



**GŁÓWNY URZĄD STATYSTYCZNY
CENTRAL STATISTICAL OFFICE**

RYNEK WEWNĘTRZNY W 2005 R.

INTERNAL MARKET IN 2005

**Information
and statistical
papers**

**Informacje
i opracowania
statystyczne**

Warszawa 2006

SPIS TREŚCI

	Tablica	Strona
Przedmowa.....	x	3
Wykaz skrótów	x	4
I. UWAGI METODYCZNE	x	7
II. KOMENTARZ ANALITYCZNY	x	36
1. Usługi.....	x	36
Usługi związane z obsługą działalności gospodarczej.....	x	52
2. Handel wewnętrzny.....	x	60
Obroty przedsiębiorstw handlowych	x	67
Sprzedaż detaliczna	x	70
Punkty sprzedaży detalicznej.....	x	72
Gastronomia	x	74
Sprzedaż hurtowa	x	76
Magazyny handlowe.....	x	78
Zaopatrzenie rynku.....	x	80
III. TABLICE.....	x	x
Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w rejestrze REGON według sekcji PKD (2004 r., 2005 r.)	1	86
Wartość dodana brutto według sekcji w latach 2000 – 2005 (w cenach bieżących).....	2	87
Pracujący według sekcji (2000 – 2005 r.).....	3	89
Przeciętne zatrudnienie, przeciętne miesięczne wynagrodzenia brutto według sekcji w 2005 r.....	4	91
Nakłady inwestycyjne według sekcji w 2004 r. (w cenach bieżących).....	5	92
Liczba podmiotów gospodarki narodowej (2004 r., 2005 r.)	6	93
Przedsiębiorstwa według liczby prowadzonych sklepów (2004 r., 2005 r.)	7	94
Przedsiębiorstwa handlowe według liczby prowadzonych magazynów (2004 r., 2005r.)	8	95
Sklepy i stacje paliw według form organizacyjnych (2004 r., 2005 r.).....	9	96
Wybrane formy organizacyjne sklepów według województw w 2005 r.	10	97
Struktura sklepów i stacji paliw według form organizacyjnych i form własności w 2005 r.	11	98
Struktura sklepów według form własności w województwach w 2005 r.	12	99
Sklepy i stacje paliw według specjalizacji (2004 r., 2005 r.).....	13	100
Sklepy według powierzchni sprzedaży i województw w 2005 r.	14	101
Sklepy i stacje paliw według województw (2004 r., 2005 r.)	15	102
Struktura sprzedaży detalicznej w sklepach i stacjach paliw w 2005 r.	16	103
Dynamika sprzedaży detalicznej według rodzajów działalności (ceny bieżące; 2004 r., 2005 r.)....	17	105
Struktura sprzedaży detalicznej według rodzajów działalności (2004 r., 2005 r.)	18	106
Targowiska według województw (2004 r., 2005 r.).....	19	107
Magazyny handlowe według województw w 2005 r.	20	108
Struktura magazynów zamkniętych w przedsiębiorstwach handlowych wg form własności w 2005 r. ..	21	109
Struktura przychodów ze sprzedaży (bez VAT) przedsiębiorstw hurtowych wg typu klientów (2003 r., 2004 r.)	22	110
Struktura zakupów towarów według typu dostawców (2003 r., 2004 r.)	23	111
Handel i naprawy w 2004 r.	24	112
Dostawy wybranych towarów konsumpcyjnych w 2005 r.....	25	113
Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2005 r.	wykres	116
Zapasy wybranych wyrobów u producentów w 2005 r.....	26	117
Spożycie wybranych artykułów konsumpcyjnych na 1 mieszkańca (1990 r., 2000 r., 2001 r., 2002 r., 2003 r., 2004 r., 2005 r.)	27	120
Dynamika obrotów w handlu detalicznym (ceny bieżące)	28	122
Dynamika obrotów w handlu detalicznym (ceny stałe)	29	123
Ważniejsze dane dotyczące handlu wewnętrznego w latach 1995-2005	30	124
IV. ANEKS		126

PRZEDMOWA

Niniejsza publikacja jest kolejną edycją opracowania “Rynek wewnętrzny” wydawanego co roku przez GUS 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 i części tabelarycznej stanowiącej główny zakres tematyczny publikacji.

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

Oddając do rąk Państwa “Rynek wewnętrzny w 2005 r.” serdecznie dziękujemy wszystkim osobom i instytucjom za przekazanie informacji oraz uwag, które przyczynią się do kształtowania i wzbogacania treści kolejnych wydań tej publikacji.

Dyrektor
Departamentu Statystyki Usług

Małgorzata Dytman

*

*

*

PREFACE

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

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

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

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

Presenting you with the 2005 Internal Market, I would like to express our gratitude to all persons and institutions for information and suggestions, which are a source of valuable contribution to the enrichment of its next editions.

Director
Services Statistics Division

Małgorzata Dytman

Wykaz skrótów *List of abbreviations*

Klasyfikacje *Classifications*

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

Ważniejsze skróty *Major abbreviations*

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

Znaki umowne *Symbols*

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

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

I. UWAGI METODYCZNE

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

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

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

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

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

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

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	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 bezpłatnie pomagającymi członkami ich rodzin) 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 z 2005 r.

¹ According to the Z-06 form 2005.

MARŻA HANDLOWA jest to cena usługi handlowej, stanowiąca różnicę między ceną zakupu a ceną sprzedaży towarów, przeznaczona na pokrycie kosztów handlowych i osiągnięcie zysku. Rozróżnia się marżę handlową brutto tj. różnicę między wartością nabycia a wartością sprzedaży towarów oraz marżę handlową netto, którą stanowi różnica między wartością sprzedaży a kosztem własnym sprzedaży.

Marża handlowa brutto występuje w postaci:

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

Wysokość marż i zasady ich obliczania ustala przedsiębiorstwo handlowe. Łączna marża handlowa jest sumą realizowanych marż (detalicznych, hurtowych, gastronomicznych itp.) i stanowi podstawowe źródło tworzenia dochodu w przedsiębiorstwie handlowym, przeznaczonego na pokrycie kosztów handlowych, opłacenie podatków oraz wygospodarowanie zysku.

PRODUKCJA GLOBALNA w sektorze przedsiębiorstw obejmuje:

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

ZUŻYCIE POŚREDNIE obejmuje: wartość zużytych materiałów (łącznie z paliwami) netto (po odjęciu wartości odpadków użytkowych), surowców (łącznie z opakowaniami), energii, gazów technicznych i usług obcych (obróbka obca, usługi transportowe, najem sprzętu, usługi telekomunikacyjne i obliczeniowe, prowizje płacone za usługi bankowe) oraz koszty podróży służbowych (bez diet) oraz inne koszty (np. koszty reklamy, reprezentacji, dzierżawy i najmu, koszty biletów służbowych, koszty ryczałtów za używanie własnych pojazdów do celów służbowych, opłaty giełdowe i opłaty z tytułu uczestnictwa w Krajowym Depozycie Papierów Wartościowych).

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

KOSZTY ZWIĄZANE Z ZATRUDNIENIEM składają się z:

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

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

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

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

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

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

Obroty² przedsiębiorstw handlowych dla działów 50 i 52 prezentowane są na wykresach w formie dynamik w cenach stałych, gdzie okresem bazowym jest 2000 rok. Dla odzwierciedlenia zjawisk zachodzących w dłuższym okresie czasu wraz z danymi źródłowymi przedstawiony jest trend. Trend ten wygenerowany jest w wyniku przeprowadzenia dekompozycji szeregu czasowego, czyli wyodrębnienia z ciągu obserwacji poszczególnych składowych, mających wpływ na kształtowanie się danego zjawiska. Poza trendem określanym jako tendencja rozwojowa, w szeregu czasowym można wyróżnić następujące, pozostałe składowe: wahania cykliczne (ujmowane często łącznie

² Obroty w handlu detalicznym dla działu 52 zawarte są w tabl. nr 28-29 (patrz str. 122-123).

² Turnover of retail trade for the division 52 are presented in tables 28 and 29 (see pages 122 – 123).

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

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

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

SPRZEDAŻ DETALICZNA TOWARÓW - sprzedaż towarów własnych i komisowych (nowych i używanych) w punktach sprzedaży detalicznej, placówkach gastronomicznych oraz innych punktach sprzedaży (np. magazynach, składach itp.) w ilościach wskazujących na zakupy dla potrzeb indywidualnych nabywców. Wartość sprzedaży detalicznej stanowi sumę sprzedaży zrealizowaną przez jednostki handlowe i niehandlowe.

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

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

SPRZEDAŻ NAPOJÓW ALKOHOLOWYCH obejmuje:

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

PUNKTY SPRZEDAŻY DETALICZNEJ - są to placówki handlowe obejmujące:

- obiekty wielkopowierzchniowe,

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

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

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

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

Wyróżniamy następujące formy organizacyjne sklepów:

- **domy towarowe** - 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** - 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** - 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** - 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** - sklepy o powierzchni sal sprzedażowych od 120 m² do 399 m², prowadzące sprzedaż głównie towarów żywnościowych codziennego użytku oraz dodatkowo często nabywanych towarów nieżywnościowych,
- **sklepy wyspecjalizowane** - sklepy prowadzące sprzedaż szerokiego asortymentu artykułów do kompleksowego zaspokojenia określonych potrzeb, a więc ubioru (domy pani, pana, domy

młodzieżowe), wyposażenia mieszkań, meblowe, motoryzacyjne, potrzeb w zakresie wykorzystania wolnego czasu (domy "Sport, turystyka, wypoczynek") itp.,

- **pozostałe sklepy** - 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 (dział 4 sprawozdania H-01s),
- kartoteki do badania jednostek lokalnych przedsiębiorstw o liczbie pracujących 9 i mniej osób sporządzonej przez Centralny Ośrodek Informatyki Statystycznej w oparciu o Bazę Jednostek Statystycznych.

Powierzchnia sprzedażowa sklepu - część lokalu sklepowego przeznaczona na ekspozycję towarów oraz sprzedaż (tzn. część przeznaczona do eksponowania towarów i obsługi nabywców), mierzona w 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 - obejmuje sprzedaż towarów z magazynów handlowych własnych i obcych, w których składowane towary stanowią własność przedsiębiorstwa handlowego. Do wartości sprzedaży hurtowej zalicza się również wartość sprzedaży zrealizowanej na zasadzie bezpośredniej płatności lub kontraktu (agenci, aukcjonerzy), jak również wartość sprzedaży zrealizowanej przez tranzyt rozliczany, polegający na przekazywaniu towarów bezpośrednio od dostawcy do odbiorcy z pominięciem magazynów, które tę dostawę realizują.

MAGAZYNY HANDLOWE - 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.

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.

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.

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

Rotację towarów w dniach oblicza się wg wzoru:

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

R_d - rotacja w dniach,

Z_{prz} - zapas przeciętny,

s - sprzedaż w badanym czasie,

d - liczba dni w badanym okresie.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Rodzaje działalności w zakresie sprzedaży detalicznej:

Wyszczególnienie	Jednostki produkcyjne (niehandlowe) wg PKD	Jednostki handlowe		Sekcja H
		sekcja G		gastronomiczne
		hurtowe	detaliczne	
Pojazdy samochodowe, motocykle, części	3410,3420,3430, 3541,3543,		5010,5030,5040	-
Paliwa stałe, ciekłe i gazowe	2310,2320,	5151	5050	-
Sprzedaż w niewyspecjalizowanych sklepach z przewagą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych			5211	-
Pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach			5212	-
Żywność, napoje alkoholowe i bezalkoholowe oraz wyroby tytoniowe w wyspecjalizowanych punktach sprzedaży	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	5221, 5222, 5223, 5224, 5225, 5226, 5227	-
Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny	2451,2452,2441, 2442,3310	5145, 5146	5233, 5231,5232	-
Włókno, odzież, obuwie	1711-1717, 1721-1725, 1730,1740, 1751-1754, 1760, 1771, 1772, 1821-1824, 1810, 1830, 1910,1920, 1930	5116,5124,5141, 5142	5241,5242, 5243,	-
Meble, rtv, agd	3150, 3611-3615, 3230	5115, 5143, 5147	5244, 5245,5246	-
Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach	2112,2122-2125, 2211-2215		5247,5248	-
Sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej			5261	-
Pozostałe	wszystkie PKD nie wymienione w rodzajach działalności podanych powyżej, w których wystąpiła sprzedaż detaliczna.			

UWAGI:

1. Liczby względne (wskaźniki, odsetki) obliczono z reguły na podstawie danych bezwzględnych wyrażonych z większą dokładnością niż podano w tablicach.
2. Od 2000 r. zamieszczane dane klasyfikowane są zgodnie z Polską Klasyfikacją Wyrobów i Usług. Podstawą prawną stosowania PKWiU w statystyce, ewidencji i dokumentacji oraz rachunkowości stanowi Rozporządzenie Rady Ministrów z dn. 18 marca 1997 r., Dz.U. Nr 42, poz. 264 wraz z późniejszymi zmianami.
3. Określenie „własność zagraniczna” stosowane w publikacji, odnosi się do przedsiębiorstw własności zagranicznej i tych, w których własność zagraniczna stanowi przewagę.
4. Przy przeliczaniu danych na 1 mieszkańca w zakresie spożycia wybranych towarów konsumpcyjnych (tabl. 27) przyjęto liczbę ludności według stanu w dniu 30 VI. Dane za lata 2000 i 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. Od 2004 r. dane o sieci sklepów i stacji paliw, dla jednostek, w których liczba pracujących nie przekracza 9 osób, oszacowano w oparciu o wyniki badania reprezentacyjnego przeprowadzonego na 5% próbie tych jednostek (SP-3). Zmiana metody opracowania danych jest konsekwencją braku zasilania Rejestru REGON w informację o formie organizacyjnej podmiotu. Zmiana źródła pozyskania informacji spowodowała konieczność przeliczenia danych w tym zakresie za 2003 r. W związku z tym dane za 2003 zostały zmienione w stosunku do wcześniej opublikowanych.
6. Dane o sieci sklepów i stacji paliw za 2005 r. są danymi wstępnymi. Dane za 2003 r. i 2004 r. zostały zweryfikowane w stosunku do danych zaprezentowanych w poprzedniej edycji publikacji.

II. KOMENTARZ ANALITYCZNY

1. Usługi

Services

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

W krajach wysoko rozwiniętych sektor usług wytwarza około 3/4 wartości dodanej całej gospodarki. W 2004 roku w Unii Europejskiej¹ wartość dodana wytworzona w tym sektorze stanowiła 71,3% wartości dodanej gospodarki ogółem, podczas gdy w 2000 roku udział ten wyniósł 69,5%. Dla porównania w Polsce udział sektora usług w tworzeniu wartości dodanej wzrósł z 63,3% w 2000 roku do 64% w 2004 roku.

W 2003 roku najwyższy udział sektor usług pod względem tworzenia wartości dodanej uzyskał w Luksemburgu – 83,1% oraz w Stanach Zjednoczonych - 75,6%. Nieco mniejszy udział odnotowano w Belgii, Wielkiej Brytanii i Francji, gdzie wyniósł on około 74,0%.

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

Kraje <i>Countries</i>	Lata <i>Years</i>	Usługi <i>Services</i>	Kraje <i>Countries</i>	Lata <i>Years</i>	Usługi <i>Services</i>
Austria..... <i>Austria</i>	1995 2003	66,9 67,5	Niderlandy..... <i>Netherlands</i>	1995 2003	68,7 73,0
Belgia..... <i>Belgium</i>	1995 2003	70,1 74,0	Niemcy..... <i>Germany</i>	1995 2003	66,6 70,3
Dania..... <i>Denmark</i>	1995 2003	71,5 72,7	Polska^c..... <i>Poland^c</i>	1995 2003	56,9 66,0
Estonia..... <i>Estonia</i>	1995 2003	60,3 65,5 ^b	Portugalia..... <i>Portugal</i>	1995 2003	64,9 69,7
Finlandia..... <i>Finland</i>	1995 2003	62,8 66,2	Republika Czeska..... <i>Czech Republic</i>	1995 2003	55,5 59,3
Francja..... <i>France</i>	1995 2003	70,5 73,6	Słowacja..... <i>Slovakia</i>	1995 2003	56,0 64,2
Grecja..... <i>Greece</i>	1995 2003	67,7 70,8	Słowenia..... <i>Slovenia</i>	1995 2003	57,9 60,1 ^b

¹ Unia Europejska jako 25 państw członkowskich zarówno dla roku 2004, jak i 2000.

¹ For 2004 as well as 2000 the European Union as 25 member states.

Hiszpania	1995	66,0	Stany Zjednoczone	1995	72,0
<i>Spain</i>	2003	68,4	<i>United States</i>	2003	75,6
Irlandia	1995	54,3	Szwecja	1995	67,2
<i>Ireland</i>	2003	56,1	<i>Sweden</i>	2003	70,8
Japonia	1995	65,6	Węgry	1995	62,4
<i>Japan</i>	2003	69,6	<i>Hungary</i>	2003	66,1
Litwa	1995	55,1	W.Brytania	1995	67,3
<i>Lithuania</i>	2003	59,0 ^b	<i>United Kingdom</i>	2003	73,9
Luksemburg	1995	77,8	Włochy	1995	66,7
<i>Luxembourg</i>	2003	83,1	<i>Italy</i>	2003	70,9
Łotwa	1995	56,0			
<i>Latvia</i>	2003	70,6 ^b			

a Źródło: RS 2005 r.; *b* 2001r.; *c* dane prezentuje się wg metodologii „Systemu Rachunków Narodowych” (SNA). Dane dla Polski za lata 1995-2003 skorygowano w stosunku do opublikowanych w poprzedniej edycji Rocznika.

a Source: Statistical Yearbook 2005; *b* 2001; *c* data are presented according to the methodology of the „System of National Accounts”(SNA). Data for Poland for 1995-2003 have been corrected in relation to the data published in the previous edition of the Yearbook.

Najwyższy udział w tworzeniu miejsc pracy sektor usług osiągnął w Luksemburgu – 77,2% i w Niemczech – 76,7% ogółu pracujących. W Stanach Zjednoczonych udział ten wyniósł 75,6%, w Wielkiej Brytanii - 75,5%, a w Szwecji – 75,2%.

Pracujący w 2003 r. – na podstawie klasyfikacji ISIC^a
Employment in 2003 - according to ISIC classification^a

Kraje	Ogółem <i>Total</i>	w tym usługi <i>of which services</i>		Countries
		w tys. <i>in thous.</i>	w % <i>in %</i>	
Austria	3 798	2 473	65,1	<i>Austria</i>
Belgia	4 070	2 987	73,4	<i>Belgium</i>
Dania	2 693	1 970	73,2	<i>Denmark</i>
Estonia	594	364	61,3	<i>Estonia</i>
Finlandia	2 385	1 645	69,0	<i>Finland</i>
Francja	23 886 ^b	16 834 ^b	70,5	<i>France</i>
Grecja	3 949 ^b	2 438 ^b	61,7	<i>Greece</i>
Hiszpania	16 695	10 645	63,8	<i>Spain</i>
Irlandia	1 793	1 178	65,7	<i>Ireland</i>
Japonia	63 160 ^c	4 1750	66,1	<i>Japan</i>
Litwa	1 438	776	54,0	<i>Lithuania</i>

Luksemburg ^d	294	227	77,2	<i>Luxembourg^d</i>
Łotwa.....	1 007 ^c	596	59,2	<i>Latvia</i>
Niderlandy	7 952 ^b	6 101 ^b	76,7	<i>Netherlands</i>
Niemcy	36 172	24 012	66,4	<i>Germany</i>
Polska^e	13 617	7 217	53,0	<i>Poland^e</i>
Portugalia.....	5 128	2 833	55,2	<i>Portugal</i>
Republika Czeska	4 765 ^{bf}	2 649 ^b	55,6	<i>Czech Republic</i>
Słowacja ^f	2 165	1211	55,9	<i>Slovakia^f</i>
Słowenia	896	490	54,7	<i>Slovenia</i>
Stany Zjednoczone	136 485 ^b	103 206 ^b	75,6	<i>United States</i>
Szwecja.....	4 234	3 183	75,2	<i>Sweden</i>
Węgry	3 922 ^c	2 401	61,2	<i>Hungary</i>
W. Brytania.....	27 821	21 006	75,5	<i>United Kingdom</i>
Włochy	22 133	14 039	63,4	<i>Italy</i>

a Źródło: RS 2005 r.; *b* 2002 r.; *c* Dane nie w pełni porównywalne z danymi za poprzednie lata; *d* Szacunki oficjalne; *e* Przeciętne w roku; *f* Bez osób na urloпах wychowawczych.

a Source: Statistical Yearbook 2005; *b* 2002; *c* Data not strictly comparable to those for previous years; *d* Official estimates; *e* Annual average; *f* Excluding persons on child-care leave.

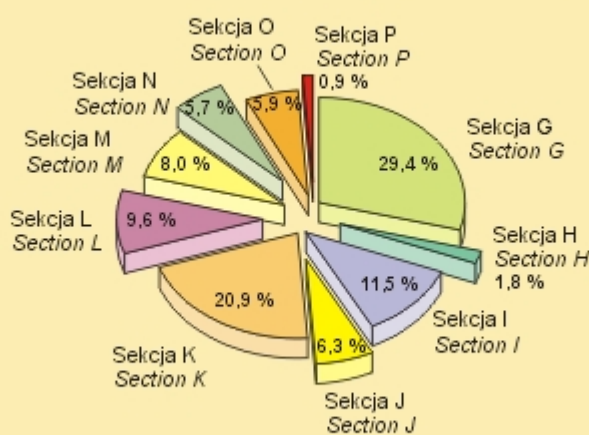
W gospodarce polskiej sektor usług odgrywa równie istotną rolę. Jakkolwiek, ze względu na niższy poziom rozwoju gospodarczego sektor ten, tak jak zaobserwowano, posiada znaczny potencjał do wykorzystania. W Polsce w 1995 roku przedsiębiorstwa prowadzące działalności usługowe wytworzyły 56,9% ogółu wartości dodanej brutto, wobec 64% w 2004 roku. Według danych wstępnych w 2005 roku udział ten zwiększył się i osiągnął poziom 64,5%. W analizowanym okresie udział liczby osób pracujących w sektorze usługowym wzrósł z 43% pracujących w całej gospodarce w 2000 roku do około 56% w 2005 roku.

Wśród 3,6 mln podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w rejestrze REGON na koniec 2005 r. około 2,8 mln podmiotów to przedsiębiorstwa usługowe (co stanowiło 77,0%), z czego prawie 96% stanowiły jednostki małe z liczbą pracujących 9 osób i mniej. W stosunku do roku ubiegłego liczba podmiotów prowadzących działalności usługowe wzrosła o 1,2%. Niewielki spadek liczby podmiotów w stosunku do roku 2004 odnotowano jedynie w przypadku przedsiębiorstw handlowych (wg PKD sekcja H) i transportowych (wg PKD sekcja I).

Wśród podmiotów prowadzących działalności usługowe niemal 43% ogólnej liczby zarejestrowanych podmiotów stanowią przedsiębiorstwa handlowe (według PKD sekcja G), w dalszej kolejności podmioty prowadzące działalność w zakresie obsługi nieruchomości i firm

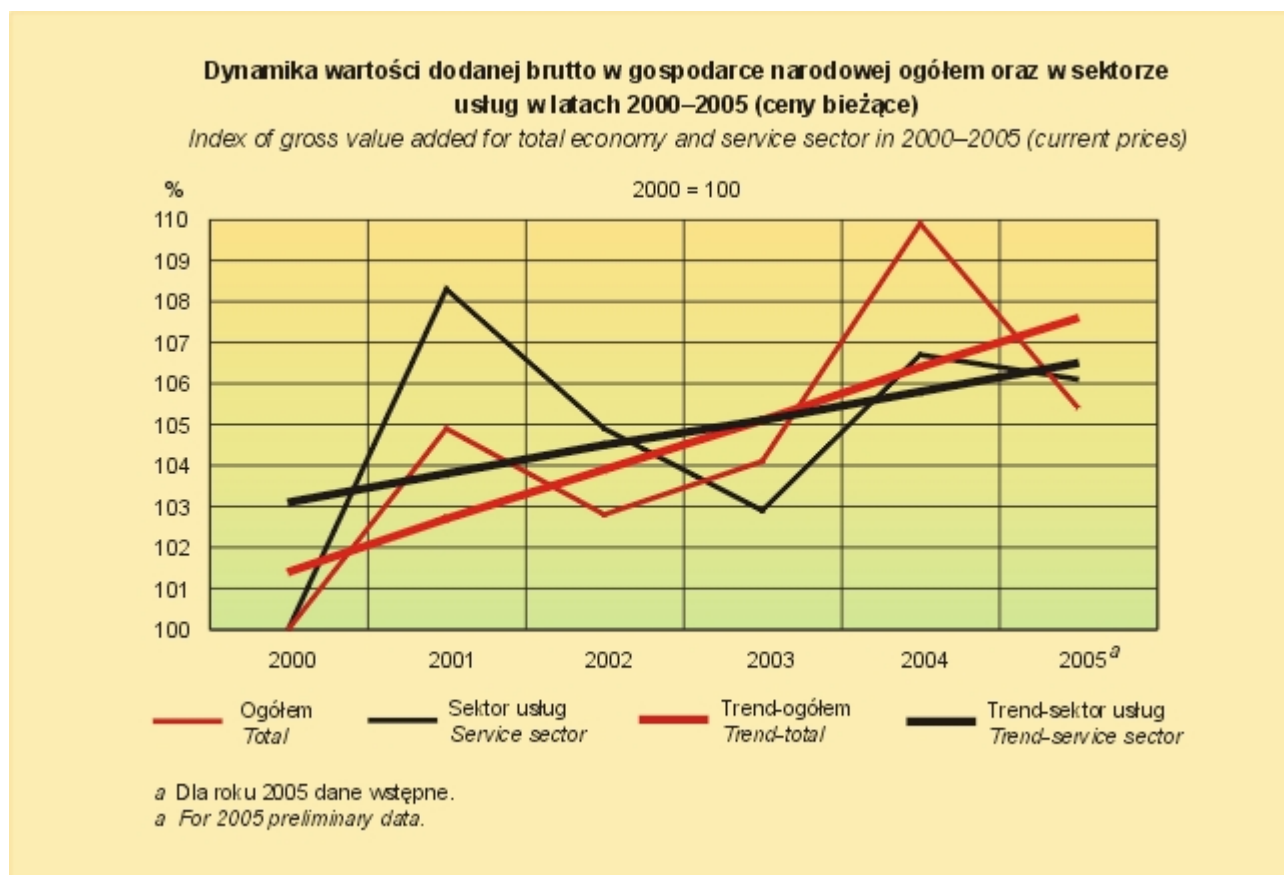
oraz nauki (wg PKD sekcja K) – 21% oraz przedsiębiorstwa prowadzące działalność w zakresie transportu, gospodarki magazynowej i łączności (według PKD sekcja I) – ponad 9%. W 2004 roku podmioty prowadzące powyższe działalności usługowe odnotowały również najwyższy udział w tworzeniu wartości dodanej tego sektora. W przypadku przedsiębiorstw z sekcji G „Handel i naprawy” udział ten wyniósł prawie 30% wartości dodanej wytworzonej w sektorze usług, przedsiębiorstw prowadzących działalność w zakresie obsługi nieruchomości i firm oraz nauki (wg PKD sekcja K) – ponad 20%, a przedsiębiorstw prowadzących działalność w zakresie transportu, gospodarki magazynowej i łączności (według PKD sekcja I) – ponad 11 %.

Struktura wartości dodanej brutto w sektorze usług wg sekcji PKD^a w 2004 roku (ceny bieżące)
Structure of gross value added in service sector by NACE sections^a in 2004 (current prices)



*a Patrz Uwagi metodyczne, str. 7.
a See Methodological notes, page 7.*

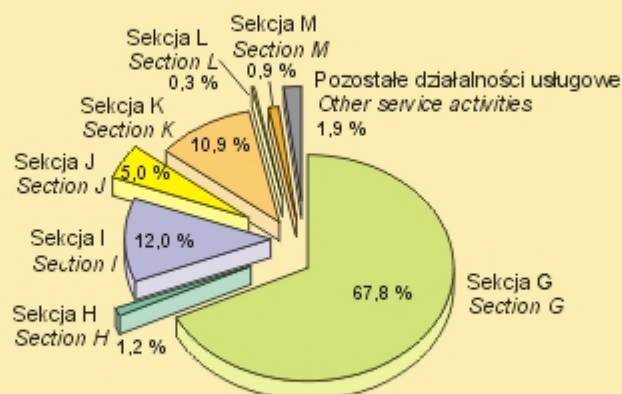
W okresie 2000-2005 wartość dodana sektora usług wzrosła o 32,3%, podczas gdy w całej gospodarce wzrost ten osiągnął 30%. Tym niemniej, tempo wzrostu w poszczególnych latach było zróżnicowane. W latach 2003 i 2004 roku sektor usług rozwijał się wolniej niż gospodarka narodowa. Wzrost wartości dodanej w 2004 roku w stosunku do roku 2003 wyniósł 6,7%, podczas gdy w gospodarce ogółem osiągnął on 9,9%. W 2005 roku wzrost wartości dodanej w sektorze usług w stosunku do roku 2004 był natomiast wyższy niż w gospodarce ogółem i wyniósł 6,1% wobec 5,4%. Możemy stwierdzić, iż w ciągu pięciu ostatnich lat średnioroczna dynamika wzrostu wartości dodanej w sektorze usług wykazywała tendencje zbliżone do gospodarki narodowej ogółem.



W 2004 roku wśród działalności usługowych najbardziej dynamicznym rozwojem charakteryzowała się Edukacja (wg PKD sekcja M), dla której wzrost wartości dodanej w odniesieniu do roku 2003 wyniósł 14,7%. Przedsiębiorstwa prowadzące działalność w zakresie pośrednictwa finansowego (wg PKD sekcja J) odnotowały wzrost wartości dodanej o 10%, a przedsiębiorstwa prowadzące działalność w zakresie handlu i napraw (wg PKD sekcja G) – o prawie 9%.

W 2004 roku przedsiębiorstwa usługowe wygenerowały około 57% wartości przychodów całej gospodarki narodowej. Najwyższy udział stanowiły przychody przedsiębiorstw prowadzących działalność w zakresie Handlu i napraw (wg PKD sekcja G) – prawie 68% przychodów całego sektora, w dalszej kolejności przedsiębiorstw transportowych (wg PKD sekcja I) – 12% oraz przedsiębiorstw świadczących usługi w zakresie obsługi nieruchomości i firm oraz nauki (wg PKD sekcja K) – prawie 11%.

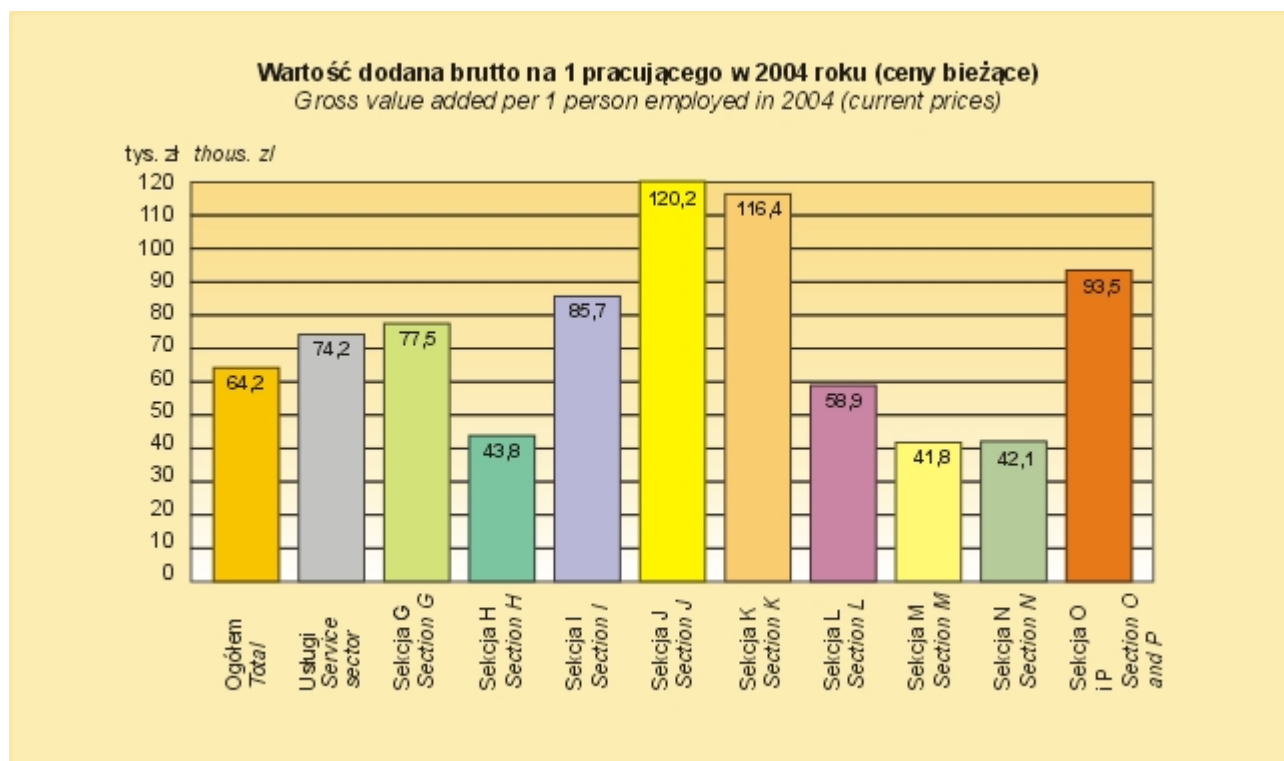
Struktura przychodów sektora usług wg sekcji PKD^a w 2004 roku
Structure of turnover in service sector by NACE sections^a in 2004



a Patrz Uwagi metodyczne, strona 7.
a See Methodological notes, page 7.

W 2005 roku w sektorze usług najwięcej osób pracowało w przedsiębiorstwach zaliczanych do Handlu i napraw (wg PKD sekcja G) - ponad 28% pracujących w podmiotach usługowych, w Edukacji (wg PKD sekcja M) – ponad 14% oraz Obsłudze nieruchomości i firm i nauce (wg PKD sekcja K) – ponad 13%.

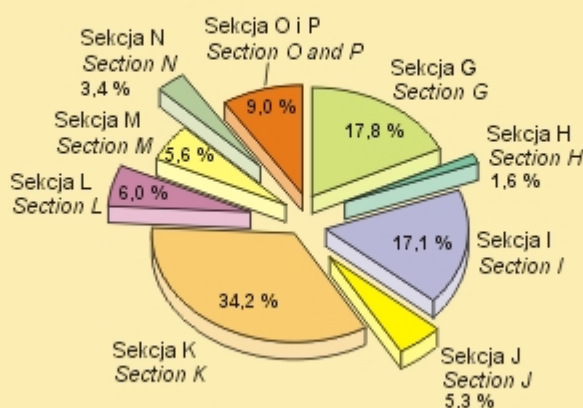
W porównaniu z innymi sektorami gospodarki narodowej sektor usług odznacza się wyższą wydajnością pracy. W 2004 roku wartość dodana na 1 pracującego w sektorze usług wyniosła 74,2 tys. zł, podczas gdy w całej gospodarce wartość ta kształtowała się na poziomie 64,2 tys. zł. W roku 2004 najbardziej wydajną sekcją działalności było Pośrednictwo finansowe (wg PKD sekcja J), gdzie na 1 pracującego przypadło 120,2 tys. zł wartości dodanej brutto oraz Obsługa nieruchomości i firm; nauka (wg PKD sekcja K) – 116,4 tys. zł. Jakkolwiek, w roku 2003 pierwsze miejsce pod względem wydajności uzyskała Obsługa nieruchomości i firm; nauka (wg PKD sekcja K) – 108, 6 tys. zł na 1 pracującego oraz Pozostała działalność usługowa (wg PKD sekcja O) – 87,3 tys. zł na 1 pracującego.



Najwyższe przeciętne wynagrodzenie brutto w 2005 roku odnotowano w Pośrednictwie finansowym (wg PKD sekcja J) – 4 335 zł, Administracji Publicznej (wg PKD sekcja L) – 3 061 zł oraz Transporcie, gospodarce magazynowej i łączności (wg PKD sekcja I) – 2 593 zł. W 2004 roku osoby pracujące w ramach powyższych działalności usługowych również uzyskały najwyższe wynagrodzenia, mianowicie w przypadku Pośrednictwa finansowego – 4 092 zł, Administracji Publicznej – 2 927 zł, a Transportu, gospodarki magazynowej i łączności (wg PKD sekcja I) – 2 575 zł.

W 2004 roku udział nakładów inwestycyjnych sektora usług stanowił ponad 55% nakładów inwestycyjnych całej gospodarki narodowej. W 2004 roku wielkość nakładów inwestycyjnych dla całej gospodarki wyniosła 120 467 mln zł, z czego 66 832 mln zł stanowiły nakłady poniesione w sektorze usług. Wśród podmiotów usługowych najwięcej inwestycji poczyniły przedsiębiorstwa prowadzące działalność w zakresie obsługi nieruchomości i firm oraz nauki (wg PKD sekcja K), których udział w inwestycjach całego sektora wyniósł ponad 34% oraz przedsiębiorstwa działające w zakresie handlu i napraw z około 18% udziałem. Przyjmując, iż sektor usług wytwarza 64% wartości dodanej całej gospodarki narodowej oraz tworzy miejsca pracy dla około 56% ogółu pracujących, potwierdza się teza stosunkowo niskich nakładów inwestycyjnych w tym sektorze.

Struktura nakładów inwestycyjnych w sektorze usług wg sekcji PKD w 2004 roku
Structure of investments outlays in service sector by NACE sections in 2004

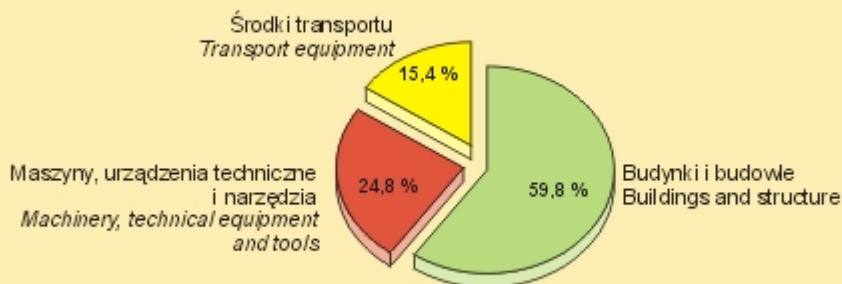


Struktura nakładów inwestycyjnych jest zróżnicowana w zależności od specyfiki działalności usługowej. W 2004 roku w sektorze usług dominowały wydatki inwestycyjne na pozyskanie budynków i budowli - prawie 60% nakładów inwestycyjnych. Wydatki te stanowiły najwyższy udział w nakładach inwestycyjnych w przedsiębiorstwach zaklasyfikowanych według PKD do działów sekcji Obsługa nieruchomości, wynajem, nauka i usługi związane z prowadzeniem działalności gospodarczej (wg PKD sekcja K) – prawie 82% (i to głównie w wyniku działalności inwestycyjnej przedsiębiorstw świadczących usługi w zakresie obsługi nieruchomości (wg PKD dział 70), gdzie udział ten wyniósł – prawie 96%). Budynki i budowle stanowiły również znaczną część nakładów inwestycyjnych w Edukacji (wg PKD sekcja M) oraz Pozostałej działalności usługowej² (wg PKD sekcja O) – około 79%. Na skutek powyższych inwestycji budynki i budowle w 2004 roku stanowiły 78% wartości brutto środków trwałych przedsiębiorstw usługowych.

Z kolei nakłady inwestycyjne na maszyny, urządzenia techniczne i narzędzia w 2004 roku stanowiły prawie 25% nakładów inwestycyjnych całego sektora. Podmioty prowadzące działalność w zakresie pośrednictwa finansowego (wg PKD sekcja J) przeznaczyły na ten cel około 49% ogółu inwestycji, a w Transporcie, gospodarce magazynowej i łączności (wg PKD sekcja I) – prawie 42% (w tym przedsiębiorstwa prowadzące działalność w zakresie poczty i telekomunikacji (wg PKD grupa 64.2) – prawie 85%).

² Sekcja O obejmuje następujące działalności: odprowadzanie i oczyszczanie ścieków, usuwanie odpadów, pozostałe usługi sanitarne i pokrewne; działalność organizacji członkowskich, gdzie indziej niesklasyfikowana; działalność związaną z kulturą, rekreacją i sportem oraz pozostałą działalność usługową (np. pranie i czyszczenie wyrobów włókienniczych i futrzarskich; fryzjerstwo i pozostałe zabiegi kosmetyczne; pogrzeby i działalność pokrewna; działalność związana z poprawą kondycji fizycznej);

Struktura nakładów inwestycyjnych w sektorze usług w 2004 roku
Structure of investment outlays in service sector in 2004

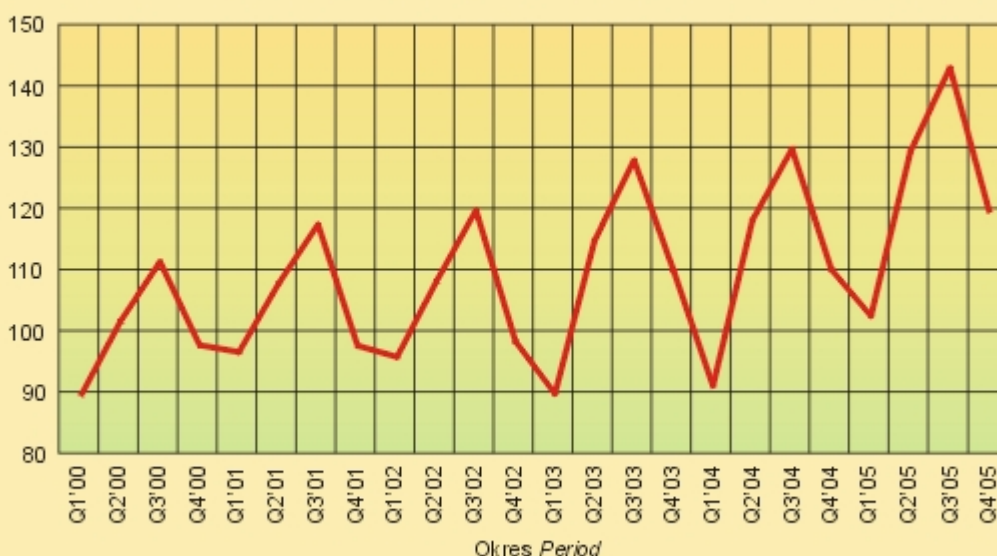


W związku ze wzrostem znaczenia sektora usług zwiększa się również zapotrzebowanie na dane opisujące zachodzące w nim zjawiska. Jakkolwiek, analiza danych rocznych umożliwia ocenę rozwoju tego sektora gospodarki w danym okresie czasu, to w celu uzyskania informacji o zmianach zachodzących w ciągu roku niezbędna jest obserwacja zmiennych dla okresów krótszych niż rok (kwartał, miesiąc). Jedną z takich zmiennych dla działalności usługowych jest wskaźnik obrotów kwartalnych, który prezentowany jest jako wskaźnik zmian zjawiska w badanym okresie (podokresie) do tego samego okresu (podokresu) roku poprzedniego przy uwzględnieniu średniorocznej roku bazowego (obecnie roku 2000) po wyeliminowaniu wpływu dni roboczych.

Analiza wskaźników obrotu kwartalnego przedsiębiorstw prowadzących wybrane działalności usługowe³, a w szczególności ich prezentacja graficzna, umożliwia identyfikację cykli, jakimi charakteryzują się te działalności w ciągu roku. W okresie lat 2000-2005 dla większości z prezentowanych działalności wartości generowanych obrotów wykazują stałą tendencję rosnącą. Jakkolwiek, wzrost tych wartości w poszczególnych kwartałach roku zależy od rodzaju prowadzonej działalności usługowej. W przypadku działalności hotelarskiej i restauracyjnej (wg PKD dział 55), transportu lotniczego (wg PKD dział 62), działalności wspomagającej transport i związanej z turystyką (wg PKD dział 63), jak również wynajmu maszyn i urządzeń oraz wypożyczania artykułów użytku osobistego i domowego (wg PKD dział 71) najbardziej dynamicznym okresem roku jest III kwartał. Poniższe prezentacje wybranych działalności usługowych przedstawiają specyfikę tych branż.

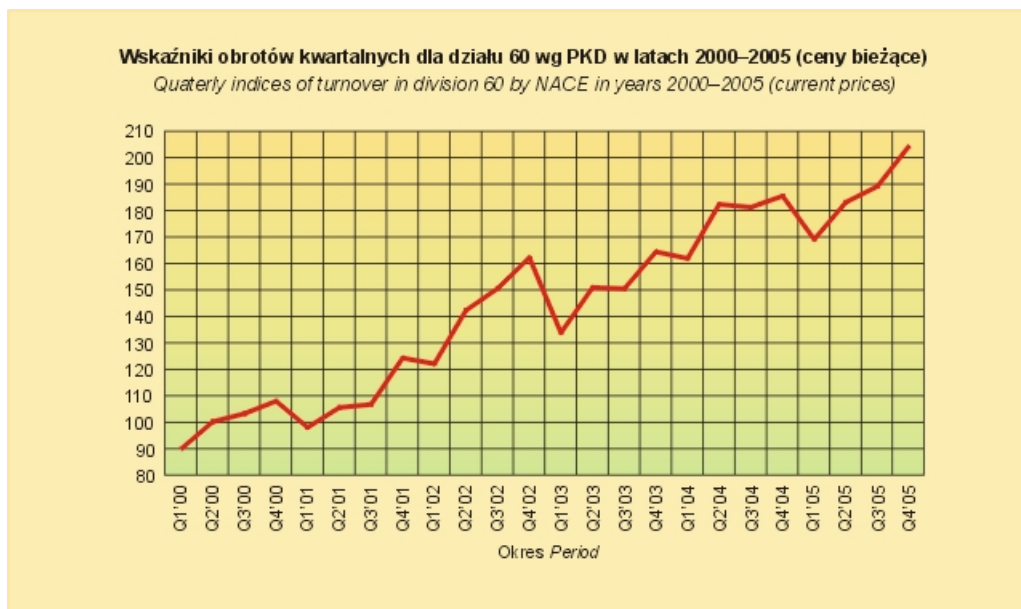
W działalności hotelarskiej i restauracyjnej (wg PKD dział 55) najniższy wzrost obrotów w stosunku do roku ubiegłego lub nawet niewielki ich spadek obserwowany jest w I i IV kwartale. Najwyższy wzrost wartości obrotów przypada w okresie wakacyjnym - III kwartał.

Wskaźniki obrotów kwartalnych dla działu 55 wg PKD w latach 2000–2005 (ceny bieżące)
Quarterly indices of turnover in division 55 by NACE in years 2000–2005 (current prices)

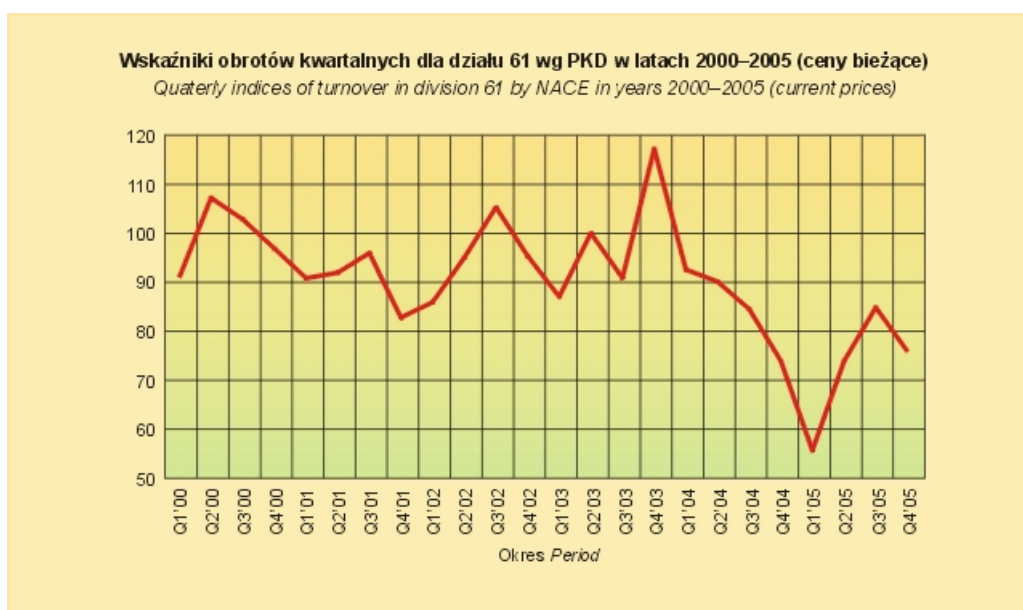


³ Analiza dotyczy: działalności hoteli i restauracji (wg PKD dział 55), działalności transportowej (wg PKD działy 60-64), działalności w zakresie nieruchomości, wynajmu oraz usług związanych z obsługą działalności gospodarczej (wg PKD działy 70, 71, 72 i 74 wg PKD), działalności w zakresie odprowadzania ścieków, wywozu odpadów, usług sanitarnych i pokrewnych (wg PKD dział 90) oraz pozostałej działalności usługowej (wg PKD dział 93).

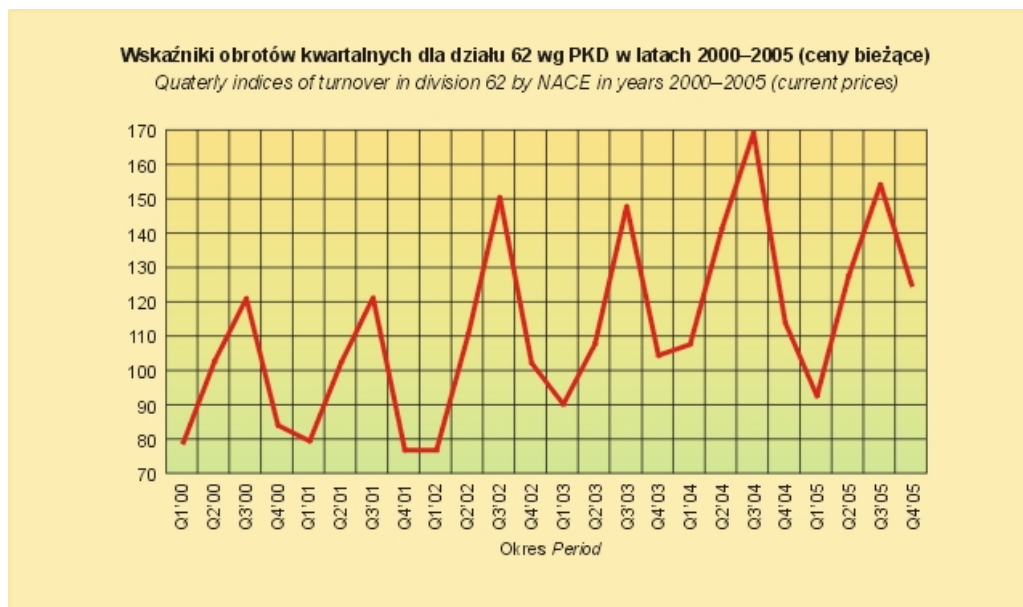
Wśród podmiotów świadczących usługi w zakresie **transportu lądowego i rurociągowego** (wg PKD dział 60) tempo wzrostu obrotów w porównaniu z analogicznym kwartałem roku ubiegłego rośnie w ciągu roku. Najniższy wzrost lub nawet spadek wartości obrotów obserwowany jest w I kwartale, w kolejnych kwartałach odnotowywany jest coraz bardziej dynamiczny wzrost.



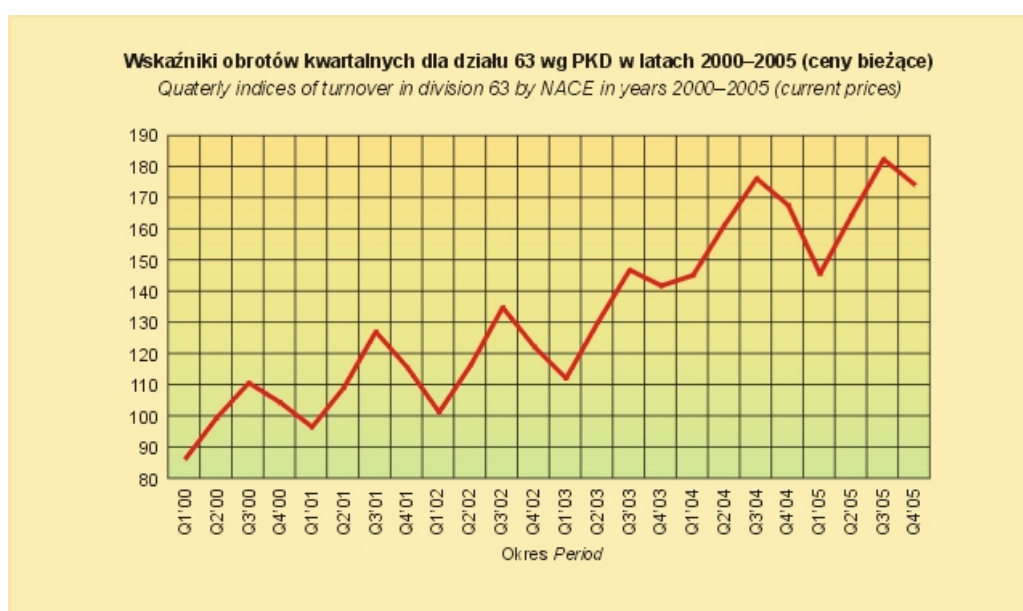
Dla przedsiębiorstw prowadzących działalność w zakresie **transportu wodnego** (wg PKD dział 61) w latach 2000–2003 najbardziej dynamicznym okresem dla wzrostu obrotów był II i III kwartał. Od 2004 roku obserwuje się natomiast znaczny spadek obrotów w stosunku do lat ubiegłych, głównie w wyniku zmniejszenia liczebności floty morskiej.



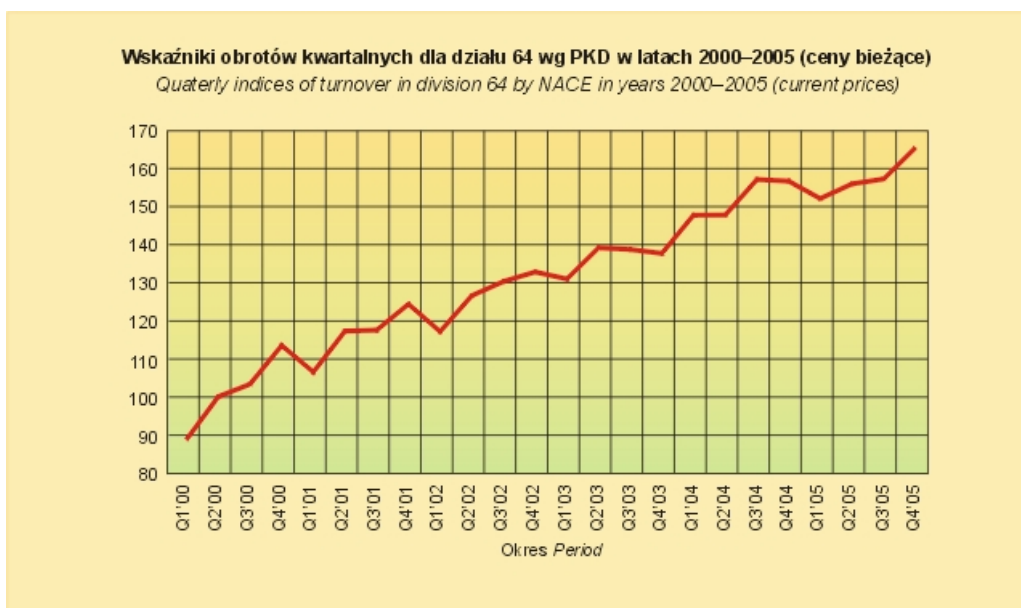
Przedsiębiorstwa z zakresu **transportu lotniczego** (wg PKD dział 62) w I i IV kwartale wykazują zazwyczaj spadek wartości obrotów w stosunku do roku ubiegłego lub niewielki ich wzrost (o 7,7% - I kwartał 2004 roku). Najwyższy przyrost obrotów odnotowywany jest w II i III kwartale, co związane jest z nasileniem ruchu turystycznego.



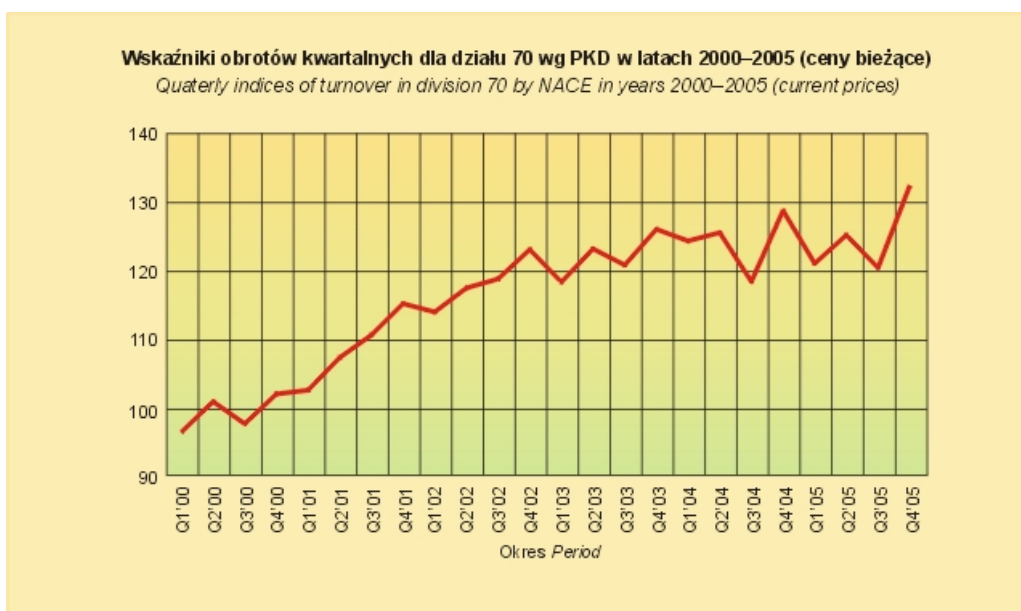
Przedsiębiorstwa świadczące **usługi wspomagające transport i związane z turystyką** (wg PKD dział 63) spadek obrotów w stosunku do roku ubiegłego odnotowują jedynie w I kwartale, podczas gdy III kwartał charakteryzuje się najwyższym wzrostem, co jest potwierdzone specyfiką branży turystycznej i jej nasileniem w sezonie letnim.



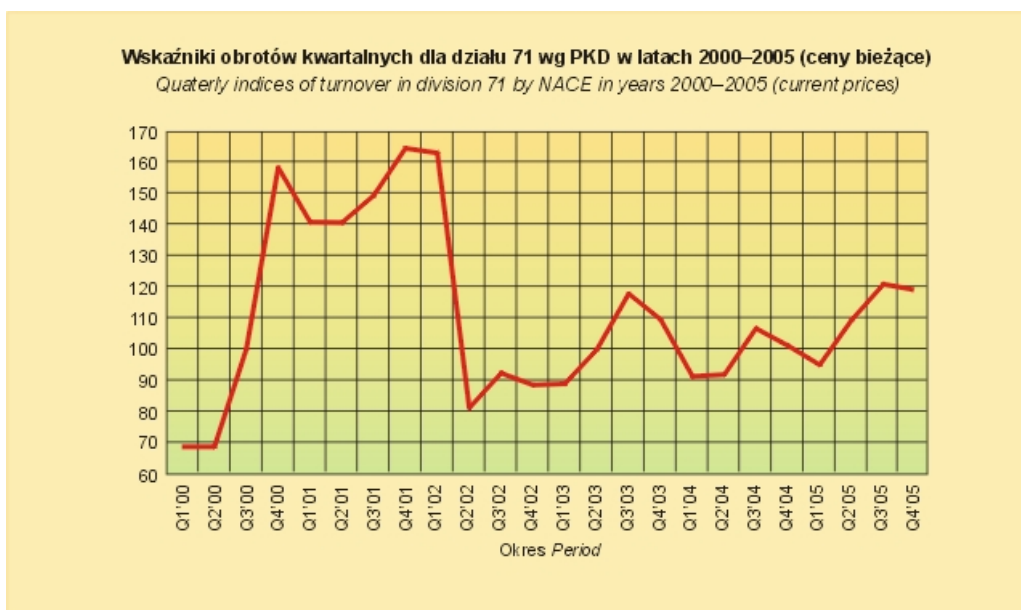
Działalność **poczty i telekomunikacji** (wg PKD dział 64) odznacza się systematycznym wzrostem wartości obrotów w poszczególnych kwartałach danego roku w stosunku do roku poprzedniego, przy czym najwyższy wzrost odnotowywany jest zazwyczaj w IV kwartale.



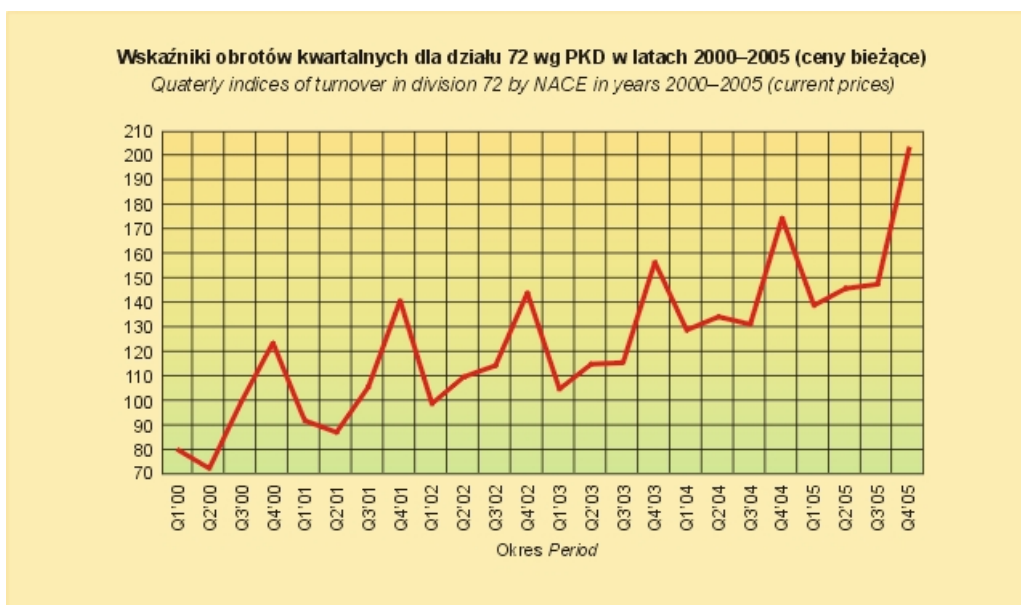
W przypadku przedsiębiorstw prowadzących działalność w zakresie **obsługi nieruchomości** (wg PKD dział 70) w ciągu roku wzrost obrotów w stosunku do ubiegłego roku stopniowo rośnie przy niewielkich wahaniach w II i III kwartale, aby w IV kwartale osiągnąć swój najwyższy poziom.



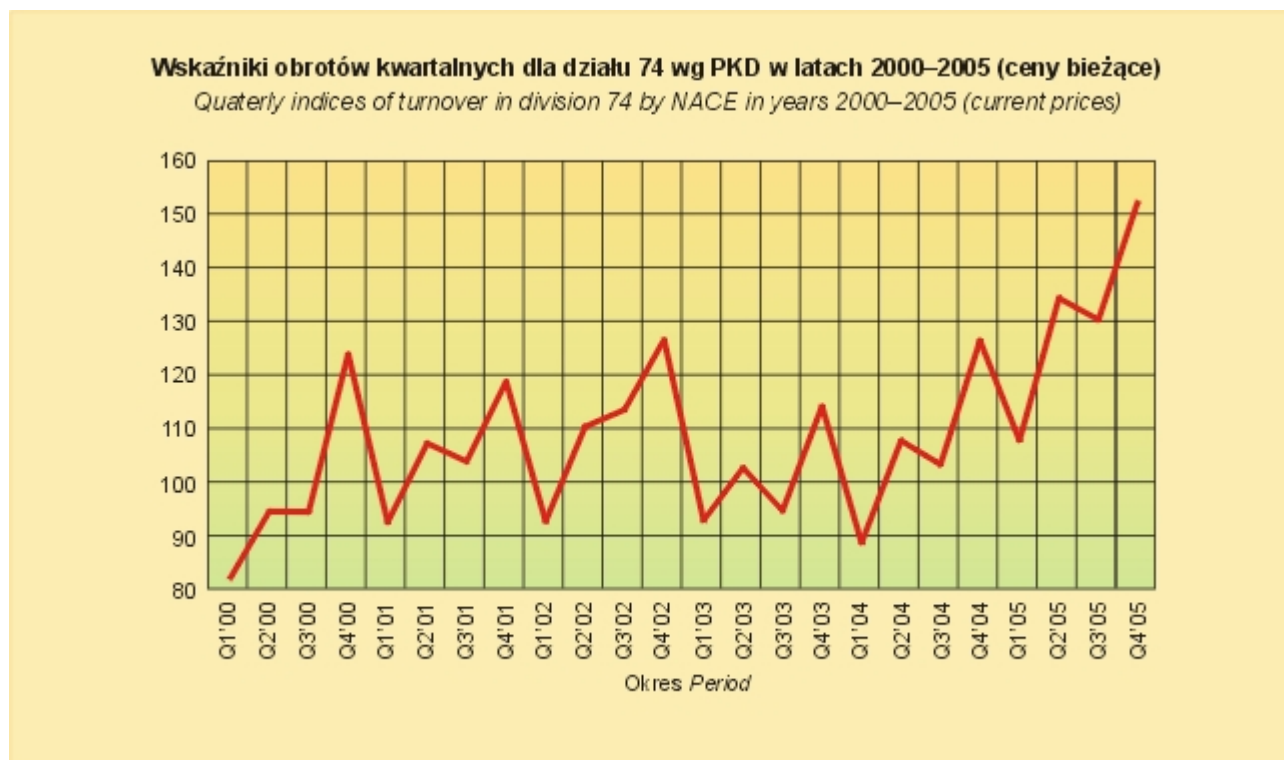
W latach 2000-2005 w zakresie **wynajmu maszyn i urządzeń oraz wypożyczania artykułów użytku osobistego i domowego** (wg PKD dział 71) widoczne są dwie wyraźnie zarysowane tendencje: dynamiczny wzrost obrotów od IV kwartału 2000 roku do I kwartału 2002 roku oraz stabilny wzrost obrotów od II kwartału 2002 roku. W ciągu roku najwyższy wzrost obrotów obserwowany jest w III kwartale, na co ma wpływ koniunktura w turystyce i sezon urlopowy (wynajem pojazdów samochodowych, autobusów, sprzętu turystycznego).



W branży **informatycznej** (wg PKD 72) na przestrzeni całego roku wartości obrotów dla poszczególnych kwartałów w stosunku do roku ubiegłego stopniowo rosną, jednak najbardziej dynamiczny wzrost obserwowany jest zawsze w IV kwartale (o około 20%). Wzrost przychodów w ostatnim kwartale roku jest wynikiem zwiększonego zainteresowania przedsiębiorstw zakupami szerokiego asortymentu usług informatycznych.



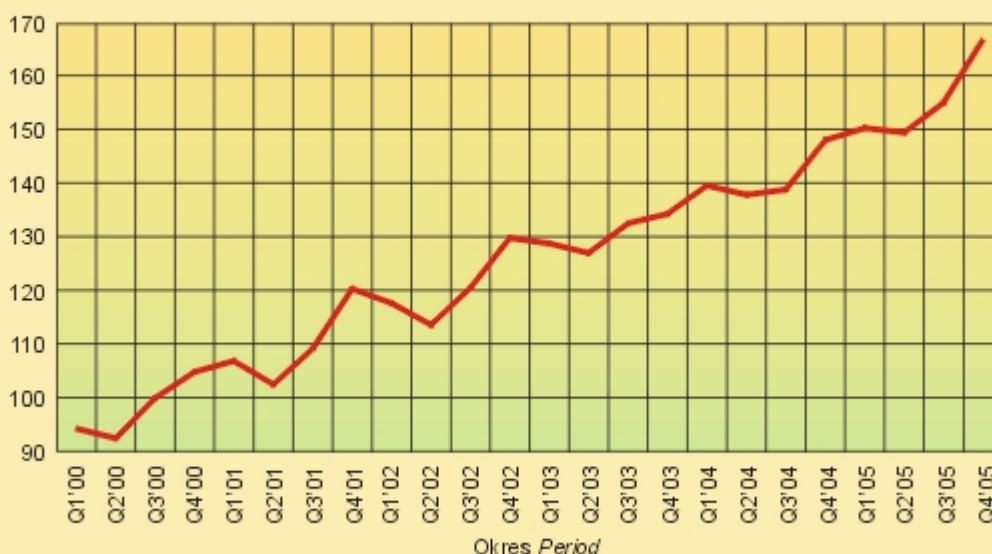
W IV kwartale dynamiczny rozwój widoczny jest nie tylko w branży informatycznej, ale również w pozostałych działalnościami związanych z **obsługą działalności gospodarczej**⁴ (wg PKD dział 74). I kwartał charakteryzuje się spadkiem obrotów w stosunku do roku poprzedniego (oprócz roku 2005), następnie wskaźniki rosną przy niewielkich wahaniach, aby w IV kwartale osiągnąć swój najwyższy poziom w ciągu roku.



W ciągu roku wskaźniki obrotu podmiotów prowadzących działalność w zakresie **odprowadzania ścieków, wywozu odpadów, usług sanitarnych i pokrewnych** (wg PKD dział 90) stopniowo rosną, nie wykazując większych wahań, co wynika ze specyfiki działalności zaklasyfikowanych w tym dziale, które to są mało podatne na zmiany koniunkturalne. W IV kwartale wskaźniki osiągają swój punkt kulminacyjny, po czym w I kwartale następuje ich spadek.

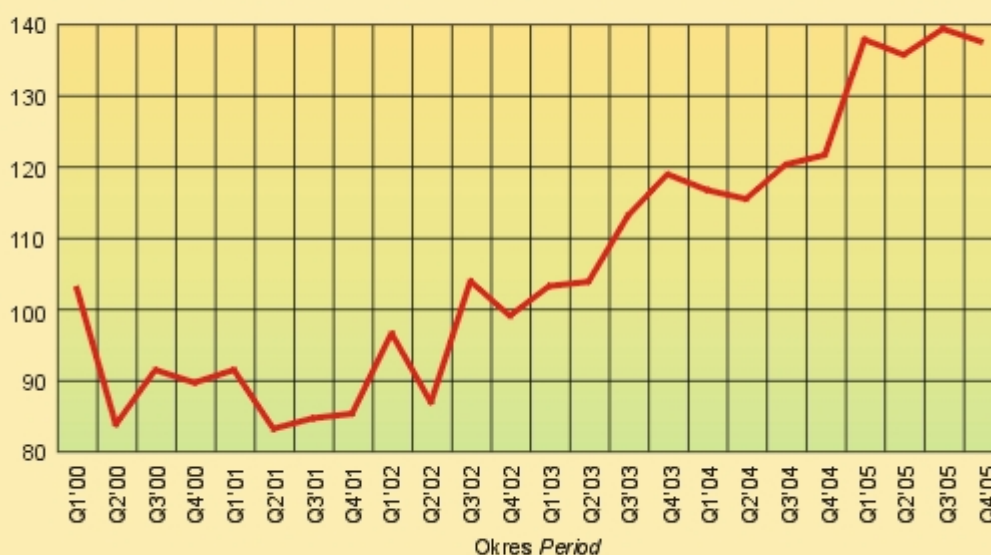
⁴ Działalności te obejmują: działalność prawniczą, rachunkowo-księgową, doradztwo, zarządzanie holdingami; działalność w zakresie architektury i inżynierii; badania i analizy techniczne; reklamę; rekrutację i udostępnianie pracowników; działalność detektywistyczną i ochroniarską; sprzątanie i czyszczenie obiektów oraz działalność komercyjna, gdzie indziej niesklasyfikowana (np. działalność fotograficzna, działalność związana z pakowaniem, tłumaczeniami, usługami sekretarskimi);

Wskaźniki obrotów kwartalnych dla działu 90 wg PKD w latach 2000–2005 (ceny bieżące)
Quarterly indices of turnover in division 90 by NACE in years 2000–2005 (current prices)



W przypadku przedsiębiorstw świadczących **usługi pozostałe**, takie jak usługi prania i czyszczenia, usługi fryzjerskie i kosmetyczne, usługi pogrzebowe i pokrewne, usługi związane z poprawą kondycji fizycznej itp. (wg PKD dział 93) od połowy roku 2002 zauważalny jest stopniowy wzrost wskaźników obrotu dla poszczególnych kwartałów w ciągu roku.

Wskaźniki obrotów kwartalnych dla działu 93 wg PKD w latach 2000–2005 (ceny bieżące)
Quarterly indices of turnover in division 93 by NACE in years 2000–2005 (current prices)

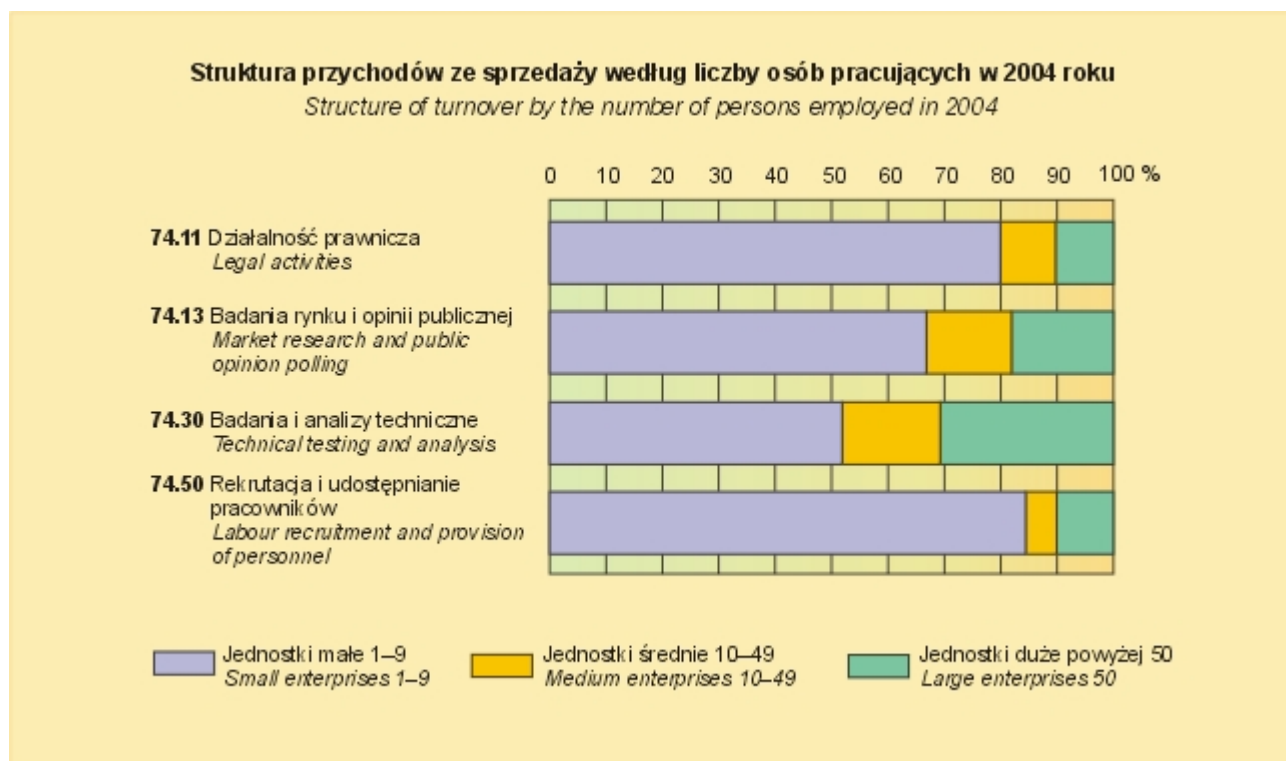


Usługi związane z obsługą działalności gospodarczej⁵*Business services*

W sektorze usług znaczącą rolę odgrywają usługi związane z obsługą działalności gospodarczej⁶, których głównymi odbiorcami są inne przedsiębiorstwa. W 2004 roku w strukturze przedsiębiorstw prowadzących działalność prawniczą (wg PKD 74.11), działalność w zakresie badań rynku i opinii publicznej (wg PKD 74.13), działalność w zakresie badań i analiz technicznych (wg PD 74.3) oraz działalność związaną z rekrutacją i udostępnianiem pracowników (wg PKD 74.5) dominującą rolę odgrywały jednostki małe z liczbą pracujących 9 osób i mniej i to zarówno pod względem liczby działających podmiotów (powyżej 96%), jak i liczby osób pracujących (od 55,5% - usługi związane z badaniami i analiza techniczną do 95,5% - usługi związane z rekrutacją i udostępnianiem pracowników). Jednostki te mają również największy udział w generowaniu przychodów ze sprzedaży, który kształtuje się na poziomie od ok. 52% - badania i analizy techniczne do niemal 85% - usługi rekrutacji i udostępniania pracowników.

⁵ Dane prezentowane są na podstawie wyników badania pilotażowego „Usługi biznesowe” prowadzonego przy współfinansowaniu Komisji Europejskiej. Badaniem zostały objęte następujące działalności usługowe: działalność prawnicza (wg PKD 74.11), działalność w zakresie badań rynku i opinii publicznej (wg PKD 74.13), działalność w zakresie badań i analiz technicznych (wg PD 74.3) oraz działalność związana z rekrutacją i udostępnianiem pracowników (wg PKD 74.5). W ramach badania zebrano informacje za rok sprawozdawczy 2004 o wartościach i strukturze przychodów ze sprzedaży według rodzaju odbiorców usług (gospodarstwa domowe i instytucje niekomercyjne, przedsiębiorstwa, sektor publiczny), ich siedziby (w kraju, w krajach UE, w krajach spoza UE), jak również grup wybranych produktów. Ponadto, zebrano informacje na temat form prowadzonej wymiany międzynarodowej, przyczyn jej rozwoju oraz postrzeganych barier.

⁶ Do usług związanych z obsługą działalności gospodarczej zaliczamy: usługi informatyczne, usługi prawnicze, usługi rachunkowo-księgowe i doradztwa podatkowego, usługi badania rynku i opinii publicznej, usługi doradztwa w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania, usługi architektoniczne i inżynierskie i związane z nimi doradztwo, usługi w zakresie badań i analiz technicznych, usługi reklamowe oraz usługi związane z rekrutacją i udostępnianiem pracowników;



Struktura przychodów

Strukturę przychodów badanych przedsiębiorstw przedstawiają poniższe zestawienia.

Zestawienie 1: Struktura przychodów ze sprzedaży przedsiębiorstw prowadzących działalność prawniczą - wg PKD 74.11 w 2004 roku

Structure of turnover by product in enterprises running the legal activities (by NACE 74.11) in 2004

WYSZCZEGÓLNIENIE		Udział w %
Przychody ze sprzedaży ogółem		100,0
z tego		
Usługi doradztwa prawnego i reprezentacji w postępowaniu sądowym w zakresie		52,3
z tego	prawa cywilnego i rodzinnego	17,0
	prawa handlowego	15,6
	prawa karnego	2,9
	pozostałych dziedzin prawa	16,8
Usługi doradztwa w zakresie patentów i praw autorskich		3,7
Usługi notarialne		15,7
Usługi doradztwa prawnego i reprezentacji w postępowaniu pozasądowym, w przetargach i aukcjach oraz usługi doradztwa prawnego pozostałe		19,5
Usługi rachunkowo-księgowe i doradztwa podatkowego		1,4
Usługi doradztwa w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania		2,7
Pozostała działalność		4,7

Zestawienie 2: Struktura przychodów ze sprzedaży przedsiębiorstw prowadzących działalność w zakresie badań rynku i opinii publicznej - wg PKD 74.13 w 2004 roku

Structure of turnover by product in enterprises running market research and public opinion polling (by NACE 74.13) in 2004

WYSZCZEGÓLNIENIE	Udział w %
Przychody ze sprzedaży ogółem	100,0
z tego	
Usługi badania rynku	68,0
Usługi badania opinii publicznej	10,0
Usługi naukowo-badawcze	0,4
Usługi reklamowe	10,3
Usługi doradztwa w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania	1,6
Usługi kształcenia ustawicznego dla dorosłych i pozostałych form kształcenia, gdzie indziej nie sklasyfikowanych	0,1
Pozostała działalność	9,6

Zestawienie 3: Struktura przychodów ze sprzedaży przedsiębiorstw prowadzących działalność w zakresie badań i analiz technicznych - wg PKD 74.30 w 2004 roku

Structure of turnover by product in enterprises running technical testing and analysis (by NACE 74.30) in 2004

WYSZCZEGÓLNIENIE	Udział w %
Przychody ze sprzedaży ogółem	100,0
z tego	
Usługi w zakresie badań i analiz technicznych	71,2
z tego	
składu oraz czystości wody i powietrza, poziomu radioaktywności, jakości żywności oraz badania zwierząt rzeźnych przed ubojem i mięsa po uboju	11,7
właściwości fizycznych w zakresie badań wytrzymałościowych i pomiaru uszkodzeń, obliczeń konstrukcyjnych elementów budowli	4,1
zintegrowanych systemów mechanicznych i elektrycznych w zakresie badań jakościowych i wydawanie atestów dla statków, samolotów, pojazdów, pojemników ciśnieniowych, elektrowni, itp.	5,7
okresowych przeglądów pojazdów samochodowych (bez napraw)	9,6
pozostałych, przeglądów i analiz technicznych	40,2
Usługi architektoniczne i inżynierskie oraz związane z nimi doradztwo	6,8
Usługi doradztwa w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania	2,7
Pozostała działalność	19,3

Zestawienie 4: Struktura przychodów ze sprzedaży przedsiębiorstw prowadzących działalność w zakresie rekrutacji i udostępniania pracowników - wg PKD 74.50 w 2004 roku
Structure of turnover by product in enterprises running labour recruitment and provision of personnel (by NACE 74.50) in 2004

WYSZCZEGÓLNIENIE		Udział w %
Przychody ze sprzedaży ogółem		100,0
z tego		
Usługi wyszukiwania osób i miejsc pracy		30,3
Usługi udostępniania pracowników		48,2
z tego	z branży informatycznej i telekomunikacyjnej	1,5
	biurowych	2,1
	dla gospodarstw domowych	0,1
	handlowych	3,9
	przemysłowych	7,0
	medycznych	1,8
	dla hoteli, restauracji, stołówek	1,3
	nauczycieli	2,4
	zatrudnianych w logistyce	19,7
	pozostałych	8,3
Pozostała działalność		21,5

Przedsiębiorstwa świadczące w ramach podstawowej działalności powyższe usługi podejmowały również inne rodzaje działalności. W przypadku działalności prawniczej znaczące źródło przychodów z pozostałej działalności stanowiły inne usługi związane z prowadzeniem działalności gospodarczej. Przychody pobocznej działalności przedsiębiorstw prowadzących działalność w zakresie badania rynku i opinii publicznej oraz badań i analiz technicznych pochodziły przeważnie ze sprzedaży pozostałych usług związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej, usług w zakresie handlu hurtowego i detalicznego, napraw; usług hotelarskich i gastronomicznych, a także ze sprzedaży produktów przetwórstwa przemysłowego. Podmioty prowadzące działalność w zakresie rekrutacji i udostępniania pracowników istotną część przychodów z pozostałej działalności uzyskiwały ze sprzedaży usług transportowych, magazynowych oraz łączności i robót budowlanych.

Odbiorca usług

Głównym odbiorcą usług były przedsiębiorstwa, które dostarczały od około 72% przychodów w przypadku działalności prawniczej do ponad 95% w przypadku działalności związanej z badaniami i rynku i opinii publicznej.

Usługi nabywane były przeważnie przez podmioty krajowe – od około 75% (usługi związane z rekrutacją i udostępnianiem pracowników) do około 97% (usługi w zakresie badań i analiz technicznych) ogółu przychodów. Niewielki udział w przychodach ogółem stanowiła sprzedaż poza granicami Polski.

Struktura przychodów ze sprzedaży według typu klienta w 2004 roku w %

Structure of turnovers by type of client in 2004 in %

WYSZCZEGÓLNIENIE SPECIFICATION	Przychody netto ze sprzedaży ogółem = 100% Total turnover = 100%					
	do administracji publicznej, zdrowia i edukacji public sector	do przedsiębiorstw enterprises				do gospodarstw domowych i instytucji niekomercyjnych households and non-profit institutions
		ogółem total	z tego of which			
			prowadzących działalność produkcyjną manufacturing	świadczących usługi w zakresie nieruchomości, wynajmu lub obsługi działalności gospodarczej business services activities	prowadzących pozostałą działalność all other activities	
Działalność prawnicza Legal activities	6,1	71,7	19,7	15,1	36,9	22,2
Badania rynku i opinii publicznej Market research and public opinion polling	1,1	95,4	25,0	8,5	61,9	3,4
Badania i analizy techniczne Technical testing and analysis	6,0	80,3	44,4	10,1	25,8	13,8
Działalność związana z rekrutacją i udostępnianiem pracowników Labour recruitment and provision of personnel	2,4	93,7	35,7	10,2	47,7	3,9

Struktura przychodów ze sprzedaży według siedziby klienta w 2004 roku w %
Structure of turnovers by residence of client in 2004 in %

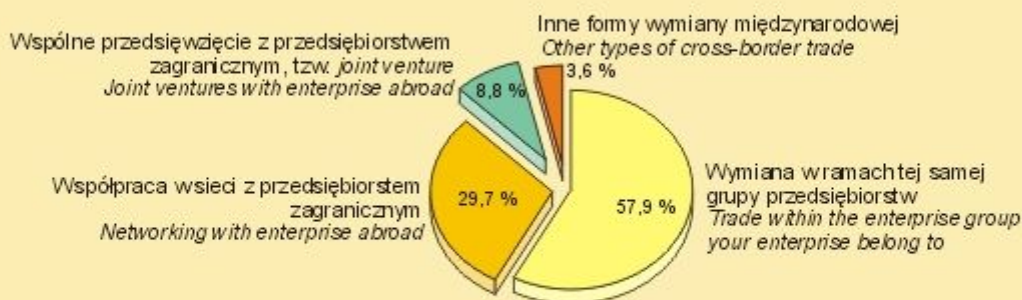
WYSZCZEGÓLNIENIE <i>SPECIFICATION</i>	Przychody ze sprzedaży ogółem <i>Total turnover</i>		
	kraj <i>country</i>	kraje UE <i>EU countries</i>	kraje spoza UE <i>outside EU countries</i>
Działalność prawnicza <i>Legal activities</i>	89,1	8,1	2,8
Badania rynku i opinii publicznej <i>Market research and public opinion polling</i>	81,3	13,8	4,9
Badania i analizy techniczne <i>Technical testing and analysis</i>	96,8	2,8	0,4
Działalność związana z rekrutacją i udostępnianiem pracowników <i>Labour recruitment and provision of personnel</i>	74,6	20,2	5,2

Formy, przyczyny oraz bariery napotymane w wymianie międzynarodowej w 2004 roku

W 2004 roku około 5% przedsiębiorstw prowadzących działalności w zakresie badań i analiz technicznych, około 8% przedsiębiorstw prowadzących działalność prawniczą oraz przedsiębiorstw prowadzących działalność w zakresie rekrutacji i udostępniania pracowników oraz 15% przedsiębiorstw świadczących usługi w zakresie badań rynku i opinii publicznej wykazało, iż prowadzi wymianę międzynarodową. Zainteresowanie wymianą międzynarodową w przyszłości wśród przedsiębiorstw, które jeszcze jej nie prowadzą również jest niewielkie (od 7% - podmioty świadczące usługi w zakresie rekrutacji i udostępniania pracowników do 19% - podmioty prowadzące działalność w zakresie badań i analiz technicznych).

Najczęściej wymiana międzynarodowa prowadzona była w ramach tej samej grupy przedsiębiorstw oraz w ramach współpracy w sieci z przedsiębiorstwem zagranicznym. Przedsiębiorstwa prowadzące działalność prawniczą oraz te świadczące usługi w zakresie badań i analiz technicznych dokonywały wymiany głównie w oparciu o jednorazowe transakcje. W przypadku przedsiębiorstw zajmujących się badaniami rynku i opinii publicznej oraz tych działających w zakresie rekrutacji i udostępniania pracowników wymiana międzynarodowa oparta była głównie na stałej współpracy.

Struktura wymiany międzynarodowej przedsiębiorstw prowadzących obsługę działalności gospodarczej^a wg form w 2004 r.
Structure of cross-border trade conducted by enterprises running the selected business services activities^a by types in 2004



^a Obsługa działalności gospodarczej w zakresie: działalności prawniczej (wg PKD 74.11), badań rynku i opinii publicznej (wg PKD 74.13), badań i analiz technicznych (wg PKD 74.30) oraz działalności związanej z rekrutacją i udostępnianiem pracowników (wg PKD 74.50).

^a Business services activities within the scope of legal activities (by NACE 74.11), market research and public opinion polling (by NACE 74.13), technical testing and analysis (by NACE 74.30) and labour recruitment and provision of personnel (by NACE 74.50).

Międzynarodowy handel usługami jest głównie skutkiem współpracy przedsiębiorstw należących do międzynarodowej grupy przedsiębiorstw oraz świadczenia usług, na które popyt zgłaszany na rynku krajowym jest zbyt niski.

Struktura wymiany międzynarodowej przedsiębiorstw prowadzących obsługę działalności gospodarczej^a wg przyczyn w 2004 r.
Structure of cross-border trade conducted by enterprises running the selected business services activities^a by reasons in 2004



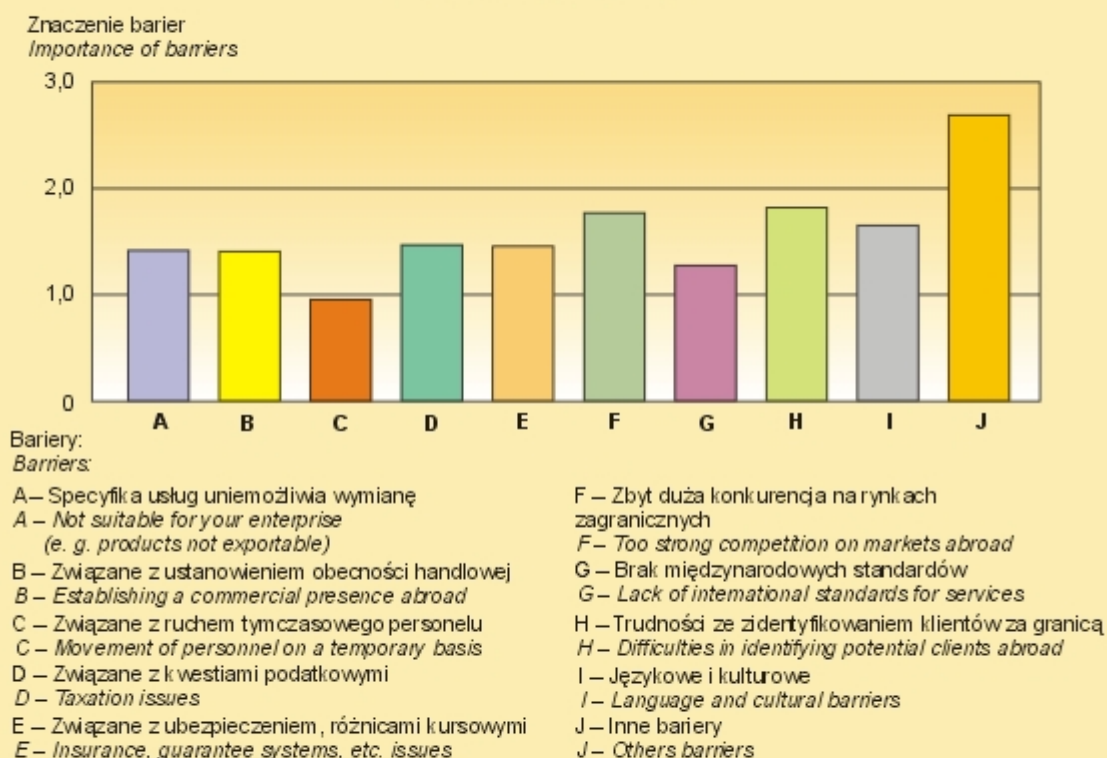
^a Patrz notka do wykresu powyżej.

^a See note for chart above.

Największą przeszkodą w wymianie międzynarodowej jest brak środków finansowych, ograniczenia prawne, brak odpowiednich uprawnień do świadczenia usług na danym rynku narodowym oraz ograniczony dostęp do rynku. Jako ważne utrudnienie przedsiębiorstwa wskazały również trudności ze zidentyfikowaniem potencjalnych klientów za granicą oraz zbyt dużą konkurencję na rynkach zagranicznych.

Bariery w zakresie wymiany międzynarodowej – przedsiębiorstwa prowadzące obsługę działalności gospodarczej^a w 2004 roku

Barriers in cross-border trade – enterprises running the business services activities^a in 2004



Znaczenie barier: 0 – nie ważna 1 – trochę ważna 2 – ważna 3 – bardzo ważna
Importance of barriers: 0 – not important 1 – some important 2 – important 3 – very important

^a Patrz notka do wykresu na str. 58.

^a See note for chart on page 58.

2. Handel wewnętrzny

Internal trade

W 2005 r., tak jak w ubiegłym roku, odnotowano spadek liczby podmiotów handlowych¹ (o 0,3%) w stosunku do roku poprzedniego. Na tę sytuację wpłynął głównie spadek o 0,6 % liczby podmiotów osób fizycznych prowadzących działalność handlową. W ogólnej liczbie podmiotów handlowych, osoby fizyczne prowadzące działalność handlową stanowiły w 2005 r. 82,3%, czyli o 0,2 pkt mniej niż w 2004 r. Natomiast w stosunku do roku ubiegłego, zanotowano dalszy wzrost liczby podmiotów działających w oparciu o kodeks spółek handlowych (o 3,1%).

Handel nadal odgrywa znaczącą rolę w gospodarce narodowej, zajmując drugie miejsce po przemyśle – w tworzeniu produktu krajowego brutto (PKB), osiągając w 2005 r. udział 16,7%. Natomiast udział handlu w tworzeniu wartości dodanej brutto w 2005 r. wyniósł 19,0%.

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

* dane szacunkowe

* *estimated data*

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

W 2004 r. dynamika przychodów ogółem osiągniętych przez przedsiębiorstwa z sekcji G „Handel i naprawy”, była wyższa niż w 2003 r. o ok. 7%. Znaczną część przychodów ogółem (ok. 61%) realizowały przedsiębiorstwa, w których pracuje do 49 osób. Udział przychodów ze sprzedaży towarów i materiałów, który stanowił ok. 91% ogólnej wartości przychodów przedsiębiorstw, nie uległ zmianie w stosunku do ubiegłego roku.

W porównaniu z 2000 rokiem w 2004 roku znacznie zmieniła się struktura przychodów ogółem realizowanych przez przedsiębiorstwa handlowe. Spośród przedsiębiorstw hurtowych

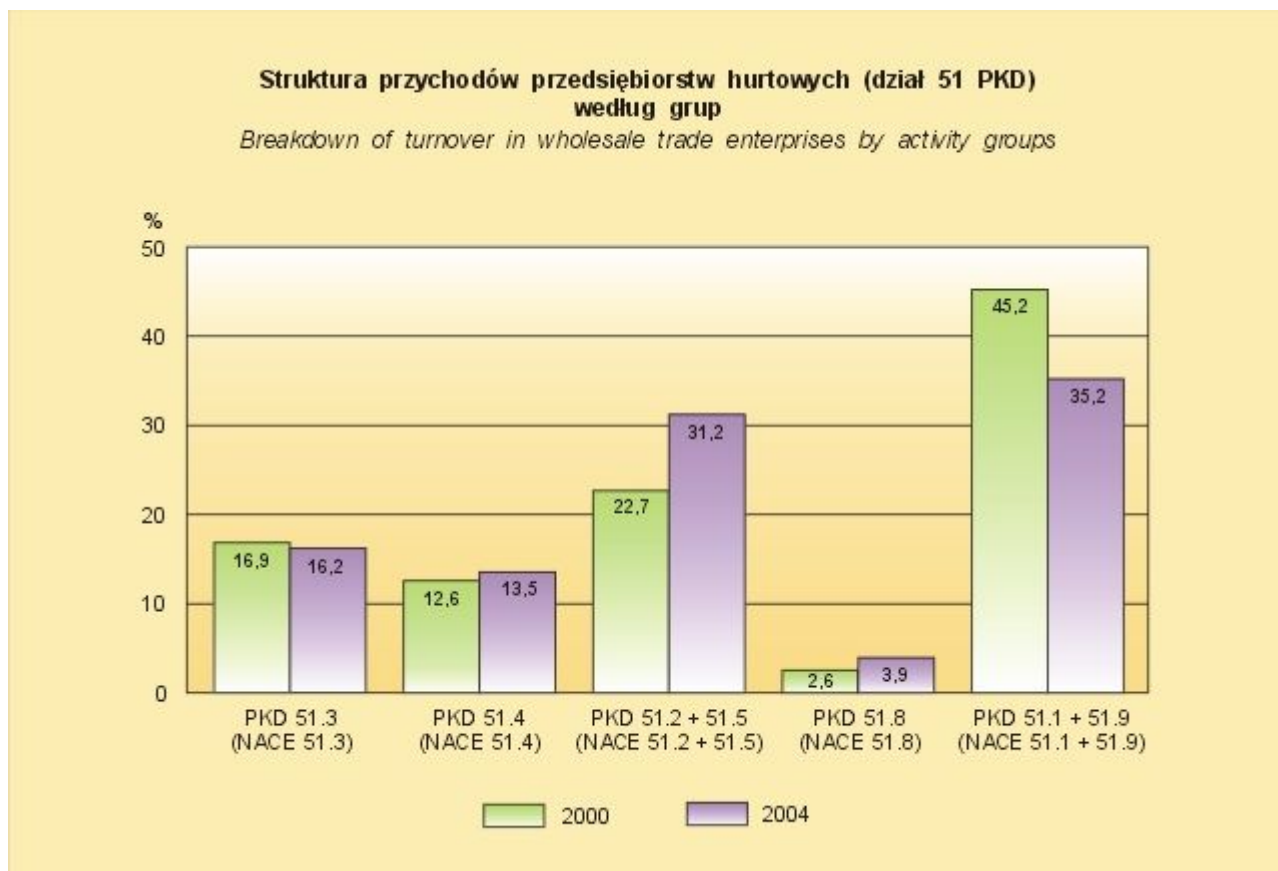
¹ Wg stanu bazy REGON na 31 XII.

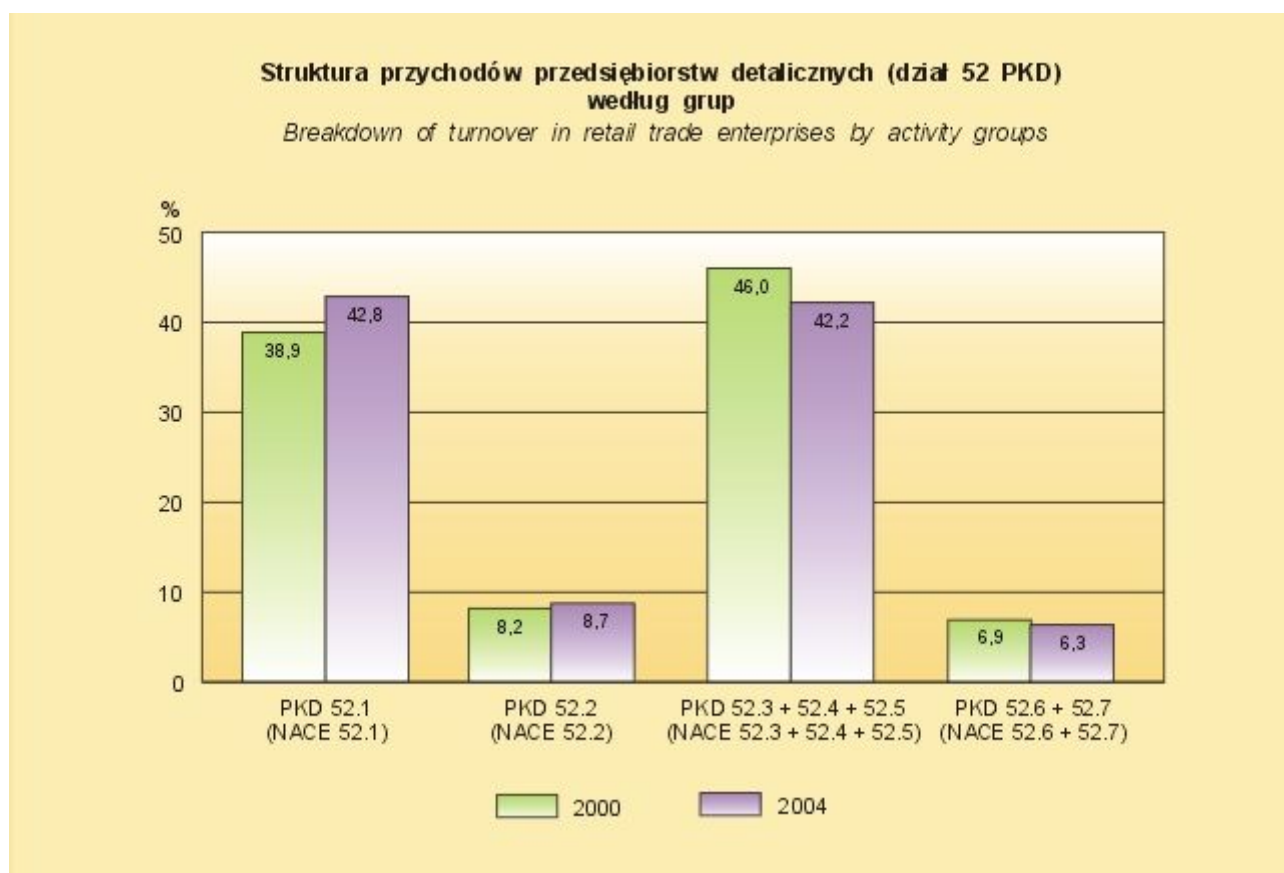
¹ *As by REGON register as of 31 XII.*

wyższy jest udział przychodów realizowanych w przedsiębiorstwach prowadzących sprzedaż hurtową artykułów użytku domowego (PKD 51.4), prowadzących sprzedaż hurtową maszyn, sprzętu i dodatkowego wyposażenia (PKD 51.8), jak również prowadzących sprzedaż łącznie: produktów rolnych i żywych zwierząt oraz półproduktów i odpadów pochodzenia nierolniczego oraz złomu (PKD 51.2 i 51.5). Niższy jest natomiast udział przychodów realizowanych przez przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż hurtową żywności, napojów i wyrobów tytoniowych (PKD 51.3) oraz sprzedaż hurtową realizowaną na zlecenie łącznie z pozostałą sprzedażą hurtową (PKD 51.1 i 51.9).

W zakresie przedsiębiorstw detalicznych wzrósł udział przychodów przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż detaliczną w niewyspecjalizowanych sklepach (PKD 52.1), a zmalał udział przychodów realizowanych łącznie przez przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż detaliczną farmaceutyków, artykułów używanych oraz sprzedaż w niewyspecjalizowanych sklepach (PKD 52.3, 52.4 i 52.5).

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 2000-2003 utrzymywała się na zbliżonym poziomie i wynosiła ok. 18%, natomiast w 2004 r. uległa ona obniżeniu i wyniosła ok. 14%. Zróżnicowanie poziomu zrealizowanych marż uzależnione jest od rodzaju działalności przedsiębiorstw, co obrazuje poniższe zestawienie:

Wyszczególnienie	2000	2001	2002	2003	2004	Specification
	w %		in %			
Dział 50	14,7	16,9	16,3	13,9	13,3*	Division 50
w tym:						of which:
50.1 sprzedaż pojazdów mechanicznych	14,0	16,2	13,7	11,3	10,1*	50.1 sale of motor vehicles
50.3 sprzedaż części i akcesoriów do pojazdów mechanicznych	18,6	21,6	23,3	21,5	22,0*	50.3 sale of motor vehicle parts and accessories
50.5 sprzedaż detaliczna paliw ..	12,8	13,5	14,9	12,2	10,0*	50.5 retail sale of automotive fuel
Dział 51	16,6	16,1	15,6	15,6	15,0*	Division 51
w tym:						of which:
51.1 sprzedaż hurtowa realizowana na zlecenie ¹	18,5	18,6	19,5	22,3	21,5*	51.1 wholesale on a fee or contract ²
51.2 sprzedaż hurtowa produktów rolnych i żywych zwierząt	20,7	18,9	17,9	19,2	15,0*	51.2 wholesale of agricultural raw materials and live animals
51.3 sprzedaż hurtowa żywności, napojów i tytoniu	15,3	13,6	13,3	10,7	11,3*	51.3 wholesale of food, beverages and tobacco
51.4 sprzedaż hurtowa artykułów użytku domowego i osobistego	17,9	17,2	17,7	19,0	17,2*	51.4 wholesale of household goods
51.5 sprzedaż hurtowa półproduktów i odpadów pochodzenia nierolniczego oraz złomu	15,4	15,5	16,2	13,5	12,9*	51.5 wholesale of non-agricultural intermediate products, waste and scrap
51.8 sprzedaż hurtowa maszyn, sprzętu i dodatkowego wyposażenia	16,4	17,4	15,7	14,2	11,9*	51.6 wholesale of machinery, equipment and supplies
51.9 pozostała sprzedaż hurtowa	16,8	16,7	15,1	15,8	17,6*	51.7 other wholesale
Dział 52	22,6	23,9	26,2	25,5	27,2*	Division 52
w tym:						of which:
52.1 sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach ...	22,5	22,5	22,4	21,1	22,9*	52.1 retail sale in non-specialized stores
52.2 sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych w wyspecjalizowanych sklepach	23,3	22,9	21,7	22,5	20,5*	52.2 retail sale of food, beverages and tobacco in specialized stores
52.3 sprzedaż detaliczna wyrobów farmaceutycznych	16,8	26,0	29,7	30,1	31,4*	52.3 retail sale pharmaceutical and medical goods, cosmetic and toilet articles
52.4 pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach....	24,4	24,6	29,9	28,7	29,9*	52.4 other retail sale of new goods in specialized stores
52.5 sprzedaż detaliczna artykułów używanych	27,9	32,4	32,5	32,1	44,2*	52.5 retail sale second-hand goods in stores

Na przestrzeni lat 2000–2004 poziom marży handlowej w przedsiębiorstwach według działów kształtował się następująco: handel pojazdami od 10,1%* do 16,9%, handel hurtowy od 15,0%* do 16,6% i handel detaliczny od 22,6%* do 27,2%*.

W 2004 r. najwyższy wskaźnik marży osiągany był przez przedsiębiorstwa handlu detalicznego. W dziale obejmującym handel hurtowy najwyższe marże realizowały przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż hurtową na zlecenie (21,5%*) oraz prowadzące pozostałą sprzedaż hurtową (17,6%*). Podobnie jak w latach poprzednich, najniższy wskaźnik realizowały

¹ Prowizja ² Commission

przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż hurtową żywności, napojów i wyrobów tytoniowych – 11,3%*.

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 22 i 23).

Przedsiębiorstwa handlowe, w których liczba pracujących przekracza 9 osób, dokonują zakupów, w prawie 49%, bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych, a w ok. 28% u hurtowników, bezpośredni import stanowi ponad 21%. W zależności od specyfiki działalności handlowej struktura dokonywanych zakupów ulega zmianom. Handel hurtowy w ponad 52% zaopatruje się u producentów i wytwórców krajowych oraz dokonuje zakupów bezpośrednio z importu w 23%. Nadal jednak wysoki jest udział (ok. 23%) zakupów „hurtownik - hurtownik”.

Handel detaliczny w ponad 38% zaopatruje się w hurcie i w 52% u krajowych producentów, bezpośredni import stanowi 8%.

Przedsiębiorstwa własności zagranicznej dokonują zakupów bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych w ponad 41%, od hurtowników w ponad 15%, a bezpośredni import stanowi ok. 42%.

W strukturze przychodów przedsiębiorstw hurtowych prawie 37% przychodów pochodzi ze sprzedaży do hurtu, prawie 31% pochodzi od handlowców detalicznych, 17% od producentów krajowych, a ponad 8% stanowią bezpośrednie wpływy od konsumentów indywidualnych.

W wyniku przekształceń własnościowych obserwowanych w latach ubiegłych w dziale „Handel” doszło do prawie pełnej prywatyzacji przedsiębiorstw.

W 2005 r. liczba spółek prawa handlowego zarejestrowanych w systemie REGON i zaklasyfikowanych wg PKD do sekcji „G” wzrosła o 3,1% w porównaniu z 2004 r. W tym okresie także liczba spółek kapitałowych (spółki akcyjne i z o.o.) prowadzących działalność handlową wzrosła o 2,9%. W ramach spółek prawa handlowego na szczególną uwagę zasługują spółki z „czystym” kapitałem zagranicznym, których liczba wzrasta dynamicznie w latach 1997 – 2000, a od 2001 r. systematycznie średnio o około 4,0%. W 2005 r. odnotowano wzrost tych podmiotów o 4,9% i ich liczba wyniosła ponad 13,7 tys. Udział spółek handlowych z kapitałem zagranicznym zarejestrowanych w sekcji “Handel i naprawy” w ogólnej liczbie spółek handlowych z kapitałem zagranicznym wyniósł 39,5% i był o 0,6 pkt niższy niż przed rokiem. Z ogólnej liczby zarejestrowanych w rejestrze w tej sekcji w 2005 r. spółek handlowych z udziałem kapitału zagranicznego 73,7% było zaklasyfikowanych do działu “Handel hurtowy”, natomiast 20,8% do działu “Handel detaliczny”.

Strukturę spółek prawa handlowego o jednorodnym rodzaju kapitału zaklasyfikowanych wg PKD do sekcji „Handel i naprawy” w latach 2000 – 2005 obrazuje poniższe zestawienie:

Wyszczególnienie	2000	2002	2003	2004	2005	Specification
	w %		in %			
Krajowe prywatne	66,1	71,2	71,8	71,9	71,6	Private domestic companies
Zagraniczne	19,7	16,7	16,4	16,4	16,7	Foreign companies

W ogólnej liczbie zarejestrowanych przedsiębiorstw handlowych udział przedsiębiorstw z kapitałem zagranicznym w 2005 r. ukształtował się na poziomie 1,8% i był o 0,1 pkt wyższy niż przed rokiem.

W 2005 r. udział przedsiębiorstw zaklasyfikowanych do sekcji „Handel i naprawy” w rejestrze REGON wyniósł 32,8% i był o 0,4 pkt niższy niż przed rokiem. Natomiast udział przedsiębiorstw zaklasyfikowanych do sekcji „Hotele i restauracje”, tak jak w ubiegłym roku, wyniósł 3,2%. W ramach sekcji „Handel i naprawy” struktura przedsiębiorstw prowadzących działalność handlową nie uległa zmianie i tak – 23,3% to przedsiębiorstwa, których podstawowym rodzajem działalności jest handel hurtowy, a 76,7% - handel detaliczny. Wśród ogółu przedsiębiorstw, dla których podstawowym rodzajem działalności jest handel, 97,2% stanowią przedsiębiorstwa, w których pracuje nie więcej niż 9 osób. Udział ten jest nieznacznie niższy niż przed rokiem.

Liczba pracujących w sekcji „Handel i naprawy”, w stosunku do roku ubiegłego, wzrosła o 2,4%, natomiast w sekcji „Hotele i restauracje” wzrosła o 1,6%.

Liczba przedsiębiorstw i pracujących w handlu i gastronomii* w 2005 r.
Number of enterprises and employed persons in trade and catering in 2005*

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Ogółem <i>Total</i>	Udział w % <i>Share in %</i>	2004 = 100
Liczba przedsiębiorstw ogółem ¹⁾ <i>Total enterprises¹⁾</i>	3615621	100,0	101,1
w tym: <i>of which:</i>			
handel i naprawy ^Δ	1185282	32,8	99,7
<i>trade and repair^Δ</i>			
w tym: <i>of which:</i>			
handel hurtowy ^Δ	276693	7,7	100,1
<i>wholesale trade^Δ</i>			
handel detaliczny ^{Δ 2)}	908589	25,1	99,6
<i>retail trade^{Δ 2)}</i>			
hotele i restauracje.....	114842	3,2	101,6
<i>hotels and restaurants</i>			
Liczba pracujących ogółem w tysiącach ³⁾ <i>Total employed in thousand³⁾</i>	12893,3	100,0	101,4
w tym: <i>of which:</i>			
handel i naprawy ^Δ	2030,6	16,0	102,4
<i>trade and repair^Δ</i>			
hotele i restauracje.....	219,7	1,7	101,6
<i>hotels and restaurants</i>			

* Obejmuje dział 55 Hotele i restauracje.

¹⁾ Stan wg REGON.

²⁾ Dział 50 i 52 wg PKD.

³⁾ Stan w dniu 31 XII; Patrz uwagi str. 22.

* *Including division 55 Hotels and restaurants.*

¹⁾ *As by REGON.*

²⁾ *NACE 50 and 52.*

³⁾ *As of 31 XII; See note on page 35.*

Obroty przedsiębiorstw handlowych

Turnover of trade enterprises

Oceniając rok 2005 dla obrotów w grupie przedsiębiorstw detalicznych (dział 52) można zaobserwować umiarkowanie rosnący trend (średnie tempo wzrostu 2,4%) względem ubiegłego roku zarówno dla przedsiębiorstw sprzedających żywność, napoje, wyroby tytoniowe (3,6%), jak i towary nieżywnościowe (1,2%). Tendencja spadkowa względem roku ubiegłego wystąpiła w grupie przedsiębiorstw zajmujących się sprzedażą pojazdów samochodowych – średnie tempo zmian (-11,3%) oraz sprzedażą paliw (-8,7%). Dla obydwu tych grup rok 2004 był okresem najwyższych obrotów od czasu prowadzenia badania, czyli od 2000 roku. Spadki dynamik w wymienionych grupach przedsiębiorstw ujemnie wpłynęły na tempo zmian trendu zaobserwowane dla przedsiębiorstw zaklasyfikowanych według PKD do działu 50 i 52, które w roku 2005 wyniosło (-0,7%).

Przedstawione wykresy z działalności przedsiębiorstw detalicznych charakteryzują regularne i stosunkowo duże wahania sezonowe. W pierwszych miesiącach roku – styczniu i lutym występuje przeważnie zmniejszone zapotrzebowanie na towary, w trakcie roku następuje systematyczny wzrost sprzedaży aż do grudnia, kiedy odchylenia wahań sezonowych od wielkości dynamiki określonej przez trend są znacząco wyższe. Nietypowym okresem był rok 2004, gdy w miesiącu kwietniu nastąpiło znaczne zwiększenie zakupów w związku ze zmianami podatkowymi i z przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej.

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 in the division 52 without 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)

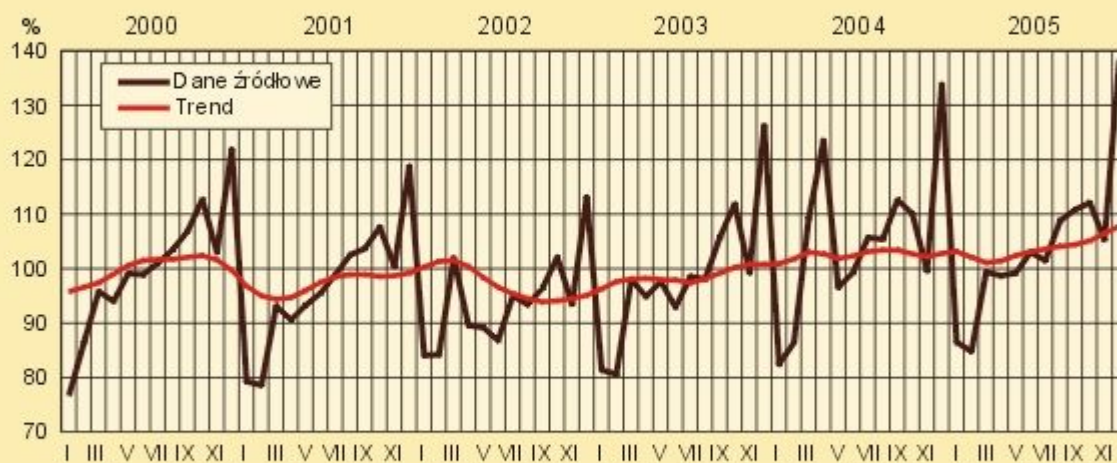


^a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do klasy 52.11 i grupy 52.2.

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

**Dynamika obrotów w cenach stałych w przedsiębiorstwach
zaklasyfikowanych według PKD do działu 50 i 52 bez grupy 52.7 (2000=100)**

Deflated turnover of enterprises classified according to NACE Rev. 1 in divisions 50 and 52 without group 52.7 (2000=100)



**Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw
– pojazdy samochodowe^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 in 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 in the group 50.5.

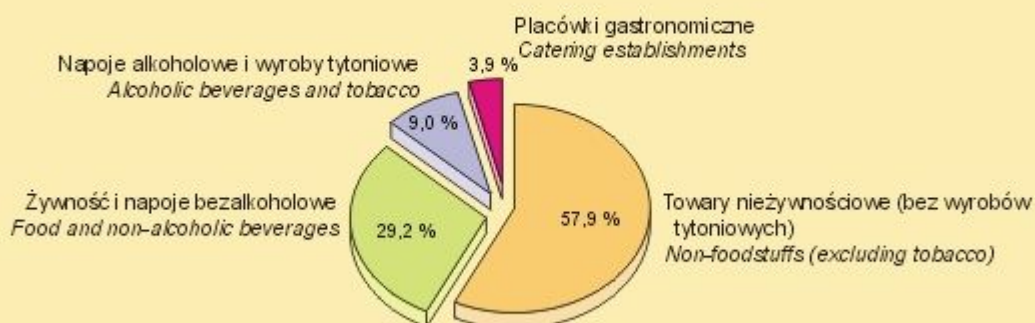
Sprzedaż detaliczna

Retail sales

Szacuje się, że w 2005 r. sprzedaż detaliczna osiągnęła w cenach bieżących wartość 437,4 mld zł. Poprzez punkty sprzedaży detalicznej sprzedano towarów za 420,4 mld zł, z tego żywności i napojów bezalkoholowych za 127,7 mld zł, napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych za 39,3 mld zł i towarów nieżywnościowych za 253,4 mld zł. W placówkach gastronomicznych sprzedaż detaliczna wyniosła 17,0 mld zł.

Struktura sprzedaży detalicznej w 2005 r. (ceny bieżące)

Structure of retail sales in 2005 (current prices)



Sprzedaż detaliczna według sektorów własności
Retail sales by ownership sectors

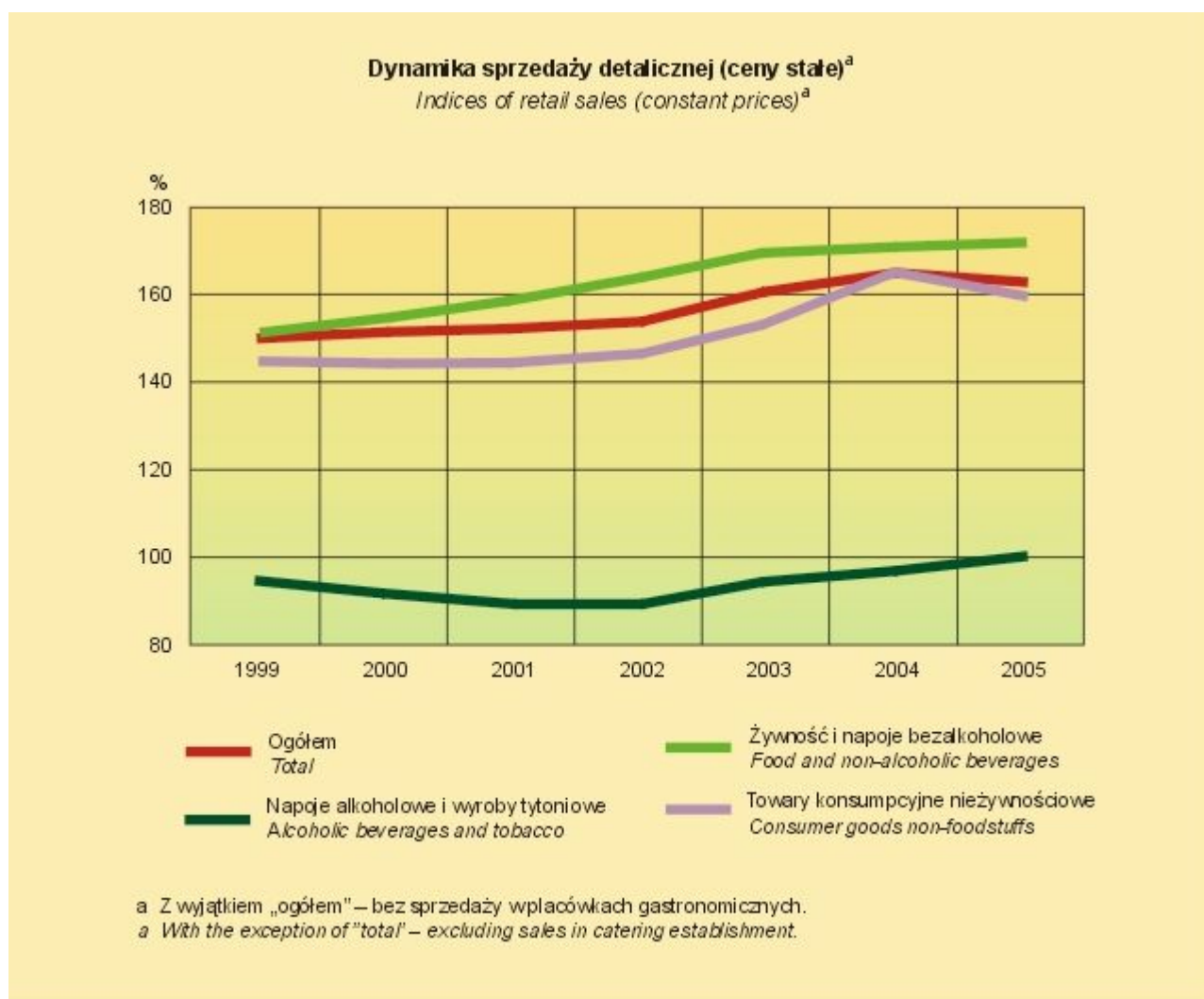
Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Sprzedaż detaliczna <i>Retail sales</i>					
	ogółem <i>total</i>		sektor <i>sector</i>			
			publiczny <i>public</i>		prywatny <i>private</i>	
	mln zł	%	mln zł	%	mln zł	%
a - 2005						
b - 2004=100						
Ogółem a	437443,0	100,0	6288,4	1,4	431154,5	98,6
Total b	100,9	x	92,3	x	101,0	x
w tym przedsiębiorstwa						
handlowe a	378067,8	100,0	2844,3	0,8	375223,4	99,2
of which trade enterprises b	100,6	x	83,2	x	100,8	x

Sprzedaż detaliczna w latach 2003- 2005 (ceny bieżące)
Retail sales in 2003 - 2005 (current prices)

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2003	2004	2005	
	w mln zł <i>in mln zł</i>			2004=100
Ogółem.....	401372,5	433542,8	437443,0	100,9
Total				
żywność i napoje bezalkoholowe.....	127205,9	136335,2	139707,7	102,5
<i>food and non-alcoholic beverages</i>				
napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe.....	39902,9	41688,3	44060,8	105,7
<i>alcoholic beverages and tobacco</i>				
towary nieżywnościowe (bez wyrobów tytoniowych).....	234263,7	255519,3	253674,5	99,3
<i>non-foodstuffs (excluding tobacco)</i>				

W 2005 r. odnotowano spadek sprzedaży detalicznej w cenach stałych.

Dynamika sprzedaży detalicznej w cenach stałych zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe była o 1,4% niższa niż przed rokiem. Znacznie wyższy od przeciętnego wzrost dynamiki odnotowano w sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych (wzrost o 3,2%). Wyższa od przeciętnej (wzrost o 0,2%) była sprzedaż żywności i napojów bezalkoholowych. Sprzedaż towarów niekonsumpcyjnych spadła w porównaniu z rokiem poprzednim o 7,5%.



Punkty sprzedaży detalicznej

Retail sales outlets

Wykorzystując dane z badania o sprzedaży detalicznej, hurtowej i sieci handlowej dla jednostek, w których liczba pracujących wynosi 10 i więcej osób oraz badania reprezentacyjnego (próba 5%) o działalności gospodarczej przedsiębiorstw, w których liczba pracujących wynosi 9 i mniej osób – oszacowano, że na koniec 2005 r. funkcjonowało na terenie kraju ponad 384 tys. sklepów. Oznacza to, że w stosunku do ubiegłego roku wystąpił wzrost liczby sklepów ogółem o 3,5%. Odnotowano zwiększenie się o 7,1% liczby sklepów przedsiębiorstw, w których liczba pracujących wynosi 10 i więcej osób oraz o 2,9% liczby sklepów należących do podmiotów, w których liczba pracujących wynosi 9 i mniej osób. Charakterystyczną cechą krajowego handlu detalicznego jest duży udział sklepów o powierzchni sprzedażowej do 99 m², które stanowią w ogólnej liczbie sklepów 94,0 %.

W 2005 r. wzrosła o 11,5% liczba sklepów mających 400 m² i więcej powierzchni sprzedażowej, a powierzchnia sprzedażowa w tej grupie sklepów wzrosła o 10,9 %. Największy przyrost tych sklepów odnotowano w województwie lubuskim (o 21,6 %), śląskim (o 16,9%), podkarpackim (o 16,8%), warmińsko-mazurskim (o 15,6%).

W dalszym ciągu obserwowany jest wzrost sieci hipermarketów i supermarketów (odpowiednio o 10,7% i 15,7%).

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 24,5%, a powierzchni sprzedażowej 11,7 %, co stanowi, iż średnia powierzchnia w tych sklepach wyniosła 812 m² (odpowiednio w sklepach przedsiębiorstw własności prywatnej krajowej - 145 m²). Natomiast udział liczby tych sklepów w liczbie sklepów ogółem wyniósł odpowiednio 1,4% wobec 1,2 % w 2004 r.

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

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2004	2005
Liczba sklepów z kapitałem zagranicznym..... <i>Number of shops with foreign capital</i>	4324	5385
Udział w ogółem sklepach w % <i>Share in of total shops in %</i>	1,2	1,4
Powierzchnia sklepów z kapitałem zagranicznym w m ² <i>Sales area of shops with foreign capital in m²</i>	3914022	4370422
Udział w powierzchni ogółem w % <i>Share in total sales area in %</i>	14,8	15,6

W infrastrukturze handlowej targowiska nadal odgrywają znaczącą rolę. Na koniec 2005 r. zarejestrowanych było w urzędach gminnych 23139 stałych targowisk (wzrost w stosunku do ub. roku o 0,2%), w tym z przewagą sprzedaży drobnodetalicznej 2085 targowisk. Na targowiskach handlowano w ok. 123 tys. stałych punktach sprzedaży. Wśród nich ok. 88,7 tys. otwartych było codziennie. Uzupełnieniem stałej sieci targowiskowej były uruchamiane sezonowo bazy i jarmarki. W 2005 r. odnotowano ich ok. 6,7 tys. (wzrost w stosunku do ub. roku o 9,8%).

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

* *Data refer to enterprises employing more than 9 persons.*

Gastronomia

Catering

Na koniec 2005 r., według danych szacunkowych, działało w kraju 91,1 tys. placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych). Najliczniejszą grupą były bary – 40,1 tys., które stanowiły 44,0% wszystkich placówek w skali całej Polski. Punktów gastronomicznych działało 34,7 tys. (tj. 38,1%), restauracji - 9,5 tys. (tj. 10,4%) oraz stołówek – 6,8 tys. (tj. 7,5%).

Ogólna liczba placówek gastronomicznych w 2005 r., w porównaniu z rokiem poprzednim, uległa nieznacznej zmianie. Liczba placówek w omawianym okresie wzrosła o 613 (tj. o 0,7%), natomiast w 2004 r. wzrost ten wyniósł 1197 (tj. o 1,3%).

Liczba placówek gastronomicznych

Number of catering establishments

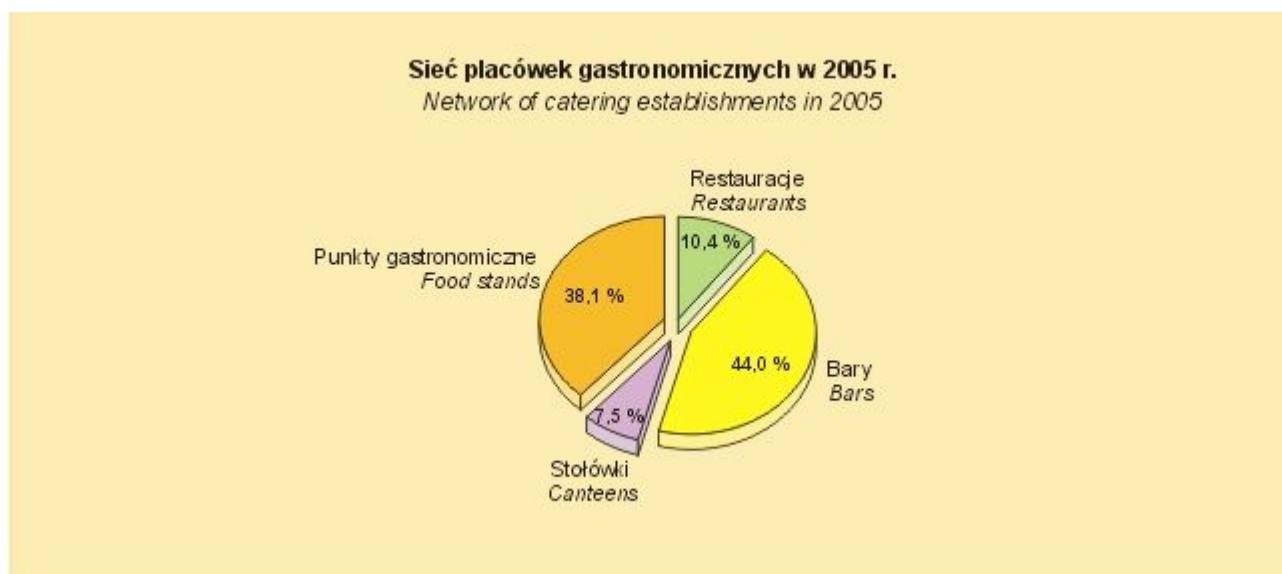
Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Ogółem <i>Total</i>	Sektor <i>Sector</i>	
		publiczny <i>public</i>	prywatny <i>private</i>
a – 2005 b - 2004=100			
Liczba placówek gastronomicznych..... a <i>Number of catering establishments</i> b	91150 100,7	2458 98,3	88692 100,7
restauracje..... a <i>restaurants</i> b	9496 103,3	180 100,0	9316 103,3
bary a <i>bars</i> b	40104 101,9	432 100,5	39672 101,9
stołówki a <i>canteens</i> b	6840 98,7	1393 99,5	5447 98,5
punkty gastronomiczne a <i>food stands</i> b	34710 99,0	453 92,4	34257 99,1

Analizując różnicowanie przyrostu liczby placówek gastronomicznych w 2005 r., według ich poszczególnych rodzajów, obserwuje się największy przyrost restauracji (ich liczba zwiększyła się o 301 jednostek, tj. o 3,3%). Wolniejszy był przyrost barów (ich liczba zwiększyła się o 756 jednostek, tj. 1,9%). Spadek (wynoszący 1,0%) wystąpił w punktach gastronomicznych i w obrębie stołówek (wyniósł on 1,3%).

Sektor prywatny w gastronomii obejmuje 88,7 tys. placówek gastronomicznych, czyli 97,3% wszystkich placówek, w tym: 98,1% restauracji, 98,9% barów, 79,6% stołówek i 98,7% punktów gastronomicznych. W sektorze publicznym mamy zaledwie 2,7% ogółu placówek.

Zauważa się następujące zmiany w sieci gastronomicznej zaistniałe w 2005 roku. Nastąpiło dalsze, chociaż nieznaczne, hamowanie przyrostu ogólnej liczby placówek gastronomicznych.

Zmieniła się struktura rodzajowa tych placówek. Wzrosła znacząco liczba restauracji, co pozytywnie oddziałuje na ogólny poziom sieci gastronomicznej, natomiast zmalała nieznacznie liczba stołówek.



Przychody ogółem z działalności gastronomicznej wyrażone w cenach bieżących wyniosły, według dokonanego szacunku, ok. 17,7 mld zł. (w cenach stałych była wyższa o około 0,7%), z czego 54,0% pochodziło z produkcji gastronomicznej, 42,2% - z przychodów ze sprzedaży towarów handlowych, a 3,8% z pozostałej działalności.

Przychody gastronomiczne ogółem, w porównaniu z rokiem ubiegłym, wzrosły o ok. 0,7 mld zł. Wzrost przychodów wyniósł przy tym w zakresie produkcji gastronomicznej 4,1%, w zakresie sprzedaży towarów handlowych – 4,2% i pozostałej działalności – 0,8%.

W 2005 r. dynamika przychodów ogółem z działalności gastronomicznej, w porównaniu z ubiegłym rokiem, wzrosła o 4,0%. Zauważa się, że przyrost przychodów ogółem jest wyraźnie większy od przyrostu ogólnej liczby placówek gastronomicznych. Wyraźnie wzrosły przy tym przychody z produkcji gastronomicznej i ze sprzedaży towarów handlowych. To mogłoby świadczyć o zwiększeniu się produktywności sieci gastronomicznej

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

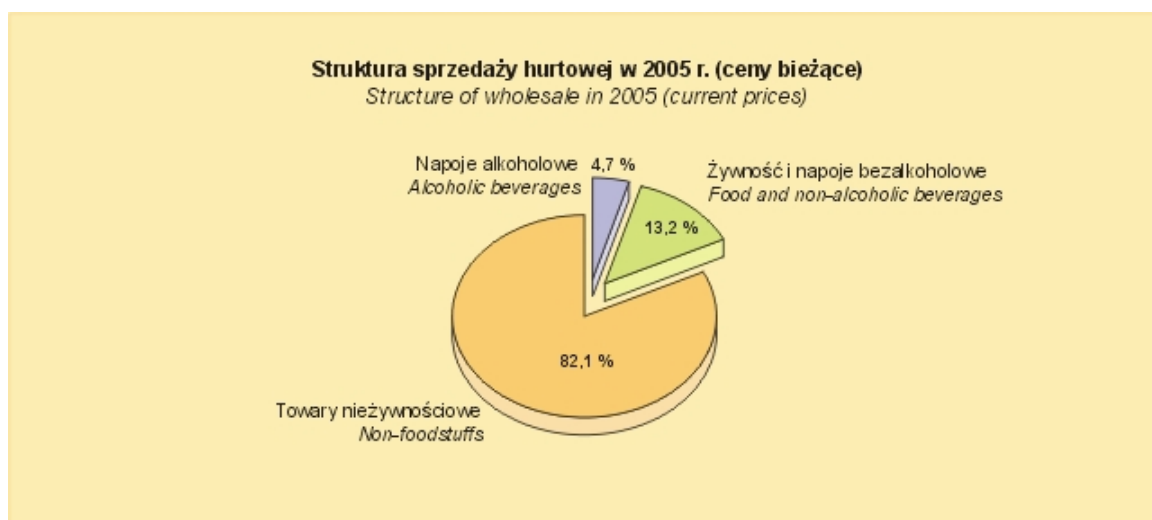
Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Ogółem <i>Total</i>	Sektor <i>Sector</i>	
		publiczny <i>public</i>	prywatny <i>private</i>
	a – 2005 b – 2004=100	w mln zł <i>in mln zł</i>	
Przychody ogółem a	17706,0	531,1	17174,9
<i>Revenues total</i> b	104,0	89,1	104,5
ze sprzedaży towarów a	7480,0	113,3	7366,7
<i>from sales of commodities</i> b	104,2	87,6	104,5
w tym ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych .. a	4780,0	50,3	4729,7
<i>of which from the sale of alcoholic beverages and tobacco</i> b	103,7	64,2	104,4
z produkcji gastronomicznej a	9562,0	393,1	9168,9
<i>from catering production</i> b	104,1	91,2	104,7
z pozostałej działalności a	664,0	24,7	639,3
<i>from other activity</i> b	100,8	69,4	102,6

Analizując relacje między siecią placówek gastronomicznych a przychodami widoczny jest wzrost produkcji gastronomicznej jako konsekwencja wzrostu liczby restauracji i barów.

Sprzedaż hurtowa
Wholesale

Sprzedaż hurtową w 2005 r. w przedsiębiorstwach handlowych wyszacowano (w cenach bieżących) na ok. 566,2 mld zł, z tego w sektorze publicznym na 19,3 mld zł, a w sektorze prywatnym na ok. 546,8 mld zł. Wzrost sprzedaży hurtowej w stosunku do poprzedniego roku wyniósł 3,8 %.

W strukturze sprzedaży hurtowej udział sprzedaży żywności i napojów bezalkoholowych stanowił 13,2%, napojów alkoholowych 4,7% i towarów nieżywnościowych 82,1%, co wskazuje na utrzymanie się struktury na poziomie podobnym do lat ubiegłych.



Obserwowany w obsłudze hurtu w ostatnich latach wzrost znaczenia dużych przedsiębiorstw handlowych (o liczbie pracujących powyżej 49 osób) utrzymuje się nadal. Sprzedaż hurtowa w porównaniu z 2004 r. wzrosła w nich o 12,5%, przy czym sprzedaż żywności i napojów bezalkoholowych zwiększyła się o 10,2%, napojów alkoholowych o 8,6%, sprzedaż towarów nieżywnościowych o 13,1%. W ogólnej wartości sprzedaży dużych przedsiębiorstw udział sprzedaży żywności wyniósł 10,8%, napojów alkoholowych – 6,6%, towarów nieżywnościowych (konsumpcyjnych i niekonsumpcyjnych) – 82,6%.

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

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Sprzedaż hurtowa <i>Wholesale</i>			
	ogółem	żywność i napoje bezalkoholowe	napoje alkoholowe	towary nieżywnościowe
	<i>total</i>	<i>food and non-alcoholic beverages</i>	<i>alcoholic beverages</i>	<i>non-foodstuffs</i>
a – 2005				
b – 2004=100				
	w mln zł		in mln zł	
Ogółem..... a	566159,2	74755,0	26668,1	464736,1
Total b	103,8	105,3	101,8	103,7
w tym o liczbie pracujących powyżej 49 osób a	266861,3	28767,9	17698,3	220395,1
of which enterprises employing more than 49 persons b	112,5	110,2	108,6	113,1

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

w 2001 r. oraz 26,3% w roku 2000).

Magazyny handlowe

Warehouses trade

Na koniec 2005 r. przedsiębiorstwa prowadzące działalność handlową, głównie w obszarze hurtu i detalu (o liczbie pracujących powyżej 9 osób), składowały towary w ponad 37 tys. magazynów. Najbardziej znaczącą sieć infrastruktury magazynowej handlu stanowiły magazyny zamknięte (29,4 tys.), uzupełnieniem miejsc składowania były magazyny zadaszne (2,9 tys.) oraz place składowe (5,0 tys.).

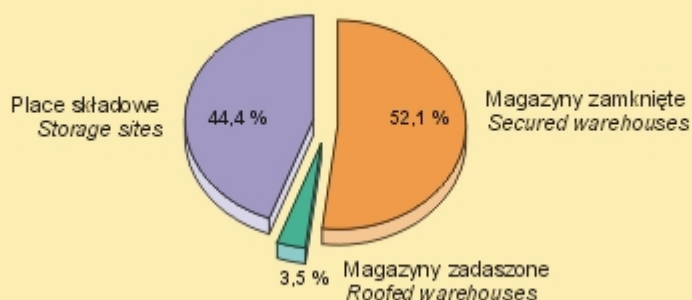
Powierzchnia składowa magazynów (zamkniętych, zadaszonych, placów składowych) wyniosła łącznie 32062,2 tys. m², w tym w sektorze prywatnym 29490,4 tys. m² tj. 92,0% ogólnej powierzchni.

W porównaniu z ubiegłym rokiem łączna powierzchnia składowa magazynów zwiększyła się o 2,5%. Zwiększenie powierzchni składowej odnotowano w magazynach zamkniętych i magazynach zadaszonych, natomiast powierzchnia placów składowych uległa niewielkiemu zmniejszeniu.

Struktura rodzajowa powierzchni składowej magazynów w wyniku powyższych zmian ukształtowała się następująco: magazyny zamknięte zajmowały 52,1% ogólnej powierzchni składowej (wzrost w stosunku do ubiegłego roku o 0,9 pkt), magazyny zadaszne – 3,5% (wzrost w stosunku do ubiegłego roku o 0,2 pkt), a place składowe – 44,4% (spadek w stosunku do ubiegłego roku o 1,1 pkt).

Wśród magazynów zamkniętych przedsiębiorstw handlowych magazyny hurtu stanowiły 78,1% liczby magazynów i 81,1% powierzchni składowej, a magazyny detalu 14,6% liczby magazynów i 13,8% powierzchni składowej (podobnie jak w roku poprzednim). W dalszym ciągu obserwowano utrzymujący się w ostatnich latach korzystny trend wzrostu średniej powierzchni składowej magazynów zamkniętych, która wyniosła 569 m² (w tym także średniej powierzchni składowej chłodni, która wyniosła 223 m²), co wskazuje na poprawę warunków przechowywania towarów.

Powierzchnia składowa magazynów w 2005 r.
Storage area in warehouses in 2005



Zmiany wielkości sieci magazynowej według sektorów własności kształtowały się następująco:

Wyszczególnienie <i>Specification</i>		Magazyny				Warehouses			
		zamknięte <i>secured</i>		w tym chłodnie <i>of which refrigerators</i>		zadaszone <i>roofed</i>		place składowe <i>storage sites</i>	
		liczba <i>number</i>	powierz. składowa w tys. m ² <i>storage area in thous. m²</i>	liczba <i>number</i>	powierz. składowa w tys. m ² <i>storage area in thous. m²</i>	liczba <i>number</i>	powierz. składowa w tys. m ² <i>storage area in thous. m²</i>	liczba <i>number</i>	powierz. składowa w tys. m ² <i>storage area in thous. m²</i>
a-2005									
b-2004=100									
Ogółem	a	29375	16718	3068	684	2927	1135	4974	14209
Total	b	103,3	104,5	105,7	118,3	104,8	109,1	102,0	99,8
sektor publiczny	a	982	458	21	1	99	40	206	2074
public sector	b	93,9	80,4	91,3	34,8	86,1	81,4	103,0	123,6
w tym: <i>of which:</i>									
własność państwowa ...	a	896	416	19	1	75	30	166	1962
state owned	b	96,8	83,2	86,4	31,6	82,4	81,0	105,1	125,7
sektor prywatny	a	28393	16260	3047	683	2828	1095	4768	12135
private sector	b	103,6	105,4	105,8	118,8	105,6	110,5	102,0	96,6
w tym: <i>of which:</i>									
własność krajowa	a	23764	11845	2776	469	2344	741	4094	9959
domestic capital	b	102,3	103,1	103,9	110,7	106,5	106,2	102,4	97,0
własność zagraniczna	a	3587	3844	231	193	261	252	438	1759
foreign capital	b	111,4	116,7	127,6	147,0	103,6	125,9	111,5	109,2

W strukturze własnościowej sieci magazynowej w sektorze publicznym obserwowano nadal zmniejszanie się liczby i powierzchni składowej magazynów zamkniętych, w tym również chłodni. W sektorze prywatnym w dalszym ciągu utrzymywała się przewaga własności prywatnej krajowej. Przedsiębiorstwa te użytkowały łącznie 81,0% liczby magazynów i 70,3% globalnej powierzchni składowej, co wskazuje na obniżenie udziału liczby magazynów w stosunku do poprzedniego roku o 0,5 pkt oraz zmniejszenie udziału powierzchni składowej o 1,5 pkt. Występująca w ostatnich latach wysoka dynamika wzrostu magazynów należących do przedsiębiorstw będących własnością zagraniczną utrzymywała się nadal, czego wyrazem jest zwiększenie udziału liczby magazynów do 11,5% ogólnej liczby magazynów (wobec 10,7% w 2004 r., 9,4% w 2003 r., 8,7% w 2002 r., 7,7% w 2001 r. i 8,2% w 2000 r.) oraz udziału zajmowanej przez nie powierzchni do 18,3% powierzchni składowej ogółem (wobec 16,3% w 2004 r., 14,5% w 2003 r., 14,9% w 2002 r., 12,2% w 2001 r. i 12,6% w 2000 r.).

Zaopatrzenie rynku

Supply

W 2005 r. **dostawy**³ większości badanych artykułów konsumpcyjnych żywnościowych oraz nieżywnościowych były niższe w porównaniu z 2004 r. Spadek dostaw artykułów konsumpcyjnych spowodowany był nieznacznym spadkiem produkcji oraz większym wzrostem eksportu niż importu.

W 2005 r. wśród badanych **artykułów żywnościowych** znacznie niższe niż przed rokiem były dostawy m.in. marynat z ryb – o 66,5%, konserw i prezerw z ryb – o 45,3%, napojów fermentowanych (wina owocowe) – o 25,7% oraz mleka w postaci stałej o zawartości tłuszczu nie większej niż 1,5% masy – o 22,9%. W granicach 10-20% obniżyły się dostawy m.in. cukierków, win i miodów pitnych oraz ryżu; poniżej 10% zmniejszyły się dostawy kasz i grysików, serów przetworzonych (topionych) oraz marynat warzywnych. Nieznacznie spadły (poniżej 5%) dostawy m.in. mleka i śmietany w postaci stałej, margaryny oraz mieszanek do smarowania pieczywa, masła i

³ 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 (dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 49 osób).

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

innych tłuszczów otrzymywanych z mleka, kawy naturalnej palonej oraz wódek, likierów i innych napojów alkoholowych.

Znacząco wyższe niż w roku poprzednim były dostawy m.in. owoców i orzechów mrożonych – o 57,7%, kompotów i owoców pasteryzowanych – o 27% oraz czekolady – o 22,4%. W granicach 10-20% wzrosły dostawy wód mineralnych naturalnych, ziarna zbóż płatkowanych, konserw warzywnych oraz konserw, wędlin, wyrobów wędliniarskich drobiowych; w granicach 5-10% - dostawy m.in. makaronu, przetworów mięsnych i podrobowych ze zwierząt rzeźnych, mąki, serów podpuszczkowych dojrzewających, a także cukru; poniżej 5% wzrosły dostawy m.in. ryb morskich mrożonych, piwa, papierosów z tytoniu oraz win gronowych.

W 2005 r. odnotowano znaczny udział importu, wyższy niż w 2004 r., w podaży m.in. ryżu – 83,7% (wzrost o 11,1 pkt), marynat rybnych – 65,2% (o 48,0 pkt), herbaty w opakowaniach poniżej 3 kg - 61,0% (o 46,4%) oraz kasz i gryków – 42,3% (o 11,9 pkt). Znaczny udział importu, ale niższy niż w 2004 r., odnotowano w podaży m.in. ryb morskich mrożonych – 81,5% (spadek o 3,2 pkt) oraz wermutu – 55,7% (o 2,7 pkt).

W 2005 r. wśród badanych **artykułów nieżywnościowych**, znacznie niższe niż w 2004 r. były dostawy m.in. urządzeń video – o 44,7%, rowerów – o 38,1%, tkanin lnianych – o 36,7%, samochodów osobowych ogólnego przeznaczenia – o 35,1% oraz tkanin wełnianych – o 34,0%. W granicach 10-25% zmniejszyły się dostawy m.in. tkanin syntetycznych, odbiorników radiowych, dywanów, chodników i wykładzin, tkanin jedwabnych, mydła do pielęgnacji ciała oraz maszyn pralniczych typu domowego. Poniżej 10% spadły dostawy m.in. żarówek do ogólnych celów oświetleniowych, rajstop i rajtuzów, mydła, produktów organicznych powierzchniowo czynnych i produktów używanych jako mydło, obuwia, odbiorników telewizyjnych oraz tkanin bawełnianych.

W porównaniu z 2004 r. odnotowano wysoki wzrost dostaw m.in. przenośnych maszyn cyfrowych do automatycznego przetwarzania danych – o 115%, kosmetyków do pielęgnacji włosów o 48,7%, urządzeń pamięci – o 38,1%, zegarów i zegarków – o 33,0%. W granicach 10-20% zwiększyły się dostawy m.in. mikserów, malakserów i robotów kuchennych, opon nowych pneumatycznych z gumy do rowerów, sprzętu gospodarstwa domowego elektromechanicznego, z własnym silnikiem elektrycznym oraz bielizny osobistej z dzianin. Poniżej 10% wzrosły dostawy m.in. okryć i ubiorów z dzianin oraz z tkanin, opon do pojazdów samochodowych, papieru toaletowego oraz obuwia z wierzchami wykonanymi z tkanin.

W 2005 r. odnotowano znaczny udział importu, wyższy niż w 2004 r., w podaży m.in. obuwia – 81,1% (o 2,1 pkt), odbiorników telewizyjnych – 63,2% (o 6,8 pkt), mydła, produktów organicznych powierzchniowo czynnych i produktów używanych jako mydło – 62,9% (o 11,8 pkt).

Znaczny udział importu, ale niższy niż w 2004 r. odnotowano w podaży m.in. tkanin wełnianych – 67,0% (o 5,6 pkt) oraz rajstop i rajtuzów – 32,2% (o 12,3 pkt).

Wartość zapasów badanych przedsiębiorstw⁴ na koniec grudnia 2005 roku wyniosła 105247,3 mln zł i była o 8,9% wyższa niż przed rokiem, w tym w przetwórstwie przemysłowym o 10,3% oraz w handlu i naprawach^Δ o 5,2%. Udział zapasów w przetwórstwie przemysłowym w zapasach ogółem wzrósł o 0,8 pkt do 58,8%, a w handlu i naprawach^Δ spadł o 1,0 pkt do 29,1%.

W strukturze zapasów ogółem wzrósł udział materiałów (z 32,9% do 34,5%) oraz półproduktów i produktów w toku (z 12,7% do 12,9%), a obniżył się towarów (z 33,8% do 32,7%) oraz produktów gotowych z (18,7 do 18,3%).

W 2005 r. w magazynach producentów⁵ **średnioroczne wielkości** stanów **zapasów** większości badanych artykułów konsumpcyjnych (żywnościowych i nieżywnościowych) były wyższe niż przed rokiem.

Wśród badanych **artykułów żywnościowych** w magazynach producentów od trzech lat systematycznie wzrastał średnioroczny stan zapasów m.in. łososia wędzonego i jego filetów, margaryn oraz mieszanek do smarowania pieczywa, warzyw mrożonych, konserw warzywnych, dżemów owocowych, serów przetworzonych (topionych), serów owczych i owczo-krowich, ryżu, cukru, czekolady, cukierków (bez czekoladowanych), oraz papierosów z tytoniu. Zauważyć należy, iż od pięciu lat systematycznie wzrastał średnioroczny stan zapasów m.in. mięsa drobiowego, soków i napojów owocowych i owocowo-warzywnych, warzyw mrożonych, serów tartych, sproszkowanych, pleśniowych, cukru, wód mineralnych i wód gazowanych. Ponadto – tylko w porównaniu z 2004 r. – odnotowano wzrost średniorocznych zapasów m.in. mięsa wieprzowego, tłuszczów zwierzęcych topionych jadalnych, konserw, wędlin i wyrobów wędliniarskich drobiowych, konserw i przerwy rybnych, marynat warzywnych, serów podpuszczkowych dojrzewających, mąki pszennej, kaszy i gryków, makaronu, kawy palonej z kofeiną, wyrobów czekoladowanych, zup i bulionów oraz ich przetworów, wódek, likierów i innych napojów alkoholowych w przeliczeniu na 100%.

Systematyczne tendencje spadkowe w okresie ostatnich trzech lat odnotowano w średniorocznych zapasach m. in. mięsa wołowego i cielęcego, marynat rybnych, mleka i śmietany

⁴ Dotyczy podmiotów gospodarczych prowadzących księgi rachunkowej 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”, „Rybacko”, „Pośrednictwo finansowe”), w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

⁴ *Cover economic units keeping accounting ledgers and which are obligated to prepare quarterly reports on revenues, costs and the financial results – F-01/I-01 (with the exception of units in which the principal activity is classified as „Agricultural, hunting and forestry”, „Fishing” and „Financial Intermediation” according to the NACE), in which the number of employees exceeds 49 persons.*

⁵ Dane dotyczą przedsiębiorstwach, w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

⁵ *Data refer to enterprises employing more than 49 persons.*

w postaci stałej, mąki żytniej. Zauważyć należy, iż od pięciu lat systematycznie spada średnioroczny stan zapasów kawy naturalnej palonej bezkofeinowej. Ponadto – tylko w porównaniu z 2004 r. – obniżyły się średnioroczne zapasy m.in. ryb morskich mrożonych, owoców i orzechów mrożonych, kompotów i owoców pasteryzowanych, soku pomidorowego, mleka w postaci stałej o zawartości tłuszczu nie większej niż 1,5%, masła oraz innych tłuszczów otrzymywanych z mleka, twarogów, herbaty, win i miodów pitnych, piwa otrzymywanego ze słodu, napojów bezalkoholowych.

Wśród badanych **artykułów nieżywnościowych** w magazynach producentów od trzech lat systematycznie wzrastał średnioroczny stan zapasów m. in. bielizny stołowej, bielizny osobistej z dzianin, obuwia z wierzchami wykonanymi z tkanin, mydła, produktów organicznych powierzchniowo czynnych i produktów używanych jako mydło, chłodziarek i zamrażarek typu domowego, maszyn pralniczych typu domowego, żarówek do ogólnych celów oświetleniowych, odbiorników radiowych, rowerów, świec stołowych. Ponadto – tylko w porównaniu z 2004 r. – odnotowano wzrost średniorocznych stanów zapasów m.in. tkanin lnianych, bawełnianych, syntetycznych, tkanin z okrywą, tkanin ręcznikowych i pozostałych specjalnych, bielizny do celów toaletowych i kuchennych, wyrobów pończoszniczych, okryć i ubiorów z tkanin, pieluszek, preparatów do mycia, prania i czyszczenia, młynków, malakserów i sokowirówek stosowanych w gospodarstwach domowych, zastaw stołowych i naczyń kuchennych z porcelany, odbiorników telewizyjnych oraz zegarów i zegarków. Zauważyć należy, iż od pięciu lat systematycznie wzrastał średnioroczny stan zapasów kosmetyków do pielęgnacji włosów oraz żarówek do ogólnych celów oświetleniowych. Zauważyć należy, iż od pięciu lat systematycznie spadał średnioroczny stan zapasów dywanów, chodników i wykładzin włókienniczych, obuwia z wierzchami wykonanymi ze skóry. Ponadto – tylko w porównaniu z 2004 r. obniżyły się średnioroczne zapasy m.in. tkanin jedwabnych oraz wełnianych, bielizny pościelowej, rajstop i rajtuzów, okryć i ubiorów z dzianin, bielizny osobistej z tkanin, papieru toaletowego, waty celulozowej paczkowanej, zeszytów i brulionów, opon do pojazdów samochodowych osobowych, szkła stołowo-kuchennego, wyrobów stołowo-kuchennych emaliowanych z blachy stołowej oraz samochodów osobowych ogólnego przeznaczenia.

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>	2004= =100	w liczbach bezwzględnych <i>in absolute numbers</i>	w % <i>in %</i>	2004= =100
OGÓŁEM2004 TOTAL2005	3576830 3615621	x x	x 101,1	2763380 2776459	x x	x 100,5
w tym usługi2004 <i>of which services</i>2005	2752382 2785254	100,0 100,0	x 101,2	2093716 2103327	100,0 100,0	x 100,5
Handel i naprawy ^Δ2004 <i>Trade and repair</i> ^Δ2005	1189174 1185282	43,2 42,6	x 99,7	981094 975353	46,9 46,4	x 99,4
Hotele i restauracje2004 <i>Hotels and restaurants</i>2005	113085 114842	4,1 4,1	x 101,6	91963 93045	4,4 4,4	x 101,2
Transport, gospodarka magazynowa i łączność2004 <i>Transport, storage and communication</i>2005	263162 261520	9,6 9,4	x 99,4	239117 236601	11,4 11,3	x 98,9
Pośrednictwo finansowe2004 <i>Financial intermediation</i>2005	129009 129366	4,7 4,6	x 100,3	118976 118808	5,7 5,7	x 99,9
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ2004 <i>Real estate, renting and business activities</i>2005	565310 583777	20,5 21,0	x 103,3	377398 385679	18,0 18,3	x 102,2
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenie społeczne i zdrowotne ^Δ2004 <i>Public administration and defence; compulsory social security</i>2005	25301 25694	0,9 0,9	x 101,6	32 34	0,0 0,0	x 106,3
Edukacja2004 <i>Education</i>2005	87980 91967	3,2 3,3	x 104,5	38704 40612	1,8 1,9	x 104,9
Ochrona zdrowia i opieka społeczna2004 <i>Health care and social welfare</i>2005	151523 156612	5,5 5,6	x 103,4	132371 136924	6,3 6,5	x 103,4
Pozostała działalność usługowa ^Δ2004 <i>Other community, social and personal service activities</i>2005	227803 236143	8,3 8,5	x 103,7	114061 116271	5,5 5,5	x 101,9
Organizacje i zespoły eksterytorialne2004 <i>Extra-territorial organisations and bodies</i>2005	35 51	0,0 0,0	x 145,7	- -	- -	- -

Źródło: Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w 2005.

Source: Structural changes in the groups of entities of the national economy in 2005.

TABL. 2. WARTOŚĆ DODANA BRUTTO WEDŁUG SEKCJI W LATACH 2000 – 2005 (w cenach bieżących)
 GROSS VALUE ADDED BY SECTIONS IN YEARS 2000 - 2005 (in current prices)

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2000		2001		2002	
	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>
OGÓŁEM	662 468	100,0	694 896	100,0	714 353	100,0
TOTAL						
w tym usługi <i>of which services</i>	419 661	63,3	454 583	65,4	476 918	66,8
Handel i naprawy ^Δ <i>Trade and repair^Δ</i>	128 877	19,5	137 477	19,8	142 043,0	19,9
Hotele i restauracje..... <i>Hotels and restaurants</i>	8 311	1,3	8 678	1,2	8 669,0	1,2
Transport, gospodarka magazynowa i łączność	43 418	6,6	48 165	6,9	53 163,0	7,4
<i>Transport, storage and communication</i>						
Pośrednictwo finansowe..... <i>Financial intermediation</i>	32 832	5,0	31 166	4,5	29 001,0	4,1
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ <i>Real estate and business activities</i>	87 054	13,1	95 593	13,8	101 582,0	14,2
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ	40 114	6,1	44 538	6,4	46 115,0	6,5
<i>Public administration and defence; compulsory social security</i>						
Edukacja	29 192	4,4	32 396	4,7	33 845,0	4,7
<i>Education</i>						
Ochrona zdrowia i opieka społeczna	21 600	3,3	25 944	3,7	30 208,0	4,2
<i>Health care and social welfare</i>						
Pozostała działalność usługowa ^Δ <i>Other service activities</i>	24 266	3,7	26 469	3,8	28 005,0	3,9
Gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników	3 997	0,6	4 157	0,6	4 287,0	0,6
<i>Private households with employed persons</i>						

Źródło: Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2000-2004, GUS, Warszawa, czerwiec 2006; Dla roku 2005 - Mały Rocznik Statystyczny Polski 2006.

Source: National accounts by institutional sectors and sub-sectors 2000-2004, Central Statistical Office, Warsaw, 2006; For 2005 - Concise Statistical Yearbook of Poland 2006.

TABL. 2. WARTOŚĆ DODANA BRUTTO WEDŁUG SEKCJI W LATACH 2000 – 2005 (w cenach bieżących) (dok.)
 GROSS VALUE ADDED BY SECTIONS IN YEARS 2000 - 2005 (in current prices) (cont.)

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2003		2004		2005	
	w mln zł <i>in mln zł</i>	w % <i>in %</i>	w mln zł <i>in mln zł</i>	w mln zł <i>in mln zł</i>	w % <i>in %</i>	w mln zł <i>in mln zł</i>
OGÓŁEM	743 321	100,0	817 112	100,0	860 939	100,0
TOTAL						
w tym usługi <i>of which services</i>	490 587	66,0	523 290	64,0	555 348	64,5
Handel i naprawy ^Δ <i>Trade and repair^Δ</i>	141 243	19,0	153 752	18,8	x	x
Hotele i restauracje..... <i>Hotels and restaurants</i>	8 776	1,2	9 478	1,2	x	x
Transport, gospodarka magazynowa i łączność	55 768	7,5	60 394	7,4	x	x
<i>Transport, storage and communication</i>						
Pośrednictwo finansowe..... <i>Financial intermediation</i>	30 019	4,0	33 024	4,0	x	x
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ <i>Real estate and business activities</i>	104 632	14,1	109 476	13,4	x	x
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ	47 069	6,3	50 118	6,1	x	x
<i>Public administration and defence; compulsory social security</i>						
Edukacja	36 438	4,9	41 799	5,1	x	x
<i>Education</i>						
Ochrona zdrowia i opieka społeczna	32 606	4,4	29 666	3,6	x	x
<i>Health care and social welfare</i>						
Pozostała działalność usługowa ^Δ <i>Other service activities</i>	29 638	4,0	30 914	3,8	x	x
Gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników	4 398	0,6	4 669	0,6	x	x
<i>Private households with employed persons</i>						

Źródło: Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2000-2004, GUS, Warszawa, czerwiec 2006;
 Dla roku 2005 - Mały Rocznik Statystyczny Polski 2006.

Source: National accounts by institutional sectors and sub-sectors 2000-2004, Central Statistical Office, Warsaw, 2006; For
 2005 - Concise Statistical Yearbook of Poland 2006.

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

Wyszczególnienie Specification	2000		2001		2002	
	w tysiącach in thous	w % in %	w tysiącach in thous	w % in %	w tysiącach in thous	w % ^b in %
OGÓŁEM	15 488,8	100,0	14 670,0	100,0	<u>14 923,7</u> 12 803,3	100,0
TOTAL						
w tym usługi <i>of which services</i>	7 224,9	46,6	6 673,1	45,5	7 071,4	<u>47,4</u> 55,2
Handel i naprawy ^Δ	2 074,6	13,4	1 969,2	13,4	1 998,0	<u>13,4</u> 15,6
<i>Trade and repair^Δ</i>						
Hotele i restauracje	225,7	1,5	217,2	1,5	210,9	<u>1,4</u> 1,6
<i>Hotels and restaurants</i>						
Transport, gospodarka magazynowa i łączność	779,3	5,0	714,4	4,9	724,7	<u>4,9</u> 5,7
<i>Transport, storage and communication</i>						
Pośrednictwo finansowe	298,6	1,9	286,5	2,0	290,0	<u>1,9</u> 2,3
<i>Financial intermediation</i>						
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ	822,6	5,3	842,2	5,7	897,1	<u>6,0</u> 7,0
<i>Real estate and business activities</i>						
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ	822,2	5,3	525,7	3,6	838,8	<u>5,6</u> 6,6
<i>Public administration and defence; compulsory social security</i>						
Edukacja	902,8	5,8	907,9	6,2	894,6	<u>6,0</u> 7,0
<i>Education</i>						
Ochrona zdrowia i opieka społeczna	908,2	5,9	869,0	5,9	851,7	<u>5,7</u> 6,7
<i>Health care and social welfare</i>						
Pozostała działalność usługowa ^Δ	390,9	2,5	341,0	2,3	365,6	<u>2,4</u> 2,9
<i>Other service activities</i>						

Źródło: Dla roku 2005 – Mały Rocznik Statystyczny Polski 2006; Dla lat 2000, 2003 i 2004 – Rocznik Statystyczny RP 2005; Dla roku 2002 – Rocznik Statystyczny RP 2004; Dla roku 2001 – Rocznik Statystyczny RP 2003;

^a Dane dla pracujących ogółem za lata 2003-2005 nie są w pełni porównywalne z danymi za lata 2000-2002 na skutek wykorzystania różnych źródeł dla danych dotyczących pracujących w gospodarstwach indywidualnych w rolnictwie. Dane dla pracujących w gospodarstwach indywidualnych w rolnictwie dla lat 2000, 2001 i 2002 - licznik wyszacowano przy wykorzystaniu wyników Powszechnego Spisu Rolnego przeprowadzonego w czerwcu 1996 roku; dane dla roku 2002 – mianownik i lat 2003-2005 wyszacowano przy wykorzystaniu wyników Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań 2002 oraz Powszechnego Spisu Rolnego 2002;

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

Source: For 2005 - Concise Statistical Yearbook of Poland 2006; For years 2000, 2003 and 2004 – Statistical Yearbook 2005; For 2002 – Statistical Yearbook 2004; For 2001 – Statistical Yearbook 2003;

^a For years 2003-2005 data for total number of employed persons are not strictly comparable to data for years 2000-2002 due to the use of various sources for data concerning persons employed on private farms in agriculture. Data concerning persons employed on private farms in agriculture for years 2000, 2001 and 2002 – numerator estimated using the results of the Agricultural Census conducted in June 1996; data for 2002- denominator and years 2003-2005 estimated using the results of the Population and Housing Census 2002 as well as the Agricultural Census 2002;

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

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

Wyszczególnienie Specification	2003		2004		2005	
	w tysiącach in thous	w % in %	w tysiącach in thous	w % in %	w tysiącach in thous	w % in %
OGÓŁEM	12 640,7	100,0	12 720,2	100,0	12 893,3	100,0
TOTAL						
w tym usługi <i>of which services</i>	7 007,2	55,4	7 055,4	55,5	7 171,0	55,6
Handel i naprawy ^Δ	2 003,9	15,8	1 983,1	15,6	2 030,6	15,7
<i>Trade and repair^Δ</i>						
Hotele i restauracje	214,2	1,7	216,3	1,7	219,7	1,7
<i>Hotels and restaurants</i>						
Transport, gospodarka magazynowa i łączność	705,7	5,6	704,8	5,5	706,7	5,5
<i>Transport, storage and communication</i>						
Pośrednictwo finansowe	260,8	2,1	274,7	2,2	281,9	2,2
<i>Financial intermediation</i>						
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ	926,1	7,3	940,4	7,4	948,3	7,4
<i>Real estate and business activities</i>						
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ	843,5	6,7	851,6	6,7	872,0	6,8
<i>Public administration and defence; compulsory social security</i>						
Edukacja	977,5	7,7	999,5	7,9	1 024,2	7,9
<i>Education</i>						
Ochrona zdrowia i opieka społeczna	704,8	5,6	704,5	5,5	703,6	5,5
<i>Health care and social welfare</i>						
Pozostała działalność usługowa ^Δ	370,7	2,9	380,5	3,0	384,0	3,0
<i>Other service activities</i>						

Źródło: Dla roku 2005 – Mały Rocznik Statystyczny Polski 2006; Dla lat 2000, 2003 i 2004 – Rocznik Statystyczny RP 2005; Dla roku 2002 – Rocznik Statystyczny RP 2004; Dla roku 2001 – Rocznik Statystyczny RP 2003;

^a Dane dla pracujących ogółem za lata 2003-2005 nie są w pełni porównywalne z danymi za lata 2000-2002 na skutek wykorzystania różnych źródeł dla danych dotyczących pracujących w gospodarstwach indywidualnych w rolnictwie. Dane dla pracujących w gospodarstwach indywidualnych w rolnictwie dla lat 2000, 2001 i 2002 - licznik wyznaczono przy wykorzystaniu wyników Powszechnego Spisu Rolnego przeprowadzonego w czerwcu 1996 roku; dane dla roku 2002 – mianownik i lat 2003-2005 wyznaczono przy wykorzystaniu wyników Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań 2002 oraz Powszechnego Spisu Rolnego 2002.

Source: For 2005 - Concise Statistical Yearbook of Poland 2006; For years 2000, 2003 and 2004 – Statistical Yearbook 2005; For 2002 – Statistical Yearbook 2004; For 2001 – Statistical Yearbook 2003;

^a For years 2003-2005 data for total number of employed persons are not strictly comparable to data for years 2000-2002 due to the use of various sources for data concerning persons employed on private farms in agriculture. Data concerning persons employed on private farms in agriculture for years 2000, 2001 and 2002 – numerator estimated using the results of the Agricultural Census conducted in June 1996; data for 2002- denominator and years 2003-2005 estimated using the results of the Population and Housing Census 2002 as well as the Agricultural Census 2002.

TABL. 4. PRZECIĘTNE ZATRUDNIENIE, PRZECIĘTNE MIESIĘCZNE WYNAGRODZENIE BRUTTO
WEDŁUG SEKCJI W 2005 R.
AVERAGE PAID EMPLOYMENT, AVERAGE MONTHLY GROSS WAGES AND SALARIES BY SECTIONS IN 2005

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Przeciętne zatrudnienie <i>Average paid employment</i>		Przeciętne wynagrodzenie brutto <i>Average gross wages and salaries</i>	
	w tysiącach <i>in thous.</i>	2004=100	w zł <i>in zł</i>	2004=100
OGÓŁEM..... TOTAL	8 786,4	101,7	2380	104,7
w tym usługi <i>of which services</i>	x	x	x	x
Handel i naprawy ^Δ <i>Trade and repair^Δ</i>	1 348,0	104,1	1926	102,7
Hotele i restauracje <i>Hotels and restaurants</i>	144,8	102,3	1505	102,2
Transport, gospodarka magazynowa i łączność <i>Transport, storage and communication</i>	582,9	100,0	2593	102,1
Pośrednictwo finansowe <i>Financial intermediation</i>	235,1	103,7	4335	105,8
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ <i>Real estate and business activities</i>	699,8	99,9	2497	105,6
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ <i>Public administration and defence; compulsory social security</i>	552,3	102,6	3061	104,6
Edukacja <i>Education</i>	1 004,0	102,5	2473	105,3
Ochrona zdrowia i opieka społeczna <i>Health care and social welfare</i>	634,7	99,8	1954	104,7
Pozostała działalność usługowa ^Δ <i>Other community, social and personal service activities</i>	265,9	100,5	2315	104,3

Źródło: Rocznik Statystyczny RP 2005.
Source: Statistical Yearbook 2005.

TABL. 5. NAKŁADY INWESTYCYJNE WEDŁUG SEKCJI W 2004 R. (w cenach bieżących)
INVESTMENT OUTLAYS BY SECTIONS IN 2004 (in current prices)

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Ogółem <i>Total</i>			w tym <i>of which</i>		
				budynki i budowle <i>buildings and structures</i>	maszyny, urządzenia techniczne i narzędzia <i>machinery, technical equipment and tools</i>	środki transportu <i>transport equipment</i>
	w mln zł <i>in mln zł</i>	w % <i>in %</i>		w % <i>in %</i>		
OGÓŁEM..... TOTAL	120 467	100,0	x	52,9	35,3	11,1
w tym usługi <i>of which services</i>	66 832	55,5	100,0	59,6	24,7	15,3
Handel i naprawy ^Δ <i>Trade and repair^Δ</i>	11 896	9,9	17,8	41,7	32,6	25,3
Hotele i restauracje <i>Hotels and restaurants</i>	1 036	0,9	1,6	72,2	20,5	7,1
Transport, gospodarka magazynowa i łączność <i>Transport, storage and communication</i>	11 425	9,5	17,1	29,0	41,6	29,3
Pośrednictwo finansowe <i>Financial intermediation</i>	3 533	2,9	5,3	15,5	48,9	35,0
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ <i>Real estate and business activities</i>	22 880	19,0	34,2	81,9	10,8	6,9
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ <i>Public administration and defence; compulsory social security</i>	4 005	3,3	6,0	69,1	21,8	8,5
Edukacja <i>Education</i>	3 775	3,1	5,6	78,2	18,5	2,5
Ochrona zdrowia i opieka społeczna <i>Health care and social welfare</i>	2 262	1,9	3,4	44,6	42,9	12,1
Pozostała działalność usługowa ^Δ <i>Other community, social and personal service activities</i>	6 020	5,0	9,0	79,0	15,9	4,5

Źródło: Środki trwałe w gospodarce narodowej w 2004 roku.
Source: Fixed assets in national economy in 2004.

TABL. 6. LICZBA PODMIOTÓW GOSPODARKI NARODOWEJ^a
Stan w dniu 31 XII
NUMBER OF ENTITIES OF THE NATIONAL ECONOMY^a
As of December 31

Wyszczególnienie	2004	2005	2004	2005	Specification
	Seksja "G" handel i naprawy ^Δ <i>Section "G"</i> <i>trade and repairs</i> ^Δ		Seksja "H" hotele i restauracje <i>Section "H"</i> <i>hotels and restaurants</i>		
OGÓŁEM.....	1189174	1185282	113085	114842	TOTAL
w tym:					of which:
Przedsiębiorstwa państwowe ...	143	105	10	9	State-owned enterprises
Spółki.....	203815	205815	20284	20961	Companies
z tego					
prawa handlowego	79629	82136	4637	5049	commercial law
w tym:					of which:
akcyjne.....	1822	1797	90	90	join stock
z o.o.	64558	66527	4151	4472	limited liability
cywilne	124186	123678	15647	15912	civil law partnership
Spółdzielnie	3297	3198	41	46	Co-operatives
Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą	981094	975353	91963	93045	Natural persons conducting economic activity

^a Zarejestrowanych w rejestrze REGON.

^a Recorded in the REGON register.

TABL. 7. 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>	2004	2005
OGÓŁEM.....	324845	334639
TOTAL		
do 2 sklepów	319240	328769
<i>up to 2 shops</i>		
3-10.....	4559	4792
11-20.....	710	716
21-50.....	265	270
51-100	50	66
101-200	15	20
powyżej 200 sklepów	6	6
<i>above 200 shops</i>		
w tym przedsiębiorstwa handlowe.....	305694	318443
<i>of which trade enterprises</i>		
do 2 sklepów	301490	314086
<i>up to 2 shops</i>		
3-10.....	3392	3525
11-20.....	559	565
21-50.....	196	195
51-100	39	48
101-200.....	13	18
powyżej 200 sklepów	5	6
<i>above 200 shops</i>		

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 8. 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>	2004	2005
OGÓŁEM.....	8883	9210
TOTAL		
1 magazyn	3555	3757
<i>1 warehouse</i>		
2-5.....	3942	4088
6-10.....	866	850
powyżej 10 magazynów	520	515
<i>above 10 warehouses</i>		
w tym przedsiębiorstwa hurtowe.....	6464	6771
<i>of which wholesale trade enterprises</i>		
1 magazyn	2551	2724
<i>1 warehouse</i>		
2-5.....	2928	3054
6-10.....	602	610
powyżej 10 magazynów	383	383
<i>above 10 warehouses</i>		

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

a Data refer to enterprises employing more than 9 persons.

TABL. 9. 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>
OGÓŁEM..... 2004	380346	1737	378609
TOTAL 2005	394037	1598	392439
z tego: <i>of which:</i>			
Sklepy 2004	370883	1367	369516
<i>Shops</i> 2005	384001	1317	382684
Domy towarowe..... 2004	99	1	98
<i>Department stores</i> 2005	95	1	94
Domy handlowe..... 2004	501	9	492
<i>Trade stores</i> 2005	462	8	454
Hipermarkety 2004	338	-	338
<i>Hipermarkets</i> 2006	374	-	374
Supermarkety 2004	2347	3	2344
<i>Supermarkets</i> 2005	2716	5	2711
Pozostałe sklepy..... 2004	367598	1354	366244
<i>Other shops</i> 2005	380354	1303	379051
Stacje paliw..... 2004	9463	370	9093
<i>Petrol stations</i> 2005	10036	281	9755

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 10. WYBRANE FORMY ORGANIZACYJNE SKLEPÓW WEDŁUG WOJEWÓDZTW W 2005 R.
Stan w dniu 31 XII
SELECTED ORGANIZATION FORMS OF SHOPS BY VOIVODSHIPS IN 2005
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>Hipermarkets</i>
POLSKA..... POLAND	95	462	2 716	374
Dolnośląskie.....	8	35	209	38
Kujawsko-Pomorskie.....	5	19	160	21
Lubelskie	5	32	147	10
Lubuskie	2	12	123	11
Łódzkie	7	28	174	29
Małopolskie.....	10	31	165	25
Mazowieckie	20	89	278	60
Opolskie.....	1	4	82	6
Podkarpackie	7	25	135	10
Podlaskie	3	20	77	8
Pomorskie.....	2	25	159	28
Śląskie	8	54	381	66
Świętokrzyskie	-	13	69	6
Warmińsko-Mazurskie	2	25	124	11
Wielkopolskie	8	29	272	31
Zachodniopomorskie	7	21	161	14

TABL. 11. STRUKTURA SKLEPÓW I STACJI PALIW WEDŁUG FORM ORGANIZACYJNYCH I FORM WŁASNOŚCI W 2005 R.^a

Stan w dniu 31 XII

STRUCTURE OF SHOPS AND PETROL STATIONS BY ORGANIZATION AND OWNERSHIP FORMS IN 2005^a

As of December 31

Wyszczególnienie <i>Specification</i> a - udział w % <i>a - share in %</i> b - udział powierzchni sprzedażowej w % <i>b - share of sales area in %</i>	Ogółem <i>Total</i>	Sektor prywatny <i>Private sector</i>	w tym: <i>of which:</i>	
			własność prywatna krajowa <i>private domestic ownership</i>	własność zagraniczna <i>foreign ownership</i>
Sklepya	100,0	99,7	98,0	1,4
Shopsb	100,0	99,6	83,5	15,6
w tym: <i>of which:</i>				
Domy towarowe.....a	100,0	98,9	87,4	9,5
Department storesb	100,0	97,8	71,2	25,3
Domy handlowea	100,0	98,3	76,0	20,3
Trade storesb	100,0	98,7	77,8	18,8
Hipermarketya	100,0	100,0	15,5	83,2
Hipermarketsb	100,0	100,0	13,0	86,2
Supermarketya	100,0	99,8	43,6	56,1
Supermarketsb	100,0	99,9	39,3	60,3
Stacje paliwa	100,0	97,2	76,5	7,0
Petrol stationsb	-	-	-	-

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 12. STRUKTURA SKLEPÓW WEDŁUG FORM WŁASNOŚCI W WOJEWÓDZTWACH W 2005 R.
Stan w dniu 31 XII
STRUCTURE OF SHOPS BY OWNERSHIP IN VOIVODSHIPS IN 2005
As of December 31

Wyszczególnienie <i>Specification</i> a - udział w % <i>a - share in %</i> b - udział powierzchni sprzedażowej w % <i>b - share of sales area in %</i>	Ogółem <i>Total</i>	Sektor prywatny <i>Private sector</i>	w tym: <i>of which:</i>	
			własność prywatna krajowa <i>private domestic ownership</i>	własność zagraniczna <i>foreign ownership</i>
POLSKA..... a	100,0	99,7	98,0	1,4
POLAND..... b	100,0	99,6	83,5	15,6
Dolnośląskie..... a	100,0	99,7	97,8	1,7
b	100,0	99,7	79,4	19,6
Kujawsko-Pomorskie..... a	100,0	99,7	97,8	1,6
b	100,0	99,8	83,2	16,2
Lubelskie a	100,0	99,7	98,6	0,7
b	100,0	99,6	91,6	7,8
Lubuskie a	100,0	99,6	97,9	1,5
b	100,0	99,7	84,6	14,7
Łódzkie a	100,0	99,6	97,9	1,3
b	100,0	99,0	81,3	17,3
Małopolskie..... a	100,0	99,7	98,4	1,0
b	100,0	99,8	86,7	12,3
Mazowieckie a	100,0	99,5	97,4	1,8
b	100,0	99,1	79,2	19,2
Opolskie..... a	100,0	99,7	98,3	1,3
b	100,0	99,8	87,8	11,6
Podkarpackie a	100,0	99,7	98,6	0,6
b	100,0	99,7	91,2	7,4
Podlaskie a	100,0	99,4	98,3	0,8
b	100,0	99,5	92,4	6,9
Pomorskie..... a	100,0	99,8	97,8	1,9
b	100,0	99,9	81,4	18,1
Śląskie a	100,0	99,6	97,6	1,8
b	100,0	99,8	76,9	22,0
Świętokrzyskie a	100,0	99,6	98,6	0,9
b	100,0	99,7	87,7	11,9
Warmińsko-Mazurskie a	100,0	99,6	98,3	1,3
b	100,0	99,7	89,4	10,2
Wielkopolskie a	100,0	99,8	98,4	1,3
b	100,0	99,9	85,2	14,4
Zachodniopomorskie a	100,0	99,8	98,1	1,5
b	100,0	99,7	84,9	14,2

TABL. 13. SKLEPY I STACJE PALIW WEDŁUG SPECJALIZACJI^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS AND PETROL STATIONS BY SPECIALIZATION^a
As of December 31

Wyszczególnienie	2004	2005	Specification
	sklepy shops		
Sklepy	370883	384001	Shops
z tego:			of which:
Ogólnospożywcze	112301	116097	General foodstuffs
Owocowo-warzywne.....	4778	5224	Fruit and vegetables
Mięsne.....	12456	13073	Meat
Rybne	1053	1106	Fish
Piekarniczo-ciastkarskie	5446	5520	Baker's and confectioner's products
Z napojami alkoholowymi	2268	2454	With alcoholic beverages
Z kosmetykami i wyrobami toaletowymi.....	8537	8211	With cosmetics and toilet goods
Z wyrobami włókienniczymi	3951	4914	With textile products
Z wyrobami odzieżowymi.....	32615	39413	With clothing products
Z obuwiem i wyrobami skórzanymi ...	6808	8129	With footwear and leather products
Z meblami i sprzętem oświetleniowym	7366	7749	With furniture and lighting appliances
Radiowo-telewizyjne i ze sprzętem gospodarstwa domowego	7210	7418	With radio, TV and household appliances
Z artykułami piśmiennymi i księgarnie	6970	8342	With books and stationery
Z pojazdami mechanicznymi	11840	12689	With motor vehicles
Pozostałe sklepy	147284	143662	Other shops
Stacje paliw	9463	10036	Petrol stations

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 14. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2005 R.^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2005^a
As of December 31

Województwa <i>Voivodships</i>	Ogółem <i>Total</i>	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² <i>Sales area of shops in m²</i>	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej <i>Number of shops by size of sales area</i>							
			99 m ² i mniej <i>99 m² and less</i>	100 - 199 m ²	200 - 299 m ²	300 - 399 m ²	400 - 999 m ²	1000 - 1999	2000 - 2499 m ²	2500 m ² i więcej <i>2500 m² and more</i>
POLSKA POLAND	384001	28064516	361067	10371	3933	2102	4672	1182	130	544
Dolnośląskie	26730	2170071	25090	702	306	138	325	106	13	50
Kujawsko-Pomorskie.....	20003	1476310	18748	571	196	138	263	53	5	29
Lubelskie	22116	1556973	20875	566	211	105	257	72	13	17
Lubuskie.....	10284	884366	9597	276	100	63	196	32	4	16
Łódzkie.....	27831	1850187	26424	652	233	129	281	62	12	38
Małopolskie.....	32054	2112685	30100	1001	314	171	345	80	4	39
Mazowieckie	53832	4046931	50940	1309	509	251	537	169	25	92
Opolskie	8866	677974	8234	278	119	61	133	29	4	8
Podkarpackie.....	19635	1350235	18247	641	264	135	271	50	6	21
Podlaskie	10055	820450	9226	398	149	77	164	22	3	16
Pomorskie.....	21493	1607169	20232	526	210	139	270	79	4	33
Śląskie	48812	3575273	45810	1359	497	248	631	165	14	88
Świętokrzyskie	11991	738114	11472	232	71	54	121	30	1	10
Warmińsko-Mazurskie...	12513	1074732	11512	452	185	90	196	61	4	13
Wielkopolskie	37929	2786033	35774	952	378	207	433	126	10	49
Zachodniopomorskie	19857	1337013	18786	456	191	96	249	46	8	25

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 15. SKLEPY I STACJE PALIW WEDŁUG WOJEWÓDZTW^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS AND PETROL STATIONS BY VOIVODSHIPS^a
As of December 31

Województwa Voivodships	Liczba sklepów Number of shops	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² Size of sales area of stores in m ²	Liczba stacji paliw Number of petrol stations	Liczba ludności przypadająca na 1 sklep Population per shop
POLSKA..... 2004	370883	26550766	9463	103
POLAND 2005	384001	28064516	10036	99,4
Dolnośląskie..... 2004	29878	2070247	677	96,8
2005	26730	2170071	705	108
Kujawsko-Pomorskie 2004	20539	1354609	553	101
2005	20003	1476310	573	103
Lubelskie 2004	22944	1600127	684	95,2
2005	22116	1556973	699	98,6
Lubuskie 2004	10909	832861	342	92,5
2005	10284	884366	369	98,1
Łódzkie 2004	24863	1563315	778	104
2005	27831	1850187	814	92,6
Małopolskie..... 2004	32250	2136851	617	101
2005	32054	2112685	669	102
Mazowieckie 2004	46422	3565477	1321	111
2005	53832	4046931	1452	95,8
Opolskie..... 2004	8321	705394	252	126
2005	8866	677974	271	118
Podkarpackie..... 2004	17778	1193414	460	118
2005	19635	1350235	485	107
Podlaskie 2004	11027	877948	331	109
2005	10055	820450	350	119
Pomorskie..... 2004	22656	1556233	427	96,8
2005	21493	1607169	445	102
Śląskie 2004	42671	3192735	939	110
2005	48812	3575273	1002	96,0
Świętokrzyskie 2004	13790	819773	306	93,5
2005	11991	738114	339	107
Warmińsko-Mazurskie 2004	12654	1050490	370	113
2005	12513	1074732	384	114
Wielkopolskie 2004	37294	2727245	920	90,2
2005	37929	2786033	967	88,9
Zachodniopomorskie 2004	16887	1304047	486	100
2005	19857	1337013	512	85,3

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 16. STRUKTURA SPRZEDAŻY DETALICZNEJ W SKLEPACH I STACJACH PALIW W 2005 R.
STRUCTURE OF RETAIL SALES IN SHOPS AND PETROL STATIONS IN 2005

Lp.	Wyszczególnienie	Ogółem <i>Total</i>	Pojazdy mechaniczne, motocykle, części. <i>Motor vehicles, motorcycles, parts</i>	Paliwa stałe, ciekłe i gazowe <i>Solid, liquid and gaseous fuels</i>	Żywność, napoje alkoholowe i bezalkoholowe oraz wyroby tytoniowe <i>Foodstuffs, alcoholic and non-alcoholic beverages and tobacco products</i>
1	OGÓŁEM.....	100,0	100,0	100,0	100,0
2	Owoce i warzywa	2,4	0,0	0,0	5,8
3	Mięso i wyroby mięsne	6,0	0,0	0,0	14,5
4	Ryby i przetwory rybne	1,0	0,0	0,0	2,5
5	Pieczywo i przetwory zbożowe.....	3,4	0,0	0,0	8,3
6	Mleko, jaja i sery	3,5	0,0	0,0	8,4
7	Cukier i wyroby cukiernicze	3,8	0,0	0,2	7,7
8	Kawa, herbata i kakao	1,6	0,0	0,0	3,8
9	Pozostałe artykuły żywnościowe i napoje bezalkoholowe.....	8,1	0,0	0,9	18,5
10	Napoje alkoholowe	6,5	0,0	1,0	13,7
11	Wyroby tytoniowe	2,4	0,0	1,0	4,9
12	Artykuły farmaceutyczne i medyczne.....	4,7	0,0	0,0	0,2
13	Kosmetyki i wyroby toaletowe	3,5	0,0	0,0	4,7
14	Wyroby włókiennicze.....	0,6	0,0	0,0	0,3
15	Odzież łącznie z dodatkami do ubrań i wyrobami futrzarskimi.....	3,9	0,0	0,0	0,7
16	Obuwie i wyroby skórzanee.....	1,5	0,0	0,0	0,2
17	Meble i sprzęt oświetleniowy.....	2,7	0,0	0,0	0,2
18	Artykuły i sprzęt gospodarstwa domowego	2,7	0,0	0,0	1,4
19	Artykuły radiowo-telewizyjne.....	2,0	0,0	0,0	0,7
20	Książki, gazety i artykuły piśmienne .	1,9	0,0	0,2	1,4
21	Pojazdy mechaniczne	8,6	93,5	0,5	0,2
	w tym:				
22	samochody.....	6,9	78,0	0,1	0,0
23	Paliwa.....	15,3	0,0	92,0	0,2
24	Pozostałe artykuły nieżywnościowe ..	13,9	6,5	4,2	1,7

Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny <i>Pharmaceuticals, cosmetics, orthopaedic equipment</i>	Włókno, odzież, obuwie <i>Textiles, clothing, footwear</i>	Meble, rtv, agd <i>Furniture, consumer electronics, household appliances</i>	Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowa nych sklepach <i>Press, books, other sale in specialized stores</i>	Pozostałe <i>Other</i>	<i>Specification</i>	<i>No.</i>
100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	TOTAL	1
0,0	0,0	0,0	0,1	1,3	<i>Fruit and vegetables</i>	2
0,0	0,3	0,0	0,1	2,2	<i>Meat and meat products</i>	3
0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	<i>Fish and fish products</i>	4
0,0	0,0	0,0	0,1	1,2	<i>Bread and cereal products</i>	5
0,0	0,0	0,0	0,1	1,9	<i>Milk, eggs and cheese</i>	6
0,0	0,0	0,0	0,1	6,2	<i>Sugar and confectionery</i>	7
0,1	0,0	0,0	0,0	0,9	<i>Coffee, tea and cocoa</i>	8
0,1	0,0	0,2	0,6	4,7	<i>Other foodstuff articles and non- alcoholic beverages</i>	9
0,1	0,0	0,0	0,0	7,3	<i>Alcoholic beverages</i>	10
0,2	0,0	0,0	0,6	2,3	<i>Tobacco</i>	11
78,4	0,0	0,0	0,5	1,9	<i>Pharmaceutical and medical articles</i>	12
17,9	0,2	0,1	1,7	4,4	<i>Cosmetics and toilet goods</i>	13
0,1	6,6	0,8	0,4	1,0	<i>Textile products</i>	14
0,1	64,3	0,1	1,7	2,5	<i>Clothing including accessories and furriery</i>	15
0,0	26,2	0,4	0,3	0,6	<i>Footwear and leather products</i>	16
0,0	0,9	29,6	1,5	4,5	<i>Furniture and lighting appliances</i>	17
0,3	0,1	27,7	0,3	2,2	<i>Household appliances and articles</i>	18
0,0	0,0	24,9	0,1	0,7	<i>Radio and television articles</i>	19
0,2	0,0	0,3	14,4	3,3	<i>Books, newspapers and stationery</i>	20
0,0	0,0	0,0	0,1	2,2	<i>Motor vehicles</i>	21
0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	<i>of which: automobiles</i>	22
0,0	0,0	0,0	3,2	0,6	<i>Fuels</i>	23
2,5	1,4	15,9	74,1	47,7	<i>Other non-foodstuff articles</i>	24

TABL. 17. 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	2004	2005	Specification
	rok poprzedni=100 previous year=100		
OGÓŁEM	110,9	103,9	TOTAL
w tym:			of which:
Pojazdy samochodowe, motocykle, części	104,1	89,6	Motor vehicles, motorcycles, parts
Paliwa stałe, ciekłe i gazowe	119,6	108,1	Solid, liquid and gaseous fuels
Żywność, napoje i wyroby tytoniowe	x	108,1	Food, beverages and tobacco products
Pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach	109,9	108,9	Other retail sales in non-specialized stores
Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny	116,7	122,3	Pharmaceuticals, cosmetics, orthopaedic equipment
Meble, rtv, agd	103,0	127,5	Furniture, consumer electronics, household appliances
Pozostałe	103,3	94,1	Other

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

^a Data refer to enterprises employing more than 9 persons.

TABL. 18. STRUKTURA SPRZEDAŻY DETALICZNEJ WEDŁUG RODZAJÓW DZIAŁALNOŚCI^a
STRUCTURE OF RETAIL SALES BY TYPE OF ENTERPRISE ACTIVITY^a

Wyszczególnienie	2004	2005	Specification
OGÓŁEM	100,0	100,0	TOTAL
w tym:			<i>of which:</i>
Pojazdy samochodowe, motocykle, części	10,4	9,0	<i>Motor vehicles, motorcycles, parts</i>
Paliwa stałe, ciekłe i gazowe	17,9	18,6	<i>Solid, liquid and gaseous fuels</i>
Żywność, napoje i wyroby tytoniowe	x	27,6	<i>Food, beverages and tobacco products</i>
Pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach	4,7	5,0	<i>Other retail sales in non-specialized stores</i>
Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny	2,6	3,1	<i>Pharmaceuticals, cosmetics, orthopaedic equipment</i>
Meble, rtv, agd	4,3	5,3	<i>Furniture, consumer electronics, household appliances</i>
Pozostałe	24,3	21,9	<i>Other</i>

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

^a *Data refer to enterprises employing more than 9 persons.*

TABL. 19. TARGOWISKA WEDŁUG WOJEWÓDZTW
Stan w dniu 31 XII
MARKET PLACES BY VOIVODSHIPS
As of December 31

Województwa Voivodships	Targowiska stałe <i>Permanent market places</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 market places in m²</i>		liczba stałych punktów sprzedaży drobnodetalicznej <i>number of the small-retail sale outlets</i>			
			ogółem <i>total</i>	w tym sprzedażowa <i>of which of the sale</i>	ogółem <i>total</i>	w tym na targowiskach czynnych codziennie <i>of which on market places opened daily</i>		
POLSKA 2004 POLAND 2005	2308 2313	20091 2085	15334006 15388883	9518978 9308587	123050 123153	90066 88697	6128 6729	271243,2 279904,4
Dolnośląskie..... 2004 2005	155 160	146 152	849678 874880	448711 459616	10377 10790	7211 7420	2049 2106	17232,9 17124,4
Kujawsko- 2004 Pomorskie 2005	145 145	127 126	669707 699415	368662 392243	6139 6049	4632 4465	69 73	10820,0 10095,2
Lubelskie 2004 2005	189 187	168 166	1071922 1066020	743662 720356	5131 5645	4130 4068	41 53	11585,8 12479,5
Lubuskie 2004 2005	73 76	66 69	380972 399500	239211 236903	6639 6723	5954 5814	139 151	18280,9 18216,1
Łódzkie 2004 2005	163 169	141 146	1686907 1728544	1040469 1045522	18844 19192	15660 15782	51 44	31825,1 32057,9
Małopolskie 2004 2005	156 156	141 142	938878 931241	667569 664062	5781 5661	3308 3135	2082 1676	12522,7 19806,5
Mazowieckie 2004 2005	313 310	288 283	3406448 3384987	2099983 2014734	19157 18691	12070 12648	279 253	46173,3 44741,3
Opolskie 2004 2005	51 50	50 49	150509 152018	106494 108869	2038 2119	1473 1634	16 17	6310,1 6526,5
Podkarpackie..... 2004 2005	132 129	120 117	489304 474631	299217 293822	3278 3183	2437 2343	139 156	10437,9 10256,7
Podlaskie 2004 2005	82 82	65 64	817614 808389	592381 549551	3778 3648	3051 2933	16 20	4570,6 4333,5
Pomorskie 2004 2005	95 98	87 90	441444 444994	254829 252506	4270 4323	3237 3293	374 576	9958,0 9077,6
Śląskie 2004 2005	217 216	202 198	1340969 1211226	692112 586486	15921 15650	9575 8625	236 259	34543,0 33551,7
Świętokrzyskie... 2004 2005	88 81	76 74	768605 755058	631873 618476	3092 2951	1954 1723	118 83	12956,7 12097,7
Warmińsko- 2004 Mazurskie 2005	79 79	70 69	432826 436226	245773 254466	2459 2443	2279 1915	31 208	5347,2 5228,0
Wielkopolskie ... 2004 2005	251 258	229 228	1320322 1341743	898977 893779	9150 9337	6620 6577	104 101	24123,8 28616,0
Zachodnio- 2004 Pomorskie 2005	119 117	115 112	567904 680011	189055 217196	6996 6748	6475 6322	384 953	14555,2 15695,8

^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. 20. MAGAZYNY HANDLOWE^a WEDŁUG WOJEWÓDZTW W 2005 R.
Stan w dniu 31 XII
TRADE WAREHOUSES^a BY VOIVODSHIPS IN 2005
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
	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	Silos and reservoirs capacity in m ³
POLSKA.....	29375	16718204	2927	1134891	4974	14209067	2999876
POLAND							
Dolnośląskie	2132	1206643	165	63275	453	1321195	188708
Kujawsko-Pomorskie.....	1556	887620	155	54375	341	984512	215084
Lubelskie	1229	621386	106	25161	194	290085	36687
Lubuskie	616	278546	52	10515	127	252382	23895
Łódzkie	1645	920332	184	55351	249	598727	12687
Małopolskie	2125	1196724	243	72352	423	739127	142581
Mazowieckie.....	5759	3912773	622	298778	697	1941591	1628540
Opolskie.....	546	257114	61	16684	113	263688	33390
Podkarpackie	1651	847414	162	59373	257	515419	67500
Podlaskie.....	746	510985	72	32097	112	302146	6547
Pomorskie	1633	852963	192	57005	327	668172	186034
Śląskie.....	4390	1833129	455	213653	805	4000644	55549
Świętokrzyskie.....	604	318845	80	26674	116	294652	22770
Warmińsko-Mazurskie	637	338568	39	11165	89	169214	6900
Wielkopolskie.....	3141	2217999	246	108871	529	1453195	282008
Zachodniopomorskie	965	517163	93	29562	142	414318	90996

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

^a Data refer to enterprises conducting distributive activity and employing more than 9 persons.

TABL. 21. STRUKTURA MAGAZYNÓW ZAMKNIĘTYCH W PRZEDSIĘBIORSTWACH HANDLOWYCH^a WEDŁUG FORM WŁASNOŚCI W 2005 R.

Stan w dniu 31 XII

STRUCTURE OF SECURED WAREHOUSES IN TRADE ENTERPRISES^a BY OWNERSHIP IN 2005

As of December 31

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Ogółem <i>Total</i>	Sektor publiczny <i>Public sector</i>	w tym: <i>of which:</i>	Sektor prywatny <i>Private sector</i>	w tym: <i>of which:</i>	
			własność państwowa <i>state ownership</i>		własność prywatna krajowa <i>private domestic ownership</i>	własność zagraniczna <i>foreign ownership</i>
Liczba magazynów <i>Number of warehouses</i>	22728	678	654	22050	19026	2647
Powierzchnia składowa w m² <i>Storage area in m²</i>	13875989	352791	337358	13523198	10217443	2973365
w tym: <i>of which:</i>						
magazyny hurtu <i>wholesale warehouses</i>						
liczba magazynów w %..... <i>number of warehouses in %</i>	78,1	89,2	89,1	77,7	75,9	89,3
powierzchnia składowa w %..... <i>storage area in %</i>	81,1	85,0	84,3	81,0	81,7	77,9
magazyny detalu <i>retail warehouses</i>						
liczba magazynów w %..... <i>number of warehouses in %</i>	14,6	3,8	4,0	14,9	16,1	7,0
powierzchnia składowa w %..... <i>storage area in %</i>	13,8	8,2	8,6	14,0	12,8	18,2

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

^a Data refer to enterprises employing more than 9 persons.

TABL. 22. STRUKTURA PRZYCHODÓW ZE SPRZEDAŻY (bez VAT) PRZEDSIĘBIORSTW HURTOWYCH
WEDŁUG TYPU KLIENTÓW^a
*STRUCTURE OF TURNOVER FROM 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>	
		2003	2004	2003	2004
		w %		in %	
Dział 51 <i>Division 51</i>	Ogółem..... <i>Total</i>	100,0	100,0	100,0	100,0
	w tym: <i>of which:</i>				
	handlowcy detaliczni <i>retail traders</i>	33,0	30,6	28,8	25,8
	hurtownicy <i>wholesalers, purchasing groups</i>	38,1	36,9	40,2	38,5
	producenci..... <i>producers</i>	14,1	17,2	13,6	16,9
	konsumenci indywidualni <i>final individual consumers</i>	10,0	8,5	13,2	9,3
	konsumenci zbiorowi <i>other final consumers</i>	3,8	3,7	3,7	4,0

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

a Data refer to economic entities employing more than 9 persons.

TABL. 23. 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>	2003	2004	2003	2004
		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: of which:				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych..... <i>directly from the domestic producers</i>	48,3	48,8	41,3	41,6
	u hurtowników..... <i>from wholesalers, purchasing groups</i>	29,0	27,9	16,4	15,3
	bezpośrednio z importu..... <i>from imports</i>	20,9	21,5	41,3	42,1
	z innych źródeł (np. giełdy)..... <i>from other sources</i>	1,5	1,5	0,6	0,4
dział 50 <i>division 50</i>	Zakupy towarów <i>Purchases of goods</i>	100,0	100,0	100,0	100,0
	w tym: of which:				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych..... <i>directly from the domestic producers</i>	26,3	28,5	9,3	10,7
	u hurtowników..... <i>from wholesalers, purchasing groups</i>	36,7	36,0	13,9	13,2
	bezpośrednio z importu..... <i>from imports</i>	33,6	32,4	76,1	75,6
	z innych źródeł (np. giełdy)..... <i>from other sources</i>	3,2	2,9	0,5	0,5
dział 51 <i>division 51</i>	Zakupy towarów <i>Purchases of goods</i>	100,0	100,0	100,0	100,0
	w tym: of which:				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych..... <i>directly from the domestic producers</i>	51,9	52,2	39,2	38,4
	u hurtowników..... <i>from wholesalers, purchasing groups</i>	24,6	23,1	15,2	15,5
	bezpośrednio z importu..... <i>from imports</i>	22,1	23,0	44,4	44,8
	z innych źródeł (np. giełdy)..... <i>from other sources</i>	1,2	1,3	0,7	0,5
dział 52 <i>division 52</i>	Zakupy towarów <i>Purchases of goods</i>	100,0	100,0	100,0	100,0
	w tym: of which:				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych..... <i>directly from the domestic producers</i>	51,8	52,0	66,6	71,1
	u hurtowników..... <i>from wholesalers, purchasing groups</i>	38,8	38,5	20,8	16,3
	bezpośrednio z importu..... <i>from imports</i>	8,0	8,0	11,9	12,0
	z innych źródeł (np. giełdy)..... <i>from other sources</i>	1,2	1,3	0,2	0,2

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

^a Data refer to economic entities employing more than 9 persons.

TABL. 24. HANDEL I NAPRAWY^Δ W 2004 R.
TRADE AND REPAIR^Δ IN 2004

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Przychód ze sprzedaży <i>Turnover</i>	Marża <i>Margin</i>	Produkcja globalna <i>Gross output</i>	Wartość dodana brutto <i>Gross value added</i>	Nadwyżka operacyjna brutto <i>Gross operating surplus</i>	Zakupy towarów i usług do odsprzedaży <i>Purchases of goods and services purchased for resale in the same condition as received</i>	Koszty związane z zatrudnieniem <i>Compensation of employees</i>	Nakłady inwes- tycyjne ^a <i>Investment outlays^a</i>
	w mln zł		in mln zł					
Sekcja „G” Section „G”	902226,8*	147403,9*	216177,2	122387,1*	82490,6*	716137,4	36534,1	8708,6
w tym: <i>of which:</i>								
Dział 50	112054,5*	13537,4*	22484,2*	12485,8*	7953,3*	92164,1*	4179,7*	1204,8
Division 50								
Grupa 50.1	54558,5*	5082,9*	9446,1*	4352,4*	2539,0*	45531,0*	1689,9*	610,8
Group 50.1								
Grupa 50.2	9585,5*	2041,2*	4627,6*	3035,0*	2083,6*	5939,0*	898,7*	130,3
Group 50.2								
Grupa 50.3	17215,5*	3426,8*	4809,1*	2917,6*	2043,7*	13203,8*	827,1*	190,5
Group 50.3								
Grupa 50.4	182,9*	33,1*	38,6*	24,7*	15,2*	150,3*	8,6*	0,2
Group 50.4								
Grupa 50.5	30512,1*	2953,4*	3562,8*	2156,1*	1271,8*	27340,0*	755,4*	273,0
Group 50.5								
Dział 51	555100,0*	76785,1*	117176,9*	59669,9*	38801,3*	448184,2*	19275,1*	3994,1
Division 51								
Grupa 51.1	18489,0*	3467,9*	5738,8*	3064,9*	2274,3*	13635,8*	747,8*	135,7
Group 51.1								
Grupa 51.2	14141,5*	2002,3*	2772,6*	1577,9*	1155,7*	11915,9*	375,7*	51,4
Group 51.2								
Grupa 51.3	89937,6*	9661,4*	13417,6*	6944,5*	4301,1*	77689,2*	2365,7*	541,6
Group 51.3								
Grupa 51.4	75231,6*	11580,7*	18804,6*	8546,3*	5488,8*	57802,1*	2887,0*	534,2
Group 51.4								
Grupa 51.5	158680,4*	18916,0*	30036,2*	13931,1*	9496,3*	131025,4*	3993,2*	1266,5
Group 51.5								
Grupa 51.8	21395,1*	2253,3*	4635,2*	2808,5*	1599,1*	17032,9*	1159,2*	193,0
Group 51.8								
Grupa 51.9	177224,8*	28903,5*	41771,9*	22796,7*	14486,0*	139082,9*	7746,5*	1271,7
Group 51.9								
Dział 52	235072,3*	57081,4*	76516,1*	50231,3*	35735,9*	175789,1*	13079,3*	3509,7
Division 52								
Grupa 52.1	100627,1*	20757,9*	28235,5*	18031,2*	10906,5*	77363,2*	6205,5*	2134,9
Group 52.1								
Grupa 52.2	20622,8*	3695,0*	5797,4*	3787,2*	2553,5*	15951,0*	1099,0*	486,4
Group 52.2								
Grupa 52.3	22487,8*	6546,0*	7460,3*	5876,0*	4494,4*	17120,7*	1371,8*	131,4
Group 52.3								
Grupa 52.4	76239,6*	20573,9*	26232,9*	16665,8*	12568,9*	56330,6*	3799,9*	724,8
Group 52.4								
Grupa 52.5	486,2*	81,3*	450,0*	280,9*	224,2*	159,9*	44,4*	1,2
Group 52.5								
Grupa 52.6	13507,3*	5261,3*	7328,5*	4995,7*	4489,5*	8528,3*	469,0*	27,4
Group 52.6								
Grupa 52.7	1101,5*	166,0*	1011,5*	594,5*	498,9*	335,4*	89,7*	3,6
Group 52.7								

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

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

TABL.25. DOSTAWY WYBRANYCH TOWARÓW KONSUMPCYJNYCH W 2005 R.
DELIVERIES OF SELECTED CONSUMER GOODS IN 2005

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>	2004=100
Mięso drobiowe..... <i>Poultry</i>	tys. t <i>thous. t</i>	1117	112,9
Konserwy, wędliny, wyroby wędliniarskie drobiowe..... <i>Variety meat products from poultry</i>	tys. t <i>thous. t</i>	175	112,5
Przetwory mięsne i podrobowe ze zwierząt rzeźnych <i>Meat and variety meat products from animals for slaughter</i>	tys. t <i>thous. t</i>	983	107,9
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>	19,5	59,6
Ryby morskie mrożone <i>Frozen sea fish</i>	tys. t <i>thous. t</i>	217	104,7
Konserwy i prezerwy z ryb <i>Fish preserves</i>	tys. t <i>thous. t</i>	13,9	54,7
Margaryna oraz mieszanki do smarowania pieczywa..... <i>Margarine and spreads</i>	tys. t <i>thous. t</i>	329	95,9
Masło oraz inne tłuszcze otrzymywane z mleka..... <i>Butter and other fats from milk</i>	tys. t <i>thous. t</i>	147	96,3

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 (dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 49 osób).

a Quantity of domestic produced goods (data refer to economic entities employing more than 9 persons), deducting their exports and increased by their imports and corrected by stock changes at producers (data refer to enterprises employing more than 49 persons).

TABL. 25. DOSTAWY WYBRANYCH TOWARÓW KONSUMPCYJNYCH W 2005 R. (cd.)
 DELIVERIES OF SELECTED CONSUMER GOODS IN 2005 (cont.)

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>	2004=100
Sery i twarogi	tys. t	515	100,7
<i>Cheese and curd</i>	<i>thous. t</i>		
w tym:			
<i>of which:</i>			
sery podpuszczkowe dojrzewające	tys. t	185	107,7
<i>rennet ripening cheese</i>	<i>thous. t</i>		
sery przetworzone (topione)	tys. t	45,4	93,2
<i>processed (melted) cheese</i>	<i>thous. t</i>		
Mąka pszenna	tys. t	2501	108,8
<i>Wheat flour</i>	<i>thous. t</i>		
Kasze i grysiki	tys. t	97,3	90,7
<i>Groats and meals</i>	<i>thous. t</i>		
Czekolada (łącznie z białą)	tys. t	158	122,4
<i>Chocolate (including white)</i>	<i>thous. t</i>		
Makaron	tys. t	161	108,7
<i>Pasta</i>	<i>thous. t</i>		
Wódki, likiery, inne napoje alkoholowe w przeliczeniu na 100%...	tys. hl	951	96,6
<i>Vodkas, liqueurs, other alcoholic beverages in terms of 100%</i>	<i>thous. hl</i>		
w tym wódka czysta	tys. hl	766	96,8
<i>of which pure vodka</i>	<i>thous. hl</i>		
Wina i miody pitne	tys. hl	3295	81,3
<i>Wine and mead</i>	<i>thous. hl</i>		
w tym wina gronowe (łącznie z wermutem)	tys. hl	1041	102,3
<i>of which grape wine (including vermouth)</i>	<i>thous. hl</i>		

^a Patrz notka, str. 113.

^a See note, page 113.

TABL. 25. DOSTAWY WYBRANYCH TOWARÓW KONSUMPCYJNYCH W 2005 R. (dok.)
DELIVERIES OF SELECTED CONSUMER GOODS IN 2005 (cont.)

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>	2004=100
Piwo otrzymywane ze słodu (o zawartości od 0,5% alkoholu) <i>Beer from malt (with 0,5% and more alcohol)</i>	tys. hl <i>thous. hl</i>	30855	104,3
Wody mineralne i napoje bezalkoholowe	tys. hl <i>thous. hl</i>	44283	106,4
w tym wody mineralne naturalne..... <i>of which natural mineral waters</i>	tys. hl <i>thous. hl</i>	14504	118,6
Opony do pojazdów samochodowych osobowych	tys. szt <i>thous. units</i>	8445	107,0
Chłodziarki i zamrażarki typu domowego	tys. szt <i>thous. units</i>	1041	95,2
Maszyny pralnicze typu domowego	tys. szt <i>thous. units</i>	1332	89,5
Miksery, malaksery, roboty kuchenne.....	tys. szt <i>thous. units</i>	2224	119,6
Odbiorniki radiowe	tys. szt <i>thous. units</i>	4294	78,6
Odbiorniki telewizyjne (łącznie z monitorami ekranowymi) ... <i>TV receivers (including monitors)</i>	tys. szt <i>thous. units</i>	1617	96,6
Samochody osobowe ogólnego przeznaczenia	tys. szt <i>thous. units</i>	241	64,9
Rowery	tys. szt <i>thous. units</i>	787	61,9

^a Patrz notka, str. 113.

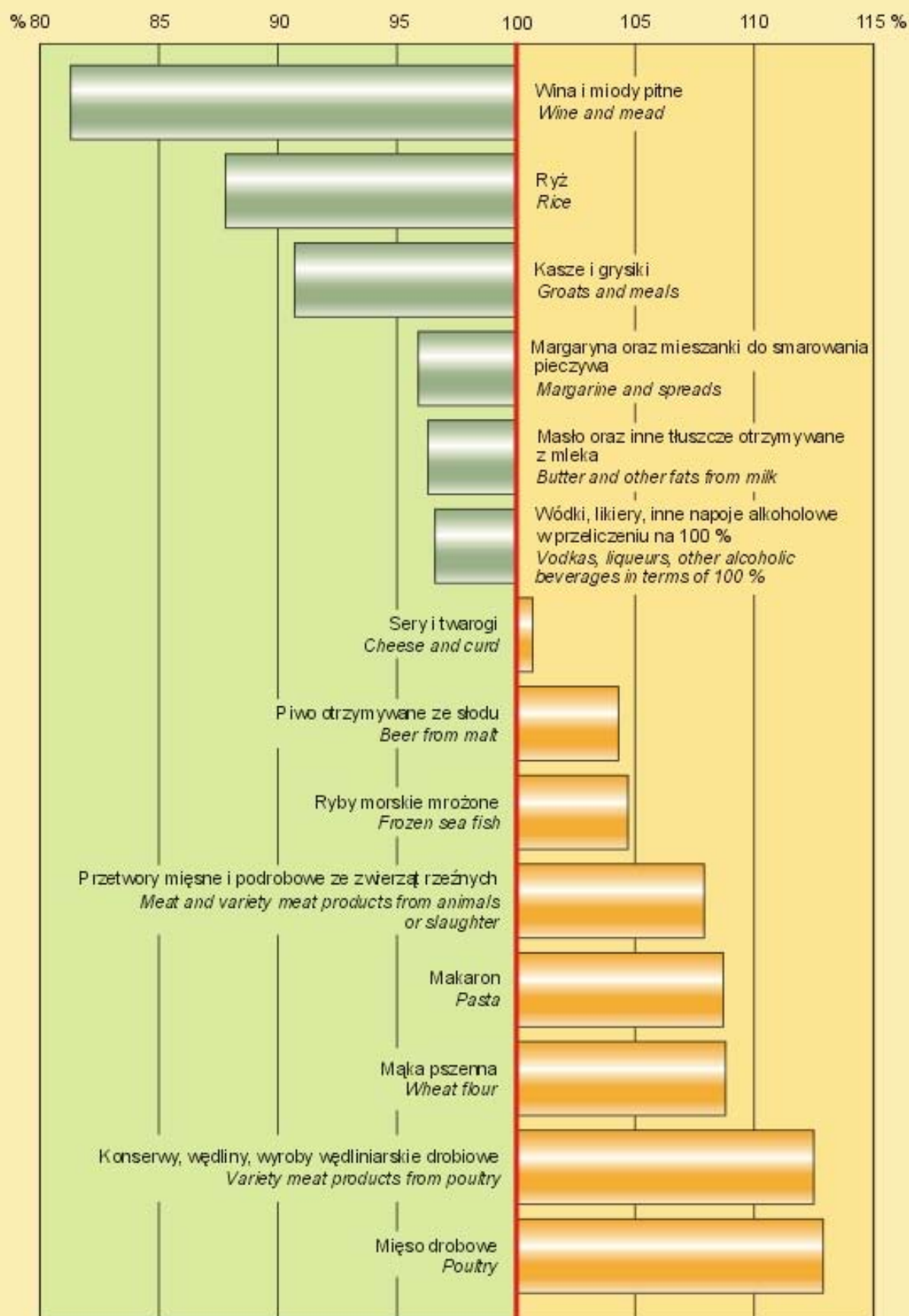
^a See note, page 113.

Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2005 r.

Delivery index of selected foodstuffs in 2005

Rok poprzedni = 100

Previous year = 100



TABL. 26. ZAPASY WYBRANYCH WYROBÓW U PRODUCENTÓW^a W 2005 R.
 STOCKS OF SELECTED PRODUCTS AT PRODUCERS^a IN 2005

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	a tys. t	13,8	13,8	12,2	16,3
<i>Raw meat of animal for slaughter</i>	<i>thous. t</i>				
b %	%	122,9	120,5	108,7	130,3
Tłuszcze zwierzęce topione jadalne.....	a tys. t	1,3	1,9	1,0	1,3
<i>Edible melted animal fats</i>	<i>thous. t</i>				
b %	%	176,3	354,0	214,2	150,1
Mięso drobiowe.....	a tys. t	17,6	16,4	20,5	29,2
<i>Poultry</i>	<i>thous. t</i>				
b %	%	136,4	134,5	110,7	166,6
Przetwory mięsne i podrobowe ze zwierząt rzeźnych	a tys. t	9,4	8,6	9,8	10,5
<i>Meat and variety meat products from animals for slaughter</i>	<i>thous. t</i>				
b %	%	98,8	107,7	120,6	102,4
Ryby morskie mrożone.....	a tys. t	3,5	4,7	4,6	4,1
<i>Frozen sea fish</i>	<i>thous. t</i>				
b %	%	81,1	120,4	106,1	81,5
Konserwy i prezerwy z ryb.....	a tys. t	3,9	4,9	4,2	3,4
<i>Fish preserves</i>	<i>thous. t</i>				
b %	%	122,6	135,4	105,9	85,2
Margaryna oraz mieszanki do smarowania pieczywa.....	a tys. t	8,7	10,4	9,6	11,2
<i>Margarine and spreads</i>	<i>thous. t</i>				
b %	%	132,6	149,8	119,3	139,5
Masło oraz inne tłuszcze otrzymywane z mleka.....	a tys. t	2,8	2,0	3,0	2,5
<i>Butter and other fats from milk</i>	<i>thous. t</i>				
b %	%	82,6	103,8	107,6	79,3
Sery podpuszczkowe dojrzewające	a tys. t	7,8	7,5	7,2	8,0
<i>Rennet ripening cheese</i>	<i>thous. t</i>				
b %	%	117,2	103,7	89,1	112,7
Mąka pszenna.....	a tys. t	33,4	30,8	30,7	37,5
<i>Wheat flour</i>	<i>thous. t</i>				
b %	%	93,9	119,7	112,0	131,0
Kasze i grysiki.....	a tys. t	0,8	1,0	0,7	1,1
<i>Groats and meals</i>	<i>thous. t</i>				
b %	%	96,7	133,5	76,7	125,3

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

a Data refer to enterprises employing more than 49 persons.

TABL. 26. ZAPASY WYBRANYCH WYROBÓW U PRODUCENTÓW^a W 2005 R. (cd.)
 STOCKS OF SELECTED PRODUCTS AT PRODUCERS^a IN 2005 (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 (w przeliczeniu na cukier biały)..... a	tys. t	1271	761	289	1603
<i>Sugar (in terms of white sugar)</i>	<i>thous. t</i>				
b	%	136,3	136,6	163,6	96,5
Wódki, likiery, inne napoje alkoholowe w przeliczeniu na 100% a	tys. hl	42,3	38,1	36,2	43,4
<i>Vodkas, liqueurs, other alcoholic beverages in terms of 100%</i>	<i>thous. hl</i>				
b	%	106,5	133,0	97,7	118,2
Wina i miody pitne a	tys. hl	80,8	88,6	95,5	76,9
<i>Wine and mead</i>	<i>thous. hl</i>				
b	%	92,6	88,9	97,3	89,4
Piwo otrzymywane ze słodu (o zawartości od 0,5% alkoholu) a	tys. hl	684	869	771	723
<i>Beer from malt (with 0,5% and more alcohol)</i>	<i>thous. hl</i>				
b	%	96,4	83,4	94,4	106,3
Wody mineralne i wody gazowane a	tys. hl	413	539	684	609
<i>Mineral waters and soda waters</i>	<i>thous. hl</i>				
b	%	52,8	102,4	206,5	264,9
Papierosy z tytoniu a	mld szt	8,8	6,6	10,7	20,1
<i>Cigarettes from tobacco</i>	<i>mrd units</i>				
b	%	134,8	114,2	163,4	184,4
Dywany, chodniki i wykładziny włókiennicze a	tys. m ²	562	528	352	383
<i>Carpets, mats and textile floor coverings</i>	<i>thous. m²</i>				
b	%	99,8	101,1	84,0	94,8
Rajstopy i rajtuzy a	mln szt	10,2	11,5	12,6	9,1
<i>Pantyhose and tights</i>	<i>mln units</i>				
b	%	96,8	105,1	107,9	85,9
Okrycia i ubiory z tkanin a	mln szt	2,3	2,4	2,3	2,2
<i>Fabric outerwear and clothing</i>	<i>mln units</i>				
b	%	106,5	103,6	98,6	86,2
Bielizna osobista z dzianin a	mln szt	2,8	2,8	2,6	2,4
<i>Knitted underwear</i>	<i>mln units</i>				
b	%	146,5	116,9	106,5	100,8

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

a Data refer to enterprises employing more than 49 persons.

TABL. 26. ZAPASY WYBRANYCH WYROBÓW U PRODUCENTÓW^a W 2005 R. (dok.)
 STOCKS OF SELECTED PRODUCTS AT PRODUCERS^a IN 2005 (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 z wierzchami wykonanymi ze skóry i z cholewkami z tworzyw sztucznych	a mln par <i>mln pairs</i>	1,6	1,7	1,2	1,4
<i>Footwear with leather and plastic uppers</i>	b %	98,5	93,7	70,4	89,7
Obuwie z wierzchami wykonanymi z tkanin	a mln par <i>mln pairs</i>	1,2	1,1	0,8	1,1
<i>Footwear with textile uppers</i>	b %	119,0	107,7	110,9	101,1
Mydło, produkty organiczne powierzchniowo czynne i preparaty używane jako mydło	a tys. t <i>thous. t</i>	2,1	1,7	1,7	2,4
<i>Soaps, organic surface-active products and those preparations use as soap</i>	b %	148,9	94,5	110,9	132,4
Opony do pojazdów samochodowych osobowych .	a tys. szt <i>thous. units</i>	1993	1885	1445	1695
<i>Tyres for passenger cars</i>	b %	143,1	110,4	78,3	65,2
Chłodziarki i zamrażarki typu domowego	a tys. szt <i>thous. units</i>	46,6	49,2	58,5	59,4
<i>Household refrigerators and freezers</i>	b %	174,6	129,3	185,7	131,8
Maszyny pralnicze typu domowego	a tys. szt <i>thous. units</i>	25,9	30,0	42,4	50,6
<i>Household washing machines</i>	b %	126,8	134,8	209,5	239,4
Odbiorniki radiowe	a tys. szt <i>thous. units</i>	2,4	2,5	2,7	2,7
<i>Radio receivers</i>	b %	375,1	294,8	248,3	119,9
Odbiorniki telewizyjne (łącznie z monitorami ekranowymi, z wyjątkiem stosowanych do komputerów)	a tys. szt <i>thous. units</i>	33,6	36,7	51,7	33,1
<i>TV receivers (including monitors, excluding used for computers)</i>	b %	110,8	84,7	130,5	159,0
Samochody osobowe ogólnego przeznaczenia	a tys. szt <i>thous. units</i>	2,7	3,3	4,6	2,6
<i>General purpose passenger cars</i>	b %	88,9	70,6	113,8	95,9
Rowery	a tys. szt <i>thous. units</i>	151	126	144	196
<i>Bicycles</i>	b %	135,1	134,8	169,3	141,1

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

a Data refer to enterprises employing more than 49 persons.

TABL. 27. SPOŻYCIE WYBRANYCH ARTYKUŁÓW KONSUMPCYJNYCH NA 1 MIESZKAŃCA W 2005 R.
CONSUMPTION OF SELECTED CONSUMER GOODS PER CAPITA IN 2005

Artykuły konsumpcyjne <i>Consumer goods</i>	Jednostka miary <i>Unit of measure</i>	1990	2000	2002	2003	2004	2005
Ziarno 4 zbóż ^a (w przeliczeniu na przetwory) <i>Grain of 4 cereals^a (in terms of processed products)</i>	kg <i>kg</i>	115	120	120	120	119	119
Ziemniaki ^a <i>Potatoes^a</i>	kg <i>kg</i>	144	134	131	130	129	126
Warzywa <i>Vegetables</i>	kg <i>kg</i>	119	121	111	110	111	110
Owoce <i>Fruit</i>	kg <i>kg</i>	29,0	51,6	56,7	54,5	55,0	54,1
Mięso i podroby ^b <i>Meat and pluck^b</i>	kg <i>kg</i>	68,8	66,1	69,5	72,1	71,8	71,2
w tym mięso <i> of which meat</i>	kg <i>kg</i>	63,7	62,0	65,3	67,7	67,3	66,8
wołowe <i> beef</i>	kg <i>kg</i>	16,4	7,1	5,2	5,8	5,3	3,9
wieprzowe <i> pigs</i>	kg <i>kg</i>	37,7	39,0	39,2	41,2	39,1	39,0
drobiowe <i> poultry</i>	kg <i>kg</i>	7,6	14,7	19,8	19,7	22,2	23,4

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. 27. 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	2002	2003	2004	2005
Tłuszcze jadalne zwierzęce..... <i>Edible animal fats</i>	kg <i>kg</i>	8,2	6,7	6,7	6,9	6,6	6,6
Masło..... <i>Butter</i>	kg <i>kg</i>	7,8	4,2	4,6	4,7	4,4	4,2
Mleko krowie ^c <i>Cows' milk^c</i>	l <i>l</i>	242	193	182	181	174	173
Jaja kurze <i>Hen eggs</i>	szt <i>units</i>	190	188	211	214	211	215
Cukier..... <i>Sugar</i>	kg <i>kg</i>	44,2	41,6	43,6	40,5	37,6	40,1
Wódki, likiery, inne napoje alkoholowe w przeliczeniu na 100%..... <i>Vodkas, liqueurs, other alcoholic beverages in terms of 100%</i>	l <i>l</i>	3,8 ^d	2,0	1,7	2,4	2,5	2,5
Wina i miody pitne..... <i>Wine and mead</i>	l <i>l</i>	7,4	12,0	11,2	11,3	10,6	8,6
Piwo otrzymywane ze słodu ^e <i>Beer from malt^e</i>	l <i>l</i>	30,5	66,9	70,7	74,6	77,5*	80,7
Papierosy z tytoniu..... <i>Cigarettes from tobacco</i>	szt <i>units</i>	2654	1954	2010	1920	1927	1974

^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. 28. 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 ^b books, newspapers and other sale ^b	
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
2003	I	95,6	105,0	89,7	92,3	87,1	82,1
	II	93,1	99,9	88,9	85,7	88,8	85,5
	III	109,7	111,9	108,4	123,8	99,4	96,5
	IV	111,4	122,1	104,9	142,6	101,2	93,2
	V	111,9	118,0	108,1	137,0	100,6	101,6
	VI	109,0	119,1	102,6	119,8	98,8	93,0
	VII	113,8	121,9	108,9	111,9	114,8	100,8
	VIII	113,9	123,0	108,2	120,2	116,3	99,9
	IX	117,4	117,5	117,3	137,5	121,1	110,4
	X	124,5	125,7	123,7	190,3	132,6	111,5
	XI	112,3	116,1	109,8	130,1	134,7	97,4
	XII	143,4	148,7	140,1	162,0	183,1	132,7
2004	I	101,6	117,9	91,4	104,4	107,2	73,6
	II	101,8	112,9	94,9	101,6	115,0	79,7
	III	122,1	125,6	119,9	132,5	150,7	101,5
	IV	136,3	136,8	136,0	145,6	165,5	133,1
	V	116,8	131,8	107,6	126,1	123,4	89,1
	VI	118,7	131,3	110,8	121,2	132,1	90,8
	VII	124,7	135,1	118,2	121,0	148,5	97,3
	VIII	123,0	131,1	118,0	122,5	147,0	102,1
	IX	127,0	128,2	126,3	140,4	161,7	107,1
	X	126,2	130,4	123,6	157,1	161,3	104,8
	XI	115,8	122,1	111,9	135,7	157,7	95,7
	XII	152,2	154,9	150,6	170,6	235,2	129,3
2005	I	106,4	121,3	97,1	112,3	129,4	72,3
	II	102,9	115,3	95,3	104,9	119,8	73,6
	III	122,5	140,7	111,1	143,2	142,4	82,6
	IV	120,0	134,4	111,1	146,9	133,6	90,6
	V	121,2	136,6	111,7	142,6	138,1	91,1
	VI	124,8	139,0	116,1	140,3	150,0	95,4
	VII	126,7	146,6	114,3	131,1	156,2	89,6
	VIII	131,3	145,5	122,5	147,4	171,7	100,4
	IX	129,5	137,3	124,6	148,7	172,4	102,7
	X	132,4	142,7	126,0	173,9	179,7	104,2
	XI	123,8	132,0	118,6	146,9	174,5	99,6
	XII	158,5	163,0	155,6	186,7	263,4	132,2

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 9.

^b W wyspecjalizowanych sklepach.

^a See Methodological notes, page 25.

^b In specialized stores.

TABL. 29. 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 <i>Deflated turnover in retail trade</i>	żywność, napoje i wyroby tytoniowe <i>food, beverages and tobacco</i>	sprzedaż towarów nieżywnościowych <i>sale of non- foodstuffs</i>	w tym: of which:		
				włókno, odzież, obuwie <i>textiles, clothing, footwear</i>	meble, rtv, agd <i>household equipment</i>	prasa, książki; pozostała sprzedaż ^b <i>books, newspapers and other sale^b</i>
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
2003						
I	89,4	102,3	81,4	92,0	84,5	70,8
II	87,1	97,5	80,6	86,3	86,2	73,7
III	102,1	108,9	98,0	125,3	96,6	81,9
IV	103,8	118,0	94,9	144,3	98,4	79,0
V	103,7	113,6	97,6	138,6	97,8	85,9
VI	101,3	114,7	92,9	121,3	96,0	79,0
VII	106,5	119,3	98,5	113,7	111,7	85,6
VIII	107,2	122,0	98,1	122,9	113,0	84,8
IX	109,3	115,1	105,8	140,9	117,7	92,8
X	115,6	121,6	111,9	194,6	129,0	93,7
XI	103,9	111,5	99,2	132,9	131,0	81,8
XII	132,4	142,2	126,3	165,5	178,0	111,4
2004						
I	94	112,4	82,5	107,5	104,2	61,6
II	94,4	107,3	86,4	106,1	111,6	68,3
III	112,9	118,7	109,2	138,9	145,8	87,0
IV	124,8	127,0	123,5	152,6	159,6	114,1
V	106,2	121,6	96,6	131,5	111,7	75,8
VI	106,6	118,5	99,3	126,4	119,2	77,2
VII	112,2	122,7	105,7	126,8	133,7	82,7
VIII	111,2	120,5	105,4	129,4	132,1	86,2
IX	114,5	117,6	112,6	148,6	145,1	90,0
X	113,3	118,5	110,1	165,7	144,7	87,9
XI	103,6	110,2	99,6	143,0	141,3	80,3
XII	135,8	139,0	133,8	179,9	210,7	108,5
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

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 9.

^b W wyspecjalizowanych sklepach.

^a See Methodological notes, page 25.

^b In specialized stores.

TABL. 30. WAŻNIEJSZE DANE DOTYCZĄCE HANDLU WEWNĘTRZNEGO W LATACH 1995-2005
 MAJOR DATA REGARDING THE INTERNAL TRADE IN 1995-2005

Wyszczególnienie Specification	1995	2000	2002	2003	2004	2005
Udział handlu w PKB w %..... Share of trade in GDP in %	16,3	17,3	17,6	16,8	16,7	16,7 ^a
Udział handlu w wartości dodanej brutto w %..... Share of trade in gross value added in %	18,5	19,5	19,9	19,0	18,8	19,0 ^a
Produkcja globalna przedsiębiorstw handlowych ^b w tys. zł..... Gross output of trade enterprises ^b in thous. zł	79309,1	190434,8	201962,8	195426,9	216177,3	228351,7 ^a
Wartość dodana brutto przedsiębiorstw handlowych ^b w tys. zł..... Gross value added of trade enterprises ^b in thous. zł	34931,0	90918,4	102664,2	108419,5	122387,1	128045,4 ^a
Sprzedaż detaliczna (ceny stałe) 1995=100..... Retail sales (constant prices) 1995=100	100,0	120,3	122,8	127,2	130,4	128,6
Sprzedaż detaliczna ogółem (ceny bieżące)..... Total retail sales (current prices)	169585,0	360317,5	385701,0	401372,5	433542,8	437443,0 ^a
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	369870,1	385505,3	417173,1	420401,4 ^a
Żywność i napoje bezalkoholowe..... food and non-alcoholic beverages	51907,3	102861,0	113920,0	116143,7	124820,3	127691,2 ^a
Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe..... alcoholic beverages and tobacco	18514,3	32833,0	34028,0	35362,7	37079,0	39280,8 ^a
Towary nieżywnościowe (bez wyr. tytoniowych).. non-foodstuffs (excluding tobacco)	92305,1	209916,0	221922,1	233998,9	255273,8	253429,5 ^a
Sprzedaż hurtowa ogółem w mln zł (ceny bieżące).. Wholesale in mln zł (current prices)	197447,6	440206,3	473406,5	478781,5	545322,8	566159,2 ^a
Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² Sales area of shops in m ²	19792640	26933785	33095980	26395708 ^d	26550766 ^d	28064516
w tym: of which:						
Domy towarowe..... Department stores	230714	615687	479903	435408	403863	390550
Domy handlowe..... Trade stores	577800	484484	488369	514344	496075	451966
Supermarkety..... Supermarkets	.	1068665	1286976	1474241	1772312	2125077
Hipermarkety..... Hipermarkets	.	653546	1608187	2178317	2390009	2566686

^a Dane szacunkowe.

^a Estimated data.

^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 at wholesalers and producers.

^d Patrz Uwagi metodyczne, str.22.

^d See Methodological notes, page 35.

TABL. 30. WAŻNIEJSZE DANE DOTYCZĄCE HANDLU WEWNĘTRZNEGO W LATACH 1995-2005 (dok.)
 MAJOR DATA REGARDING THE INTERNAL TRADE IN 1995-2005 (cont.)

Wyszczególnienie Specification	1995	2000	2002	2003	2004	2005
Liczba sklepów ogółem ^e Total number of shops ^e	425600	431991	450434	387108 ^f	370883 ^f	384001 ^f
w tym: of which:						
Domy towarowe Department stores	134	135	106	102	99	95
Domy handlowe Trade stores	780	500	499	517	501	462
Supermarkety Supermarkets	.	1602	1863	2043	2347	2716
Hipermarkety..... Hipermarkets	.	99	216	293	338	374
Stacje paliw Petrol stations	5344	7744	9311	9218 ^f	9463 ^f	10036 ^f
Liczba ludności na 1 sklep..... Population per 1 shop	91	89	85	99 ^f	103 ^f	99,4 ^f
Liczba placówek gastronomicznych..... Number of catering establishments	60845	84342	88100	89340	90537	91150
w tym: of which:						
Restauracje..... Restaurants	4857	8519	8813	8785	9195	9496
Bary..... Bars	23493	36436	38250	38815	39348	40104
Stołówki..... Canteens	3815	7010	7250	7290	6930	6840
Punkty gastronomiczne..... Food stands	28680	32377	33787	34450	35064	34710
Przychody z działalności gastronomicznej w mln zł (ceny bieżące)..... Revenues from catering activity in mln zł (current prices)	7027,0	15381,0	16603,4	16504,4	17028,2	17706,0 ^a
Liczba targowisk ogółem..... Total number of market places	7414	7540	8426	9812	8436	9042
Liczba targowisk stałych..... Number of permanent market places	2354	2376	2292	2328	2308	2313
Liczba targowisk sezonowych..... Number of seasonal market places	5060	5164	6134	7484	6128	6729
Powierzchnia składowa magazynów zamkniętych ^g .. Storage area of secured warehouses ^g	10627	14776	14656	15715	16001	16718
Powierzchnia składowa magazynów zadaszonych ^g .. Storage area of roofed warehouses ^g	924	1064	952	1010	1040	1135
Powierzchnia składowa placów składowych ^g Storage area of storage sites ^g	8764	13352	13138	13751	14233	14209

^e Łącznie ze stacjami paliw.

^e Including petrol stations.

^f Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^f See Methodological notes, page 35.

^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.

Aneks
Annex

TABL. 31. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2003 R.^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2003^a
As of December 31

Województwa <i>Voivodships</i>	Ogółem <i>Total</i>	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² <i>Sales area of shops in m²</i>	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej <i>Number of shops by size of sales area</i>							
			99 m ² i mniej <i>99 m² and less</i>	100 - 199 m ²	200 - 299 m ²	300 - 399 m ²	400 - 999 m ²	1000 - 1999	2000 - 2499 m ²	2500 m ² i więcej <i>2500 m² and more</i>
POLSKA	387108	26395708	367167	9338	3307	1899	3950	888	123	436
POLAND										
Dolnośląskie	28740	2094482	27234	631	293	142	299	93	8	40
Kujawsko-Pomorskie	22336	1347761	21206	553	173	126	208	41	4	25
Lubelskie	21844	1329986	20739	532	164	88	243	56	9	13
Lubuskie	9948	839204	9371	235	94	69	131	36	4	8
Łódzkie	28400	1961678	27138	590	195	142	242	47	13	33
Małopolskie	30523	1971345	28823	883	270	152	302	55	7	31
Mazowieckie	51119	3411750	48747	1109	387	222	433	128	18	75
Opolskie	9316	869662	8719	277	111	49	126	23	5	6
Podkarpackie	18271	1193711	17174	500	200	113	216	50	8	10
Podlaskie	11340	784939	10562	379	139	67	158	20	3	12
Pomorskie	22952	1483109	21867	460	191	122	227	50	4	31
Śląskie	49887	3604842	47253	1304	402	205	512	118	18	75
Świętokrzyskie	14641	861449	14171	221	65	46	108	21	1	8
Warmińsko-Mazurskie...	14133	1010783	13252	420	152	83	168	42	4	12
Wielkopolskie	35540	2334087	33752	828	296	174	368	76	10	36
Zachodniopomorskie	18118	1296920	17159	416	175	99	209	32	7	21

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 32. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2004 R.^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2004^a
As of December 31

Województwa <i>Voivodships</i>	Ogółem <i>Total</i>	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² <i>Sales area of shops in m²</i>	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej <i>Number of shops by size of sales area</i>							
			99 m ² i mniej <i>99 m² and less</i>	100 - 199 m ²	200 - 299 m ²	300 - 399 m ²	400 - 999 m ²	1000 - 1999	2000 - 2499 m ²	2500 m ² i więcej <i>2500 m² and more</i>
POLSKA	370883	26550766	349977	9534	3564	1952	4234	1010	127	485
POLAND										
Dolnośląskie	29878	2070247	28321	652	303	145	308	94	9	46
Kujawsko-Pomorskie	20539	1354609	19367	518	196	124	248	56	5	25
Lubelskie	22944	1600127	21772	545	192	93	253	61	12	16
Lubuskie	10909	832861	10308	234	93	70	156	32	3	13
Łódzkie	24863	1563315	23556	606	206	130	261	55	11	38
Małopolskie	32250	2136851	30481	925	269	153	315	67	5	35
Mazowieckie	46422	3565477	43850	1170	437	227	480	154	23	81
Opolskie	8321	705394	7738	264	102	54	127	25	4	7
Podkarpackie	17778	1193414	16578	554	227	121	230	46	9	13
Podlaskie	11027	877948	10224	373	149	78	167	18	3	15
Pomorskie	22656	1556233	21555	452	193	122	230	69	3	32
Śląskie	42671	3192735	39976	1289	429	209	550	126	17	75
Świętokrzyskie	13790	819773	13302	221	75	43	112	26	1	10
Warmińsko-Mazurskie	12654	1050490	11693	448	185	91	175	45	4	13
Wielkopolskie	37294	2727245	35350	867	339	194	393	100	10	41
Zachodniopomorskie	16887	1304047	15906	416	169	98	229	36	8	25

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

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

Województwa <i>Voivodships</i>	Ogółem <i>Total</i>	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² <i>Sales area of shops in m²</i>	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej <i>Number of shops by size of sales area</i>							
			99 m ² i mniej <i>99 m² and less</i>	100 - 199 m ²	200 - 299 m ²	300 - 399 m ²	400 - 999 m ²	1000 - 1999	2000 - 2499 m ²	2500 m ² i więcej <i>2500 m² and more</i>
POLSKA	384001	28064516	361067	10371	3933	2102	4672	1182	130	544
POLAND										
Dolnośląskie	26730	2170071	25090	702	306	138	325	106	13	50
Kujawsko-Pomorskie	20003	1476310	18748	571	196	138	263	53	5	29
Lubelskie	22116	1556973	20875	566	211	105	257	72	13	17
Lubuskie	10284	884366	9597	276	100	63	196	32	4	16
Łódzkie	27831	1850187	26424	652	233	129	281	62	12	38
Małopolskie	32054	2112685	30100	1001	314	171	345	80	4	39
Mazowieckie	53832	4046931	50940	1309	509	251	537	169	25	92
Opolskie	8866	677974	8234	278	119	61	133	29	4	8
Podkarpackie	19635	1350235	18247	641	264	135	271	50	6	21
Podlaskie	10055	820450	9226	398	149	77	164	22	3	16
Pomorskie	21493	1607169	20232	526	210	139	270	79	4	33
Śląskie	48812	3575273	45810	1359	497	248	631	165	14	88
Świętokrzyskie	11991	738114	11472	232	71	54	121	30	1	10
Warmińsko-Mazurskie	12513	1074732	11512	452	185	90	196	61	4	13
Wielkopolskie	37929	2786033	35774	952	378	207	433	126	10	49
Zachodniopomorskie	19857	1337013	18786	456	191	96	249	46	8	25

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 34. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2003 R.^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2003^a
As of December 31

Województwa <i>Voivodships</i>	Ogółem <i>Total</i>	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² <i>Sales area of shops in m²</i>	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej <i>Number of shops by size of sales area</i>							
			100 m ² i mniej <i>100 m² and less</i>	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 <i>2501 m² and more</i>
POLSKA POLAND	387108	26395708	368417	8686	3071	1793	3785	824	103	429
Dolnośląskie	28740	2094482	27344	564	267	142	293	83	7	40
Kujawsko-Pomorskie.....	22336	1347761	21282	508	162	118	199	39	3	25
Lubelskie	21844	1329986	20803	501	150	82	236	52	7	13
Lubuskie.....	9948	839204	9396	232	82	64	130	33	3	8
Łódzkie.....	28400	1961678	27214	545	203	126	223	45	12	32
Małopolskie.....	30523	1971345	28967	801	246	134	285	54	5	31
Mazowieckie	51119	3411750	48880	1038	372	200	425	118	13	73
Opolskie	9316	869662	8752	266	95	54	118	21	4	6
Podkarpackie	18271	1193711	17249	460	185	108	208	44	7	10
Podlaskie	11340	784939	10607	354	136	61	150	17	4	11
Pomorskie.....	22952	1483109	21924	445	172	110	220	46	4	31
Śląskie	49887	3604842	47421	1206	368	197	498	105	17	75
Świętokrzyskie	14641	861449	14208	203	56	45	101	19	1	8
Warmińsko-Mazurskie...	14133	1010783	13301	399	135	85	157	43	1	12
Wielkopolskie	35540	2334087	33866	769	278	168	344	74	7	34
Zachodniopomorskie	18118	1296920	17203	395	164	99	198	31	8	20

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 35. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2004 R.^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2004^a
As of December 31

Województwa <i>Voivodships</i>	Ogółem <i>Total</i>	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² <i>Sales area of shops in m²</i>	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej <i>Number of shops by size of sales area</i>							
			100 m ² i mniej <i>100 m² and less</i>	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 <i>2501 m² and more</i>
POLSKA	370883	26550766	351224	8 912	3 306	1 845	4 060	955	104	477
POLAND										
Dolnośląskie	29878	2070247	28423	598	280	136	301	87	7	46
Kujawsko-Pomorskie.....	20539	1354609	19432	489	180	121	237	52	3	25
Lubelskie	22944	1600127	21844	512	176	85	241	60	10	16
Lubuskie.....	10909	832861	10344	220	83	67	147	34	1	13
Łódzkie.....	24863	1563315	23636	561	202	118	244	55	9	38
Małopolskie.....	32250	2136851	30624	841	247	135	299	66	3	35
Mazowieckie	46422	3565477	43990	1 095	406	219	469	147	17	79
Opolskie	8321	705394	7767	256	85	59	121	23	3	7
Podkarpackie	17778	1193414	16654	520	202	118	225	38	8	13
Podlaskie	11027	877948	10268	353	150	65	158	15	4	14
Pomorskie.....	22656	1556233	21613	437	165	120	223	63	3	32
Śląskie	42671	3192735	40119	1 209	404	199	534	115	16	75
Świętokrzyskie	13790	819773	13337	205	66	44	102	25	1	10
Warmińsko-Mazurskie...	12654	1050490	11751	421	168	88	169	43	1	13
Wielkopolskie	37294	2727245	35470	806	325	176	373	98	8	38
Zachodniopomorskie	16887	1304047	15952	389	167	95	217	34	10	23

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 36. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2005 R.^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2005^a
As of December 31

Województwa <i>Voivodships</i>	Ogółem <i>Total</i>	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² <i>Sales area of shops in m²</i>	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej <i>Number of shops by size of sales area</i>							
			100 m ² i mniej <i>100 m² and less</i>	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 <i>2501 m² and more</i>
POLSKA POLAND	384001	28064516	362421	9716	3639	1967	4497	1124	105	532
Dolnośląskie.....	26730	2170071	25187	649	287	127	318	101	11	50
Kujawsko-Pomorskie.....	20003	1476310	18828	522	184	134	251	53	2	29
Lubelskie.....	22116	1556973	20948	541	190	89	250	71	10	17
Lubuskie.....	10284	884366	9639	260	85	63	187	33	2	15
Łódzkie.....	27831	1850187	26518	595	225	120	264	61	10	38
Małopolskie.....	32054	2112685	30247	926	283	151	329	77	3	38
Mazowieckie	53832	4046931	51095	1227	477	238	524	162	19	90
Opolskie	8866	677974	8265	270	108	61	125	26	3	8
Podkarpackie.....	19635	1350235	18345	591	239	129	262	43	5	21
Podlaskie	10055	820450	9273	380	145	66	151	22	3	15
Pomorskie.....	21493	1607169	20299	501	194	126	265	71	5	32
Śląskie.....	48812	3575273	45954	1300	455	231	619	153	13	87
Świętokrzyskie.....	11991	738114	11509	209	65	57	113	27	1	10
Warmińsko-Mazurskie...	12513	1074732	11579	417	167	94	185	57	1	13
Wielkopolskie	37929	2786033	35902	894	352	189	415	123	8	46
Zachodniopomorskie	19857	1337013	18833	434	183	92	239	44	9	23

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.