



GŁÓWNY URZĄD STATYSTYCZNY
CENTRAL STATISTICAL OFFICE

RYNEK WEWNĘTRZNY
W 2009 R.

INTERNAL MARKET
IN 2009

**Information
and statistical
papers**

**Informacje
i opracowania
statystyczne**

Warszawa 2010

Opracowanie publikacji
Preparation of the publication

GUS, Departament Handlu i Usług
CSO Trade and Services Division

kierujący

Ewa Adach-Stankiewicz
Dyrektor Departamentu

Supervisor

Director of Division

zespół
team

Wydział Handlu Wewnętrznego:
Internal Trade Section

Izabella Adamczyk, Jolanta Biernat,
Rafał Bujno, Agnieszka Kołak, Marta Nerlewska,
Małgorzata Rajkowska, Anna Swat

Wydział Usług Biznesowych:
Business Services Section:

Stanisława Frankowska,
Katarzyna Korfanty-Rusiniak, Urszula Krauze,
Agnieszka Matulska-Bachura,

Publikacja dostępna na <http://www.stat.gov.pl>

Publication available on <http://www.stat.gov.pl>

SPIS TREŚCI		Tablica	Strona
	Przedmowa	x	4
	Wykaz skrótów.....	x	5
I	UWAGI METODYCZNE.....	x	7
II	KOMENTARZ ANALITYCZNY	x	19
	1. Usługi	x	19
	2. Handel wewnętrzny	x	27
	Przepływ towarów handlowych.....	x	29
	Obroty przedsiębiorstw handlowych	x	29
	Sprzedaż detaliczna	x	34
	Punkty sprzedaży detalicznej.....	x	36
	Gastronomia.....	x	41
	Sprzedaż hurtowa.....	x	43
	Zaopatrzenie rynku	x	45
III	TABLICE	x	50
	Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w rejestrze REGON według sekcji w 2009 r.	1	51
	Pracujący według sekcji (2008-2009 r.).....	2	52
	Przeciętne zatrudnienie, przeciętne miesięczne wynagrodzenia brutto według sekcji w 2009 r.	3	53
	Liczba podmiotów gospodarki narodowej w 2009 r.	4	54
	Przedsiębiorstwa według liczby prowadzonych sklepów (2008 r., 2009 r.)	5	55
	Sklepy i stacje paliw według form organizacyjnych (2008 r., 2009 r.).....	6	56
	Wybrane formy organizacyjne sklepów według województw w 2009 r.	7	57
	Struktura sklepów i stacji paliw według form organizacyjnych i form własności w 2009 r.	8	58
	Struktura sklepów według form własności w województwach w 2009 r.	9	59
	Sklepy i stacje paliw według specjalizacji (2008 r., 2009 r.)	10	60
	Sklepy według powierzchni sprzedażowej i województw w 2009 r.	11	61
	Sklepy i stacje paliw według województw (2008 r., 2009 r.).....	12	62
	Struktura sprzedaży detalicznej w sklepach i stacjach paliw w 2009 r.	13	63
	Dynamika sprzedaży detalicznej według rodzajów działalności (ceny bieżące; 2008 r., 2009 r.)....	14	65
	Struktura sprzedaży detalicznej według rodzajów działalności (2008 r., 2009 r.)	15	66
	Targowiska według województw (2008 r., 2009 r.).....	16	67
	Struktura przychodów ze sprzedaży przedsiębiorstw hurtowych wg typu klientów (2007 r., 2008 r.)....	17	68
	Struktura zakupów towarów według typu dostawców (2007 r., 2008 r.)	18	69
	Dostawy wybranych towarów konsumpcyjnych (2008 - 2009 r.).....	19	70
	Zapasy wybranych wyrobów u producentów w 2009 r.....	20	73
	Spożycie wybranych artykułów konsumpcyjnych na 1 mieszkańca (1990-2009).....	21	76
	Dynamika obrotów w handlu detalicznym (2005-2009) ceny bieżące	22	78
	Dynamika obrotów w handlu detalicznym (2005-2009) ceny stałe	23	79
	Miesięczne wskaźniki obrotów w handlu detalicznym krajów UE w 2009 r. - ceny stałe.....	24	80
	Procentowa zmiana miesięcznych obrotów w handlu detalicznym krajów UE w 2009 r. - ceny stałe.....	25	81
	Przedsiębiorstwa handlowe według liczby prowadzonych magazynów	26	82
	Magazyny handlowe według województw w 2009 r.	27	83
	Struktura magazynów zamkniętych w przedsiębiorstwach handlowych według form własności w 2009 r.....	28	84
	Ważniejsze dane dotyczące handlu wewnętrznego w latach 1995 - 2009	29	85
IV.	ANEKS (PKD 2004)	x	87

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.

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

W publikacji wykorzystano głównie dane ze sprawozdań obejmujących wszystkie typy podmiotów prowadzących działalność usługową. Wyniki badań zostały zaprezentowane w przekrojach terytorialnych oraz według struktury organizacyjnej i formy własności podmiotów. Dane według rodzajów działalności zaprezentowane zostały w układzie Polskiej Klasyfikacji Działalności 2007. W celu zapewnienia porównywalności dokonano stosownych przeliczeń za okresy wcześniejsze. Z uwagi na istotne zmiany w klasyfikowaniu podmiotów usługowych dodatkowo w aneksie do opracowania zostały zamieszczone wybrane informacje według poprzedniej klasyfikacji.

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.

Oddając do Państwa rąk “Rynek wewnętrzny w 2009 r.” serdecznie dziękujemy wszystkim osobom i instytucjom za przekazanie informacji oraz uwag, które przyczynią się do kształtowania i wzbogacania treści kolejnych wydań tej publikacji.

Dyrektor
Departamentu Handlu i Usług

Ewa Adach-Stankiewicz

Wykaz skrótów *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 wcześniej opublikowanych; <i>data revised;</i>
Znak (Δ)	-	oznacza, że nazwy zostały skrócone w stosunku do obowiązującej klasyfikacji; ich pełne nazwy podano w uwagach metodycznych; <i>categories of applied classification are presented in abbreviated form; their full names are given in the methodological notes;</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*)
 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 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** (16 krajów Unii Gospodarczo-Walutowej: Austria, Belgia, Cypr, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Irlandia, Luksemburg, Malta, Niderlandy, Niemcy, Portugalia, Słowacja, Słowenia, Włochy).

Accepted groupings:

- **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** (16 countries-members of Economic and Monetary Union: Austria, Belgium, Cyprus, Finland, France, Greece, Spain, Ireland, Luxembourg, Malta, Netherlands, Germany, Portugal, Slovakia, 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

Sektor usług, zgodnie z przyjętą konwencją, tworzą podmiotowo określone jednostki, których podstawowy rodzaj działalności sklasyfikowano wg PKD 2007 w sekcjach:

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

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

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

Zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności (PKD 2007) - podmioty gospodarcze prowadzące podstawową działalność zakwalifikowaną do sekcji G „HANDEL HURTOWY I DETALICZNY; NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH, WŁĄCZAJĄC MOTOCYKLE” nazywane są jednostkami handlowymi. Wykaz rodzajów działalności handlowej w zakresie sekcji G przedstawia się następująco:

SEKCJA „G”	HANDEL HURTOWY I DETALICZNY; NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH, WŁĄCZAJĄC MOTOCYKLE
DZIAŁ 45	HANDEL HURTOWY I DETALICZNY POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI; NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH
GRUPA	
45.1	Sprzedaż hurtowa i detaliczna pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli
45.2	Konserwacja i naprawa pojazdów samochodowych; z wyłączeniem motocykli
45.3	Sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli
45.4	Sprzedaż hurtowa i detaliczna motocykli, ich naprawa i konserwacja oraz sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do nich
DZIAŁ 46	HANDEL HURTOWY, Z WYŁĄCZENIEM HANDLU POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI
GRUPA	
46.1	Sprzedaż hurtowa realizowana na zlecenie
46.2	Sprzedaż hurtowa płodów rolnych i żywych zwierząt
46.3	Sprzedaż hurtowa żywności, napojów i wyrobów tytoniowych
46.4	Sprzedaż hurtowa artykułów użytku domowego
46.5	Sprzedaż hurtowa narzędzi technologii informacyjnej i komunikacyjnej
46.6	Sprzedaż hurtowa maszyn, urządzeń i dodatkowego wyposażenia
46.7	Pozostała wyspecjalizowana sprzedaż hurtowa
46.9	Sprzedaż hurtowa niewyspecjalizowana
DZIAŁ 47	HANDEL DETALICZNY, Z WYŁĄCZENIEM HANDLU DETALICZNEGO POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI
GRUPA	
47.1	Sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach
47.2	Sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.3	Sprzedaż detaliczna paliw do pojazdów silnikowych na stacjach paliw
47.4	Sprzedaż detaliczna narzędzi technologii informacyjnej i komunikacyjnej prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.5	Sprzedaż detaliczna artykułów użytku domowego prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.6	Sprzedaż detaliczna wyrobów związanych z kulturą i rekreacją prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.7	Sprzedaż detaliczna pozostałych wyrobów prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.8	Sprzedaż detaliczna prowadzona na straganach i targowiskach
47.9	Sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami

W publikacji zastosowano skróty dla różnych poziomów klasyfikacyjnych; wykaz skrótów i pełnych nazw według PKD 2007 podany jest poniżej:

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

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

PKD 2007	Rodzaj działalności
47	Obroty w handlu detalicznym
47.11, 47.2	Żywność, napoje i wyroby tytoniowe
47.19, 47.3, 47.4, 47.5, 47.6, 47.7, 47.8, 47.9	Sprzedaż towarów nieżywnościowych
47.11	Sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach z przewagą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych
47.19	Pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach
47.21, 47.22, 47.23, 47.24, 47.25, 47.26, 47.29	Sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
47.30	Paliwa do pojazdów silnikowych
47.73, 47.74, 47.75	Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny
47.51, 47.71, 47.72	Włókno, odzież, obuwie
47.43, 47.52, 47.54, 47.59, 47.63	Meble, RTV, AGD
47.41, 47.42, 47.53, 47.61, 47.62, 47.64, 47.65, 47.76, 47.77, 47.78	Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach
47.91	Sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet

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.

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.

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

Marża handlowa brutto występuje w postaci:

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

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

PRODUKCJA GLOBALNA w sektorze przedsiębiorstw obejmuje:

- 1) przychody ze sprzedaży produktów (wyrobów i usług niefinansowych) własnej produkcji;
- 2) marżę realizowaną na sprzedaży towarów zakupionych z przeznaczeniem do odsprzedaży;
- 3) wartość produktów w formie rozliczeń w naturze;

- 4) produkty przeznaczone na powiększenie wartości własnych środków trwałych;
- 5) przyrost zapasów wyrobów gotowych oraz produkcji niezakończonych.

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

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

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

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

SPRZEDAŻ DETALICZNA TOWARÓW (łącznie z podatkiem VAT) - sprzedaż towarów własnych i komisowych (nowych i używanych) w punktach sprzedaży detalicznej, placówkach gastronomicznych oraz innych punktach sprzedaży (np. magazynach, składach itp.) w ilościach wskazujących na zakupy dla potrzeb indywidualnych nabywców. 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, cocktaile, kordiały), miody pitne;
- 3) piwo niezależnie od zawartości alkoholu i ekstraktu.

PUNKTY SPRZEDAŻY DETALICZNEJ są to placówki handlowe obejmujące:

- obiekty wielkopowierzchniowe,

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

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

Jeżeli w dużych sklepach (np. w domach towarowych, domach handlowych, domach sprzedaży wysyłkowej) część powierzchni sprzedażowej została 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 Centrum 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 HANDLOWE¹ - magazyny jednostek zajmujących się obrotem towarami.

Magazyny handlowe - jednostki organizacyjno-funkcjonalne zajmujące wyodrębnioną przestrzeń magazynową, wyposażone w sprzęt i urządzenia techniczne umożliwiające składowanie towarów zgodnie z wymogami przechowalnictwa 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, drobnziarnistych, itp.

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

Powierzchnia składowa magazynów - stanowi część powierzchni budynków magazynowych (tzw. magazynów zamkniętych), pomieszczeń zadaszonych (tzw. wiat), placów składowych oraz innych pomieszczeń przystosowanych do celów składowych (np. pomieszczenia dzierżawione lub wynajmowane od firm produkcyjnych, instytucji użyteczności publicznej, osób fizycznych itd.), która służy przechowywaniu towarów w dłuższych bądź krótszych okresach czasu.

PLACÓWKI GASTRONOMICZNE - są to zakłady i punkty gastronomiczne stałe i sezonowe, których przedmiotem działalności jest przygotowanie oraz sprzedaż posiłków i napojów do spożycia na miejscu i na wynos.

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

Sezonowe placówki gastronomiczne to placówki uruchamiane okresowo i działające nie dłużej niż sześć miesięcy w roku kalendarzowym. Do placówek gastronomicznych nie zalicza się tzw. punktów sprzedaży ruchomej i automatów sprzedażowych.

Wyróżniamy następujące **placówki gastronomiczne**:

- **restauracje** - zakłady gastronomiczne dostępne dla ogółu konsumentów, z pełną obsługą kelnerską, oferujące szeroki i zróżnicowany asortyment potraw i napojów, podawany konsumentom według karty jadłospisowej,
- **bary** - placówki gastronomiczne prowadzące działalność o charakterze zbliżonym do restauracji z ograniczonym asortymentem potraw i towarów popularnych. Do tej grupy zaliczamy: jadłodajnie, bary (uniwersalne, szybkiej obsługi, przekąskowe, mleczne), bistra oraz kawiarnie, herbaciarnie, winiarnie, piwiarnie,
- **stołówki** - placówki zbiorowego żywienia zapewniające określonym grupom konsumentów posiłki, głównie obiady ale także śniadania i kolacje,
- **punkty gastronomiczne** - placówki gastronomiczne prowadzące ograniczoną działalność gastronomiczną, takie jak: smażalnie, pijalnie, lodziarnie, bufety w kinach, na stadionach itp.

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

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

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

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

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.

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 z liczbą pracujących powyżej 9 osób, prowadzące działalność gastronomiczną oraz z badania reprezentacyjnego jednostek z liczbą pracujących 9 i mniej osób 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^a:

Wyszczególnienie	Jednostki produkcyjne (niehandlowe)	Jednostki handlowe		Sekcja I
		sekcja G		
		hurtowe	detaliczne	gastronomiczne
Pojazdy samochodowe, motocykle, części	29.1, 29.2, 29.3, 3091		4511, 4519, 4531, 4532, 4540	-
Paliwa stałe, ciekłe i gazowe	19.1, 19.2	4671	4730	-
Żywność, napoje i wyroby tytoniowe	10.1, 10.2, 10.3, 10.4, 10.5, 10.6, 10.7, 10.8, dział 11 i 12	4617, 4631- 4639	4711 4721- 4726, 4729	-
Pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach			4719	-
Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny	20.4, 21.1, 21.2, 26.6, 32.5	4645, 4646	4773-4775	-
Włókno, odzież, obuwie	13.1, 13.2, 13.3, 13.9, 14.1 ,14.2, 14.3, 15.1, 15.2	4616, 4624, 4641, 4642	4751, 4771, 4772	-
Meble, rtv, agd	26.3, 26.4, 27.4, 27.5, dział 31	4615, 4643, 4647, 4649	4743, 4752, 4754, 4759, 4763	-
Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach	1712, 17.2,18.1, 26.2, 2652, 2823, 32.1 bez 3211, 32.3, 32.4, 58.1, 59.2	4651, 4648	4741, 4742, 4753, 4761, 4762, 4764, 4765, 4776, 4777, 4778	-
Sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet			4791	-
Pozostałe	Wszystkie nie wymienione w niniejszej tablicy rodzaje działalności wg PKD 2007			

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

UWAGI:

1. Liczby względne (wskaźniki, odsetki) obliczono z reguły na podstawie danych bezwzględnych wyrażonych z większą dokładnością niż podano w tablicach.
2. Zamieszczone w publikacji dane zostały zebrane zgodnie z :
 - a/ Polską Klasyfikacją Działalności PKD 2007 wprowadzoną z dniem 01.01.2008 r. rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 24.12.2007 r. (Dz. U. Nr 251, poz. 1885), która została opracowana na podstawie Statystycznej Klasyfikacji Działalności Gospodarczych we Wspólnocie Europejskiej – Statistical Classification of Economic Activities in the European Community – NACE Rev. 2.
 - b/ Polską Klasyfikacją Wyrobów i Usług PKWiU 2008 wprowadzoną z dniem 01.01.2009 r. rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 29.10.2008 r. (Dz. U. Nr 207, poz. 1293), która została opracowana na podstawie międzynarodowych klasyfikacji i nomenklatur.
3. Określenie „własność zagraniczna” stosowane w publikacji, odnosi się do przedsiębiorstw własności zagranicznej i tych, w których własność zagraniczna stanowi przewagę.
4. Przy przeliczaniu danych na 1 mieszkańca w zakresie spożycia wybranych towarów konsumpcyjnych (tabl. 21) przyjęto liczbę ludności według stanu z dnia 30 VI. Przy przeliczaniu danych dotyczących liczby ludności przypadającej na jeden sklep (tabl. 12) przyjęto liczbę ludności według stanu w dniu 31 XII.
5. Od 2004 r. dane o sieci sklepów i stacji paliw, dla jednostek, w których liczba pracujących nie przekracza 9 osób, oszacowano w oparciu o wyniki badania reprezentacyjnego przeprowadzonego na 4% próbie tych jednostek (SP-3). Zmiana metody opracowania danych jest konsekwencją braku zasilania Rejestru REGON w informację o formie organizacyjnej podmiotu.
6. Kategoria "UE 27" obejmuje dane dla 27 członków w całym analizowanym okresie 2000 - 2009. Dane dla krajów, które przystąpiły do UE w późniejszym okresie zostały uzupełnione za wcześniejsze lata.
7. W zakresie wskaźników krótkookresowych nastąpiła zmiana roku bazowego z 2000 na 2005 zgodnie z Rozporządzeniem Rady (WE) Nr 1165/98 i 1158/2005 art. 11 pkt. 2.

II. KOMENTARZ ANALITYCZNY

1. Usługi.

Obserwowany od wielu lat rozwój sektora usług w Polsce znajduje odzwierciedlenie w danych charakteryzujących działalność gospodarczą podmiotów usługowych oraz nieustanny wzrost ich znaczenia dla całej gospodarki narodowej. W 2009 roku przedsiębiorstwa prowadzące działalności usługowe stanowiły 76,1% ogółu zarejestrowanych podmiotów gospodarki narodowej, wytworzyły 64,6% ogółu wartości dodanej brutto całej gospodarki narodowej² i dały miejsca pracy dla 57,5% ogółu pracujących. Należy przy tym podkreślić, że zmiany obserwowane w obszarze usług związane są ze zjawiskami zachodzącymi w całej gospodarce oraz potrzebami usługobiorców, którymi są zarówno konsumenci indywidualni, jak i przedsiębiorstwa. Z tego punktu widzenia największą rolę odgrywa przede wszystkim handel, którego formy oraz sposób dotarcia do nabywcy ulegają ciągłym i dynamicznym zmianom. Ekspansja dużych placówek handlowych dotyczy już nie tylko miast, ale również mniejszych miejscowości, gdzie otwierane są sklepy średniej wielkości, przyciągając nabywców korzystnymi cenami i różnorodnością asortymentu. Coraz więcej sieci handlowych wprowadza sprzedaż swoich produktów przez Internet. Ta forma sprzedaży rozwija się głównie w dużych aglomeracjach i w przyszłości prawdopodobnie będzie zyskiwać coraz większą popularność.

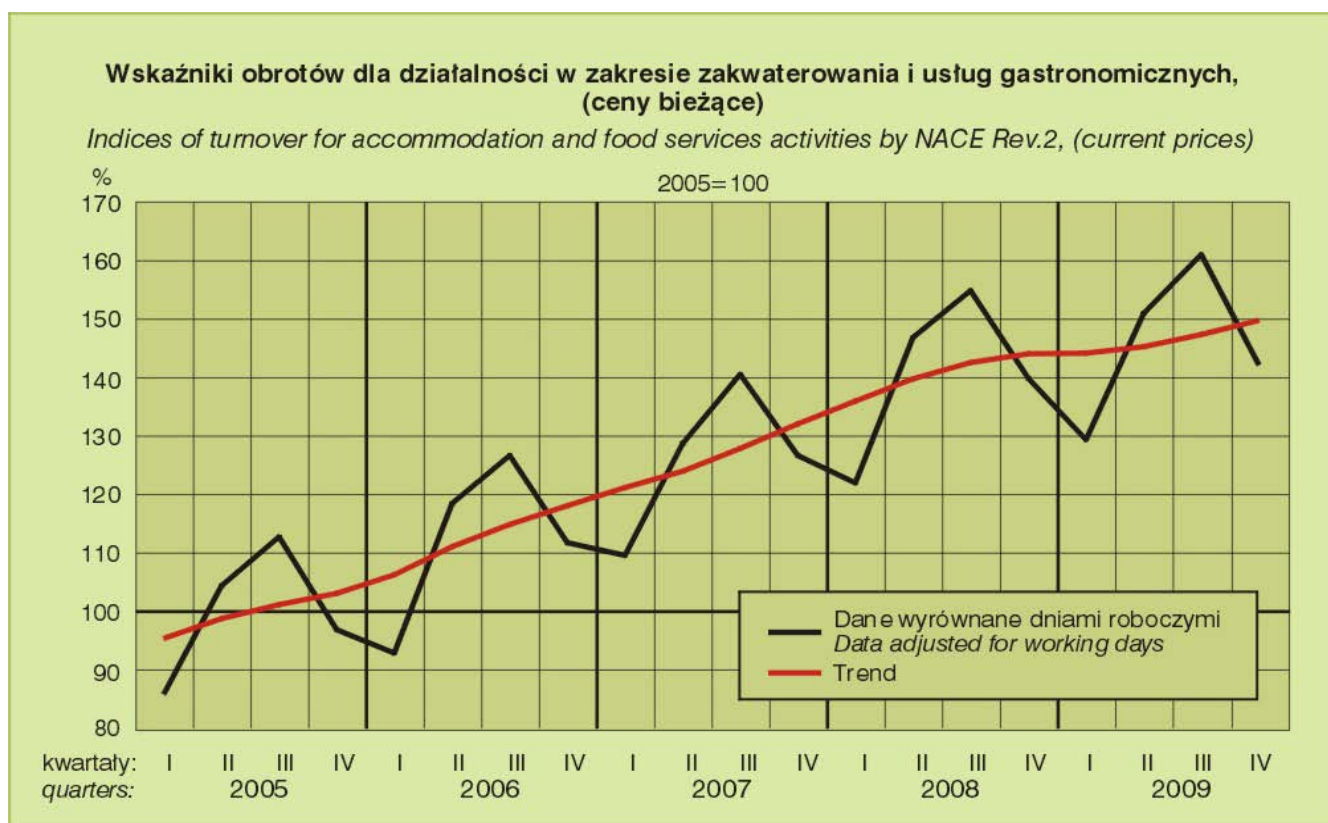
Równie ważnym dla całej sfery usług jest dynamicznie rozwijający się segment usług związanych z obsługą działalności gospodarczej, tzw. usług biznesowych, do których zaliczamy m.in. usługi informatyczne, prawnicze, rachunkowo-księgowe, zarządzanie, usługi inżynierskie i architektoniczne, czy reklamowe itp. Jest to efekt m.in. zjawiska outsourcingu, w ramach którego przedsiębiorstwa koncentrują swoje działania na podstawowej działalności gospodarczej dającej jej przewagę komparatywną, jednocześnie zlecając firmom zewnętrznym zadania związane z obsługą działalności gospodarczej. Obserwowana jest tutaj wzajemna zależność pomiędzy segmentem usług biznesowych a pozostałymi sektorami gospodarki. Usługi biznesowe stają się jednym z czynników produkcji wpływających na efektywność działania podmiotów gospodarczych, a jednocześnie popyt na te usługi uzależniony jest od globalnego wzrostu gospodarczego. Ponadto, ze względu na znaczny potencjał rozwoju usług biznesowych kraje Europy Środkowo-Wschodniej, w tym w szczególności Polska, są atrakcyjnym regionem do lokowania międzynarodowych centrów usług obsługujących działalność gospodarczą.

² Dane wstępne na dzień 20.09.2010 r.

W celu obserwacji zachodzących zmian na rynku usługowym prowadzone są badania obrotów tego sektora. Rozwój poszczególnych działalności usługowych jest zróżnicowany, przedstawiają to kwartalne wyniki badań³ zaprezentowane dla wybranych obszarów usługowych.

* * *

W działalności hotelarskiej i gastronomicznej (wg PKD 2007 sekcja I) zanotowano wzrost obrotów tych przedsiębiorstw w porównaniu do 2008 r. o 3,6%. Analizując dane dla tych przedsiębiorstw można zaobserwować rosnący trend począwszy od 2005 r. W Polsce udział wydatków w zakresie tej działalności w strukturze spożycia indywidualnego kształtuje się wciąż na niskim poziomie w porównaniu z udziałem w krajach Unii Europejskiej, dlatego biznes ten ma nadal dobre prognozy wzrostu.



³ Dotyczy przedsiębiorstw z liczbą pracujących powyżej 9 osób.

* * *

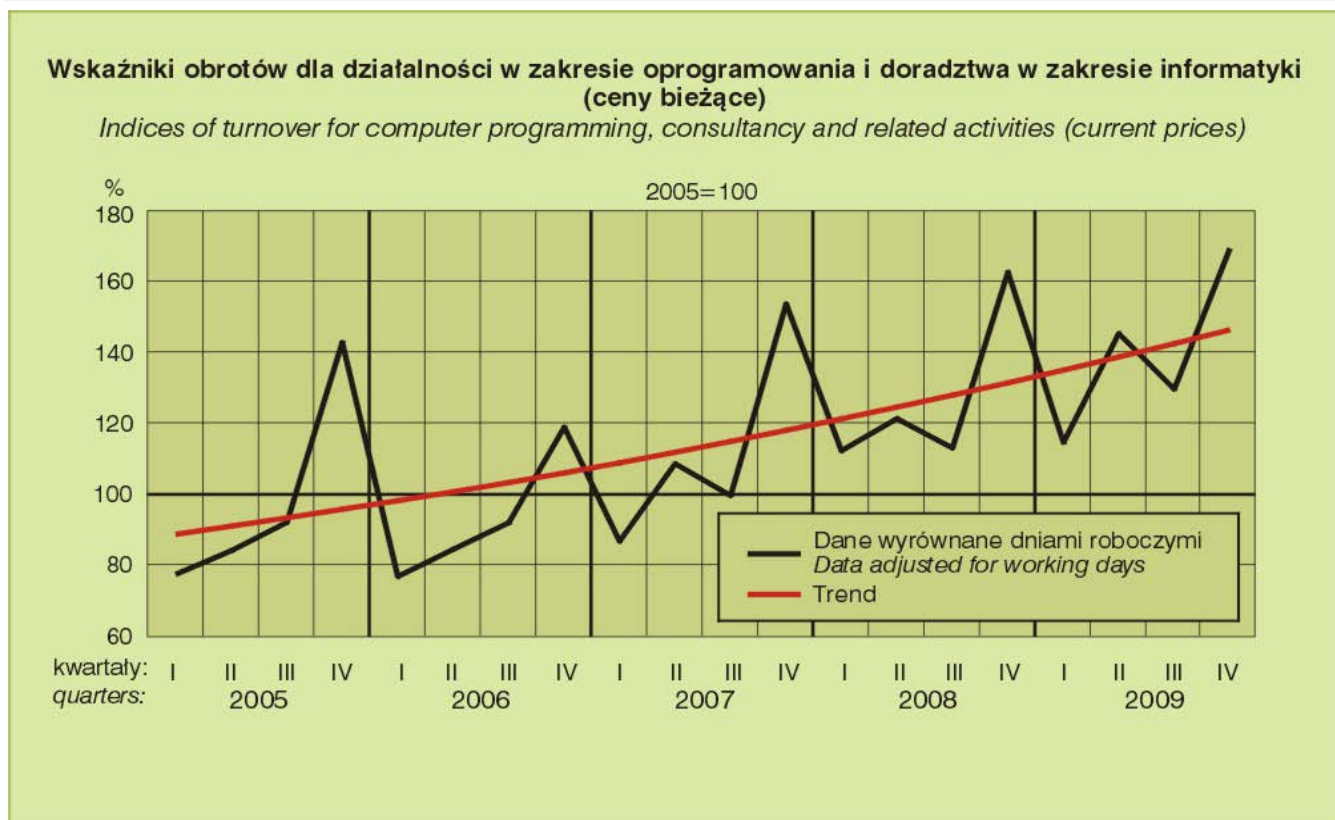
W działalności przedsiębiorstw hurtowych (dział 46), zaobserwowano w 2009 r. spadek obrotów o 5,3% w porównaniu do 2008 r. Po raz pierwszy od 2005 r. zanotowano niższe obroty tych przedsiębiorstw we wszystkich kwartałach w stosunku do analogicznych okresów poprzedniego roku. Wśród ogółu przedsiębiorstw hurtowych głównie te zajmujące się między innymi realizacją zamówień na potrzeby przemysłu w roku spowolnienia gospodarczego osiągnęły niższe obroty.



* * *

W ostatnich latach obserwowany jest szybki rozwój branży informatycznej, którego podstawą jest przede wszystkim duża innowacyjność produktowa sprzętu informatycznego oraz znaczący progres oprogramowania komputerowego, skutkujące tworzeniem się wysoko wyspecjalizowanych podmiotów świadczących usługi doradcze w tej dziedzinie.

W Polsce w branży informatycznej (wg PKD2007 dział 62) w 2009 roku odnotowano ponad 10% wzrost wartości obrotów tego działu w stosunku do 2008 roku. 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.

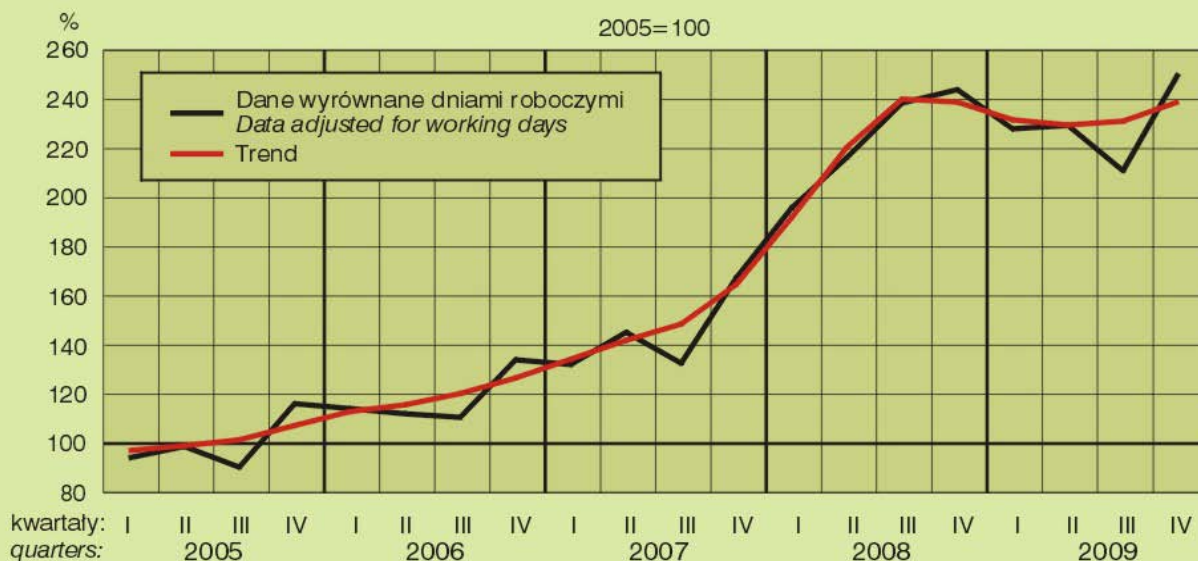


* * *

Z analizy wartości obrotów w działalności prawniczej, rachunkowo-księgowej oraz tej związanej z zarządzaniem (wg PKD2007 dział 69 + grupa 70.2) wynika, iż wartości obrotów w 2009 roku w porównaniu z rokiem 2008 wzrosły o ponad 2%. Szczególnie dynamiczny wzrost odnotowano w 2008 roku, czego przyczyną był wzrost inwestycji zagranicznych polegających na tworzeniu w Polsce międzynarodowych centrów usług obsługujących działalność gospodarczą, w tym zapewniających obsługę prawną, rachunkowo-księgową, czy też świadczących usługi związane z zarządzaniem. Obniżenie kosztów działalności przy jednoczesnym zachowaniu wysokiej jakości usług jest główną przesłanką tworzenia tych centrów. W poszczególnych kwartałach roku sprawozdawczego obroty wykazują tendencję rosnącą z niewielkimi spadkami w III kwartale.

Wskaźniki obrotów dla działalności prawniczej, rachunkowo-księgowej, doradztwo podatkowe, doradztwo związane z zarządzaniem (ceny bieżące)

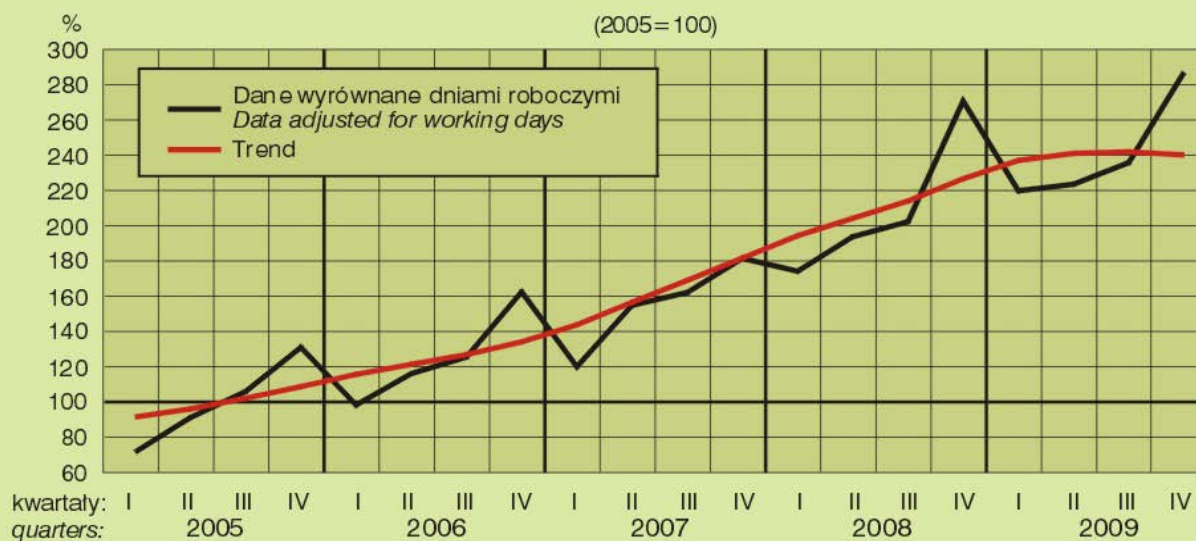
Indices of turnover for legal, accounting and management consulting services (current prices)



* * *

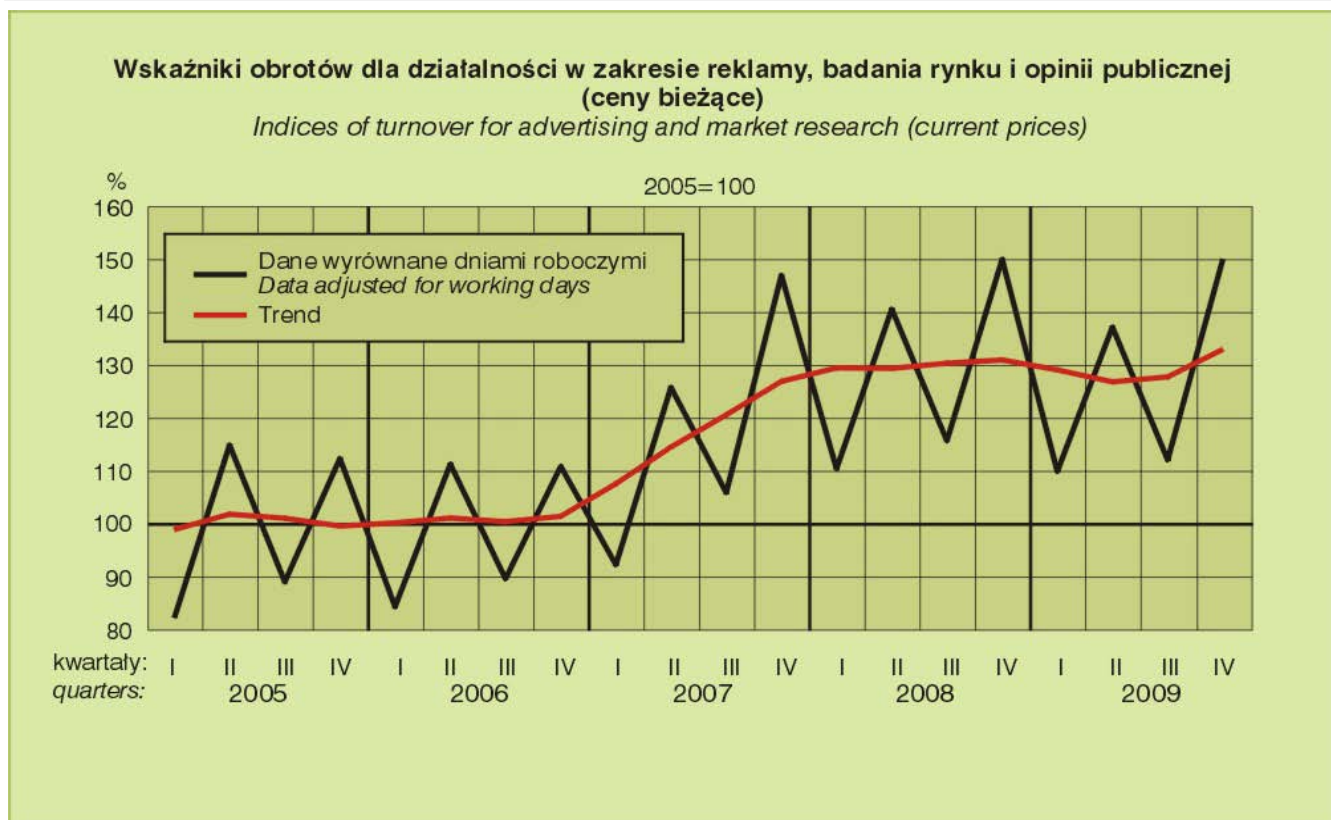
„Boom” budowlany, który miał miejsce w ostatnich latach stanowił główny element wpływający na znaczny wzrost zainteresowania usługami z zakresu architektury i inżynierii, przekładając się jednocześnie na wzrost obrotów w tych grupach.

W 2009 roku w działalności w zakresie architektury i inżynierii (wg PKD2007 dział 71) osiągnęły prawie 15% wzrost wartości obrotów w stosunku do roku 2008. Ogólną prawidłowością jest, że w I kwartale obroty spadają w porównaniu z IV kwartałem roku poprzedniego, natomiast w kolejnych kwartałach rosną, aby w IV kwartale uzyskać najwyższą wartość.

Wskaźniki obrotów dla działalności w zakresie architektury i inżynierii; badania i analizy techniczne (ceny bieżące)
Indices of turnover for architectural, engineering activities; technical testing and analysis (current prices)


* * *

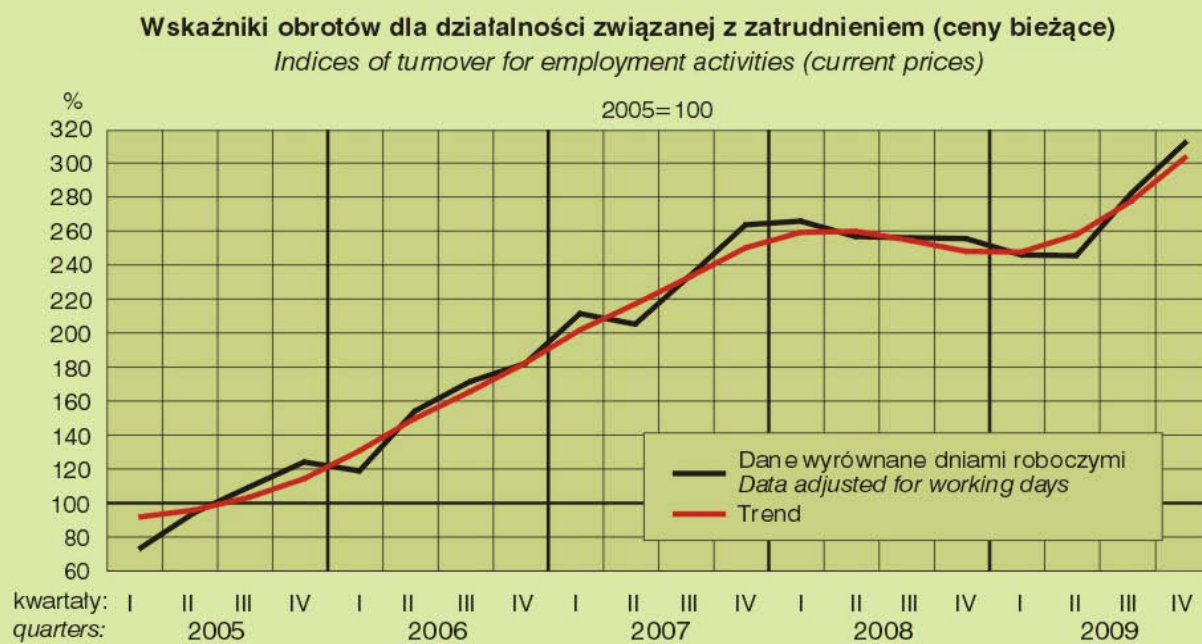
W podmiotach prowadzących działalności związane z reklamą, badaniem rynku i opinii publicznej (PKD 2007 dział 73) w latach 2005 - 2006 wartości obrotów dla poszczególnych kwartałów utrzymywały się na zbliżonym poziomie. Znaczny wzrost o około 30% odnotowano natomiast w IV kwartale 2007 roku w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Następnie obroty osiągały podobne wartości aż do IV kwartału 2009 roku. Należy zauważyć, że usługi reklamowe oraz badań rynku i opinii publicznej zmieniają w ostatnich latach kanały marketingowe z droższych, typu prasa czy telewizja, na dużo tańsze i docierające do większej liczby odbiorców np. Internet.



* * *

Rosnące koszty związane z zatrudnieniem pracowników wymusiły na przedsiębiorstwach w ostatnich latach poszukiwanie sposobów ich obniżenia, co wiązało się m.in. z korzystaniem z usług agencji pośrednictwa pracy bądź rozwojem alternatywnych form zatrudnienia typu telepraca.

W analizowanym okresie w działalności związanej z zatrudnieniem (wg PKD 2007 dział 78) wartości obrotów wykazywały trend rosnący z niewielkim zahamowaniem w roku 2008, w którym wartości dla poszczególnych kwartałów tego roku utrzymywały się na prawie takim samym poziomie. Obserwowane spowolnienie w 2008 roku było między innymi wynikiem obniżenia w Polsce pozapłacowych kosztów pracy, czyli tzw. klina podatkowego. Wartości obrotów odnotowane w 2009 roku wzrosły w stosunku do roku 2008 o ponad 5%.



2. Handel wewnętrzny

Na koniec roku 2009 udział przedsiębiorstw w rejestrze REGON zaklasyfikowanych wg PKD 2007 do sekcji G „Handel, naprawa pojazdów samochodowych”^Δ wyniósł 28,7%, natomiast udział przedsiębiorstw zaklasyfikowanych do sekcji I „Zakwaterowanie i gastronomia”^Δ stanowił 3,2%. W ramach sekcji „Handel, naprawa pojazdów samochodowych”^Δ struktura przedsiębiorstw prowadzących działalność handlową ukształtowała się następująco: 62,4% to przedsiębiorstwa, których podstawowym rodzajem działalności był handel detaliczny, 25,3% - handel hurtowy oraz 12,3% - handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi oraz ich naprawa. Wśród ogólnej liczby przedsiębiorstw, dla których podstawowym rodzajem działalności był handel ok. 97% stanowiły przedsiębiorstwa z liczbą pracujących 9 i mniej osób. Biorąc pod uwagę wielkość obrotów oszacowano, że udział tych jednostek wyniósł w 2009 r. ok. 28%.

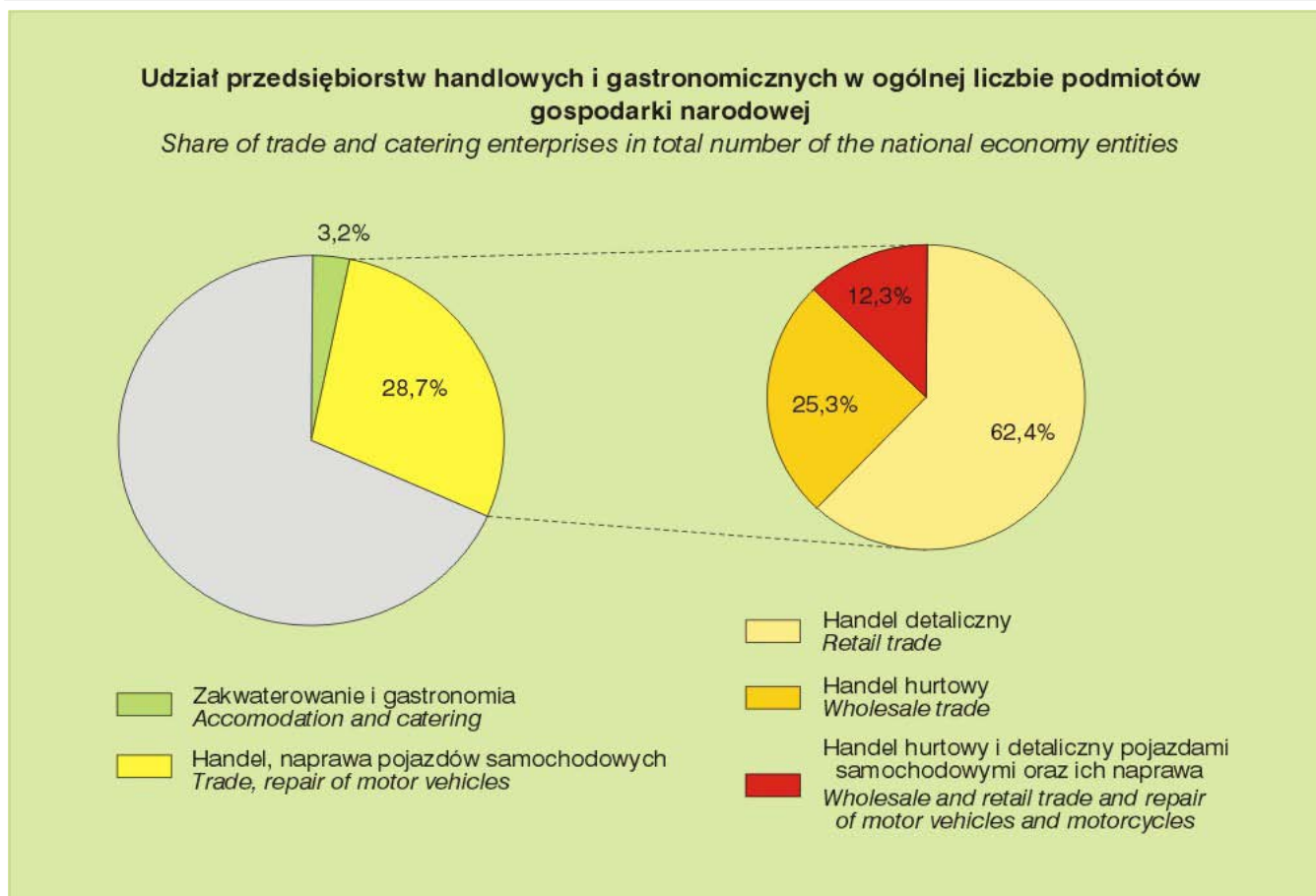
Liczba przedsiębiorstw w handlu i gastronomii w 2009 r.

Number of enterprises in trade and catering in 2009

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Ogółem <i>Total</i>
Liczba przedsiębiorstw ogółem^a..... <i>Total enterprises^a</i>	3742673
w tym: <i>of which:</i>	
handel, naprawa pojazdów samochodowych ^Δ <i>trade, repair of motor vehicles^Δ</i>	1073154
w tym: <i>of which:</i>	
handel hurtowy ^Δ <i>wholesale trade^Δ</i>	271319
handel detaliczny ^Δ <i>retail trade^Δ</i>	669647
handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi oraz ich naprawa ^Δ <i>wholesale and retail trade and repair of motor vehicles and motorcycles</i>	132188
zakwaterowanie i gastronomia ^Δ <i>accommodation and catering^Δ</i>	118499

^a Podmioty gospodarki narodowej wg REGON. Stan w dniu 31 XII r.

a National economy entities according to register REGON. As of December 31



W 2009 r. w sekcji „Handel, naprawa pojazdów samochodowych”^Δ zarejestrowanych było 418 przedsiębiorstw należących do sektora publicznego, a w sekcji „Zakwaterowanie i gastronomia”^Δ - 851 przedsiębiorstw.

Liczba spółek prawa handlowego zarejestrowanych w systemie REGON oraz zaklasyfikowanych wg PKD 2007 do sekcji „G” wyniosła 91,78 tys., z tego 82,5% stanowiły spółki kapitałowe (spółki akcyjne i z o.o.) prowadzące działalność handlową. W ramach spółek prawa handlowego liczba spółek z „czystym” kapitałem zagranicznym wyniosła 16,3 tys. Udział spółek handlowych z kapitałem zagranicznym zarejestrowanych w sekcji „Handel, naprawa pojazdów samochodowych”^Δ w ogólnej liczbie spółek handlowych z kapitałem zagranicznym, wyniósł 40,8%. Z ogólnej liczby zarejestrowanych w rejestrze w sekcji G spółek handlowych z udziałem kapitału zagranicznego zaklasyfikowanych do działu „Handel hurtowy”^Δ było 71,6%, w zakresie działu „Handel detaliczny”^Δ 24,3%, a w dziale „Handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi oraz ich naprawa”^Δ 4,1%. Spółki prawa handlowego o jednorodnym rodzaju kapitału zaklasyfikowane do sekcji „Handel, naprawa pojazdów samochodowych”^Δ, z kapitałem zagranicznym stanowiły w 2009 roku 17,8%, natomiast z kapitałem prywatnym krajowym 70,6%. W ogólnej liczbie zarejestrowanych przedsiębiorstw handlowych przedsiębiorstwa z udziałem kapitału zagranicznego stanowiły 2,3%.

Przepływ towarów handlowych.

Istotnym elementem umożliwiającym ocenę kanałów dystrybucji i cyrkulacji towarów jest analiza struktury przychodów wg typów klientów oraz podział dokonanych zakupów w przedsiębiorstwach hurtowych wg typów dostawców (tablice nr 17 i 18). Obserwując dane w ostatnich latach można zauważyć podobne zachowania przedsiębiorstw hurtowych i detalicznych w wyborze swoich dostawców, a uzyskiwane przez nie przychody pochodzą od ustalonych wcześniej grup klientów. Wśród przedsiębiorstw hurtowych własności zagranicznej zanotowano wzrost udziału zakupów od producentów i wytwórców krajowych kosztem zakupów bezpośrednio z importu. Przedsiębiorstwa własności zagranicznej zaklasyfikowane jako detaliczne dokonywały większych niż w ubiegłych latach zakupów od hurtowników i bezpośrednio z importu niż od producentów i wytwórców krajowych.

Przedsiębiorstwa handlowe⁴ dokonują w ponad 48% zakupów bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych, a jedynie w 29% u hurtowników. Bezpośredni import stanowi natomiast ponad 21%. W zależności od specyfiki działalności handlowej struktura dokonywanych zakupów ulega zmianom. W zakresie handlu hurtowego - około 53% przedsiębiorstw zaopatruje się u producentów i wytwórców krajowych, a prawie 24% dokonuje zakupów bezpośrednio z importu. Nadal jednak wysoki jest udział (ponad 22%) zakupów „hurtownik - hurtownik”.

Handel detaliczny w ponad 42% zaopatruje się w hurtie i w około 45% u krajowych producentów, bezpośredni import stanowi prawie 12%.

Przedsiębiorstwa własności zagranicznej dokonują zakupów bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych (około 42%), od hurtowników w około 17%, a bezpośredni import stanowi około 40%.

W strukturze przychodów przedsiębiorstw hurtowych około 40% przychodów pochodzi ze sprzedaży do hurtu, około 33% pochodzi od handlowców detalicznych a ponad 15% od producentów krajowych. Jedynie 7% stanowią bezpośrednie wpływy od konsumentów indywidualnych.

Obroty przedsiębiorstw handlowych

W 2009 r. zaobserwowano wyższe obroty w handlu detalicznym (w cenach stałych) niż w 2008 r. Wzrost obrotów zanotowano wśród przedsiębiorstw prowadzących działalność detaliczną o 3,0%, sprzedających żywność, napoje i wyroby tytoniowe o 0,5% i sprzedających towary nieżywnościowe o 4,2%.

W grupie przedsiębiorstw zajmujących się handlem hurtowym i detalicznym pojazdami samochodowymi i ich naprawą oraz handlem detalicznym obroty były wyższe niż w 2008 r. jedynie

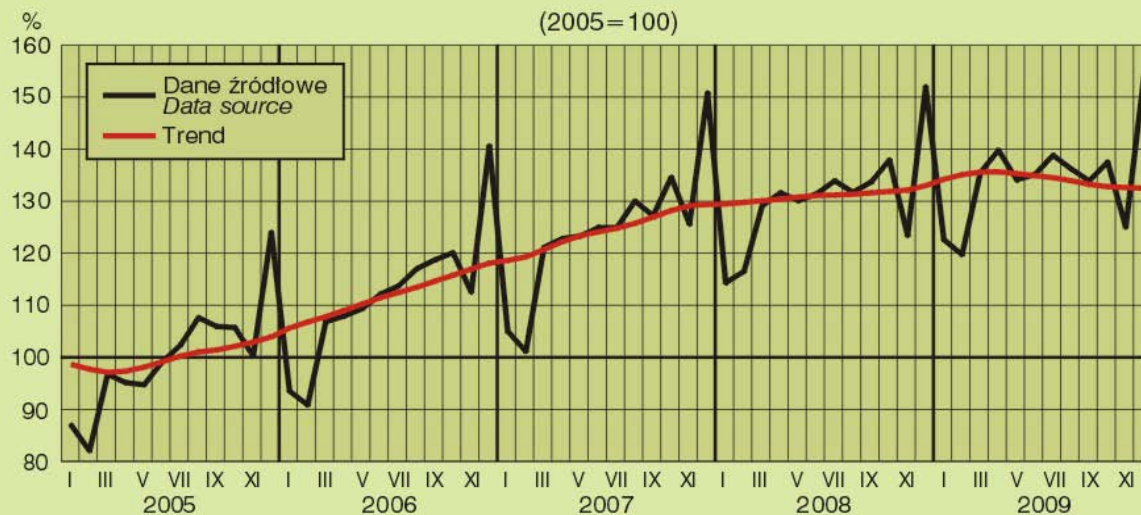
⁴ Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

o 1,5%. Przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż pojazdów samochodowych oraz zajmujące się sprzedażą paliw odnotowały spadek obrotów w porównaniu do 2008 r. odpowiednio o 3,2% i 5,1%.

Dynamika obrotów w cenach stałych w przedsiębiorstwach detalicznych^a

Deflated turnover of retail sale enterprises^a

(2005=100)



^a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD 2007 do działu 47.

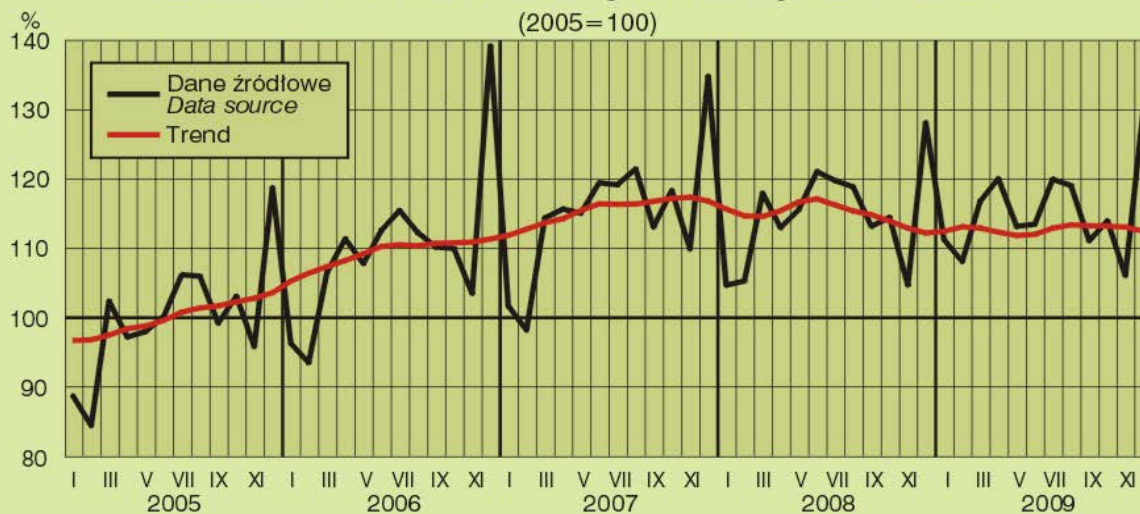
^a Enterprises classified according to NACE Rev. 2 into the division 47.

Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw

– żywność, napoje, wyroby tytoniowe^a

Deflated turnover of enterprises selling food, beverages, and tobacco^a

(2005=100)

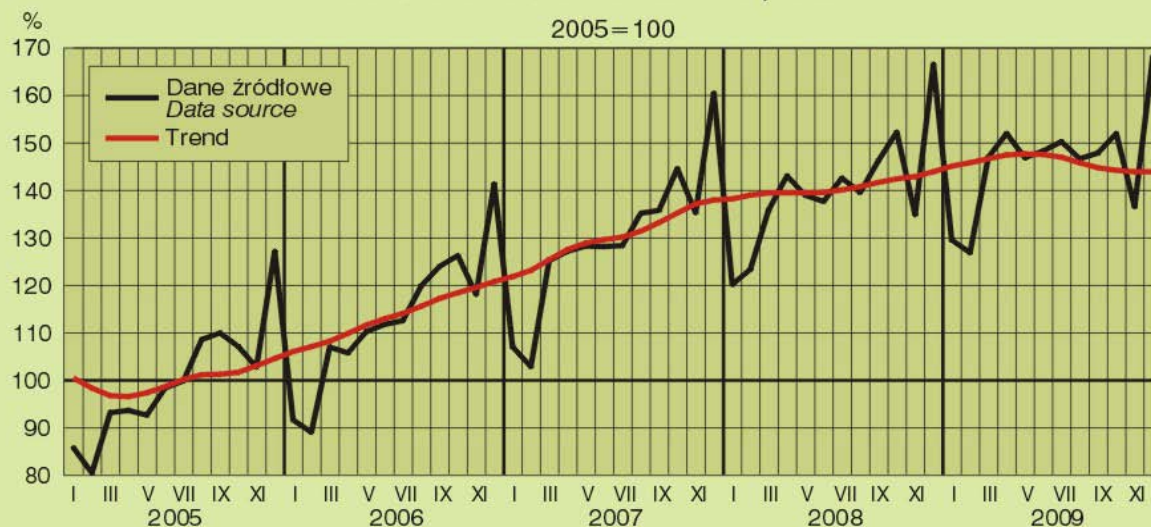


^a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD 2007 do klasy 47.11 i grupy 47.2.

^a Enterprises classified according to NACE Rev. 2 into the class 47.11 and the group 47.2.

Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw nieżywnościowych^a

Deflated turnover of non-food enterprises^a

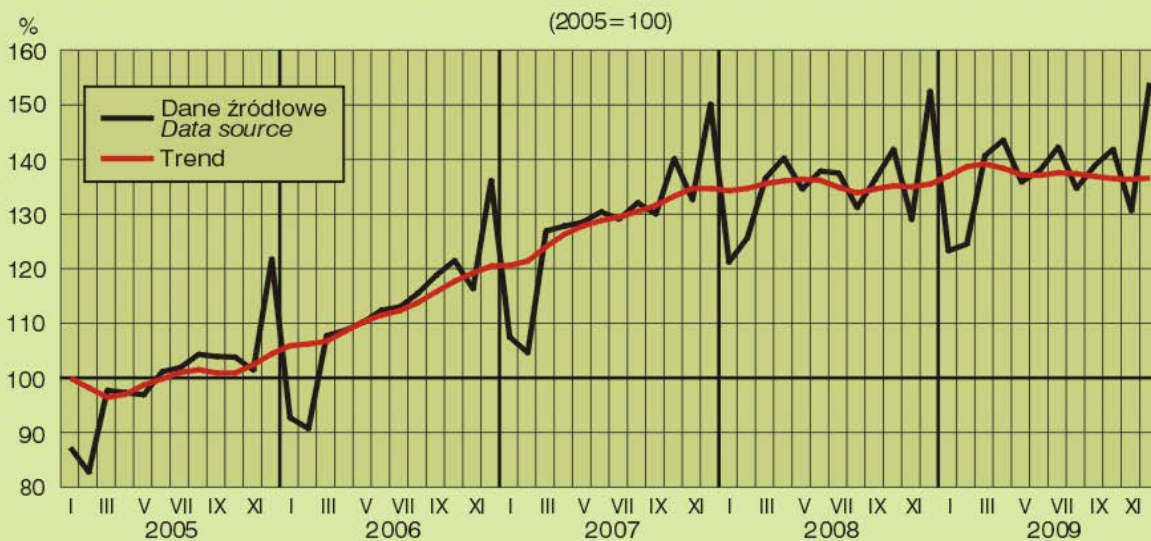


^a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD 2007 do klasy 47.19, i grup: 47.3 – 47.9.

^a Enterprises classified according to NACE Rev. 2 into the class 47.19, and the groups: 47.3 – 47.9.

Dynamika obrotów w cenach stałych w przedsiębiorstwach zaklasyfikowanych według PKD 2007 do działu 45 i 47^a

Deflated turnover of enterprises classified according to NACE Rev. 2 into divisions 45 and 47^a



^a Dział 45 – Handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi; naprawa pojazdów samochodowych

Dział 47 – Handel detaliczny, z wyłączeniem handlu detalicznego pojazdami samochodowymi

^a Division 45 – Wholesale and retail trade and repair of motor vehicles and motorcycles

47 Division – Retail trade, except of motor vehicles and motorcycles

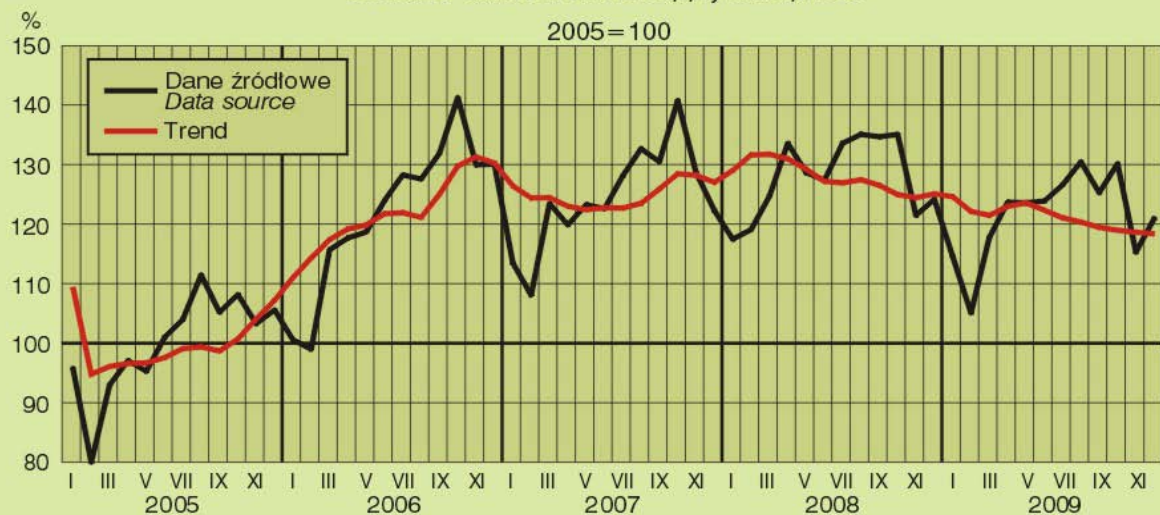
**Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw
– pojazdy samochodowe^a**
Deflated turnover of motor vehicle enterprises^a
2005=100



^a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD 2007 do grup: 45.1, 45.3, 45.4.

^a Enterprises classified according to NACE Rev. 2 into the groups: 45.1, 45.3, 45.4.

**Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw
– paliwa^a**
Deflated turnover of fuel supply enterprises^a
2005=100

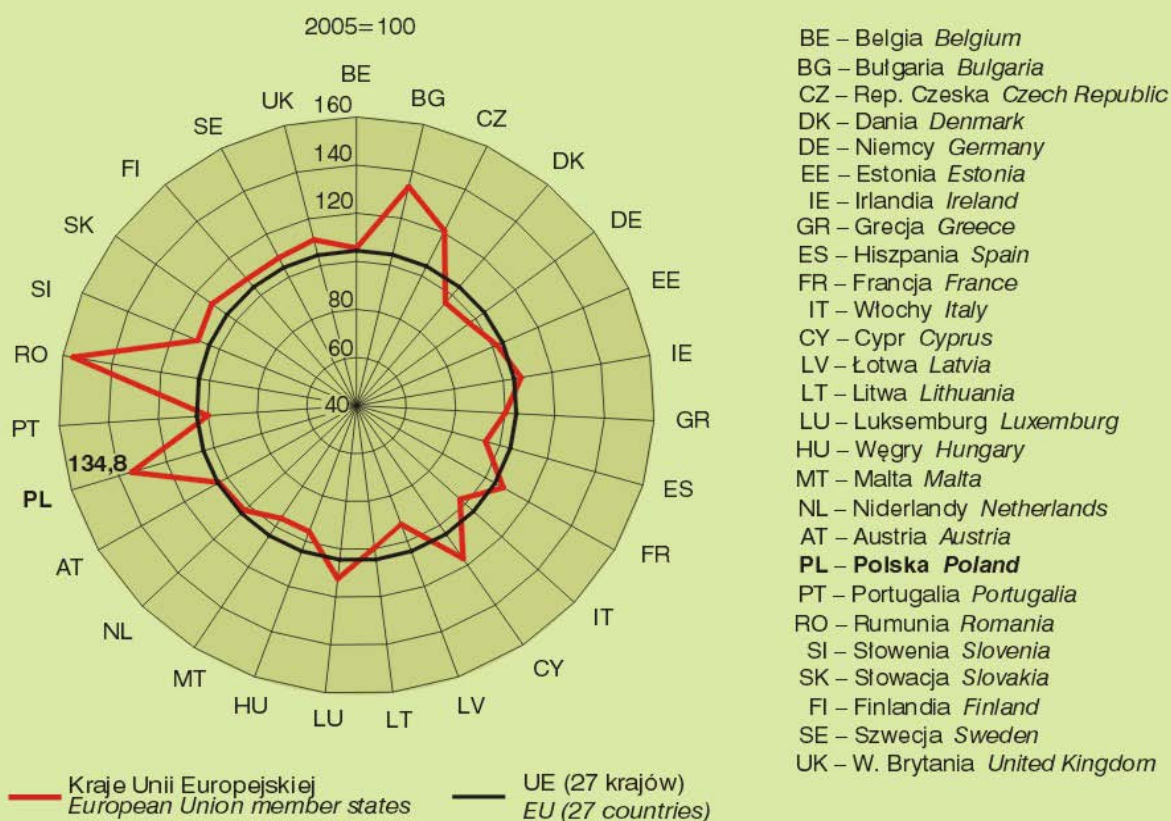


^a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD 2007 do grupy 47.3.

^a Enterprises classified according to NACE Rev. 2 into the group 47.3.

Polska spośród 27 krajów Unii Europejskiej, osiągnęła w 2009 r. wysoki wskaźnik dynamiki obrotów w handlu detalicznym względem roku bazowego 2005, zajmując drugie miejsce po Rumunii. Dynamika obrotów dla 27 krajów Unii Europejskiej wyniosła 104%. Wśród krajów członkowskich o znaczącym udziale obrotów realizowanych przez handel detaliczny w całkowitej wartości obrotów UE niższy poziom dynamiki niż w roku bazowym zanotowały następujące państwa: Niemcy, Hiszpania, Włochy.

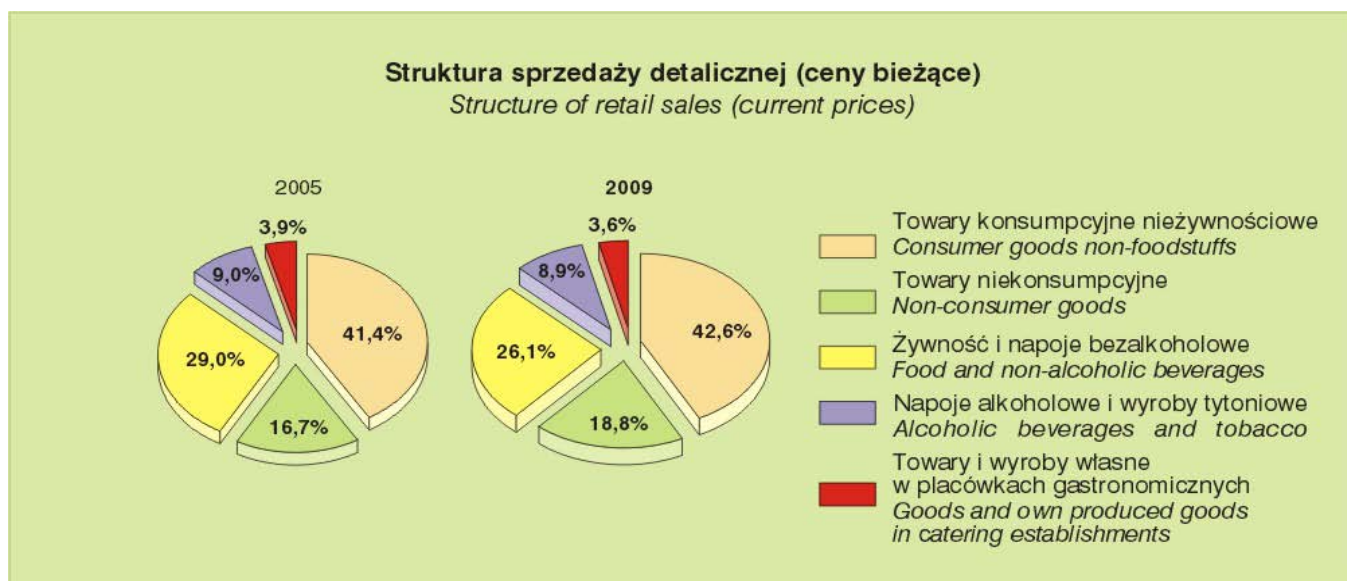
Roczne wskaźniki obrotów w handlu detalicznym krajów UE w 2009 r. (ceny stałe)^a
Annual indices of deflated turnover in retail trade for countries of EU in 2009 (constant prices)^a



^a Dane wyrównane dniami roboczymi.
 Źródło: Eurostat, dane krótkookresowe (sierpień 2010).
^a Data adjusted for working days.
 Source: Eurostat, short-term statistics (August 2010).

Sprzedaż detaliczna

W 2009 r. wartość sprzedaży detalicznej w cenach bieżących ogółem wyniosła 582,8 mld zł. Poprzez punkty sprzedaży detalicznej sprzedano towarów za 561,8 mld zł, z tego żywności i napojów bezalkoholowych za 152,2 mld zł, napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych za 52,0 mld zł i towarów nieżywnościowych za 357,5 mld zł. W placówkach gastronomicznych sprzedaż detaliczna wyniosła 21,0 mld zł.



Sprzedaż detaliczna według sektorów własności (ceny bieżące) *Retail sales by ownership sectors (current prices)*

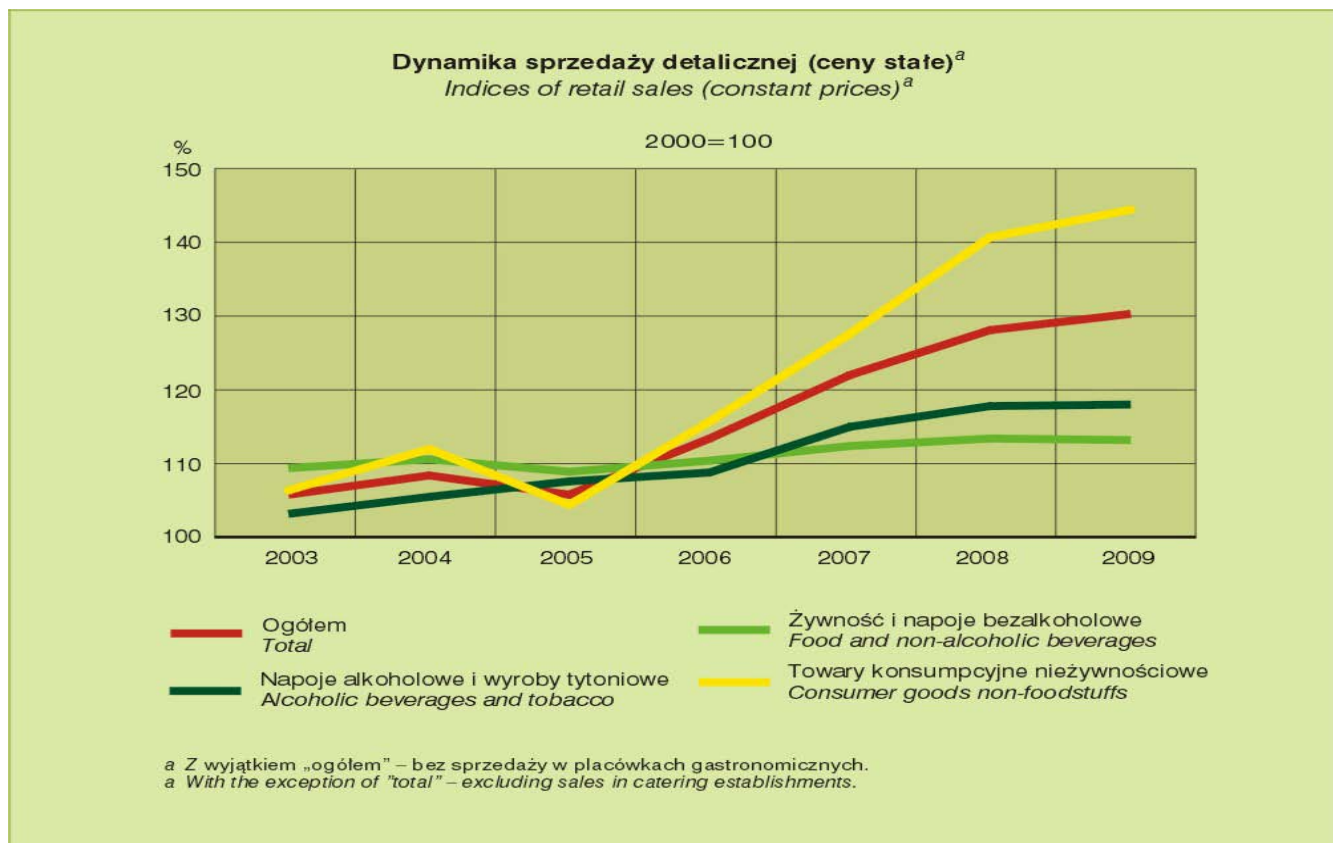
Wyszczególnienie Specification		Sprzedaż detaliczna Retail sales					
		ogółem total		sektor sector			
				publiczny public		prywatny private	
				mln zł	%	mln zł	%
a – 2009							
b – 2008=100							
Ogółem	a	582774,7	100,0	4882,4	0,8	577892,3	99,2
Total	b	103,2	x	69,3	x	103,6	x
w tym przedsiębiorstwa							
handlowe	a	508583,8	100,0	2033,2	0,4	506550,6	99,6
of which trade enterprises	b	104,0	x	52,9	x	104,4	x

Sprzedaż detaliczna w latach 2007- 2009 (ceny bieżące)

Retail sales in 2007 - 2009 (current prices)

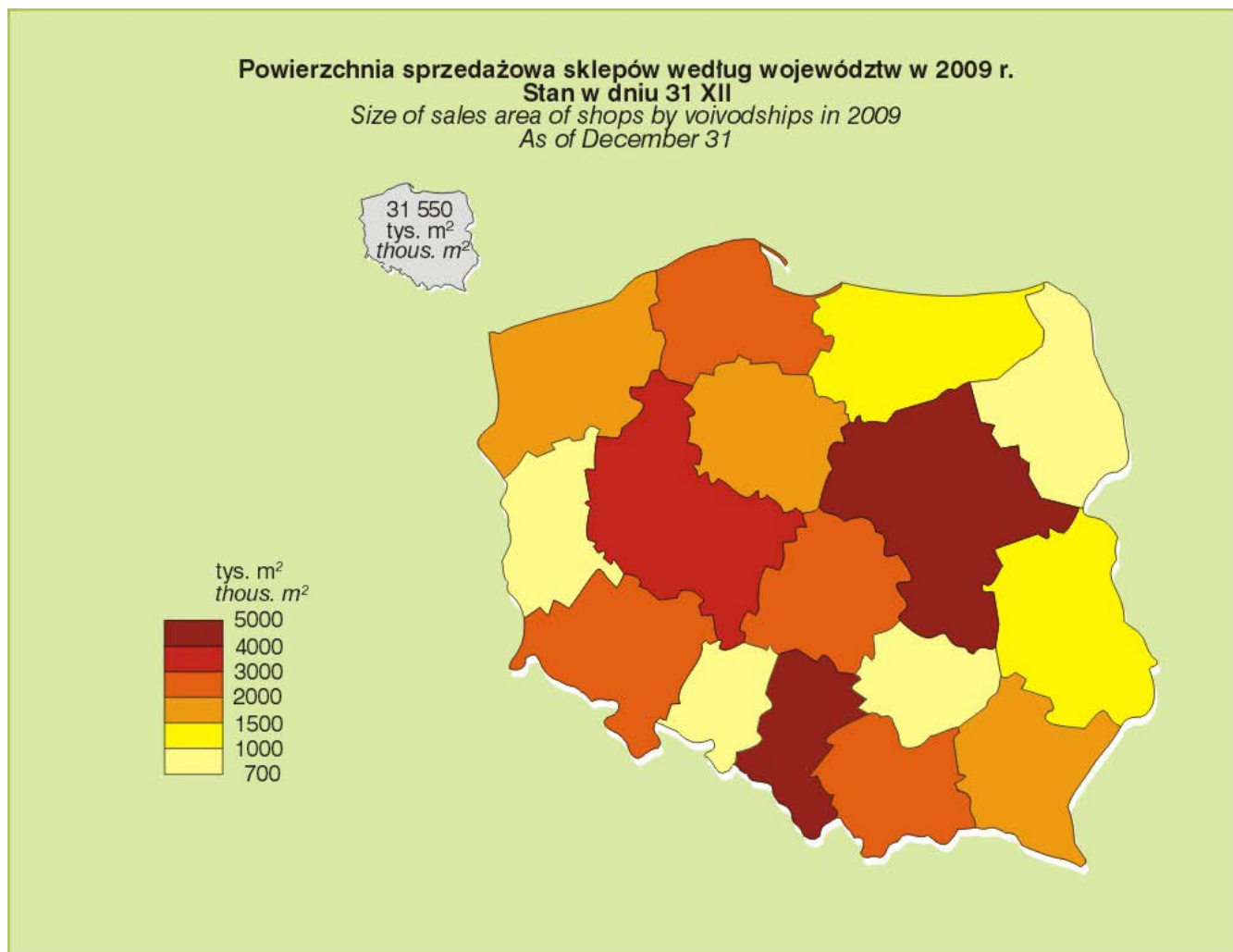
Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2007	2008	2009	
	w mln zł <i>in mln zł</i>			2008=100
Ogółem <i>Total</i>	515654,6	564665,0	582774,7	103,2
żywność i napoje bezalkoholowe <i>food and non-alcoholic beverages</i>	151150,3	161795,2	168489,3	104,1
napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe..... <i>alcoholic beverages and tobacco</i>	48552,0	52290,6	56564,5	108,2
towary nieżywnościowe (bez wyrobów tytoniowych)..... <i>non-foodstuffs (excluding tobacco)</i>	315952,4	350579,1	357720,9	102,0

W 2009 r. sprzedaż detaliczna w cenach stałych zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe była o 1,7% wyższa niż przed rokiem. Wyższy od przeciętnego wzrost sprzedaży odnotowano dla towarów konsumpcyjnych nieżywnościowych (2,6%). Sprzedaż napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych wzrosła w porównaniu z rokiem poprzednim o 0,1%, natomiast w grupie żywności i napojów bezalkoholowych odnotowano spadek sprzedaży o 0,2%.



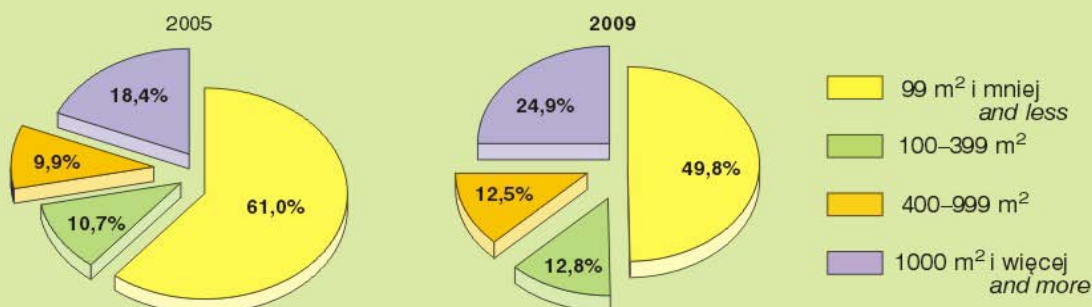
Punkty sprzedaży detalicznej

Na koniec roku 2009 szacowana liczba sklepów w Polsce wyniosła 371839 i była niższa w stosunku do poprzedniego roku o 3,6%. Powierzchnia sprzedażowa zwiększyła się o 1,5% głównie w wyniku wzrostu w sklepach o powierzchni 100 i więcej m².



W 2009 r. odnotowano spadek liczby sklepów o powierzchni sprzedażowej do 99 m² o 4,3%. Udział powierzchni sprzedażowej tej kategorii sklepów zmniejszył się o 3 pkt. proc. w porównaniu do 2008 r. i wyniósł 49,8%. Wzrósł natomiast udział powierzchni dla sklepów w przedziale 100-399 m² (o 0,4 pkt. proc.), dla sklepów w przedziale 400-999 m² (o 0,6 pkt. proc.) oraz dla sklepów o powierzchni sprzedażowej 1000 m² i więcej (o 2 pkt. proc.). Największy spadek liczby sklepów w przedziale powierzchni do 99 m² o 4,2% miał miejsce w województwie podkarpackim. W przedziale 100-399 m² liczba sklepów wzrosła o 9,3% w województwie dolnośląskim i śląskim o 8,6%. W kolejnym przedziale 400-999 m² największy wzrost liczby sklepów odnotowano w województwie lubelskim i mazowieckim (o 12,4 pkt. proc.), natomiast w przedziale 1000 i więcej m² największy wzrost w porównaniu do 2008 r. miał miejsce w województwie lubelskim (25,2%) oraz łódzkim (23,7%).

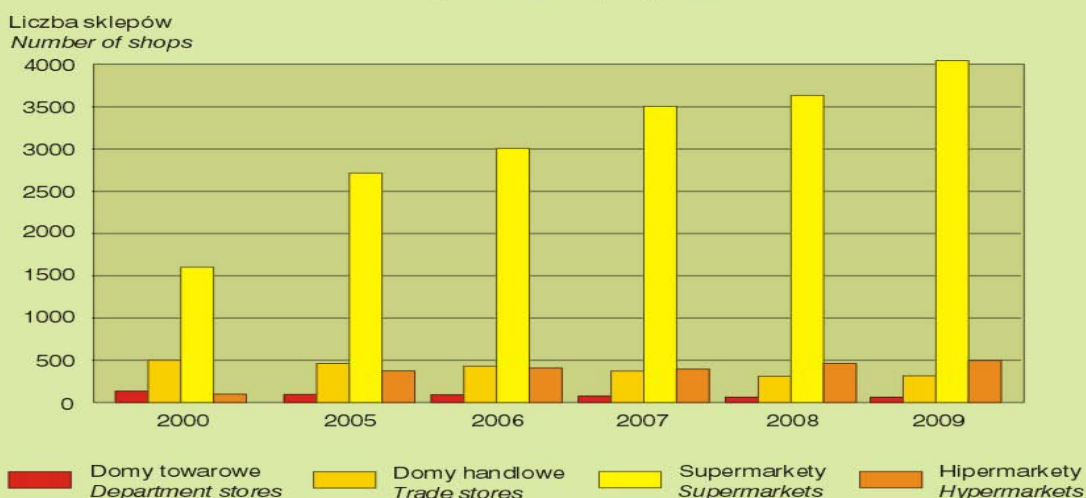
Struktura powierzchni sprzedażowej sklepów
Structure of sales area of shops



Pomimo spowolnienia gospodarczego spadek liczby sklepów nastąpił jedynie w kategorii sklepów będących własnością przedsiębiorstw, w których pracuje 9 osób i mniej (o 4,9%). Wzrost liczby sklepów (o 2%) nastąpił natomiast wśród przedsiębiorstw z liczbą pracujących powyżej 9 osób.

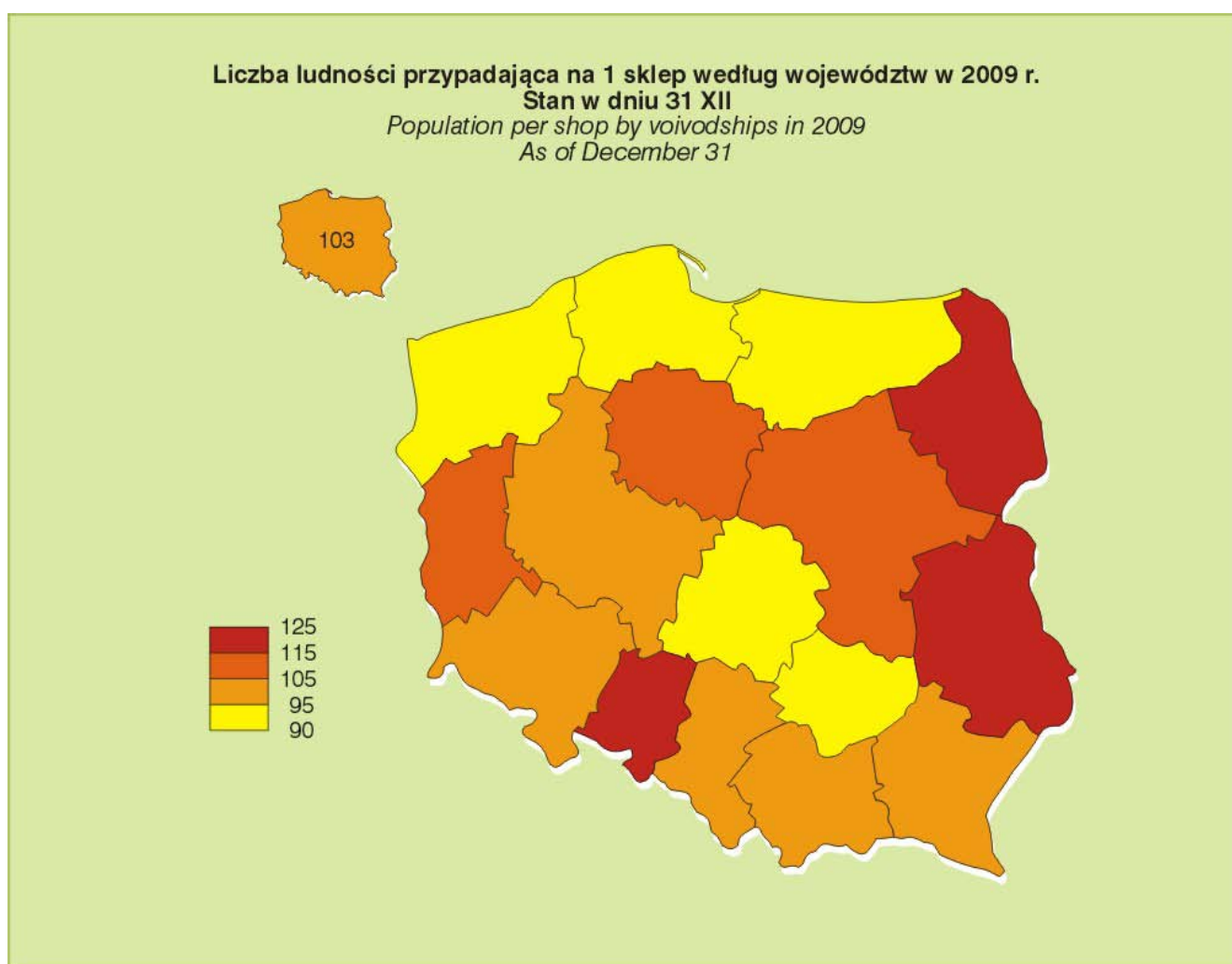
Największy wzrost liczby sklepów miał miejsce w kategorii supermarketów. Na przestrzeni lat 2000-2009 ich liczba dynamicznie i systematycznie wzrastała, co związane jest między innymi z rozwojem sieci handlowych. Na koniec 2009 roku działało 4041 takich sklepów, o 11,4% więcej niż w 2008 r. Największy wzrost liczby sklepów tej kategorii zanotowano w województwie mazowieckim, śląskim i wielkopolskim. W kategorii hipermarketów liczba sklepów wzrosła jedynie o 6,9%, podczas gdy w roku ubiegłym zwiększyła się o 16,9%. Najwięcej nowych hipermarketów powstało w województwie śląskim i małopolskim. W województwach kujawsko-pomorskim, lubelskim i podlaskim ich liczba utrzymała się na poziomie roku 2008.

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



W podziale na specjalizacje branżowe najliczniejszą grupę stanowiły sklepy ogólnospożywcze, ich liczba w końcu 2009 r. wyniosła 102811 i była o 4,4% większa niż przed rokiem. Znaczny wzrost liczby sklepów zanotowano również wśród sklepów z napojami alkoholowymi, owocowo-warzywnych oraz z meblami i sprzętem oświetleniowym. Największy spadek odnotowano natomiast wśród sklepów radiowo-telewizyjnych i ze sprzętem gospodarstwa domowego oraz z wyrobami odzieżowymi.

Na jeden sklep w 2009 r. przypadały średnio 103 osoby. Największa liczba ludności na sklep przypadała w województwach: opolskim (123 osoby), podlaskim (122) i lubelskim (115), natomiast w województwach: świętokrzyskim, pomorskim, zachodniopomorskim, łódzkim i warmińsko-mazurskim liczba ludności na 1 sklep wynosi mniej niż 100.



W grupie przedsiębiorstw, w których liczba pracujących wynosi powyżej 9 osób, nadal przybywało sklepów należących do przedsiębiorstw zagranicznych, bądź z udziałem kapitału zagranicznego. Liczba sklepów należących do tych przedsiębiorstw zwiększyła się o 25,3%, a powierzchnia sprzedażowa o 11,5%. Średnia powierzchnia sklepów przedsiębiorstw zagranicznych wyniosła 723,5 m² (odpowiednio w sklepach przedsiębiorstw własności prywatnej krajowej – 162,9 m²).

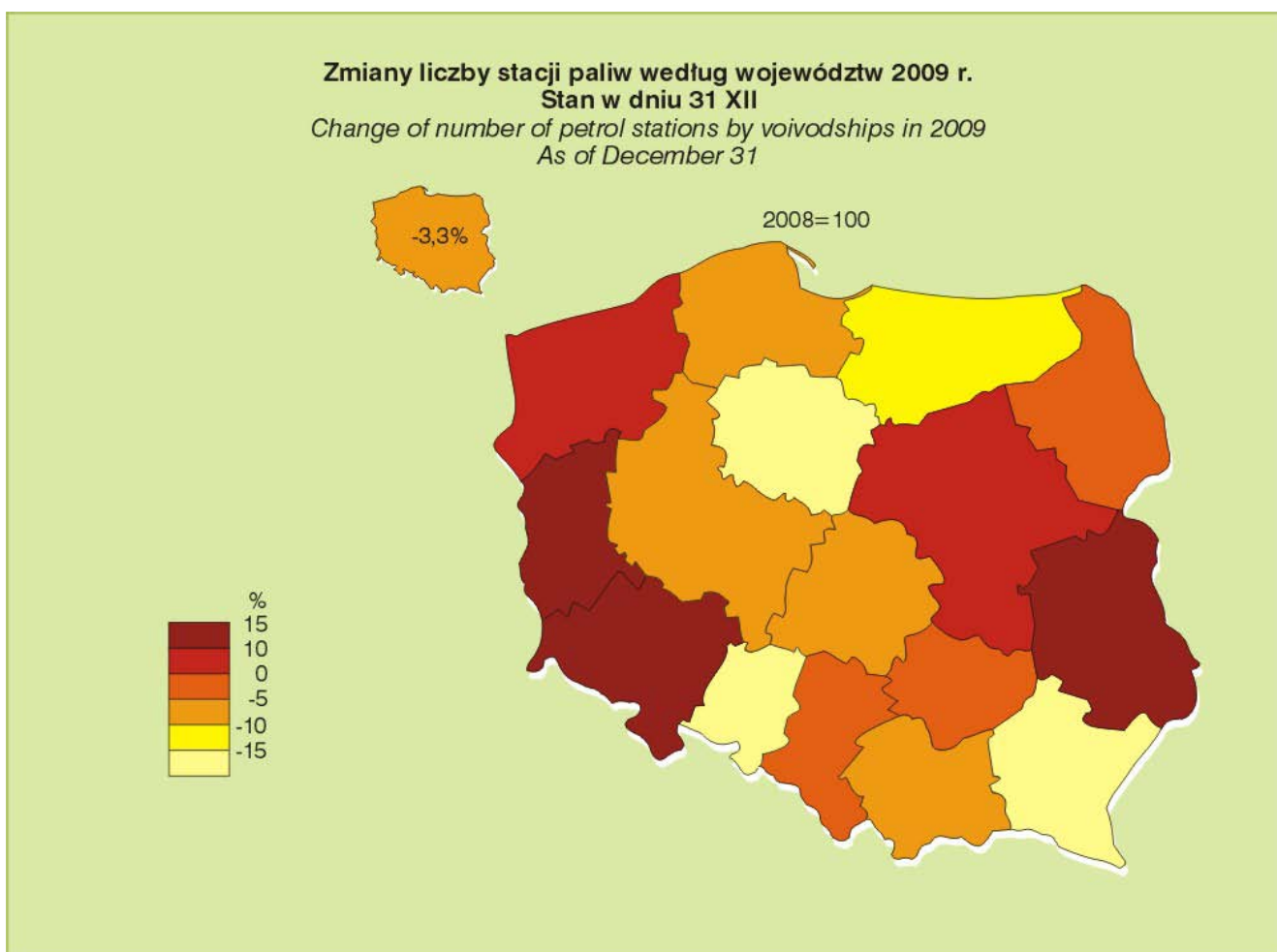
Natomiast udział liczby sklepów z kapitałem zagranicznym w liczbie sklepów ogółem wyniósł 2,6% wobec 2,0% w 2008 r.

Liczba sklepów przedsiębiorstw z pełnym udziałem kapitału zagranicznego^a
Number of shops owned by enterprises with foreign capital^a

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2008	2009
Liczba sklepów..... <i>Number of shops</i>	7786	9755
Udział w ogółem sklepach w % <i>Share in total shops in %</i>	2,0	2,6
Powierzchnia sklepów w tys. m ² <i>Sales area in thous. m²</i>	6328,7	7057,3
Udział w powierzchni ogółem w % <i>Share in total sales area in %</i>	20,4	22,4

a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.
a Data concern enterprises with number of employees exceeding 9 persons.

Ogólna liczba stacji paliw na koniec roku 2009 wyniosła 9738 i spadła o 3,3% w porównaniu do 2008 r. Najwięcej stacji paliw działało w województwie mazowieckim 1508. Największy procentowy przyrost nowych stacji paliw zanotowano w województwie lubuskim o 14,2% i dolnośląskim o 13,3%.



Targowiska stałe i sezonowe wciąż odgrywają dużą rolę w krajowej infrastrukturze handlowej. Na koniec 2009 r. w urzędach gminnych w całym kraju zarejestrowanych było 2256 stałych targowisk, i było to o 0,2% mniej niż przed rokiem, w tym 2031 z przewagą sprzedaży drobnodetalicznej. Największy spadek odnotowano w województwie opolskim o 8,6%. Miało to wpływ na spadek powierzchni targowisk stałych w tym województwie o 22,9%. Najwięcej targowisk znajdowało się w województwach: mazowieckim, śląskim i wielkopolskim, ich udział stanowił 33,6% ogółu targowisk stałych w kraju i był podobny jak w roku poprzednim. Jednocześnie odnotowano, że ich udział w ogólnej powierzchni targowisk stałych wyniósł 38,8 % i był o 0,2 pkt. proc. niższy niż przed rokiem.

Na targowiskach handlowano w ok. 108 tys. stałych punktach sprzedaży drobnodetalicznej, wśród których 71,7 tys. otwartych było codziennie. Uzupełnieniem stałej sieci targowiskowej były targowiska sezonowe. W 2009 r. odnotowano ich 7073, co oznacza spadek w stosunku do roku poprzedniego o 14,4%. Roczne wpływy z opłaty targowej, były nieznacznie niższe niż w 2008 r. i wyniosły 260,9 mln złotych.

Gastronomia

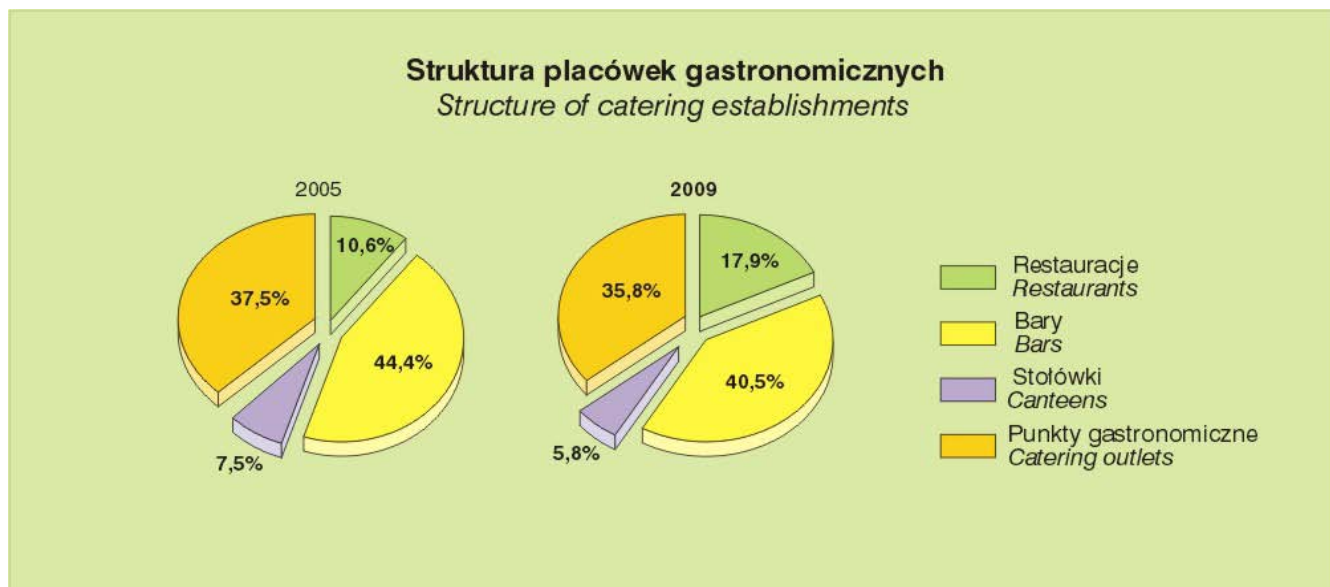
Na koniec 2009 r. działało w kraju 75 tys. placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych). Bary stanowiły 40,5% wszystkich placówek, punkty gastronomiczne 35,8%, restauracje 17,9% i stołówki 5,8%.

Sektor prywatny w gastronomii obejmował 97,9 % wszystkich placówek gastronomicznych, (wzrost o 0,2 % pkt. proc.) w tym: 98,9% restauracji, 99,1% barów, 80,3 % stołówek i 98,8% punktów gastronomicznych. Zmniejszył się udział sektora publicznego, największy spadek dotyczył stołówek, które stanowiły 53% liczby zlikwidowanych placówek w tym sektorze.

Ogólna liczba placówek gastronomicznych w 2009 r. zmniejszyła się o 5753 jednostek, co stanowi 7,1% w stosunku do roku 2008. Wzrost liczby placówek zanotowano jedynie w przedsiębiorstwach z liczbą pracujących powyżej 9 osób w sektorze prywatnym posiadających restauracje.

Liczba placówek gastronomicznych *Number of catering establishments*

Wyszczególnienie <i>Specification</i> a – 2009 b – 2008=100	Ogółem <i>Total</i>	Sektor <i>Sector</i>	
		publiczny <i>public</i>	prywatny <i>private</i>
Liczba placówek gastronomicznych..... a	75378	1616	73762
<i>Number of catering establishments</i> b	92,9	86,7	93,1
restauracje a	13501	145	13356
<i>restaurants</i> b	98,3	86,3	98,5
bary..... a	30519	287	30232
<i>bars</i> b	92,1	84,2	92,1
stołówki a	4373	863	3510
<i>canteens</i> b	84,0	89,8	82,7
punkty gastronomiczne a	26985	321	26664
<i>catering outlets</i> b	92,9	81,7	93,1



Przychody ogółem z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły w 2009 r. ok. 21,5 mld zł i w porównaniu z rokiem ubiegłym wzrosły o ok. 0,8 mld (w cenach stałych były niższe o ok. 1,4 %). Z produkcji gastronomicznej pochodziło 66,9% tej wartości, 30,5 % - ze sprzedaży towarów handlowych (w tym 21,0% ze sprzedaży alkoholu i wyrobów tytoniowych), a 2,6 % z pozostałej działalności. Wzrost przychodów wystąpił jedynie w zakresie produkcji gastronomicznej w sektorze prywatnym.

Przychody z działalności gastronomicznej w cenach bieżących

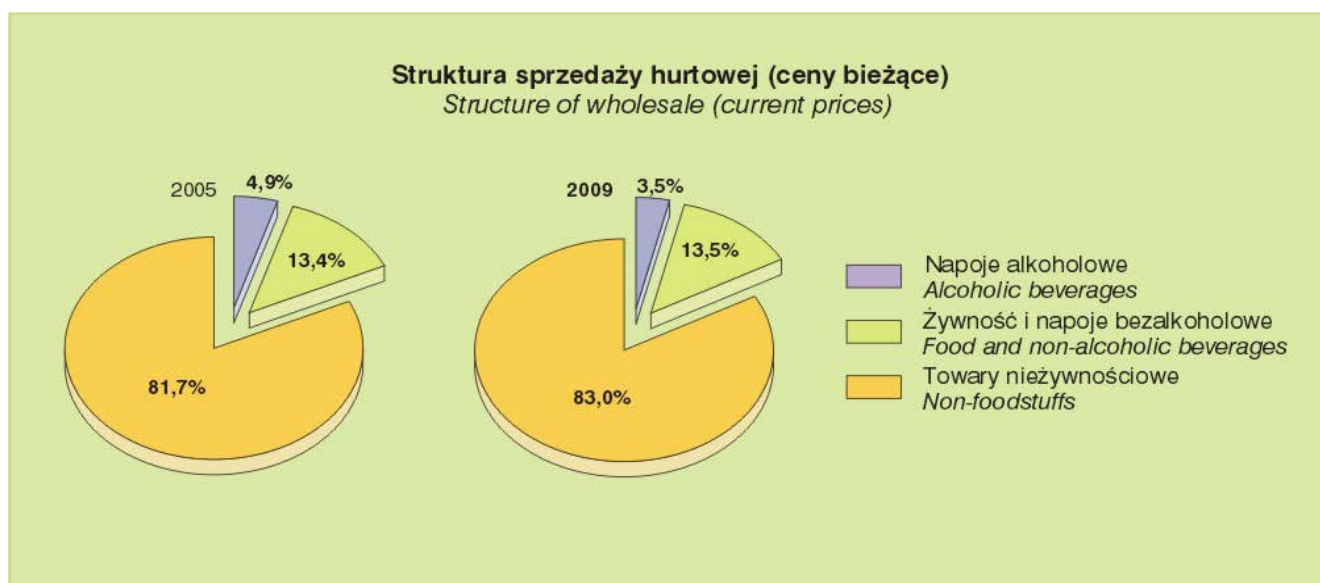
Revenues from catering activity in current prices

Wyszczególnienie <i>Specification</i>		Ogółem <i>Total</i>	Sektor <i>Sector</i>	
			publiczny <i>public</i>	prywatny <i>private</i>
		w mln zł <i>in mln zł</i>		
a – 2009 b – 2008=100				
Przychody ogółem	a	21532,0	530,1	21001,9
<i>Revenues total</i>	b	103,6	82,6	104,3
ze sprzedaży towarów	a	6577,6	85,7	6491,9
<i>from sales of commodities</i>	b	95,3	72,6	95,7
w tym ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych ...	a	4518,7	43,2	4475,5
<i>of which from the sale of alcoholic beverages and tobacco</i>	b	96,2	93,4	96,3
z produkcji gastronomicznej	a	14394,8	429,4	13965,4
<i>from catering production</i>	b	108,2	85,8	109,1
z pozostałej działalności	a	559,6	15,0	544,6
<i>from other activity</i>	b	97,6	64,1	99,1

Sprzedaż hurtowa

Sprzedaż hurtowa w 2009 r. w przedsiębiorstwach handlowych wyniosła (w cenach bieżących) ok. 759,8 mld zł (w sektorze publicznym ok. 14,6 mld zł, a w sektorze prywatnym ok. 745,2 mld zł) i była o 5,5% niższa niż przed rokiem.

W strukturze sprzedaży hurtowej udział sprzedaży żywności i napojów bezalkoholowych stanowił 13,5%, napojów alkoholowych - 3,5%, natomiast towarów nieżywnościowych – 83,0%.



Systematycznie wzrasta rola i znaczenie dużych przedsiębiorstw hurtowych (o liczbie pracujących powyżej 49 osób) w generowaniu przychodów z tej działalności. W 2009 r. udział sprzedaży hurtowej realizowanej przez tę grupę przedsiębiorstw przekroczył 50% w porównaniu do 2008 r. Zmniejszenie sprzedaży hurtowej zanotowano we wszystkich badanych grupach towarowych: W ogólnej wartości sprzedaży dużych przedsiębiorstw udział sprzedaży żywności wyniósł 12,6%, napojów alkoholowych 4,4%, towarów nieżywnościowych (konsumpcyjnych i niekonsumpcyjnych) 83,0%.

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 bezalkoholowe	napoje alkoholowe	towary nieżywnościowe
	<i>total</i>	<i>food and non- alcoholic beverages</i>	<i>alcoholic beverages</i>	<i>non-foodstuffs</i>
a – 2009 b – 2008=100				
	w mln zł		in mln zł	
Ogółem.....a	759814,3	102465,1	26677,5	630671,8
<i>Total</i> b	94,5	101,7	75,7	94,5
w tym o liczbie pracujących				
powyżej 49 osób.....a	382456,2	48189,5	16828,1	317438,6
<i>of which enterprises employing more</i>				
<i>than 49 persons</i> b	97,5	99,1	74,0	98,9

Zaopatrzenie rynku

W 2009 r. **dostawy**⁵ większości badanych artykułów konsumpcyjnych były niższe niż w 2008 r., głównie z powodu mniejszych dostaw na rynek produktów nieżywnościowych. Dla większości tych artykułów odnotowano niższą produkcję i import oraz wyższy eksport.

Wśród badanych **artykułów nieżywnościowych**, w porównaniu z 2008 r., odnotowano duży spadek dostaw m.in. pieluszek i wkładek dla niemowląt – o 46,5%, maszyn pralniczych automatycznych – 42,4% oraz samochodów osobowych ogólnego przeznaczenia – o 36,3%. W granicach 10-25% obniżyły się dostawy m.in. rajstop i rajtuzów, młynków i mikserów spożywczych, sokowirówek z własnym silnikiem elektrycznym, dywanów, chodników i wykładzin włókienniczych. O mniej niż 10% w stosunku do 2008 r. obniżył się poziom dostaw rowerów, okryć i ubiorów z dzianin oraz opon do pojazdów samochodowych osobowych.

Znacznie wyższe niż w 2008 r. były dostawy mydła i produktów powierzchniowo czynnych – o 32%. W granicach 10–20% zwiększyły się dostawy m.in. papieru toaletowego, urządzeń pamięci oraz obuwia z wierzchami wykonanymi z tkanin. O mniej niż 10% wzrosły dostawy obuwia ogółem oraz preparatów do mycia, prania i czyszczenia.

W 2009 r. odnotowano znaczny udział importu, wyższy niż w 2008 r., w podaży m.in. okryć i ubiorów z dzianin – 94,5% (wzrost o 5,5 pkt.), nowych samochodów osobowych ogólnego przeznaczenia – 94,5% (o 15,5 pkt.) oraz obuwia ogółem – 88,2% (o 1,1 pkt.). Wysoki udział importu, ale niższy niż w 2008 r. odnotowano w podaży m.in. obuwia z wierzchami wykonanymi z tkanin 91,5% (spadek o 1,8 pkt.), tkanin syntetycznych – 72,7% (o 7,0 pkt.) oraz sprzętu gospodarstwa domowego elektro-mechanicznego, z własnym silnikiem elektrycznym – 72,7% (o 6,5 pkt.).

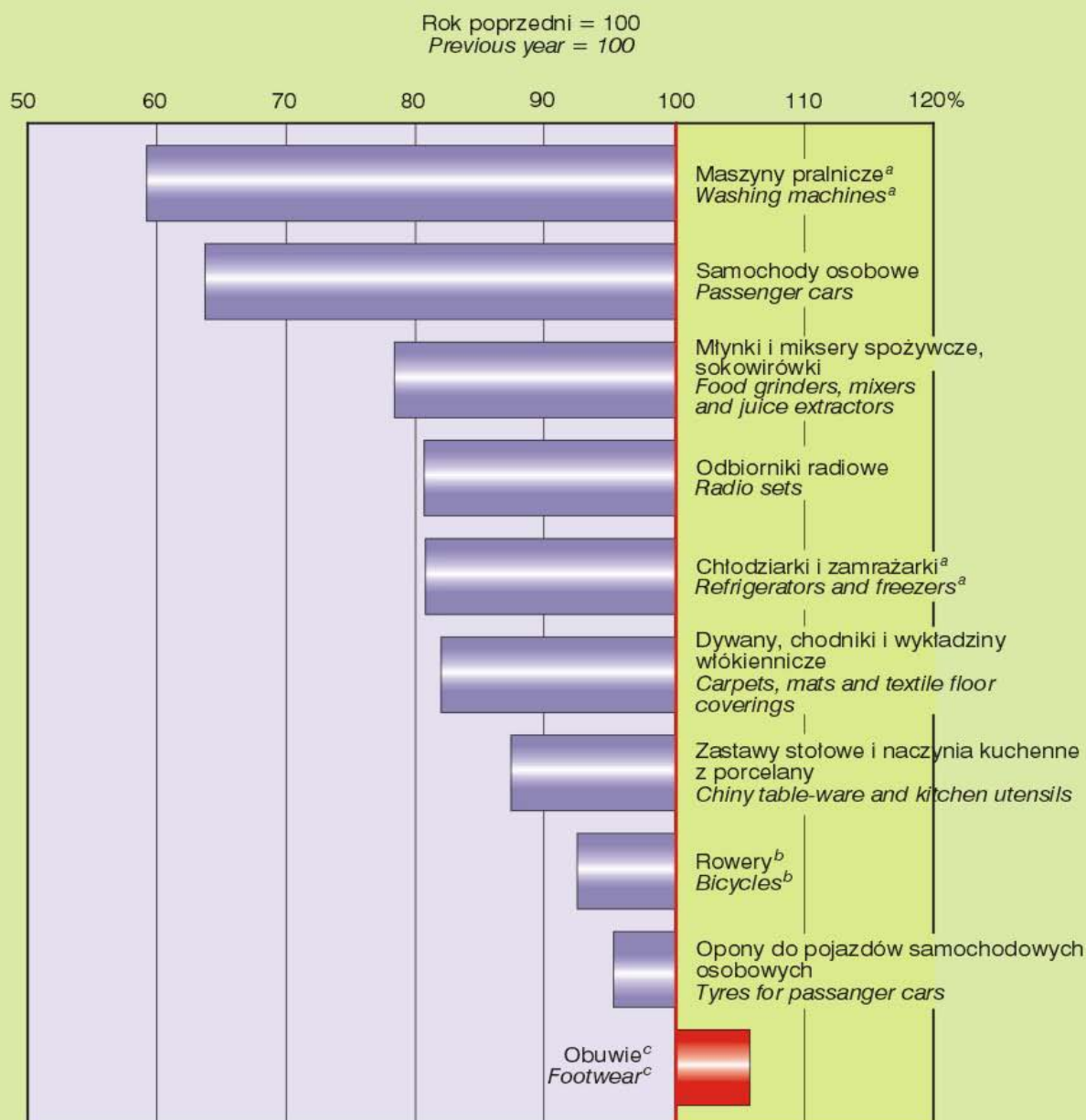
Wśród badanych **artykułów żywnościowych** znacznie niższe niż w roku poprzednim były dostawy m.in. papierosów – o 33,6%, alkoholu etylowego rektyfikowanego – o 19,3% oraz napojów fermentowanych z wyjątkiem moszczy i miodów – o 17,8%. W granicach 5-15% zmniejszyły się dostawy m.in. czekolady i wyrobów czekoladowanych, wędlin i kielbas oraz wódki czystej. Poniżej 5% spadły dostawy m.in. marynat warzywnych, piwa otrzymywanego ze słodu, mięsa drobiowego oraz mąki żytniej.

Znacząco wyższe niż przed rokiem były dostawy m.in. ziarna zbóż płatkowanego – o 44%, mleka w postaci stałej – o 34% oraz tłuszczu zwierzęcych topionych – o 28,5%. W granicach 5-20% wzrosły dostawy m.in. warzyw mrożonych, ekstraktów, esencji i koncentratów kawy oraz przetworów na ich bazie lub na bazie kawy, makaronu oraz serów i twarogów. O mniej niż 5% zwiększyły się dostawy mąki pszennej, masła oraz innych tłuszczów otrzymywanych z mleka oraz cukru.

⁵ 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 w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

W 2009 r. odnotowano znaczny udział importu, wyższy niż w 2008 r., w podaży m.in. ryżu – 98,5% (wzrost o 3,3 pkt.), win gronowych (łącznie z wermutem) – 90,7% (o 1,4 pkt.) oraz herbaty w bezpośrednich opakowaniach o zawartości ≤ 3 kg – 69,8% (o 7,4 pkt.). Wysoki udział importu, ale niższy niż w 2008 r. odnotowano w podaży ryb morskich mrożonych – 92,7% (spadek o 1,4 pkt.), ekstraktów, esencji i koncentratów kawy oraz przetworów na ich bazie lub na bazie kawy – 77,1% (o 10,2 pkt.) oraz kompotów i owoców pasteryzowanych – 74,8% (o 11,2 pkt.).

Dynamika dostaw wybranych artykułów nieżywnościowych w 2009 r.
Delivery index of selected non-foodstuffs in 2009



^a Typu domowego

^a Of the household type

^b Łącznie z dziecięcymi

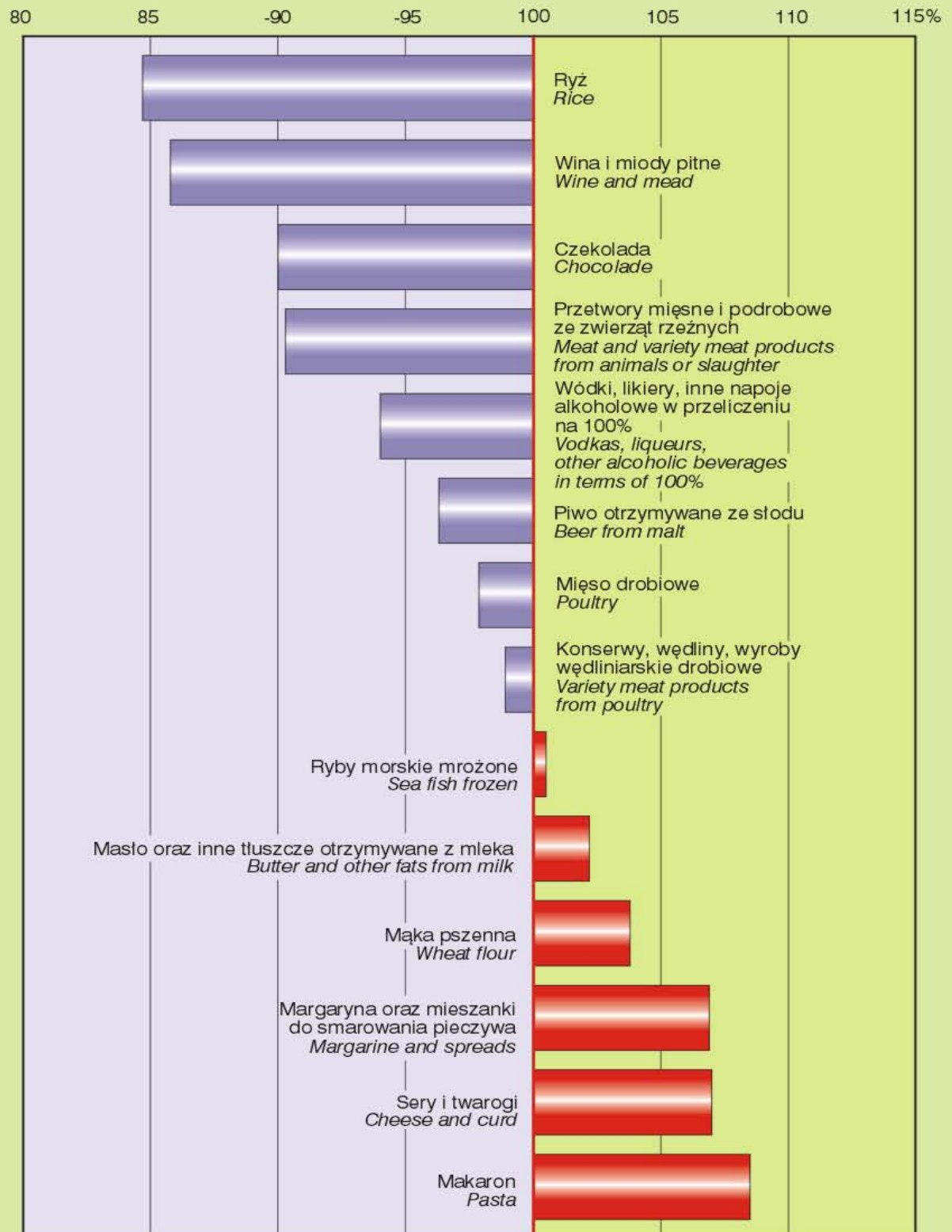
^b Including children bicycles

^c Łącznie z gumowymi

^c Including rubber footwear

Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2009 r.
Delivery index of selected foodstuffs in 2009

Rok poprzedni = 100
Previous year = 100



Wartość zapasów badanych przedsiębiorstw⁶ na koniec grudnia 2009 roku wynosiła 160,8 mld złotych i była o 1,4 % niższa niż przed rokiem. Wartość zapasów w przetwórstwie przemysłowym wynosiła 78,8 mld złotych i stanowiła 49,0% wartości zapasów ogółem. Wartość zapasów w handlu i naprawach pojazdów samochodowych^Δ wynosiła 50,4 mld złotych i stanowiła 31,4% wartości zapasów ogółem.

W porównaniu z 2008 r. w niewielkim stopniu wzrosły udziały wartości zapasów towarów z 36,2% do 36,6% i produktów gotowych z 17,2% do 17,3%. Nieznacznie zmniejszyły się natomiast udziały półproduktów i produktów w toku z 14,6% do 14,2%, oraz zapasów pozostałych z 1,8% do 1,6%. Udział zapasów materiałów wyniósł 30,2% i pozostał na poziomie notowanym przed rokiem.

W 2009 r. **średnioroczne wielkości** stanów **zapasów** większości badanych **artykułów żywnościowych** w magazynach producentów⁷ były niższe niż przed rokiem. Duże spadki powyżej 30% w stosunku do ubiegłego roku dotyczyły zapasów masła i margaryny, serów podpuszczkowych dojrzewających, kasz i grysików, herbaty oraz papierosów z tytoniu. W mniejszym stopniu spadły zapasy cukru, mięsa surowego ze zwierząt rzeźnych, przetworów mięsnych i podrobowych, konserw i prezerw z ryb, tłuszczu zwierzęcych topionych i warzyw mrożonych. Wzrosły zapasy wina i miodów pitnych, wódki czystej, mięsa drobiowego, piwa, mąki, makaronu, mięsa wołowego i cielęcego, ryb morskich mrożonych, cukierków i czekolady.

W grupie badanych konsumpcyjnych **artykułów nieżywnościowych** w magazynach producentów **średnioroczne wielkości** stanów **zapasów** większości badanych artykułów w 2009 r. były również niższe niż przed rokiem. Powyżej 30% w stosunku do ubiegłego roku spadły stany zapasów odbiorników radiowych, kieliszków i szklanek, tkanin, mydła, żarówek. W mniejszym stopniu spadły zapasy rowerów, mebli, obuwia, opon, chłodziarek i zamrażarek oraz bielizny osobistej. Wzrosły zapasy samochodów osobowych, odbiorników telewizyjnych, okryć i ubiorów z tkanin, rajstop i rajtuzów, maszyn pralniczych oraz zegarów i zegarków.

W okresie kolejnych pięciu lat systematyczny wzrost średniorocznych stanów zapasów w grupie zapasów konsumpcyjnych artykułów żywnościowych odnotowano w przypadku mięsa drobiowego, wędlin i wyrobów wędliniarskich z drobiu, boczku wieprzowego, likierów, serów topionych i napojów owocowych. W tym samym okresie w grupie zapasów artykułów nieżywnościowych systematyczny wzrost wielkości stanów zapasów średniorocznych odnotowano w przypadku odbiorników telewizyjnych oraz rajstop i rajtuzów.

⁶ 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, leśnictwo i rybactwo”, oraz „Działalność finansowa i ubezpieczeniowa”), w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

⁷ W przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 49 osób.

Systematyczny spadek wielkości stanów zapasów średniorocznych w okresie kolejnych pięciu lat odnotowano jedynie w przypadku nielicznych artykułów między innymi soków z pojedynczych owoców lub warzyw oraz bielizny stołowej, pościelowej i kuchennej.

TABLICE
TABLES

TABL. 1. PODMIOTY GOSPODARKI NARODOWEJ ZAREJESTROWANE W REJESTRZE REGON WEDŁUG SEKCJI (PKD 2007). Stan w dniu 31 XII 2009 r.
ENTITIES OF THE NATIONAL ECONOMY RECORDED IN THE REGON REGISTER BY SECTIONS (PKD 2007). As of December 31 2009

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 %	w liczbach bezwzględnych in absolute numbers	w % in %
OGÓŁEM <i>Total</i>	3742673	x	2815617	x
w tym usługi <i>of which services</i>	2849526	100,0	2090251	100,0
Handel i naprawa pojazdów samochodowych ^Δ <i>Trade: repair of motor vehicles^Δ</i>	1073154	37,7	864812	41,4
Transport i gospodarka magazynowa <i>Transportation and storage</i>	262967	9,2	241262	11,5
Zakwaterowanie i gastronomia ^Δ <i>Accommodation and catering^Δ</i>	118499	4,2	94053	4,5
Informacja i komunikacja <i>Information and communication</i>	84188	3,0	62301	3,0
Działalność finansowa i ubezpieczeniowa <i>Financial and insurance activities</i>	130622	4,6	117871	5,6
Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości <i>Real estate activities</i>	185064	6,5	28221	1,4
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna <i>Professional, scientific and technical activities</i>	311681	10,9	255269	12,2
Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca <i>Administrative and support service activities</i>	86760	3,0	70732	3,4
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenie społeczne <i>Public administration and defence; compulsory social security</i>	26896	0,9	74	0,0
Edukacja <i>Education</i>	109512	3,8	55038	2,6
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna <i>Human health and social work activities</i>	173844	6,1	154224	7,4
Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją..... <i>Arts, entertainment and recreation</i>	64767	2,3	30365	1,5
Pozostała działalność usługowa..... <i>Other service activities</i>	221443	7,8	116029	5,5
Organizacje i zespoły eksterytorialne..... <i>Extra-territorial organisations and bodies</i>	129	0,0	-	-

Źródło: Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w 2010 r.
Source: Structural changes in the groups of entities of the national economy in 2010.

TABL. 2. PRACUJĄCY WEDŁUG SEKCJI Stan w dniu 31 XII
EMPLOYED PERSONS BY SECTIONS As of 31 XII

Wyszczególnienie Specification	2008		2009	
	w tysiącach in thous	w % in %	w tysiącach in thous	w % in %
OGÓŁEM	14037,2	100	13842,9	100
Total				
w tym usługi of which services	7970,2	56,8	7965,6	57,5
Handel; naprawa pojazdów samochodowych ^Δ ... Trade; repair of motor vehicles ^Δ	2287,2	16,3	2229,5	16,1
Transport i gospodarka magazynowa	733,2	5,2	712,9	5,1
Zakwaterowanie i gastronomia ^Δ	274,7	2,0	281,4	2,0
Accommodation and catering ^Δ				
Informacja i komunikacja	233,1	1,7	238,6	1,7
Information and communication				
Działalność finansowa i ubezpieczeniowa	348,0	2,5	343,1	2,5
Financial and insurance activities				
Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości	192,7	1,4	189,1	1,4
Real estate activities				
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	472,6	3,4	473,9	3,4
Professional, scientific and technical activities				
Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca	374,5	2,7	367,0	2,7
Administrative and support service activities				
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne	919,0	6,5	964,5	7,0
Public administration and defence; compulsory social security				
Edukacja	1058,1	7,5	1074,4	7,8
Education				
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	728,9	5,2	740,0	5,3
Human health and social work activities				
Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją	145,8	1,0	152,4	1,1
Arts, entertainment and recreation				
Pozostała działalność usługowa	202,4	1,4	198,8	1,4
Other service activities				

Źródło: Mały Rocznik Statystyczny RP 2010.
Source: Concise Statistical Yearbook of Poland 2010.

TABL. 3. PRZECIĘTNE ZATRUDNIENIE, PRZECIĘTNE MIESIĘCZNE WYNAGRODZENIE BRUTTO
WEDŁUG SEKCJI W 2009 R.
AVERAGE PAID EMPLOYMENT, AVERAGE MONTHLY GROSS WAGE AND SALARIES BY SECTIONS IN
2009

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Przeciętne zatrudnienie <i>Average paid employment</i>			Przeciętne wynagrodzenie brutto <i>Average gross wage and salaries</i>		
	w tysiącach <i>in thous.</i>	w % <i>in %</i>	2008=100	w zł <i>in zł</i>	w % <i>in %</i>	2008=100
OGÓŁEM	9787	100,0	99,4	3103	100,0	105,5
<i>Total</i>						
w tym usługi of which services	6232	63,7	101,5	3124	100,7	105,0
Handel; naprawa pojazdów samochodowych ^Δ . <i>Trade; repair of motor vehicles^Δ</i>	1635	16,7	100,1	2503	80,7	102,8
Transport i gospodarka magazynowa	594	6,1	98,6	2875	92,7	101,8
<i>Transportation and storage</i>						
Zakwaterowanie i gastronomia ^Δ	186	1,9	101,9	1870	60,3	102,2
<i>Accommodation and catering^Δ</i>						
Informacja i komunikacja.....	195	2,0	102,8	5307	171,0	104,7
<i>Information and communication</i>						
Działalność finansowa i ubezpieczeniowa.....	285	2,9	100,8	5234	168,7	103,7
<i>Financial and insurance activities</i>						
Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości	137	1,4	98,4	3216	103,6	103,3
<i>Real estate activities</i>						
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	322	3,3	102,7	3904	125,8	108,0
<i>Professional, scientific and technical activities</i>						
Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca	317	3,2	99,1	2045	65,9	103,0
<i>Administrative and support service activities</i>						
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne	630	6,4	107,4	4020	129,6	105,8
<i>Public administration and defence; compulsory social security</i>						
Edukacja.....	1042	10,7	102,0	3153	101,6	106,4
<i>Education</i>						
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	658	6,7	102,6	3052	98,4	106,2
<i>Human health and social work activities</i>						
Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją	129	1,3	103,6	2833	91,3	105,8
<i>Arts, entertainment and recreation</i>						
Pozostała działalność usługowa	102	1,0	100,2	2392	77,1	103,0
<i>Other service activities</i>						

Źródło: Mały Rocznik Statystyczny Polski 2010.

Source: Concise Statistical Yearbook of Poland 2010.

TABL. 4. LICZBA PODMIOTÓW GOSPODARKI NARODOWEJ ^a
Stan w dniu 31 XII
NUMBER OF ENTITIES OF THE NATIONAL ECONOMY ^a
As of December 31

Wyszczególnienie	2009		Specification
	Handel; naprawa pojazdów samochodowych ^Δ Trade; repair of motor vehicles ^Δ	Zakwaterowanie i gastronomia ^Δ Accommodation and catering ^Δ	
OGÓŁEM	1073154	118499	TOTAL
w tym:			of which:
Przedsiębiorstwa państwowe	28	2	State-owned enterprises
Spółki	204462	23595	Companies
z tego			
prawa handlowego	91779	7223	commercial law
w tym:			of which:
akcyjne	1731	105	joint- stock
z.o.o	73953	6131	limited liability
cywilne	112682	16372	civil law
Spółdzielnie	2913	68	Co-operatives
Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą	864812	94053	Natural persons conducting economic activity

^a Zarejestrowanych w rejestrze REGON.

^a Recorded in the REGON register.

TABL. 5. PRZEDSIĘBIORSTWA WEDŁUG LICZBY PROWADZONYCH SKLEPÓW ^a

Stan w dniu 31 XII

ENTERPRISES BY NUMBER OF SHOPS ^a

As of December 31

Wyszczególnienie Specification	2008	2009
OGÓŁEM.....	327316	310364
TOTAL		
do 2 sklepów.....	320808	303902
<i>up to 2 shops</i>		
3-10.....	5329	5231
11-20.....	748	761
21-50.....	319	339
51-100.....	65	79
101-200.....	34	36
powyżej 200 sklepów.....	13	16
<i>above 200 shops</i>		

a Patrz Uwagi metodyczne, s. 18.

a See Methodological notes, page 17.

TABL. 6. SKLEPY I STACJE PALIW WEDŁUG FORM ORGANIZACYJNYCH ^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS AND PETROL STATIONS BY ORGANIZATIONAL FORMS ^a
As of December 31

Wyszczególnienie Specification	Ogółem Total	Sektor publiczny Public sector	Sektor prywatny Private sector
OGOŁEM..... 2008	395736	1621	394115
TOTAL 2009	381577	1529	380048
z tego: of which:			
Sklepy 2008	385663	1362	384301
Shops 2009	371839	1274	370565
Domy towarowe 2008	63	-	63
Department stores 2009	60	-	60
Domy handlowe..... 2008	312	3	309
Trade stores 2009	314	2	312
Hipermarkety 2008	463	-	463
Hypermarkets 2009	495	-	495
Supermarkety 2008	3629	3	3626
Supermarkets 2009	4041	2	4039
Inne sklepy 2008	381196	1356	379840
Other shops 2009	366929	1270	365659
Stacje paliw..... 2008	10073	259	9814
Petrol stations 2009	9738	255	9483

a Patrz Uwagi metodyczne, s. 18.

a See Methodological notes, page 17.

TABL. 7. WYBRANE FORMY ORGANIZACYJNE SKLEPÓW WEDŁUG WOJEWÓDZTW W 2009 R.

Stan w dniu 31 XII

SELECTED ORGANIZATIONAL FORMS OF SHOPS BY VOIVODSHIPS IN 2009

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.....	60	314	4041	495
POLAND				
Dolnośląskie.....	4	15	332	50
Kujawsko-Pomorskie	2	13	255	27
Lubelskie	2	23	202	17
Lubuskie	-	9	161	12
Łódzkie	6	21	234	39
Małopolskie.....	7	13	267	30
Mazowieckie	11	61	458	59
Opolskie	1	8	135	14
Podkarpackie.....	7	20	202	18
Podlaskie	3	10	120	9
Pomorskie.....	1	18	264	39
Śląskie	5	32	510	93
Świętokrzyskie	-	9	90	11
Warmińsko-Mazurskie	2	17	179	16
Wielkopolskie	6	27	392	39
Zachodniopomorskie	3	18	240	22

TABL. 8. STRUKTURA SKLEPÓW I STACJI PALIW WEDŁUG FORM ORGANIZACYJNYCH^a
I FORM WŁASNOŚCI W 2009 R.
Stan w dniu 31 XII
*STRUCTURE OF SHOPS AND PETROL STATIONS BY ORGANIZATIONAL AND OWNERSHIP
FORMS IN 2009^a
As of December 31*

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Ogółem <i>Total</i>	Sektor prywatny <i>Private sector</i>	w tym: <i>of which:</i>	
			własność prywatna krajowa <i>private domestic ownership</i>	własność zagraniczna <i>foreign ownership</i>
a - udział w % <i>a - share in %</i> b - udział powierzchni sprzedażowej w % <i>b - share of sales area in %</i>				
Sklepya	100,0	99,7	96,9	2,6
Shops b	100,0	99,7	76,8	22,4
w tym: <i>of which:</i>				
Domy towarowe.....a	100,0	100,0	81,7	16,7
Department stores b	100,0	100,0	55,1	43,4
Domy handlowea	100,0	99,4	61,1	38,2
Trade stores b	100,0	99,6	62,0	37,6
Hipermarkety a	100,0	100,0	15,8	83,2
Hypermarkets b	100,0	100,0	15,9	83,4
Supermarkety a	100,0	100,0	39,5	59,6
Supermarkets b	100,0	100,0	35,6	63,0
Stacje paliw a	100,0	97,4	75,2	8,7
Petrol stations b	-	-	-	-

a Patrz Uwagi metodyczne, s. 18.

a See Methodological notes, page 17.

TABL. 9. STRUKTURA SKLEPÓW WEDŁUG FORM WŁASNOŚCI W WOJEWÓDZTWACH W 2009 R.

Stan w dniu 31 XII

STRUCTURE OF SHOPS BY OWNERSHIP IN VOIVODSHIPS IN 2009

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	99,7	96,9	2,6
POLAND b	100,0	99,7	76,8	22,4
Dolnośląskie..... a	100,0	99,6	96,0	3,4
b	100,0	99,8	70,1	28,7
Kujawsko-Pomorskie a	100,0	99,7	96,6	2,9
b	100,0	99,8	78,2	21,3
Lubelskie a	100,0	99,6	97,7	1,8
b	100,0	99,5	82,5	16,3
Lubuskie a	100,0	99,4	96,3	3,0
b	100,0	99,6	78,3	21,1
Łódzkie a	100,0	99,7	97,2	2,3
b	100,0	99,2	76,0	22,9
Małopolskie..... a	100,0	99,7	97,5	2,1
b	100,0	99,9	80,7	18,3
Mazowieckie a	100,0	99,6	96,2	3,2
b	100,0	99,3	74,7	24,2
Opolskie a	100,0	99,6	96,5	3,0
b	100,0	99,9	76,1	23,1
Podkarpackie..... a	100,0	99,7	98,0	1,4
b	100,0	99,8	82,9	15,0
Podlaskie a	100,0	99,6	96,6	2,5
b	100,0	99,7	82,8	16,3
Pomorskie..... a	100,0	99,8	96,6	3,1
b	100,0	99,9	75,8	23,9
Śląskie a	100,0	99,5	96,2	3,1
b	100,0	99,8	70,3	29,3
Świętokrzyskie a	100,0	99,7	98,5	1,2
b	100,0	99,8	83,8	15,7
Warmińsko-Mazurskie a	100,0	99,7	97,7	1,9
b	100,0	99,8	84,7	15,1
Wielkopolskie a	100,0	99,8	97,1	2,6
b	100,0	99,9	79,0	20,8
Zachodniopomorskie a	100,0	99,8	97,0	2,8
b	100,0	99,8	75,8	24,0

TABL. 10. SKLEPY I STACJE PALIW WEDŁUG SPECJALIZACJI ^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS AND PETROL STATIONS BY SPECIALIZATION ^a
As of December 31

Wyszczególnienie	2008	2009	Specification
	Sklepy Shops		
Sklepy.....	385663	371839	Shops
z tego:			of which:
Ogólnospożywcze	98460	102811	General foodstuffs
Owocowo-warzywne.....	4407	5035	Fruit and vegetables
Mięsne.....	11966	11674	Meat
Rybne	932	982	Fish
Piekarniczo-ciastkarskie	6508	6726	Baker's and confectioner's products
Z napojami alkoholowymi	2723	3206	With alcoholic beverages
Z kosmetykami i wyrobami toaletowymi	8407	7720	With cosmetics and toilet goods
Z wyrobami włókienniczymi	4923	4748	With textile products
Z wyrobami odzieżowymi	40795	36210	With clothing products
Z obuwiem i wyrobami skórzanymi ...	8696	8178	With footwear and leather products
Z meblami i sprzętem oświetleniowym.....	8356	9302	With furniture and lighting appliances
Radiowo-telewizyjne i ze sprzętem gospodarstwa domowego	8216	6917	With radio, TV and household appliances
Z artykułami piśmiennymi i księgarnie.....	7678	7060	With books and stationery
Z pojazdami mechanicznymi	13399	12522	With motor vehicles
Inne sklepy.....	160197	148748	Other shops
Stacje paliw	10073	9738	Petrol stations

a Patrz Uwagi metodyczne, s. 18.

a See Methodological notes, page 17.

TABL. 11. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2009 R. ^a

Stan w dniu 31 XII

SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2009 ^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 m ²	2000 - 2499 m ²	2500 m ² i więcej 2500 m ² and more
POLSKA.....	371839	31550423	341019	13480	5121	2943	6501	1736	234	805
POLAND										
Dolnośląskie	27650	2532053	25236	1025	374	238	536	151	15	75
Kujawsko-Pomorskie.	19352	1762424	17659	732	262	168	394	81	11	45
Lubelskie	18730	1478236	17104	663	308	155	336	110	17	37
Lubuskie	9503	924827	8570	413	138	81	227	49	7	18
Łódzkie.....	27132	2047603	25290	827	299	151	393	98	20	54
Małopolskie.....	31795	2465685	29240	1219	445	243	449	127	16	56
Mazowieckie	48374	4123179	44438	1722	676	393	782	227	28	108
Opolskie	8357	798966	7508	349	141	77	202	53	6	21
Podkarpackie	20878	1604915	19177	736	296	186	363	72	13	35
Podlaskie	9788	892086	8679	510	204	108	209	52	10	16
Pomorskie.....	24136	2210953	22219	806	315	191	389	134	24	58
Śląskie	44647	4078625	40679	1780	614	346	845	218	28	137
Świętokrzyskie	14056	883317	13378	295	108	67	152	37	2	17
Warmińsko-Mazurskie	15087	1214334	13847	534	239	122	236	80	8	21
Wielkopolskie.....	33938	3016803	30990	1283	481	292	637	164	20	71
Zachodniopomorskie	18416	1516417	17005	586	221	125	351	83	9	36

^a Patrz Uwagi metodyczne, s. 18.^a See Methodological notes, page 17.

TABL. 12. 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 1 shop
POLSKA..... 2008	385663	31070114	10073	98,9
POLAND 2009	371839	31550423	9738	103
Dolnośląskie..... 2008	28223	2399658	540	102
2009	27650	2532053	612	104
Kujawsko-Pomorskie 2008	20882	1564778	693	99,0
2009	19352	1762424	574	107
Lubelskie 2008	20119	1522525	596	107
2009	18730	1478236	668	115
Lubuskie 2008	10027	844070	296	101
2009	9503	924827	338	106
Łódzkie 2008	29065	1977170	972	87,7
2009	27132	2047603	900	93,7
Małopolskie..... 2008	33675	2470060	733	97,6
2009	31795	2465685	673	104
Mazowieckie 2008	49854	4326035	1381	104
2009	48374	4123179	1508	108
Opolskie 2008	8433	766044	253	122
2009	8357	798966	207	123
Podkarpackie..... 2008	20172	1584127	865	104
2009	20878	1604915	636	101
Podlaskie 2008	10442	909312	302	114
2009	9788	892086	292	122
Pomorskie..... 2008	23049	1886190	484	96,3
2009	24136	2210953	448	92,4
Śląskie 2008	43835	3975410	742	106
2009	44647	4078625	799	104
Świętokrzyskie 2008	15106	894485	354	84,3
2009	14056	883317	337	90,4
Warmińsko-Mazurskie 2008	15553	1235947	395	91,8
2009	15087	1214334	355	94,6
Wielkopolskie 2008	36386	3023776	1020	93,4
2009	33938	3016803	936	100
Zachodniopomorskie 2008	20842	1690527	447	81,2
2009	18416	1516417	455	91,9

^a Patrz Uwagi metodyczne, s. 18.

^a See Methodological notes, page 17.

TABL. 13. STRUKTURA SPRZEDAŻY DETALICZNEJ W SKLEPACH I STACJACH PALIW W 2009 R.
 STRUCTURE OF RETAIL SALES IN SHOPS AND PETROL STATIONS IN 2009

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.....	2,4	0,0	0,0	5,8
3	Mięso i wyroby mięsne.....	5,6	0,0	0,0	14,3
4	Ryby i przetwory rybne	1,1	0,0	0,0	2,4
5	Pieczywo i przetwory zbożowe	3,2	0,0	0,0	8,0
6	Mleko, jaja i sery	3,4	0,0	0,0	8,2
7	Cukier i wyroby cukiernicze.....	2,6	0,0	0,2	6,2
8	Kawa, herbata i kakao	1,5	0,0	0,0	3,5
9	Pozostałe artykuły żywnościowe i napoje bezalkoholowe.....	8,9	0,0	1,1	19,9
10	Napoje alkoholowe	5,2	0,0	1,1	12,2
11	Wyroby tytoniowe.....	2,8	0,0	1,4	5,5
12	Artykuły farmaceutyczne i medyczne.....	4,2	0,0	0,0	0,4
13	Kosmetyki i wyroby toaletowe.....	4,3	0,0	0,0	5,0
14	Wyroby włókiennicze	0,6	0,0	0,0	0,3
15	Odzież łącznie z dodatkami do ubrań i wyrobami futrzarskimi	4,4	0,0	0,0	0,9
16	Obuwie i wyroby skórzane	1,6	0,0	0,0	0,2
17	Meble i sprzęt oświetleniowy	2,7	0,0	0,0	0,3
18	Artykuły i sprzęt gospodarstwa domowego.....	2,6	0,0	0,0	1,4
19	Artykuły radiowo-telewizyjne	2,0	0,0	0,0	0,7
20	Książki, gazety i artykuły piśmienne.....	2,0	0,0	0,1	1,3
21	Pojazdy mechaniczne.....	7,6	95,5	0,3	0,3
	w tym:				
22	samochody.....	5,9	77,1	0,0	0,0
23	Paliwa	14,7	0,0	93,9	0,1
24	Pozostałe artykuły nieżywnościowe.....	16,6	4,5	1,9	3,1

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 wyspecjalizowa- nych sklepach <i>Press, books, other sale in specialized stores</i>	Pozostałe <i>Others</i>	Specification	No.
100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	TOTAL	1
0,0	0,0	0,0	0,1	1,2	<i>Fruit and vegetables</i>	2
0,0	0,2	0,0	0,1	2,0	<i>Meat and meat products</i>	3
0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	<i>Fish and fish products</i>	4
0,0	0,0	0,0	0,1	0,9	<i>Bread and cereal products</i>	5
0,3	0,0	0,0	0,1	1,6	<i>Milk, eggs and cheese</i>	6
0,1	0,0	0,0	0,1	1,2	<i>Sugar and confectionery</i>	7
0,1	0,0	0,0	0,0	0,8	<i>Coffee, tea and cocoa</i>	8
0,5	0,0	0,0	0,6	6,5	<i>Other foodstuff articles and non-alcoholic beverages</i>	9
0,1	0,0	0,0	0,0	2,2	<i>Alcoholic beverages</i>	10
0,2	0,0	0,0	0,6	2,4	<i>Tobacco</i>	11
56,8	0,0	0,0	0,5	7,8	<i>Pharmaceutical and medical articles</i>	12
35,8	0,2	0,1	1,7	3,2	<i>Cosmetics and toilet goods</i>	13
0,0	4,4	1,0	0,4	1,3	<i>Textile products</i>	14
0,2	67,6	0,1	1,7	2,3	<i>Clothing including accessories and furriery</i>	15
0,0	26,4	0,3	0,3	0,9	<i>Footwear and leather products</i>	16
0,0	0,0	29,2	1,5	3,0	<i>Furniture and lighting appliances</i>	17
0,4	0,2	24,7	0,3	1,9	<i>Household appliances and articles</i>	18
0,0	0,0	23,8	0,1	0,4	<i>Radio and television articles</i>	19
0,2	0,0	0,2	15,6	3,7	<i>Books, newspapers and stationery</i>	20
0,0	0,0	0,1	0,1	1,5	<i>Motor vehicles</i>	21
0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	<i>of which: automobiles</i>	22
0,0	0,0	0,0	3,2	1,2	<i>Fuels</i>	23
5,3	1,0	20,5	72,9	53,2	<i>Other non-foodstuff articles</i>	24

TABL. 14. 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	2008	2009	Specification
	rok poprzedni=100 previous year=100		
OGÓŁEM	113,3	104,3	TOTAL
w tym:			of which:
Pojazdy samochodowe, motocykle, części	104,9	94,8	Motor vehicles, motorcycles, parts
Paliwa stałe, ciekłe i gazowe	115,7	94,2	Sold, liquid and gaseous fuels
Żywność, napoje i wyroby tytoniowe....	110,1	110,1	Food, beverages and tobacco products
Pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach	127,1	118,1	Other retail sales in non-specialized stores
Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny	121,2	116,8	Pharmaceuticals, cosmetics orthopaedic equipment
Włókno, odzież, obuwie.....	124,6	114,1	Textiles, clothing, footwear
Meble, rtv, agd	115,9	98,5	Furniture, radio, TV and household appliances
Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach	127,5	104,0	Newspapers, books, other sale in specialized stores
Pozostałe	104,4	105,0	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. 15. STRUKTURA SPRZEDAŻY DETALICZNEJ WEDŁUG RODZAJÓW DZIAŁALNOŚCI ^a
 STRUCTURE OF RETAIL SALES BY TYPE OF ENTERPRISE ACTIVITY ^a

Wyszczególnienie	2008	2009	Specification
OGÓŁEM	100,0	100,0	TOTAL
w tym:			of which:
Pojazdy samochodowe, motocykle, części	10,4	9,4	Motor vehicles, motorcycles, parts
Paliwa stałe, ciekłe i gazowe	18,8	17,0	Sold, liquid and gaseous fuels
Żywność, napoje i wyroby tytoniowe ...	27,4	29,0	Food, beverages and tobacco products
Pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach ...	6,4	7,3	Other retail sales in non-specialized stores
Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny	3,6	4,0	Pharmaceuticals, cosmetics orthopaedic equipment
Włókno, odzież, obuwie	4,1	4,5	Textiles, clothing, footwear
Meble, rtv, agd.....	6,4	6,0	Furniture, radio, TV and household appliances
Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach	7,4	7,4	Newspapers, books, other sale in specialized stores
Pozostałe	15,0	15,0	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. 16. TARGOWISKA WEDŁUG WOJEWÓDZTW
Stan w dniu 31 XII
MARKETPLACES BY VOIVODSHIPS
As of December 31

Województwa Voivodships	Targowiska stałe <i>Permanent marketplaces</i>						Targowiska sezonowe ^a (w ciągu roku) <i>Seasonal ^a market- places (in the year)</i>	Roczne wpływy z opłaty targowej w tys. zł <i>Annual incomes from market- place charge in thous zł</i>
	liczba targowisk <i>number of market- places</i>	w tym z przewagą sprzedaży drobnodeta- licznej <i>of which with predomi- nance the sale small retail</i>	powierzchnia targowisk w m ² <i>area of marketplaces in m²</i>		liczba stałych punktów sprzedaży drobnodetalicznej <i>number of the small- retail sale outlets</i>			
			ogółem <i>total</i>	w tym sprzeda- żowa <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>		
POLSKA2008 POLAND 2009	2261 2256	2029 2031	14798091 14834647	9209355 9206907	111393 108008	73726 71731	8262 7073	264913,5 260895,1
Dolnośląskie ..2008	153	145	812993	471011	9858	6094	2716	15210,7
2009	152	146	815523	425498	6783	5055	643	16139,0
Kujawsko-..... 2008	140	122	681207	365040	5246	4333	79	8395,9
Pomorskie 2009	138	121	673995	369276	5103	3632	127	9257,9
Lubelskie.....2008	189	164	1107502	731619	5432	3789	51	10761,9
2009	190	167	1109648	761703	5407	3759	58	10471,9
Lubuskie.....2008	77	71	436635	200453	5825	4578	155	14850,0
2009	75	70	436506	200912	5746	4539	163	15045,5
Łódzkie.....2008	164	146	1503718	906499	10263	6243	80	24337,4
2009	179	162	1633967	951481	9939	5812	87	25044,8
Małopolskie ...2008	152	142	835699	668647	5916	3204	1244	21535,6
2009	151	140	835476	661577	5988	3256	1206	21824,2
Mazowieckie..2008	310	271	3157062	1973527	18614	11030	567	42224,2
2009	316	278	3243183	2029571	18840	10886	731	38990,7
Opolskie2008	58	51	212745	149603	2163	1637	299	6412,1
2009	53	46	164025	96673	2374	1896	463	6515,7
Podkarpackie..2008	124	114	434883	256691	3034	2196	144	10778,7
2009	127	116	465050	316393	3070	2166	145	10846,4
Podlaskie2008	79	62	801609	542122	3523	2768	19	3896,4
2009	79	61	848773	563526	3613	3035	45	3716,8
Pomorskie2008	87	81	355340	198850	3484	2506	223	8864,8
2009	89	82	356742	196973	3497	2393	596	9635,2
Śląskie2008	202	188	1272234	706769	15808	8598	291	35107,5
2009	195	181	1196874	679068	15333	8572	359	31209,7
Świętokrzyskie 2008	79	71	780288	644970	3508	1765	76	13034,8
2009	77	70	769957	638333	3349	1522	78	13544,7
Warmińsko- 2008	80	72	438016	252868	2385	1924	205	6665,9
Mazurskie 2009	77	70	429668	253901	2570	2045	55	6854,3
Wielkopolskie 2008	251	223	1378938	955270	10338	7511	470	29972,9
2009	247	220	1308442	877711	10633	7822	469	29268,3
Zachodnio-..... 2008	116	106	589222	185416	5996	5550	1643	12864,7
Pomorskie 2009	111	101	546818	184311	5763	5341	1848	12530,0

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. 17. 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>	
		2007	2008	2007	2008
		w %		in %	
Dział 46 Division 46	Ogółem Total	100,0	100,0	100,0	100,0
	w tym: <i>of which:</i>				
	handlowcy detaliczni..... <i>retail traders</i>	32,1	33,1	30,8	30,1
	hurtownicy	40,7	39,9	43,0	45,7
	<i>wholesalers, purchasing groups</i>				
	producenci..... <i>producers</i>	16,0	15,2	17,9	15,7
	konsumenci indywidualni	6,8	7,1	5,1	5,0
	<i>final individual consumers</i>				
	konsumenci zbiorowi..... <i>other final consumers</i>	3,4	3,3	3,2	3,1

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

Wyszczególnienie Specification	Typ dostawców Type of supplier	2007	2008	2007	2008
		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..... directly from the domestic producers	49,4	48,2	43,3	42,2
	u hurtowników..... from wholesalers, purchasing groups	27,0	29,0	13,2	16,9
	bezpośrednio z importu..... from imports	22,3	21,5	42,6	40,2
	z innych źródeł (np. giełdy)..... from other sources	1,3	1,3	0,9	0,7
dział 45 division 45	Zakupy towarów Purchases of goods	100,0	100,0	100,0	100,0
	w tym: of which:				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych..... directly from the domestic producers	25,6	25,8	11,2	9,7
	u hurtowników..... from wholesalers, purchasing groups	30,2	27,6	13,5	6,1
	bezpośrednio z importu from imports	40,7	42,6	74,0	83,4
	z innych źródeł (np. giełdy)..... from other sources	3,5	4,0	1,3	0,8
dział 46 division 46	Zakupy towarów Purchases of goods	100,0	100,0	100,0	100,0
	w tym: of which:				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych..... directly from the domestic producers	52,4	52,8	35,2	37,5
	u hurtowników..... from wholesalers, purchasing groups	22,1	23,7	14,0	17,8
	bezpośrednio z importu from imports	24,3	22,5	49,5	43,9
	z innych źródeł (np. giełdy)..... from other sources	1,2	1,0	1,3	0,8
dział 47 division 47	Zakupy towarów Purchases of goods	100,0	100,0	100,0	100,0
	w tym: of which:				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych..... directly from the domestic producers	51,3	44,9	70,7	61,7
	u hurtowników..... from wholesalers, purchasing groups	37,5	42,3	11,4	19,0
	bezpośrednio z importu from imports	10,4	11,8	17,8	18,7
	z innych źródeł (np. giełdy)..... from other sources	0,8	1,0	0,1	0,6

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. 19. DOSTAWY WYBRANYCH TOWARÓW KONSUMPCYJNYCH
DELIVERIES OF SELECTED CONSUMER GOODS

Towary <i>Goods</i>	Jednostka miary <i>Unit of measure</i>	Dostawy ^a <i>Deliveries^a</i>		
		w liczbach bezwzględnych <i>in absolute numbers</i>		2008=100
		2008	2009	
Mięso drobiowe..... <i>Poultry</i>	tys. t <i>thous. t</i>	1169*	1144	97,9
Konserwy, wędliny, wyroby wędliniarskie drobiowe <i>Variety meat products from poultry</i>	tys. t <i>thous. t</i>	164	162	98,9
Przetwory mięsne i podrobowe ze zwierząt rzeźnych <i>Meat and variety meat products from animals for slaughter</i>	tys. t <i>thous. t</i>	1041*	939	90,3
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, offal and fats</i>	tys. t <i>thous. t</i>	24,6*	30,4	123,6
Ryby morskie mrożone <i>Sea fish frozen</i>	tys. t <i>thous. t</i>	196	197	100,5
Konserwy i prezerwy z ryb <i>Fish preserves</i>	tys. t <i>thous. t</i>	21,1*	27,3	129,2
Margaryna oraz mieszanki do smarowania pieczywa <i>Margarine and spreads</i>	tys. t <i>thous. t</i>	299	320	106,6
Masło oraz inne tłuszcze otrzymywane z mleka..... <i>Butter and other fats from milk</i>	tys. t <i>thous. t</i>	159	163	102,2

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. 20.

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 20.

TABL. 19. DOSTAWY WYBRANYCH TOWARÓW KONSUMPCYJNYCH (cd.)
 DELIVERIES OF SELECTED CONSUMER GOODS (cont.)

Towary Goods	Jednostka miary Unit of measure	Dostawy ^a Deliveries ^a		
		w liczbach bezwzględnych in absolute numbers		2008=100
		2008	2009	
Sery i twarogi	tys. t			
<i>Cheese and curd</i>	<i>thous. t</i>	580	621	107,0
w tym: of which:				
sery podpuszczkowe dojrzewające	tys. t	218*	242	110,6
<i>rennet ripening cheese</i>	<i>thous. t</i>			
sery przetworzone (topione).....	tys. t	50,4*	56,0	111,2
<i>processed (melted) cheese</i>	<i>thous. t</i>			
Mąka pszenna	tys. t	2095*	2175	103,8
<i>Wheat flour</i>	<i>thous. t</i>			
Kasze i grysiki.....	tys. t	97,9*	220	224,3
<i>Groats and meals</i>	<i>thous. t</i>			
Czekolada (łącznie z białą).....	tys. t	238	214	90,0
<i>Chocolate (including white)</i>	<i>thous. t</i>			
Makaron	tys. t	197	213	108,5
<i>Pasta</i>	<i>thous. t</i>			
Wódki, likiery, inne napoje alkoholowe w przeliczeniu na 100%....	tys. hl	1318	1238	94,0
<i>Vodkas, liqueurs, other alcoholic beverages in terms of 100%</i>	<i>thous. hl</i>			
w tym wódka czysta	tys. hl	1057	982	92,9
<i>of which pure vodka</i>	<i>thous. hl</i>			
Wina i miody pitne	tys. hl	3192*	2739	85,8
<i>Wine and mead</i>	<i>thous. hl</i>			
w tym wina gronowe (łącznie z wermutem)	tys. hl	1139	1048	92,0
<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. 20.

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 20.

TABL. 19. DOSTAWY WYBRANYCH TOWARÓW KONSUMPCYJNYCH (dok.)
 DELIVERIES OF SELECTED CONSUMER GOODS (cont.)

Towary Goods	Jednostka miary Unit of measure	Dostawy ^a Deliveries ^a		
		w liczbach bezwzględnych in absolute numbers		2008=100
		2008	2009	
Piwo otrzymywane ze słodu (o zawartości od 0,5% alkoholu) Beer from malt (with 0,5% and more alcohol)	tys. hl thous. hl	36016	34687	96,3
Wody mineralne i napoje bezalkoholowe	tys. hl thous. hl	53325*	52631	98,7
w tym wody mineralne naturalne	tys. hl thous. hl	16355*	17938	109,7
of which natural mineral waters				
Opony do pojazdów samochodowych osobowych.....	tys. szt. thous. units	10629	10183	95,2
Tyres for passenger cars				
Chłodziarki i zamrażarki typu domowego	tys. szt. thous. units	1779	1436	80,7
Household refrigerators and freezers				
Maszyny pralnicze typu domowego.....	tys. szt. thous. units	1918	1134	59,2
Household washing machines				
Miksery, malaksery, roboty kuchenne	tys. szt. thous. units	3480	2723	78,3
Household dressers				
Odbiorniki radiowe	tys. szt. thous. units	3659	2949	80,6
Radio receivers				
Odbiorniki telewizyjne (łącznie z monitorami ekranowymi)	tys. szt. thous. units	9199*	5109	55,5
TV receivers (including monitors)				
Samochody osobowe ogólnego przeznaczenia	tys. szt. thous. units	442	282	63,7
General purpose passenger cars				
Rowery	tys. szt. thous. units	813*	752	92,4
Bicycles				

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. 20.

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 20.

TABL. 20. ZAPASY WYBRANYCH WYROBÓW U PRODUCENTÓW^a W 2009 R.
 STOCKS OF SELECTED PRODUCTS AT PRODUCERS ^a IN 2009

Wyszczególnienie Specification		Jednostka miary Unit of measure	Stan w dniu As of day			
a - liczby bezwzględne absolute numbers b - analogiczny okres roku poprzedniego = 100 corresponding period of the previous year=100			31 III	30 VI	30 IX	31 XII
Mięso surowe ze zwierząt rzeźnych	a	tys. t	16,7	15,2	16,6	16,6
Raw meat of animal for slaughter		thous. t				
	b	%	85,6	96,5	105,6	84,4
Tłuszcze zwierzęce topione jadalne.....	a	tys. t	1,1	1,4	1,2	1,1
Edible animal fats melted		thous. t				
	b	%	83,4	93,1	90,0	90,6
Mięso drobiowe.....	a	tys. t	16,4	20,3	29,5	24,2
Poultry		thous. t				
	b	%	85,0	104,7	113,0	123,8
Przetwory mięsne i podrobowe ze zwierząt rzeźnych.....	a	tys. t	15,0	12,2	12,3	12,3
Meat and variety meat products from animals for slaughter		thous. t				
	b	%	87,2	79,0	81,2	80,9
Ryby morskie mrożone	a	tys. t	6,0	5,9	5,1	5,2
Sea fish frozen		thous. t				
	b	%	276,7	228,9	186,9	160,1
Konserwy i prezerwy z ryb	a	tys. t	2,5	2,8	2,5	1,6
Fish preserves		thous. t				
	b	%	109,6	83,7	96,1	60,1
Margaryna oraz mieszanki do smarowania pieczywa	a	tys. t	5,7	6,3	7,7	6,7
Margarine and spreads		thous. t				
	b	%	65,2	46,2	65,9	59,9
Masło oraz inne tłuszcze otrzymywane z mleka	a	tys. t	2,9	1,9	1,6	2,9
Butter and other fats from milk		thous. t				
	b	%	84,4	68,0	35,2	83,0
Sery podpuszczkowe dojrzewające	a	tys. t	5,7	8,7	7,2	6,0
Rennet ripening cheese		thous. t				
	b	%	62,0	81,1	66,6	57,4
Mąka pszenna	a	tys. t	27,3	27,9	31,8	28,9
Wheat flour		thous. t				
	b	%	112,2	115,7	127,7	97,7
Kasze i grysiki	a	tys. t	1,2	1,2	1,0	1,7
Groats and meals		thous. t				
	b	%	40,3	47,5	41,3	69,4

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

a Data refer to enterprises employing more than 49 persons.

TABL. 20. ZAPASY WYBRANYCH WYROBÓW U PRODUCENTÓW^a W 2009 R. (cd.)
 STOCKS OF SELECTED PRODUCTS AT PRODUCERS ^a IN 2009 (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	657,4	391,5	113,0	1004,0
Sugar	thous. t				
b	%	62,1	59,7	64,6	110,1
Wódki, likiery, inne napoje alkoholowe w przeliczeniu na 100% a	tys. hl	77,6	70,0	86,2	74,3
Vodkas, liqueurs, other alcoholic beverages in terms of 100%	thous. hl				
b	%	160,0	132,6	122,8	148,2
Wina i miody pitne a	tys. hl	74,7	81,1	137,5	110,1
Wine and mead	thous. hl				
b	%	80,4	76,8	123,0	152,0
Piwo otrzymywane ze słodu (o zawartości od 0,5% alkoholu) a	tys. hl	839,2	1229,1	796,5	744,5
Beer from malt (with 0,5% and more alcohol)	thous. hl				
b	%	96,8	127,5	108,8	113,8
Papierosy z tytoniu a	mld szt.	8,2	5,6	1,8	2,2
Cigarettes from tobacco	bln units				
b	%	113,3	91,1	19,0	16,3
Dywany, chodniki i wykładziny włókiennicze a	tys. m ²	428	497	305	361
Carpets, mats and textile floor coverings	thous. m ²				
b	%	79,4	80,8	47,6	70,5
Rajstopy i rajtuzy a	mln szt.	19,3	20,8	22,4	22,2
Pantyhose and tights	mln units				
b	%	149,0	125,0	134,6	135,6
Okrycia i ubiory z tkanin a	mln szt.	1,8	1,7	1,9	2,1
Fabric outerwear and clothing	mln units				
b	%	94,0	98,9	119,5	112,3
Bielizna osobista z dzianin a	mln szt.	2,8	2,5	2,5	2,3
Knitted underwear	mln units				
b	%	102,9	90,2	92,0	89,4

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

a Data refer to enterprises employing more than 49 persons.

TABL. 20. ZAPASY WYBRANYCH WYROBÓW U PRODUCENTÓW^a W 2009 R. (dok.)
 STOCKS OF SELECTED PRODUCTS AT PRODUCERS ^a IN 2009 (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	5,2	2,7	2,2	3,3
Footwear ^b b	mln pairs				
	%	124,1	80,7	81,8	95,6
Obuwie z wierzchami wykonanymi z tkanin a	mln par	0,4	0,4	0,3	0,4
Footwear with textile uppers b	mln pairs				
	%	50,3	95,0	100,7	90,4
Mydło, produkty organiczne powierzchniowo czynne i preparaty używane jako mydło a	tys. t	2,6	3,3	3,1	3,1
Soaps, organic surface-active products and those preparations use as soap b	thous. t				
	%	52,9	155,8	114,4	98,7
Opony do pojazdów samochodowych osobowych... a	tys. szt.	1470	1981	1523	1966
Tyres for passenger cars b	thous. units				
	%	75,3	79,4	84,7	96,6
Chłodziarki i zamrażarki typu domowego a	tys. szt.	115,0	138,1	143,3	130,8
Household refrigerators and freezers b	thous. units				
	%	63,1	94,6	105,0	178,7
Maszyny pralnicze a	tys. szt.	73,4	115,7	113,1	96,2
Radio receivers b	thous. units				
	%	177,8	146,7	120,6	104,2
Odbiorniki telewizyjne (łącznie z monitorami ekranowymi, z wyjątkiem stosowanych do komputerów) a	tys. szt.	122,3	187,5	269,7	214,6
TV receivers (including monitors, excluding used for computers) b	thous. units				
	%	70,2	85,6	118,0	153,9
Samochody osobowe ogólnego przeznaczenia a	tys. szt.	4,3	4,8	5,3	3,8
General purpose passenger cars b	thous. units				
	%	106,9	98,3	121,1	141,4
Rowery a	tys. szt.	189,3	123,4	93,9	130,8
Bicycles b	thous. units				
	%	99,1	77,4	61,0	61,9

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. 21. SPOŻYCIE WYBRANYCH ARTYKUŁÓW KONSUMPCYJNYCH NA 1 MIESZKAŃCA W 2009
 CONSUMPTION OF SELECTED CONSUMER GOODS PER CAPITA IN 2009

Artykuły konsumpcyjne <i>Consumer goods</i>	Jednostka miary <i>Unit of measure</i>	1990	2000	2005	2007	2008	2009
Ziarno 4 zbóż ^a (w przeliczeniu na przetwory)	kg	115	120	119	114	112	111
<i>Grain of 4 cereals^a (in terms of processed products)</i>	kg						
Ziemniaki ^a	kg	144	134	126	121	118	116
<i>Potatoes^a</i>	kg						
Warzywa.....	kg	119	121	110	115	115	116
<i>Vegetables</i>	kg						
Owoce.....	kg	29,0	51,6	54,1	41,0	55,0	55,5
<i>Fruit</i>	kg						
Mięso i podroby ^b	kg	68,8	66,1	71,2	77,6	75,3	75,0
<i>Meat and edible offal^b</i>	kg						
w tym mięso	kg	63,7	62,0	66,8	72,7	71,2	70,8
<i>of which meat</i>	kg						
wołowe	kg	16,4	7,1	3,9	4,0	3,8	3,6
<i>cattle</i>	kg						
wieprzowe	kg	37,7	39,0	39,0	43,6	42,7	42,4
<i>pigs</i>	kg						
drobiowe.....	kg	7,6	14,7	23,4	24,0	24,1	24,0
<i>poultry</i>	kg						

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. 21. 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	2005	2007	2008	2009
Tłuszcze jadalne zwierzęce	kg	8,2	6,7	6,6	6,5	6,4	6,0
<i>Animal edible fats</i>	<i>kg</i>						
Masło.....	kg	7,8	4,2	4,2	4,2	4,3	4,4
<i>Butter</i>	<i>kg</i>						
Mleko krowie ^c	l	242	193	173	179	182	189
<i>Cow milk ^c</i>	<i>l</i>						
Jaja kurze.....	szt.	190	188	215	207	205	206
<i>Hen eggs</i>	<i>units</i>						
Cukier	kg	44,2	41,6	40,1	39,7	38,4	38,8
<i>Sugar</i>	<i>kg</i>						
Wódki, likiery, inne napoje alkoholowe w przeliczeniu na 100%	l	3,8 ^d	2,0	2,5	3,0	3,4	3,2
<i>Vodkas, liqueurs, other alcoholic beverages in terms of 100%</i>	<i>l</i>						
Wina i miody pitne.....	l	7,4	12,0	8,6	8,9	8,3*	7,0
<i>Wine and mead</i>	<i>l</i>						
Piwo otrzymywane ze słodu ^e	l	30,5	66,9	80,7	93,4	94,4	91,2
<i>Beer from mal^e</i>	<i>l</i>						
Papierosy z tytoniu	szt.	2654	1954	1974	1887	2091	1749
<i>Cigarettes from tobacco</i>	<i>units</i>						

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. 22. DYNAMIKA OBROTÓW W HANDLU DETALICZNYM^a - CENY BIEŻĄCE (2005=100).
 INDICES OF TURNOVER IN RETAIL TRADE^a - CURRENT PRICES (2005=100)

Okres Period	Obroty w handlu detalicznym Turnover in retail trade	żywność, napoje i wyroby tytoniowe food, beverages, and tobacco	sprzedaż towarów nieżywnościowych sale of non-foodstuffs	w tym: of which:			
				włókno, odzież, obuwie textiles, clothing, footwear	meble, rtv, agd household equipment	prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach books, newspapers and other sale in specialized stores	
2005	I	85,8	88,8	83,9	79,1	83,0	83,5
	II	81,0	84,3	78,9	71,1	77,1	80,4
	III	95,7	102,5	91,5	98,7	90,6	86,8
	IV	95,0	97,9	93,2	105,0	85,1	88,7
	V	95,1	99,5	92,3	100,0	86,2	88,1
	VI	99,2	100,9	98,2	98,8	93,0	99,7
	VII	102,3	105,4	100,4	92,0	94,7	96,2
	VIII	107,8	104,8	109,7	99,1	105,8	114,4
	IX	106,7	98,5	111,7	104,0	106,3	121,3
	X	106,8	103,3	108,9	119,8	111,0	102,7
	XI	100,8	95,6	104,0	104,0	106,3	103,9
	XII	123,9	118,6	127,2	128,3	161,0	134,3
2007	I	103,6	104,2	103,3	121,1	111,3	92,4
	II	100,0	101,2	99,3	122,9	105,1	85,9
	III	120,6	118,7	121,7	167,4	127,4	106,1
	IV	123,0	121,0	124,2	170,4	124,9	121,5
	V	124,4	121,6	126,1	152,2	135,9	126,3
	VI	126,3	125,5	126,7	151,8	136,3	125,2
	VII	125,9	123,8	127,3	143,5	148,2	121,0
	VIII	130,6	125,9	133,5	148,8	156,8	136,8
	IX	128,5	119,6	133,9	177,5	155,6	132,7
	X	136,8	127,1	142,7	188,5	172,8	128,9
	XI	128,8	119,5	134,5	164,6	163,7	127,4
	XII	154,5	147,1	159,0	193,0	215,5	161,4
2008	I	117,7	115,3	119,1	140,9	133,3	96,7
	II	119,6	116,2	121,7	141,6	140,1	105,0
	III	132,9	130,7	134,2	170,0	152,9	113,1
	IV	135,3	125,9	141,1	175,1	158,8	130,6
	V	134,7	130,1	137,5	171,7	151,0	124,6
	VI	136,8	135,9	137,3	167,4	154,9	123,8
	VII	138,9	133,4	142,3	174,1	173,0	126,7
	VIII	135,7	131,1	138,6	168,3	172,4	123,2
	IX	137,3	125,7	144,4	196,1	182,1	128,8
	X	141,7	128,1	150,1	198,5	185,4	130,2
	XI	126,5	118,1	131,7	170,6	173,5	112,7
	XII	154,6	145,6	160,2	213,4	235,5	150,7
2009	I	124,4	127,6	122,5	165,0	130,8	107,5
	II	122,7	124,7	121,5	146,2	134,0	112,4
	III	139,5	137,0	141,0	186,7	155,4	133,9
	IV	144,8	143,1	145,8	203,2	143,0	144,4
	V	139,6	135,7	142,0	185,5	148,3	135,9
	VI	141,5	135,1	145,4	181,9	153,5	134,4
	VII	145,8	142,2	148,0	178,1	166,1	133,1
	VIII	142,0	139,7	143,4	179,1	163,1	132,6
	IX	139,2	130,2	144,7	183,6	163,5	133,7
	X	142,9	134,0	148,3	217,1	162,8	124,7
	XI	131,3	125,5	134,8	159,2	156,3	118,7
	XII	161,0	154,8	164,9	215,0	211,4	149,7

a Patrz „Uwagi metodyczne” str. 9.

a See “Methodological notes” page 9.

TABL. 23. DYNAMIKA OBROTÓW W HANDLU DETALICZNYM^a – CENY STAŁE (2005=100).
 DEFLATED TURNOVER IN RETAIL TRADE^a – CONSTANT PRICES (2005=100)

Okres <i>Period</i>	Obroty w handlu detalicznym <i>Deflated turnover in retail trade</i>	żywność, napoje i wyroby tytoniowe <i>food, beverages, and tobacco</i>	sprzedaż towarów nieżywnościowych <i>sale of non-foodstuffs</i>	w tym: <i>of which:</i>			
				włókno, odzież, obuwie <i>textiles, clothing, footwear</i>	meble, rtv, agd <i>household equipment</i>	prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach <i>books, newspapers and other sale in specialized stores</i>	
2005	I	86,9	88,7	85,8	76,9	82,5	84,8
	II	82,0	84,4	80,5	70,1	76,6	81,7
	III	96,7	102,4	93,2	97,8	90,1	88,2
	IV	95,1	97,2	93,7	104,2	84,7	88,7
	V	94,7	98,0	92,7	99,2	85,9	88,1
	VI	99,1	100,2	98,4	98,1	92,8	99,6
	VII	102,3	106,2	99,9	91,9	94,7	95,9
	VIII	107,6	106,0	108,6	100,1	106,0	113,8
	IX	105,9	99,2	110,0	105,5	106,5	120,5
	X	105,7	103,1	107,2	121,2	111,4	102,1
	XI	100,2	95,8	102,8	105,2	106,8	103,2
	XII	124,0	118,8	127,2	129,8	161,9	133,4
2007	I	105,0	101,7	107,1	134,1	111,7	96,5
	II	101,1	98,2	102,9	138,3	105,3	89,9
	III	121,1	114,4	125,2	189,4	127,3	111,4
	IV	122,8	115,7	127,2	193,0	123,7	128,9
	V	123,3	115,1	128,3	172,4	133,3	133,7
	VI	124,9	119,5	128,2	172,2	133,1	132,9
	VII	124,9	119,2	128,4	164,5	144,4	128,4
	VIII	130,0	121,5	135,2	172,6	152,8	145,4
	IX	127,2	113,1	135,8	206,2	151,8	141,2
	X	134,6	118,4	144,6	218,4	168,5	137,6
	XI	125,6	109,9	135,3	190,6	159,7	135,2
	XII	150,8	134,9	160,5	223,6	210,2	171,5
2008	I	114,3	104,7	120,2	168,1	130,0	103,0
	II	116,5	105,3	123,4	171,4	136,3	112,1
	III	129,1	118,0	135,9	204,0	148,6	120,9
	IV	131,6	113,0	143,1	210,4	154,3	140,4
	V	130,1	115,6	139,0	206,6	146,8	134,5
	VI	131,4	121,1	137,7	202,0	150,5	133,5
	VII	133,9	119,8	142,6	213,1	168,2	136,9
	VIII	131,7	118,9	139,6	209,3	167,9	133,2
	IX	133,7	113,2	146,3	240,9	177,4	139,1
	X	137,9	114,5	152,3	243,3	180,8	140,3
	XI	123,4	104,7	134,9	209,4	169,2	120,8
	XII	152,0	128,2	166,6	263,5	229,9	161,2
2009	I	122,6	111,3	129,6	211,0	127,9	112,3
	II	119,7	108,1	126,9	190,2	131,0	117,0
	III	135,5	116,8	147,0	242,1	151,5	138,6
	IV	139,8	120,1	152,0	263,9	139,0	149,2
	V	134,1	113,2	146,9	240,9	144,1	139,9
	VI	135,1	113,5	148,3	237,5	149,0	138,1
	VII	138,8	120,0	150,3	236,2	161,4	136,6
	VIII	136,2	119,1	146,7	241,1	158,4	136,3
	IX	133,9	111,1	147,9	243,2	159,0	137,1
	X	137,5	114,0	152,0	283,4	158,4	127,6
	XI	125,0	106,1	136,6	207,9	152,1	121,1
	XII	153,8	130,3	168,2	282,1	206,0	152,6

a Patrz „Uwagi metodyczne” str. 9.

a See “Methodological notes” page 9.

TABL. 24. MIESIĘCZNE WSKAŹNIKI OBROTÓW W HANDLU DETALICZNYM KRAJÓW
UE W CENACH STAŁYCH W 2009 R.

MONTHLY INDICES OF DEFLATED TURNOVER IN RETAIL TRADE FOR COUNTRIES OF EU IN 2009

Kraj Country	Wskaźniki dla roku bazowego 2005=100 ^a Indices for base year 2005=100 ^a											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
kraje UE (27).....	98,5	91,7	100,3	102,4	102,3	102,8	106,7	101,8	102,3	107,2	105,5	130,4
strefa euro (16).....	96,4	88,2	97,4	98,8	98,7	99,0	103,4	97,6	99,0	103,9	100,1	126,7
Belgia BE.....	106,3	93,4	108,0	105,8	105,9	102,6	108,3	97,0	102,9	109,2	99,0	126,3
Bułgaria BG.....	123,4	120,7	126,9	130,7	128,9	131,9	137,6	136,5	137,9	142,1	137,4	145,7
Republika Czeska CZ..	106,8	102,6	116,2	121,5	121,5	117,7	119,9	118,5	120,6	128,1	124,0	151,1
Dania DK.....	91,8	81,9	91,6	96,9	98,2	96,2	99,0	95,9	90,1	96,0	92,0	118,4
Niemcy DE.....	90,0	84,9	98,6	97,8	96,0	91,5	96,0	93,0	94,4	100,8	101,4	117,4
Estonia EE.....	99,1	91,3	102,0	102,8	107,4	111,8	107,1	105,2	95,6	100,1	91,8	107,3
Irlandia IE.....	103,2	103,0	98,8	103,9	102,3	104,7	110,0	105,0	102,8	103,9	108,1	140,9
Grecja EL.....	99,7	99,5	91,8	101,4	93,9	95,8	99,8	97,2	96,4	98,6	96,9	128,7
Hiszpania ES.....	102,0	83,0	90,9	90,4	93,2	93,1	102,0	90,5	92,0	94,5	88,3	108,1
Francja FR.....	102,3	90,9	98,9	103,9	102,9	109,0	108,5	110,7	106,3	113,6	108,5	141,2
Włochy IT.....	88,9	85,9	93,5	93,1	95,6	95,4	103,2	86,8	96,9	100,1	93,4	130,7
Cypr CY.....	106,8	104,2	109,8	123,6	119,5	125,4	126,2	113,1	111,4	110,6	104,8	143,3
Łotwa LV.....	96,1	87,1	91,6	93,0	100,1	94,2	95,6	94,2	87,7	88,0	81,8	100,0
Litwa LT.....	98,7	93,1	98,1	101,6	104,0	101,0	106,4	106,9	93,6	96,7	87,3	106,2
Luksemburg LU.....	106,1	93,0	108,8	107,7	105,6	106,4	115,3	100,1	109,0	119,4	120,5	155,2
Węgry HU.....	79,3	77,7	91,4	96,0	95,9	99,0	98,9	99,3	96,5	100,3	95,1	117,7
Malta MT.....	91,3	84,5	89,3	92,4	93,6	93,3	103,0	95,4	94,1	102,7	96,3	113,5
Niderlandy NL.....	96,8	91,1	102,4	102,5	105,4	104,5	104,1	100,5	100,1	103,3	101,3	118,6
Austria AT.....	97,7	91,4	103,9	105,2	102,1	99,3	104,4	99,4	101,8	108,6	102,5	129,6
Polska PL.....	122,4	119,7	137,9	138,5	136,2	135,4	137,8	137,4	133,6	136,6	126,4	154,3
Portugalia PT.....	93,7	85,6	94,3	94,0	94,2	94,5	105,2	104,7	99,5	100,4	99,6	131,3
Rumunia RO.....	136,4	132,9	149,9	153,3	154,5	150,5	160,3	167,3	161,2	165,7	161,3	176,3
Słowenia SI.....	105,5	95,3	110,5	111,0	108,3	109,3	111,6	106,2	109,7	114,6	103,6	125,4
Słowacja SK.....	98,8	98,2	104,8	107,8	110,2	110,3	114,5	115,2	115,2	117,7	116,1	133,6
Finlandia FI.....	98,1	91,0	98,8	108,2	109,8	113,1	117,0	109,5	105,3	109,8	105,3	136,0
Szwecja SE.....	94,4	89,8	100,5	111,0	112,1	114,1	115,5	112,9	107,3	108,2	105,7	134,0
Wielka Brytania UK...	102,6	100,2	103,8	107,2	106,7	109,0	111,1	107,9	107,2	113,0	122,5	140,1

Źródło: Eurostat, dane krótkookresowe (sierpień 2010.),
a Dane wyrównane dniami roboczymi.

Source: Eurostat, short-term statistics (August 2010),
a Data adjusted for working days.

TABL. 25. PROCENTOWA ZMIANA MIESIĘCZNYCH OBROTÓW W HANDLU
 DETALICZNYM KRAJÓW UE W CENACH STAŁYCH W 2009 R.
 THE PERCENTAGE CHANGE OF MONTHLY DEFLATED TURNOVER IN RETAIL TRADE FOR
 COUNTRIES OF EU IN 2009

Kraj Country	Procentowa zmiana w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego (t/t-12) ^a Percentage change compared with the same period of the previous year (t/t-12) ^a											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
kraje UE (27).....	-1,3	-4,3	-2,4	-1,6	-3,3	-1,6	-1,0	-1,6	-2,3	-0,5	-1,3	0,0
strefa euro (16).....	-2,4	-4,8	-3,0	-2,3	-3,6	-2,2	-1,7	-2,3	-3,0	-1,1	-2,0	0,1
Belgia BE	3,2	-1,9	2,7	-0,3	-1,4	-3,6	5,4	-1,8	-5,8	4,5	3,6	1,4
Bułgaria BG.....	-1,5	-6,1	-8,1	-9,3	-10,6	-10,7	-9,4	-9,7	-8,5	-8,9	-10,3	-12,1
Republika Czeska CZ ..	1,9	-2,5	0,1	-1,4	-3,5	-3,4	0,5	-1,1	-2,6	-1,6	-4,3	0,0
Dania DK.....	-4,9	-10,7	-5,6	-6,1	-6,4	-2,8	-1,8	-3,8	-4,7	-2,3	-3,9	-0,3
Niemcy DE	-2,2	-4,0	-0,9	0,0	-2,2	-2,8	-0,7	-3,6	-3,4	-1,6	-2,4	-1,4
Estonia EE	-13,1	-21,6	-16,9	-17,5	-18,1	-14,3	-20,3	-21,0	-21,3	-18,6	-21,1	-16,0
Irlandia IE.....	-8,0	-6,4	-7,9	-6,8	-8,5	-4,6	-5,0	-3,8	-5,3	-6,6	-5,4	-6,1
Grecja EL	-10,9	-13,3	-18,7	-14,9	-14,6	-14,2	-10,2	-4,5	-8,9	-15,4	-11,0	-0,2
Hiszpania ES	-5,4	-9,0	-8,1	-7,5	-6,6	-3,9	-4,6	-4,1	-3,4	-3,9	-6,7	-2,7
Francja FR	-1,4	-3,0	-1,6	0,6	-2,5	1,5	-1,1	0,7	-1,5	2,0	0,6	3,2
Włochy IT.....	-1,8	-3,4	-1,9	-2,7	-1,1	-1,9	-1,5	-1,9	-2,2	0,1	-0,6	0,2
Cypr CY	2,9	-5,2	-7,1	-3,6	-5,4	-5,0	-2,7	-3,8	-5,4	-4,0	-4,3	-3,0
Łotwa LV	-20,0	-26,1	-26,9	-29,6	-26,5	-28,5	-29,0	-29,2	-30,5	-28,6	-30,1	-30,2
Litwa LT.....	-15,8	-17,5	-20,6	-19,3	-19,5	-19,6	-19,2	-19,7	-25,6	-24,7	-27,5	-26,7
Luksemburg LU.....	4,6	-5,7	-1,7	-0,5	-4,0	-1,6	2,9	1,7	0,4	5,2	9,9	11,0
Węgry HU	-2,3	-3,1	-3,4	-3,3	-3,9	-2,3	-6,8	-7,3	-6,7	-7,6	-7,9	-6,9
Malta MT.....	2,3	-2,1	-6,3	-9,7	-9,2	-12,1	-4,5	-8,6	-9,1	1,9	6,2	4,7
Niderlandy NL.....	-2,8	-4,2	-2,6	-4,7	-5,4	-5,4	-3,2	-4,9	-5,2	-5,1	-4,5	-4,6
Austria AT	1,8	-1,7	2,6	3,2	-0,5	2,9	3,7	1,2	3,4	4,5	-0,4	3,4
Polska PL.....	7,3	3,3	6,5	4,4	4,3	2,1	3,4	2,7	0,3	-0,2	1,0	0,6
Portugalia PT.....	-1,0	-5,2	-4,2	-1,4	-4,6	-0,6	-1,2	-3,2	-2,0	-1,4	-1,9	3,3
Rumunia RO	-0,8	-8,5	-6,0	-10,0	-11,5	-17,9	-14,0	-12,5	-12,3	-10,2	-8,9	-7,7
Słowenia SI.....	2,3	-13,3	-5,2	-9,3	-14,9	-9,4	-11,6	-13,2	-16,8	-12,9	-13,5	-7,0
Słowacja SK	-6,0	-14,3	-11,3	-8,9	-12,2	-11,0	-10,6	-9,7	-9,2	-10,3	-9,8	-9,3
Finlandia FI	-1,1	-8,7	-4,1	-2,4	-6,2	-1,4	-1,6	-4,0	-2,5	-2,4	0,6	1,3
Szwecja SE.....	0,2	-2,6	-3,0	2,7	0,6	0,1	3,0	-0,9	0,0	2,7	1,3	2,1
Wielka Brytania UK	1,9	-3,0	-0,7	1,5	-2,4	2,4	2,6	2,3	2,2	3,8	3,0	1,3

Źródło: Eurostat, dane krótkookresowe (sierpień 2010.),
 a Dane wyrównane dniami roboczymi.

Source: Eurostat, short-term statistics (August 2010),
 a Data adjusted for working days.

TABL. 26. PRZEDSIĘBIORSTWA HANDLOWE ^a WEDŁUG LICZBY PROWADZONYCH MAGAZYNÓW
Stan w dniu 31 XII
TRADE ENTERPRISES ^a BY NUMBER OF WAREHOUSES
As of December 31

Wyszczególnienie Specification	2006	2009
OGÓŁEM	9218	8504
TOTAL		
1 magazyn	3746	4144
1 warehouse		
2-5.....	4079	3309
6-10.....	876	677
powyżej 10 magazynów	517	374
above 10 warehouses		
w tym przedsiębiorstwa hurtowe.....	6704	7751
of which wholesale trade enterprises		
1 magazyn	2705	3785
1 warehouse		
2-5.....	2976	3034
6-10.....	621	604
powyżej 10 magazynów	402	328
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. 27. MAGAZYNY HANDLOWE ^a WEDŁUG WOJEWÓDZTW W 2009 R.

Stan w dniu 31 XII

TRADE WAREHOUSES ^a BY VOIVODSHIPS IN 2009

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	Siloes and reservoirs capacity in m ³
POLSKA	26737	20084710	3210	1479284	4488	11830669	3699534
POLAND							
Dolnośląskie	1744	1433946	221	116209	336	883724	245017
Kujawsko-Pomorskie	1813	1693640	183	73211	369	868115	521395
Lubelskie	937	564689	134	41409	168	331946	37500
Lubuskie	608	414275	65	26761	115	320445	31256
Łódzkie	1760	1434574	260	126775	270	824481	101741
Małopolskie	2545	1447914	343	161759	474	961348	217802
Mazowieckie	4930	4426380	523	265451	507	1160912	1582940
Opolskie	512	387293	87	37799	137	352086	65616
Podkarpackie	1473	921935	152	59726	240	435042	120886
Podlaskie	721	619748	81	51677	134	501506	32749
Pomorskie	1267	804791	180	72901	264	402994	121525
Śląskie	2878	1715506	370	170843	565	2385461	147835
Świętokrzyskie	590	412815	78	35883	133	232162	20737
Warmińsko-Mazurskie	527	266870	78	30516	78	209523	79411
Wielkopolskie	3355	2874742	349	166038	502	1374168	266316
Zachodniopomorskie	1077	665592	106	42326	196	586756	106808

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. 28. STRUKTURA MAGAZYNÓW ZAMKNIĘTYCH W PRZEDSIĘBIORSTWACH HANDLOWYCH^a WEDŁUG FORM WŁASNOŚCI W 2009 R.
Stan w dniu 31 XII
STRUCTURE OF SECURED WAREHOUSES IN TRADE ENTERPRISES^a BY OWNERSHIP IN 2009
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	18883	499	207	18384	15678	2417
<i>Number of warehouses</i>						
Powierzchnia składowa w m ² ...	14411804	400379	306947	14011425	10692251	3036560
<i>Storage area in m²</i>						
w tym:						
<i>of which:</i>						
magazyny hurtu						
<i>wholesale warehouses</i>						
liczba magazynów w %	92,4	98,8	97,1	92,2	91,5	96,5
<i>number of warehouses in %</i>						
powierzchnia składowa w %	93,9	98,3	97,8	93,7	94,1	92,0
<i>storage area in %</i>						
magazyny detalu						
<i>retail warehouses</i>						
liczba magazynów w %	7,1	1,2	2,9	7,3	8,0	3,1
<i>number of warehouses in %</i>						
powierzchnia składowa w %	5,9	1,7	2,2	6,0	5,5	7,9
<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. 29. WAŻNIEJSZE DANE DOTYCZĄCE HANDLU WEWNĘTRZNEGO W LATACH 1995-2009
 MAJOR DATA REGARDING THE INTERNAL TRADE IN 1995-2009

Wyszczególnienie Specification	1995	2000	2005	2007	2008	2009
Udział handlu w PKB ^a w %..... Share of trade in GDP ^a in %	16,3	17,3	16,7	16,1	15,8	16,2 ^b
Udział handlu w wartości dodanej brutto ^a w %..... Share of trade in gross value added ^a in %	18,5	19,4	19,0	18,3	18,0	18,2 ^b
Produkcja globalna przedsiębiorstw handlowych ^a w mln zł..... Gross output of trade enterprises ^a in mln zł	79309,1	190434,8	213754,8	252680,0	268185,4	267859,8 ^b
Wartość dodana brutto przedsiębiorstw handlowych ^a w mln zł..... Gross value added of trade enterprises ^a in mln zł	34931,0	90918,4	119004,0	139695,9	144569,9	144781,5 ^b
Sprzedaż detaliczna (ceny stałe) 1995=100..... Retail sales (constant prices) 1995=100	100,0	120,3	127,3	146,9	154,2	156,8
Sprzedaż detaliczna ogółem w mln zł (ceny bieżące)..... Total retail sales (current prices) in mln zł	169585,0	360317,5	433255,4	515654,6	564665,0	582774,7
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	416159,5	496180,7	544460,6	561802,2
Żywność i napoje bezalkoholowe..... food and non-alcoholic beverages	51907,3	102861,0	125553,2	136783,1	146494,7	152208,0
Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe alcoholic beverages and tobacco	18514,3	32833,0	38839,3	43605,9	47530,4	52045,8
Towary nieżywnościowe (bez wyr. tytoniowych) .. non-foodstuffs (excluding tobacco)	92305,1	209916,0	251767,0	315791,7	350435,5	357548,4
Sprzedaż hurtowa ogółem w mln zł (ceny bieżące) .. Wholesale in mln zł (current prices)	.	.	584146,2	763388,0	803613,4	759814,3
Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² Sales area of shops in m ²	19792640	26933785	28262206	28249092	31070114	31550423
w tym: of which:						
Domy towarowe Department stores	230714	615687	390550	337453	276215	294530
Domy handlowe..... Trade stores	577800	484484	451966	374536	308532	307185
Supermarkety..... Supermarkets	.	1068665	2125077	2811027	2951094	3298283
Hipermarkety..... Hypermarkets	.	653546	2566686	2553301	3181166	3312495

a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD 2004 do sekcji G – Handel i naprawy.

a Enterprises classified according to NACE Rev.1.1 into Section G– Trade and repairs.

b Dane szacunkowe.

b Estimated data..

c Łącznie ze sprzedażą detaliczną dokonywaną w hurtowniach i u producentów.

c Including retail sales conducted by wholesalers and producers.

(dok. cont.)

TABL. 29. WAŻNIEJSZE DANE DOTYCZĄCE HANDLU WEWNĘTRZNEGO W LATACH 1995-2009

MAJOR DATA REGARDING THE INTERNAL TRADE IN 1995-2009

Wyszczególnienie Specification	1995	2000	2005	2007	2008	2009
Liczba sklepów ogółem	425600	431991	385990	371364	385663	371839
<i>Total number of shops</i>						
w tym: of which:						
Domy towarowe	134	135	95	76	63	60
<i>Department stores</i>						
Domy handlowe	780	500	462	372	312	314
<i>Trade stores</i>						
Supermarkety.....	.	1602	2716	3506	3629	4041
<i>Supermarkets</i>						
Hipermarkety.....	.	99	374	396	463	495
<i>Hypermarkets</i>						
Stacje paliw	5344	7744	10086	9831	10073	9738
<i>Petrol stations</i>						
Liczba ludności na 1 sklep.....	91	89	98,9	103	98,9	103
<i>Population per 1 shop</i>						
Liczba placówek gastronomicznych	60845	84342	92072	86973	81131	75378
<i>Number of catering establishments</i>						
w tym: of which:						
Restauracje	4857	8519	9716	12119	13731	13501
<i>Restaurants</i>						
Bary.....	23493	36436	40834	36947	33151	30519
<i>Bars</i>						
Stołówki	3815	7010	6950	6128	5207	4373
<i>Canteens</i>						
Punkty gastronomiczne	28680	32377	34572	31779	29042	26985
<i>Food stands</i>						
Przychody z działalności gastronomicznej w mln zł (ceny bieżące).....	7027	15381	17681	20060	20777	21532
<i>Revenues from catering activity in mln zł (current prices)</i>						
Liczba targowisk ogółem.....	7414	7540	9042	8923	10523	9329
<i>Total number of market places</i>						
Liczba targowisk stałych.....	2354	2376	2313	2284	2261	2256
<i>Number of permanent market places</i>						
Liczba targowisk sezonowych.....	5060	5164	6729	6639	8262	7073
<i>Number of seasonal market places</i>						
Powierzchnia składowa magazynów zamkniętych ^d ...	10627	14776	16718	-	-	20085
<i>Storage area of secured warehouses^d</i>						
Powierzchnia składowa magazynów zadaszonych ^d ...	924	1064	1135	-	-	1479
<i>Storage area of roofed warehouses^d</i>						
Powierzchnia składowa placów składowych ^d	8764	13352	14209	-	-	11831
<i>Storage area of storage sites^d</i>						

d Hurtu i rozdziałcze detalu; dane w tys. m²; dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 9 osób, w 1995 r. – 5 osób.d Wholesale and retail distribution; data in thous. m²; concern economic entities employing more than 9 persons, in 1995 more than 5 persons.

ANEKS
ANNEX

WYBRANE INFORMACJE
W UKŁADZIE
POLSKIEJ KLASYFIKACJI DZIAŁALNOŚCI
(PKD 2004)

SELECTED INFORMATION
ACCORDING TO
STATISTICAL CLASSIFICATION
OF ECONOMIC ACTIVITIES IN THE
EUROPEAN COMMUNITY (PKD 2004)

W związku z wprowadzeniem kolejnej wersji Polskiej Klasyfikacji Działalności większość danych w publikacji zostało zaprezentowane według nowej klasyfikacji. Z uwagi na istotne zmiany w klasyfikowaniu podmiotów usługowych dodatkowo w poniższym aneksie zamieszczone zostały wybrane informacje według Polskiej Klasyfikacji Działalności 2004.

I. UWAGI METODYCZNE

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

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

Zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności (PKD 2004) - 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 Konserwacja 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

Sektor usług

Sektor usług z roku na rok zyskuje coraz większe znaczenie nie tylko na świecie, ale również w Polsce, stając się ważnym czynnikiem wzrostu gospodarczego, wpływając jednocześnie na poprawę standardu życia.

Na koniec 2009 roku wśród ponad 3,7 mln podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w rejestrze REGON, ponad 2,8 mln podmiotów stanowiły przedsiębiorstwa usługowe (co stanowiło 75,4%). Ponad 38% ogólnej liczby zarejestrowanych podmiotów usługowych stanowiły przedsiębiorstwa handlowe, w dalszej kolejności podmioty prowadzące działalność w zakresie obsługi nieruchomości i firm oraz nauki – ponad 22% oraz przedsiębiorstwa prowadzące pozostałe działalności usługowe⁸ – prawie 10%.

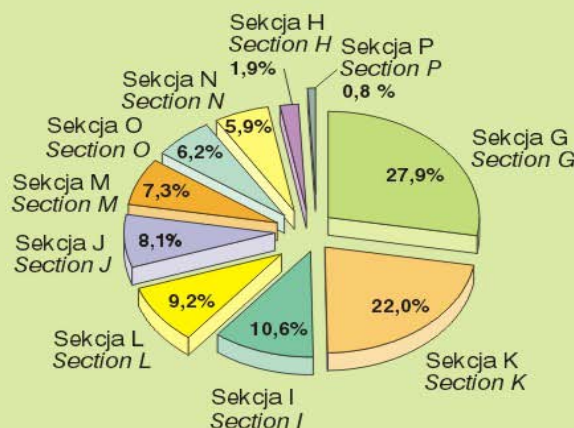
W ciągu 2009 roku liczba podmiotów prowadzących działalności usługowe zmniejszyła się, podobnie jak liczba podmiotów całej gospodarki narodowej - o 0,4%. Najwyższy spadek zaobserwowano wśród przedsiębiorstw zajmujących się pośrednictwem finansowym – 5,0% oraz handlem – 3,4%. W analizowanym okresie najwięcej wzrosła liczba podmiotów świadczących usługi w zakresie ochrony zdrowia i opieki społecznej – 5,3%, w edukacji – o 3,4% oraz pozostałych działalnościach usługowych – 3,0 %.

W 2008 roku w Polsce przedsiębiorstwa prowadzące działalności usługowe stanowiły 76,0% ogółu zarejestrowanych podmiotów gospodarki narodowej, wytworzyły 64,7% ogółu wartości dodanej brutto całej gospodarki narodowej i dały miejsca pracy dla 56,6% ogółu pracujących.

W 2008 roku działalnością dominującą wśród przedsiębiorstw usługowych pod względem wartości dodanej była działalność handlowa, której udział wyniósł 27,9% wartości dodanej wytworzonej w sektorze, działalność w zakresie obsługi nieruchomości i firm oraz nauki - udział na poziomie 22,0% oraz działalność w zakresie transportu, gospodarki magazynowej i łączności – 10,6%.

⁸ Sekcja O Działalność usługowa komunalna, społeczna i indywidualna, pozostała wg PKD2004 obejmuje następujące działalności: Odprowadzanie i oczyszczanie ścieków, gospodarowanie odpadami, pozostałe usługi sanitarne i pokrewne (dział 90), Działalność organizacji członkowskich, gdzie indziej niesklasyfikowana (dział 91), Działalność związana z kulturą, rekreacją i sportem (dział 92), Działalność usługowa pozostała (dział 93);

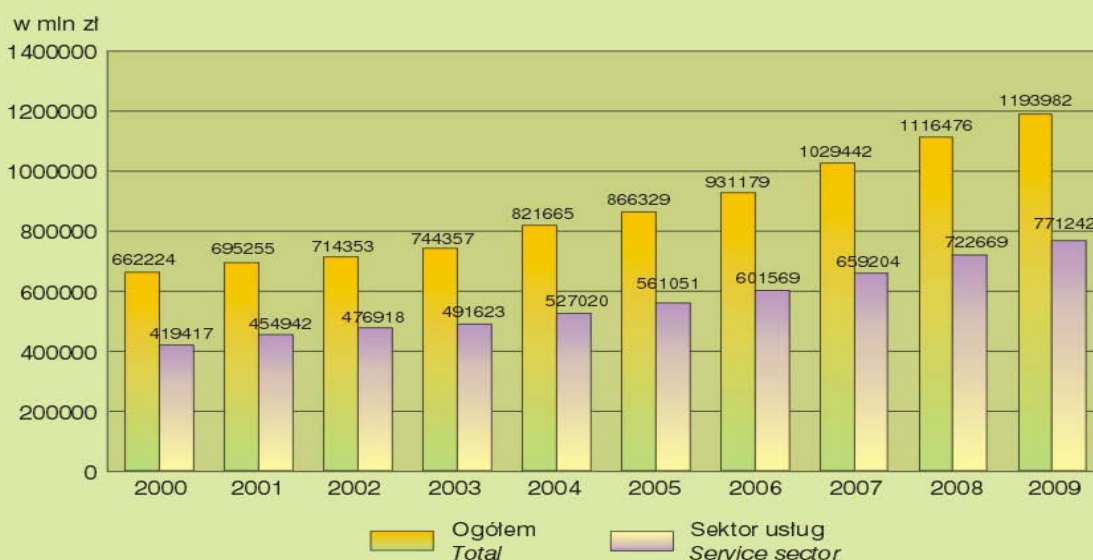
Struktura wartości dodanej brutto w sektorze usług wg sekcji PKD 2004 w 2008 r.
Structure of gross value added in service sector by NACE sections in 2008



Źródło: Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2000-2008, GUS, Warszawa, sierpień 2010; patrz Uwagi Metodyczne na str. 88
 Source: National accounts by institutional sectors and sub-sectors 2000-2008, Central Statistical Office, Warsaw, August 2010; see Methodological Notes on page 88.

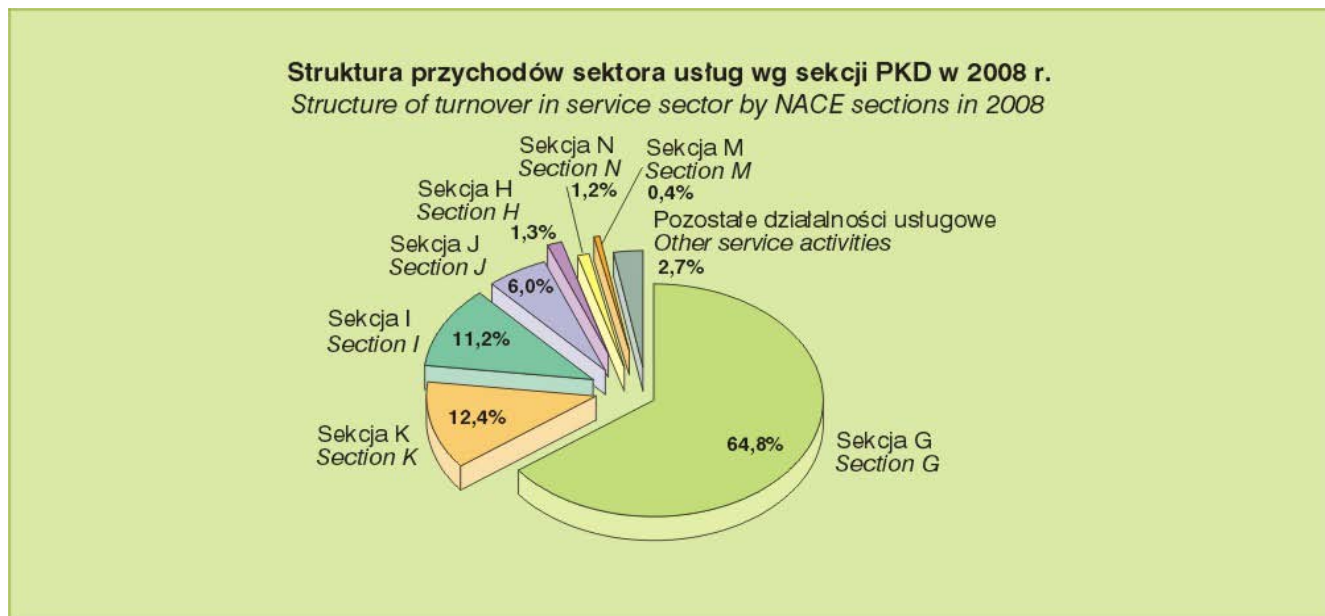
W latach 2000-2008 wartość dodana sektora usług wzrosła o 72,3% wobec 68,6% w przypadku całej gospodarki narodowej. W porównaniu z rokiem poprzednim wartość dodana wytworzona przez podmioty usługowe wzrosła natomiast o 9,6%, podczas, gdy cała gospodarka narodowa odnotowała wzrost na poziomie 8,5%. W analizowanym okresie wśród działalności usługowych najwyższy wzrost w wartości dodanej brutto odnotowały przedsiębiorstwa zaliczane do sekcji „Ochrona zdrowia i opieka społeczna” – o 98,6%, następnie te prowadzące działalność w zakresie pozostałych usług – o 83,9% oraz działalność w zakresie obsługi nieruchomości i firm oraz nauki – o 82,4%.

Wartość dodana brutto w gospodarce narodowej ogółem oraz w sektorze usług w latach 2000-2009 (ceny bieżące)
Gross value added for total economy and services sector in 2000-2009 (current price)



Źródło: Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2000-2008, GUS, Warszawa, sierpień 2010;
 Source: National accounts by institutional sectors and sub-sectors 2000-2008, Central Statistical Office, Warsaw, August 2010;

W 2008 przychody przedsiębiorstw usługowych stanowiły 56,0% przychodów ogółem w gospodarce narodowej. Najwyższy udział w przychodach sektora usług stanowiły przychody przedsiębiorstw prowadzących działalność handlową – 64,8% przychodów, w dalszej kolejności przedsiębiorstw świadczących usługi w zakresie obsługi nieruchomości i firm oraz nauki – 12,4% oraz przedsiębiorstw transportowych – 11,2%.



Źródło: Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2008 roku, GUS, Warszawa; patrz Uwagi Metodyczne na str. 88

Source: Activity of the non-financial enterprises in 2008, CSO, Warsaw; see Methodological Notes on page 88.

W Polsce handel ma najwyższy udział w tworzeniu PKB w sektorze usług. W 2009 r. jego udział wyniósł 16,2%, natomiast w wartości dodanej brutto 18,2%.

Wyszczególnienie Specification	1995	2000	2005	2008	2009
Udział handlu w PKB w %..... Share of trade in GDP in %	16,3	17,3	16,7	15,8	16,2
Udział handlu w wartości dodanej brutto w % .. Share of trade in gross value added in %	18,5	19,4	19,0	18,0	18,2

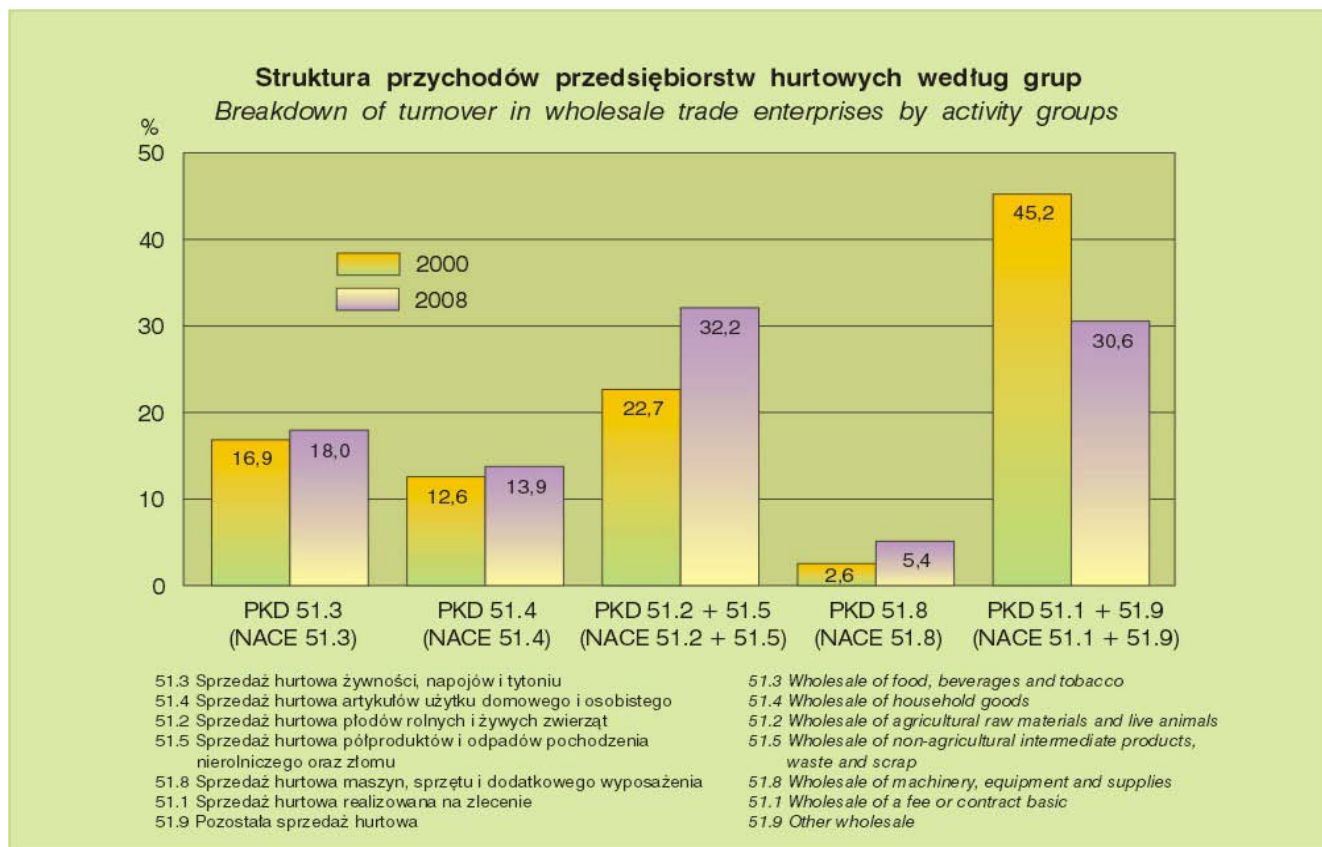
Dynamika wartości dodanej brutto (w cenach stałych) w 2009 r. przedsiębiorstw zaklasyfikowanych wg PKD 2004 do sekcji G „Handel i naprawy” wzrosła w porównaniu z rokiem ubiegłym o 0,3 pkt. proc. Na poziom wartości dodanej brutto wytworzonej przez przedsiębiorstwa handlowe wpływały głównie: przychody, marże handlowe i poniesione koszty, stanowiące istotne czynniki rentowności przedsiębiorstw handlowych.

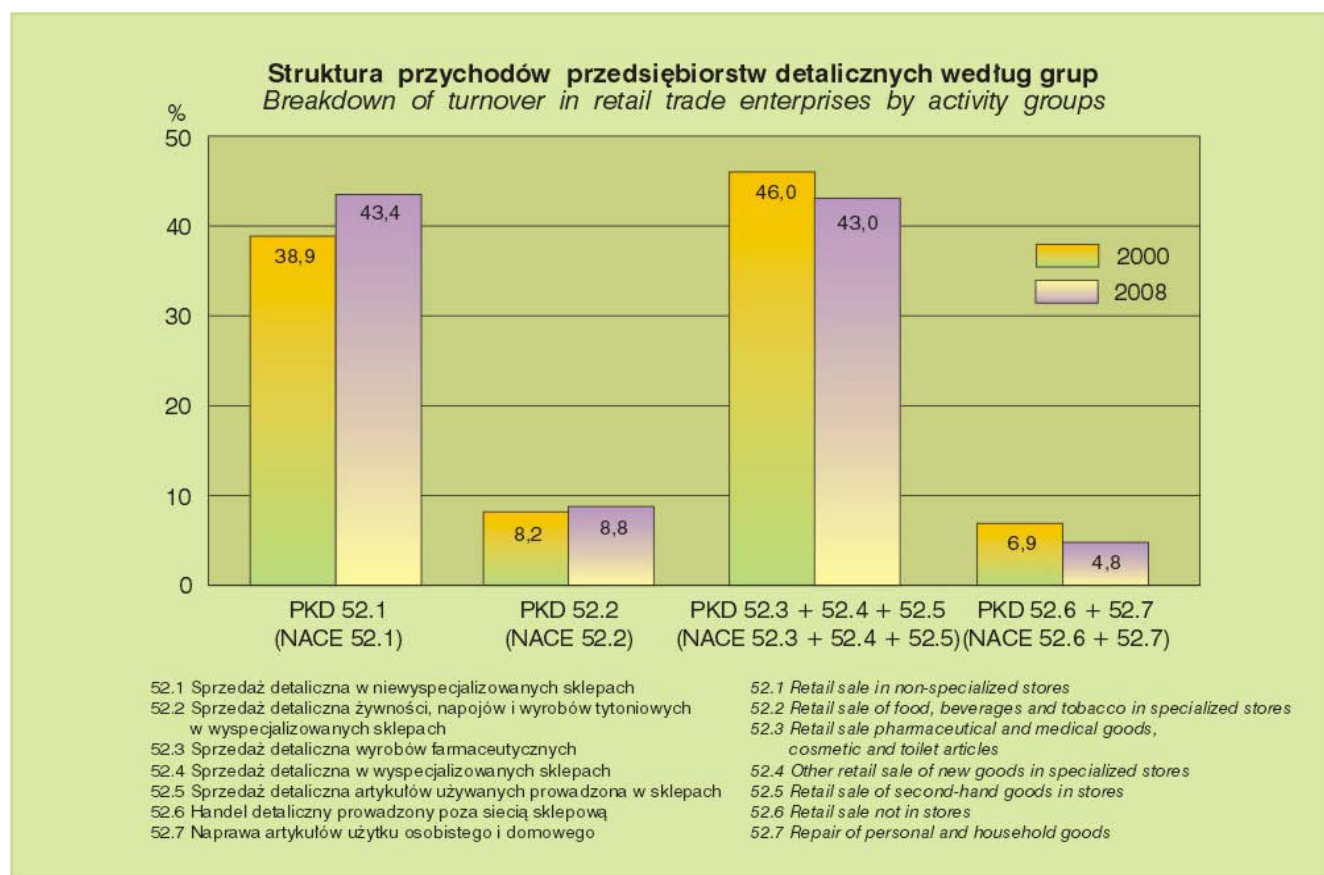
W 2008 r. przychody ogółem osiągnięte przez przedsiębiorstwa z sekcji G „Handel i naprawy”, były wyższe niż w 2007 r. o 3,1%.

Ponad połowę (51,4%) przychodów ogółem realizowały przedsiębiorstwa, z liczbą pracujących do 49 osób. Udział przychodów ze sprzedaży towarów i materiałów stanowił 91,2% ogólnej wartości przychodów przedsiębiorstw.

W strukturze przychodów ogółem realizowanych przez przedsiębiorstwa hurtowe w 2008 r. w odniesieniu do roku 2000 utrzymywał się trend spadkowy w zakresie sprzedaży hurtowej realizowanej na zlecenie łącznie z pozostałą sprzedażą hurtową. Nadal wzrastał udział przychodów realizowanych przez przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż hurtową maszyn, sprzętu i dodatkowego wyposażenia oraz udział przychodów uzyskiwanych ze sprzedaży hurtowej żywności, napojów i wyrobów tytoniowych. W ciągu ostatniego roku zmniejszył się o 0,5 pkt. proc. udział przychodów dla sprzedaży: produktów rolnych i żywych zwierząt a także półproduktów i odpadów pochodzenia nierolniczego oraz złomu.

W zakresie przedsiębiorstw detalicznych zanotowano niewielki spadek w porównaniu z rokiem ubiegłym udziału przychodów realizowanych przez przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż detaliczną w niewyspecjalizowanych sklepach, jednak nadal był on wyższy niż w roku 2000. Dla działalności prowadzących sprzedaż detaliczną farmaceutyków, artykułów używanych oraz sprzedaż w niewyspecjalizowanych sklepach udział przychodów w 2008 r. wzrósł o 0,5 pkt proc., ale nie przekroczył poziomu z roku 2000. W pozostałych działalnościach: sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych w sklepach wyspecjalizowanych, handel detaliczny prowadzony poza siecią sklepową i naprawa artykułów użytku osobistego i domowego odnotowano niewielkie zmiany w stosunku do roku ubiegłego o 0,1 pkt proc. Strukturę przychodów przedsiębiorstw handlowych wg rodzaju działalności obrazują następujące wykresy:





Ważnym czynnikiem wpływającym na rentowność przedsiębiorstw handlowych jest wielkość i poziom marż handlowych. Średnia marża zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe wynosiła w 2008 roku 17,8%. Zróżnicowanie poziomu zrealizowanych marż uzależnione jest od rodzaju działalności przedsiębiorstw, co obrazuje poniższe zestawienie:

Wyszczególnienie	2000	2005	2006	2007	2008	Specification
	w %		in %			
HANDEL POJAZDAMI^A	14,7	13,3	13,1	12,8	12,1	MOTOR TRADE^A
w tym:						of which:
50.1 sprzedaż pojazdów mechanicznych	14,0	10,1	10,7	9,9	9,4	50.1 sale of motor vehicles
50.3 sprzedaż części i akcesoriów do pojazdów mechanicznych	18,6	23,1	23,3	21,1	20,1	50.3 sale of motor vehicle parts and accessories
50.5 sprzedaż detaliczna paliw	12,8	9,7	9,6	10,0	8,7	50.5 retail sale of automotive fuel
HANDEL HURTOWY^A	16,6	14,3	14,8	15,3	15,7	WHOLESALE TRADE^A
w tym:						of which:
51.1 sprzedaż hurtowa realizowana na zlecenie ^a	18,5	20,5	23,3	18,4	17,3	51.1 wholesale on a fee or contract ^a
51.2 sprzedaż hurtowa płodów rolnych i żywych zwierząt	20,7	11,7	13,3	14,2	12,5	51.2 wholesale of agricultural raw materials and live animals
51.3 sprzedaż hurtowa żywności, napojów i tytoniu	15,3	10,7	11,3	12,1	15,7	51.3 wholesale of food, beverages and tobacco
51.4 sprzedaż hurtowa artykułów użytku domowego i osobistego	17,9	16,1	17,9	18,7	18,5	51.4 wholesale of household goods
51.5 sprzedaż hurtowa półproduktów i odpadów pochodzenia nierolniczego oraz złomu	15,4	12,1	12,4	12,9	13,0	51.5 wholesale of non-agricultural intermediate products, waste and scrap
51.8 sprzedaż hurtowa maszyn, sprzętu i dodatkowego wyposażenia....	16,4	14,7	14,8	15,4	16,0	51.8 wholesale of machinery, equipment and supplies
51.9 pozostała sprzedaż hurtowa	16,8	17,2	17,1	17,8	17,0	51.9 other wholesale
HANDEL DETALICZNY^A	22,6	25,0	25,8	24,5	25,5	RETAIL TRADE^A
w tym:						of which:
52.1 sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach	22,5	21,0	21,4	21,0	21,3	52.1 retail sale in non-specialized stores
52.2 sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych w wyspecjalizowanych sklepach	23,3	20,4	20,7	20,0	21,4	52.2 retail sale of food, beverages and tobacco in specialized stores
52.3 sprzedaż detaliczna wyrobów farmaceutycznych	16,8	27,9	30,1	25,8	25,5	52.3 retail sale pharmaceutical and medical goods, cosmetic and toilet articles
52.4 pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach	24,4	29,4	30,1	28,2	29,4	52.4 other retail sale of new goods in specialized stores
52.5 sprzedaż detaliczna artykułów używanych	27,9	56,0	56,5	51,9	52,5	52.5 retail sale second-hand goods in stores

a Prowizja

a Commision

W 2008 r. podobnie jak w latach ubiegłych najwyższy wskaźnik marży osiągany był przez przedsiębiorstwa handlu detalicznego. W dziale obejmującym handel hurtowy najwyższe marże realizowały przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż hurtową artykułów użytku domowego i osobistego (18,5%) oraz prowadzące sprzedaż hurtową realizowaną na zlecenie (17,3%). Najniższy wskaźnik realizowały przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż hurtową płodów rolnych i żywych zwierząt 12,5%. W dziale „Handel pojazdami” najniższy wskaźnik marży realizowany był przez sprzedaż detaliczną paliw (8,7%).

TABLICE
TABLES

TABL. 1. PODMIOTY GOSPODARKI NARODOWEJ ZAREJESTROWANE W REJESTRZE REGON WEDŁUG SEKCJI
Stan w dniu 31 XII
ENTITIES OF THE NATIONAL ECONOMY RECORDED IN THE REGON REGISTER BY SECTIONS
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 bezwzględ- nych in absolute numbers	w % in %	2008 = 100	w liczbach bezwzględ- nych in absolute numbers	w % in %	2008 = 100
OGÓŁEM2008 <i>Total</i>2009	3757093 3742673	x x	x 99,6	2845321 2815618	x x	x 99,0
w tym usługi2008 <i>of which services</i>2009	2857304 2844724	100,0 100,0	x 99,6	2111508 2083534	100,0 100,0	x 98,7
Handel i naprawy ^Δ2008 <i>Trade and repair</i> ^Δ2009	1136409 1097239	39,8 38,6	x 96,6	924814 887718	43,8 42,6	x 96,0
Hotele i restauracje2008 <i>Hotels and restaurants</i>2009	115136 118417	4,0 4,2	x 102,8	91329 93972	4,3 4,5	x 102,9
Transport, gospodarka magazynowa i łączność2008 <i>Transport, storage and communication</i>2009	269154 268685	9,4 9,4	x 99,8	241827 241249	11,4 11,6	x 99,8
Pośrednictwo finansowe2008 <i>Financial intermediation</i>2009	137137 130313	4,8 4,6	x 95,0	125125 117824	5,9 5,7	x 94,2
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ2008 <i>Real estate, renting and business activities</i>2009	634064 644108	22,2 22,6	x 101,6	401554 400160	19,0 19,2	x 99,7
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenie społeczne i zdrowotne ^Δ2008 <i>Public administration and defence; compulsory social security</i>2009	26965 27083	1,0 1,0	x 100,4	108 247	0,0 0,0	x 228,7
Edukacja2008 <i>Education</i>2009	97181 100496	3,4 3,5	x 103,4	45922 49300	2,2 2,4	x 107,4
Ochrona zdrowia i opieka społeczna2008 <i>Health care and social welfare</i>2009	174658 183838	6,1 6,5	x 105,3	153684 162387	7,3 7,8	x 105,7
Pozostała działalność usługowa ^Δ2008 <i>Other community, social and personal service activities</i>2009	266514 274416	9,3 9,6	x 103,0	127145 130676	6,1 6,3	x 102,8
Organizacje i zespoły eksterytorialne2008 <i>Extra-territorial organisations and bodies</i>2009	86 129	0,0 0,0	x 150,0	- 1	- 0,0	- 0,0

Źródło: Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w 2009.

Source: Structural changes in the groups of entities of the national economy in 2009.

TABL. 2. WARTOŚĆ DODANA BRUTTO WEDŁUG SEKCJI W LATACH 2000, 2008, 2009 (w cenach bieżących)*
 GROSS VALUE ADDED BY SECTIONS IN YEARS 2000, 2008, 2009 (in current prices)*

Wyszczególnienie Specification	2000		2008		2009	
	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	1 116 476	100,0	1 193 982	100,0
Total						
w tym usługi of which services	419 417	63,4	722 669	64,7	771 242	64,6
Handel i naprawy ^Δ	128 877	19,4	201 936	18,1	218 008	18,2
Trade and repair ^Δ						
Hotele i restauracje	8 311	1,3	13 595	1,2	14 451	1,2
Hotels and restaurants						
Transport, gospodarka magazynowa i łączność Transport, storage and communication	43 418	6,6	76 807	6,9	88 693	7,4
Pośrednictwo finansowe.....	32 588	4,9	58 522	5,2	45 744	3,8
Financial intemediation						
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ	87 054	13,1	158 773	14,2	172 603	14,5
Real estate and business activities						
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ	40 114	6,1	66 445	6,0	72 382	6,1
Public administration and defence; compulsory social security						
Edukacja	29 192	4,4	52 970	4,7	57 235	4,8
Education						
Ochrona zdrowia i opieka społeczna	21 600	3,3	42 902	3,8	45 540	3,8
Health care and social welfare						
Pozostała działalność usługowa ^Δ	24 266	3,7	44 625	4,0	49 739	4,2
Other service activities						
Gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników.....	3 997	0,6	6 094	0,5	6 847	0,6
Private households with employed persons						

Źródło: Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2000-2008, GUS, Warszawa, lipiec 2010; Dla roku 2009 dane wstępne na dzień 20.09.2010 r.

Source: National accounts by institutional sectors and sub-sectors 2000-2008, Central Statistical Office, Warsaw, July 2010; For 2009 preliminary data as of 20.09.2010.

* W związku z zaokrągleniami danych w postaci wartości absolutnych udziały w % mogą się różnić nieznacznie od wielkości uzyskanych z obliczeń własnych na podstawie danych zamieszczonych w niniejszej tabeli.

*In connection with rounding data in the absolute values the shares in % can differ slightly from shares compiled on the basis of data included in table.

TABL. 3. HANDEL I NAPRAWY^Δ W 2008R.
TRADE AND REPAIR^Δ IN 2008

Wyszczególnienie	Przychód ze sprzedaży Turnover	Marża Margin	Produkcja globalna Gross output	Wartość dodana brutto Gross value added	Specification
	w mln zł		in mln zł		
Handel i naprawy^Δ	1145337,7	187612,0	268185,4	144569,9	Trade and repair^Δ
Handel pojazdami ^Δ	138389,5	15232,2	255177	13771,2	Trade of motor vehicles^Δ
Sprzedaż pojazdów samochodowych	62898,5	5384,1	10160,3	4949,8	Sale of motor vehicles
Konserwacja i naprawa pojazdów samochodowych; pomoc drogowa.....	11818,1	1977,0	5233,1	3258,5	Maintenance and repair of motor vehicles
Sprzedaż części i akcesoriów do pojazdów samochodowych.....	23225,6	4330,1	5497,4	3027,0	Sale of motor vehicle parts and accessories
Sprzedaż, konserwacja i naprawa motocykli oraz sprzedaż części i akcesoriów do nich	740,0	205,3	231,2	97,6	Sale, maintenance and repair of motorcycles and related parts and accessories
Sprzedaż detaliczna paliw.....	39707,3	3335,7	4395,7	2438,3	Retail sale of automotive fuel
Handel hurtowy^Δ	709540,2	101721,1	154075,2	77451,7	Wholesale trade^Δ
Sprzedaż hurtowa realizowana na zlecenie	25309,6	3666,6	7311,1	3923,9	Wholesale on a fee or contract basis
Sprzedaż hurtowa płodów rolnych i żywych zwierząt	20330,7	2382,9	3650,3	1795,7	Wholesale of agricultural raw materials and live animals
Sprzedaż hurtowa żywności, napojów i tytoniu.....	127601,9	18589,0	26746,1	14342,7	Wholesale of food, beverages and tobacco
Sprzedaż hurtowa artykułów użytku domowego i osobistego	98508,2	16944,3	23033,3	10751,2	Wholesale of household goods
Sprzedaż hurtowa półproduktów i odpadów pochodzenia nierolniczego oraz złomu	207891,0	24920,6	38947,0	19179,4	Wholesale of non-agricultural intermediate products, waste and scrap
Sprzedaż hurtowa maszyn, sprzętu i dodatkowego wyposażenia	38110,1	5418,8	9036,3	4951,2	Wholesale of machinery, equipment and supplies
Pozostała sprzedaż hurtowa	191788,7	29798,9	45351,1	22507,6	Other wholesale
Handel detaliczny^Δ	297408,0	70658,7	88592,5	53347,0	Retail trade^Δ
Sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach	129050,5	25560,2	32704,0	20067,6	Retail sale in non-specialized stores
Sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych w wyspecjalizowanych sklepach.....	26163,9	5217,2	6549,0	4001,4	Retail sale of food, beverages and tobacco in specialized stores
Sprzedaż detaliczna wyrobów farmaceutycznych i medycznych, kosmetyków i artykułów toaletowych ...	28014,0	6858,5	7532,2	4961,2	Retail sale pharmaceutical and medical goods, cosmetic and toilet articles
Sprzedaż detaliczna pozostała nowych towarów w wyspecjalizowanych sklepach	99056,4	26992,3	33288,0	19133,1	Other retail sale of new goods in specialized stores
Sprzedaż detaliczna artykułów używanych prowadzona w sklepach.....	764,8	328,8	708,6	516,8	Retail sale second-hand goods in stores
Handel detaliczny prowadzony poza siecią sklepową	13347,9	5329,7	6908,8	4147,5	Retail sale not in stores
Naprawa artykułów użytku osobistego i domowego.....	1010,5	372,0	901,9	519,4	Repair of personal and household goods

TABL. 3. HANDEL I NAPRAWY^Δ W 2008R. (dok.)
 TRADE AND REPAIR^Δ IN 2008 (cont.)

Wyszczególnienie	Nadwyżka operacyjna brutto Gross operating surplus	Zakupy towarów i usług Purchases of goods and services	Koszty związane z zatrudnieniem Compensation of employees	Nakłady inwestycyjne ^a Investment outlays ^a	Specification
	w mln zł		in mln zł		
Handel i naprawy^Δ	83489,0	870837,1	56644,2	16618,2	Trade and repair^Δ
Handel pojazdami^Δ	7728,8	110878,1	6113,3	1687,2	Trade of motor vehicles^Δ
Sprzedaż pojazdów samochodowych ..	2288,8	51963,1	2528,8	849,6	Sale of motor vehicles
Konserwacja i naprawa pojazdów samochodowych; pomoc drogowa.....	1905,4	6605,2	1270,5	228,6	Maintenance and repair of motor vehicles
Sprzedaż części i akcesoriów do pojazdów samochodowych	1692,7	17328,3	1265,4	306,0	Sale of motor vehicle parts and accessories
Sprzedaż, konserwacja i naprawa motocykli oraz sprzedaż części i akcesoriów do nich	64,8	454,7	30,9	1,1	Sale, maintenance and repair of motorcycles and related parts and accessories
Sprzedaż detaliczna paliw.....	1277,1	34526,8	1017,7	301,9	Retail sale of automotive fuel
Handel hurtowy^Δ	45629,7	550089,3	29437,6	8539,7	Wholesale trade^Δ
Sprzedaż hurtowa realizowana na zlecenie	2349,6	17832,2	1528,7	180,4	Wholesale on a fee or contract basis
Sprzedaż hurtowa produktów rolnych i żywych zwierząt	1247,4	16510,1	483,1	129,2	Wholesale of agricultural raw materials and live animals
Sprzedaż hurtowa żywności, napojów i tytoniu.....	9666,4	98628,5	4130,8	1067,2	Wholesale of food, beverages and tobacco
Sprzedaż hurtowa artykułów użytku domowego i osobistego	5774,1	75239,2	4738,2	1065,1	Wholesale of household goods
Sprzedaż hurtowa półproduktów i odpadów pochodzenia nierolniczego oraz złomu	11908,8	168070,7	6371,1	2154,8	Wholesale of non-agricultural intermediate products, waste and scrap
Sprzedaż hurtowa maszyn, sprzętu i dodatkowego wyposażenia	2624,6	28818,5	2260,1	649,7	Wholesale of machinery, equipment and supplies
Pozostała sprzedaż hurtowa	12058,8	144990,1	9925,6	3293,3	Other wholesale
Handel detaliczny^Δ	30630,5	209865,7	21093,3	6391,3	Retail trade^Δ
Sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach	9549,4	96121,2	9524,1	3198,4	Retail sale in non-specialized stores
Sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych w wyspecjalizowanych sklepach	2132,8	19357,6	1710,4	1013,5	Retail sale of food, beverages and tobacco in specialized stores
Sprzedaż detaliczna wyrobów farmaceutycznych i medycznych, kosmetyków i artykułów toaletowych ..	2736,1	19568,9	2194,8	320,4	Retail sale pharmaceutical and medical goods, cosmetic and toilet articles
Sprzedaż detaliczna pozostała nowych towarów w wyspecjalizowanych sklepach	12026,3	66851,3	6742,2	1792,7	Other retail sale of new goods in specialized stores
Sprzedaż detaliczna artykułów używanych prowadzona w sklepach....	396,2	287,2	113,6	2,9	Retail sale second-hand goods in stores
Handel detaliczny prowadzony poza siecią sklepową	3390,2	7401,3	692,2	56,4	Retail sale not in stores
Naprawa artykułów użytku osobistego i domowego.....	399,5	282,2	116,0	7,0	Repair of personal and household goods

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.