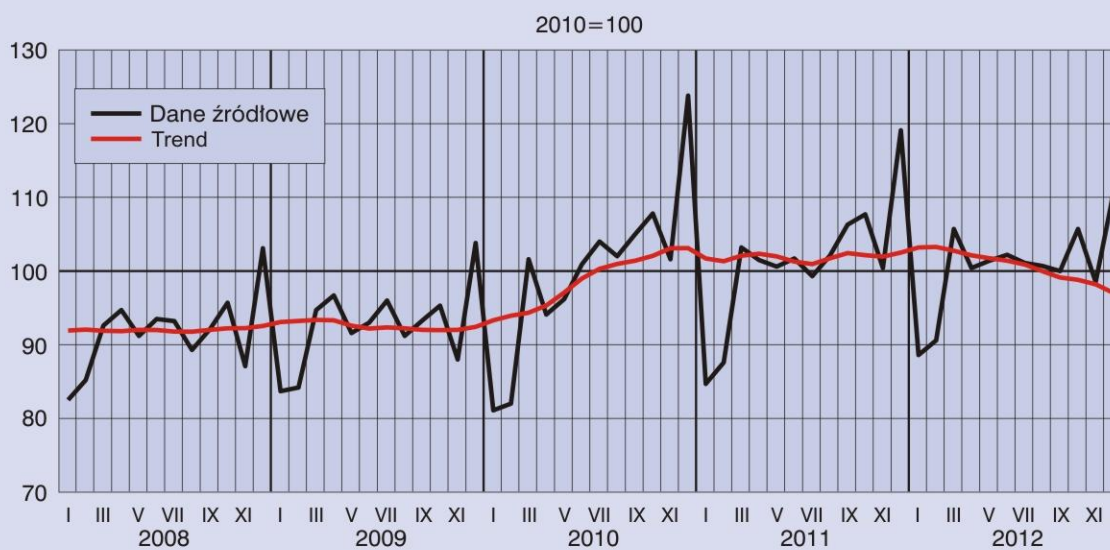
Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw sprzedających paliwa^a

2010=100



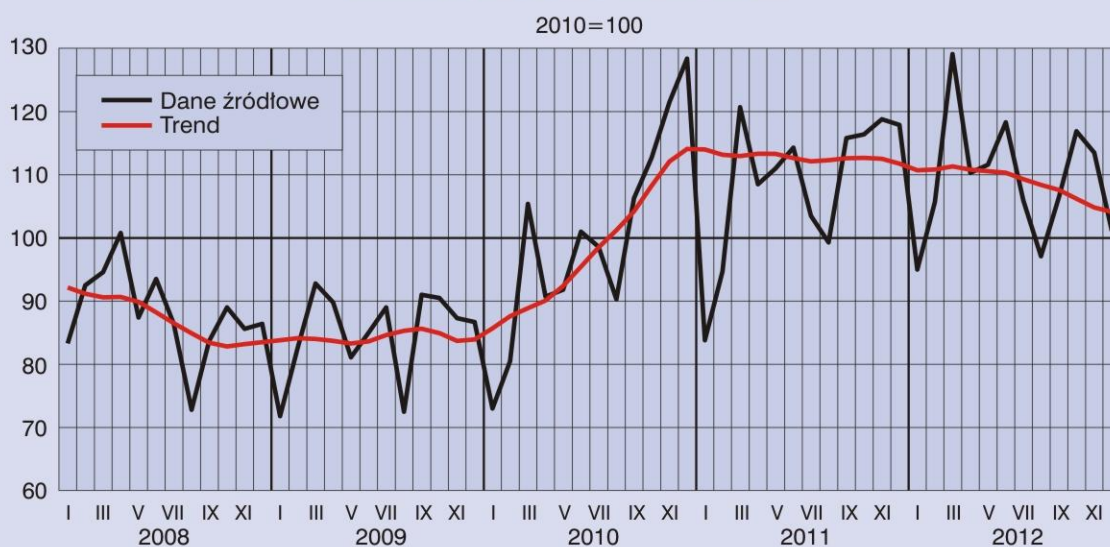
^a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do grupy 47.3.

Dynamika obrotów w cenach stałych w przedsiębiorstwach zaklasyfikowanych według PKD do działu 45 i 47^a



a Dział 45 – Handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi; naprawa pojazdów samochodowych
Dział 47 – Handel detaliczny, z wyłączeniem handlu detalicznego pojazdami samochodowymi

Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw sprzedających pojazdy samochodowe^a

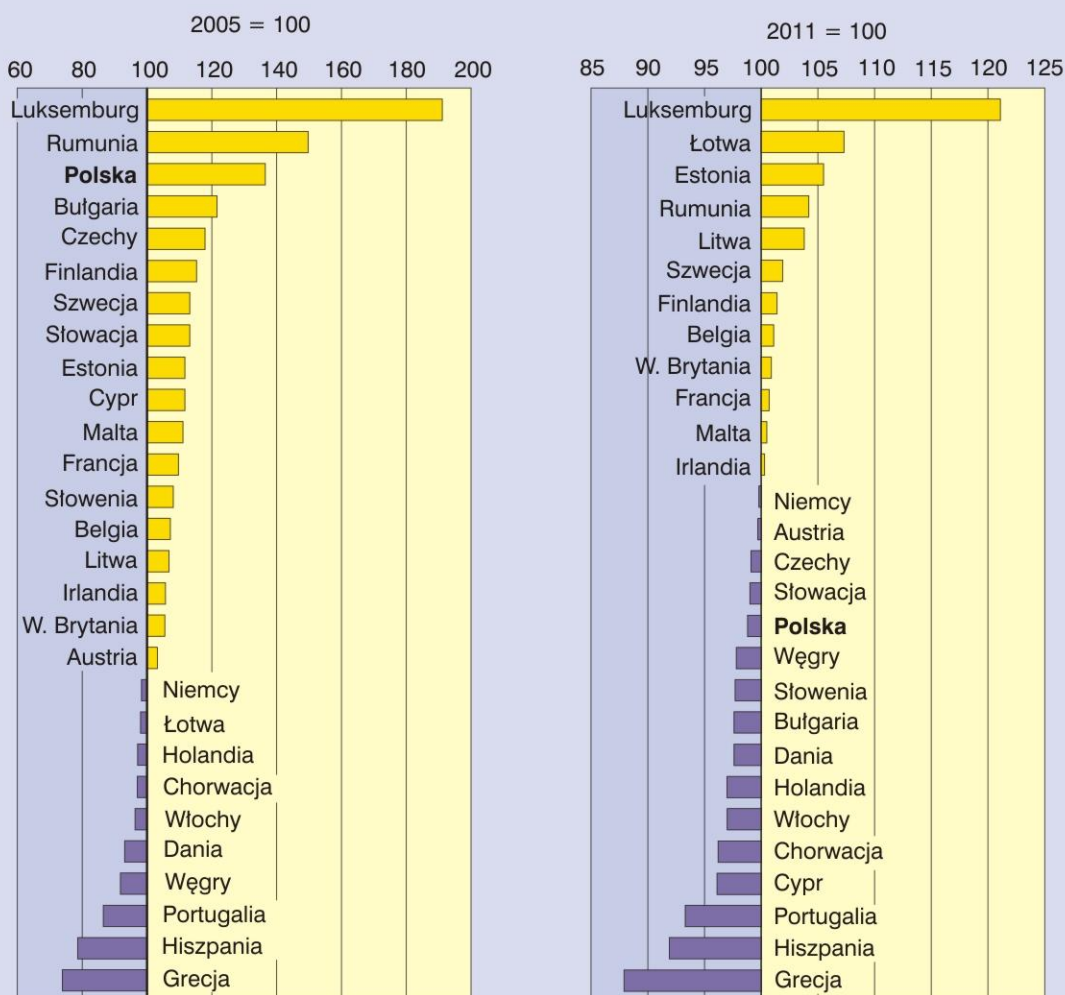


a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do grup: 45.1, 45.3, 45.4.

W 2012 r. podobnie jak w roku 2011 w krajach UE odnotowano spadek obrotów w handlu detalicznym w porównaniu z analogicznym okresem (o 0,9%). Najwyższy spadek zanotowano ponownie w Grecji, Hiszpanii i Portugalii. Największy wzrost obrotów zanotowano w Luksemburgu. Wysoki wzrost zanotowano także na Łotwie, w Estonii, w Rumunii oraz na Litwie. Wśród krajów o największym znaczeniu dla europejskiej gospodarki, spadek obrotów zanotowano we Włoszech (o 3,7%) oraz niewielki w Niemczech (o 0,2%). W Wielkiej Brytanii i we Francji obroty w handlu detalicznym zwiększyły się odpowiednio o 0,9% i 0,7% w porównaniu z poprzednim rokiem.

W dłuższym okresie czasu, przyjmując 2005 r. jako rok bazowy, najwyższą dynamikę obrotów osiągnęły w 2012 r. takie kraje jak: Luksemburg Rumunia, a także Polska.

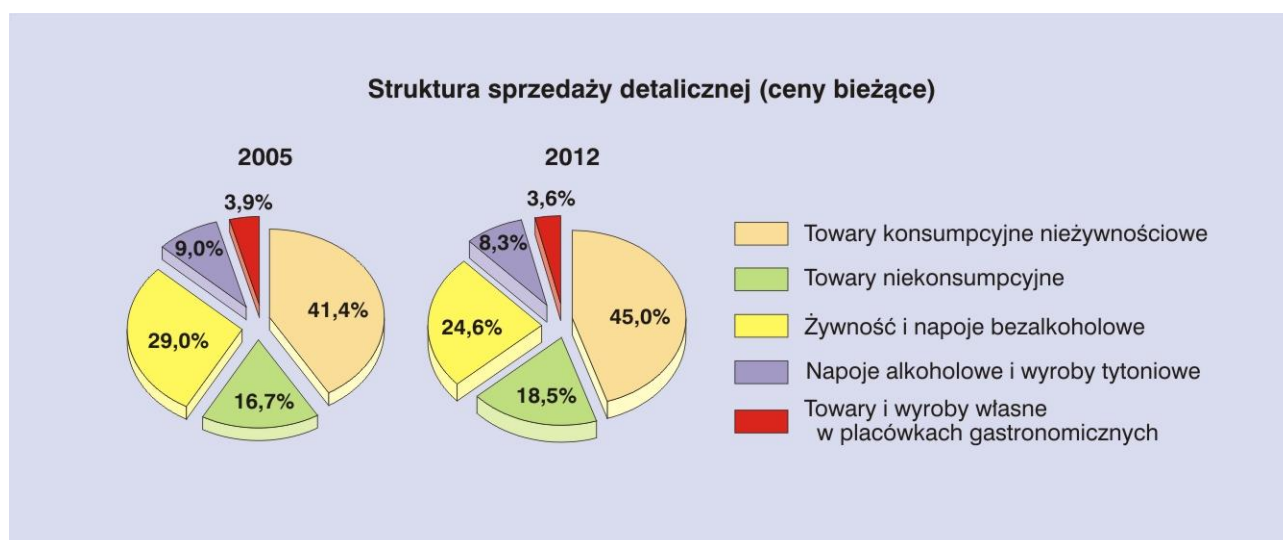
Roczna dynamika obrotów w handlu detalicznym krajów UE w 2012 r.
(ceny stałe)^a



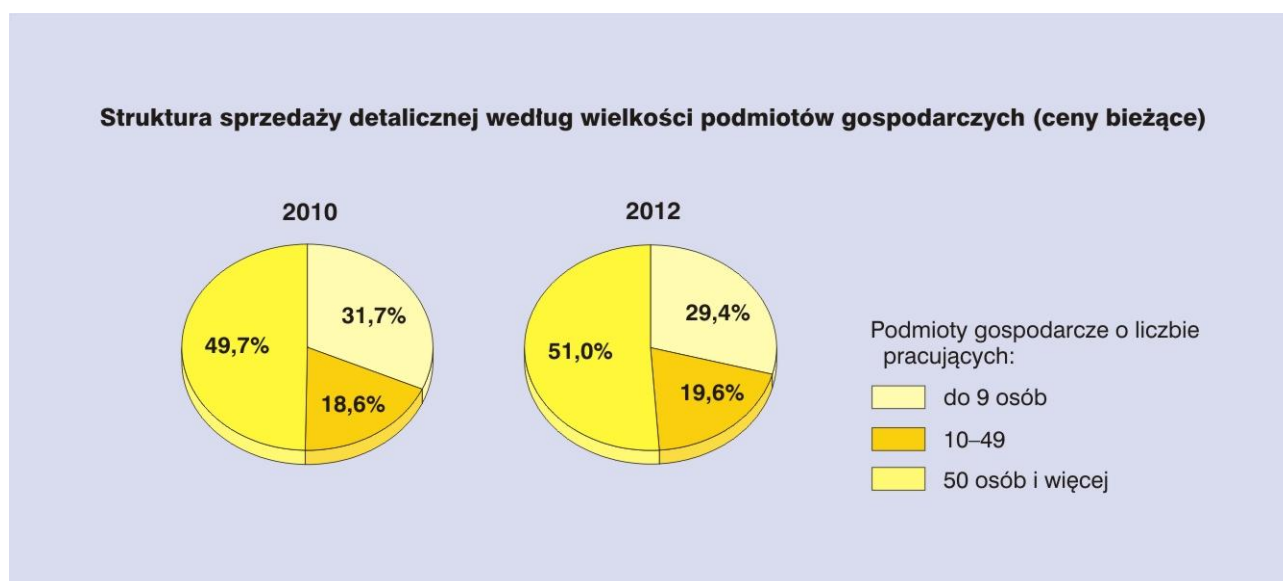
^a Dane wyrównane dniami roboczymi.
Źródło: Eurostat, dane krótkookresowe.

Sprzedaż detaliczna

W 2012 r. sprzedaż detaliczna w cenach bieżących zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe wyniosła 676,0 mld zł i była o 4,6% wyższa niż przed rokiem. W punktach sprzedaży detalicznej wartość sprzedanych towarów wyniosła 651,7 mld zł, (wzrost o 4,4%), z tego wartość żywności i napojów bezalkoholowych - 166,2 mld zł (wzrost o 3,2%), napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych - 56,2 mld zł (wzrost o 2,7%) i towarów nieżywnościowych - 429,4 mld zł (wzrost o 5,2%). W placówkach gastronomicznych sprzedaż detaliczna wyniosła 24,3 mld zł (wzrost o 9,6%).



Udział sprzedaży detalicznej zrealizowanej w 2012 r. przez podmioty gospodarcze o liczbie pracujących 50 i więcej osób stanowił 51,0%, przez podmioty o liczbie pracujących do 9 osób - 29,4%, zaś przez przedsiębiorstwa o liczbie pracujących 10-49 osób - 19,6%.



Sprzedaż przedsiębiorstw handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 86,7% wartości ogółem sprzedaży detalicznej i jej udział był o 0,2 p.proc. niższy niż w 2011 r. Pozostała sprzedaż była realizowana przez przedsiębiorstwa, których podstawowym rodzajem działalności nie był handel, lecz np. produkcja czy gastronomia.

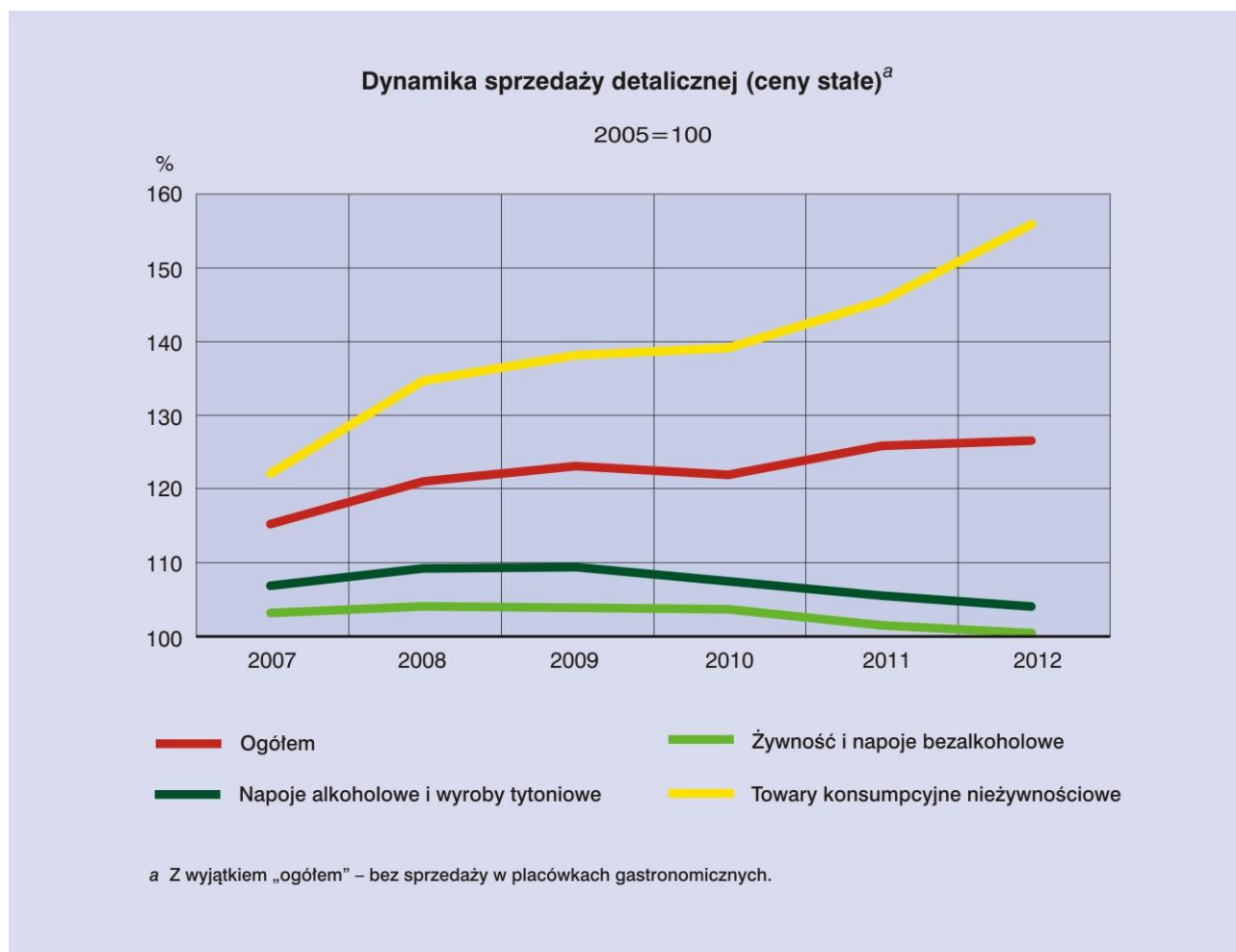
Sprzedaż detaliczna w latach 2010 - 2012 (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2010	2011	2012
a – liczby bezwzględne b – analogiczny okres roku poprzedniego=100	w mln zł		
Ogółem a	592958,4	646127,1	675992,6
b	101,7	109,0	104,6
w tym przedsiębiorstwa handlowe a	515350,1	561772,5	586190,9
b	101,3	109,0	104,3

Sprzedaż detaliczna towarów według grup (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2010	2011	2012	
	w mln zł			2011=100
Ogółem.....	592958,4	646127,1	675992,6	104,6
żywność i napoje bezalkoholowe	172684,4	178593,7	185631,5	103,9
napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe	57962,8	59040,0	60755,1	102,9
towary nieżywnościowe (bez wyrobów tytoniowych).....	362311,2	408493,4	429606,0	105,2

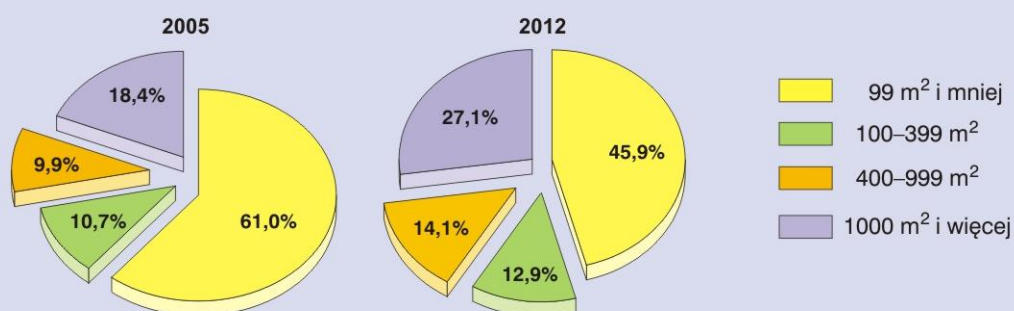
W 2012 r. sprzedaż detaliczna w cenach stałych zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe była o 0,5% wyższa niż przed rokiem. Większy od przeciętnego był wzrost sprzedaży towarów konsumpcyjnych nieżywnościowych (o 7,0%). Odnotowano znaczny spadek sprzedaży towarów niekonsumpcyjnych (o 11,4%). Sprzedaż żywności i napojów bezalkoholowych spadła w porównaniu z rokiem poprzednim (o 1,1%). Nastąpił również spadek sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych (o 1,3%). Natomiast sprzedaż detaliczna towarów i wyrobów własnych w placówkach gastronomicznych była o 6,4% wyższa niż w roku poprzednim.



Infrastruktura handlowa

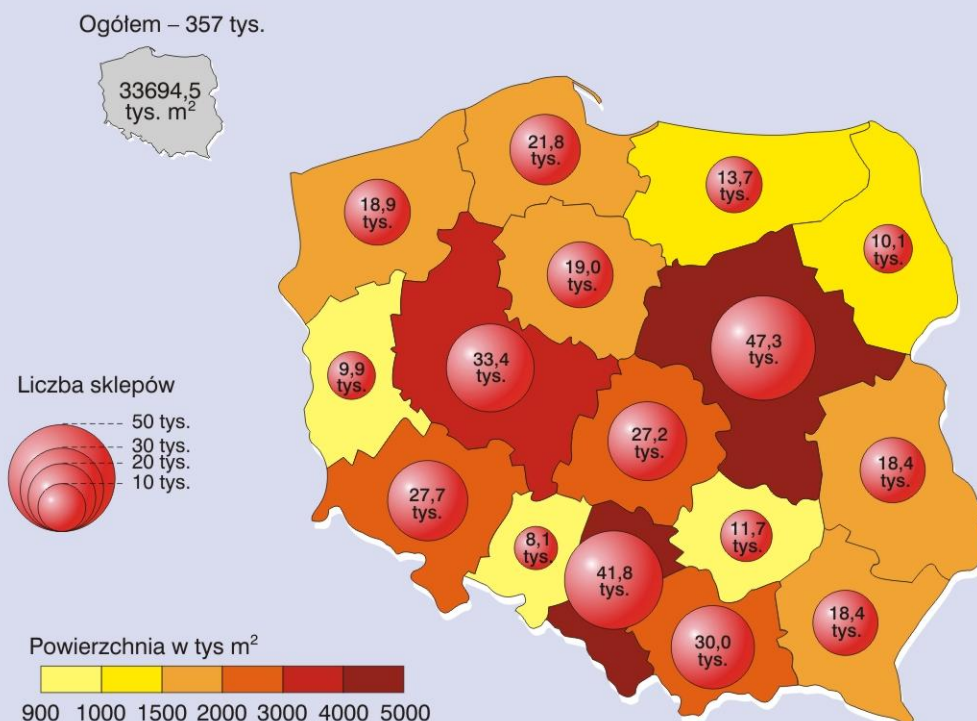
Na koniec 2012 r. szacowana liczba sklepów w Polsce wyniosła 357 tys. i była wyższa niż przed rokiem o 3,6%. Powierzchnia sprzedażowa sklepów wyniosła ok. 33 695 tys. m² i była większa niż w 2011 r. o 2,2%. Wzrost powierzchni odnotowano w sklepach z przedziału 400-999 m² (o 6,0%), 1000 m² i więcej (o 3,5%) oraz 99 m² i mniej (o 0,9%). Nieznaczny spadek powierzchni sprzedażowej (o 0,1%) odnotowano natomiast wśród sklepów o powierzchni 100-399 m².

Struktura powierzchni sprzedażowej sklepów

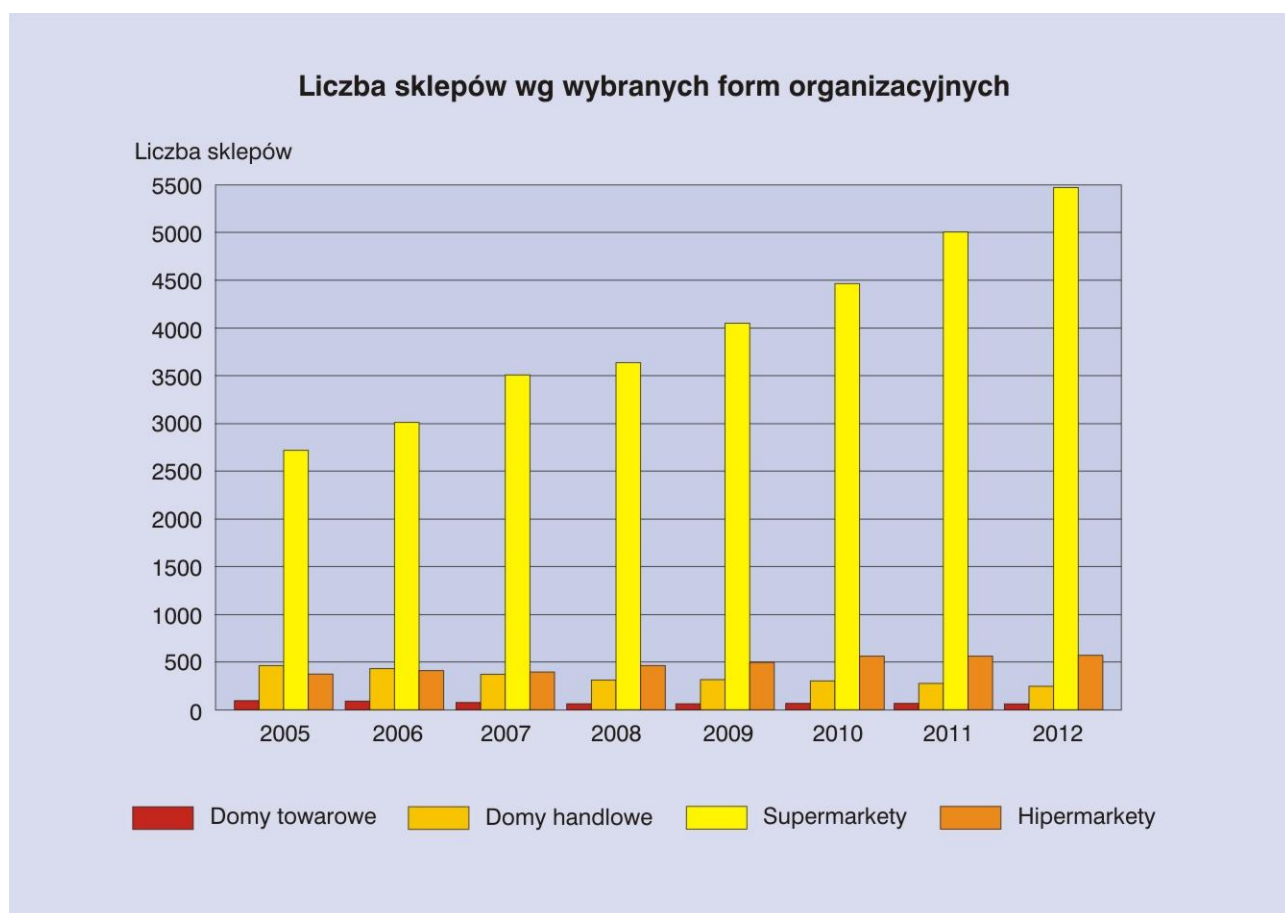


W układzie regionalnym najwyższy wzrost powierzchni sprzedażowej w przedziale 400-999 m² miał miejsce w województwach: lubuskim (o 14,6%), opolskim (o 12,5%) warmińsko-mazurskim i pomorskim (o 9,6%), zaś w przedziale 1000 m² i więcej w województwach: świętokrzyskim (o 21,4%), a także lubuskim (o 10,6%), i podkarpackim (o 9,1%).

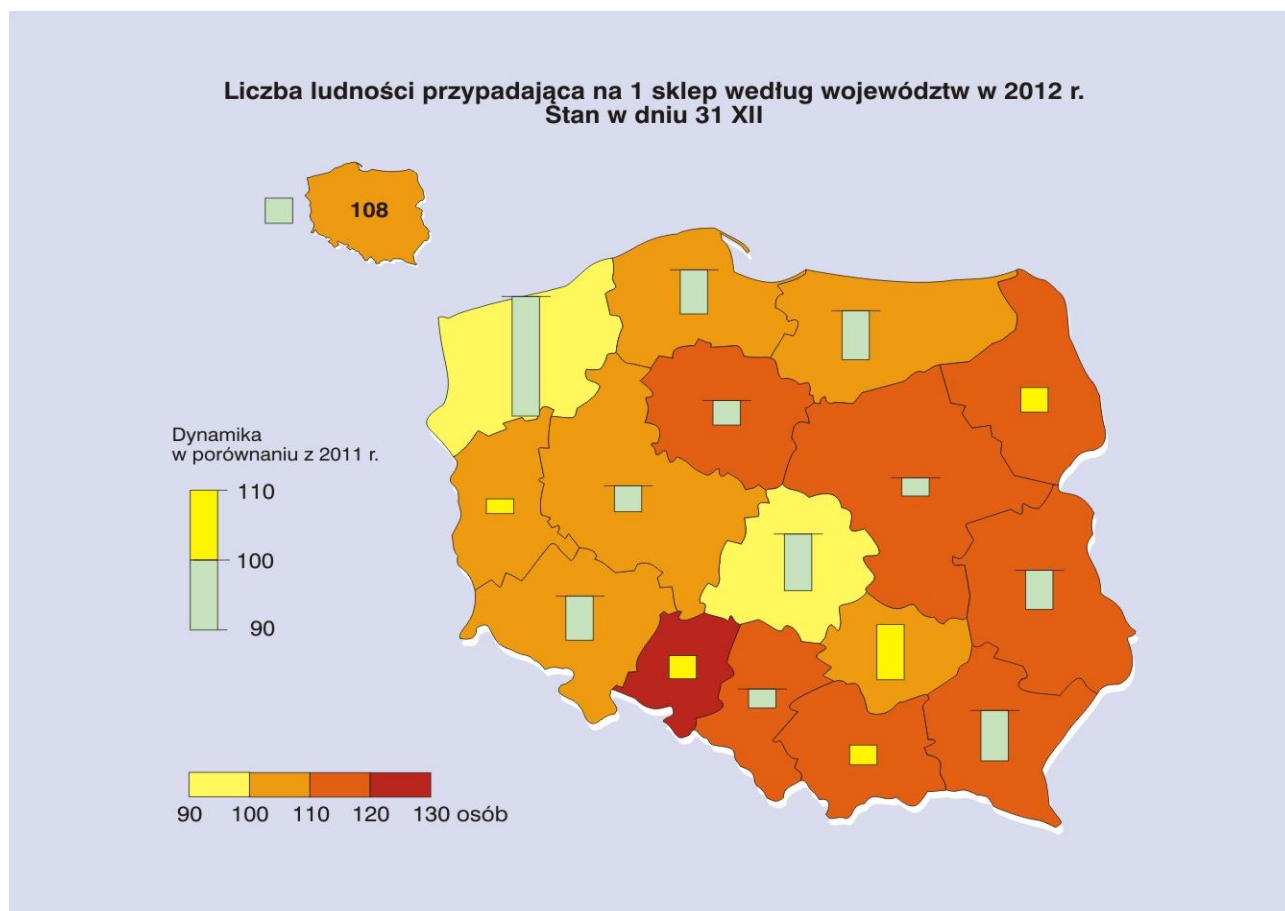
Sklepy według województw w 2012 r. Stan w dniu 31 XII



Wśród wielkopowierzchniowych obiektów handlowych, podobnie jak w latach ubiegłych, największy procentowy wzrost liczby sklepów miał miejsce w kategorii supermarketów (o 9,2%) głównie w przedziale powierzchni od 1000-1999 m². Liczba hipermarketów w 2012 r. w porównaniu z rokiem poprzednim wzrosła o 1,2%. Szacowany udział wartości sprzedaży realizowanej łącznie przez supermarkety i hipermarkety w sprzedaży detalicznej w sklepach i na stacjach paliw stanowił w 2012 r. 22,4% i był o 0,6 p.proc wyższy niż przed rokiem.



Na jeden sklep przypadało w 2012 r. średnio 108 osób, podczas gdy w 2011 r. było to odpowiednio 112 osób.



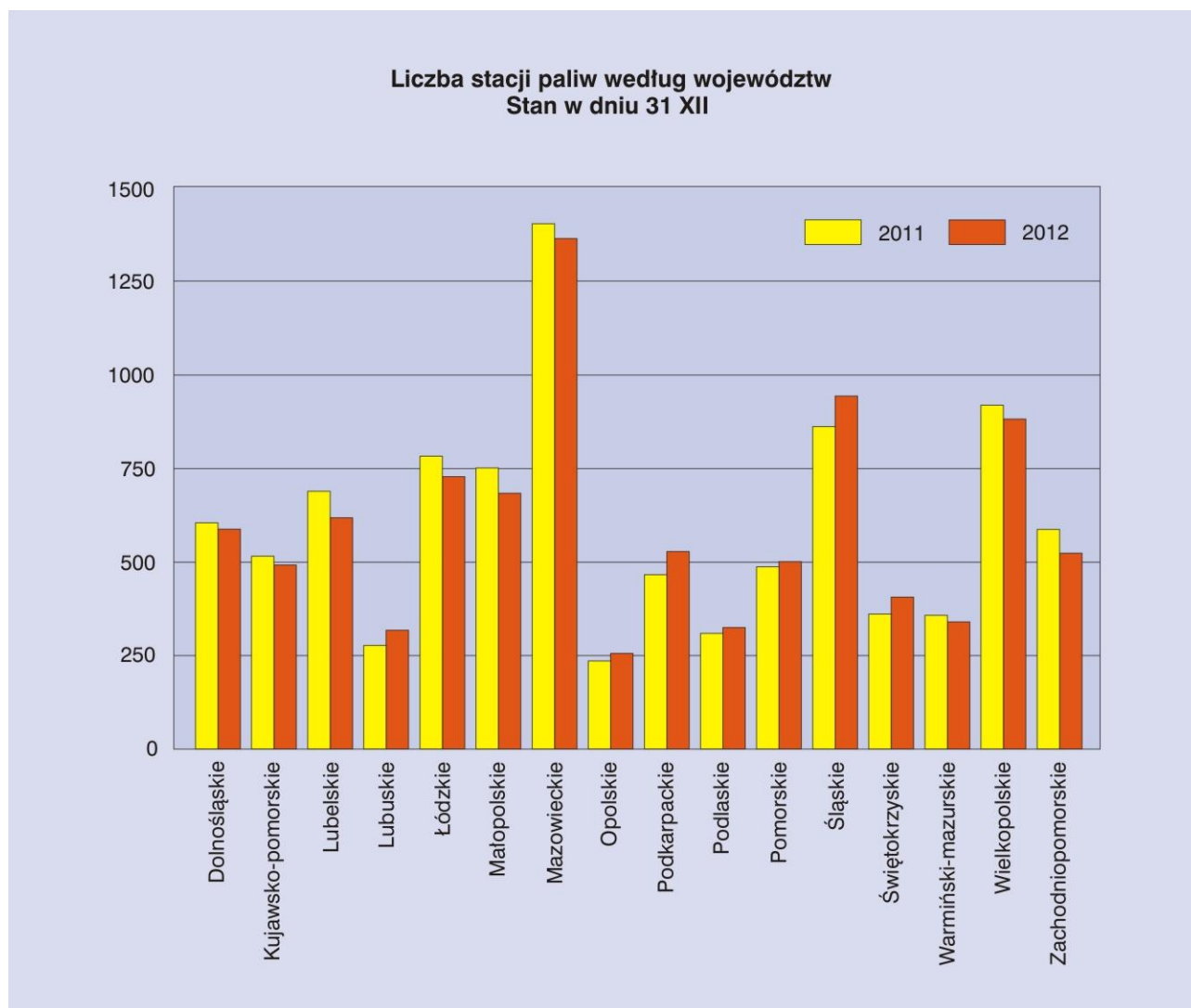
W 2012 r. w grupie przedsiębiorstw, w których liczba pracujących wynosi powyżej 9 osób liczba sklepów należących do firm z kapitałem zagranicznym zwiększyła się o 0,9%, a powierzchnia sprzedażowa o 9,6%. Średnia powierzchnia sklepów przedsiębiorstw zagranicznych wyniosła 654,6 m² (odpowiednio w sklepach przedsiębiorstw własności prywatnej krajowej – 170,1 m²). Natomiast udział powierzchni sklepów z kapitałem zagranicznym w powierzchni ogółem wzrósł o 1,8 p.proc w porównaniu z rokiem poprzednim.

Liczba sklepów przedsiębiorstw z udziałem kapitału zagranicznego ^a

Wyszczególnienie	2011	2012
Liczba sklepów.....	13596	13714
udział w ogółem sklepach w %	3,9	3,8
powierzchnia sklepów w tys. m ²	8191,9	8977,1
udział w powierzchni ogółem w %	24,8	26,6

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

Na koniec 2012 r. szacowana liczba stacji paliw wyniosła 9481 i była o 1,2% niższa niż w roku poprzednim. Największy procentowy spadek liczby stacji paliw zanotowano w województwach: lubelskim (o 12,7%), małopolskim (o 8,9%) i zachodniopomorskim (o 7,8%). Wzrost natomiast zaobserwowano w województwach: świętokrzyskim (o 12,8%), podkarpackim (o 13,1%) i lubuskim (o 14,5%).



W 2012 r. w urzędach gminnych w całym kraju zarejestrowanych było 2215 stałych targowisk (w tym 2110 z przewagą sprzedaży drobnodetalicznej), tj. o 0,8% mniej niż przed rokiem. Największy spadek liczby targowisk odnotowano w województwach: pomorskim (o 4,3%), opolskim (o 3,8%) i lubelskim (o 3,1%). Podobnie jak w roku poprzednim, największą powierzchnię miały targowiska w województwach: mazowieckim, łódzkim i wielkopolskim, ich udział stanowił 40,6% ogółu powierzchni targowisk w kraju.

Na targowiskach handlowano w ok. 103,4 tys. stałych punktach sprzedaży drobnodetalicznej, wśród których 61,5 tys. otwartych było codziennie. Uzupełnieniem stałej sieci targowiskowej były targowiska sezonowe. W 2012 r. odnotowano ich 6506, co oznacza spadek w stosunku do roku poprzedniego o 0,9 %. Roczne wpływy z opłaty targowej były niższe niż w 2011 r. o 3,6%.

Na koniec 2012 r. przedsiębiorstwa prowadzące działalność hurtową (o liczbie pracujących powyżej 9 osób) składowały towary w 35,1 tys. magazynów (bez silosów i zbiorników). Najbardziej znaczącą część infrastruktury magazynowej stanowiły magazyny zamknięte (25,9 tys.). Pozostałe miejsca to place składowe (4,8 tys.) oraz magazyny zadaszone (4,4 tys.). Powierzchnia składowa magazynów wyniosła łącznie 44641,9 tys. m² i była większa niż w 2009 r.⁶ o 13,4%. W strukturze powierzchni składowej magazyny zamknięte zajmowały 58,7% ogólnej powierzchni (spadek w porównaniu z 2009 r. o 1,5 p.proc.), magazyny zadaszone – 8,4% (wzrost o 4,0 p.proc.), a place składowe 32,9% (spadek o 2,5 p.proc.).

Wśród magazynów zamkniętych przedsiębiorstw handlowych (zaklasyfikowanych według PKD do sekcji handel i naprawa pojazdów samochodowych), magazyny jednostek hurtowych stanowiły 94,2% ogólnej liczby magazynów i 95,9% całkowitej powierzchni składowej, a magazyny jednostek detalicznych 5,3% liczby magazynów i 3,9% powierzchni składowej. Zaobserwowano wzrost średniej powierzchni wszystkich rodzajów magazynów, która wynosiła odpowiednio dla: magazynów zamkniętych – 1030 m² (wobec 763 m² w 2009 r.), magazynów zadaszonych – 878 m² (wobec 458 m²), oraz placów składowych – 2839 m² (wobec 2605 m²).

W strukturze własnościowej nadal obserwowano wzrost liczby magazynów należących do przedsiębiorstw z udziałem kapitału zagranicznego. W 2012 r. udział liczby tych magazynów wyniósł 13,2% ogólnej liczby magazynów (wobec 11,2% w 2009 r.), ale udział zajmowanej powierzchni zmniejszył się i wyniósł 14,9% powierzchni składowej ogółem (wobec 17,0% w 2009 r.).

Gastronomia

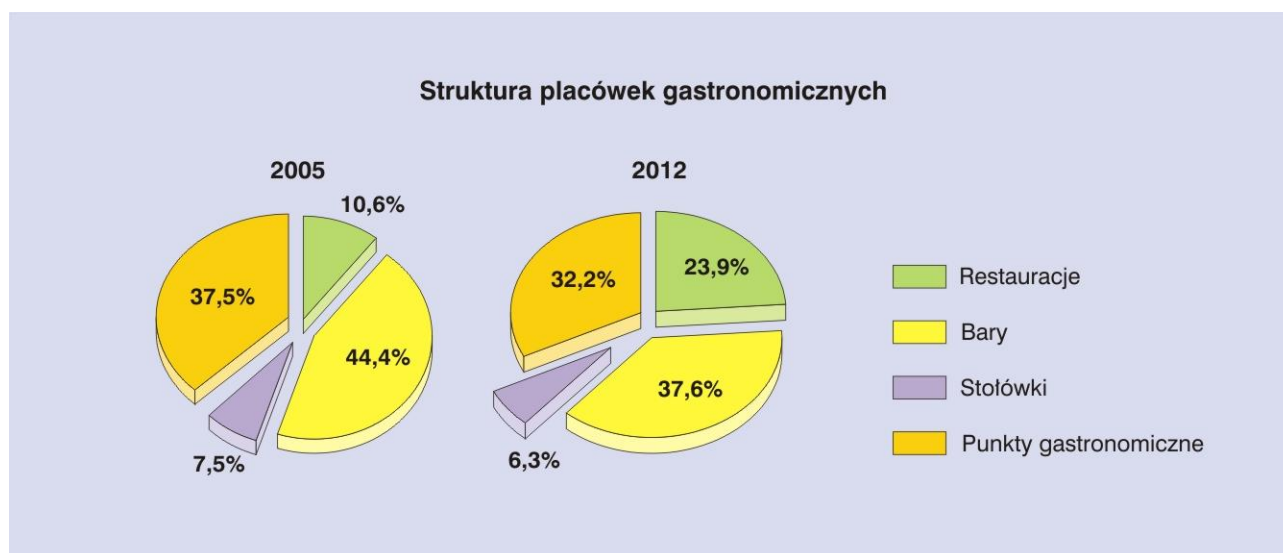
Na koniec 2012 r. szacunkowa liczba placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych) w kraju wyniosła prawie 68,8 tys. i zwiększyła się o 2,1% w porównaniu z 2011 r. Najbardziej zwiększyła się liczba restauracji - o 7,8%, liczba pozostałych placówek również rosła, ale znacznie wolniej.

Bary stanowiły 37,6% wszystkich placówek, punkty gastronomiczne 32,1%, restauracje 24,0%, a stołówki 6,3%. W 2012 r. 97,9% wszystkich placówek gastronomicznych należało do sektora prywatnego.

⁶ Badanie magazynów prowadzone jest w cyklu trzyletnim.

Placówki gastronomiczne

Wyszczególnienie	2010	2011	2012	
	Liczba			2011=100
Ogółem	70483	67356	68787	102,1
restauracje	14937	15287	16478	107,8
bary	27145	25866	25885	100,1
stołówki	4509	4271	4304	100,7
punkty gastronomiczne	23892	21932	22120	100,9



W 2012 r. przychody ogółem z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły ok. 24,9 mld zł i w porównaniu z rokiem poprzednim wzrosły o 9,2% (w cenach stałych były wyższe o ok. 6,0%). Z produkcji gastronomicznej pochodziło 71,6% tej wartości, 26,1% ze sprzedaży towarów handlowych (w tym 18,5% ze sprzedaży alkoholu i wyrobów tytoniowych), a 2,3% z pozostałej działalności. Najwyższy wzrost przychodów zaobserwowano podobnie jak w poprzednim roku w zakresie produkcji gastronomicznej (o 12,3%), natomiast przychody z pozostałej działalności spadły o 7,8%.

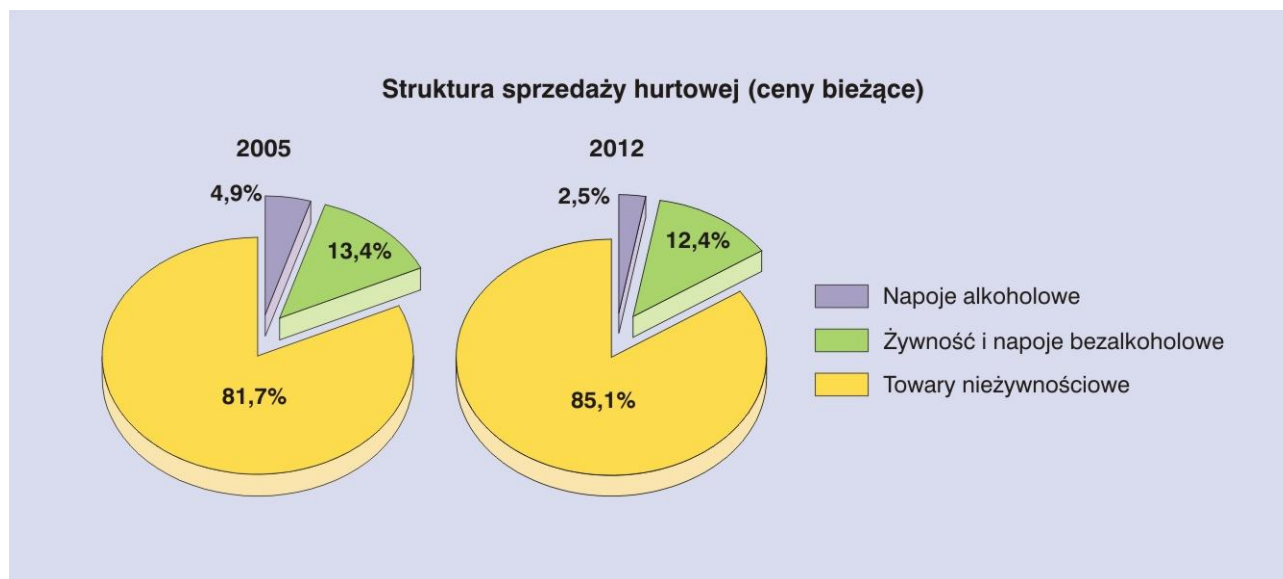
Przychody z działalności gastronomicznej w cenach bieżących

Wyszczególnienie	2010	2011	2012	
	w mln zł			2011=100
Przychody ogółem.....	21682,8	22782,6	24868,3	109,2
ze sprzedaży towarów	6043,2	6319,1	6499,1	102,8
w tym ze sprzedaży napojów				
alkoholowych i wyrobów tytoniowych	4199,6	4362,7	4601,5	105,5
z produkcji gastronomicznej	15022,0	15833,2	17788,1	112,3
z pozostałej działalności	617,6	630,3	581,1	92,2

Sprzedaż hurtowa

Wartość sprzedaży hurtowej wyszacowana w 2012 r. w przedsiębiorstwach handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 980,5 mld zł i była o 3,6% wyższa niż przed rokiem. Wzrost sprzedaży zanotowano w grupie towarów nieżywnościowych - o 4,3% oraz w grupie żywności i napojów bezalkoholowych - o 1,4%. Sprzedaż hurtowa napojów alkoholowych zmniejszyła się o 9,8%. W strukturze sprzedaży hurtowej udział towarów nieżywnościowych wzrósł w porównaniu z poprzednim rokiem o 0,6 p.proc., natomiast spadł udział żywności i napojów bezalkoholowych (o 0,2 p.proc.) oraz napojów alkoholowych (o 0,4 p.proc.).

Sprzedaż hurtowa realizowana przez przedsiębiorstwa z liczbą pracujących 50 osób i więcej stanowiła 47,6% (spadek o 0,1 p.proc. w porównaniu z rokiem poprzednim).



Sprzedaż hurtowa w latach 2010 - 2012 (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2010	2011	2012
a – liczby bezwzględne b – analogiczny okres roku poprzedniego=100	w mln zł		
Ogółem a	846490,2	946833,2	980452,1
b	111,4	111,9	103,6
w tym przedsiębiorstwa o liczbie pracujących 50 osób i więcej..... a	398672,6	452012,6	466589,9
b	104,2	113,4	103,2

Sprzedaż hurtowa według grup (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2010	2011	2012	
	w mln zł			2011=100
Ogółem.....	846490,2	946833,2	980452,1	103,6
żywność.....	108418,0	119730,9	121349,8	101,4
napoje alkoholowe.....	25286,8	27481,8	24784,8	90,2
towary nieżywnościowe	712785,4	799620,5	834317,5	104,3

Zaopatrzenie rynku

W 2012 r. w magazynach producentów⁷ średnie zapasy większości badanych artykułów konsumpcyjnych były wyższe niż przed rokiem.

W grupie artykułów żywnościowych wzrosły zapasy m.in. dżemów owocowych, tłuszczów zwierzęcych topionych jadalnych, masła, cukru, serów podpuszczkowych dojrzewających, mięsa drobiowego, mąki pszennej, serów i twarogów. Spadły zapasy m.in. mleka i śmietany w postaci stałej, serów przetworzonych (topionych), przetworów mięsnych i podrobowych ze zwierząt rzeźnych, margaryny i produktów do smarowania, makaronu, mięsa surowego ze zwierząt rzeźnych, mięsa wieprzowego.

Wśród artykułów nieżywnościowych większe niż przed rokiem były zapasy m.in. mydła, zmywarek do naczyń, rowerów, odkurzaczy. Zmalały zapasy: rajstop i rajtuzów, dywanów, chodników i wykładzin włókienniczych, chłodziarek i zamrażarek, samochodów osobowych, odbiorników telewizyjnych oraz pralek automatycznych typu domowego.

W omawianym roku dostawy⁸ ponad połowy badanych artykułów konsumpcyjnych były niższe niż przed rokiem, głównie w grupie artykułów nieżywnościowych, takich jak: odbiorniki telewizyjne, okrycia i ubiory z dzianin i z tkanin oraz obuwie. Zanotowano spadek importu prawie wszystkich badanych artykułów nieżywnościowych, a spadek produkcji krajowej - około 75% tych artykułów.

Znacząco wzrosły dostawy artykułów nieżywnościowych takich jak: chłodziarki i zamrażarki typu domowego oraz rowery. Przy wzroście produkcji krajowej odpowiednio o ponad 7% i prawie 14% odnotowano spadek importu tych artykułów, co spowodowało, iż zmniejszył się udział importu w dostawach, a rynek był zaopatrywany w większym stopniu z produkcji krajowej.

W 2012 r. wśród badanych artykułów konsumpcyjnych żywnościowych zaobserwowano wyższe niż przed rokiem dostawy m.in. mięsa wołowego i cielęcego, czekolady (łącznie z białą), mięsa drobiowego, cukru, serów przetworzonych (topionych), margaryny i produktów do smarowania oraz piwa otrzymywanego ze słodu. Wzrost dostaw tych produktów wynikał m. in. ze wzrostu produkcji krajowej. Największy wzrost produkcji wystąpił w przypadku czekolady (ponad 14%) i mięsa drobiowego (prawie 13%).

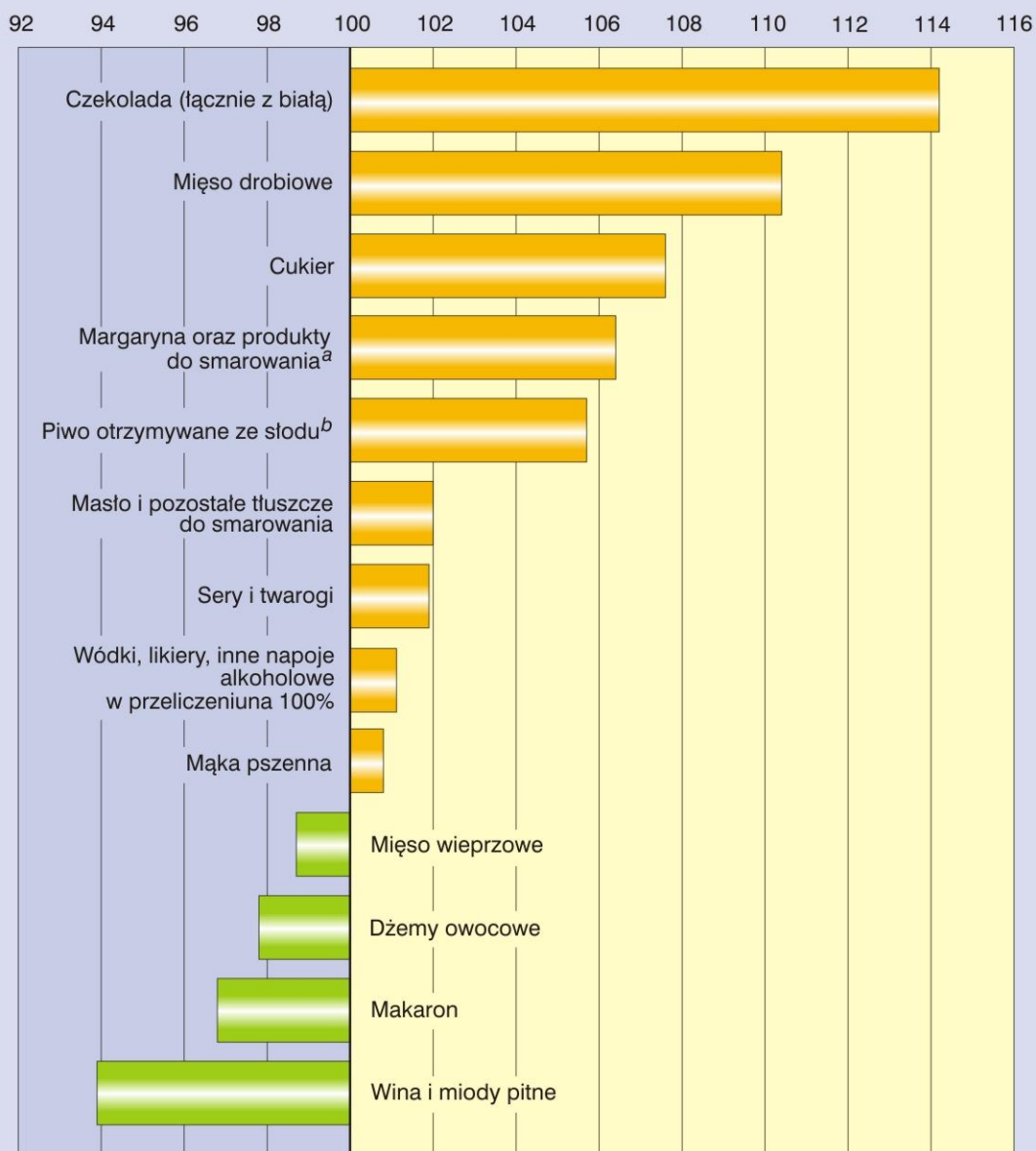
Zmniejszyły się natomiast dostawy takich artykułów żywnościowych jak: dżemy owocowe, makaron (spadek produkcji krajowej), wina i miody pitne (wzrost eksportu).

⁷ W przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 49 osób.

⁸ Ilość wytworzonych w kraju wyrobów (dane dotyczą przedsiębiorstw o liczbie pracujących powyżej 9 osób) pomniejszona o ich eksport i powiększona o import, skorygowana o saldo zmian stanu zapasów u producentów o liczbie pracujących powyżej 49 osób.

Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2012 r.

Rok poprzedni = 100

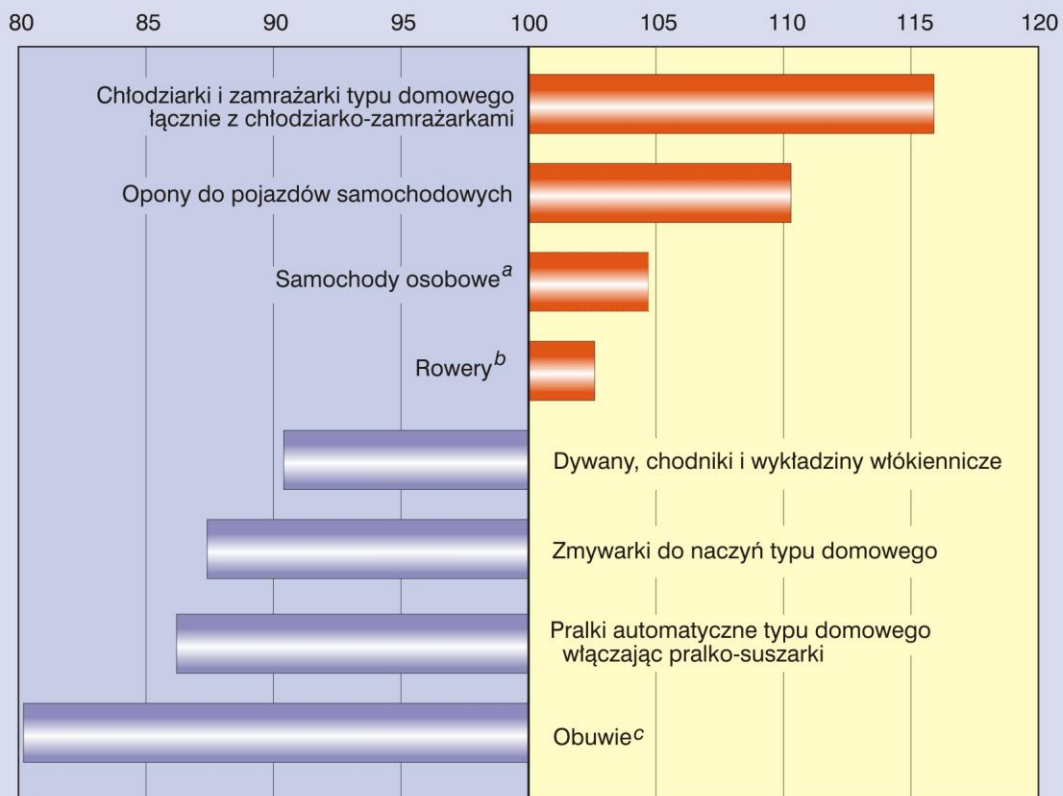


^a O obniżonej lub niskiej zawartości tłuszczu, z wyłączeniem margaryny płynnej.

^b O objętościowej mocy alkoholu 0,5% i więcej.

Dynamika dostaw wybranych artykułów nieżywnościowych w 2012 r.

Rok poprzedni = 100



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

^b Łącznie z dziecięcymi.

^c Łącznie z gumowym.