

Załącznik 3. Objaśnienie terminów

Sprzedaż detaliczna obejmuje sprzedaż towarów własnych i komisowych oraz wartość odsprzedanych materiałów (bez złomu i odpadów) niezużytych w procesie produkcyjnym, zrealizowaną przez punkty sprzedaży detalicznej lub inne punkty sprzedaży (np. sklepy, magazyny) w ilościach wskazujących na zakup na potrzeby indywidualnych nabywców. Sprzedaż detaliczna kierowana jest do konsumenta, tj. osoby fizycznej nabywającej towar dla celów niezwiązanych z działalnością gospodarczą i zawodową (również rolniczą – sekcja A wg PKD), a jedynie do użytku własnego i nieplanującej jego odsprzedaży. Wartość sprzedaży należy podać w cenach płaconych przez konsumenta (łącznie z podatkiem VAT). Wykazywać należy łącznie sprzedaż gotówkową i bezgotówkową. Sprzedaż ratalna powinna być zaliczana do sprzedaży w pełnej wartości sprzedanych na raty towarów w okresie sprawozdawczym, tj. wartość pierwszej raty wpłaconej gotówką oraz wartość sumy uwidocznionej na czekach.

Sprzedaż hurtowa towarów jest to działalność polegająca na odsprzedaży zakupionych towarów we własnym imieniu, zwykle nieostatecznym odbiorcom (innym hurtownikom, detalistom, producentom – w tym producentom rolnym). Wartość sprzedaży hurtowej w cenach realizacji (łącznie z VAT) obejmuje wartość sprzedanych towarów z magazynów hurtowych, własnych bądź użytkowanych, w których składowane towary stanowią własność jednostki sprawozdawczej. Wartość sprzedaży hurtowej materiałów, odpadów oraz złomu, odsprzedanych poprzez hurtownie, wykazują tylko te jednostki, które prowadzą działalność w zakresie sprzedaży hurtowej półproduktów, odpadów oraz złomu. Do wartości sprzedaży hurtowej zalicza się wartość sprzedaży zrealizowanej na zasadzie bezpośredniej płatności lub kontraktu (agencji, aukcjonerzy), jak również wartość sprzedaży zrealizowanej poprzez tranzyt rozliczany (refakturowany) polegający na przekazywaniu towarów bezpośrednio od dostawcy do odbiorcy z pominięciem magazynów jednostki, która tę dostawę realizuje. Dostawca (producent) wystawia fakturę dla jednostki handlowej, która refakturuje dostawę, realizując część marży handlowej.

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

Sprzedaż napojów alkoholowych obejmuje: wyroby spirytusowe czyste oraz gatunkowe tj. napoje alkoholowe o zawartości powyżej 18% alkoholu; wina (gronowe owocowe, musujące), napoje typu win (aperitify, cocktaile, kordiały), miody pitne; piwo niezależnie od zawartości alkoholu i ekstraktu.

Towary nieżywnościowe (konsumpcyjne i niekonsumpcyjne) – są to towary służące do zaspokajania potrzeb konsumentów (gospodarstw domowych) zarówno w zakresie ubioru, urządzenia mieszkania/domu, higieny osobistej i ochrony zdrowia, zaspokajania potrzeb kulturalnych i rekreacyjnych oraz materiały budowlane, jak również towary zużywane na własne potrzeby w gospodarstwach rolnych. Do tej grupy towarów zalicza się między innymi: odzież, obuwie, meble, artykuły elektrotechniczne i metalowe gospodarstwa domowego, opał, środki myjące i piorące, leki, wydawnictwa, wyroby tytoniowe, elektroniczny sprzęt powszechnego użytku, zabawki, samochody, motocykle, rowery, a także maszyny, urządzenia i narzędzia rolnicze, nawozy mineralne, środki ochrony roślin, pasze, nasiona siewne, drzewka, sadzonki, zwierzęta hodowlane, wyroby hutnicze, metalowe i elektrotechniczne (np. blachy ocynkowane, grzejniki c.o., armatura sieci domowej), materiały budowlane mineralne i drewnne, produkty naftowe.

Obroty, tj. przychody ze sprzedaży obejmują wartość sprzedanych na zewnątrz przedsiębiorstwa produktów (wyrobów gotowych i usług) oraz towarów 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).

Wolumen sprzedaży odpowiada danym o przychodach netto ze sprzedaży produktów i towarów w cenach stałych.

Jednostka rodzaju działalności (JRD) to jednostka równa przedsiębiorstwu lub stanowiąca jego część, której wyniki działalności powinny być wyodrębnione dla celów statystycznych ze względu na jej znaczenie na poziomie przedsiębiorstwa lub danej działalności w kraju. Działalność przedsiębiorstwa (składającego się z jednej lub więcej jednostek prawnych) określana jest na poziomie 4-cyfrowym (klasa) Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD). Rodzaj działalności o najwyższym udziale przychodów ze sprzedaży w przedsiębiorstwie określany jest jako podstawowa działalność. Z pozostałych, wyodrębnionych drugorzędnych rodzajów działalności, za istotną uznawana jest ta działalność, której udział pod

względem przychodów ze sprzedaży lub pracujących przekracza próg 20% na poziomie przedsiębiorstwa lub próg 3% na poziomie krajowym.

Jednostki statystyczne, w tym przedsiębiorstwo oraz jednostka rodzaju działalności, zdefiniowane są w Rozporządzeniu Rady (EWG) nr 696/93 z dnia 15 marca 1993 r. w sprawie jednostek statystycznych do celów obserwacji i analizy systemu produkcyjnego we Wspólnocie.

Sklep jest to stały punkt sprzedaży detalicznej, posiadający specjalne pomieszczenie tj. lokal sklepowy z oknem wystawowym oraz z wnętrzem dostępnym dla klientów. Może on stanowić jednozakładowe przedsiębiorstwo lub może być jednym z zakładów przedsiębiorstwa wielozakładowego (wielosklepowego). Sklep może znajdować się w samodzielnym budynku lub w budynkach innych np. mieszkalnych. Jeżeli w dużych sklepach część powierzchni sprzedażowej została wydierżawiona przez inną osobę prawną lub fizyczną, która na tej części powierzchni prowadzi sprzedaż detaliczną na własny rachunek, to ta część stanowi odrębny sklep.

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 zaspokajania określonych potrzeb, np. ubioru, wyposażenia mieszkań, sklepy motoryzacyjne, meblowe, sportowe, zielarskie itp.

Apteki – stałe punkty sprzedaży detalicznej spełniające warunki sklepu, w których osoby uprawnione świadczą w szczególności usługi farmaceutyczne obejmujące: wydawanie produktów leczniczych i wyrobów medycznych, sporządzanie leków recepturowych, sporządzanie leków aptecznych, udzielanie informacji o produktach leczniczych i wyrobach medycznych.

Stacje paliw – punkty sprzedaży detalicznej: benzyny, oleju napędowego, gazu LPG, innych paliw, płynów chłodzących, środków czyszczących itp.

Pozostałe sklepy – sklepy o powierzchni sal sprzedażowych do 119 m² prowadzące sprzedaż głównie towarów żywnościowych codziennego użytku oraz często nabywanych towarów nieżywnościowych.

Powierzchnia sprzedażowa sklepu/apteki – podawana w pełnych metrach kwadratowych jest to część lokalu sklepowego, na której odbywa się sprzedaż towarów (tzn. część przeznaczona do eksponowania towarów i obsługi nabywców).

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 ruchomych punktów sprzedaży detalicznej i automatów sprzedażowych.

Restauracje są to zakłady gastronomiczne dostępne dla ogółu konsumentów, z pełną obsługą kelnerską, oferujące szeroki i zróżnicowany asortyment potraw i napojów, podawany konsumentom według karty jadłospisowej.

Bary to 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 są to placówki zbiorowego żywienia zapewniające określonym grupom konsumentów posiłki, głównie obiady ale także śniadania i kolacje.

Punkty gastronomiczne są to placówki gastronomiczne prowadzące ograniczoną działalność gastronomiczną, takie jak: smażalnie, pijalnie, lodziarnie, bufety w kinach, na stadionach, działalność cateringowa itp.

Przychody z działalności gastronomicznej (łącznie z podatkiem VAT) stanowią przychody uzyskane ze sprzedaży:

- towarów handlowych zakupionych i odsprzedawanych w niezmienionej postaci po ewentualnym konfekcjonowaniu, w tym napojów alkoholowych, wyrobów tytoniowych;
- produkcji gastronomicznej – wyrobów kulinarnych, ciastkarskich i innych wytworzonych we własnym zakresie;
- świadczonych usług – np. wpływy z tytułu opłat za korzystanie z szatni, przechowalni bagażu, obsługi parkingów, z tytułu działalności rozrywkowej, za zorganizowanie przyjęć poza zakładem i w zakładzie, za wypożyczenie sali itp.