



GŁÓWNY URZĄD STATYSTYCZNY
CENTRAL STATISTICAL OFFICE

RYNEK WEWNĘTRZNY W 2007 R.

INTERNAL MARKET IN 2007

**Information
and statistical
papers**

**Informacje
i opracowania
statystyczne**

Warszawa 2008

SPIS TREŚCI

	Tablica	Strona
Przedmowa	x	3
Wykaz skrótów.....	x	4
I. UWAGI METODYCZNE.....	x	6
II. KOMENTARZ ANALITYCZNY	x	21
1. Usługi	x	21
2. Handel wewnętrzny	x	32
Obroty przedsiębiorstw handlowych	x	38
Sprzedaż detaliczna	x	42
Punkty sprzedaży detalicznej.....	x	44
Gastronomia.....	x	46
Sprzedaż hurtowa.....	x	48
Zaopatrzenie rynku	x	49
III. TABLICE.....	x	53
Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w rejestrze REGON według sekcji PKD (2006 r., 2007 r.)	1	54
Wartość dodana brutto według sekcji w latach 2000 – 2007 (ceny bieżące)	2	55
Pracujący według sekcji (2000 – 2007 r.)	3	57
Przeciętne zatrudnienie, przeciętne miesięczne wynagrodzenia brutto według sekcji w 2007 r.	4	58
Liczba podmiotów gospodarki narodowej (2006 r., 2007 r.)	5	59
Przedsiębiorstwa według liczby prowadzonych sklepów (2006 r., 2007 r.)	6	60
Przedsiębiorstwa handlowe według liczby prowadzonych magazynów (2005 r., 2006r.)	7	61
Sklepy i stacje paliw według form organizacyjnych (2006 r., 2007 r.).....	8	62
Wybrane formy organizacyjne sklepów według województw w 2007 r.	9	63
Struktura sklepów i stacji paliw według form organizacyjnych i form własności w 2007 r.	10	64
Struktura sklepów według form własności w województwach w 2007 r.	11	65
Sklepy i stacje paliw według specjalizacji (2006 r., 2007 r.)	12	66
Sklepy według powierzchni sprzedażowej i województw w 2007 r.	13	67
Sklepy i stacje paliw według województw (2006 r., 2007 r.)	14	68
Wybrane dane o sklepach i stacjach paliw według województw w 2007 r.	wykres	69
Struktura sprzedaży detalicznej w sklepach i stacjach paliw w 2007 r.	15	70
Dynamika sprzedaży detalicznej według rodzajów działalności (ceny bieżące; 2006 r., 2007 r.)....	16	72
Struktura sprzedaży detalicznej według rodzajów działalności (2006 r., 2007 r.)	17	73
Targowiska według województw (2006 r., 2007 r.).....	18	74
Magazyny handlowe według województw w 2006 r.	19	75
Struktura magazynów zamkniętych w przedsiębiorstwach handlowych wg form własności w 2006 r. ..	20	76
Struktura przychodów ze sprzedaży przedsiębiorstw hurtowych wg typu klientów (2005 r., 2006 r.)....	21	77
Struktura zakupów towarów według typu dostawców (2005 r., 2006 r.)	22	78
Handel i naprawy w 2006 r.	23	79
Dostawy wybranych towarów konsumpcyjnych w 2007 r.....	24	80
Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2007 r.	wykres	83
Zapasy wybranych wyrobów u producentów w 2007 r.....	25	84
Spożycie wybranych artykułów konsumpcyjnych na 1 mieszkańca (1990-2007).....	26	87
Dynamika obrotów w handlu detalicznym (2000-2007) ceny bieżące	27	89
Dynamika obrotów w handlu detalicznym (2000-2007) ceny stałe	28	90
Miesięczne wskaźniki obrotów w handlu detalicznym krajów UE w 2007 r. - ceny stałe.....	29	91
Procentowa zmiana miesięcznych obrotów w handlu detalicznym krajów UE w 2007 r. - ceny stałe....	30	92
Ważniejsze dane dotyczące handlu wewnętrznego w latach 1995 - 2006.	31	93
IV. ANEKS	x	95

PRZEDMOWA

Niniejsza publikacja jest kolejną edycją opracowania “Rynek wewnętrzny” wydawanego co roku przez Główny Urząd Statystyczny w serii „Informacje i opracowania statystyczne”. Od 2004 roku dostępna jest wyłącznie w formie elektronicznej w Internecie.

W publikacji wykorzystano głównie dane ze sprawozdań obejmujących wszystkie typy podmiotów prowadzących działalność handlową, niezależnie od ich struktury organizacyjnej czy formy własności. Zaprezentowane wyniki badań i opracowań statystycznych umożliwiają ocenę tendencji i kierunków zmian w handlu wewnętrznym na tle rozwoju sfery usług.

Całość opracowania składa się z trzech części: uwag metodologicznych zawierających definicje pojęć, opisy badań i źródła informacji, komentarza analitycznego z krótką opisowo-tabelaryczną analizą wyników badań oraz części tabelarycznej stanowiącej główny zakres tematyczny publikacji.

Publikacja opracowana została w Wydziale Statystyki Handlu i w Wydziale Usług Biznesowych.

Oddając do Państwa rąk “Rynek wewnętrzny w 2007 r.” serdecznie dziękujemy wszystkim osobom i instytucjom za przekazanie informacji oraz uwag, które przyczynią się do kształtowania i wzbogacania treści kolejnych wydań tej publikacji.

Dyrektor
Departamentu Handlu i Usług

Ewa Adach-Stankiewicz

* *

*

PREFACE

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

Data presented in the 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 and Business Services Section.

Presenting you with the 2007 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
Trade and Services Division

Ewa Adach-Stankiewicz

Wykaz skrótów *List of abbreviations*

Klasyfikacje *Classifications*

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

Ważniejsze skróty *Major abbreviations*

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

Znaki umowne *Symbols*

Kreska (-)	-	zjawisko nie wystąpiło; <i>magnitude zero;</i>
Zero: (0)	-	zjawisko istniało w wielkości mniejszej od 0,5; <i>magnitude not zero, but less than 0,5 of a unit;</i>
(0,0)	-	zjawisko istniało w wielkości mniejszej od 0,05; <i>magnitude not zero, but less than 0,05 of a unit;</i>
Kropka (.)	-	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. 8; <i>categories of applied classification are presented in abbreviated form; their full names are given in the methodological notes – page 8;</i>
“W tym” “Of which”	-	oznacza, że nie podaje się wszystkich składników sumy; <i>indicates that not all elements of the sum are given;</i>

Kody krajów*Codes of countries*

AT – Austria (*Austria*)
 BE – Belgia (*Belgium*)
 BG – Bułgaria (*Bulgaria*)
 CY – Cypr (*Cyprus*)
 CZ – Republika Czeska (*Czech Republic*)
 DE – Niemcy (*Germany*)
 DK – Dania (*Denmark*)
 EE – Estonia (*Estonia*)
 EL – Grecja (*Greece*)
 ES – Hiszpania (*Spain*)
 FI – Finlandia (*Finland*)
 FR – Francja (*France*)
 HU – Węgry (*Hungary*)
 IE – Irlandia (*Ireland*)
 IT – Włochy (*Italy*)
 LT – Litwa (*Lithuania*)
 LU – Luksemburg (*Luxembourg*)
 LV – Łotwa (*Latvia*)
 MT – Malta (*Malta*)
 NL – Niderlandy (*Netherlands*)
 NO – Norwegia (*Norway*)
 PL – Polska (*Poland*)
 PT – Portugalia (*Portugal*)
 RO – Rumunia (*Romania*)
 SI – Słowenia (*Slovenia*)
 SK – Słowacja (*Slovakia*)
 SE – Szwecja (*Sweden*)
 UK – Wielka Brytania (*United Kingdom*)

Przyjęte grupowania:

- **UE 15** (15 krajów – członków UE przed 1 maja 2004 r.: Austria, Belgia, Dania, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Irlandia, Luksemburg, Niderlandy, Niemcy, Portugalia, Szwecja, Wielka Brytania, Włochy).
- **UE 27** (27 krajów – obecnych członków UE : Austria, Belgia, Bułgaria, Cypr, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Irlandia, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Malta, Niderlandy, Niemcy, Polska, Portugalia, Republika Czeska, Rumunia, Słowacja, Słowenia, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy).
- **Euro-zone – Strefa Euro** (13 krajów Unii Gospodarczo-Walutowej: Austria, Belgia, Francja, Finlandia, Grecja, Hiszpania, Irlandia, Luksemburg, Niderlandy, Niemcy, Portugalia, Słowenia, Włochy).

Accepted groupings:

- **EU 15** (15 countries-members of EU before May 1st, 2004: Austria, Belgium, Denmark, Finland, France, Greece, Spain, Ireland, Luxembourg, Netherlands, Germany, Portugal, Sweden, United Kingdom, Italy).
- **EU 27** (27 countries-members of EU: Austria, Belgium, Bulgaria, Cyprus, Denmark, Estonia, Finland, France, Greece, Spain, Ireland, Lithuania, Luxembourg, Latvia, Malta, Netherlands, Germany, Poland, Portugal, Czech Republic, Romania, Slovakia, Slovenia, Sweden, Hungary, United Kingdom, Italy).
- **Euro-zone** (13 countries-members of Economic and Monetary Union: Austria, Belgium, Finland, France, Greece, Spain, Ireland, Luxembourg, Netherlands, Germany, Portugal, Slovenia, Italy).

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

I. UWAGI METODYCZNE

METHODOLOGICAL NOTES

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

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

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

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

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

Zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności (PKD 2004) - obowiązującą od 1 stycznia 2004 r do 1 stycznia 2008 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 rolniczego 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 pomagającymi członkami ich rodzin) jednostek prowadzących działalność gospodarczą (z wyłączeniem wspólników spółek, którzy nie pracują w spółce);
 - osoby pracujące na własny rachunek;
- 3) agentów pracujących na podstawie umów agencyjnych i umów na warunkach zlecenia (łącznie z pomagającymi członkami ich rodzin oraz osobami zatrudnionymi przez agentów);
- 4) osoby wykonujące pracę nakładczą;
- 5) członków spółdzielni produkcji rolniczej, tj. członków RSP oraz powstałych na ich bazie spółdzielni o innym profilu produkcyjnym, w odniesieniu do których funkcjonuje prawo spółdzielcze, a także członków spółdzielni kółek rolniczych.

Przeciętne zatrudnienie dotyczy pracowników pełnozatrudnionych oraz niepełnozatrudnionych w przeliczeniu na pełnozatrudnionych, bez zatrudnionych poza granicami kraju.

Przeciętne wynagrodzenie miesięczne (nominalne) przypadające na 1 zatrudnionego obliczono przyjmując:

- wynagrodzenia osobowe, bez wynagrodzeń osób wykonujących pracę nakładczą oraz uczniów, a także osób zatrudnionych za granicą,
- wypłaty z tytułu udziału w zysku i w nadwyżce bilansowej w spółdzielniach,
- dodatkowe wynagrodzenia roczne dla pracowników jednostek sfery budżetowej,
- honoraria wypłacone niektórym grupom pracowników za prace wynikające z umowy o pracę, np. dziennikarzom, realizatorom filmów, programów radiowych i telewizyjnych.

Dane o wynagrodzeniach podaje się w ujęciu brutto, tj. łącznie z zaliczkami na poczet podatku dochodowego od osób fizycznych oraz od 1999 r. ze składkami na obowiązkowe ubezpieczenia społeczne (emerytalne, rentowe i chorobowe) płaconymi przez ubezpieczonego pracownika.

¹ Wg formularza Z-06 .

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

Marża handlowa brutto występuje w postaci:

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

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

PRODUKCJA GLOBALNA w sektorze przedsiębiorstw obejmuje:

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

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 badaniu H-01/k ok. 1,3%.

Obroty² przedsiębiorstw handlowych dla działów 50 i 52 prezentowane są na wykresach w formie dynamik w cenach stałych, gdzie okresem bazowym jest rok 2000. Dla odzwierciedlenia zjawisk zachodzących w dłuższym okresie czasu wraz z danymi źródłowymi przedstawiony jest trend. Trend ten wygenerowany jest w wyniku przeprowadzenia dekompozycji szeregu czasowego, czyli wyodrębnienia z ciągu obserwacji poszczególnych składowych, mających wpływ na kształtowanie się danego zjawiska. Poza trendem określanym jako tendencja rozwojowa, w szeregu czasowym można wyróżnić następujące, pozostałe składowe: wahania cykliczne (ujmowane często łącznie z trendem), wahania sezonowe oraz zakłócenia losowe. Składowa sezonowa to odchylenia wartości szeregu o charakterze okresowym, natomiast składowa losowa oznacza odchylenia o charakterze przypadkowym. Występowanie tych zmian uniemożliwia interpretację zachodzących zmian długookresowych oraz zakłóca porównywalność sąsiadujących okresów np. miesięcy grudzień - styczeń. Eliminacja z szeregu czynników sezonowych i losowych pozwala na badanie ogólnych kierunków zmian zjawisk

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

ekonomicznych, zachodzących w długim okresie czasu, zwiększa możliwość porównania tendencji występujących w różnych regionach czy krajach, a także pomaga w planowaniu i prognozowaniu.

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

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

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

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

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

SPRZEDAŻ NAPOJÓW ALKOHOLOWYCH obejmuje:

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

PUNKTY SPRZEDAŻY DETALICZNEJ są to placówki handlowe obejmujące:

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

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

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

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

Wyróżniamy następujące formy organizacyjne sklepów:

- **domy towarowe** są to wielodziałowe sklepy o powierzchni sal sprzedażowych 2000 m² i więcej, prowadzące sprzedaż szerokiego i uniwersalnego asortymentu towarów nieżywnościowych, a często także towarów żywnościowych: mogą również prowadzić pomocniczą działalność gastronomiczną i usługową,
- **domy handlowe** są to wielodziałowe (przynajmniej dwa działy branżowe) sklepy o powierzchni sal sprzedażowych od 600 m² do 1999 m², prowadzące sprzedaż towarów o podobnym asortymencie jak w domach towarowych,
- **supermarkety** są to sklepy o powierzchni sprzedażowej od 400 m² do 2499 m² prowadzące sprzedaż głównie w systemie samoobsługowym, oferujące szeroki asortyment artykułów żywnościowych oraz artykuły nieżywnościowe częstego zakupu,
- **hipermarkety** są to sklepy o powierzchni sprzedażowej od 2500 m² prowadzące sprzedaż głównie w systemie samoobsługowym, oferujące szeroki asortyment artykułów żywnościowych i nieżywnościowych częstego zakupu, zwykle z parkingiem samochodowym,
- **sklepy powszechne** są to sklepy prowadzące sprzedaż głównie towarów żywnościowych codziennego użytku, o powierzchni sal sprzedażowych od 120 do 399 m²,
- **sklepy wyspecjalizowane** są to sklepy prowadzące sprzedaż szerokiego asortymentu artykułów do kompleksowego zaspokojenia określonych potrzeb, np. ubioru, wyposażenia mieszkań, sklepy motoryzacyjne, meblowe, sportowe itp,
- **pozostałe sklepy** są to sklepy o powierzchni sal sprzedażowych do 119 m², prowadzące sprzedaż głównie towarów żywnościowych codziennego użytku oraz często nabywanych towarów nieżywnościowych,
- **apteki** - stałe punkty sprzedaży detalicznej spełniające warunki sklepu, w których prowadzi się sprzedaż wyrobów farmaceutycznych lub zielarskich,
- **stacje paliw** - punkty sprzedaży detalicznej paliw, benzyny, oleju napędowego, płynów chłodzących, środków czyszczących itp.

Liczbę sklepów i stacji paliw wg stanu w dniu 31 XII w podziale wg specjalizacji branżowej i wg form organizacyjnych ustalono na podstawie:

- wykazów sklepów sporządzonych przez jednostki o liczbie pracujących 10 i więcej osób realizujące sprzedaż detaliczną (sprawozdanie H-01w),
- kartoteki do badania jednostek lokalnych przedsiębiorstw o liczbie pracujących 9 i mniej osób sporządzonej przez Centralny Ośrodek Informatyki Statystycznej w oparciu o Bazę Jednostek Statystycznych.

Powierzchnia sprzedażowa sklepu - część lokalu sklepowego przeznaczona na ekspozycję towarów oraz sprzedaż (tzn. część przeznaczona do eksponowania towarów i obsługi nabywców), mierzona w m².

Do **pracujących w sklepie** zalicza się faktycznie pracujących w sklepie: właścicieli, współwłaścicieli oraz pomagających dorosłych członków rodziny, a także zatrudnionych na podstawie umowy o pracę, łącznie z sezonowymi i pracującymi dorywczo, agentów oraz osoby zatrudnione przez agentów.

STAŁE PUNKTY SPRZEDAŻY DROBNODETALICZNEJ:

- **kiosk** - stanowi pomieszczenie stałe, zamykane z oknem wystawowym, którego wnętrze nie jest dostępne dla klienta,
- **stragan** - skonstruowany z urządzeń przenośnych, służących do wyłożenia i sprzedaży towarów w stałym miejscu sprzedaży,
- **magazyn** u producenta lub handlowy prowadzący sprzedaż detaliczną.

POZOSTAŁE PUNKTY SPRZEDAŻY DROBNODETALICZNEJ (o charakterze ruchomych stoisk):

- punkty sprzedaży obwoźnej,
- punkty sprzedaży obnośnej,

są to różnego rodzaju punkty sprzedaży detalicznej bez stałej lokalizacji w terenie, których zadaniem jest dotarcie bezpośrednio do klienta. Przeznaczone są głównie do obsługi terenów o rozproszonej zabudowie (osiedli podmiejskich, terenów turystycznych, wczasowisk itp.). Oferowany asortyment to przede wszystkim artykuły, nie wymagające specjalnej decyzji zakupu i wyboru towaru.

TARGOWISKA - wyodrębnione tereny lub budowle (plac, ulica, hala targowa) ze stałymi, względnie sezonowymi punktami sprzedaży drobnodetalicznej lub urządzeniami przeznaczonymi do prowadzenia handlu, codziennie lub w wyznaczone dni tygodnia.

TARGOWISKA SEZONOWE są to place i ulice, gdzie uruchamiane są na okres do 6 miesięcy punkty handlowe, w związku ze wzmożonym ruchem nabywców (np. nadmorski ruch urlopowy) i działalność ta jest ponawiana w kolejnych sezonach.

SPRZEDAŻ HURTOWA (łącznie z podatkiem VAT) – jest to działalność polegająca na odsprzedaży zakupionych towarów we własnym imieniu, zwykle nieostatecznym odbiorcom (innym hurtownikom, detalistom, producentom). Obejmuje sprzedaż towarów z magazynów handlowych, własnych bądź użytkowanych, w których składowane towary stanowią własność przedsiębiorstwa handlowego. Do wartości sprzedaży hurtowej zalicza się również wartość sprzedaży zrealizowanej na zasadzie

bezpośredniej płatności lub kontraktu (agenci, aukcjonerzy), jak również wartość sprzedaży zrealizowanej przez tranzyt rozliczany, polegający na przekazywaniu towarów bezpośrednio od dostawcy do odbiorcy z pominięciem magazynów, które tę dostawę realizują.

MAGAZYNY HANDLOWE³ - magazyny jednostek zajmujących się obrotem towarami.

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

Magazyny handlowe zajmują:

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

Magazyny hurtu – podstawowe jednostki handlu hurtowego; mogą to być wolnostojące budynki (tzw. magazyny zamknięte), pomieszczenia zadane (tzw. wiaty), silosy i zbiorniki oraz place składowe.

Powierzchnia składowa magazynów - stanowi część powierzchni budynków magazynowych (tzw. magazynów zamkniętych), pomieszczeń zadanych (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,

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

- **bary** - placówki gastronomiczne prowadzące działalność o charakterze zbliżonym do restauracji z ograniczonym asortymentem potraw i towarów popularnych. Do tej grupy zaliczamy: jadłodajnie, bary (uniwersalne, szybkiej obsługi, przekąskowe, mleczne), bistra oraz kawiarnie, herbaciarnie, winiarnie, piwiarnie,
- **stołówki** - placówki zbiorowego żywienia zapewniające określonym grupom konsumentów, posiłki (głównie obiady), ale także śniadania i kolacje,
- **punkty gastronomiczne** - placówki gastronomiczne prowadzące ograniczoną działalność gastronomiczną, takie jak: smażalnie, pijalnie, lodziarnie, bufety w kinach, na stadionach itp.

PRZYCHODY Z DZIAŁALNOŚCI GASTRONOMICZNEJ (łącznie z podatkiem VAT) - stanowią przychody uzyskane ze sprzedaży:

- **towarów handlowych** zakupionych i odsprzedawanych w niezmienionej postaci po ewentualnym konfekcjonowaniu, w tym napojów alkoholowych,
- **produkcji gastronomicznej** - wyrobów kulinarnych, ciastkarskich i innych wytworzonych na własne potrzeby,
- **świadczonej usług** - np. wpływy z tytułu opłat za korzystanie z szatni, przechowalni bagażu, obsługi parkingów, z tytułu działalności rozrywkowej, za zorganizowanie przyjęć poza zakładem i w zakładzie, za wypożyczenie sali itp.

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

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

ZAPASY PRODUKTÓW GOTOWYCH WŁASNEJ PRODUKCJI obejmują: wyroby gotowe, wykonane usługi, zakończone roboty, w tym także budowlano-montażowe, zlecone prace naukowo-badawcze, prace projektowe, geodezyjno-kartograficzne itp. wycenione według technicznego kosztu ich wytworzenia.

ZAPASY TOWARÓW są to rzeczowe składniki aktywów obrotowych nabyte w celu odsprzedaży według rzeczywistych cen zakupu (nabycia).

ZAPASY TOWARÓW W MAGAZYNACH HURTOWYCH – są to towary znajdujące się w magazynach własnych jednostek handlowych, realizujących sprzedaż hurtową oraz towary stanowiące własność tych jednostek, a znajdujące się w magazynach obcych.

Nie zalicza się do zapasów w magazynach hurtowych, towarów obcych składowanych na warunkach umownych oraz towarów zareklamowanych i pozostawionych do dyspozycji dostawców.

ZAPASY TOWARÓW W MAGAZYNACH DETALU – są to towary w magazynach jednostek detalicznych.

SPOŻYCIE NIEKTÓRYCH ARTYKUŁÓW KONSUMPCYJNYCH NA 1 MIESZKAŃCA - źródłem opracowania są informacje o: wielkości krajowej produkcji, imporcie, eksporcie, zapasach w magazynach producentów i w przedsiębiorstwach handlowych. W przypadku niektórych produktów pochodzenia rolnego (ziarno 4 zbóż w przeliczeniu na przetwory, ziemniaki, warzywa i owoce) produkcję pomniejszono o zużycie tych produktów na cele produkcyjne (siew, spasanie, surowce dla 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-01w, H-01g, DG-1, F-01/I-01, SP, P-01, P-01mutacja, a dla jednostek o liczbie pracujących powyżej 49 osób - sprawozdanie P-02. Wykorzystuje się również dokument odprawy celnej SAD, deklaracje INTRASTAT oraz sprawozdanie SG-01 „Statystyka gminy”.

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

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

Ponadto do oceny działalności handlowej 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.

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

Rodzaje działalności w zakresie sprzedaży detalicznej:

Wyszczególnienie	Jednostki produkcyjne (niehandlowe) wg PKD	Jednostki handlowe		Seksja H
		seksja G		
		hurtowe	detaliczne	gastronomiczne
Pojazdy samochodowe, motocykle, części	3410,3420,3430, 3541,3543,		5010,5030,5040	-
Paliwa stałe, ciekłe i gazowe	2310,2320,	5151	5050	-
Żywność, napoje i wyroby tytoniowe	1541-1543, 1551,1552, 1561, 1562, 1583-1589, 1531-1533, 1511-1513, 1520, 1581, 1582, 1591-1596, 1598,	5117, 5133, 5136, 5137-5139, 5131, 5132, 5134	5211, 5221, 5222, 5223, 5224, 5225, 5226, 5227	-
Pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach			5212	-
Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny	2451,2452,2441, 2442,3310	5145, 5146	5233, 5231,5232	-
Włókno, odzież, obuwie	1711-1717, 1721-1725, 1730,1740, 1751-1754, 1760, 1771, 1772, 1821-1824, 1810, 1830, 1910,1920, 1930	5116,5124,5141, 5142	5241,5242, 5243,	-
Meble, rtv, agd	3150, 3611-3615, 3230	5115, 5143, 5147	5244, 5245,5246	-
Prasa, książki, pozostała sprzedaż w 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. 26) przyjęto liczbę ludności według stanu w dniu 30 VI. Dane za lata 1989 - 2001 zostały zmienione w wyniku przyjęcia do przeliczeń skorygowanej liczby ludności uwzględniającej ludność zbilansowaną w oparciu o wyniki Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań 2002.
5. Przy przeliczaniu danych dotyczących liczby ludności przypadającej na jeden sklep (tabl. 14) przyjęto liczbę ludności według stanu w dniu 31 XII.
6. Od 2004 r. dane o sieci sklepów i stacji paliw, dla jednostek, w których liczba pracujących nie przekracza 9 osób, oszacowano w oparciu o wyniki badania reprezentacyjnego przeprowadzonego na 5% próbie tych jednostek (SP-3). Zmiana metody opracowania danych jest konsekwencją braku zasilania Rejestru REGON w informację o formie organizacyjnej podmiotu. 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.
7. Dane o sprzedaży detalicznej i hurtowej, przychodach z działalności gastronomicznej i placówkach gastronomicznych oraz sieci sklepów i stacji paliw za 2007 r. są danymi wstępnymi.
8. Kategoria "UE 27" obejmuje dane dla 27 członków w całym analizowanym okresie 2000 - 2007. Dane dla krajów, które przystąpiły do UE w późniejszym okresie zostały uzupełnione za wcześniejsze lata.

II. KOMENTARZ ANALITYCZNY

ANALITICAL NOTES

1. Usługi

Services

W gospodarce światowej znaczenie sektora usług stale wzrasta. Świadczy o tym rosnący udział tego sektora w tworzeniu wartości dodanej, jak również miejsc pracy. Pod względem wartości dodanej największą rolę sektor usług odgrywa w Luksemburgu, gdzie w 2006 roku jego udział stanowił 84,9% ogółu wartości dodanej wytworzonej w gospodarce narodowej tego kraju. Wśród nowo przyjętych krajów Unii Europejskiej, nie biorąc pod uwagę Cypru i Malty, w 2006 roku najwyższy udział sektora usług w tworzeniu wartości dodanej odnotowano na Łotwie – 74,9%, w Estonii – 67,7% i na Węgrzech – 65,0%. Dla porównania w Stanach Zjednoczonych przedsiębiorstwa usługowe wygenerowały 77,1% ogółu wartości dodanej brutto wytworzonej w gospodarce tego kraju, we Francji – 77,3%, a w Niemczech – 69,0%.

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.....	1995	67,0	Malta	1995	68,8
<i>Austria</i>	2006	67,6	<i>Malta</i>	2006	74,6
Belgia	1995	70,2	Niderlandy.....	1995	69,2
<i>Belgium</i>	2006	74,7	<i>Netherlands</i>	2006	73,2
Bulgaria	1995	51,9	Niemcy	1995	66,5
<i>Bulgaria</i>	2006	60,0	<i>Germany</i>	2006	69,0
Cypr	1995	72,4	Polska	1995	56,9
<i>Cyprus</i>	2006	77,6	<i>Poland</i>	2006	64,6
Dania	1995	71,4	Portugalia	1995	66,0
<i>Denmark</i>	2006	72,3	<i>Portugal</i>	2006	72,4
Estonia	1995	62,7	Republika Czeska	1995	56,7
<i>Estonia</i>	2006	67,7	<i>Czech Republic</i>	2004	59,7
Finlandia	1995	62,9	Rumunia	1995	49,3 ^d
<i>Finland</i>	2006	65,1	<i>Romania</i>	2006	52,6
Francja	1995	73,9 ^b	Słowacja	1995	56,3
<i>France</i>	2006	77,3	<i>Slovakia</i>	2006	61,0
Grecja.....	1995	67,7	Słowenia	1995	60,5
<i>Greece</i>	2006	74,0 ^c	<i>Slovenia</i>	2004	62,5

Hiszpania.....	1995	66,1	Stany Zjednoczone	1995	72,0
<i>Spain</i>	2004	67,2	<i>United States</i>	2006	77,1
Irlandia	1995	55,0	Szwecja.....	1995	67,0
<i>Ireland</i>	2006	60,4	<i>Sweden</i>	2006	69,6
Japonia	1995	64,7	Węgry	1995	62,4
<i>Japan</i>	2004	69,5	<i>Hungary</i>	2006	65,0
Litwa	1995	55,8	W.Brytania	1995	67,3
<i>Lithuania</i>	2006	59,6	<i>United Kingdom</i>	2006	75,1
Luksemburg	1995	77,2	Włochy	1995	66,4
<i>Luxembourg</i>	2006	84,9	<i>Italy</i>	2006	71,3
Łotwa	1995	60,9			
<i>Latvia</i>	2006	74,9			

^a Źródło: RS RP 2007r.; ^b 1999 r.; ^c 2005 r.; ^d 1998r.

^a Source: Statistical Yearbook of the Republic of Poland 2007; ^b 1999; ^c 2005; ^d 1998.

W 2006 roku pracujący w sektorze usług stanowili najwyższy odsetek w Stanach Zjednoczonych – 77,7% i Luksemburgu – 77,6% ogółu pracujących. Na Łotwie, w Estonii i na Węgrzech pracujący w sektorze usług stanowili w 2006 roku ponad 60% ogółu pracujących.

Pracujący w 2006r. – na podstawie klasyfikacji ISIC ^a

Employment in 2006 - according to ISIC classification ^a

<i>Kraje</i>	Ogółem <i>Total</i>	w tym usługi <i>of which services</i>		<i>Countries</i>
		w tys. <i>in thous.</i>	w % <i>in %</i>	
Austria	3 928	2 605	66,3	<i>Austria</i>
Belgia.....	4 263	3 126,7	73,3	<i>Belgium</i>
Bułgaria	3 110	1 786	57,4	<i>Bulgaria</i>
Cypr	357	260,9	73,1	<i>Cyprus</i>
Dania	2 787	2 062,6	74,0	<i>Denmark</i>
Estonia	646	396,9	61,4	<i>Estonia</i>
Finlandia	2 466	1 725	70,0	<i>Finland</i>
Francja	24 919 ^b	17 901 ^b	71,8	<i>France</i>
Grecja	4 453	2 936	65,9	<i>Greece</i>
Hiszpania	19 748 ^c	12 969	65,7	<i>Spain</i>
Irlandia	2 017	1 351	67,0	<i>Ireland</i>
Japonia.....	63 820	43 210	67,7	<i>Japan</i>
Litwa.....	1 499	867	57,8	<i>Lithuania</i>

Luksemburg ^d	307 ^b	238,1 ^b	77,6	<i>Luxembourg ^d</i>
Łotwa	1 088 ^c	668	61,4	<i>Latvia</i>
Malta	153	108	70,6	<i>Malta</i>
Niderlandy	7 784 ^b	5 994 ^b	77,0	<i>Netherlands</i>
Niemcy	3 7322 ^c	25 444	68,2	<i>Germany</i>
Polska ^e	14 594	7 917	54,2	<i>Poland ^e</i>
Portugalia.....	5 160	2 979	57,7	<i>Portugal</i>
Republika Czeska	4 828 ^f	2 716	56,3	<i>Czech Republic</i>
Rumunia	9 313 ^c	3 620	38,9	<i>Romania</i>
Słowacja ^f	2 301	1307	56,8	<i>Slovakia ^f</i>
Słowenia	969	537	55,4	<i>Slovenia</i>
Stany Zjednoczone.....	144 427 ^c	112 222	77,7	<i>United States</i>
Szwecja	4 341 ^c	3 299	76,0	<i>Sweden</i>
Węgry	3 930 ^c	2 470	62,8	<i>Hungary</i>
W. Brytania	28 166 ^b	21 578 ^b	76,6	<i>United Kingdom</i>
Włochy	22 988 ^c	15 079	65,6	<i>Italy</i>

^a Źródło: RS RP 2007 r. ^b 2005 r. ^c Dane nie w pełni porównywalne z danymi za lata poprzednie. ^d Szacunki oficjalne. ^e Przeciętne w roku. ^f Bez osób na urloпах wychowawczych.

^a Source: Statistical Yearbook of the Republic of Poland 2007. ^b 2005. ^c Data not strictly comparable to those for previous years. ^d Official estimates. ^e Annual average. ^f Excluding persons on child-care leave.

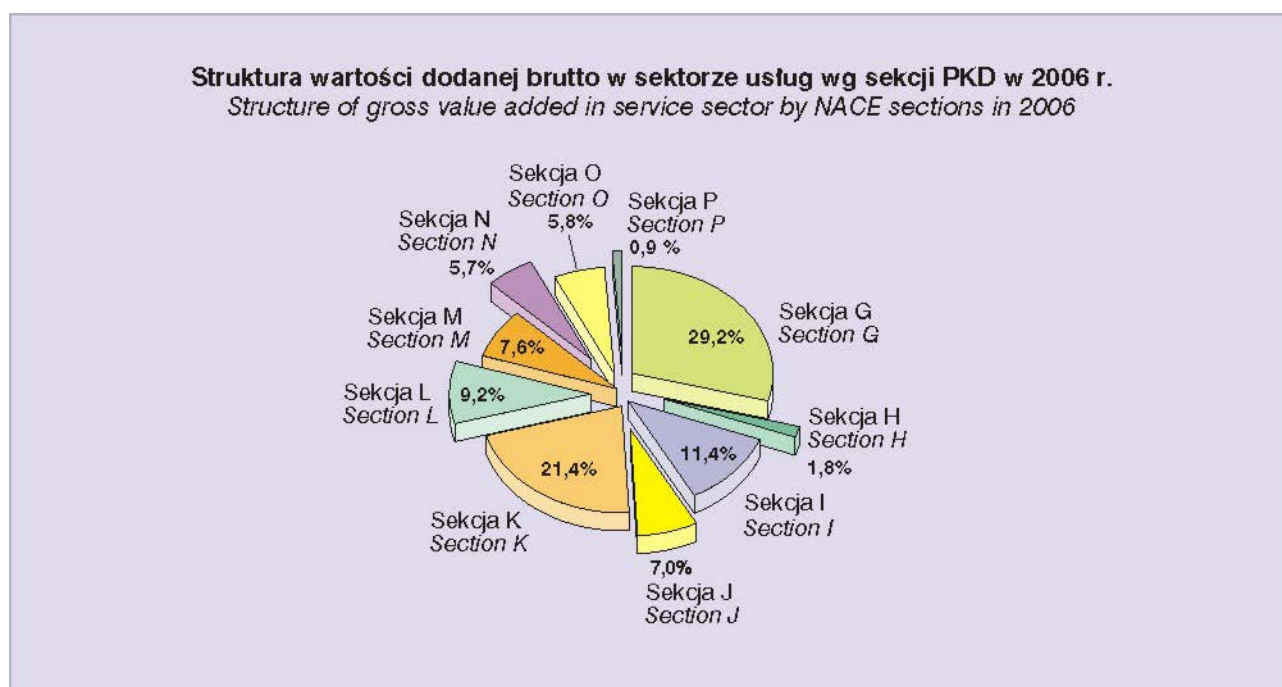
Zgodnie z danymi wstępnymi w Polsce w 2007 r. przedsiębiorstwa prowadzące działalności usługowe wytworzyły 64,5% ogółu wartości dodanej brutto całej gospodarki narodowej i dały miejsca pracy dla 55,9% ogółu pracujących. Jednocześnie wśród niemal 3,7 mln podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w rejestrze REGON na koniec 2007 r., ponad 2,8 mln podmiotów stanowiły przedsiębiorstwa usługowe (co stanowiło 76,4% ogółu).

W ciągu 2007 r. liczba podmiotów prowadzących działalności usługowe wzrosła o 0,8%. Najwyższy przyrost liczby podmiotów zaobserwowano wśród organizacji i zespołów eksterytorialnych (wg PKD sekcja Q) – 15,6%, w pozostałej działalności usługowej (wg PKD sekcja O) – 3,5%, jak również w ochronie zdrowia i opiece społecznej (wg PKD sekcja N) – 3,4%. Niewielki spadek liczby podmiotów w stosunku do roku 2006 odnotowano natomiast w przypadku przedsiębiorstw handlowych (wg PKD sekcja G) – 1,0%.

Ponad 40% ogólnej liczby zarejestrowanych podmiotów usługowych stanowiły przedsiębiorstwa handlowe (według PKD sekcja G), w dalszej kolejności podmioty prowadzące działalność w zakresie obsługi nieruchomości i firm oraz nauki (wg PKD sekcja K) – prawie 22% oraz przedsiębiorstwa

prowadzące działalność w zakresie transportu, gospodarki magazynowej i łączności (według PKD sekcja I) – ponad 9%.

W 2006 r. udział wartości dodanej brutto wygenerowanej przez przedsiębiorstwa usługowe wyniósł 64,6%. Działalnością dominującą wśród tych przedsiębiorstw była działalność handlowa, której udział wyniósł 29,2% wartości dodanej wytworzonej w sektorze. W przypadku przedsiębiorstw prowadzących działalność w zakresie obsługi nieruchomości i firm oraz nauki (wg PKD sekcja K) udział kształtował się na poziomie 21,4%, a przedsiębiorstw prowadzących działalność w zakresie transportu, gospodarki magazynowej i łączności (według PKD sekcja I) – 11,4 %

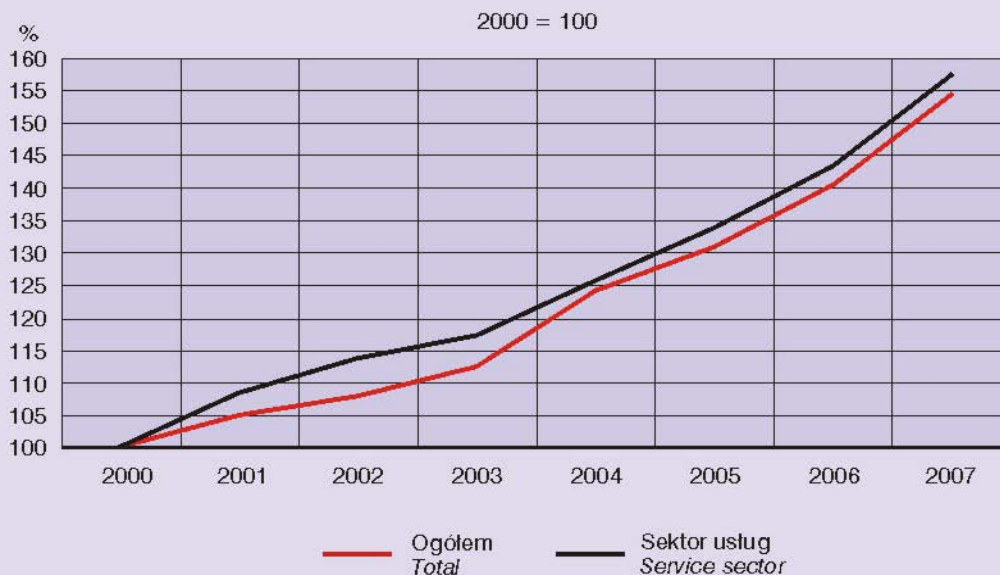


Źródło: Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2000-2006, GUS, Warszawa, sierpień 2008;

Source: National accounts by institutional sectors and sub-sectors 2000-2006, Central Statistical Office, Warsaw, August 2008;

Wzrost wartości dodanej dla sektora usług w 2006 r. w stosunku do roku 2005 był wyższy niż w całej gospodarce ogółem i wyniósł 7,5% wobec 7,2% dla całej gospodarki. W okresie 2000-2006 wśród działalności usługowych najwyższy wzrost w wartości dodanej brutto odnotowały przedsiębiorstwa zaliczane do sekcji „Ochrona zdrowia i opieka społeczna” (wg PKD sekcja N) – o 59,7%, następnie te prowadzące działalność w zakresie „Transportu, gospodarki magazynowej i łączności” (wg PKD sekcja I) – o 57,7% i „Edukacji” (wg PKD sekcja M) – o 57,3%.

Dynamika wartości dodanej brutto w gospodarce narodowej ogółem oraz w sektorze usług w latach 2000–2007 (ceny bieżące)
Index of gross value added for total economy and service sector in 2000–2007 (current prices)

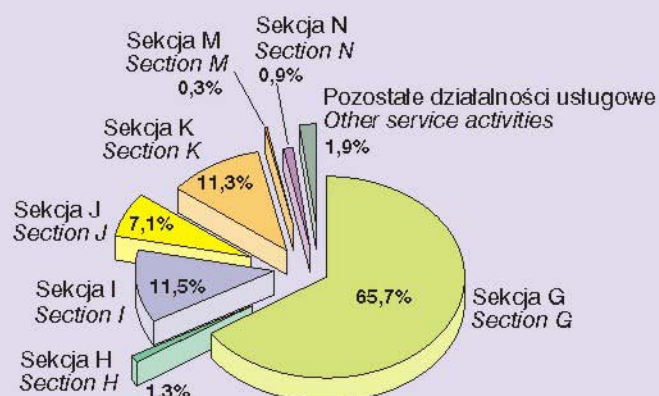


Źródło: Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2000–2006, GUS, Warszawa, sierpień 2008; Dla roku 2007 Mały Rocznik Statystyczny Polski 2007.

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

W 2006 r. najwyższy udział w przychodach sektora usług stanowiły przychody przedsiębiorstw prowadzących działalność handlową (wg PKD sekcja G) – prawie 66% przychodów, w dalszej kolejności przedsiębiorstw transportowych (wg PKD sekcja I) – 11,5% oraz przedsiębiorstw świadczących usługi w zakresie obsługi nieruchomości i firm oraz nauki (wg PKD sekcja K) – 11,3%.

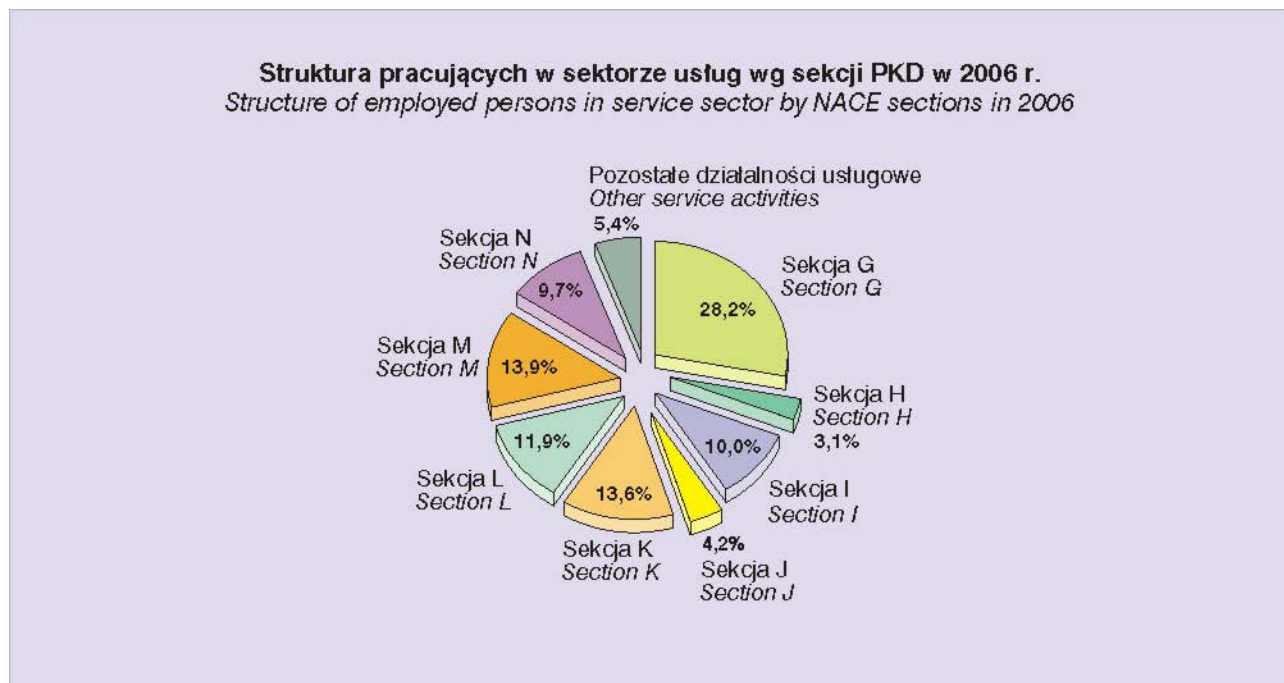
Struktura przychodów sektora usług wg sekcji PKD w 2006 r.
Structure of turnover in service sector by NACE sections in 2006



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

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

W 2006 roku osoby pracujące w sektorze usług stanowiły 54,2% ogółu pracujących w całej gospodarce narodowej. Najwięcej osób pracowało w przedsiębiorstwach zaliczanych do „Handlu i napraw” (wg PKD sekcja G) – 28,2% ogółu pracujących w podmiotach usługowych, następnie w „Edukacji” (wg PKD sekcja M) – 13,9%, „Obsłudze nieruchomości i firm oraz nauce” (wg PKD sekcja K) – 13,6%.



Źródło: Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2007; patrz Uwagi Metodyczne na str. 6.

Source: Statistical Yearbook of the Republic of Poland 2007; see Methodological Notes on page 6.

Najwyższe przeciętne wynagrodzenie brutto w 2007 roku odnotowano w „Pośrednictwie finansowym” (wg PKD sekcja J) – 4 889 zł, „Administracji Publicznej” (wg PKD sekcja L) – 3 369 zł, „Obsłudze nieruchomości i firm” (wg PKD sekcja K) – 2 825 zł oraz „Transportie, gospodarce magazynowej i łączności” (wg PKD sekcja I) – 2 818 zł. W 2006 roku osoby pracujące w ramach powyższych działalności usługowych uzyskały również najwyższe wynagrodzenia (patrz Tabl.4 na str. 65).

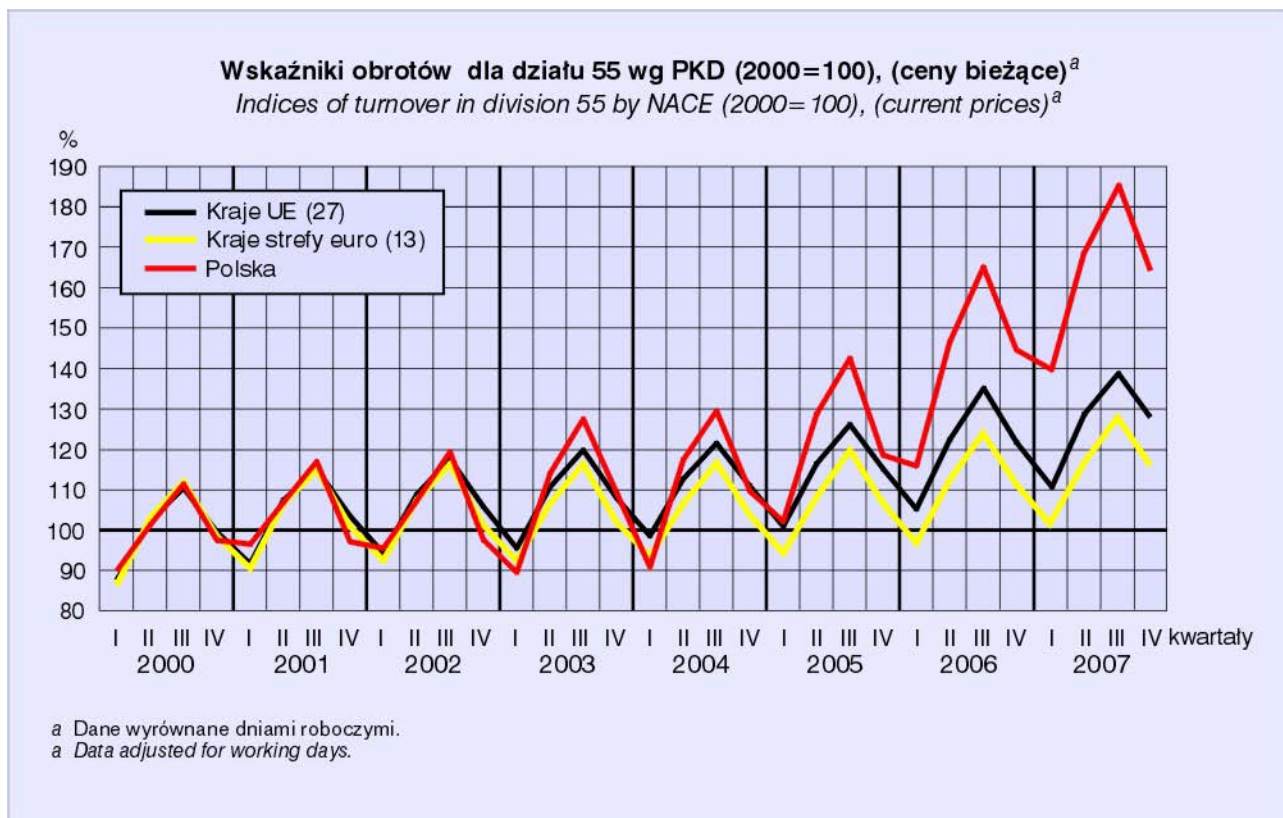
* * *

Analiza krótkookresowych wskaźników obrotów⁴ przedsiębiorstw prowadzących wybrane działalności usługowe, a w szczególności ich prezentacja graficzna, umożliwia identyfikację cykli, jakimi charakteryzują się te działalności w ciągu roku, jak i dokonanie porównań międzynarodowych. W latach 2000-2007 dla prezentowanych działalności wartości generowanych obrotów wykazują tendencję rosnącą. Chociaż wzrost tych wartości w poszczególnych okresach roku zależy od rodzaju prowadzonej działalności usługowej.

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

W **działalności hotelarskiej i gastronomicznej** (wg PKD dział 55) w ostatnich trzech latach widoczny jest znaczny wzrost dynamik obrotów w Polsce w porównaniu z obrotami innych krajów UE, jak i krajów strefy EURO, gdzie wzrost ten jest umiarkowany.

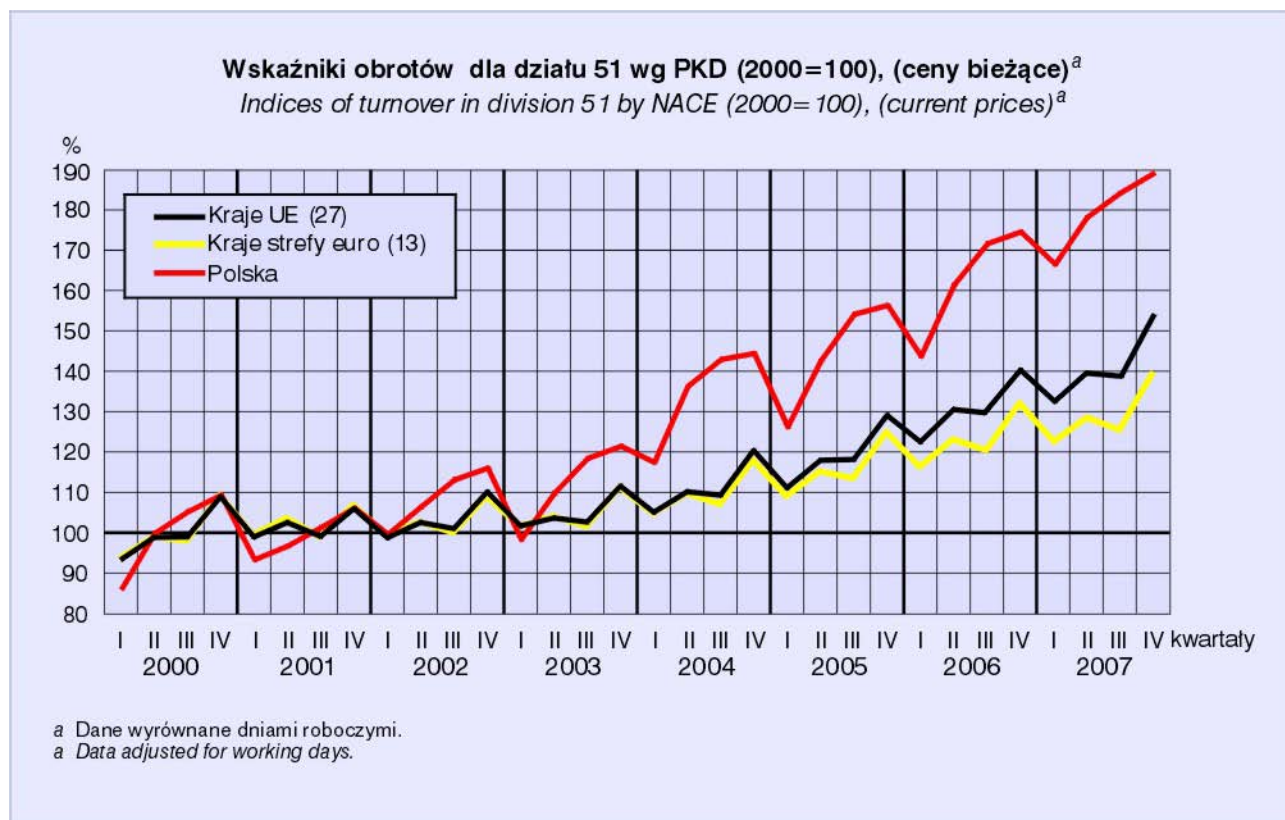
W 2007 r. podobnie jak w poprzednich latach szczególnie dynamiczny rozwój krajowych obrotów realizowanych przez przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do działu 55 wystąpił w III kwartale. Porównując III kwartał 2007 roku z analogicznym okresem roku 2006 – obroty wzrosły o 12,3 %



* * *

Wzrastająca dynamika obrotów w przedsiębiorstwach zaklasyfikowanych wg PKD do działu 51 (prowadzących **działalność hurtową**) w porównaniu z dynamiką obrotów w krajach UE i krajach strefy EURO, wskazuje na systematyczny rozwój tej działalności w Polsce.

Średnioroczna dynamika obrotów w 2007 roku w obszarze działalności przedsiębiorstw hurtowych osiągnęła wzrost o 9,8% w porównaniu z rokiem 2006



* * *

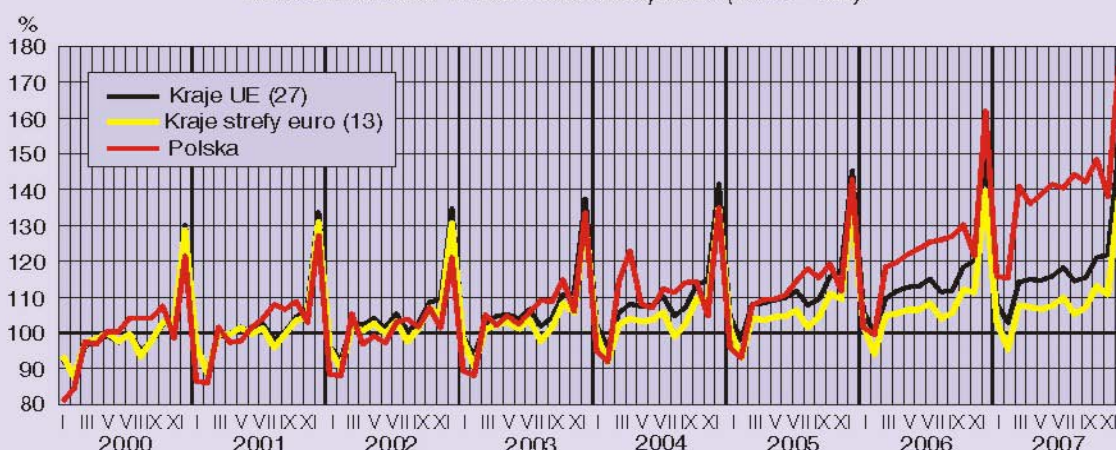
Na przestrzeni całego roku 2007 w **działalności detalicznej** (wg PKD dział 52) widoczny jest zdecydowany wzrost dynamik obrotów w Polsce w porównaniu z ogółem obrotów zrealizowanych przez kraje Unii Europejskiej i strefy EURO.

Spośród 27 krajów Unii Europejskiej Polska zajęła (w 2007 roku) trzecie miejsce za Łotwą, Rumunią i Luksemburgiem, pod względem wysokości średniorocznej dynamiki obrotów w handlu detalicznym w porównaniu z rokiem ubiegłym, osiągając poziom 13,7 % (tablica nr 28).

Węgry, Niemcy, Włochy i Portugalia to kraje charakteryzujące się najniższą, ujemną średnioroczną dynamiką obrotów względem 2006 r.. Procentowa zmiana obrotów w handlu detalicznym w tych krajach ukształtowała się kolejno na poziomach (-2,7%), (-2,1%), (-1,8%), (-0,1%). Porównując jednak wzrost dynamik obrotów w 2007 roku względem roku bazowego 2000 – Polska spośród dziesięciu krajów przyjętych w 2004 r. do Unii Europejskiej, osiągnęła umiarkowany wzrost obrotów w handlu detalicznym (Malta ze względu na brak danych nie jest uwzględniona).

Z krajów „starej Unii Europejskiej” wyższe dynamiki obrotów niż Polska miały Luksemburg, Słowenia i Szwecja (tablica nr 27).

Dynamika obrotów w cenach stałych w przedsiębiorstwach detalicznych (2000=100)^{a,b}
Deflated turnover of retail sale enterprises (2000=100)^{a,b}



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

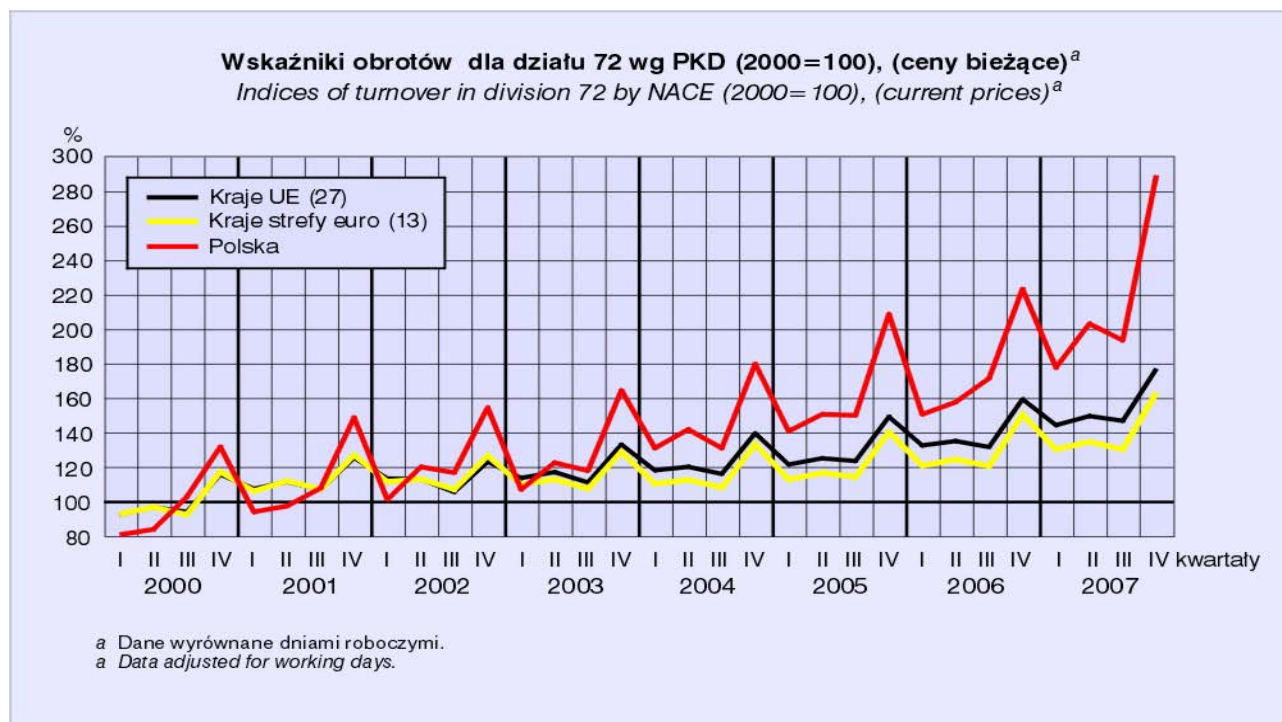
a Enterprises classified according to NACE Rev. 1 in division 52 without group 52.7.

b Dane wyrównane dniami roboczymi.

b Data adjusted for working days.

* * *

W Polsce odnotowano ponad 119% wzrost wartości obrotów w branży **informatycznej** (wg PKD dział 72) w okresie I kwartał 2000 – I kwartał 2007 r.. 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. Wzrost obrotów w ostatnim kwartale roku wynika przede wszystkim z sezonowości sprzedaży usług informatycznych. Ma to miejsce zarówno w Polsce, jak i innych krajach europejskich. W Polsce począwszy od połowy 2003 roku dynamika obrotów jest wyższa niż w krajach Unii Europejskiej oraz w krajach strefy Euro, co spowodowane jest bardziej dynamicznym rozwojem rynku informatycznego. Najbardziej dynamiczny rozwój działalności informatycznej w Polsce zaobserwowano w 2007 roku, kiedy to wzrost obrotów w IV kwartale w porównaniu do analogicznego okresu poprzedniego roku wyniósł 29,4%.



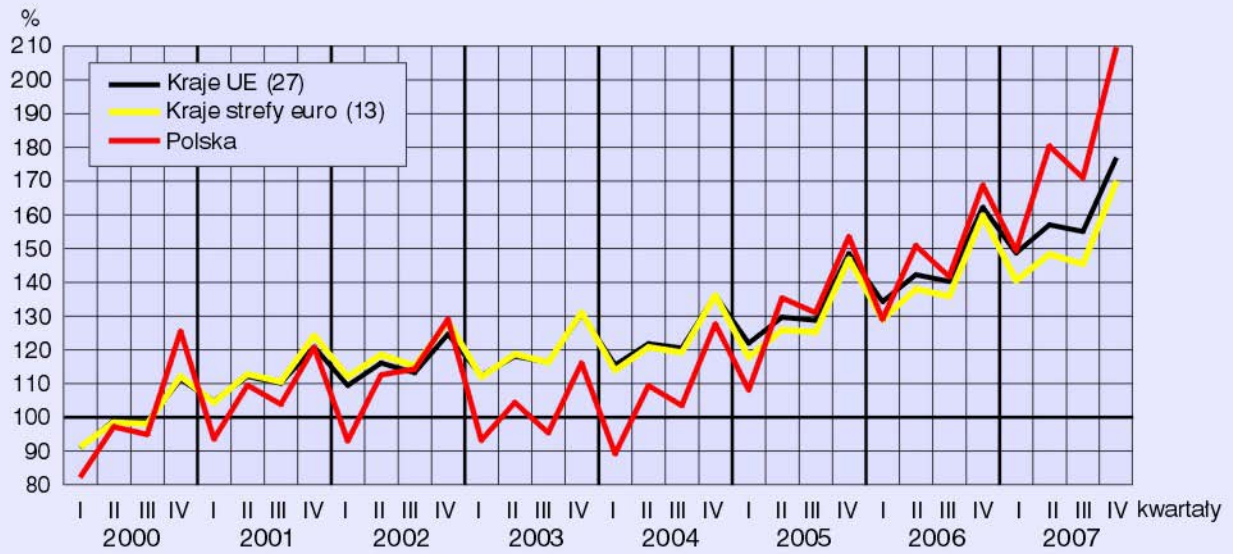
* * *

W działalnościach związanych z **obsługą działalności gospodarczej**⁵ (wg PKD dział 74) w okresie I kwartał 2000 – I kwartał 2007 wartość obrotów dla Polski wzrosła o ponad 81%. Ogólną prawidłowością jest, że w I kwartale obroty spadają w porównaniu do okresu poprzedniego, w II kwartale rosną, po czym w III kwartale ponownie następuje ich spadek. Niewątpliwie zjawisko to jest efektem zmniejszonego popytu na początku roku oraz w okresie wakacyjnym. W IV kwartale wskaźniki rosną osiągając swój najwyższy poziom w ciągu roku.

Przy analizie danych prezentowanych dla działu 74 należy brać pod uwagę jego różnorodność, co może istotnie wpływać na ocenę tej działalności w przekrojach międzynarodowych. W krajach Unii Europejskiej oraz strefy Euro dla w/w działalności zachodziły podobne tendencje jak w przypadku Polski, ale w okresie I kwartał 2000 - I kwartał 2005 dynamika obrotów osiąganych przez kraje Unii Europejskiej i kraje strefy Euro zazwyczaj była wyższa niż dynamika obrotów dla Polski. W II kwartale 2005 nastąpiło odwrócenie tej tendencji i od tego czasu obserwuje się bardziej dynamiczny rozwój działalności związanej z obsługą działalności gospodarczej w Polsce niż w Krajach Unii Europejskiej oraz krajach strefy Euro, a począwszy od II kwartału 2007 roku dynamika obrotów dla Polski jest wyraźnie wyższa niż dla Unii Europejskiej oraz strefy Euro. Dobrze to obrazuje wzrost obrotów w IV kwartale 2007 roku w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego, który wyniósł 24,2% dla Polski wobec 6,3% dla krajów strefy Euro i 9% dla 27 krajów Unii Europejskiej.

⁵ Działalności te obejmują: działalność prawniczą; rachunkowo-księgową; doradztwo; zarządzanie holdingami; działalność w zakresie architektury i inżynierii; badania i analizy techniczne; reklamę; rekrutację i udostępnianie pracowników; działalność detektywistyczną i ochroniarską; sprzątanie i czyszczenie obiektów oraz działalność komercyjną, gdzie indziej niesklasyfikowaną (np. działalność fotograficzną, działalność związaną z pakowaniem, tłumaczeniami, usługami sekretarskimi).

Wskaźniki obrotów dla działu 74 wg PKD (2000=100), (ceny bieżące)^a
Indices of turnover in division 74 by NACE (2000=100), (current prices)^a



^a Dane wyrównane dniami roboczymi.

^a Data adjusted for working days.

2. Handel wewnętrzny

Internal trade

W Polsce handel nadal odgrywa znaczącą rolę w gospodarce narodowej, zajmuje drugie miejsce po przemyśle – w tworzeniu produktu krajowego brutto (PKB), osiągając w 2007 r. udział 17,2%. Natomiast jego udział w tworzeniu wartości dodanej brutto w 2007 r. wyniósł 19,6%.

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	1995	2000	2003	2004	2005	2006	2007
Udział handlu w PKB w %..... <i>Share of trade in GDP in %</i>	16,3	17,3	16,8	16,8	16,7	16,7	17,2*
Udział handlu w wartości dodanej brutto w %..... <i>Share of trade in gross value added in %</i>	18,5	19,5	19,0	18,9	18,9	18,9	19,6*

* dane szacunkowe

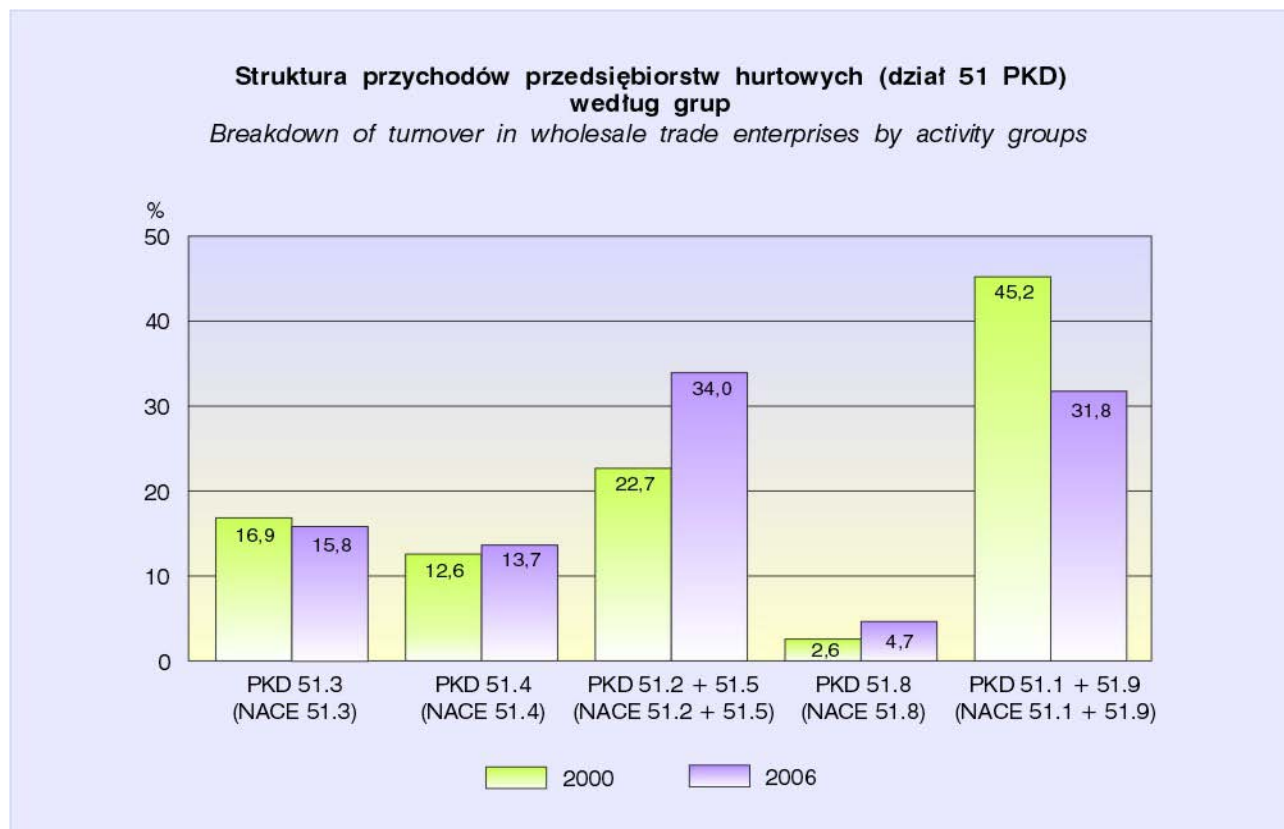
* *estimated data*

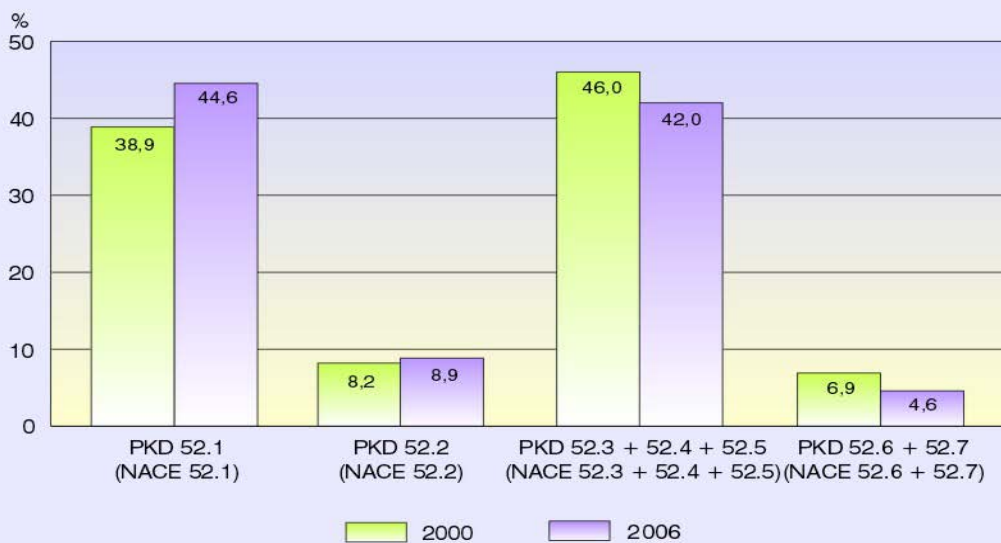
Dynamika wartości dodanej brutto (w cenach stałych) w 2007 r. przedsiębiorstw zaklasyfikowanych do sekcji G „Handel i naprawy” wzrosła w porównaniu z rokiem ubiegłym o 10,8%, w 2006 r. -4,0%, 2005 r. -2,8%, w 2004 r. – o 4,3%, w 2003 r. – o 0,4%, w 2002 r. – o 4,1%, w 2001 r. – o 3,4%, w 2000 r. – o 4,4%. Na poziom wartości dodanej brutto wytworzonej przez przedsiębiorstwa handlowe wpływały głównie przychody, marże handlowe i poniesione koszty, które stanowiły istotne czynniki rentowności przedsiębiorstw handlowych.

W 2006 r. dynamika przychodów ogółem osiąganych przez przedsiębiorstwa z sekcji G „Handel i naprawy”, była wyższa niż w 2005 r. o ok. 7%. Znaczną część przychodów ogółem (ok. 57%) realizowały przedsiębiorstwa, w których pracuje do 49 osób. Udział przychodów ze sprzedaży towarów i materiałów, który stanowił ok. 92% ogólnej wartości przychodów przedsiębiorstw, nie uległ zmianie w stosunku do lat ubiegłych.

W porównaniu z 2000 rokiem w 2006 roku w niektórych rodzajach działalności znacznie zmieniła się struktura przychodów ogółem realizowanych przez przedsiębiorstwa handlowe. Spośród przedsiębiorstw hurtowych wyższy był udział przychodów realizowanych w przedsiębiorstwach prowadzących sprzedaż 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 rolniczego oraz złomu (PKD 51.2 i 51.5). Niższy był natomiast udział przychodów realizowanych przez przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż hurtową realizowaną na zlecenie łącznie z pozostałą sprzedażą hurtową (PKD 51.1 i 51.9) oraz przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż hurtową żywności, napojów i wyrobów tytoniowych (PKD 51.3).

W zakresie przedsiębiorstw detalicznych o 5,7% wzrósł udział przychodów przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż detaliczną w niewyspecjalizowanych sklepach (PKD 52.1) oraz przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż detaliczną żywności, napojów i wyrobów tytoniowych w sklepach wyspecjalizowanych (PKD 52.2). Zmalał natomiast udział przychodów realizowanych łącznie przez przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż detaliczną farmaceutyków, artykułów używanych oraz sprzedaż w niewyspecjalizowanych sklepach (PKD 52.3, 52.4 i 52.5). Strukturę przychodów przedsiębiorstw handlowych wg rodzaju działalności obrazują następujące wykresy:



**Struktura przychodów przedsiębiorstw detalicznych (dział 52 PKD)
według grup***Breakdown of turnover in retail trade enterprises by activity groups*

Ważnym czynnikiem wpływającym na rentowność przedsiębiorstw handlowych jest wielkość i poziom marż handlowych. Średnia marża zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe na przestrzeni lat 2000-2005 utrzymywała się na zbliżonym poziomie i wynosiła ok. 18%. Ten sam trend utrzymał się również w 2006 roku. Zróżnicowanie poziomu zrealizowanych marż uzależnione jest od rodzaju działalności przedsiębiorstw, co obrazuje poniższe zestawienie

Wyszczególnienie	2000	2003	2004	2005	2006	Specification
	w %		in %			
Dział 50	14,7	13,9	13,3	13,3	13,1	Division 50
w tym:						of which:
50.1 sprzedaż pojazdów mechanicznych	14,0	11,3	10,1	10,1	10,7	50.1 sale of motor vehicles
50.3 sprzedaż części i akcesoriów do pojazdów mechanicznych.....	18,6	21,5	22,0	23,1	23,3	50.3 sale of motor vehicle parts and accessories
50.5 sprzedaż detaliczna paliw	12,8	12,2	10,0	9,7	9,6	50.5 retail sale of automotive fuel
Dział 51	16,6	15,6	15,0	14,3	14,8	Division 51
w tym:						of which:
51.1 sprzedaż hurtowa realizowana na zlecenie ⁶	18,5	22,3	21,5	20,5	23,3	51.1 wholesale on a fee or contract
51.2 sprzedaż hurtowa płodów rolnych i żywych zwierząt	20,7	19,2	15,0	11,7	13,3	51.2 wholesale of agricultural raw materials and live animals
51.3 sprzedaż hurtowa żywności, napojów i tytoniu	15,3	10,7	11,3	10,7	11,3	51.3 wholesale of food, beverages and tobacco
51.4 sprzedaż hurtowa artykułów użytku domowego i osobistego	17,9	19,0	17,2	16,1	17,9	51.4 wholesale of household goods
51.5 sprzedaż hurtowa półproduktów i odpadów pochodzenia nierolniczego oraz złomu	15,4	13,5	12,9	12,1	12,4	51.5 wholesale of non-agricultural intermediate products, waste and scrap
51.8 sprzedaż hurtowa maszyn, sprzętu i dodatkowego wyposażenia.....	16,4	14,2	11,9	14,7	14,8	51.8 wholesale of machinery, equipment and supplies
51.9 pozostała sprzedaż hurtowa	16,8	15,8	17,6	14,4	17,1	51.9 other wholesale
Dział 52	22,6	25,5	27,2	25,0	25,8	Division 52
w tym:						of which:
52.1 sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach....	22,5	21,1	22,9	21,0	21,4	52.1 retail sale in non-specialized stores
52.2 sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych w wyspecjalizowanych sklepach	23,3	22,5	20,5	20,4	20,7	52.2 retail sale of food, beverages and tobacco in specialized stores
52.3 sprzedaż detaliczna wyrobów farmaceutycznych.....	16,8	30,1	31,4	27,9	30,1	52.3 retail sale pharmaceutical and medical goods, cosmetic and toilet articles
52.4 pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach.....	24,4	28,7	29,9	29,4	30,1	52.4 other retail sale of new goods in specialized stores
52.5 sprzedaż detaliczna artykułów używanych.....	27,9	32,1	44,2	56,0	56,5	52.5 retail sale second-hand goods in stores

Na przestrzeni lat 2000–2006 poziom marży handlowej w przedsiębiorstwach według działów kształtował się następująco: handel pojazdami od 13,1% do 16,9%, handel hurtowy od 14,3% do 16,6% i handel detaliczny od 22,6% do 27,2%.

⁶ Prowizja ⁶ Commission

W 2006 r. najwyższy wskaźnik marży osiągany był przez przedsiębiorstwa handlu detalicznego. W dziale obejmującym handel hurtowy najwyższe marże realizowały przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż hurtową na zlecenie (23,3%) oraz prowadzące sprzedaż hurtową artykułów użytku domowego i osobistego (17,9%). Podobnie jak w latach poprzednich, najniższy wskaźnik realizowały 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 21 i 22).

Przedsiębiorstwa handlowe⁷, dokonują zakupów bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych (ponad 48%), a ok. 29% u hurtowników

, bezpośredni import stanowi około 21%. W zależności od specyfiki działalności handlowej struktura dokonywanych zakupów ulega zmianom. Handel hurtowy w ponad 50% zaopatruje się u producentów i wytwórców krajowych oraz w ponad 23% dokonuje zakupów bezpośrednio z importu. Nadal jednak wysoki jest udział (ok. 25%) zakupów „hurtownik - hurtownik”.

Handel detaliczny w prawie 37% zaopatruje się w hurcie i w prawie 53% u krajowych producentów, bezpośredni import stanowi około 10%.

Przedsiębiorstwa własności zagranicznej dokonują zakupów bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych (ponad 43%), od hurtowników w prawie 16%, a bezpośredni import stanowi około 40%.

W strukturze przychodów przedsiębiorstw hurtowych ponad 39% przychodów pochodzi ze sprzedaży do hurtu, ponad 31% pochodzi od handlowców detalicznych a ponad 15% od producentów krajowych, a około 9% stanowią bezpośrednie wpływy od konsumentów indywidualnych.

W 2007 r. w rejestrze REGON odnotowano dalszy spadek (o 7,7%) liczby podmiotów sektora publicznego w sekcji G i niewielki wzrost (o 0,1%) w sekcji H. W wyniku tych zmian w sekcji G zarejestrowane były 503 przedsiębiorstwa należące do sektora publicznego wobec 884 przedsiębiorstw zarejestrowanych w tym sektorze w sekcji H

W 2007 r. liczba spółek prawa handlowego zarejestrowanych w systemie REGON oraz zaklasyfikowanych wg PKD do sekcji „G” wzrosła o 3,2% w porównaniu z 2006 r. W tym okresie także wzrosła (o 2,7%) liczba spółek kapitałowych (spółki akcyjne i z o.o.) prowadzących działalność handlową. W ramach spółek prawa handlowego na szczególną uwagę zasługują spółki z „czystym” kapitałem zagranicznym, których liczba wzrastała dynamicznie w ostatnich trzech latach średnio o około 5%. W 2007 r. odnotowano wzrost tych podmiotów o 4,8% i ich liczba wyniosła ok. 15,1 tys. Udział spółek handlowych z kapitałem zagranicznym zarejestrowanych w sekcji “Handel i naprawy” w ogólnej liczbie spółek handlowych z kapitałem zagranicznym, wyniósł 37,8% i był o 0,9 pkt niższy niż przed

⁷ Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

rokiem. Z ogólnej liczby zarejestrowanych w rejestrze w tej sekcji w 2007 r. spółek handlowych z udziałem kapitału zagranicznego 73,8 % było zaklasyfikowanych do działu „Handel hurtowy”, (wzrost o 0,1 pkt. procentowego), 20,6 % do działu „Handel detaliczny” (spadek o 0,1 pkt procentowego), a 5,6% do działu „Handel pojazdami”(podobnie jak w zeszłym roku).

Strukturę spółek prawa handlowego o jednorodnym rodzaju kapitału, zaklasyfikowanych wg PKD do sekcji „Handel i naprawy” w latach 2000 – 2007 obrazuje poniższe zestawienie:

Wyszczególnienie	2000	2004	2005	2006	2007	Specification
	w %		in %			
Krajowe prywatne.....	66,1	71,9	71,6	71,4	71,1	Private domestic companies
Zagraniczne.....	19,7	16,4	16,7	17,0	17,2	Foreign companies

W ogólnej liczbie zarejestrowanych przedsiębiorstw handlowych udział przedsiębiorstw z kapitałem zagranicznym w 2007 r. ukształtował się na poziomie 2,0% i był o 0,1 pkt wyższy niż przed rokiem. W 2007 r. udział przedsiębiorstw zaklasyfikowanych do sekcji „Handel i naprawy” w rejestrze REGON wyniósł 31,2% i był o 0,7 pkt niższy niż przed rokiem. Natomiast udział przedsiębiorstw zaklasyfikowanych do sekcji „Hotele i restauracje” wyniósł podobnie jak w roku ubiegłym 3,1%. W ramach sekcji „Handel i naprawy” struktura przedsiębiorstw prowadzących działalność handlową ukształtowała się następująco – 23,8% to przedsiębiorstwa, których podstawowym rodzajem działalności jest handel hurtowy (wzrost o 0,2 pkt procentowego), 64,7% - handel detaliczny (spadek o 0,6 pkt procentowego) oraz 11,5% handel pojazdami (wzrost o 0,4 pkt procentowego) Wśród ogółu przedsiębiorstw, dla których podstawowym rodzajem działalności jest handel, w 2007 r. podobnie jak w roku ubiegłym 97,1% stanowią przedsiębiorstwa, w których pracuje nie więcej niż 9 osób.

Liczba pracujących w sekcji „Handel i naprawy”, w stosunku do roku ubiegłego, wzrosła o 3,8%, natomiast w sekcji „Hotele i restauracje” wzrosła o 2,9%.

Liczba przedsiębiorstw i pracujących w handlu i gastronomii* w 2007 r.*Number of enterprises and employed persons in trade and catering* in 2007*

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Ogółem <i>Total</i>	Udział w % <i>Share in %</i>	2006=100
Liczba przedsiębiorstw ogółem ¹⁾ Total enterprises ¹⁾	3685608	100,0	101,4
w tym: of which:			
handel i naprawy ^Δ	1149810	31,2	99,0
trade and repair ^Δ			
w tym: of which:			
handel hurtowy ^Δ	273229	7,4	99,8
wholesale trade ^Δ			
handel detaliczny włącznie ze sprzedażą pojazdów samochodowych i paliw ^Δ	876581	23,8	98,8
retail trade including sale of motor vehicles and automotive fuel ^Δ			
hotele i restauracje	113263	3,0	100,5
hotels and restaurants			
Liczba pracujących ogółem w tysiącach ²⁾ Total employed in thousand ²⁾	13553,6	100,0	102,5
w tym: of which:			
handel i naprawy ^Δ	2161,8	16,0	103,8
trade and repair ^Δ			
hotele i restauracje	235,4	1,7	102,9
hotels and restaurants			

Obroty przedsiębiorstw handlowych*Turnover of trade enterprises*

W roku 2007 utrzymała się rosnąca tendencja obrotów w grupie przedsiębiorstw detalicznych, zaklasyfikowanych wg PKD do działu 52, średnioroczne tempo wzrostu trendu wyniosło 13,4% i było wyższe niż przed rokiem. Głównie wzrost ten spowodowany był rosnącą tendencją obrotów w przedsiębiorstwach prowadzących sprzedaż towarów nieżywnościowych (średnie tempo wzrostu

* Obejmuje dział 55 Hotele i restauracje.

* Including division 55 Hotels and restaurants.

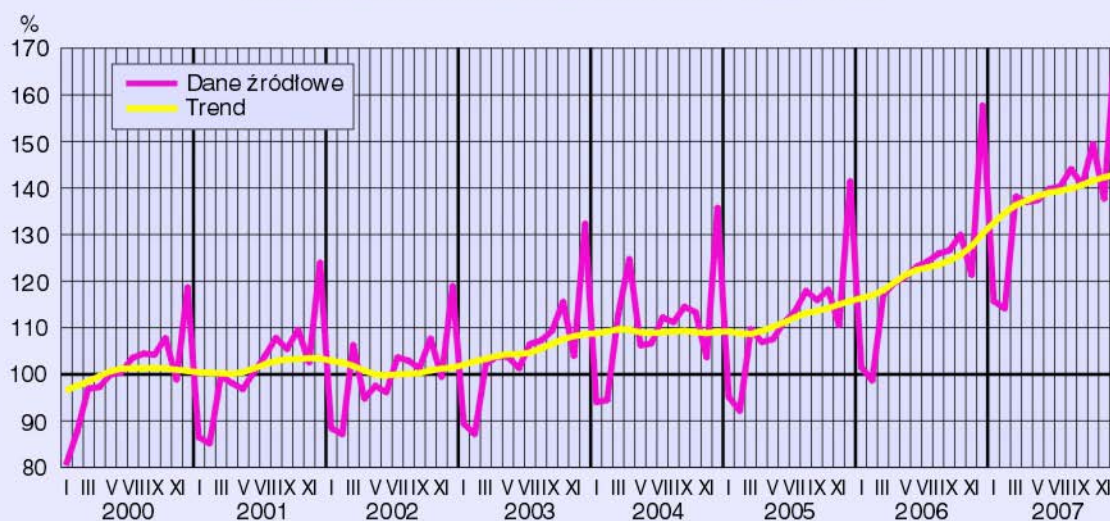
¹⁾ Stan wg REGON.¹⁾ As by REGON.²⁾ Stan w dniu 31 XII; Patrz Uwagi metodyczne, str. 20.²⁾ As of 31 XII; See Methodological notes, page 18.

19,6%), natomiast w przedsiębiorstwach sprzedających żywność, napoje, wyroby tytoniowe odnotowano średnioroczny wzrost o 6,4% względem ubiegłego roku.

W grupie przedsiębiorstw zaklasyfikowanych wg PKD do działu 52 i 52 średnie tempo wzrostu trendu było także wysokie (15,6%), ze względu na bardzo korzystną sytuację przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż pojazdów samochodowych. W tej grupie przedsiębiorstw odnotowano tendencję wzrostową w 2007 r. na poziomie 28%. Natomiast w grupie przedsiębiorstw zajmujących się sprzedażą detaliczną paliw wzrost trendu w skali roku wyniósł jedynie 2,5%.

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

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

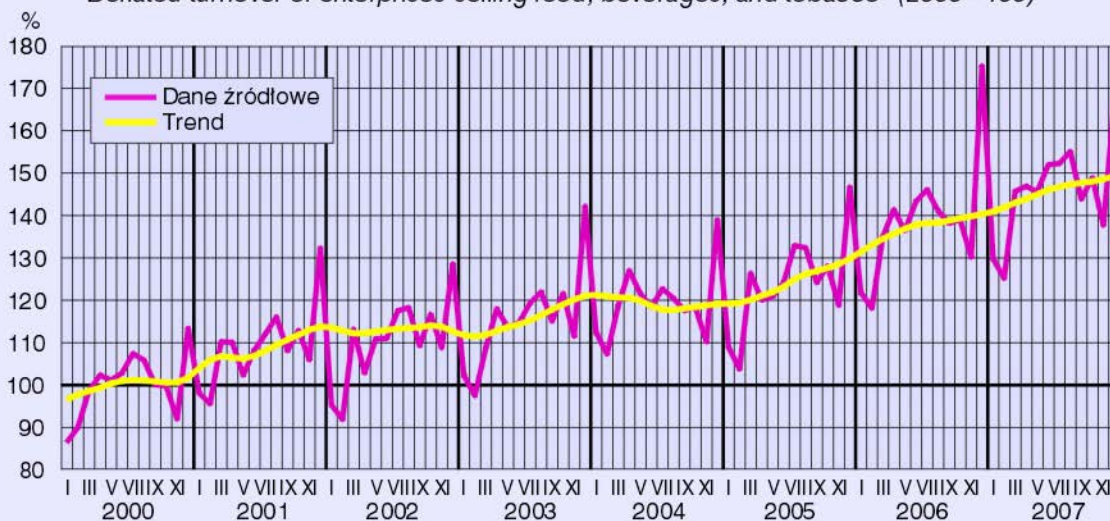


^a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do działu 52 bez grupy 52.7.

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

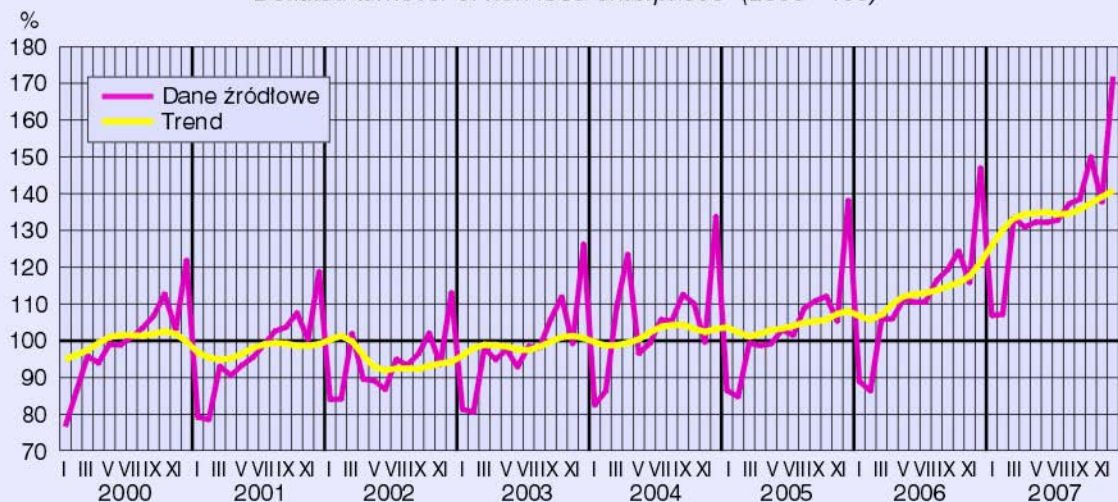
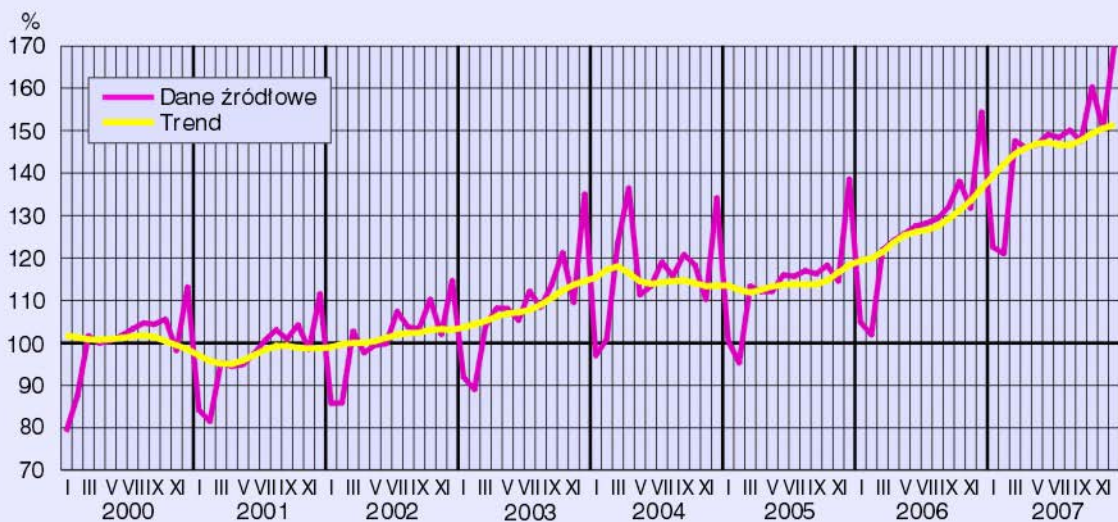
Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw – żywność, napoje, wyroby tytoniowe^a (2000=100)

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

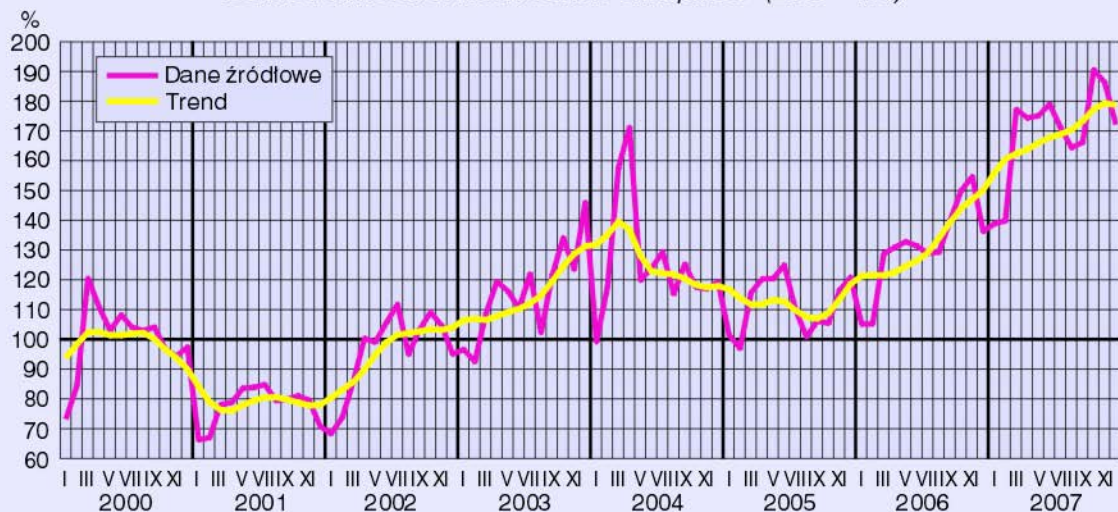


^a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do klasy 52.11 i grupy 52.2.

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

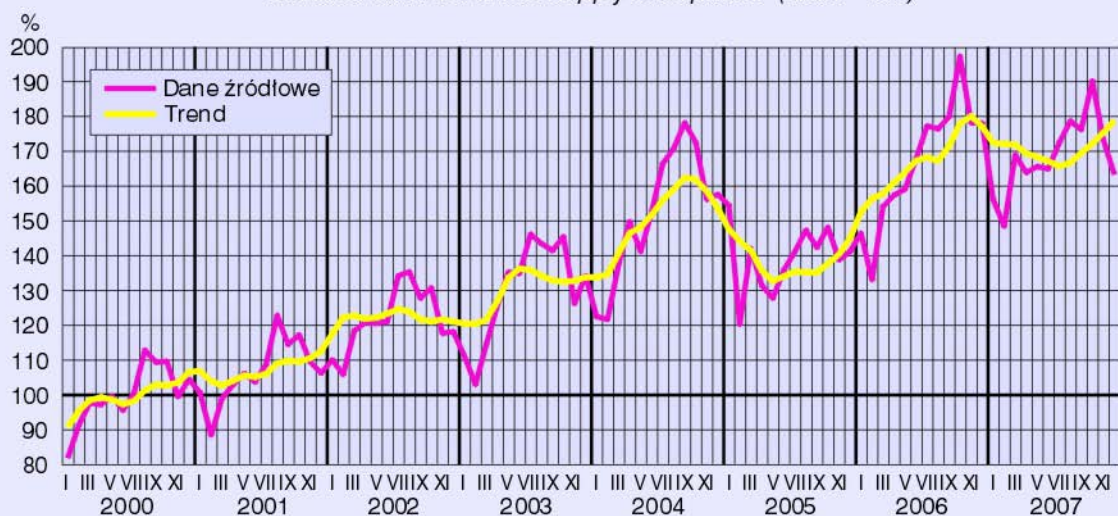
Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw nieżywnościowych^a (2000=100)*Deflated turnover of non-food enterprises^a (2000=100)*^a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD do klasy 52.12, i grup: 52.3 – 52.6.^a Enterprises classified according to NACE Rev. 1 into the class 52.12, and the groups: 52.3 – 52.6.**Dynamika obrotów w cenach stałych w przedsiębiorstwach zaklasyfikowanych według PKD do działu 50 i 52 bez grupy 52.7 (2000=100)***Deflated turnover of enterprises classified according to NACE Rev. 1 into divisions 50 and 52 without the group 52.7 (2000=100)*

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



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

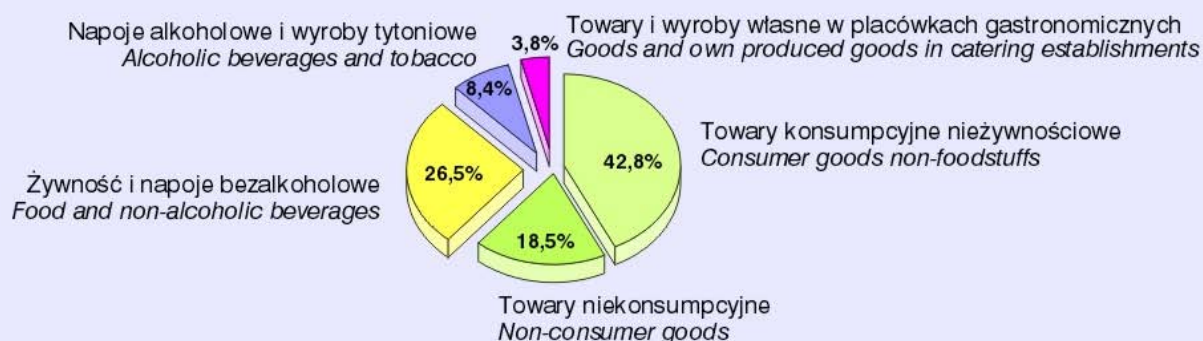
**Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw
– paliwa^a (2000=100)**
Deflated turnover of fuel supply enterprises^a (2000=100)



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

Sprzedaż detaliczna*Retail sales*

Szacuje się, że w 2007r. sprzedaż detaliczna osiągnęła w cenach bieżących wartość 517,4 mld zł. Poprzez punkty sprzedaży detalicznej sprzedano towary o wartości 497,7 mld zł, z tego żywności i napojów bezalkoholowych za 137,0 mld zł, napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych za 43,6 mld zł i towarów nieżywnościowych za 317,1 mld zł. W placówkach gastronomicznych sprzedaż detaliczna wyniosła 19,7 mld zł.

Struktura sprzedaży detalicznej w 2007 r. (ceny bieżące)*Structure of retail sales in 2007 (current prices)***Sprzedaż detaliczna według sektorów własności (ceny bieżące)***Retail sales by ownership sectors (current prices)*

Wyszczególnienie Specification		Sprzedaż detaliczna Retail sales					
		ogółem total		sektor sector			
				publiczny public		prywatny private	
		mln zł	%	mln zł	%	mln zł	%
a - 2007							
b - 2006=100							
Ogółem	a	517 352,2	100,0	6534,5	1,3	510817,7	98,7
Total	b	111,4	x	89,4	x	111,7	x
w tym przedsiębiorstwa							
handlowe	a	451762,0	100,0	3386,2	0,7	448375,8	99,3
of which trade enterprises	b	112,1	x	93,2	x	112,3	x

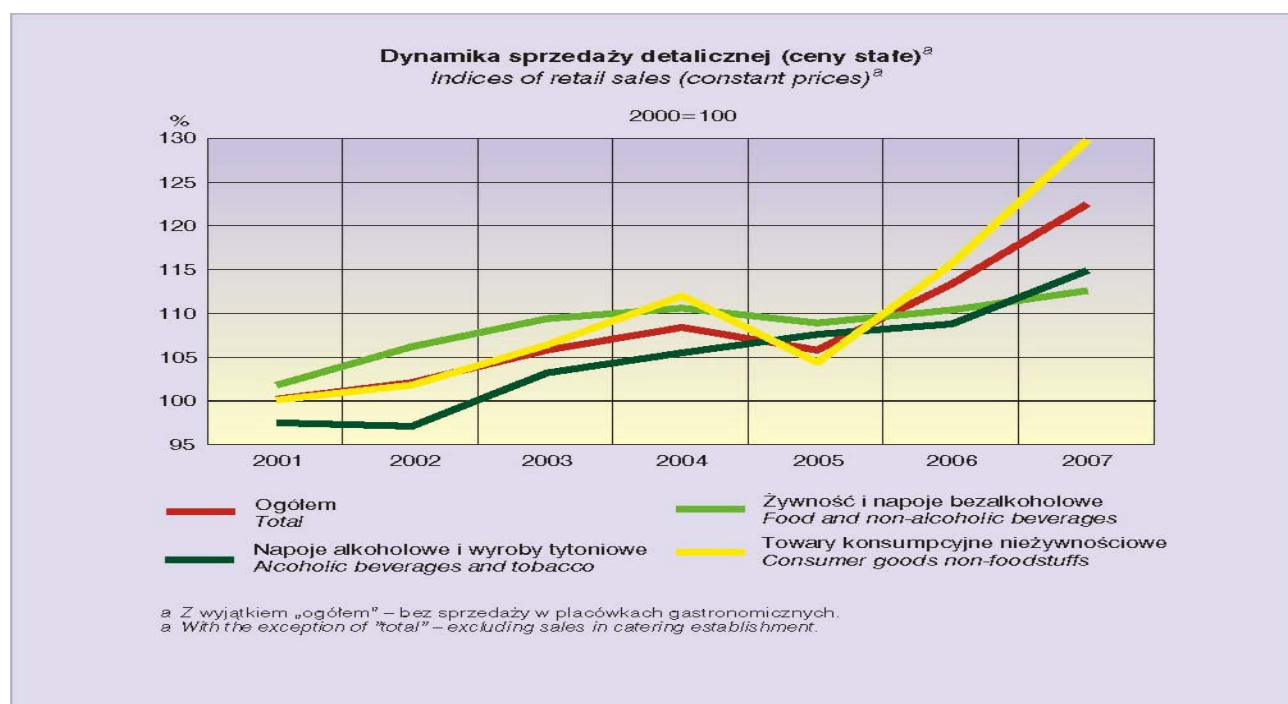
Sprzedaż detaliczna w latach 2005- 2007 (ceny bieżące)

Retail sales in 2005 - 2007 (current prices)

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2005	2006	2007	
	w mln zł <i>in mln zł</i>			2006=100
Ogółem <i>Total</i>	433255,4	464510,6	517352,2	111,4
żywność i napoje bezalkoholowe <i>food and non-alcoholic beverages</i>	137564,5	141285,0	151412,7	107,2
napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe..... <i>alcoholic beverages and tobacco</i>	43701,7	44760,8	48684,4	108,8
towary nieżywnościowe (bez wyrobów tytoniowych)..... <i>non-foodstuffs (excluding tobacco)</i>	251989,2	278464,8	317255,1	113,9

W 2007r. odnotowano wzrost sprzedaży detalicznej w cenach stałych. Dynamika sprzedaży detalicznej w cenach stałych zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe była o 8,0% wyższa niż przed rokiem. Znacznie wyższy od przeciętnego wzrost dynamiki odnotowano w sprzedaży towarów konsumpcyjnych nieżywnościowych (wzrost o 12,2 %).

Wyższa od przeciętnej (wzrost o 9,6 %) była sprzedaż towarów niekonsumpcyjnych. Sprzedaż napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych wzrosła w porównaniu z rokiem poprzednim o 5,6%.



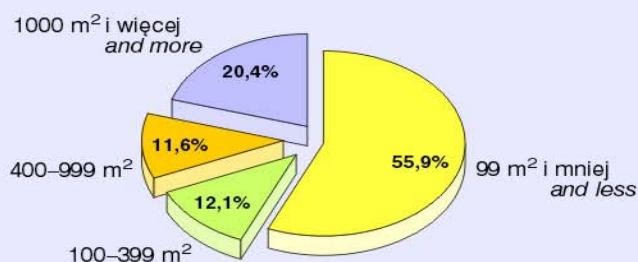
Punkty sprzedaży detalicznej

Retail sales outlets

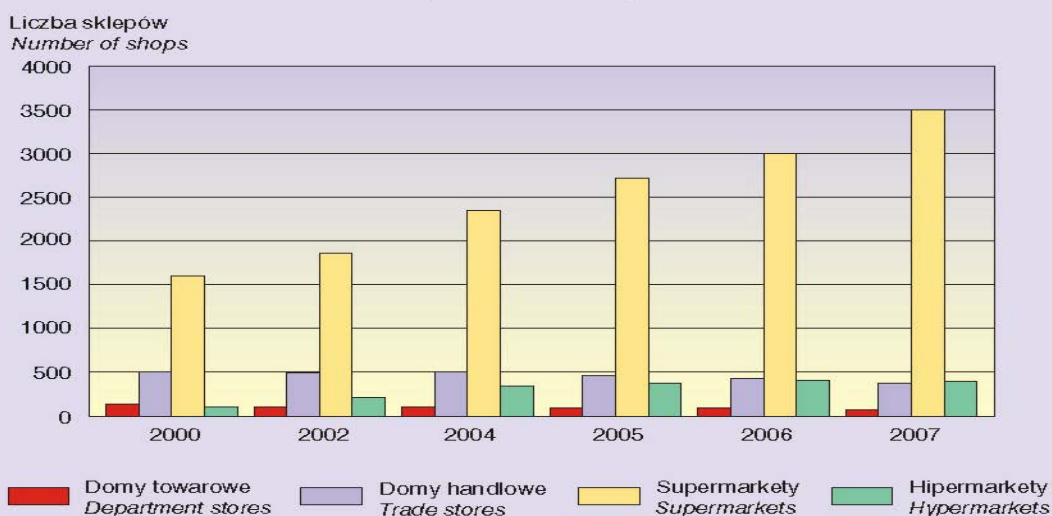
Na koniec 2007 r. funkcjonowało na terenie kraju ponad 371 tys. sklepów. Oznacza to, że w stosunku do ubiegłego roku nastąpił spadek liczby sklepów ogółem o 6,1%. Zmniejszyła się liczba sklepów należących do podmiotów, w których liczba pracujących wynosi 9 i mniej osób (o 8,2%) natomiast zanotowano wzrost o 4,6% liczby sklepów przedsiębiorstw, w których liczba pracujących wynosi 10 i więcej osób. Charakterystyczną cechą krajowego handlu detalicznego jest duży udział sklepów o powierzchni sprzedażowej do 99 m², które stanowią w ogólnej liczbie sklepów 93,0%.

W 2007 r. wzrosła o 8,3% liczba sklepów mających 400m² i więcej powierzchni sprzedażowej, a powierzchnia sprzedażowa w tej grupie sklepów wzrosła o 4,5%. Największy przyrost tych sklepów odnotowano w województwie małopolskim (o 14,2%), świętokrzyskim (o 13,8%), dolnośląskim (o 11,9%), pomorskim (o 11,9%).

Struktura powierzchni sprzedażowej sklepów w 2007 r.
Structure of sales area of shops in 2007



Liczba sklepów wg wybranych form organizacyjnych
Number of shops selected by organization form



Wśród wielkopowierzchniowych obiektów handlowych największy udział stanowią supermarkety, których liczba w ostatnim roku wzrosła o 16,7% (wobec 10,6 w 2006 r.).

W konsekwencji tych przemian uległa zmianie struktura powierzchni sprzedażowej sklepów. W porównaniu z rokiem ubiegłym powierzchnia sprzedażowa zajmowana przez sklepy do 99 m² obniżyła się o 3,1 pkt (do 55,9% ogólnej powierzchni sprzedażowej), a wzrosła o 1,1 pkt dla sklepów w przedziale 100-399 m² (do 12,1%), o 1,2 pkt dla sklepów w przedziale 400-999 m² (do 11,6%) oraz o 0,8 pkt dla sklepów o powierzchni sprzedażowej 1000 m² i więcej (do 20,4%).

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 14,9%, a powierzchni sprzedażowej 4,8%, co stanowi, iż średnia powierzchnia w tych sklepach wyniosła 736 m² (odpowiednio w sklepach przedsiębiorstw własności prywatnej krajowej - 151 m²). Natomiast udział liczby tych sklepów w liczbie sklepów ogółem wyniósł 1,8% wobec 1,5% w 2006 r.

Liczba sklepów przedsiębiorstw z kapitałem zagranicznym*

*Number of shops owned by enterprises with foreign capital **

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2006	2007
Liczba sklepów z kapitałem zagranicznym <i>Number of shops with foreign capital</i>	5878	6755
Udział w ogółem sklepach w %..... <i>Share in total shops in %</i>	1,5	1,8
Powierzchnia sklepów z kapitałem zagranicznym w m ² <i>Sales area of shops with foreign capital in m²</i>	4742374	4971496
Udział w powierzchni ogółem w %..... <i>Share in total sales area in %</i>	16,5	17,6

Targowiska stałe i sezonowe wciąż odgrywają dużą rolę w infrastrukturze handlowej. Na koniec 2007 r. w urzędach gminnych w całym kraju zarejestrowanych było 2283 stałych targowisk, w tym z przewagą sprzedaży drobnodetalicznej - 2064.

Analizując targowiska stałe można zauważyć nieznaczny spadek ich liczby o 0,6% w stosunku do roku ubiegłego. Największy spadek – o 4 miejsca targowe zanotowano w województwie śląskim. Miało to wpływ na spadek powierzchni targowisk stałych w tym województwie o 1,1% i liczby stałych punktów sprzedaży drobnodetalicznej o 3,7%. W 2007 r. w woj. mazowieckim, śląskim i wielkopolskim znajdowało się 34,2% ogółu targowisk stałych w kraju i był to wzrost o 0,1 pkt

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

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

procentowego w stosunku do roku ubiegłego. Jednocześnie zauważono, że ich udział w ogólnej powierzchni targowisk stałych wyniósł 38,2 % i był o 0,7 pkt niższy niż przed rokiem.

Na targowiskach handlowano w ok. 111 tys. stałych punktach sprzedaży drobnodetalicznej, wśród których 76,8 tys. otwartych było codziennie.

Uzupełnieniem stałej sieci targowiskowej były targowiska sezonowe. W 2007 r. odnotowano ich 6639, co oznacza wzrost w stosunku do roku ubiegłego o 7,0%. Największe wzrosty zanotowano w woj. mazowieckim, świętokrzyskim i zachodniopomorskim.

Roczne wpływy z opłaty targowej, w stosunku do ubiegłego roku, nieznacznie wzrosły i wyniosły 263 mln. złotych.

Gastronomia

Catering

Na koniec 2007 r. działało w kraju 89 tys. placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych). Najliczniej reprezentowane były bary, które stanowiły 43,1% wszystkich placówek, punkty gastronomiczne 37,2%, restauracje 12,3% i stołówki 7,4%.

Ogólna liczba placówek gastronomicznych w 2007 r. w porównaniu z rokiem poprzednim zmniejszyła się o 1335 (tj. o 1,5 %), natomiast w 2006 r. wzrost wyniósł 1742 (tj. o 1,9 %).

Liczba placówek gastronomicznych

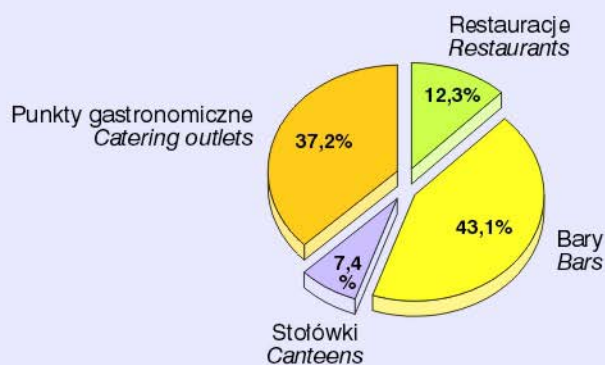
Number of catering establishments

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Ogółem <i>Total</i>	Sektor <i>Sector</i>	
		publiczny <i>public</i>	prywatny <i>private</i>
a – 2007 b - 2006=100			
Liczba placówek gastronomicznych..... a <i>Number of catering establishments</i> b	88995 98,5	2237 96,8	86758 98,6
restauracje a <i>restaurants</i> b	10927 106,4	160 101,9	10767 106,5
bary..... a <i>bars</i> b	38391 96,7	346 86,9	38045 96,8
stołówki a <i>canteens</i> b	6576 98,8	1317 101,1	5259 98,2
punkty gastronomiczne a <i>catering outlets</i> b	33101 98,2	414 91,4	32687 98,3

Analizując zróżnicowanie przyrostu liczby placówek gastronomicznych w 2007 r., według ich poszczególnych rodzajów, obserwuje się największy przyrost restauracji, których liczba zwiększyła się o 662 jednostki, co pozytywnie wpływa na ogólny poziom usług gastronomicznych. Zaobserwowano natomiast spadek liczby barów o 1300 jednostek, spadek liczby stołówek o 81 jednostek oraz spadek liczby punktów gastronomicznych o 616 jednostek.

Sektor prywatny w gastronomii obejmuje 86,8 tys. placówek gastronomicznych, czyli 97,5 % (wzrost o 0,1 %) wszystkich placówek, w tym: 98,5% restauracji, 99,1% barów, 80,0 % stołówek i 98,7% punktów gastronomicznych. W sektorze publicznym mamy zaledwie 2,5% ogółu placówek

Struktura placówek gastronomicznych w 2007 r.
Structure of catering establishments in 2007



Przychody ogółem z działalności gastronomicznej wyrażone w cenach bieżących wyniosły w 2007 r. ok. 20,2 mld zł i w porównaniu z rokiem ubiegłym wzrosły o 7,7% (w cenach stałych były wyższe o ok. 4,0 %). 60,8% wartości przychodów pochodziło z produkcji gastronomicznej, 36,4 % - ze sprzedaży towarów handlowych, a 2,8 % z pozostałej działalności. Wzrost przychodów nastąpił we wszystkich badanych jego źródłach z wyjątkiem przychodów z pozostałej działalności usługowej w sektorze publicznym. Największą dynamikę przychodów odnotowano w przychodach uzyskanych z produkcji 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 – 2007 b – 2006=100		w mln zł <i>in mln zł</i>	
Przychody ogółem a	20220,2	657,6	19562,6
<i>Revenues total</i> b	107,7	108,0	107,6
ze sprzedaży towarów a	7369,0	125,3	7243,7
<i>from sales of commodities</i> b	100,6	104,4	100,6
w tym ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych ... a	5117,8	57,4	5060,4
<i>of which from the sale of alcoholic beverages and tobacco</i> b	106,0	102,9	106,0
z produkcji gastronomicznej a	12285,9	515,7	11770,2
<i>from catering production</i> b	112,3	110,5	112,3
z pozostałej działalności a	565,3	16,6	548,7
<i>from other activity</i> b	108,7	0,73	110,3

Sprzedaż hurtowa
Wholesale

Sprzedaż hurtową w 2007 r. w przedsiębiorstwach handlowych wyszacowano (w cenach bieżących) na ok. 723,0 mld zł, z tego w sektorze publicznym na 18,4 mld zł, a w sektorze prywatnym na ok. 704,6 mld zł. Wzrost sprzedaży hurtowej w stosunku do poprzedniego roku wyniósł 12,0 %.

W strukturze sprzedaży hurtowej udział sprzedaży żywności i napojów bezalkoholowych stanowił 13,0%, napojów alkoholowych 4,4%, natomiast towarów nieżywnościowych - 82,6%, co wskazuje na utrzymanie się struktury na poziomie lat ubiegłych.

Struktura sprzedaży hurtowej w 2007 r. (ceny bieżące)
Structure of wholesale in 2007 (current prices)



Systematycznie wzrasta rola i znaczenie dużych przedsiębiorstw hurtowych (o liczbie pracujących powyżej 49 osób) w generowaniu przychodów z tej działalności. Sprzedaż hurtowa, w porównaniu z 2006 r., wzrosła w nich o 10,5%, przy czym sprzedaż żywności i napojów bezalkoholowych zwiększyła się o 17,5%, napojów alkoholowych o 6,6%, a sprzedaż towarów nieżywnościowych o 9,4%. W ogólnej wartości sprzedaży dużych przedsiębiorstw udział sprzedaży żywności wyniósł 12,1%, napojów alkoholowych – 6,6%, towarów nieżywnościowych (konsumpcyjnych i niekonsumpcyjnych) – 81,3%.

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

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Sprzedaż hurtowa <i>Wholesale</i>			
	ogółem	żywność i napoje bezalkoholo- we	napoje alkoholowe	towary nieżywnościowe
	<i>total</i>	<i>food and non- alcoholic beverages</i>	<i>alcoholic beverages</i>	<i>non-foodstuffs</i>
a – 2007 b – 2006=100				
	w mln zł		in mln zł	
Ogółema	722995,8	94045,2	31733,5	597217,1
<i>Total</i>b	112,0	113,6	119,0	111,4
w tym o liczbie pracujących powyżej 49 osób.....a	340823,4	41329,4	22383,8	283113,1
<i>of which enterprises employing more than 49 persons</i>b	110,9	117,3	120,1	109,4

Zaopatrzenie rynku *Supply*

W 2007 r. **dostawy**⁸ większości badanych artykułów konsumpcyjnych żywnościowych oraz nieżywnościowych były wyższe w porównaniu z 2006 r. Wzrost dostaw artykułów konsumpcyjnych spowodowany był głównie wzrostem produkcji.

W 2007 r. wśród badanych **artykułów żywnościowych** znacznie wyższe niż przed rokiem były dostawy m.in. spirytusu (alkoholu etylowego) rektyfikowanego – o 56,3%, owoców i orzechów mrożonych – o 25,0% oraz mleka i śmietany w postaci stałej – o 22,3%. W granicach 10-20% wzrosły dostawy m.in. kompotów i owoców pasteryzowanych, cukru, dżemów owocowych i tłuszczu zwierzęcych

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

topionych. Prawie o 10% zwiększyły się dostawy makaronu, piwa otrzymywanego ze słodu, serów i twarogów, wędlin i kielbas oraz masła i innych tłuszczów otrzymywanych z mleka.

Znacząco niższe niż w roku poprzednim były dostawy m.in. marynat warzywnych – o 43,1%, ziarna zbóż płatkowanych – o 29,6% oraz marynat z ryb – o 24,7%. W granicach 10-20% zmniejszyły się dostawy m.in. ryb morskich mrożonych, cukierków oraz ryżu. Poniżej 10% spadły dostawy m.in. papierosów z tytoniu, mąki pszennej, mąki żytniej oraz margaryny i mieszanek do smarowania pieczywa o obniżonej i niskiej zawartości tłuszczów z wyjątkiem płynnej margaryny.

W 2007 r. odnotowano znaczny udział importu, wyższy niż w 2006 r., w podaży m.in. ryb morskich mrożonych – 92,9% (wzrost o 17,4 pkt), win gronowych (łącznie z wermutem) – 87,1% (o 9,2 pkt) oraz ryżu – 86,7% (o 1,9 pkt). Znaczny udział importu, ale niższy niż w 2006 r. odnotowano w podaży ekstraktów, esencji i koncentratów kawy w formie stałej – 94,6% (spadek o 1,8 pkt).

W 2007 r. wśród badanych **artykułów nieżywnościowych**, w porównaniu z 2006 r., odnotowano wysoki wzrost dostaw m.in. pieluszek i wkładek do pieluch dla niemowląt – o 59,8%, kosmetyków do pielęgnacji włosów – o 39,8% oraz zamrażarek typu domowego – o 23,2%. W granicach 10-20% zwiększyły się dostawy m.in. odbiorników radiowych, odkurzaczy typu domowego oraz dywanów, chodników i wykładzin. Poniżej 10% wzrosły dostawy m.in. papieru toaletowego, maszyn pralniczych automatycznych oraz wyrobów stołowych, kuchennych lub do użytku w gospodarstwie domowym ze stali, emaliowanych.

Znacznie niższe niż w 2006 r. były dostawy m.in. bielizny osobistej z tkanin – 54,9%, okryć i ubiorów z tkanin – 54,9% oraz tkanin lnianych – 25,3%. W granicach 5-20% obniżyły się dostawy m.in. żarówek ogólnego przeznaczenia, mydła i produktów organicznych powierzchniowo czynnych i preparatów stosowanych jako mydło oraz tkanin syntetycznych. Poniżej 5% spadły dostawy tkanin z okrywą, tkanin ręcznikowych, włączając frotte i pozostałych specjalnych, tkanin z jedwabiu oraz tkanin wełnianych.

W 2007 r. odnotowano znaczny udział importu, wyższy niż w 2006 r., w podaży m.in. młynków i mikserów spożywczych – 86,2 (o 1,7 pkt), odkurzaczy typu domowego – 85,8% (o 4,9 pkt) oraz tkanin syntetycznych – 83,3 (o 5,4 pkt). Znaczny udział importu, ale niższy niż w 2006 r. odnotowano w podaży m.in. nowych samochodów osobowych ogólnego przeznaczenia – 79,8% (o 5,2 pkt) oraz tkanin wełnianych – 70,6% (o 20,5 pkt).

Wartość zapasów badanych przedsiębiorstw⁹ na koniec grudnia 2007 roku wynosiła 148 mld. złotych i była o 23,0 % wyższa niż przed rokiem, w tym w przetwórstwie przemysłowym o 20,8 % oraz w handlu i naprawach^Δ o 25,4 %. Udział zapasów w przetwórstwie przemysłowym w zapasach ogółem spadł o 1,1 pkt procentowe do 55,7 %, a w handlu i i naprawach ^Δ wzrósł o 0,6 pkt procentowego do 30,4 %.

W porównaniu z 2006 rokiem udział wartości zapasów półproduktów i produktów w toku zwiększył się z 14,0% do 14,2% a towarów z 34,0% do 35,6%. Zmniejszył się natomiast udział zapasów materiałów z 32,8% do 31,5% , produktów gotowych z 17,5% do 17,1% oraz zapasów pozostałych z 1,7% do 1,6%.

W 2007 r. w magazynach producentów¹⁰ **średnioroczne wielkości** stanów **zapasów** większości badanych konsumpcyjnych **artykułów żywnościowych** były wyższe niż przed rokiem. Powyżej 30% wzrosły zapasy mleka i śmietany w postaci stałej, warzyw mrożonych, wód mineralnych i napojów bezalkoholowych, czekolady i wędlin. Mniejsze wzrosty zapasów zanotowano w przypadku mięsa surowego ze zwierząt rzeźnych, mrożonych ryb morskich, konserw mięsnych , podrobowych i tłuszczowych, makaronu, kawy, soków warzywnych i owocowych oraz papierosów z tytoniu.

Prawie bez zmian w stosunku do zeszłego roku pozostały zapasy serów i twarogów, wina i miodów pitnych oraz mąki. Spadły natomiast zapasy cukierków, konserw i prezerw oraz marynat z ryb, wódek , likierów i innych alkoholi w przeliczeniu na 100%, masła i innych tłuszczów otrzymywanych z mleka, dżemów owocowych, tłuszczów zwierzęcych topionych oraz kasz i grysików. Największe spadki poniżej 30% odnotowano w przypadku zapasów ryżu i mięsa drobiowego.

W grupie badanych **artykułów nieżywnościowych** w magazynach producentów **średnioroczne wielkości** stanów **zapasów** w 2007 roku były niższe niż przed rokiem. W dużym stopniu wzrosły zapasy odkurzaczy oraz chłodziarek i zamrażarek typu domowego, odbiorników radiowych, tkanin lnianych, preparatów do prania i czyszczenia, dywanów, chodników i wykładzin włókienniczych, detergentów i preparatów do prania oraz opon do samochodów osobowych. W mniejszym stopniu (do 30%) wzrosły zapasy rajstop i rajtuzów, tkanin bawełnianych, odbiorników telewizyjnych oraz bielizny osobistej z tkanin.

Na niezmienionym poziomie pozostawały średnioroczne zapasy samochodów osobowych. Obniżyły się natomiast stany zapasów mebli, bielizny osobistej z dzianin, zamrażarek typu domowego, kieliszków i szklanek oraz szkła stołowo-kuchennego, żarówek, rowerów, obuwia , maszyn pralniczych i tkanin syntetycznych. Poniżej 30% spadły zapasy tkanin wełnianych, mebli kuchennych oraz zegarów i zegarków.

⁹ Dotyczy podmiotów gospodarczych prowadzących księgi rachunkowe i zobowiązanych do sporządzania co kwartał sprawozdania o przychodach, kosztach i wyniku finansowym – F-01/I-01 (z wyjątkiem podmiotów, których podstawowym rodzajem działalności jest działalność zaklasyfikowana według PKD do sekcji „Rolnictwo, łowiectwo i leśnictwo”, „Rybnictwo”, „Pośrednictwo finansowe”), w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

¹⁰ W przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 49 osób.

W okresie pięcioletnim systematyczne tendencje wzrostowe w grupie zapasów konsumpcyjnych artykułów żywnościowych odnotowano w przypadku średniorocznych zapasów mięsa wieprzowego mrożonego, mięsa surowego ze zwierząt rzeźnych i królików, wędlin i kiełbas, konserw warzywnych, serów topionych, ginów i likierów oraz wód mineralnych. Tendencje spadkowe odnotowano w przypadku średniorocznych zapasów sardynek, sardyneli i szprotów, marynat z ryb, soku jabłkowego, przecieru pomidorowego, tłuszczu i olejów zwierzęcych, mleka w postaci stałej, sera świeżego i twarogu, mąki żytniej, kaszy jaglanej, ziarna zbóż płatkowanych, win oraz moszczy winogronowych.

W tym samym okresie w grupie zapasów artykułów nieżywnościowych systematyczne tendencje wzrostowe odnotowano w przypadku zapasów obuwia ze skóry, gumy i tworzyw sztucznych, mydła, detergentów i preparatów do prania, mycia i czyszczenia, chłodziarek i zamrażarek typu domowego, odbiorników radiowych i odbiorników TV kolorowej z ekranem płaskim. Tendencje spadkowe wykazały zapasy tkanin wełnianych, tkanin ze sztucznych włókien odcinkowych, wykładzin wiązanych tkanych, wielu rodzajów odzieży, niektórych rodzajów obuwia w tym narciarskiego i sportowego, niektórych rodzajów opon, maszyn liczących, analogowych lub hybrydowych do przetwarzania danych, monitorów, odbiorników TV czarno-białych, magnetowidów i zegarków.

TABLICE
TABLES

TABL. 1. PODMIOTY GOSPODARKI NARODOWEJ ZAREJESTROWANE W REJESTRZE REGON WEDŁUG SEKCJI (PKD)
Stan w dniu 31 XII
ENTITIES OF THE NATIONAL ECONOMY RECORDED IN THE REGON REGISTER BY SECTIONS (PKD)
As of December 31

Wyszczególnienie Specification	Liczba podmiotów gospodarki narodowej ogółem Number of entities of national economy in total			w tym osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą of which natural persons conducting economic activity		
	w liczbach bezwzględnych in absolute numbers	w % in %	2006= =100	w liczbach bezwzględnych in absolute numbers	w % in %	2006= =100
OGÓŁEM2006 <i>Total</i> 2007	3636039 3685608	x x	x 101,4	2765348 2787650	x x	x 100,8
w tym usługi2006 <i>of which services</i> 2007	2795740 2817206	100,0 100,0	x 100,8	2085746 2085126	100,0 100,0	x 100,0
Handel i naprawy ^Δ2006 <i>Trade and repair</i> ^Δ 2007	1160914 1149810	41,5 40,8	x 99,0	948995 935812	45,5 44,9	x 98,6
Hotele i restauracje2006 <i>Hotels and restaurants</i> 2007	112736 113253	4,0 4,0	x 100,5	90200 89997	4,3 4,3	x 99,8
Transport, gospodarka magazynowa i łączność.....2006 <i>Transport, storage and communication</i> 2007	259423 263423	9,3 9,4	x 101,5	233575 236393	11,2 11,3	x 101,2
Pośrednictwo finansowe.....2006 <i>Financial intermediation</i> 2007	129605 133020	4,6 4,7	x 102,6	118474 121292	5,7 5,8	x 102,4
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ2006 <i>Real estate, renting and business activities</i> 2007	603197 611339	21,6 21,7	x 101,3	394026 390410	18,9 18,7	x 99,1
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenie społeczne i zdrowotne ^Δ2006 <i>Public administration and defence; compulsory social security</i> 2007	26420 26841	1,0 1,0	x 101,6	37 40	0,0 0,0	x 108,1
Edukacja2006 <i>Education</i> 2007	93538 95407	3,3 3,3	x 102,0	41886 43320	2,0 2,1	x 103,4
Ochrona zdrowia i opieka społeczna2006 <i>Health care and social welfare</i> 2007	160374 165792	5,7 5,9	x 103,4	140220 145171	6,7 7,0	x 103,5
Pozostała działalność usługowa ^Δ2006 <i>Other community, social and personal service activities</i> 2007	249469 258247	8,9 9,2	x 103,5	118333 122691	5,7 5,9	x 103,7
Organizacje i zespoły eksterytorialne.....2006 <i>Extra-territorial organisations and bodies</i> 2007	64 74	0,0 0,0	x 115,6	- -	- -	- -

Źródło: Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w 2007 r.
Source: Structural changes in the groups of entities of the national economy in 2007

TABL. 2. WARTOŚĆ DODANA BRUTTO WEDŁUG SEKCJI W ROKU 2000 I W LATACH 2003 – 2007
(w cenach bieżących)
GROSS VALUE ADDED BY SECTIONS IN 2000 AND IN YEARS 2003 - 2007 (in current prices)

Wyszczególnienie Specification	2000		2003		2004	
	w mln zł in mln zł	w % in %	w mln zł in mln zł	w % in %	w mln zł in mln zł	w % in %
OGÓŁEM	662 224	100,0	744 357	100,0	821 665	100,0
Total						
w tym usługi of which services	419 417	63,3	491 623	66,0	527 020	64,1
Handel i naprawy ^Δ Trade and repair ^Δ	128 877	19,5	141 243	19,0	155 041	18,9
Hotele i restauracje..... Hotels and restaurants	8 311	1,3	8 776	1,2	9 498	1,2
Transport, gospodarka magazynowa i łączność	43 418	6,6	55 768	7,5	60 844	7,4
Transport, storage and communication						
Pośrednictwo finansowe..... Financial intermediation	32 588	4,9	31 055	4,2	34 314	4,2
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ	87 054	13,1	104 632	14,1	110 157	13,4
Real estate and business activities						
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ	40 114	6,1	47 069	6,3	50 118	6,1
Public administration and defence; compulsory social security						
Edukacja	29 192	4,4	36 438	4,9	41 799	5,1
Education						
Ochrona zdrowia i opieka społeczna	21 600	3,3	32 606	4,4	29 666	3,6
Health care and social welfare						
Pozostała działalność usługowa ^Δ	24 266	3,7	29 638	4,0	30 914	3,8
Other service activities						
Gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników	3 997	0,6	4 398	0,6	4 669	0,6
Private households with employed persons						

Źródło: Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2000-2006, GUS, Warszawa, sierpień 2008;
Dla roku 2007 Mały Rocznik Statystyczny Polski 2008
Source: National accounts by institutional sectors and sub-sectors 2000-2006, Central Statistical Office, Warsaw, August
2008; For 2007 Concise Statistical Yearbook of Poland 2008

TABL. 2. WARTOŚĆ DODANA BRUTTO WEDŁUG SEKCJI W ROKU 2000 I W LATACH 2003 – 2007
(w cenach bieżących) (dok.)
GROSS VALUE ADDED BY SECTIONS IN 2000 AND IN YEARS 2003 - 2007 (in current prices) (cont.)

Wyszczególnienie Specification	2005		2006		2007	
	w mln zł in mln zł	w % in %	w mln zł in mln zł	w mln zł in mln zł	w % in %	w mln zł in mln zł
OGÓŁEM	866 329	100,0	931 179	100,0	1 021 886	100,0
Total						
w tym usługi of which services	561 051	64,5	601 569	64,6	659 970	64,5
Handel i naprawy ^Δ	164 154	18,9	175 761	18,9	x	x
Trade and repair ^Δ						
Hotele i restauracje.....	10 691	1,2	11 055	1,2	x	x
Hotels and restaurants						
Transport, gospodarka magazynowa i łączność	62 701	7,2	68 481	7,4	x	x
Transport, storage and communication						
Pośrednictwo finansowe.....	37 729	4,4	42 025	4,5	x	x
Financial intemediation						
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ	119 068	13,7	128 552	13,8	x	x
Real estate and business activities						
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ	53 323	6,2	55 292	5,9	x	x
Public administration and defence; compulsory social security						
Edukacja	44 296	5,1	45 932	4,9	x	x
Education						
Ochrona zdrowia i opieka społeczna	31 599	3,6	34 488	3,7	x	x
Health care and social welfare						
Pozostała działalność usługowa ^Δ	32 438	3,7	34 717	3,7	x	x
Other service activities						
Gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników	5 052	0,6	5 266	0,6	x	x
Private households with employed persons						

Źródło: Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2000-2006, GUS, Warszawa, sierpień 2008;
Dla roku 2007 Mały Rocznik Statystyczny Polski 2008
Source: National accounts by institutional sectors and sub-sectors 2000-2006, Central Statistical Office, Warsaw, August
2008; For 2007 Concise Statistical Yearbook of Poland 2008

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

Wyszczególnienie Specification	2006		2007	
	w tysiącach in thous	w % in %	w tysiącach in thous	w % in %
OGÓŁEM	13 220,0	100	13 553,6	100
Total				
w tym usługi of which services	7 380,5	55,8	7 577,5	55,9
Handel i naprawy ^Δ Trade and repair ^Δ	2 082,9	15,8	2 161,8	16,0
Hotele i restauracje Hotels and restaurants	228,7	1,7	235,4	1,7
Transport, gospodarka magazynowa i łączność.. Transport, storage and communication	738,7	5,6	758,5	5,6
Pośrednictwo finansowe..... Financial intemediation	308,5	2,3	324,0	2,4
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ Real estate and business activities	1 004,1	7,6	1 056,9	7,8
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ Public administration and defence; compulsory social security	881,0	6,7	895,7	6,6
Edukacja..... Education	1 026,7	7,8	1 026,4	7,6
Ochrona zdrowia i opieka społeczna Health care and social welfare	715,4	5,4	720,5	5,3
Pozostała działalność usługowa ^Δ Other service activities	394,5	3,0	398,3	2,9

Źródło: Dla roku 2007 – Mały Rocznik Statystyczny Polski 2008; Dla roku 2006 – Rocznik Statystyczny RP 2006;
 Source: For 2007 - Concise Statistical Yearbook of Poland 2008; For 2006 – Statistical Yearbook 2006;

TABL. 4. PRZECIĘTNE ZATRUDNIENIE, PRZECIĘTNE MIESIĘCZNE WYNAGRODZENIE BRUTTO
WEDŁUG SEKCJI W 2007 R.
AVERAGE PAID EMPLOYMENT, AVERAGE MONTHLY GROSS WAGE AND SALARIES BY SECTIONS IN 2007

Wyszczególnienie Specification	Przeciętne zatrudnienie Average paid employment			Przeciętne wynagrodzenie brutto Average gross wage and salaries		
	w tysiącach in thous.	w % in %	2006=100	w zł in zł	w % in %	2006=100
OGÓŁEM	9272,6	100,0	103,4	2691	100,0	108,7
<i>Total</i>						
w tym usługi	x	x	x	x	x	x
<i>of which services</i>						
Handel i naprawy ^Δ	1465,5	15,8	105,1	2186	81,2	108,6
<i>Trade and repair^Δ</i>						
Hotele i restauracje	159,2	1,7	104,3	1663	61,8	106,7
<i>Hotels and restaurants</i>						
Transport, gospodarka magazynowa i łączność	613,4	6,6	102,8	2818	104,7	106,3
<i>Transport, storage and communication</i>						
Pośrednictwo finansowe.....	258,5	2,8	103,9	4889	181,7	109,3
<i>Financial intemediation</i>						
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ	760,3	8,2	105,1	2825	105,0	108,1
<i>Real estate and business activities</i>						
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ	574,9	6,2	102,6	3369	125,2	104,8
<i>Public administration and defence; compulsory social security</i>						
Edukacja	1002,9	10,8	99,9	2718	101,0	105,6
<i>Education</i>						
Ochrona zdrowia i opieka społeczna	641,0	6,9	100,8	2466	91,6	117,3
<i>Health care and social welfare</i>						
Pozostała działalność usługowa ^Δ	272,7	2,9	101,9	2521	93,7	105,7
<i>Other community, social and personal service activities</i>						

Źródło: Mały Rocznik Statystyczny Polski 2008

Source: Concise Statistical Yearbook of Poland 2008

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

Wyszczególnienie	2006	2007	2006	2007	Specification
	Sekcja "G" handel i naprawy ^Δ Section "G" trade and repairs ^Δ		Sekcja "H" hotele i restauracje Section "H" hotels and restaurants		
OGÓŁEM	1160914	1149810	112736	113263	TOTAL
w tym:					of which:
Przedsiębiorstwa państwowe	94	63	7	5	State-owned enterprises
Spółki	207821	209911	21697	22414	Companies
z tego					
prawa handlowego	84929	87652	5543	6035	commercial law
w tym:					of which:
akcyjne	1782	1803	91	97	joint- stock
z.o.o	68672	70540	4864	5228	limited liability
cywilne	122891	122258	16154	16379	civil law
Spółdzielnie	3165	3158	47	56	Co-operatives
Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą	948995	935812	90200	89997	Natural persons conducting economic activity

^a Zarejestrowanych w rejestrze REGON.

^a Recorded in the REGON register.

TABL. 6. PRZEDSIĘBIORSTWA WEDŁUG LICZBY PROWADZONYCH SKLEPÓW ^a

Stan w dniu 31 XII

ENTERPRISES BY NUMBER OF SHOPS ^a

As of December 31

Wyszczególnienie Specification	2006	2007
OGÓŁEM.....	344215	317504
TOTAL		
do 2 sklepów	338311	311484
<i>up to 2 shops</i>		
3-10.....	4796	4886
11-20	718	713
21-50	292	313
51-100	70	70
101-200	20	27
powyżej 200 sklepów	8	11
<i>above 200 shops</i>		
w tym przedsiębiorstwa handlowe.....	330594	303790
of which trade enterprises		
do 2 sklepów	326210	299323
<i>up to 2 shops</i>		
3-10	3541	3624
11-20	560	538
21-50	206	219
51-100.....	52	51
101-200.....	17	24
powyżej 200 sklepów	8	11
<i>above 200 shops</i>		

a Patrz Uwagi metodyczne, s. 20.

^a See Methodological notes, page 18.

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

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2005	2006
OGÓŁEM.....	9210	8984
TOTAL		
1 magazyn	3757	3657
1 warehouse		
2-5.....	4088	3964
6-10.....	850	852
powyżej 10 magazynów	515	511
above 10 warehouses		
w tym przedsiębiorstwa hurtowe.....	6771	6638
of which wholesale trade enterprises		
1 magazyn	2724	2676
1 warehouse		
2-5.....	3054	2954
6-10.....	610	613
powyżej 10 magazynów	383	395
above 10 warehouses		

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

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

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

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Ogółem <i>Total</i>	Sektor publiczny <i>Public sector</i>	Sektor prywatny <i>Private sector</i>
OGOŁEM..... 2006	405617	1598	404019
TOTAL 2007	381135	1609	379526
z tego: <i>of which:</i>			
Sklepy 2006	395458	1328	394130
<i>Shops</i> 2007	371328	1331	369997
Domy towarowe 2006	91	1	90
<i>Department stores</i> 2007	76	-	76
Domy handlowe..... 2006	431	7	424
<i>Trade stores</i> 2007	372	2	370
Hipermarkety 2006	410	-	410
<i>Hypermarkets</i> 2007	396	-	396
Supermarkety 2006	3003	6	2997
<i>Supermarkets</i> 2007	3506	3	3503
Pozostałe sklepy..... 2006	391523	1314	390209
<i>Other shops</i> 2007	366978	1326	365652
Stacje paliw..... 2006	10159	270	9889
<i>Petrol stations</i> 2007	9807	278	9529

a Patrz Uwagi metodyczne, s. 20.

a See Methodological notes, page 18.

TABL. 9. WYBRANE FORMY ORGANIZACYJNE SKLEPÓW WEDŁUG WOJEWÓDZTW W 2007 R.
Stan w dniu 31 XII
SELECTED ORGANIZATION FORMS OF SHOPS BY VOIVODSHIPS IN 2007
As of December 31

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Domy towarowe <i>Department stores</i>	Domy handlowe <i>Trade stores</i>	Supermarkety <i>Supermarkets</i>	Hipermarkety <i>Hypermarkets</i>
POLSKA..... POLAND	76	372	3506	396
Dolnośląskie.....	5	31	276	42
Kujawsko-Pomorskie	3	14	225	21
Lubelskie	3	26	176	14
Lubuskie	-	8	152	13
Łódzkie.....	6	24	207	35
Małopolskie.....	9	20	263	24
Mazowieckie	16	72	376	56
Opolskie	1	6	123	8
Podkarpackie.....	7	21	184	12
Podlaskie	3	19	97	7
Pomorskie.....	1	18	200	31
Śląskie	9	38	455	69
Świętokrzyskie	-	10	86	9
Warmińsko-Mazurskie	3	25	129	13
Wielkopolskie	5	23	349	26
Zachodniopomorskie	5	17	208	16

TABL. 10. STRUKTURA SKLEPÓW I STACJI PALIW WEDŁUG FORM ORGANIZACYJNYCH ^a
 I FORM WŁASNOŚCI W 2007 R.
 Stan w dniu 31 XII
STRUCTURE OF SHOPS AND PETROL STATIONS BY ORGANIZATION AND OWNERSHIP
FORMS IN 2007 ^a
As of December 31

Wyszczególnienie Specification a - udział w % a - share in % b - udział powierzchni sprzedażowej w % b - share of sales area in %	Ogółem Total	Sektor prywatny Private sector	w tym: of which:	
			własność prywatna krajowa private domestic ownership	własność zagraniczna foreign ownership
Sklepya	100,0	99,6	97,6	1,8
Shopsb	100,0	99,6	81,3	17,6
w tym: of which:				
Domy towarowe.....a	100,0	100,0	85,5	13,2
Department storesb	100,0	100,0	69,1	30,1
Domy handlowea	100,0	99,5	65,6	32,0
Trade storesb	100,0	99,5	65,5	32,0
Hipermarketya	100,0	100,0	19,4	79,3
Hypermarketsb	100,0	100,0	20,6	78,5
Supermarketya	100,0	99,9	41,4	58,0
Supermarketsa	100,0	99,9	36,3	62,9
Stacje paliwa	100,0	97,2	75,5	6,7
Petrol stationsb	-	-	-	-

a Patrz Uwagi metodyczne, s. 20.

a See Methodological notes, page 18.

TABL. 11. STRUKTURA SKLEPÓW WEDŁUG FORM WŁASNOŚCI W WOJEWÓDZTWACH W 2007 R
Stan w dniu 31 XII
STRUCTURE OF SHOPS BY OWNERSHIP IN VOIVODSHIPS IN 2007
As of December 31

Wyszczególnienie Specification a - udział w % a - share in % b - udział powierzchni sprzedażowej w % b - share of sales area in %	Ogółem Total	Sektor prywatny Private sector	w tym: of which:	
			własność prywatna krajowa private domestic ownership	własność zagraniczna foreign ownership
POLSKA..... a	100,0	99,6	97,6	1,8
POLAND b	100,0	99,6	81,3	17,6
Dolnośląskie..... a	100,0	99,7	97,2	2,2
b	100,0	99,7	75,2	23,1
Kujawsko-Pomorskie..... a	100,0	99,7	97,7	1,8
b	100,0	99,8	82,9	16,6
Lubelskie a	100,0	99,7	98,2	1,1
b	100,0	99,5	87,1	12,0
Lubuskie a	100,0	99,5	97,5	1,9
b	100,0	99,6	80,0	19,2
Łódzkie..... a	100,0	99,7	97,7	1,6
b	100,0	99,2	79,6	18,7
Małopolskie..... a	100,0	99,7	98,1	1,3
b	100,0	99,8	84,6	14,3
Mazowieckie a	100,0	99,5	96,8	2,2
b	100,0	99,0	78,0	19,9
Opolskie..... a	100,0	99,7	97,8	1,7
b	100,0	99,9	85,0	14,4
Podkarpackie a	100,0	99,7	98,2	1,1
b	100,0	99,8	86,7	11,9
Podlaskie a	100,0	99,3	97,8	1,3
b	100,0	99,5	91,2	7,6
Pomorskie..... a	100,0	99,8	97,1	2,5
b	100,0	99,9	77,7	21,5
Śląskie a	100,0	99,4	96,6	2,6
b	100,0	99,8	75,7	23,1
Świętokrzyskie a	100,0	99,7	98,6	1,0
b	100,0	99,8	86,3	13,3
Warmińsko-Mazurskie a	100,0	99,6	98,2	1,4
b	100,0	99,8	87,0	12,7
Wielkopolskie a	100,0	99,8	98,0	1,7
b	100,0	99,9	83,7	15,9
Zachodniopomorskie a	100,0	99,8	97,8	1,9
b	100,0	99,8	82,3	16,8

TABL. 12. SKLEPY I STACJE PALIW WEDŁUG SPECJALIZACJI ^a

Stan w dniu 31 XII

SHOPS AND PETROL STATIONS BY SPECIALIZATION ^a

As of December 31

Wyszczególnienie	2006	2007	Specification
	Sklepy shops		
Sklepy.....	395458	371328	Shops
z tego:			of which:
Ogólnospożywcze	120455	105510	General foodstuffs
Owocowo-warzywne.....	4451	4778	Fruit and vegetables
Mięsne.....	12002	12448	Meat
Rybne	942	974	Fish
Piekarniczo-ciastkarskie.....	5430	6033	Baker's and confectioner's products
Z napojami alkoholowymi	2510	2768	With alcoholic beverages
Z kosmetykami i wyrobami toaletowymi.....	7917	8421	With cosmetics and toilet goods
Z wyrobami włókienniczymi	4995	4694	With textile products
Z wyrobami odzieżowymi	39421	37812	With clothing products
Z obuwiem i wyrobami skórzanymi ...	8016	7980	With footwear and leather products
Z meblami i sprzętem oświetleniowym	7756	7915	With furniture and lighting appliances
Radiowo-telewizyjne i ze sprzętem gospodarstwa domowego	7813	7484	With radio, TV and household appliances
Z artykułami piśmiennymi i księgarnie	7931	6780	With books and stationery
Z pojazdami mechanicznymi	12466	12107	With motor vehicles
Pozostałe sklepy	153353	145624	Other shops
Stacje paliw.....	10159	9807	Petrol stations

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

TABL.13. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2007 R.^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2007^a
As of December 31

Województwa Voivodships	Ogółem Total	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² Sales area of shops in m ²	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej Number of shops by size of sales area							
			99 m ² i mniej 99 m ² and less	100 - 199 m ²	200 - 299m ²	300 - 399 m ²	400 - 999 m ²	1000 - 1999	2000 - 2499 m ²	2500 m ² i więcej 2500 m ² and more
POLSKA POLAND	371328	28246608	345358	11519	4372	2478	5448	1393	169	591
Dolnośląskie	27590	2229807	25653	802	331	203	414	116	12	59
Kujawsko-Pomorskie	22314	1579489	20903	605	210	162	326	67	10	31
Lubelskie	20978	1465895	19533	634	257	142	294	87	7	24
Lubuskie	10900	846439	10110	332	119	70	203	42	8	16
Łódzkie	27654	1925225	26021	766	261	139	335	75	14	43
Małopolskie	32591	2248368	30354	1099	374	193	420	96	12	43
Mazowieckie.....	48031	3690308	44865	1391	573	300	589	197	26	90
Opolskie.....	8595	714980	7902	271	121	68	177	42	4	10
Podkarpackie	18843	1373001	17266	733	264	156	325	63	9	27
Podlaskie.....	10344	869210	9378	452	183	94	183	34	6	14
Pomorskie	20864	1625386	19358	635	240	152	335	92	13	39
Śląskie.....	40398	3644535	37052	1529	513	293	705	191	19	96
Świętokrzyskie.....	13138	862736	12516	268	96	60	142	40	2	14
Warmińsko- Mazurskie	14350	1086343	13315	454	207	106	193	57	4	14
Wielkopolskie.....	34225	2588877	31797	1064	416	239	513	136	15	45
Zachodniopomorskie	20513	1496009	19335	484	207	101	294	58	8	26

a Patrz Uwagi metodyczne, s. 20.

a See Methodological notes, page 18.

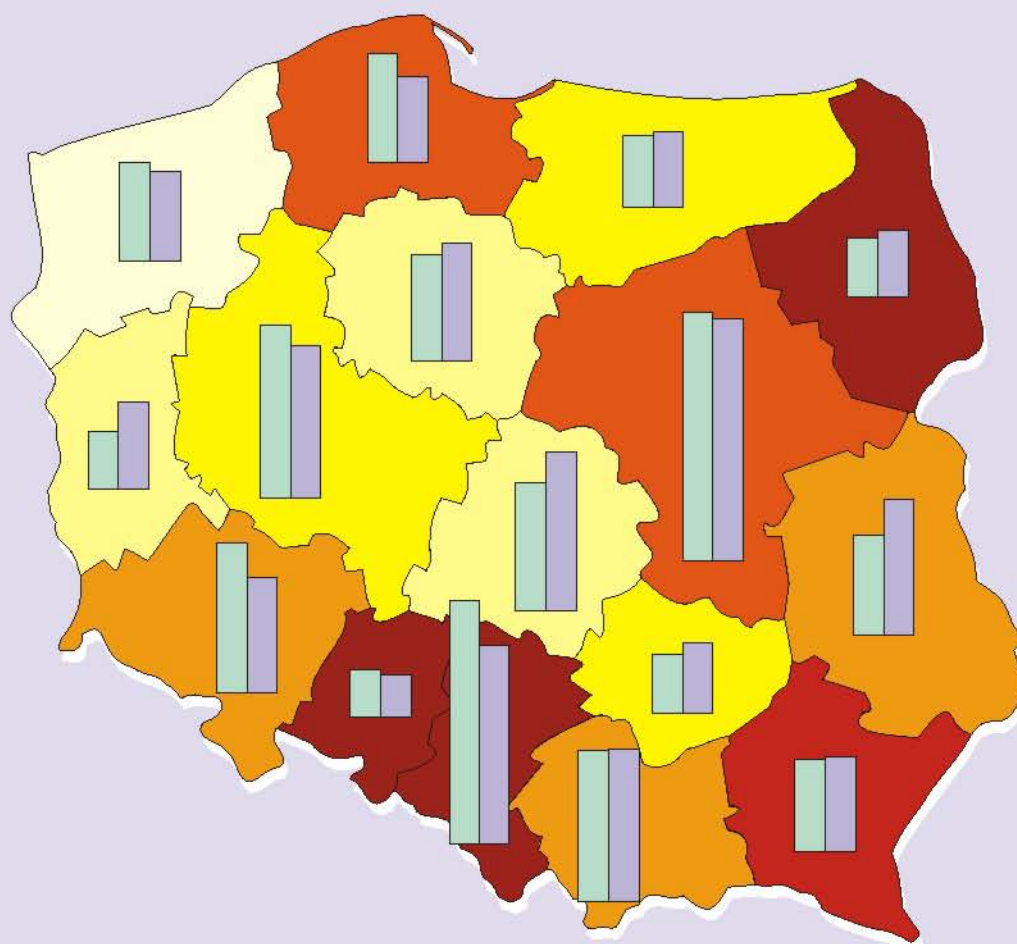
TABL. 14. SKLEPY I STACJE PALIW WEDŁUG WOJEWÓDZTW ^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS AND PETROL STATIONS BY VOIVODSHIPS ^a
As of December 31

Województwa 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..... 2006	395458	28818342	10159	96,4
POLAND 2007	371328	28246608	9807	103
Dolnośląskie..... 2006	29426	2248453	710	98,0
2007	27590	2229807	599	104
Kujawsko-Pomorskie 2006	20512	1580947	573	101
2007	22314	1579489	607	92,6
Lubelskie 2006	22089	1521435	723	98,4
2007	20978	1465895	707	103
Lubuskie 2006	12291	887526	354	82,1
2007	10900	846439	451	92,5
Łódzkie..... 2006	26665	1886776	807	96,2
2007	27654	1925225	828	92,4
Małopolskie..... 2006	34834	2313124	686	93,9
2007	32591	2248368	796	101
Mazowieckie 2006	50309	3951686	1422	103
2007	48031	3690308	1257	108
Opolskie 2006	9542	704410	273	109
2007	8595	714980	217	121
Podkarpackie..... 2006	20742	1498251	508	101
2007	18843	1373001	493	111
Podlaskie 2006	11044	820618	359	108
2007	10344	869210	348	115
Pomorskie..... 2006	24332	1737699	468	90,6
2007	20864	1625386	448	106
Śląskie 2006	45489	3466387	1010	103
2007	40398	3644535	1026	115
Świętokrzyskie 2006	14279	815561	371	89,6
2007	13138	862736	364	97,1
Warmińsko-Mazurskie 2006	15145	1159713	397	94,2
2007	14350	1086343	394	99,4
Wielkopolskie 2006	37236	2846680	984	90,7
2007	34225	2588877	799	99,0
Zachodniopomorskie 2006	21523	1379076	517	78,7
2007	20513	1496009	473	82,5

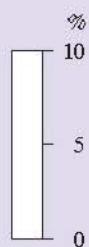
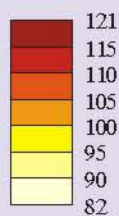
a Patrz Uwagi metodyczne, s. 20.

a See Methodological notes, page 18.

Wybrane dane o sklepach i stacjach paliw według województw w 2007 r.
Stan w dniu 31 XII
Selected data concerning shops and petrol stations by voivodships in 2007
As of December 31



Liczba ludności
przypadająca
na 1 sklep
Population per shop



Udział powierzchni sprzedażowej sklepów
Share of sales area of shops

Udział stacji paliw
Share of petrol stations

TABL. 15. STRUKTURA SPRZEDAŻY DETALICZNEJ W SKLEPACH I STACJACH PALIW W 2007 R.
STRUCTURE OF RETAIL SALES IN SHOPS AND PETROL STATIONS IN 2007

Lp.	Wyszczególnienie	Ogółem <i>Total</i>	Pojazdy mechaniczne, motocykle, części. <i>Motor vehicles, motorcycles, parts</i>	Paliwa stałe, ciekłe i gazowe <i>Sold, liquid and gaseous fuels</i>	Żywność, napoje alkoholowe i bezalkoholowe oraz wyroby tytoniowe <i>Foodstuffs, alcoholic and non-alcoholic beverages and tobacco products</i>
1	OGÓŁEM.....	100,0	100,0	100,0	100,0
2	Owoce i warzywa	2,3	0,0	0,1	5,9
3	Mięso i wyroby mięsne	5,6	0,0	0,0	14,7
4	Ryby i przetwory rybne	1,0	0,0	0,0	2,6
5	Pieczywo i przetwory zbożowe.....	3,5	0,0	0,0	9,5
6	Mleko, jaja i sery	3,4	0,0	0,0	8,3
7	Cukier i wyroby cukiernicze	2,7	0,0	0,2	6,7
8	Kawa, herbata i kakao	1,4	0,0	0,0	3,5
9	Pozostałe artykuły żywnościowe i napoje bezalkoholowe.....	7,9	0,0	1,0	19,1
10	Napoje alkoholowe	5,0	0,0	1,1	12,4
11	Wyroby tytoniowe	2,6	0,0	1,1	5,7
12	Artykuły farmaceutyczne i medyczne.....	5,2	0,0	0,0	0,3
13	Kosmetyki i wyroby toaletowe	3,8	0,0	0,0	3,4
14	Wyroby włókiennicze.....	0,6	0,0	0,0	0,3
15	Odzież łącznie z dodatkami do ubrań i wyrobami futrzarskimi.....	3,7	0,0	0,0	0,5
16	Obuwie i wyroby skórzane.....	1,4	0,0	0,0	0,2
17	Meble i sprzęt oświetleniowy.....	2,8	0,0	0,0	0,2
18	Artykuły i sprzęt gospodarstwa domowego	2,8	0,0	0,0	1,2
19	Artykuły radiowo-telewizyjne.....	2,1	0,0	0,0	0,7
20	Książki, gazety i artykuły piśmienne .	2,1	0,0	0,1	1,4
21	Pojazdy mechaniczne	8,5	95,9	0,7	0,2
	w tym:				
22	samochody	6,8	79,0	0,0	0,0
23	Paliwa.....	16,1	0,0	92,8	0,5
24	Pozostałe artykuły nieżywnościowe ..	15,5	4,1	2,9	2,7

Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny <i>Pharmaceuticals, cosmetics, orthopedic equipment</i>	Włókno, odzież, obuwie <i>Textiles, clothing, footwear</i>	Meble, rtv, agd <i>Furniture, consumer electronics, household appliances</i>	Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach <i>Press, books, other sale in specialized stores</i>	Pozostałe <i>Others</i>	<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	1,4	<i>Fruit and vegetables</i>	2
0,0	0,2	0,1	0,1	2,4	<i>Meat and meat products</i>	3
0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	<i>Fish and fish products</i>	4
0,0	0,0	0,0	0,1	1,0	<i>Bread and cereal products</i>	5
0,1	0,0	0,0	0,1	2,5	<i>Milk, eggs and cheese</i>	6
0,1	0,0	0,0	0,1	3,9	<i>Sugar and confectionery</i>	7
0,1	0,0	0,0	0,0	0,6	<i>Coffee, tea and cocoa</i>	8
					<i>Other foodstuff articles and non-alcoholic beverages</i>	9
0,2	0,0	0,1	0,6	5,8	<i>Alcoholic beverages</i>	10
0,1	0,0	0,0	0,0	4,5	<i>Tobacco</i>	11
0,2	0,0	0,0	0,6	1,9	<i>Pharmaceutical and medical articles</i>	12
63,7	0,0	0,0	0,4	5,9	<i>Cosmetics and toilet goods</i>	13
29,9	0,2	0,1	1,7	4,9	<i>Textile products</i>	14
0,0	6,4	1,0	0,3	0,8	<i>Clothing including accessories and furriery</i>	15
0,1	64,6	0,1	1,6	1,8	<i>Footwear and leather products</i>	16
0,0	25,5	0,3	0,3	0,6	<i>Furniture and lighting appliances</i>	17
0,0	1,3	28,9	1,6	2,8	<i>Household appliances and articles</i>	18
0,2	0,5	27,4	0,3	2,1	<i>Radio and television articles</i>	19
0,0	0,0	23,8	0,1	0,7	<i>Books, newspapers and stationery</i>	20
0,2	0,0	0,2	18,8	2,8	<i>Motor vehicles</i>	21
0,0	0,0	0,1	0,1	1,5	<i>of which:</i>	
0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	<i>automobiles</i>	22
0,0	0,0	0,0	3,0	1,1	<i>Fuels</i>	23
5,1	1,3	17,9	70,1	50,5	<i>Other non-foodstuff articles</i>	24

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

Wyszczególnienie	2006	2007	Specification
	rok poprzedni=100 previous year=100		
OGÓŁEM	111,9	116,0	TOTAL
w tym:			<i>of which:</i>
Pojazdy samochodowe, motocykle, części	114,3	135,1	<i>Motor vehicles, motorcycles, parts</i>
Paliwa stałe, ciekłe i gazowe	112,9	111,5	<i>Sold, liquid and gaseous fuels</i>
Żywność, napoje i wyroby tytoniowe	111,9	108,6	<i>Food, beverages and tobacco products</i>
Pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach	117,6	125,3	<i>Other retail sales in non-specialized stores</i>
Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny	115,0	120,4	<i>Pharmaceuticals, cosmetics orthopaedic equipment</i>
Włókno, odzież, obuwie	119,7	127,0	<i>Textiles, clothing, footwear</i>
Meble, rtv, agd	119,7	125,7	<i>Furniture, radio, TV and household appliances</i>
Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach	103,6	126,9	<i>Newspapers, books, other sale in specialized stores</i>
Pozostałe	107,4	110,7	<i>Others</i>

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

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

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

Wyszczególnienie	2006	2007	Specification
OGÓŁEM	100,0	100,0	TOTAL
w tym:			of which:
Pojazdy samochodowe, motocykle, części.....	9,2	10,7	Motor vehicles, motorcycles, parts
Paliwa stałe, ciekłe i gazowe	18,8	18,0	Sold, liquid and gaseous fuels
Żywność, napoje i wyroby tytoniowe.....	27,6	25,8	Food, beverages and tobacco products
Pozostała sprzedaż detaliczna w nie wyspecjalizowanych sklepach	5,2	5,6	Other retail sales in non- specialized stores
Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny	3,2	3,3	Pharmaceuticals, cosmetics orthopedic equipment
Włókno, odzież, obuwie.....	3,2	3,5	Textiles, clothing, footwear
Meble, rtv, agd	5,6	6,1	Furniture, radio, TV and household appliances
Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach.....	5,9	6,5	Newspapers, books, other sale in specialized stores
Pozostałe	21,1	20,2	Others

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

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

TABL. 18. TARGOWISKA WEDŁUG WOJEWÓDZTW
Stan w dniu 31 XII
MARKETPLACES 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 marketplace charge in thous. zł</i>
	liczba targowisk <i>number of marketplaces</i>	w tym z przewagą sprzedaży drobnodeta- licznej <i>of which with predomi- nance the sale small retail</i>	powierzchnia targowisk w m ² <i>area of marketplaces in m²</i>		liczba stałych punktów sprzedaży drobnodetalicznej <i>number of the small-retail</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 marketplaces opened daily</i>		
POLSKA2006 POLAND 2007	2297 2283	2072 2064	15384449 15233751	9237943 9071164	120069 111107	86117 76769	6203 6639	262769,6 262916,1
Dolnośląskie2006 2007	158 155	151 147	837903 858807	463258 489097	9085 9287	6965 6810	1954 2011	16725,9 15502,5
Kujawsko-..... 2006 Pomorskie 2007	145 146	125 127	702842 690860	390798 360549	5980 5901	4555 4494	80 87	8940,2 8395,0
Lubelskie2006 2007	186 183	165 163	1070821 1054087	686655 693893	5555 5364	3708 3796	55 59	10853 10708,7
Lubuskie2006 2007	74 72	67 65	396463 403741	208288 202931	6658 5847	5633 4791	151 149	17823,9 15917,6
Łódzkie2006 2007	166 168	143 144	1769277 1914803	1019436 947765	18870 14033	15545 10007	72 70	27538,4 26858,1
Małopolskie2006 2007	156 156	142 143	846744 824898	657230 655420	5783 5747	3262 3311	1554 1487	18837,8 20146,9
Mazowieckie2006 2007	317 317	283 283	3358723 3197081	2035129 1985641	18183 16551	12026 9822	265 652	43738,3 42022,5
Opolskie.....2006 2007	57 56	56 53	219893 207417	138970 141122	2158 2149	1634 1591	25 24	6445,8 6081,5
Podkarpackie2006 2007	125 125	114 115	446049 432085	259805 253209	3148 3082	2311 2251	128 132	10309,6 10329,5
Podlaskie.....2006 2007	82 83	65 66	811180 796997	562913 551729	3510 3456	2880 2866	20 20	4135,8 4061,0
Pomorskie2006 2007	90 87	83 82	406929 380091	236766 216497	3590 3599	2457 2612	260 291	9388,7 9307,5
Śląskie2006 2007	215 211	197 197	1300770 1286549	695855 681750	15856 15274	8938 8781	274 258	31174,7 31527,7
Świętokrzyskie ...2006 2007	80 79	76 75	766482 736549	618121 606105	3188 2911	1690 1578	83 120	11562 14560,3
Warmińsko-.....2006 Mazurskie 2007	80 79	70 71	436419 441091	267337 263673	2529 2345	1869 1828	257 127	4845,6 7023,9
Wielkopolskie....2006 2007	252 253	225 225	1329540 1328382	785654 807978	9233 9121	6427 6488	109 105	27352,2 26762,7
Zachodnio-2006 Pomorskie 2007	114 113	110 108	684414 680313	211728 213805	6743 6440	6217 5743	916 1047	13097,7 13710,7

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

TABL. 19. MAGAZYNY HANDLOWE ^a WEDŁUG WOJEWÓDZTW W 2006 R.

Stan w dniu 31 XII

TRADE WAREHOUSES ^a BY VOIVODSHIPS IN 2006

As of December 31

Województwa Voivodships	Magazyny zamknięte Secured warehouses		Magazyny zadaszone Roofed warehouses		Place składowe Storage sites		Silosy i zbiorniki pojemność w m ³
	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	29057	17525812	2978	1281323	4905	14117655	3530585
POLAND							
Dolnośląskie	2133	1284901	201	71634	403	1299204	206796
Kujawsko-Pomorskie	1584	1048564	165	69545	348	991672	228979
Lubelskie	1194	635800	112	30254	214	291698	31135
Lubuskie	580	269205	59	14693	120	229407	22309
Łódzkie	1682	971897	200	66538	257	652040	11028
Małopolskie	2110	1219278	256	105624	415	787019	156942
Mazowieckie	5691	3934101	584	343866	666	1909940	1831609
Opolskie	509	244192	56	16519	98	244821	32307
Podkarpackie	1603	807415	155	62366	252	524996	31100
Podlaskie	790	544184	71	31215	116	311141	9889
Pomorskie	1721	1019805	171	59493	316	601256	185957
Śląskie	4040	1985499	414	196896	787	4056491	398163
Świętokrzyskie	623	372181	92	29634	130	317923	23920
Warmińsko-Mazurskie	599	304364	42	13685	89	157601	900
Wielkopolskie	3235	2379647	306	136203	529	1344755	301883
Zachodniopomorskie	963	504779	94	33158	165	397691	57668

^a Dane dotyczą przedsiębiorstw prowadzących działalność handlową, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.^a Data concern enterprises conducting distributive activity in which number of employees exceeds 9 persons.

TABL. 20. STRUKTURA MAGAZYNÓW ZAMKNIĘTYCH W PRZEDSIĘBIORSTWACH HANDLOWYCH^a WEDŁUG FORM WŁASNOŚCI W 2006 R.
Stan w dniu 31 XII
STRUCTURE OF SECURED WAREHOUSES IN TRADE ENTERPRISES^a BY OWNERSHIP IN 2006
As of December 31

Wyszczególnienie Specification	Ogółem Total	Sektor publiczny Public sector	w tym: of which:	Sektor prywatny Private sector	w tym: of which:	
			własność państwowa state ownership		własność prywatna krajowa private domestic ownership	własność zagraniczna foreign ownership
Liczba magazynów <i>Number of warehouses</i>	22449	639	603	21810	18787	2678
Powierzchnia składowa w m²... <i>Storage area in m²</i>	14570171	349467	335198	14220704	10568845	3301724
w tym: of which:						
magazyny hurtu wholesale warehouses						
liczba magazynów w %	78,6	89,7	90,7	78,3	76,5	89,7
<i>number of warehouses in %</i>						
powierzchnia składowa w %.....	81,8	85,4	84,8	81,7	82,6	78,4
<i>storage area in %</i>						
magazyny detalu retail warehouses						
liczba magazynów w %	14,4	4,7	3,3	14,6	15,8	6,9
<i>number of warehouses in %</i>						
powierzchnia składowa w %.....	13,7	8,1	8,4	13,9	12,3	19,2
<i>storage area in %</i>						

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

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

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

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Typ klientów <i>Type of customer</i>	Ogółem <i>Total</i>		w tym własność zagraniczna <i>of which foreign capital</i>	
		2005	2006	2005	2006
		w %		in %	
Dział 51 Division 51	Ogółem Total	100,0	100,0	100,0	100,0
	w tym: <i>of which:</i>				
	handlowcy detaliczni..... <i>retail traders</i>	31,2	31,4	29,0	29,7
	hurtownicy	39,5	39,4	38,7	38,9
	<i>wholesalers, purchasing, groups</i>				
	producenci	15,8	15,3	15,5	15,6
	<i>producers</i>				
	konsumenci indywidualni	9,0	8,8	11,5	10,4
	<i>final individual consumers</i>				
	konsumenci zbiorowi	3,5	3,3	3,5	3,4
	<i>other final consumers</i>				

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

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

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

Wyszczególnienie Specification	Typ dostawców Type of supplier	2005	2006	2005	2006
		Zakupy towarów ogółem Total purchases of goods		w tym własność zagraniczna of which foreign capital	
		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.....	48,6	48,6	43,1	43,1
	directly from the domestic producers				
	u hurtowników	27,9	27,9	15,5	15,8
	from wholesalers, purchasing groups				
	bezpośrednio z importu	21,4	21,4	40,0	39,8
	from imports				
	z innych źródeł (np. giełdy).....	1,7	1,7	0,8	0,8
	from other sources				
dział 50 division 50	Zakupy towarów	100,0	100,0	100,0	100,0
	Purchases of goods				
	w tym: of which:				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych.....	27,0	27,0	16,8	20,8
	directly from the domestic producers				
	u hurtowników	42,3	42,3	23,8	22,0
	from wholesalers, purchasing groups				
	bezpośrednio z importu	27,1	27,1	58,7	56,3
	from imports				
	z innych źródeł (np. giełdy).....	3,5	3,5	0,6	0,8
	from other sources				
dział 51 division 51	Zakupy towarów	100,0	100,0	100,0	100,0
	Purchases of goods				
	w tym: of which:				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych.....	51,9	51,9	38,3	36,3
	directly from the domestic producers				
	u hurtowników	22,5	22,5	14,7	15,9
	from wholesalers, purchasing groups				
	bezpośrednio z importu	23,7	23,7	45,3	46,3
	from imports				
	z innych źródeł (np. giełdy).....	1,5	1,5	0,8	0,9
	from other sources				
dział 52 division 52	Zakupy towarów	100,0	100,0	100,0	100,0
	Purchases of goods				
	w tym: of which:				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych.....	50,9	50,9	70,4	72,8
	directly from the domestic producers				
	u hurtowników	37,4	37,4	12,7	12,3
	from wholesalers, purchasing groups				
	bezpośrednio z importu	10,1	10,1	15,6	14,1
	from imports				
	z innych źródeł (np. giełdy).....	1,4	1,4	0,8	0,5
	from other sources				

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

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

TABL. 23. HANDEL I NAPRAWY^Δ W 2006 R.
TRADE AND REPAIR^Δ IN 2006

Wyszczególnienie Specification	Przychód ze sprzedaży Turnover	Marża Margin	Produkcja globalna Gross output	Wartość dodana brutto Gross value added	Nadwyżka operacyjna brutto Gross operating surplus	Zakupy towarów i usług do odsprzedaży Purchases of goods and services purchased for resale in the same condition as received	Koszty związane z zatrudnieniem Compensation of employees	Nakłady inwes- tycyjne Investment outlays
	w mln zł		in mln zł					
Sekcja „G”	1002826,0	161172,5	227004,4	126234,0	79232,8	776193,0	42964,5	11358,8
Section „G”								
w tym: of which:								
Dział 50	119315,9	14127,1	24044,7	12757,0	7501,7	94339,6	4852,4	1254,4
Division 50								
Grupa 50.1	52864,2	5119,2	9828,2	4762,6	2730,5	42634,4	1898,2	687,8
Group 50.1								
Grupa 50.2	10933,1	1278,4	4608,7	2112,1	856,8	5935,8	1168,3	144,5
Group 50.2								
Grupa 50.3	20095,4	4372,4	5380,6	3386,3	2356,9	14908,7	982,2	183,6
Group 50.3								
Grupa 50.4	231,0	86,1	106,4	60,6	49,3	141,1	10,8	0,4
Group 50.4								
Grupa 50.5	35192,2	3271,0	4120,8	2435,4	1508,2	30719,6	792,9	238,1
Group 50.5								
Dział 51	628312,9	86512,2	127050,2	65647,2	40742,7	500766,5	22685,5	5546,0
Division 51								
Grupa 51.1	22011,1	4582,8	6786,5	4330,8	3229,3	15466,9	1061,8	121,6
Group 51.1								
Grupa 51.2	16544,0	2053,5	3160,8	1604,0	1212,0	13163,1	341,5	67,5
Group 51.2								
Grupa 51.3	99556,3	10609,5	15618,7	7586,7	4394,2	83082,1	2975,8	701,8
Group 51.3								
Grupa 51.4	85878,3	14252,9	19216,1	9172,1	5478,1	66513,5	3505,2	839,0
Group 51.4								
Grupa 51.5	196999,9	22925,5	34260,7	17168,7	11086,5	162799,1	4961,7	1268,3
Group 51.5								
Grupa 51.8	29688,6	3994,2	6690,9	4039,9	2389,9	23103,6	1594,6	319,6
Group 51.8								
Grupa 51.9	177634,7	28093,8	41316,5	21745,0	12952,7	136638,2	8244,9	2228,2
Group 51.9								
Dział 52	255197,2	60533,2	75909,5	47829,8	30988,4	181086,9	15426,6	4558,4
Division 52								
Grupa 52.1	113798,8	22550,0	28904,6	17891,9	9662,1	84634,9	7285,5	2809,7
Group 52.1								
Grupa 52.2	22598,6	4304,7	5604,3	3585,4	2193,8	16892,4	1259,4	663,9
Group 52.2								
Grupa 52.3	25996,5	7508,0	8176,1	5916,7	4317,6	18373,8	1593,8	178,0
Group 52.3								
Grupa 52.4	80380,5	22210,5	27239,9	17143,1	12188,7	54527,9	4679,7	874,6
Group 52.4								
Grupa 52.5	797,8	331,2	468,4	329,8	255,1	379,5	66,3	0,7
Group 52.5								
Grupa 52.6	10678,7	3489,8	4841,3	2696,8	2188,3	6084,3	463,8	29,0
Group 52.6								
Grupa 52.7	946,3	139,0	674,9	266,1	182,8	194,1	78,1	2,5
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.24. DOSTAWY WYBRANYCH TOWARÓW KONSUMPCYJNYCH W 2007R.
 DELIVERIES OF SELECTED CONSUMER GOODS IN 2007

Towary Goods	Jednostka miary Unit of measure	Dostawy ^a Deliveries ^a	
		w liczbach bezwzględnych in absolute numbers	2006=100
Mięso drobiowe..... <i>Poultry</i>	tys. t <i>thous. t</i>	1175	99,2
Konserwy, wędliny, wyroby wędliniarskie drobiowe <i>Variety meat products from poultry</i>	tys. t <i>thous. t</i>	163	110,3
Przetwory mięsne i podrobowe ze zwierząt rzeźnych <i>Meat and variety meat products from animals for slaughter</i>	tys. t <i>thous. t</i>	1081	103,1
w tym szynki i łopatki konserwowe oraz inne konserwy mięsne, podrobowe i tłuszczowe <i>of which canned hams and shoulders as well as other canned meat, offals and fats</i>	tys. t <i>thous. t</i>	29,0	97,6
Ryby morskie mrożone <i>Sea fish frozen</i>	tys. t <i>thous. t</i>	197	80,1
Konserwy i prezerwy z ryb <i>Fish preserves</i>	tys. t <i>thous. t</i>	7,5	117,7
Margaryna oraz mieszanki do smarowania pieczywa..... <i>Margarine and spreads</i>	tys. t <i>thous. t</i>	313	95,0
Masło oraz inne tłuszcze otrzymywane z mleka..... <i>Butter and other fats from milk</i>	tys. t <i>thous. t</i>	155	101,8

^a Ilość wytworzonych w kraju wyrobów (dane dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 9 osób) pomniejszona o ich eksport i powiększona o import, skorygowana o saldo zmian zapasów u producentów; patrz notka tabl. 25, str. 85.

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

TABL. 24. DOSTAWY WYBRANYCH TOWARÓW KONSUMPCYJNYCH W 2007R. (cd.)
 DELIVERIES OF SELECTED CONSUMER GOODS IN 2007(cont.)

Towary Goods	Jednostka miary Unit of measure	Dostawy ^a Deliveries ^a	
		w liczbach bezwzględnych in absolute numbers	2006=100
Sery i twarogi	tys. t	561	104,2
<i>Cheese and curd</i>	<i>thous. t</i>		
w tym:			
<i>of which:</i>			
sery podpuszczkowe dojrzewające	tys. t	207	106,0
<i>rennet ripening cheese</i>	<i>thous. t</i>		
sery przetworzone (topione).....	tys. t	59,1	110,7
<i>processed (melted) cheese</i>	<i>thous. t</i>		
Mąka pszenna.....	tys. t	2438	94,7
<i>Wheat flour</i>	<i>thous. t</i>		
Kasze i grysiki.....	tys. t	115	103,2
<i>Groats and meals</i>	<i>thous. t</i>		
Czekolada (łącznie z białą)	tys. t	193	103,7
<i>Chocolate (including white)</i>	<i>thous. t</i>		
Makaron	tys. t	186	108,5
<i>Pasta</i>	<i>thous. t</i>		
Wódki, likiery, inne napoje alkoholowe w przeliczeniu na 100%...	tys. hl	1142	111,5
<i>Vodkas, liqueurs, other alcoholic beverages in terms of 100%</i>	<i>thous. hl</i>		
w tym wódka czysta	tys. hl	914	112,4
<i>of which pure vodka</i>	<i>thous. hl</i>		
Wina i miody pitne.....	tys. hl	3406	97,6
<i>Wine and mead</i>	<i>thous. hl</i>		
w tym wina gronowe (łącznie z wermutem).....	tys. hl	1138	109,5
<i>of which grape wine (including vermouth)</i>	<i>thous. hl</i>		

^a Ilość wytworzonych w kraju wyrobów (dane dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 9 osób) pomniejszona o ich eksport i powiększona o import, skorygowana o saldo zmian zapasów u producentów; patrz notka tabl. 25,
^a Quantity of products produced domestically (data concern economic entities employing more than 9 persons), minus their exports and plus their imports corrected by the balance of changes at producers; see note table 25.

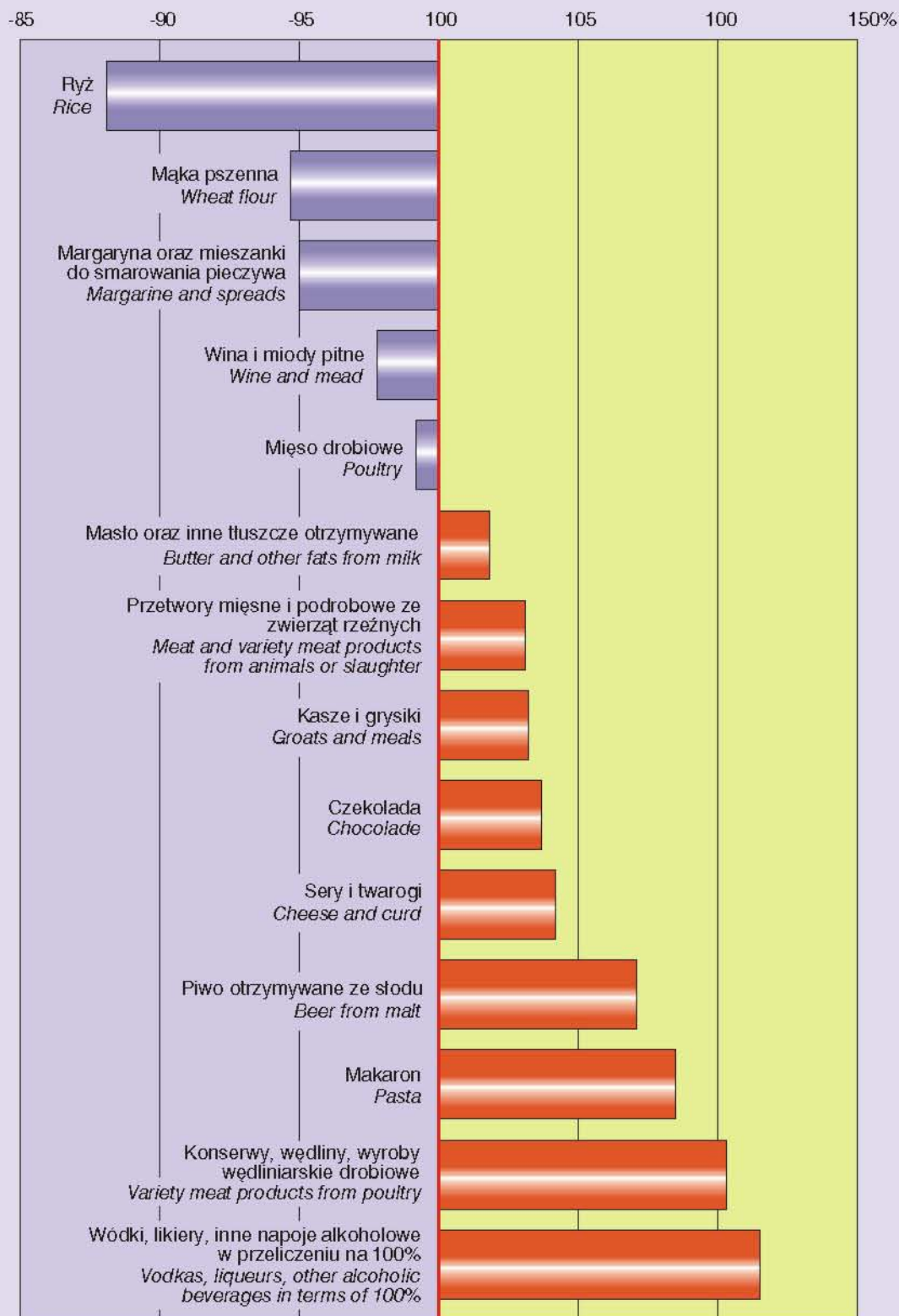
TABL. 24. DOSTAWY WYBRANYCH TOWARÓW KONSUMPCYJNYCH W 2007R. (dok.)
 DELIVERIES OF SELECTED CONSUMER GOODS IN 2007(cont.)

Towary Goods	Jednostka miary Unit of measure	Dostawy ^a Deliveries ^a	
		w liczbach bezwzględnych in absolute numbers	2006=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>	35751	103,1
Wody mineralne i napoje bezalkoholowe	tys. hl <i>thous. hl</i>	52738	105,0
w tym wody mineralne naturalne	tys. hl <i>thous. hl</i>	17377	100,3
<i>of which natural mineral waters</i>			
Opony do pojazdów samochodowych osobowych	tys. szt <i>thous. units</i>	10802	108,9
<i>Tyres for passenger cars</i>			
Chłodziarki i zamrażarki typu domowego	tys. szt <i>thous. units</i>	1334	113,0
<i>Household refrigerators and freezers</i>			
Maszyny pralnicze typu domowego	tys. szt <i>thous. units</i>	1363	106,7
<i>Household washing machines</i>			
Miksery, malaksery, roboty kuchenne	tys. szt <i>thous. units</i>	2812	120,7
<i>Household dressers</i>			
Odbiorniki radiowe	tys. szt <i>thous. units</i>	4939	116,4
<i>Radio receivers</i>			
Odbiorniki telewizyjne (łącznie z monitorami ekranowymi) ...	tys. szt <i>thous. units</i>	5650	239,7
<i>TV receivers (including monitors)</i>			
Samochody osobowe ogólnego przeznaczenia	tys. szt <i>thous. units</i>	293	117,8
<i>General purpose passenger cars</i>			
Rowery	tys. szt <i>thous. units</i>	597	87,9
<i>Bicycles</i>			

^a Ilość wytworzonych w kraju wyrobów (dane dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 9 osób) pomniejszona o ich eksport i powiększona o import, skorygowana o saldo zmian zapasów u producentów; patrz notka tabl. 25
^a Quantity of products produced domestically (data concern economic entities employing more than 9 persons), minus their exports and plus their imports corrected by the balance of changes at producers; see note table 25.

Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2007 r.
Delivery index of selected foodstuffs in 2007

Rok poprzedni = 100
Previous year = 100



TABL. 25. ZAPASY WYBRANYCH WYROBÓW U PRODUCENTÓW^a W 2007 R.
 STOCKS OF SELECTED PRODUCTS AT PRODUCERS^a IN 2007

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	20,7	17,1	17,2	19,4
<i>Raw meat of animal for slaughter</i>	<i>thous. t</i>				
b	%	120,4	112,0	125,8	119,1
Tłuszcze zwierzęce topione jadalne..... a	tys. t	1,2	1,2	0,9	0,9
<i>Edible animal fats melted</i>	<i>thous. t</i>				
b	%	81,5	81,7	88,3	74,4
Mięso drobiowe..... a	tys. t	14,4	11,8	15,6	18,1
<i>Poultry</i>	<i>thous. t</i>				
b	%	44,7	39,1	54,7	97,0
Przetwory mięsne i podrobowe ze zwierząt rzeźnych a	tys. t	13,0	13,8	13,2	14,2
<i>Meat and variety meat products from animals for slaughter</i>	<i>thous. t</i>				
b	%	113,0	111,2	116,4	130,4
Ryby morskie mrożone a	tys. t	2,7	4,7	2,8	2,4
<i>Sea fish frozen</i>	<i>thous. t</i>				
b	%	93,3	151,5	116,5	106,3
Konserwy i prezerwy z ryb a	tys. t	2,8	3,0	1,8	1,8
<i>Fish preserves</i>	<i>thous. t</i>				
b	%	118,8	101,6	75,8	72,7
Margaryna oraz mieszanki do smarowania pieczywa a	tys. t	10,2	9,4	10,5	7,8
<i>Margarine and spreads</i>	<i>thous. t</i>				
b	%	101,8	87,4	123,1	75,3
Masło oraz inne tłuszcze otrzymywane z mleka a	tys. t	2,5	1,9	2,3	4,7
<i>Butter and other fats from milk</i>	<i>thous. t</i>				
b	%	67,9	66,3	84,3	123,1
Sery podpuszczkowe dojrzewające a	tys. t	8,0	8,6	7,3	13,4
<i>Rennet ripening cheese</i>	<i>thous. t</i>				
b	%	128,7	81,6	63,3	138,0
Mąka pszenna..... a	tys. t	34,2	27,9	34,4	25,3
<i>Wheat flour</i>	<i>thous. t</i>				
b	%	98,3	109,8	111,8	75,9
Kasze i grysiki..... a	tys. t	1,8	2,0	1,7	2,0
<i>Groats and meals</i>	<i>thous. t</i>				
b	%	75,4	61,2	95,7	104,5

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

a Data refer to enterprises employing more than 49 persons.

TABL. 25. ZAPASY WYBRANYCH WYROBÓW U PRODUCENTÓW ^a W 2007 R. (cd.)
 STOCKS OF SELECTED PRODUCTS AT PRODUCERS ^a IN 2007 (cont.)

Wyszczególnienie Specification a - liczby bezwzględne absolute numbers b - analogiczny okres roku poprzedniego = 100 corresponding period of the previous year=100	Jednostka miary Unit of measure	Stan w dniu As of day			
		31 III	30 VI	30 IX	31 XII
Cukier a	tys. t	936,7	615,0	184,3	1256,6
<i>Sugar</i>	<i>thous. t</i>				
b	%	107,2	153,7	229,2	104,5
Wódki, likiery, inne napoje alkoholowe w przeliczeniu na 100% a	tys. hl	44,8	37,6	43,0	34,5
<i>Vodkas, liqueurs, other alcoholic beverages in terms of 100%</i>	<i>thous. hl</i>				
b	%	82,1	80,6	102,7	89,6
Wina i miody pitne a	tys. hl	74,2	78,7	91,3	76,3
<i>Wine and mead</i>	<i>thous. hl</i>				
b	%	86,7	87,7	100,3	127,3
Piwo otrzymywane ze słodu (o zawartości od 0,5% alkoholu) a	tys. hl	857,5	936,5	1043,9	796,7
<i>Beer from malt (with 0,5% and more alcohol)</i>	<i>thous. hl</i>				
b	%	106,7	100,2	139,0	148,5
Wody mineralne i napoje bezalkoholowe a	tys. hl	1141,9	1135,3	1032,1	1094,1
<i>Mineral waters and soft drinks</i>	<i>thous. hl</i>				
b	%	132,0	176,0	136,9	149,5
Papierosy z tytoniu a	mld szt	14,8	10,8	11,9	21,8
<i>Cigarettes from tobacco</i>	<i>mrd units</i>				
b	%	88,6	57,2	115,7	104,7
Dywany, chodniki i wykładziny włókiennicze a	tys. m ²	750	619	541	431
<i>Carpets, mats and textile floor coverings</i>	<i>thous. m2</i>				
b	%	191,3	139,1	118,9	94,5
Rajstopy i rajtuzy a	mln szt	10,5	13,8	14,7	15,3
<i>Pantyhose and tights</i>	<i>mln units</i>				
b	%	98,1	128,5	123,7	123,0
Okrycia i ubiory z tkanin a	mln szt	1,5	1,7	1,8	1,9
<i>Fabric outerwear and clothing</i>	<i>mln units</i>				
b	%	80,0	88,7	97,7	99,3
Bielizna osobista z dzianin a	mln szt	2,2	2,1	2,2	2,4
<i>Knitted underwear</i>	<i>mln units</i>				
b	%	78,1	94,1	101,9	106,7

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

a Data refer to enterprises employing more than 49 persons.

TABL. 25. ZAPASY WYBRANYCH WYROBÓW U PRODUCENTÓW ^a W 2007 R. (dok.)
 STOCKS OF SELECTED PRODUCTS AT PRODUCERS ^a IN 2007 (cont.)

Wyszczególnienie Specification a - liczby bezwzględne absolute numbers b - analogiczny okres roku poprzedniego = 100 corresponding period of the previous year=100	Jednostka miary Unit of measure	Stan w dniu As of day			
		31 III	30 VI	30 IX	31 XII
Obuwie ^b a	mln par	2,2	2,4	2,1	2,2
Footwear ^b b	mln pairs				
	%	57,8	79,4	82,3	78,8
Obuwie z wierzchami wykonanymi z tkanin a	mln par	0,9	0,9	0,7	0,8
Footwear with textile uppers b	mln pairs				
	%	90,8	85,9	71,6	64,4
Mydło, produkty organiczne powierzchniowo czynne i preparaty używane jako mydło a	tys. t	3,6	3,4	4,5	5,3
Soaps, organic surface-active products and those preparations use as soap b	thous. t				
	%	163,2	156,6	219,8	237,3
Opony do pojazdów samochodowych osobowych. a	tys. szt	1681	2251	1801	2418
Tyres for passenger cars b	thous. units				
	%	134,4	131,6	182,8	107,4
Chłodziarki i zamrażarki typu domowego a	tys. szt	125,0	135,0	128,5	113,8
Household refrigerators and freezers b	thous. units				
	%	173,3	246,6	141,0	149,1
Maszyny pralnicze typu domowego a	tys. szt	43,2	33,2	32,5	26,3
Household washing machines b	thous. units				
	%	123,9	55,7	57,2	87,6
Odbiorniki radiowe a	tys. szt	4,1	4,5	7,3	4,7
Radio receivers b	thous. units				
	%	254,4	139,3	192,4	114,0
Odbiorniki telewizyjne (łącznie z monitorami ekranowymi, z wyjątkiem stosowanych do komputerów) a	tys. szt	139,3	192,0	165,0	85,9
TV receivers (including monitors, excluding used for computers) b	thous. units				
	%	71,1	90,9	356,3	142,8
Samochody osobowe ogólnego przeznaczenia a	tys. szt	4,2	4,1	3,3	5,0
General purpose passenger cars b	thous. units				
	%	93,2	81,4	94,9	134,6
Rowery a	tys. szt	114,0	86,6	94,4	156,7
Bicycles b	thous. units				
	%	57,6	72,8	99,4	103,1

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

a Data refer to enterprises employing more than 49 persons.

b Łącznie z gumowym.

b Including rubber footwear.

TABL. 26. SPOŻYCIE WYBRANYCH ARTYKUŁÓW KONSUMPCYJNYCH NA 1 MIESZKAŃCA W 2007
 CONSUMPTION OF SELECTED CONSUMER GOODS PER CAPITA IN 2007

Artykuły konsumpcyjne <i>Consumer goods</i>	Jednostka miary <i>Unit of measure</i>	1990	2000	2004	2005	2006	2007
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	119	119	117	114
Ziemniaki ^a <i>Potatoes^a</i>	kg <i>kg</i>	144	134	129	126	121	121
Warzywa <i>Vegetables</i>	kg <i>kg</i>	119	121	111	110	109	115
Owoce <i>Fruit</i>	kg <i>kg</i>	29,0	51,6	55,0	54,1	54,4	41,0
Mięso i podroby ^b <i>Meat and offal^b</i>	kg <i>kg</i>	68,8	66,1	71,8	71,2	74,3	77,6
w tym mięso <i>of which meat</i>	kg <i>kg</i>	63,7	62,0	67,3	66,8	70,0	72,7
wołowe <i>cattle</i>	kg <i>kg</i>	16,4	7,1	5,3	3,9	4,5	4,0
wieprzowe <i>pigs</i>	kg <i>kg</i>	37,7	39,0	39,1	39,0	41,4	43,6
drobiowe <i>poultry</i>	kg <i>kg</i>	7,6	14,7	22,2	23,4	23,7	24,0

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

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

b Łącznie z mięsem i podrobami przeznaczonymi na przetwory.

b Including meat and offal designated for processed products.

TABL. 26. SPOŻYCIE WYBRANYCH ARTYKUŁÓW KONSUMPCYJNYCH NA 1 MIESZKAŃCA (dok.)
 CONSUMPTION OF SELECTED CONSUMER GOODS PER CAPITA (cont.)

Artykuły konsumpcyjne <i>Consumer goods</i>	Jednostka miary <i>Unit of measure</i>	1990	2000	2004	2005	2006	2007
Tłuszcze jadalne zwierzęce..... <i>Animal edible fats</i>	kg <i>kg</i>	8,2	6,7	6,6	6,6	6,1	6,5
Masło..... <i>Butter</i>	kg <i>kg</i>	7,8	4,2	4,4	4,2	4,3	4,2
Mleko krowie ^c <i>Cow milk^c</i>	l <i>l</i>	242	193	174	173	176	179
Jaja kurze..... <i>Hen eggs</i>	szt <i>units</i>	190	188	211	215	214	207
Cukier..... <i>Sugar</i>	kg <i>kg</i>	44,2	41,6	37,6	40,1	35,3	39,3
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	2,5	2,5	2,7	3,0
Wina i miody pitne <i>Wine and mead</i>	l <i>l</i>	7,4	12,0	10,6	8,6	9,1	8,9
Piwo otrzymywane ze słodu ^e <i>Beer from malt^e</i>	l <i>l</i>	30,5	66,9	82,0	80,7	90,8	93,4
Papierosy z tytoniu <i>Cigarettes from tobacco</i>	szt <i>units</i>	2654	1954	1927	1974	1997	1885

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

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

d Z produkcji krajowej.

d Of domestic production.

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

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

TABL. 27. DYNAMIKA OBROTÓW W HANDLU DETALICZNYM ^a – CENY BIEŻĄCE (2000=100).
 INDICES OF TURNOVER IN RETAIL TRADE ^a - CURRENT PRICES (2000=100)

Okres Period	Obroty w handlu detalicznym Turnover in retail trade	żywność, napoje i wyroby tytoniowe food, beverages, and tobacco	w tym: of which:				
			sprzedaż towarów nieżywnościowych sale of non-foodstuffs	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
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
2006	I	113,0	135,7	99,0	131,3	127,2	75,1
	II	109,7	131,8	95,9	124,3	127,5	73,9
	III	129,9	150,4	117,3	156,4	158,9	88,1
	IV	132,4	158,4	116,4	188,3	154,0	91,0
	V	134,4	154,5	122,0	171,4	173,5	98,7
	VI	136,2	160,8	121,0	169,0	176,0	94,9
	VII	136,8	162,0	121,2	149,6	187,4	95,5
	VIII	138,8	157,5	127,2	165,8	209,2	106,7
	IX	139,8	155,3	130,2	177,5	211,7	106,4
	X	143,9	157,2	135,6	216,7	211,1	106,6
	XI	134,4	147,5	126,3	199,3	211,0	97,0
	XII	174,9	198,3	160,3	243,2	299,9	121,3
2007	I	128,3	148,1	116,1	192,6	171,4	89,3
	II	126,7	143,7	116,1	196,9	161,8	94,8
	III	153,3	168,5	143,8	262,7	192,7	120,1
	IV	152,3	171,2	140,7	268,2	190,3	117,3
	V	154,1	171,5	143,3	239,3	210,6	125,1
	VI	156,5	178,0	143,2	235,8	213,4	123,5
	VII	156,4	176,4	144,1	224,5	231,2	125,0
	VIII	160,2	179,2	148,4	235,4	244,1	131,2
	IX	156,7	169,6	148,7	280,2	241,3	124,4
	X	167,7	178,2	161,1	299,2	269,6	128,6
	XI	155,7	167,0	148,7	261,2	256,6	118,5
	XII	192,6	203,5	185,8	309,9	342,4	148,1

^a Patrz „Uwagi metodyczne” str.8.

^b w wyspecjalizowanych sklepach

^a See “Methodological notes” page 8.

^b in specialized stores

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

Okres Period	Obroty w handlu detalicznym Deflated turnover in retail trade	żywność, napoje i wyroby tytoniowe food, beverages, and tobacco	sprzedaż towarów nieżywnościowych sale of non-foodstuffs	w tym: of which:			prasa, książki; pozostała sprzedaż books, newspapers and other sale ^b
				włókno, odzież, obuwie textiles, clothing, footwear	meble, rtv, agd household equipment		
2000							
I	80,5	86,5	76,8	67,5	72,3		70,6
II	87,7	90,0	86,4	83,5	91,2		78,6
III	96,9	98,7	95,8	96,7	92,3		91,0
IV	97,2	102,3	94,0	119,5	89,1		88,0
V	99,9	101,2	99,1	113,2	96,2		99,1
VI	100,4	102,8	98,9	93,6	93,2		100,6
VII	103,5	107,4	101,0	85,6	105,9		102,2
VIII	104,4	105,9	103,5	99,6	108,1		104,1
IX	104,2	100,1	106,8	110,9	108,9		109,5
X	107,8	99,8	112,7	113,7	105,4		120,0
XI	98,8	92,0	103,0	93,9	104,7		110,4
XII	118,7	113,4	121,9	122,4	132,4		125,8
2005							
I	95,1	109,0	86,5	120,5	115,9		60,6
II	92,1	103,8	84,8	114,0	107,3		61,7
III	109,7	126,4	99,4	156,6	127,7		69,3
IV	106,9	120,1	98,7	160,9	119,9		74,8
V	107,5	120,9	99,2	156,2	124,0		75,2
VI	111,1	124,2	103,0	153,8	134,9		78,7
VII	113,5	132,9	101,5	144,5	140,7		73,8
VIII	117,9	132,4	108,8	164,3	154,9		82,5
IX	115,9	124,2	110,8	166,5	155,7		84,3
X	118,2	128,1	112,1	194,0	162,4		85,6
XI	110,5	118,8	105,3	163,9	157,9		81,8
XII	141,5	146,7	138,2	208,6	238,5		108,5
2006							
I	101,5	121,8	89,0	149,1	115,3		63,2
II	98,6	118,1	86,4	143,8	115,6		62,2
III	117,0	135,0	105,9	182,1	144,0		74,2
IV	119,6	141,4	106,0	219,5	139,7		77,5
V	120,9	136,4	111,2	200,0	157,5		85,1
VI	123,1	143,3	110,5	197,7	159,8		82,2
VII	124,2	146,1	110,6	176,2	170,2		82,8
VIII	125,9	141,1	116,4	198,1	189,9		92,6
IX	126,6	138,2	119,3	212,5	191,9		92,3
X	130,0	139,0	124,4	259,1	191,0		91,9
XI	121,3	130,2	115,8	238,3	190,5		83,7
XII	157,8	175,3	147,0	291,2	270,8		104,8
2007							
I	115,7	129,8	106,9	235,7	154,8		76,9
II	114,1	125,2	107,2	244,5	146,0		81,9
III	138,2	145,7	133,5	328,3	173,4		104,1
IV	137,0	146,9	130,9	335,5	169,7		102,6
V	137,4	145,6	132,3	299,4	186,2		109,2
VI	139,8	152,0	132,2	295,4	187,7		108,1
VII	140,3	152,3	132,8	284,4	202,9		109,3
VIII	144,1	155,1	137,2	301,7	214,3		114,9
IX	140,6	143,9	138,5	359,6	212,0		109,1
X	149,5	148,9	150,0	383,0	236,8		113,1
XI	137,7	137,7	137,7	333,9	225,4		103,6
XII	170,0	167,2	171,7	396,7	300,8		129,6

^a Patrz „Uwagi metodyczne” str. 8.

^b w wyspecjalizowanych sklepach

^a See “Methodological notes” page 8.

^b in specialized stores

TABL. 29 MIESIĘCZNE WSKAŹNIKI OBROTÓW W HANDLU DETALICZNYM KRAJÓW
UE W CENACH STAŁYCH W 2007 ROKU

MONTHLY INDICES OF DEFLATED TURNOVER IN RETAIL TRADE FOR COUNTRIES OF EU IN 2007

Kraje Country	Wskaźniki dla roku bazowego 2000=100 ^{ab} Indices for base year 2000=100 ^{ab}											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
kraje UE (27)	108,2	102,8	114,2	114,9	114,7	115,8	118,2	114,5	115,4	121,0	121,8	151,4
strefa euro (13)	103,2	95,5	107,6	107,2	106,5	107,6	109,8	105,1	107,1	113,0	110,6	137,8
Belgia BE	104,2	91,4	109,3	106,1	103,1	109,4	105,8	100,2	105,5	105,5	101,2	122,3
BułgariaBG	195,4	196,0	215,5	222,8	234,7	245,5	252,0	257,8	258,6	267,5	273,8	305,0
Republika Czeska CZ	111,7	114,7	131,5	134,2	140,1	137,1	133,8	131,6	135,9	139,9	139,8	174,2
Dania DK	123,0	111,0	129,0	131,0	132,0	132,0	135,0	134,0	127,0	131,0	130,0	166,0
Niemcy DE	91,4	88,4	102,7	102,3	97,4	95,9	98,8	96,9	97,7	102,8	103,7	118,9
Estonia EE	206,6	199,0	234,4	227,3	245,5	252,2	248,2	249,3	237,2	240,3	229,7	277,9
Irlandia IE	131,2	129,2	129,0	134,4	129,6	130,0	136,4	131,6	137,8	129,6	143,3	198,5
Grecja GR	122,2	135,6	126,4	137,5	130,6	135,6	138,6	130,3	132,8	132,2	133,8	169,5
Hiszpania ES	130,0	108,7	122,3	117,5	122,2	122,2	131,8	116,9	120,3	124,7	120,2	143,4
Francja FR	115,2	102,2	114,0	114,5	113,6	118,7	121,2	122,8	119,4	127,6	120,6	156,4
Włochy IT	83,8	83,4	90,5	91,2	94,2	91,8	89,3	76,1	88,6	98,5	96,7	131,9
Cypr CY	117,2	108,4	127,3	126,7	133,4	141,5	152,5	139,8	140,8	141,9	138,8	189,7
Łotwa LV	223,4	219,4	245,3	239,7	253,9	262,8	269,3	271,1	257,0	259,1	247,1	310,8
Litwa LT	159,9	149,5	175,6	168,0	181,6	183,7	191,3	199,4	192,2	193,3	183,9	241,5
Luksemburg LU	156,0	135,2	157,7	150,9	147,6	148,8	154,7	146,2	151,0	168,0	185,3	245,3
Węgry HU	109,9	108,3	131,4	133,8	135,6	140,0	144,1	146,6	141,9	147,7	142,9	185,9
Malta MT	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
Holandia NL	97,2	91,8	105,8	108,0	108,1	110,3	109,0	104,5	105,5	109,0	106,5	127,1
Austria AT	97,1	91,9	105,5	104,7	100,4	101,0	102,6	102,7	102,5	108,2	107,0	131,9
Polska PL	115,8	115,3	141,0	136,1	138,7	141,4	140,5	144,3	142,2	148,5	138,2	174,4
Portugalia PT	95,0	89,4	104,1	98,3	99,1	100,3	109,1	110,4	106,8	106,5	106,2	141,8
Rumunia RO	152,4	153,5	189,7	196,9	198,2	193,3	220,8	242,6	234,7	199,1	203,2	318,6
Słowenia SI	123,9	118,5	151,2	145,8	147,6	149,6	148,3	145,9	151,9	155,7	144,1	178,0
Słowacja SK	114,4	117,6	129,5	133,8	143,6	144,2	142,7	143,2	139,6	149,3	151,3	177,3
Finlandia FI	118,9	114,8	128,1	127,1	138,4	145,1	144,5	143,8	132,9	136,8	138,0	176,7
Szwecja SE	119,8	115,8	131,7	139,6	142,1	145,4	143,5	144,8	141,6	140,1	138,9	181,0
Wielka Brytania UK	119,0	120,6	124,7	128,7	128,4	129,7	133,0	129,9	129,3	135,3	150,0	181,8

Źródło: baza Eurostatu, dane krótkookresowe (lipiec 2008),
: – brak danych.

^a Dane wyrównane dniami roboczymi

^b Dane dotyczą działu 52 bez grupy 52.7 wg PKD

Source: Eurostat base, short- term statistics (July 2008)

: – data not available

^a Data adjusted for working days

^b Data concerning division 52 without 52.7 according to NACE rev.1

TABL. 30 PROCENTOWA ZMIANA MIESIĘCZNYCH OBROTÓW W HANDLU DETALICZNYM KRAJÓW UE
W CENACH STAŁYCH W 2007 ROKU
THE PERCENTAGE CHANGE OF MONTHLY DEFLATED TURNOVER IN RETAIL TRADE FOR COUNTRIES
OF EU IN 2007

Kraje Country	Procentowa zmiana w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego (t/t-12) ^{ab} Percentage change compared with the same period of the previous year (t/t-12) ^{ab}											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
kraje UE (27)	2,1	2,9	4,3	2,9	1,7	2,5	2,8	2,8	3,2	2,2	1,3	0,3
strefa euro (13)	1,1	1,5	2,8	1,7	0,1	1,1	1,5	1,2	1,4	0,9	-0,6	-1,3
Belgia BE	4,6	3,7	4,6	1,7	-0,4	5,0	-1,1	4,4	4,1	1,1	-1,6	-1,6
Bułgaria BG	14,9	14,1	16,8	13,5	13,5	13,3	12,8	10,7	9,6	9,7	10,1	12,0
Republika Czeska CZ	4,6	9,9	10,0	8,2	7,4	6,9	6,9	6,5	7,5	5,3	2,8	4,0
Dania DK	0,0	0,0	4,0	0,8	-2,9	0,8	3,1	0,8	4,1	0,0	-0,8	-0,6
Niemcy DE	-2,4	-0,9	-0,7	0,8	-3,2	-3,0	-0,8	-1,9	-0,4	-2,3	-3,0	-7,3
Estonia EE	20,5	18,2	22,1	13,3	15,4	15,0	11,2	12,4	9,5	5,8	3,5	0,7
Irlandia IE	6,6	7,3	8,0	8,3	9,2	5,0	8,1	5,4	6,2	4,9	4,6	4,1
Grecja EL	6,0	3,9	3,3	-1,6	3,2	4,5	2,2	3,8	0,4	1,3	1,9	0,0
Hiszpania ES	4,1	3,6	5,2	1,5	3,1	4,0	3,3	4,2	2,0	1,4	0,5	-2,1
Francja FR	3,2	2,6	4,8	4,4	2,3	3,5	3,8	2,2	3,4	3,4	0,8	3,6
Włochy IT	-2,2	-1,7	0,3	-2,0	-2,0	-1,7	-1,9	-1,0	-2,4	-0,7	-2,9	-3,1
Cypr CY	3,7	6,0	12,3	2,4	6,7	10,2	10,3	8,5	8,1	8,4	10,9	14,9
Łotwa LV	27,3	28,8	27,4	23,7	24,6	24,7	23,9	18,9	18,0	8,8	10,5	1,0
Litwa LT	12,3	10,5	16,1	12,1	16,0	15,9	10,9	13,2	13,2	11,5	9,5	7,6
Luksemburg LU	18,8	14,3	19,9	7,2	8,6	12,3	7,5	18,8	12,7	11,3	29,6	33,3
Węgry HU	1,3	-0,3	-0,2	-2,8	-2,9	-3,8	-3,9	-3,5	-4,8	-3,7	-4,3	-4,0
Malta MT	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
Holandia NL	0,0	3,4	4,1	3,8	-1,0	3,0	3,7	0,2	4,2	1,8	1,4	3,6
Austria AT	2,2	3,0	3,0	1,5	0,7	0,4	0,3	0,6	2,0	1,2	1,0	-1,1
Polska PL	14,0	15,8	19,1	13,7	13,7	14,5	12,0	14,5	12,0	14,1	13,6	7,7
Portugalia PT	0,1	-0,7	3,0	-2,1	-1,7	1,8	-0,3	1,0	-1,2	0,7	0,0	-1,7
Rumunia RO	-1,1	-4,0	15,6	13,1	13,2	15,4	23,8	30,9	36,2	14,4	18,1	20,4
Słowenia SI	3,5	2,4	13,8	4,6	4,5	3,9	3,3	4,7	9,3	8,0	4,5	4,3
Słowacja SK	1,0	4,7	6,2	6,4	9,9	7,5	6,0	5,2	1,9	4,8	5,0	7,9
Finlandia FI	3,8	9,8	9,3	4,1	4,7	2,5	5,6	8,0	4,8	5,3	5,5	3,2
Szwecja SE	4,5	5,6	8,1	6,1	4,6	7,4	7,8	5,6	8,2	5,4	4,0	2,9
Wielka Brytania UK	3,3	4,8	5,6	3,9	3,8	3,5	3,8	4,5	5,6	4,1	4,4	2,7

Źródło: baza Eurostatu, dane krótkookresowe (lipiec 2008),
: – brak danych.

^a Dane wyrównane dniami roboczymi

^b Dane dotyczą działu 52 bez grupy 52.7 wg PKD

Source: Eurostat base, short-term statistics (July 2008)

: – data not available

^a Data adjusted for working days

^b Data concerning division 52 without 52.7 according to NACE rev.1

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

Wyszczególnienie Specification	1995	2000	2004	2005	2006	2007
Udział handlu w PKB w %..... Share of trade in GDP in %	16,3	17,3	16,8	16,7	16,7	17,2 ^a
Udział handlu w wartości dodanej brutto w %..... Share of trade in gross value added in %	18,5	19,5	18,9	18,9	18,9	19,6 ^a
Produkcja globalna przedsiębiorstw handlowych ^b w mln zł..... Gross output of trade enterprises ^b in mln zł	79309,1	190434,8	216177,3	213754,8	227004,4	250740,0 ^a
Wartość dodana brutto przedsiębiorstw handlowych ^b w mln zł..... Gross value added of trade enterprises ^b in mln zł	34931,0	90918,4	122387,1	119004,0	126234,0	138957,4 ^a
Sprzedaż detaliczna (ceny stałe) 1995=100 Retail sales (constant prices) 1995=100	100,0	120,3	130,4	127,3	136,5	147,4 ^a
Sprzedaż detaliczna ogółem (ceny bieżące)..... Total retail sales (current prices)	169585,0	360317,5	433542,8	433255,4	464510,6 ^a	517352,2 ^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	417173,1	416159,5	446247,4	497696,9 ^a
Żywność i napoje bezalkoholowe food and non-alcoholic beverages	51907,3	102861,0	124820,3	125553,2	128074,1	137039,3 ^a
Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe..... alcoholic beverages and tobacco	18514,3	32833,0	37079,0	38839,3	39932,1	43565,9 ^a
Towary nieżywnościowe (bez wyr. tytoniowych). non-foodstuffs (excluding tobacco)	92305,1	209916,0	255273,8	251767,0	278241,2	317091,7 ^a
Sprzedaż hurtowa ogółem w mln zł (ceny bieżące) Wholesale in mln zł (current prices)	197447,6	440206,3	545322,8	572251,4	645535,3	722995,8 ^a
Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² Sales area of shops in m ²	19792640	26933785	26550766 ^d	28262206	28818342	28246608
w tym: of which:						
Domy towarowe Department stores	230714	615687	403863	390550	376350	337453
Domy handlowe Trade stores	577800	484484	496075	451966	425452	374536
Supermarkety Supermarkets	.	1068665	1772312	2125077	2401177	2811027
Hipermarkety..... Hypermarkets	.	653546	2390009	2566686	2782167	2553301

^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 by wholesalers and producers.

^d Patrz Uwagi metodyczne, str.20.

^d See Methodological notes, page 18.

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

Wyszczególnienie Specification	1995	2000	2004	2005	2006	2007
Liczba sklepów ogółem ^e Total number of shops ^e	425600	431991	370883 ^f	385990	395458	371328
w tym: of which:						
Domy towarowe Department stores	134	135	99	95	91	76
Domy handlowe Trade stores	780	500	501	462	431	372
Supermarkety Supermarkets	.	1602	2347	2716	3003	3506
Hipermarkety..... Hypermarkets	.	99	338	374	410	396
Stacje paliw Petrol stations	5344	7744	9463 ^f	10086	10159	9807
Liczba ludności na 1 sklep..... Population per 1 shop	91	89	103 ^f	98,9	96,4	103
Liczba placówek gastronomicznych Number of catering establishments	60845	84342	90537	92072	90330	88995
w tym: of which:						
Restauracje..... Restaurants	4857	8519	9195	9716	10265	10927
Bary..... Bars	23493	36436	39348	40834	39691	38391
Stolówki..... Canteens	3815	7010	6930	6950	6657	6576
Punkty gastronomiczne..... Food stands	28680	32377	35064	34572	33717	33101
Przychody z działalności gastronomicznej w mln zł (ceny bieżące)..... Revenues from catering activity in mln zł (current prices)	7027,0	15381,0	17028,2	17680,6	18783 ^a	20220 ^a
Liczba targowisk ogółem..... Total number of market places	7414	7540	8436	9042	8500	8922
Liczba targowisk stałych..... Number of permanent market places	2354	2376	2308	2313	2297	2283
Liczba targowisk sezonowych..... Number of seasonal market places	5060	5164	6128	6729	6203	6639
Powierzchnia składowa magazynów zamkniętych ^g .. Storage area of secured warehouses ^g	10627	14776	16001	16718	17526 ^h	-
Powierzchnia składowa magazynów zadaszonych ^g .. Storage area of roofed warehouses ^g	924	1064	1040	1135	1281 ^h	-
Powierzchnia składowa placów składowych ^g Storage area of storage sites ^g	8764	13352	14233	14209	14118 ^h	-

^e Łącznie ze stacjami paliw.

^e Including petrol stations.

^f Patrz Uwagi metodyczne, str. 20.

^f See Methodological notes, page 18.

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

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

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

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

ANEKS
ANNEX

TABL. 32. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2006 R.^a

Stan w dniu 31 XII

SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2006^a

As of December 31

Województwa Voivodships	Ogółem Total	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² Sales area of shops in m ²	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej Number of shops by size of sales area							
			99 m ² i mniej 99 m ² and less	100 - 199 m ²	200 - 299 m ²	300 - 399 m ²	400 - 999 m ²	1000 - 1999	2000 - 2499 m ²	2500 m ² i więcej 2500 m ² and more
POLSKA.....	395458	28818342	371478	10622	4109	2231	5004	1273	149	592
POLAND										
Dolnośląskie.....	29426	2248453	27697	714	321	157	354	117	14	52
Kujawsko-Pomorskie	20512	1580947	19175	588	198	150	299	60	8	34
Lubelskie.....	22089	1521435	20756	607	232	119	272	72	12	19
Lubuskie.....	12291	887526	11614	270	99	56	196	35	6	15
Łódzkie	26665	1886776	25122	699	260	143	310	76	12	43
Małopolskie	34834	2313124	32779	1026	346	183	362	89	4	45
Mazowieckie	50309	3951686	47307	1314	544	275	574	179	25	91
Opolskie	9542	704410	8886	275	117	64	153	32	5	10
Podkarpackie.....	20742	1498251	19278	677	265	143	297	52	7	23
Podlaskie.....	11044	820618	10196	417	144	72	170	27	3	15
Pomorskie	24332	1737699	22957	571	228	148	292	89	10	37
Śląskie.....	45489	3466387	42481	1332	475	251	662	171	17	100
Świętokrzyskie.....	14279	815561	13706	247	90	62	127	31	3	13
Warmińsko-Mazurskie ...	15145	1159713	14103	456	203	108	194	62	4	15
Wielkopolskie	37236	2846680	34993	985	392	202	471	129	10	54
Zachodniopomorskie	21523	1379076	20428	444	195	98	271	52	9	26

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

TABL. 33. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2006 R.^a

Stan w dniu 31 XII

SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2006^a

As of December 31

Województwa Voivodships	Ogółem Total	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² Sales area of shops in m ²	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej Number of shops by size of sales area							
			100 m ² i mniej 100 m ² and less	101 - 200 m ²	201 - 300 m ²	301 - 400 m ²	401 - 1000 m ²	1001 - 2000	2001 - 2500 m ²	2501 m ² i więcej 2501 m ² and more
POLSKA	395458	28818342	372826	9970	3831	2084	4838	1214	117	578
POLAND										
Dolnośląskie	29426	2248453	27794	658	303	145	352	113	9	52
Kujawsko-Pomorskie	20512	1580947	19245	546	193	144	284	61	5	34
Lubelskie	22089	1521435	20833	570	223	102	262	71	10	18
Lubuskie	12291	887526	11657	245	91	53	190	39	2	14
Łódzkie	26665	1886776	25217	656	239	132	292	76	10	43
Małopolskie	34834	2313124	32928	946	313	166	348	86	3	44
Mazowieckie	50309	3951686	47468	1236	504	262	559	171	20	89
Opolskie	9542	704410	8914	271	103	65	147	28	4	10
Podkarpackie	20742	1498251	19367	640	237	136	287	46	6	23
Podlaskie	11044	820618	10242	397	143	59	160	26	3	14
Pomorskie	24332	1737699	23030	540	216	129	290	83	8	36
Śląskie	45489	3466387	42631	1260	433	245	652	155	14	99
Świętokrzyskie	14279	815561	13747	224	86	59	118	29	4	12
Warmińsko-Mazurskie	15145	1159713	14162	433	186	105	184	59	1	15
Wielkopolskie	37236	2846680	35122	923	371	187	453	120	9	51
Zachodniopomorskie	21523	1379076	20469	425	190	95	260	51	9	24

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