



GŁÓWNY URZĄD STATYSTYCZNY Departament Handlu i Usług

Notatka informacyjna

WYNIKI BADAŃ GUS

Rynek wewnętrzny w 2010 r.

Na stronie internetowej Głównego Urzędu Statystycznego <http://www.stat.gov.pl> ukaże się publikacja pt. **“Rynek wewnętrzny w 2010 r.”** Publikacja prezentuje informacje z zakresu działalności handlowej i usługowej dotyczące wartości i struktury sprzedaży detalicznej oraz hurtowej, infrastruktury handlowej, kształtowania się dynamiki obrotów przedsiębiorstw handlowych i usługowych. Uzupełnieniem informacji o procesach rynkowych jest zaprezentowanie danych dotyczących dostaw i zapasów wybranych produktów oraz ich spożycia.

Wyniki badań prezentowane są w przekrojach terytorialnych oraz według struktury organizacyjnej i formy własności podmiotów.

Sektor usług

W 2010 roku sektor usług¹ wytworzył 64,3% wartości dodanej brutto w gospodarce narodowej i dał miejsca pracy dla 57,4% ogółu pracujących. Wartość dodana wytworzona przez podmioty gospodarki narodowej prowadzące działalność handlową stanowiła 30,3% wartości dodanej w sektorze usług. Jednocześnie w handlu zatrudnionych było 27,6% ogółu pracujących w podmiotach usługowych.

W Polsce obserwowany jest w ostatnich latach rozwój rynku usług związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej², który przyczynił się do wyodrębnienia nowego segmentu usług, zwanych usługami biznesowymi. Mają one drugą co do wielkości udziału pozycję w sektorze usług (po handlu). W 2010 r. wytworzyły 25,1% wartości dodanej brutto całego sektora usług oraz dały 16,9% miejsc pracy w sektorze działalności usługowych.

¹ Sektor usług, zgodnie z przyjętą konwencją, tworzą podmiotowo określone jednostki, których podstawowy rodzaj działalności sklasyfikowano wg PKD 2007 w sekcjach: G - Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle; H - Transport i gospodarka magazynowa; I - Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi; J - Informacja i komunikacja; K - Działalność finansowa i ubezpieczeniowa; L - Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości; M - Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna; N - Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca; O - Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne; P - Edukacja; Q - Opieka zdrowotna i pomoc społeczna; R - Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją; S - Pozostała działalność usługowa; T - Gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników; gospodarstwa domowe produkujące wyroby i świadczące usługi na własne potrzeby; U - Organizacje i zespoły eksterytorialne.

² Do segmentu usług związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej zaliczane są działalności zaklasyfikowane według PKD 2007 do sekcji: J - Informacja i komunikacja; L - Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości; M - Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna oraz N - Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca.

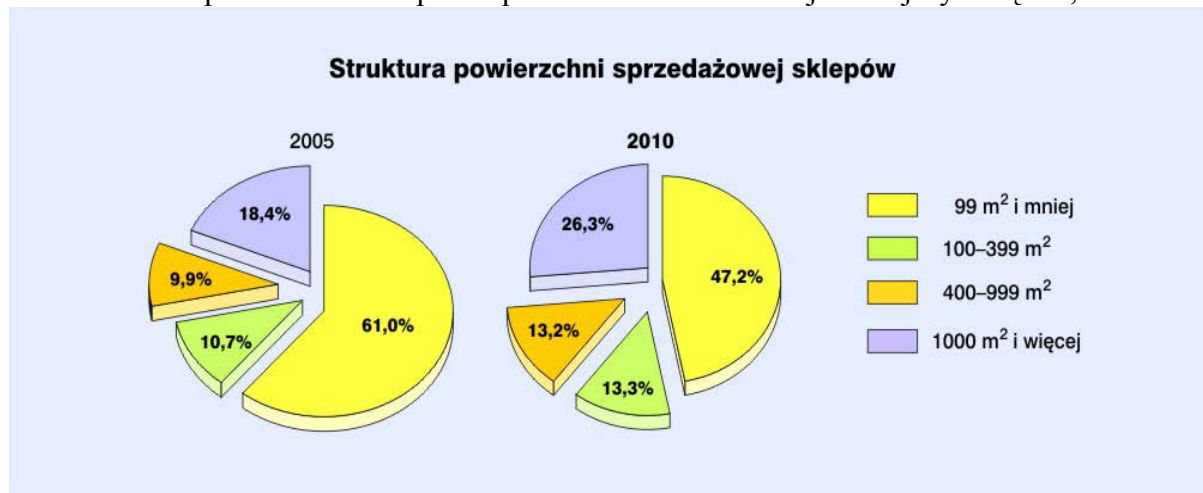
Handel detaliczny i hurtowy

W 2010 r. sprzedaż detaliczna w cenach bieżących zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe wyniosła 593,0 mld zł i była o 1,7% wyższa niż przed rokiem. W punktach sprzedaży detalicznej wartość sprzedanych towarów wyniosła 571,9 mld zł (wzrost o 1,8%), z tego wartość żywności i napojów bezalkoholowych - 156,0 mld zł (wzrost o 2,5%), napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych - 53,8 mld zł (wzrost o 3,3%) i towarów nieżywnościowych - 362,1 mld zł (wzrost o 1,3%). W placówkach gastronomicznych sprzedaż detaliczna wyniosła 21,1 mld zł (wzrost o 0,4%).



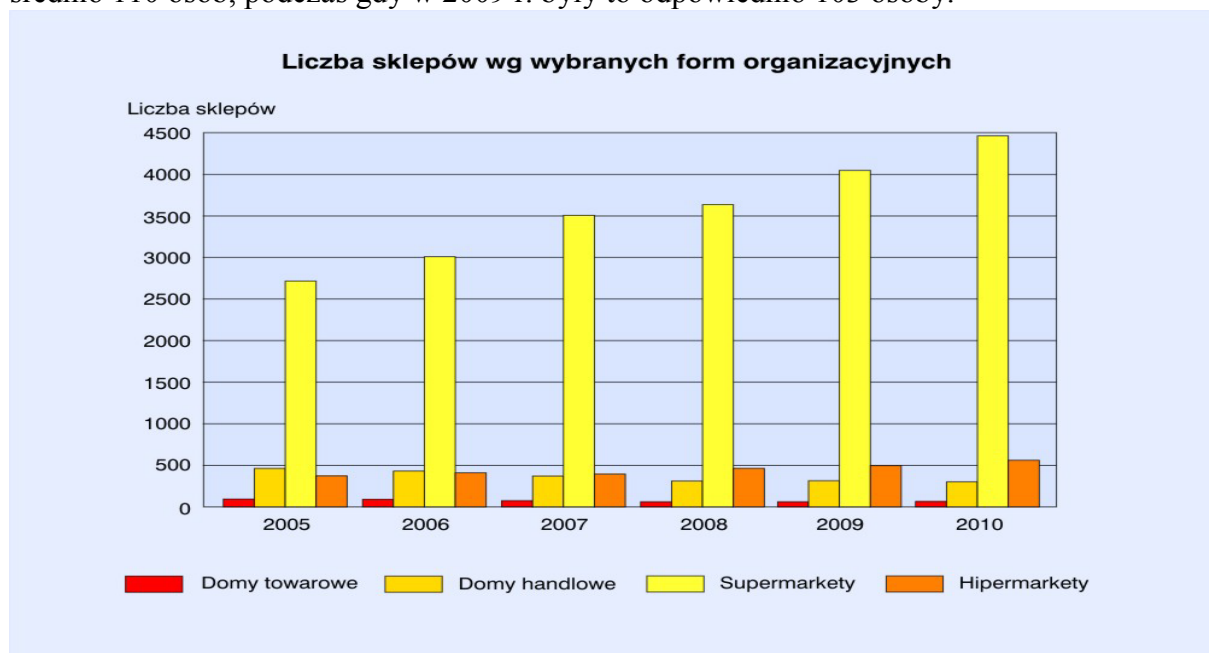
Sprzedaż zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe (w cenach bieżących) stanowiła 86,9% wartości ogółem sprzedaży detalicznej i jej udział spadł o 0,4 pkt. proc. w porównaniu z 2009 r. Pozostała sprzedaż była realizowana przez przedsiębiorstwa, których podstawowym rodzajem działalności nie był handel, lecz inne działalności tj. produkcyjne lub gastronomiczne.

Powierzchnia sprzedażowa sklepów w końcu 2010 r. wyniosła ok. 31 769 tys. m² i była większa niż w roku poprzednim o 0,7%. Wzrost powierzchni zanotowano w sklepach z przedziału 100 m² i więcej przy utrzymującym się od kilku lat spadku powierzchni sklepów z przedziału 99 m² i mniej. Wśród sklepów o powierzchni 100 m² i więcej największy przyrost powierzchni odnotowano w przedziale 400 - 999 m² (o 7,3%) przy wolniejszym wzroście powierzchni sklepów z przedziału 100-399 m² (o 4,6%) i 1000 m² i więcej (o 6,2%). Powierzchnia sprzedażowa sklepów z przedziału 99 m² i mniej zmniejszyła się o 4,7%.



W 2010 r. szacowana liczba sklepów w Polsce wyniosła 346 tys. i była niższa niż przed rokiem o 6,9 %. Wśród wielkopowierzchniowych obiektów handlowych, podobnie jak w latach ubiegłych, najwięcej sklepów przybyło w kategorii supermarketów. Ich liczba zwiększyła się o 420 obiektów (wzrost o 10,4%). Liczba hipermarketów w 2010 r. zwiększyła się o 67 sklepów (wzrost o 13,5%). Obserwując rozwój sieci handlowej przez ostatnie kilka lat można zauważyć, że supermarkety i hipermarkety odgrywają coraz ważniejszą rolę na rynku krajowym.

W związku z zachodzącymi zmianami na rynku na jeden sklep w 2010 r. przypadało średnio 110 osób, podczas gdy w 2009 r. były to odpowiednio 103 osoby.



Sprzedaż hurtowa w 2010 r. w przedsiębiorstwach handlowych wyniosła (w cenach bieżących) ok. 846,5 mld zł i była o 11,4% wyższa niż przed rokiem. Wzrost sprzedaży hurtowej zanotowano w grupie towarów nieżywnościowych o 13,0% oraz w zakresie sprzedaży żywności o 5,8%. Sprzedaż napojów alkoholowych była niższa o 5,2%. Wpłynęło to na strukturę sprzedaży hurtowej, gdzie udział sprzedaży żywności i napojów bezalkoholowych spadł o 0,7 pkt. proc., napojów alkoholowych o 0,5 pkt. proc., natomiast towarów nieżywnościowych wzrósł o 1,2 pkt. proc.



Gastronomia

Przychody ogółem z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły w 2010 r. ok. 21,7 mld zł i w porównaniu z rokiem poprzednim wzrosły o 0,7%. Z produkcji gastronomicznej pochodziło 69,3% tej wartości, 27,9% - ze sprzedaży towarów handlowych (w tym 19,4% ze sprzedaży alkoholu i wyrobów tytoniowych), a 2,8% z pozostałej działalności.

W Polsce wydatki przeznaczane na restauracje i hotele w strukturze spożycia indywidualnego kształtują się wciąż na niskim poziomie w porównaniu z krajami Unii Europejskiej. W 2009 r. udział tych wydatków dla Unii Europejskiej wyniósł 8,5%, w tym dla Polski 2,9% (w 2010 r. 2,3%).

