



**GŁÓWNY URZĄD STATYSTYCZNY**

# **RYNEK WEWNĘTRZNY W 2011 R.**

**Informacje  
i opracowania  
statystyczne**

**Warszawa 2012**

**Opracowanie publikacji**

**GUS, Departament Handlu i Usług**

zespół

**Wydziału Handlu Wewnętrznego:**

Izabella Adamczyk, Jolanta Biernat,  
Katarzyna Kachniarz, Marta Nerlewska,  
Małgorzata Rajkowska, Anna Swat

oraz zespół

**Wydziału Usług Biznesowych:**

Dominika Gawrychowska,  
Agnieszka Kaźmierczak,  
Katarzyna Korfanty-Rusiniak

pod kierownictwem      Ewy Adach-Stankiewicz  
Dyrektora Departamentu

**Przy publikowaniu danych GUS – prosimy o podanie źródła**

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

SPIS TREŚCI		Tablica	Strona
	Przedmowa.....	x	4
	Wykaz skrótów.....	x	5
I	UWAGI METODYCZNE.....	x	6
	1. Źródła i zakres danych .....	x	6
	2. Objaśnienia podstawowych pojęć .....	x	11
II	KOMENTARZ ANALITYCZNY .....	x	18
	1. Usługi .....	x	18
	Analiza wybranych działalności usługowych.....	x	27
	2. Handel wewnętrzny .....	x	34
	Przepływ towarów handlowych.....	x	36
	Obroty przedsiębiorstw handlowych .....	x	36
	Sprzedaż detaliczna .....	x	41
	Punkty sprzedaży detalicznej.....	x	43
	Gastronomia.....	x	48
	Sprzedaż hurtowa .....	x	50
	Zaopatrzenie rynku .....	x	51
III	TABLICE .....		

## **PRZEDMOWA**

Niniejsza publikacja jest kolejną edycją opracowania „Rynek wewnętrzny” wydawanego co roku przez Główny Urząd Statystyczny w serii „Informacje i opracowania statystyczne”.

Zaprezentowane dane 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 dane ze sprawozdań statystycznych wzbogacone wybranymi danymi administracyjnymi obejmujące wszystkie typy podmiotów prowadzących działalność usługową. Wyniki badań zostały przedstawione w przekrojach terytorialnych oraz według struktury organizacyjnej i formy własności podmiotów. Dane według rodzajów działalności zaprezentowane zostały w układzie Polskiej Klasyfikacji Działalności 2007.

Całość opracowania składa się z trzech części: uwag metodycznych zawierających źródła informacji, opisy badań i definicje pojęć, analizy wyników badań oraz części tabelarycznej.

Oddając do Państwa rąk „Rynek wewnętrzny w 2011 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

### Klasyfikacje

PKD	=	Polska Klasyfikacja Działalności
PKWiU	=	Polska Klasyfikacja Wytrobów i Usług
CN	=	Scalona Nomenklatura Towarowa Handlu Zagranicznego

### Ważniejsze skróty

tys.	=	tysiąc
mln	=	milion
mld	=	miliard
zł	=	złoty
szt.	=	sztuka
kpl.	=	komplet
nr	=	numer
wol.	=	wolumen
g	=	gram
kg	=	kilogram
t	=	tona
l	=	litr
hl	=	hektolitr
r.	=	rok
art.	=	artykuł
tabl.	=	tablica
p.proc.	=	punkt procentowy
PKB	=	Produkt Krajowy Brutto
SAD	=	Jednolity Dokument Administracyjny

### Znaki umowne

Kreska (-)	-	zjawisko nie wystąpiło
Zero: (0)	-	zjawisko istniało w wielkości mniejszej od 0,5;
(0,0)	-	zjawisko istniało w wielkości mniejszej od 0,05;
Kropka (.)	-	zupełny brak informacji albo brak informacji wiarygodnych;
Znak (x)	-	wypełnienie pozycji jest niemożliwe lub niecelowe;
Znak (*)	-	oznacza, że dane zostały zmienione w stosunku do wcześniej opublikowanych;
Znak (Δ)	-	oznacza, że nazwy zostały skrócone w stosunku do obowiązującej klasyfikacji; ich pełne nazwy podano w uwagach metodycznych;
“W tym”	-	oznacza, że nie podaje się wszystkich składników sumy;

### 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** – stan na dzień 31.12.2011 r. (17 krajów Unii Gospodarczo-Walutowej: Austria, Belgia, Cypr, Estonia, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Irlandia, Luksemburg, Malta, Niderlandy, Niemcy, Portugalia, Słowacja, Słowenia, Włochy).

## I. UWAGI METODYCZNE

### 1. Źródła i zakres danych

Informacje zaprezentowane w publikacji zostały opracowane na podstawie wyników badań statystycznych przeprowadzonych za pomocą sprawozdań:

- a) W zakresie podmiotów z liczbą pracujących 9 osób i mniej:
  - SP-3 – Sprawozdanie o działalności gospodarczej przedsiębiorstw
  - H-01/k – Kwartalne badanie przychodów w przedsiębiorstwach handlowych
  
- b) W zakresie podmiotów z liczbą pracujących 10 osób i więcej:
  - BS – Sprawozdanie ze sprzedaży usług związanych z obsługą działalności gospodarczej
  - H-01a – Sprawozdanie o działalności sklepów detalicznych i stacji paliw
  - H-01g – Sprawozdanie o sieci placówek gastronomicznych
  - H-01s – Sprawozdanie o sprzedaży detalicznej i hurtowej
  - H-01w – Sprawozdanie o sieci handlowej
  - DG-1 – Meldunek o działalności gospodarczej
  - F01/I01 – Sprawozdanie o przychodach, kosztach i wyniku finansowym oraz o nakładach na środki trwałe
  - F-02 – Statystyczne sprawozdanie finansowe
  - SP – Roczna ankieta przedsiębiorstwa
  - P-01 – Sprawozdanie o produkcji
  
- c) W zakresie jednostek z liczbą pracujących powyżej 49 osób:
  - P-02 – Meldunek o produkcji wyrobów i zapasach
  - PU – Sprawozdanie o zakupie usług

Wykorzystane zostały również dane ze sprawozdania SG-01 – Statystyka gminy: gospodarka mieszkaniowa i komunalna oraz informacje z systemów administracyjnych Ministerstwa Finansów (SAD, INTRASTAT).

Na potrzeby niniejszego opracowania przyjęto, że usługi tworzą podmiotowo określone jednostki, których podstawowy rodzaj działalności sklasyfikowano wg PKD 2007 w sekcjach:

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

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:

<b>skrót</b>	<b>pełna nazwa</b>
<b>sekcje</b>	
Handel; naprawa pojazdów samochodowych	Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle
Zakwaterowanie i gastronomia	Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi
<b>działy</b>	
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
<b>inne grupowania</b>	
Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i zarządzanie	Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe. Doradztwo związane z zarządzaniem

Dla potrzeb badań krótkookresowych dotyczących obrotów przedsiębiorstw handlu detalicznego 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.

<b>PKD 2007</b>	<b>Rodzaj działalności</b>
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

**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<sup>a</sup>:**

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	-
Mebłe, 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 według rodzaju działalności przedsiębiorstw i obejmuje sprzedaż realizowaną przez jednostki handlowe i niehandlowe. Szeroki zakres badanych podmiotów pozwala na eliminację wahań obserwowanego zjawiska wynikających ze zmian rodzaju działalności dokonywanych przez przedsiębiorstwa.

## 2. Objasnienia podstawowych pojęć

**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.

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

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

**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.

Sprzedaż detaliczna obejmuje ponadto sprzedaż realizowaną przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet. Wartość sprzedaży detalicznej stanowi sumę sprzedaży detalicznej 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 wydzierżawiona przez inną osobę prawną lub fizyczną, która na tej części powierzchni prowadzi sprzedaż detaliczną na własny rachunek - to ta część stanowi odrębny sklep.

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



Wyróżniamy następujące formy organizacyjne sklepów:

- **domy towarowe** są to wielodziałowe sklepy o powierzchni sal sprzedażowych 2000 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> do 1999 m<sup>2</sup>, prowadzące sprzedaż towarów o podobnym asortymencie jak w domach towarowych,
- **supermarkety** są to sklepy o powierzchni sprzedażowej od 400 m<sup>2</sup> do 2499 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup>,
- **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 m<sup>2</sup>, 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.

**Powierzchnia sprzedażowa sklepu** - część lokalu sklepowego przeznaczona na ekspozycję towarów oraz sprzedaż (tzn. część przeznaczona do eksponowania towarów i obsługi nabywców), mierzona w m<sup>2</sup>.

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 HANDLOWE**<sup>1</sup> - magazyny jednostek zajmujących się obrotem towarami.

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

Magazyny handlowe zajmują:

- powierzchnię składową (w m<sup>2</sup>) 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,

<sup>1</sup> Począwszy od 2006 r. badanie prowadzone jest w cyklu trzyletnim.

- pojemność użytkową (w m<sup>3</sup>): zbiorników przeznaczonych do magazynowania towarów płynnych, półpłynnych, gazowych; silosów (elewatorów) do magazynowania towarów sypkich, sproszkowanych, drobnoziarnistych, itp.

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

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

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

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

Wyróżniamy następujące **placówki gastronomiczne**:

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

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

- **towarów handlowych** zakupionych i odsprzedawanych w niezmienionej postaci po ewentualnym konfekcjonowaniu, w tym napojów alkoholowych, wyrobów tytoniowych,
- **produkcji gastronomicznej** - wyrobów kulinarnych, ciastkarskich i innych wytworzonych na własne potrzeby,

- **świadczonych usług** - np. wpływy z tytułu opłat za korzystanie z szatni, przechowalni bagażu, obsługi parkingów, z tytułu działalności rozrywkowej, za zorganizowanie przyjęć poza zakładem i w zakładzie, za wypożyczenie sali itp.

**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.

Dane o poziomie spożycia opracowane metodą bilansową służą ocenie globalnych zmian spożycia żywności w kraju i nie mogą być bezpośrednio porównywane z danymi o spożyciu artykułów żywnościowych w gospodarstwach domowych opracowanymi na podstawie wyników reprezentacyjnych badań budżetów domowych.

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.

**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. 24) przyjęto liczbę ludności według stanu z dnia 30 VI. Przy przeliczaniu danych dotyczących liczby ludności przypadającej na jeden sklep (tabl. 13) przyjęto liczbę ludności według stanu w dniu 31 XII.
5. Liczbę sklepów i stacji paliw wg stanu w dniu 31 XII w podziale na specjalizacje branżowe i formy organizacyjne ustalono na podstawie wykazu sklepów sporządzonego przez jednostki o liczbie pracujących 10 i więcej osób realizujące sprzedaż detaliczną (H-01w) oraz dla jednostek, w których liczba pracujących nie przekracza 9 osób, oszacowano w oparciu o wyniki badania reprezentacyjnego przeprowadzonego na 5% próbie tych jednostek (SP-3); do 2003 r. dane opracowywano na podstawie rejestru.
6. Dane za lata 2010 i 2011 przeliczone zostały zgodnie z bilansem ludności opracowanym na bazie Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań 2011.

## II. KOMENTARZ ANALITYCZNY

### 1. Usługi

Od wielu lat na świecie i w Polsce obserwowany jest wzrost znaczenia usług, czego odzwierciedleniem jest wzrost udziału wartości dodanej brutto generowanej przez podmioty prowadzące działalność usługową w poszczególnych gospodarkach narodowych. W Unii Europejskiej (UE) udział wartości dodanej działalności usługowej wykazuje tendencję rosnącą z różnym tempem zmian w poszczególnych krajach.

W 2011 r. wśród krajów członkowskich UE najwyższy udział wartości dodanej wytworzonej przez usługi odnotowano na Cyprze – 80,6%, na Malcie – 80,2% oraz we Francji – 79,5%. Duży udział w wartości dodanej całej gospodarki usługi stanowią w takich krajach jak Wielka Brytania (76,1%), Włochy (73,4%), Hiszpania (70,6%) czy Niemcy (68,3%). Najbardziej znaczący wzrost udziału działalności usługowej w tworzeniu wartości dodanej w stosunku do 2000 r. wykazała Malta (o 11,4 p.proc.), następnie Irlandia (o 10,3 p.proc.), a w dalszej kolejności: Finlandia (o 7,3 p.proc.), Portugalia oraz Grecja, w których wzrost wyniósł 6,7 p.proc., w Hiszpanii odnotowano wzrost o 5,8 p.proc., Belgii – 5,0 p.proc., w Wielkiej Brytanii – 4,1 p.proc., a we Włoszech – 3,9 p.proc. Spadek udziału usług w tworzeniu wartości dodanej brutto zaobserwowano m.in. w Słowacji (o -4,3 p.proc.), w Rumunii (-2,0 p.proc.) i w Niemczech (o -0,1 p.proc.).

Tab.1. Udział wartości dodanej brutto wytworzonej w usługach w wartości dodanej brutto wytworzonej w gospodarce narodowej (ceny bieżące) - PKD 2007

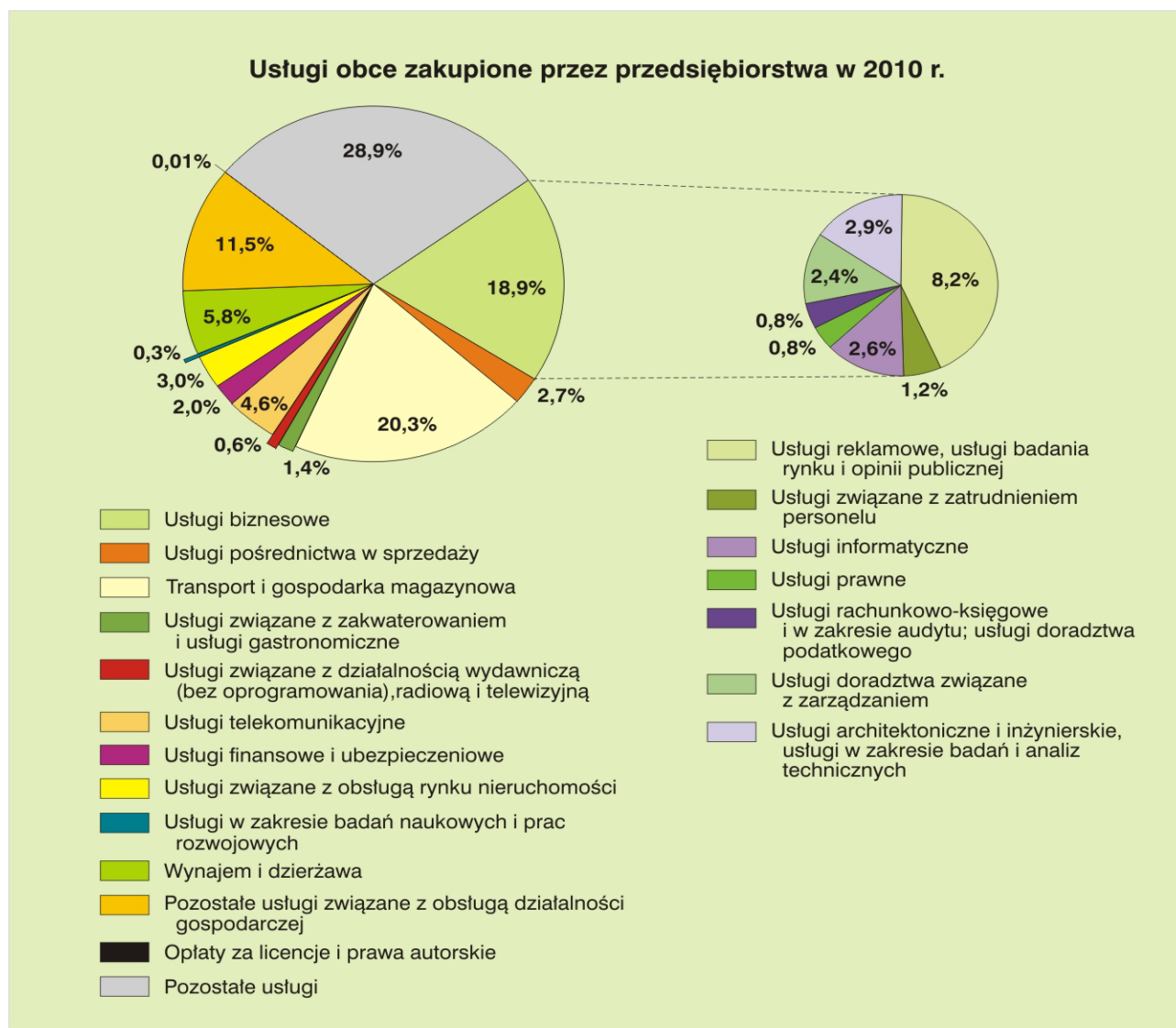
Kraje	Lata	Udział w %	Kraje	Lata	Udział w %
Austria.....	2000	66,6	Malta .....	2000	68,8
	2011	69,0		2011	80,2
Belgia .....	2000	71,5	Niderlandy.....	2000	72,8
	2011	76,5		2011	73,6
Bułgaria.....	2000	61,0	Niemcy .....	2000	68,4
	2011	63,3		2011	68,3
Cypr .....	2000	75,2	<b>Polska .....</b>	<b>2000</b>	<b>64,0</b>
	2011	80,6		<b>2011</b>	<b>62,9*</b>
Dania .....	2000	70,9	Portugalia .....	2000	67,9
	2011	76,3		2011	74,6
Estonia .....	2000	67,6	Republika Czeska.....	2000	59,0
	2011	66,4		2011	60,2

Kraje	Lata	Udział w %	Kraje	Lata	Udział w %
Finlandia .....	2000	62,1	Rumunia .....	2000	53,5
	2011	69,4		2011	51,5
Francja .....	2000	74,7	Słowacja .....	2000	59,3
	2011	79,5		2011	55,0
Grecja .....	2000	72,3	Słowenia .....	2000	62,0
	2011	79,0		2011	66,9
Hiszpania .....	2000	64,8	Szwecja .....	2000	69,6
	2011	70,6		2011	71,4
Irlandia .....	2000	61,5	Węgry .....	2000	61,8
	2011	71,8		2011	62,1
Litwa .....	2000	64,2	W.Brytania .....	2000	72,0
	2011	65,4		2011	76,1
Łotwa .....	2000	70,2	Włochy .....	2000	69,5
	2011	70,1		2011	73,4

Źródło: Eurostat, z dn. 26.09.2012 r.; brak danych dla Luksemburga

\* Dane dla Polski za 2011 r., Komunikat Głównego Urzędu Statystycznego w sprawie skorygowanego szacunku wartości nominalnej produktu krajowego brutto za lata 2010 i 2011 z dnia 28.09.2012 r.

W 2010 r., wartość usług zakupionych przez przedsiębiorstwa<sup>1</sup> od innych podmiotów wyniosła ponad 261 mld zł.



W zależności od prowadzonej działalności przedsiębiorstwa nabywają różnego rodzaju usługi. Usługi transportowe i gospodarka magazynowa stanowiły największy udział w zakupach usług ogółem, w tym zwłaszcza w podmiotach prowadzących działalność związaną z transportem i gospodarką magazynową (wg PKD sekcja H) - 57%, w przedsiębiorstwach zajmujących się przetwórstwem przemysłowym (wg PKD sekcja C) - 26%.

W przypadku 91% podmiotów głównym dostawcą usług było obce przedsiębiorstwo, w tym 57% podmiotów pozyskiwało usługi na podstawie stałej umowy - były to w przeważającej części usługi telekomunikacyjne. 34% podmiotów zakupiło usługi na podstawie jednorazowego zlecenia i były to najczęściej usługi związane z zakwaterowaniem i usługi gastronomiczne. Podmioty, które pozyskały usługi wewnątrz przedsiębiorstwa stanowiły 5% ogółu i były to głównie usługi rachunkowo-księgowe, audytu i doradztwa podatkowego. Outsourcing w ramach grupy przedsiębiorstw dotyczył 4% podmiotów, które najczęściej nabywały usługi informatyczne.

<sup>1</sup> Dotyczy przedsiębiorstw powyżej 49 pracujących.



Główny dostawca usług najczęściej zlokalizowany był na terenie tego samego województwa (65% podmiotów). Niemal 1/3 podmiotów nabywała usługi od dostawców krajowych, którzy mają siedzibę w innym województwie. Znacznie mniejsze zainteresowanie podmioty gospodarcze wykazały zakupem usług poza granicami kraju - 4% nabytych usług pochodziło z krajów Unii Europejskiej (EU), a tylko 1% spoza Unii Europejskiej.

Ponad połowa badanych jednostek (54%) nie wskazała barier związanych z zakupem usług za granicą. Lokalizacja dostawcy usług stanowi trudność w outsourcingu usług dla 14% podmiotów, natomiast dla 10% przedsiębiorstw są to bariery ekonomiczne. Bariery prawne i regulacyjne oraz inne bariery stanowią odpowiednio 6% i 7%. Pozostałe przeszkody takie jak brak zaufania, informacji o dostawcach, bariery językowe i bariery związane z przejrzystością rynku były mniej istotne dla przedsiębiorców.

W 2010 r., 70% podmiotów zadeklarowało pozostawienie obecnego poziomu zakupu usług w ciągu kolejnych dwóch lat. Zwiększenie outsourcingu usług planowało 21% jednostek, natomiast ich zmniejszenie - 9%.

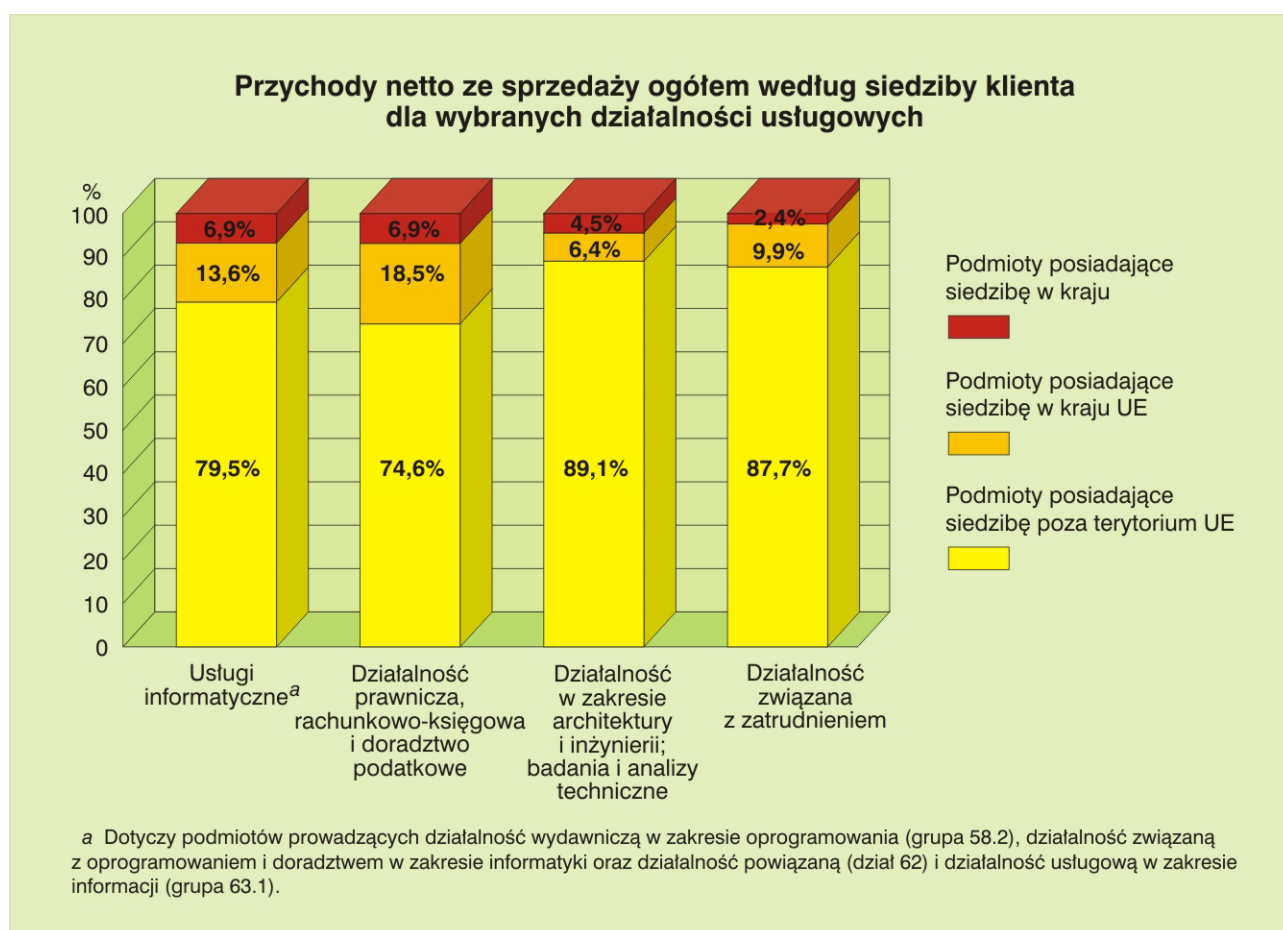
Usługi związane z obsługą działalności gospodarczej, tzw. usługi biznesowe, stanowią stosunkowo nowy, ale dynamicznie rozwijający się segment sektora usług. Do podmiotów<sup>2</sup> świadczących usługi biznesowe zaliczyć należy przedsiębiorstwa prowadzące m.in. działalność w ramach usług informatycznych, prawniczych, rachunkowo-księgowych, zarządzania, usług inżynierskich i architektonicznych, reklamowych oraz usług związanych z zatrudnieniem.

W 2010 r. wśród wszystkich przedsiębiorstw niefinansowych około 11% stanowiły jednostki świadczące usługi biznesowe. W tym samym roku populacja podmiotów świadczących usługi biznesowe odnotowała wzrost na poziomie prawie 3,0% w porównaniu z rokiem poprzednim wobec 3,2% wzrostu liczby wszystkich podmiotów niefinansowych w całej gospodarce narodowej. Jednocześnie w tym samym okresie w segmencie usług biznesowych odnotowano wzrost liczby pracujących o ponad 5%, podczas gdy ogólna liczba pracujących w przedsiębiorstwach niefinansowych w kraju wzrosła o 0,3%.

---

<sup>2</sup> Dotyczy przedsiębiorstw z liczbą pracujących powyżej 9 osób.

Przedsiębiorstwa zaliczane do segmentu usług biznesowych koncentrują swoją działalność na rynku krajowym. W 2010 r. 81,5% przychodów ogółem tych przedsiębiorstw pochodziło z tytułu świadczenia usług związanych z obsługą działalności gospodarczej podmiotom mającym siedzibę na terenie Rzeczypospolitej Polskiej (w porównaniu z ub. rokiem odnotowano wzrost udziału o 1,8 p.proc.). Źródłem 13,0% przychodów byli usługobiorcy posiadający siedzibę w krajach Unii Europejskiej, a dla pozostałych 5,5% - podmioty z siedzibą zlokalizowaną poza UE. W 2010 r. odnotowano spadek udziału przychodów z tytułu świadczenia usług obsługi działalności gospodarczej podmiotom posiadającym siedzibę za granicą o 1,8 p.proc.



W 2010 r. wartość przychodów netto ze sprzedaży ogółem przedsiębiorstw świadczących usługi związane z obsługą działalności gospodarczej wyniosła 70,1 miliardów zł (wzrost o 10,5% w porównaniu z 2009 r.).

Największy wzrost przychodów w 2010 r. odnotowano w działalności związanej z zatrudnieniem (wg PKD dział 78 Sekcja N) - o ponad 47%. W podmiotach prowadzących działalność prawniczą, rachunkowo-księgową i doradztwo podatkowe (wg PKD dział 69 Sekcja M) zaobserwowano wzrost wartości przychodów o niecałe 27%. Przedsiębiorstwa świadczące usługi doradztwa związanego z zarządzaniem (wg PKD grupa 70.2 Sekcja M) odnotowały w 2010 r. spadek wartości przychodów o prawie 14% w stosunku do ub. roku.

W przedsiębiorstwach świadczących usługi informatyczne przychody z tytułu usług związanych z oprogramowaniem (wg PKWiU 62.01) stanowiły największy udział (30,9%) w strukturze przychodów netto ze sprzedaży ogółem osiągając wartość 6,2 mld zł. W porównaniu z 2009 r., odnotowano spadek udziału tych usług w przychodach ogółem o 4,3 p.proc.

W ramach przedsiębiorstw prowadzących działalność związaną z usługami prawnymi, rachunkowo-księgowymi i doradztwa podatkowego (wg PKD dział 69 Sekcja M), największy udział w strukturze przychodów ze sprzedaży (37,1%) stanowiły usługi rachunkowo-księgowe (wg PKWiU 69.20.2). W porównaniu z 2009 r. udział ten wzrósł o ponad 3 p.proc. Wartość tych usług wyniosła 2,7 mld zł.

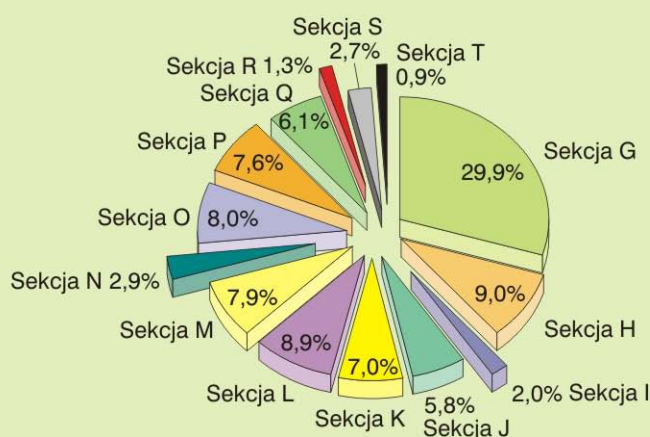
W 2010 r., największy udział przychodów ze sprzedaży netto (50,8%) w przedsiębiorstwach prowadzących działalność w zakresie architektury i inżynierii oraz badania i analizy techniczne (wg PKD dział 71 Sekcja M) stanowiły usługi inżynieryjne i związane z nimi doradztwo techniczne (wg PKWiU 71.12), a ich udział w porównaniu z 2009 r. wzrósł o 16 p.proc. Wartość tych usług wyniosła 7,4 mld zł.

Na przestrzeni ostatnich lat obserwuje się znaczny wzrost znaczenia usług związanych z zatrudnieniem (wg PKD dział 78 Sekcja N). W ramach tej działalności największy udział w 2010 r. (prawie 42%) stanowiły pozostałe usługi związane z udostępnianiem pracowników (wg PKWiU 78.30), a ich wzrost w stosunku do 2009 r. wyniósł ponad 7 p.proc. Wartość tych usług wyniosła 1,9 mld zł.

W 2011 r. w Polsce wartość dodana brutto wytworzona przez podmioty prowadzące działalności o charakterze usługowym stanowiła 62,9% wartości dodanej brutto całej gospodarki narodowej. Liczba pracujących w tych jednostkach stanowiła 56,3% 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.

W 2011 r. działalnością dominującą wśród pomiotów usługowych pod względem wartości dodanej była działalność handlowa, której udział wyniósł 29,9% wartości dodanej wytworzonej przez wszystkie jednostki prowadzące działalności o charakterze usługowym. Udział działalności w zakresie transportu i gospodarki magazynowej (wg PKD sekcja H) był na poziomie 9,0%, natomiast działalności związanej z obsługą rynku nieruchomości (wg PKD sekcja L) – 8,9%.

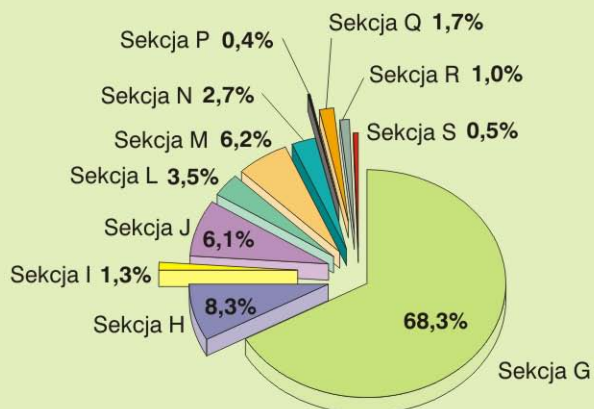
**Struktura wartości dodanej brutto w usługach wg sekcji PKD w 2011 r.**



Źródło: Komunikat Głównego Urzędu Statystycznego w sprawie skorygowanego szacunku wartości nominalnej produktu krajowego brutto za lata 2010 i 2011 z dnia 28.09.2012r.  
Patrz Uwagi Metodyczne str. 8.

W 2010 r. najwyższy udział w przychodach usług ogółem stanowiły przychody przedsiębiorstw prowadzących działalność handlową (wg PKD sekcja G) – ponad 68,3%, w dalszej kolejności przedsiębiorstw świadczących usługi w zakresie transportu i gospodarki magazynowej (wg PKD sekcja H) – 8,3%. Udziały przedsiębiorstw prowadzących działalność zaklasyfikowaną do sekcji M „Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna” oraz do sekcji J „Informacja i komunikacja” kształtowały się odpowiednio na poziomie 6,2% i 6,1%.

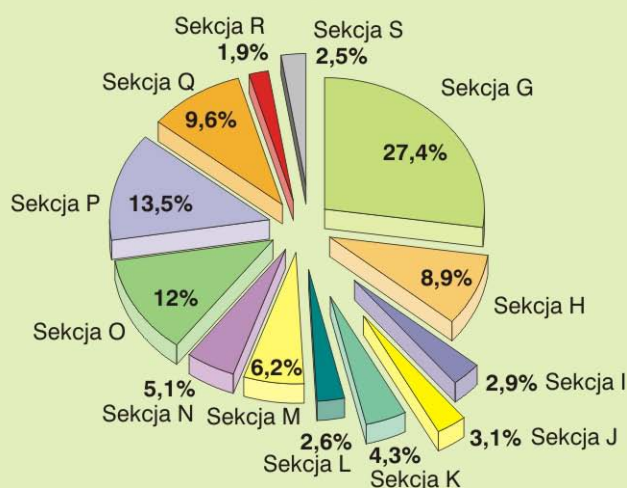
**Struktura przychodów w usługach wg sekcji PKD w 2011 r.**



Źródło: Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2010 r., GUS, Warszawa (Sekcja N [bez klasy 81.30.Z], Sekcja Q [bez klasy 86.10.Z], Sekcja S [działy 95 i 96]);

W 2011 r., wśród podmiotów usługowych, najwięcej osób pracowało w przedsiębiorstwach zaliczanych do sekcji „Handel i naprawa pojazdów samochodowych” (wg PKD sekcja G) – 27,4% ogółu pracujących w podmiotach usługowych, następnie do sekcji „Edukacja” (wg PKD sekcja P) – 13,5% oraz do sekcji „Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne” (wg PKD sekcja O) – 12,0%.

**Struktura pracujących w usługach wg sekcji PKD w 2011 r.**



Źródło: Mały Rocznik Statystyczny Polski 2012;

Najwyższe przeciętne wynagrodzenie brutto w 2011 r. odnotowano w sekcji „Informacja i komunikacja” (wg PKD sekcja J) – 5 800 zł, „Działalność finansowa i ubezpieczenia” (wg PKD sekcja K) – 5 739 zł oraz „Administracja publiczna i obrona narodowa” (wg PKD sekcja O) – 4 320 zł.

W podmiotach zaliczanych do sekcji I „Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi” odnotowano najniższe przeciętne wynagrodzenie brutto na poziomie 2 106 zł.

W stosunku do 2010 r., największy wzrost przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia w 2011 r. zaobserwowano w sekcji N „Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca” do 2 309 zł, to jest o 8,7% w stosunku do ub. roku, przy jednoczesnym wzroście przeciętnego zatrudnienia o 2,1%. We wszystkich przedsiębiorstwach zaliczanych do sekcji usługowych odnotowano wzrost przeciętnego wynagrodzenia.

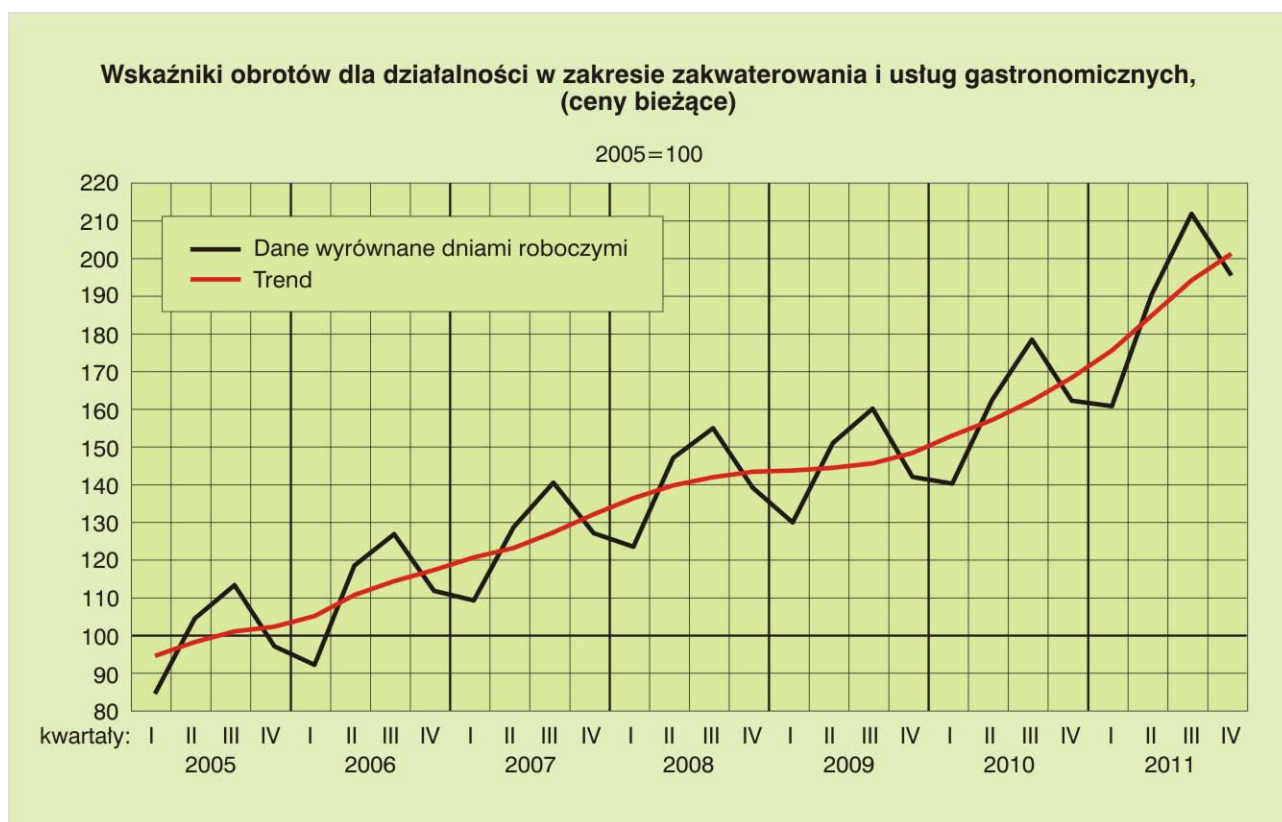
W 2011 r. działalnością dominującą wśród jednostek usługowych pod względem przeciętnego zatrudnienia była działalność handlowa, w której zatrudnionych było 1 599,7 tys. osób (wzrost w stosunku do 2010 r. o 0,1%). W sekcji P „Edukacja” w tym samym roku pracowało 1 037,1 tys. osób. Najniższe przeciętne zatrudnienie zaobserwowano w sekcji S „Pozostała działalność usługowa” – 97,3 tys. osób.

Największy wzrost przeciętnego zatrudnienia odnotowano w sekcji L „Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości” – o 4,1%. Największy spadek przeciętnego zatrudnienia odnotowano w administracji publicznej i obronie narodowej (wg PKD sekcja O) – o 1,9%.

## Analiza wybranych działalności usługowych.

Wśród działalności usługowych można wyodrębnić usługi, których duże znaczenie i rozwój związany jest z rolą wspomagającą wobec innych podmiotów gospodarczych. W celu obserwowania zmian w tym zakresie prowadzone są krótkookresowe badania tych działalności usługowych. Przedstawione poniżej dane wynikowe dotyczą przedsiębiorstw o liczbie pracujących powyżej 9 osób.

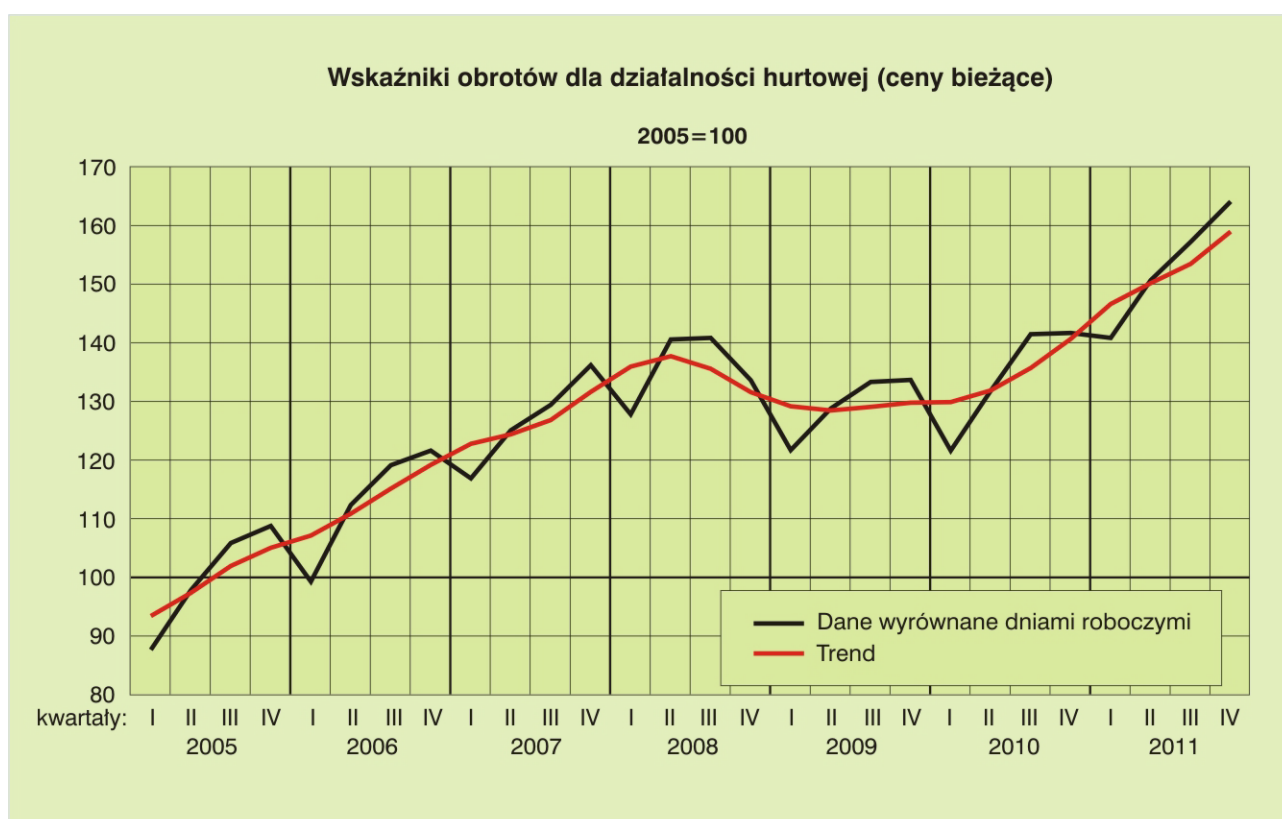
Dla przedsiębiorstw prowadzących działalność związaną z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (wg PKD sekcja I) zanotowano wzrost obrotów w porównaniu z 2010 r. o 18,0%. W końcu roku 2011 zatrudnionych było o 8,5% więcej osób. Odnotowano wyższy niż rok wcześniej wskaźnik poziomu kosztów z 94,0% w 2010 r. do 95,4% w 2011 r. Wskaźnik rentowności obrotu brutto pogorszył się (z 6,0% w 2010 r. do 4,7% w 2011 r.), przy jednoczesnym spadku wskaźnika rentowności obrotu netto, który wyniósł 3,8%.





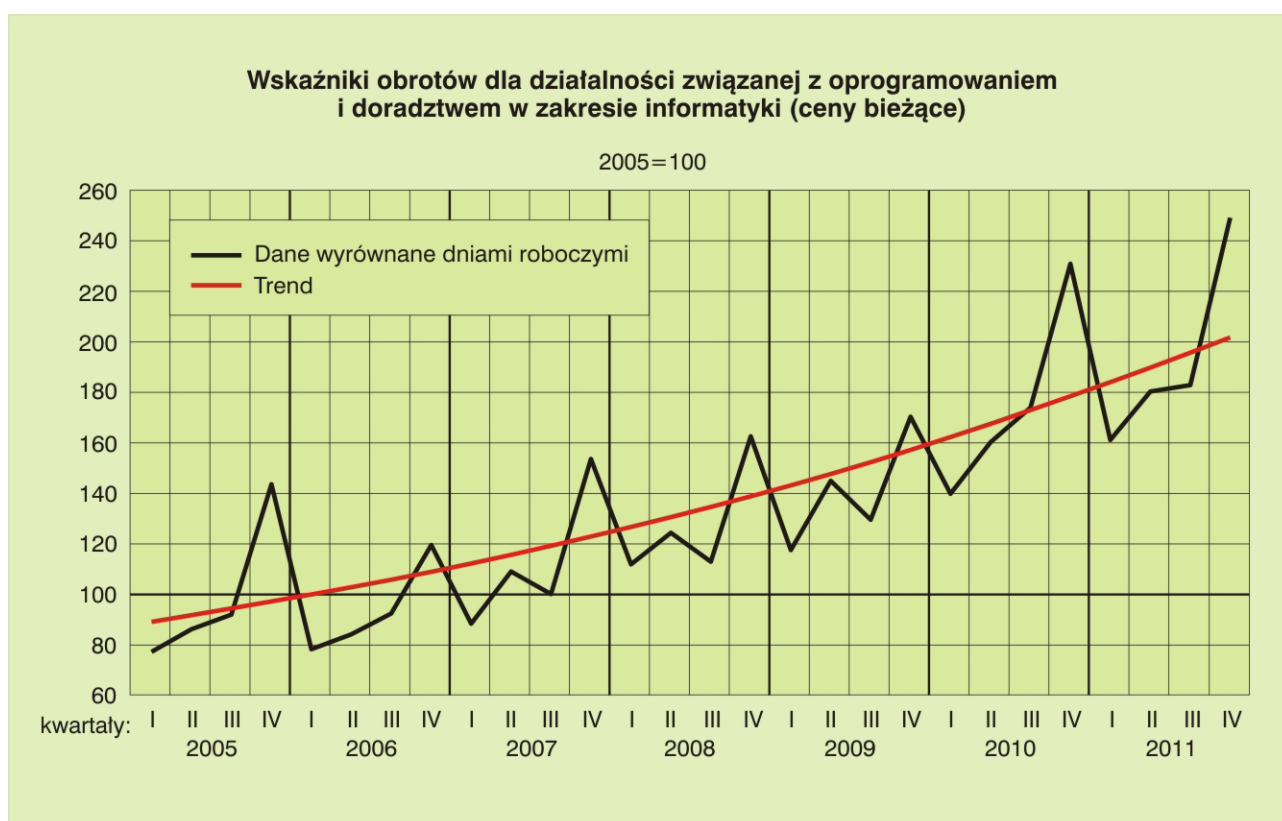
\* \* \*

W działalności przedsiębiorstw hurtowych (wg PKD dział 46), zaobserwowano w 2011 r. wzrost obrotów o 14,2% w porównaniu z 2010 r. Na koniec 2011 r. liczba przedsiębiorstw hurtowych była wyższa w porównaniu z poprzednim rokiem o 7,8%. Spadła natomiast liczba pracujących (o 1,9%). Wskaźnik poziomu kosztów nieznacznie wzrósł pozostając nadal na wysokim poziomie (97,2% wobec 97,0% przed rokiem). Gorszy niż w 2010 r. był zarówno wskaźnik rentowności obrotu brutto (2,8% wobec 3,0% w 2010 r.), jak i netto (2,3% wobec 2,5% przed rokiem).

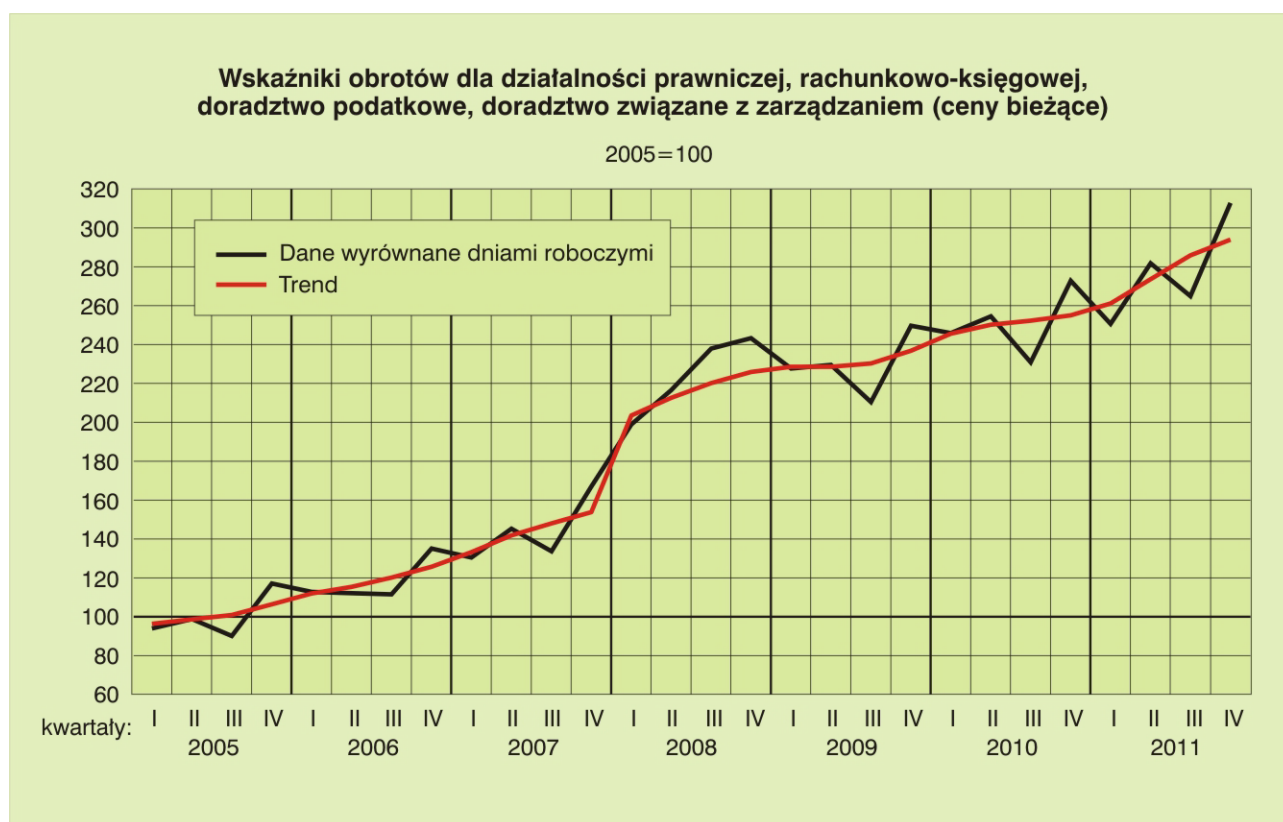




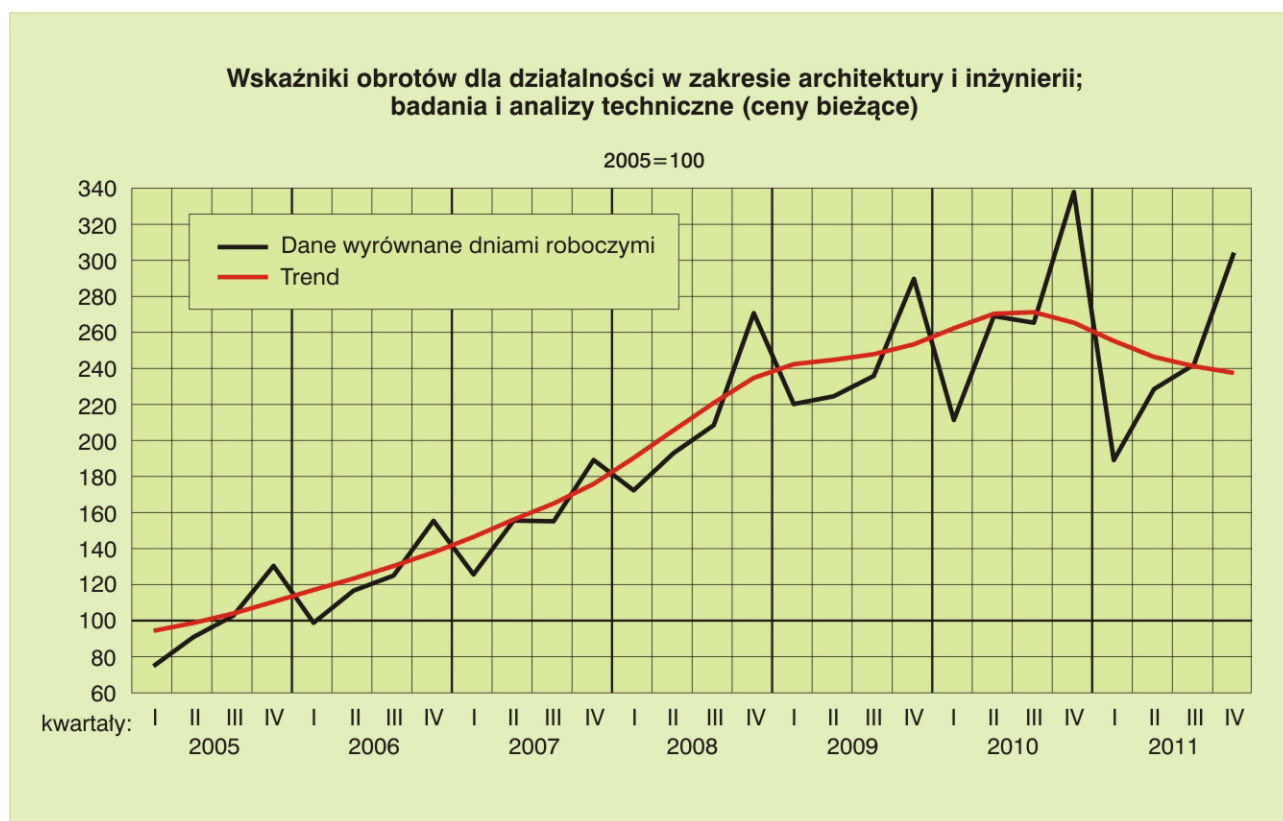
W branży informatycznej (wg PKD dział 62) w 2011 r. odnotowano wzrost o ponad 10% wartości obrotów w stosunku do 2010 r. przy jednoczesnym wzroście liczby przedsiębiorstw o 19,5% oraz liczby pracujących o 15,2%. Odnotowano spadek wskaźnika rentowności obrotu brutto (z poziomu 11,3% w 2010 r. do 9,3% w r. 2011), jak i wskaźnika rentowności obrotu netto (z 9,9% w 2010 r. do 7,5% w 2011). Wskaźnik poziomu kosztów z całokształtu działalności również uległ pogorszeniu, osiągając poziom 90,7% w 2011 r. wobec 88,7% w 2010 r.



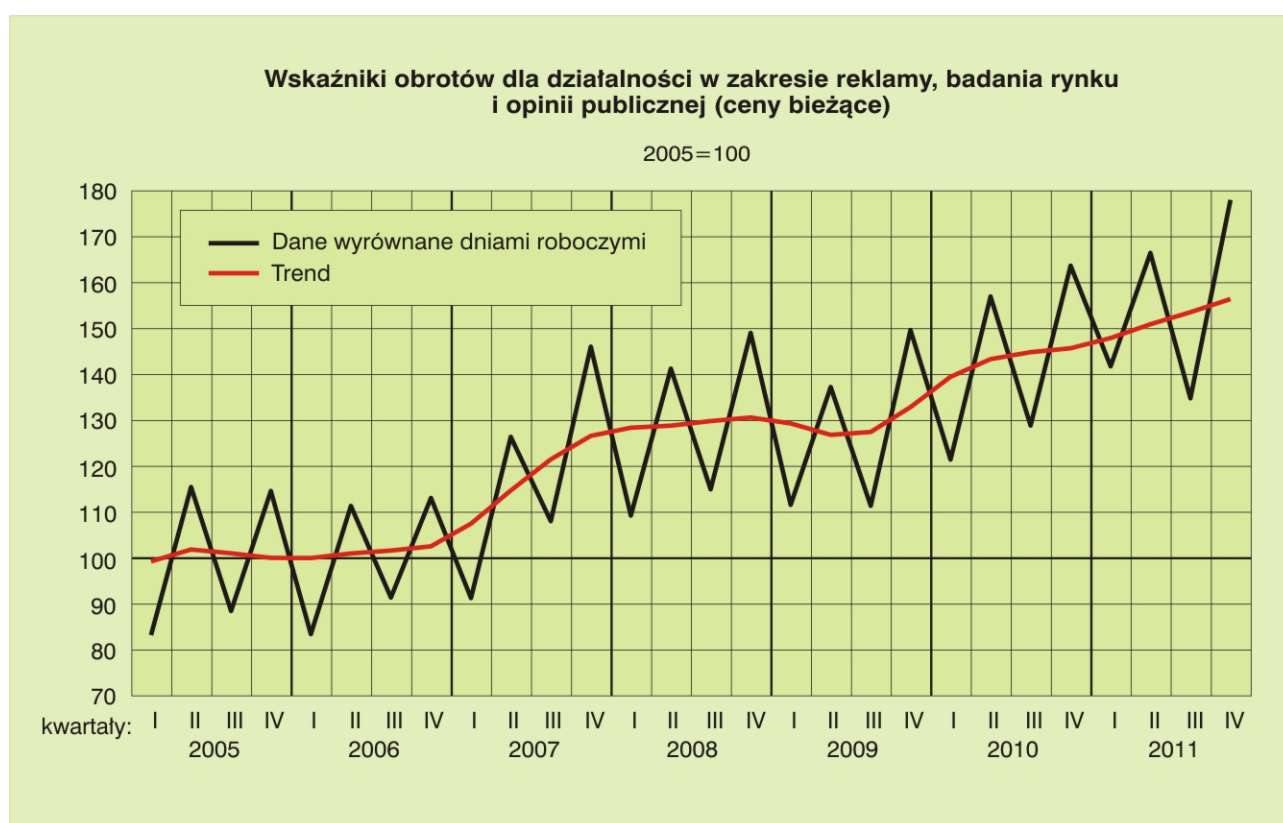
W działalności prawniczej, rachunkowo-księgowej oraz związanej z zarządzaniem (wg PKD dział 69 + grupa 70.2) wartość obrotów w 2011 r., w porównaniu z ub. rokiem, wzrosła o 10,6% przy jednoczesnym wzroście liczby przedsiębiorstw o 23,5%. Liczba pracujących w przedsiębiorstwach prowadzących tę działalność wzrosła o 7,9%. Pogorszeniu uległ zarówno wskaźnik rentowności obrotu brutto (10,9% w 2011 r. wobec 12,9% w 2010 r.), jak i netto (9,8% w 2011 r. wobec 11,5% w ub. roku). Wskaźnik poziomu kosztów z całokształtu działalności również uległ pogorszeniu - wynosząc w 2011 r. 89,1% wobec 87,1% w ub. roku.



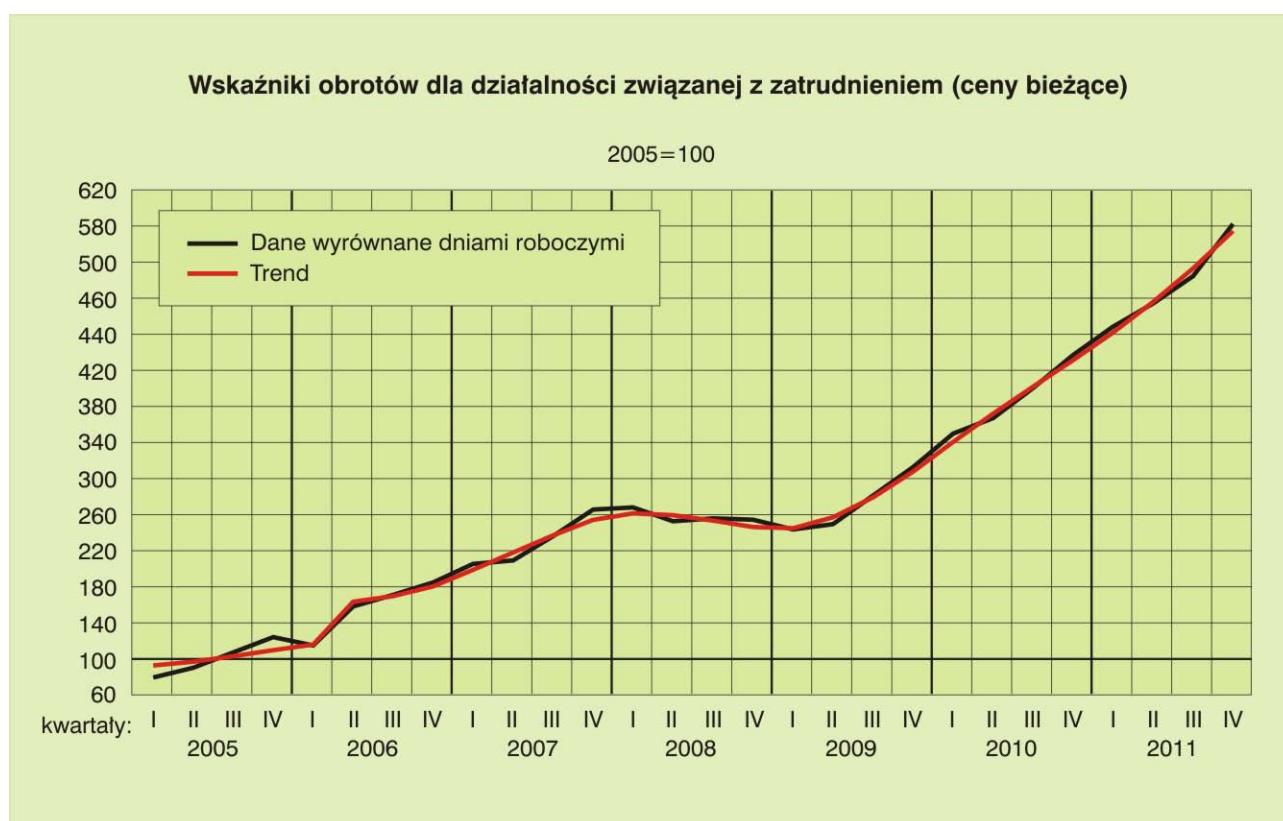
W 2011 r. w działalności związanej z architekturą i inżynierią (wg PKD dział 71) odnotowano spadek wartości obrotów (o 11,6%) w stosunku do 2010 r., przy jednoczesnym wzroście zatrudnienia o 5,4%. Odnotowano spadek zarówno wskaźnika rentowności obrotu brutto (6,8% w 2011 r. wobec 8,9% w 2010 r.), jak i wskaźnika rentowności obrotu netto (5,2% w 2011 r. wobec 6,8% w 2010 r.). Pogorszył się również wskaźnik poziomu kosztów z całokształtu działalności wynosząc w 2011 r. 93,2% wobec 91,1% w ub. roku.



W podmiotach prowadzących działalność związaną z reklamą, badaniem rynku i opinii publicznej (PKD dział 73) odnotowany wzrost obrotów w 2011 r. w stosunku do 2010 r. wyniósł ponad 8%. Zaobserwowano wzrost liczby przedsiębiorstw zaliczanych do działu 73 o 17,6% przy jednoczesnym wzroście liczby pracujących o 7%. Polepszeniu uległy wskaźniki rentowności obrotu brutto (z poziomu 4,7% w 2010 r. do 5,2% w 2011 r.) oraz netto (z 3,8% w 2010 r. do 4,3% w 2011 r.). Odnotowano również nieznaczną poprawę wskaźnika poziomu kosztów z całokształtu działalności z 95,3% w 2010 r. do 94,8% w 2011 r.



W 2011 r. wzrost wartości obrotów przedsiębiorstw prowadzących działalności związane z zatrudnieniem (wg PKD dział 78), w stosunku do 2010 r. wyniósł prawie 33% przy jednoczesnym wzroście liczby podmiotów (o prawie 21%) oraz liczby pracujących – o 23%. Odnotowano spadek wskaźnika rentowności obrotu brutto (2,2% w 2011 r. wobec 2,9% w 2010 r.), jak i wskaźnika rentowności obrotu netto (1,5% w 2011 r. wobec 2,1% w 2010 r.). Zmianie uległ wskaźnik poziomu kosztów z całokształtu działalności wynosząc w 2011 r. 97,8% wobec 97,1% w ub. roku.



## 2. Handel wewnętrzny

W latach 2009-2011 nadal została utrzymana znacząca pozycja handlu w gospodarce narodowej w tworzeniu produktu krajowego brutto (PKB). Jednakże w 2011 r. udział handlu wyniósł 16,5% i był nieco niższy niż przed rokiem.

Wyszczególnienie	2009	2010*	2011*
Udział handlu w PKB w % .....	16,7	17,1	16,5
Udział handlu w wartości dodanej brutto w %.....	18,8	19,4	18,8

\* Komunikat Głównego Urzędu Statystycznego w sprawie skorygowanego szacunku wartości nominalnej produktu krajowego brutto za lata 2010 i 2011 z dnia 28.09.2012 r..

W 2011 r. odnotowano spadek o 1,8% wartości dodanej brutto (w cenach stałych) wytworzonej przez przedsiębiorstwa handlowe. Na poziom wartości dodanej brutto w handlu wpływały głównie marże handlowe. Średnia marża zrealizowana przez jednostki handlowe w latach 2008 - 2010 kształtowała się w przedziale 17,7% - 17,9%. Najwyższe marże wyrażone w procentach pozyskiwane były przez przedsiębiorstwa handlu detalicznego a zróżnicowanie poziomu zrealizowanych marż uzależnione jest od rodzaju działalności przedsiębiorstw.

W 2010 r. przychody ze sprzedaży w cenach bieżących osiągnięte przez przedsiębiorstwa handlowe były wyższe niż w 2009 r. o 3,5%. Największa część tych przychodów zrealizowana była przez przedsiębiorstwa prowadzące działalność hurtową - 59,1%, udział handlu detalicznego wyniósł 31,9%, a handlu hurtowego i detalicznego pojazdami samochodowymi oraz ich naprawą - 9%. Prawie połowę ogółu przychodów – 49,4% osiągnęły przedsiębiorstwa z liczbą pracujących powyżej 49 osób.

Przychody ze sprzedaży towarów i materiałów stanowiły 92,0% ogólnej wartości przychodów przedsiębiorstw handlowych.

## Marże w przedsiębiorstwach handlowych w latach 2008 - 2010

Wyszczególnienie	2008	2009	2010
	w %		
<b>HANDEL HURTOWY I DETALICZNY POJAZDAMI SAMOCHODOWYMI ORAZ ICH NAPRAWA<sup>Δ</sup></b> .....	<b>14,5</b>	<b>14,5</b>	<b>14,4</b>
w tym:			
Sprzedaż hurtowa i detaliczna pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli .....	9,8	9,1	9,4
Sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli .....	22,2	22,5	21,2
Sprzedaż hurtowa i detaliczna motocykli, ich naprawa i konserwacja oraz sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do nich .....	26,5	24,2	24,2
<b>HANDEL HURTOWY<sup>Δ</sup></b> .....	<b>15,5</b>	<b>15,9</b>	<b>16,2</b>
w tym:			
Sprzedaż hurtowa realizowana na zlecenie <sup>a</sup> .....	18,3	18,4	19,4
Sprzedaż hurtowa produktów rolnych i żywych zwierząt .....	12,7	12,3	13,0
Sprzedaż hurtowa żywności, napojów i wyrobów tytoniowych .....	13,4	16,6	17,9
Sprzedaż hurtowa artykułów użytku domowego .....	18,4	17,5	17,9
Sprzedaż hurtowa narzędzi technologii informacyjnej i komunikacyjnej .....	12,0	12,8	13,4
Sprzedaż hurtowa maszyn, urządzeń i dodatkowego wyposażenia .....	15,6	16,4	16,8
Pozostała wyspecjalizowana sprzedaż hurtowa .....	13,4	13,5	13,2
Sprzedaż hurtowa niewyspecjalizowana .....	18,8	17,7	18,1
<b>HANDEL DETALICZNY<sup>Δ</sup></b> .....	<b>22,9</b>	<b>21,8</b>	<b>21,3</b>
w tym:			
Sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach .....	20,2	18,8	18,9
Sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach .....	22,8	21,2	20,3
Sprzedaż detaliczna paliw do pojazdów silnikowych na stacjach paliw .....	9,2	9,9	9,4
Sprzedaż detaliczna narzędzi technologii informacyjnej i komunikacyjnej prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach .....	18,5	17,0	16,4
Sprzedaż detaliczna artykułów użytku domowego prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach .....	24,5	23,2	23,1
Sprzedaż detaliczna wyrobów związanych z kulturą i rekreacją prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach .....	35,2	32,9	30,5
Sprzedaż detaliczna pozostałych wyrobów prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach .....	31,5	29,5	28,9

a Prowizja.

### **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 19 i 20). Obserwując dane w ostatnich latach można zauważyć podobne zachowania przedsiębiorstw hurtowych i detalicznych w wyborze swoich dostawców. W przedsiębiorstwach handlowych zarówno hurtowych jak i detalicznych, w tym również własności zagranicznej udział zakupów bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych oraz bezpośrednio z importu utrzymał się na podobnym poziomie. Przedsiębiorstwa handlowe<sup>3</sup> dokonywały w około 53% zakupów bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych, natomiast bezpośredni import oraz zakupy u hurtowników stanowiły po 23%. W zależności od prowadzonej działalności handlowej (handel hurtowy czy detaliczny) struktura dokonywanych zakupów jest zróżnicowana. W zakresie handlu hurtowego - około 53% przedsiębiorstw zaopatrywało się u producentów i wytwórców krajowych, a ponad 26% dokonywało zakupów bezpośrednio z importu. Udział zakupów hurtownik – hurtownik niewiele się zmienił i wyniósł ponad 19%. W handlu detalicznym towary głównie zakupowane były bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych (56%) zmniejszając tym samym rolę hurtowników (29%). Udział zakupów bezpośrednio z importu nieznacznie spadł i wyniósł 14%. Przedsiębiorstwa własności zagranicznej najczęściej dokonywały zakupów bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych (ponad 48%), lub z importu (ok. 41%), a rzadziej u hurtowników (ok. 10%). W strukturze przychodów przedsiębiorstw hurtowych około 43% przychodów pochodziło ze sprzedaży do hurtu, około 28% pochodziło od handlowców detalicznych, a blisko 17% od producentów krajowych. Około 7% stanowiły bezpośrednie wpływy od konsumentów indywidualnych.

### **Obroty przedsiębiorstw handlowych**

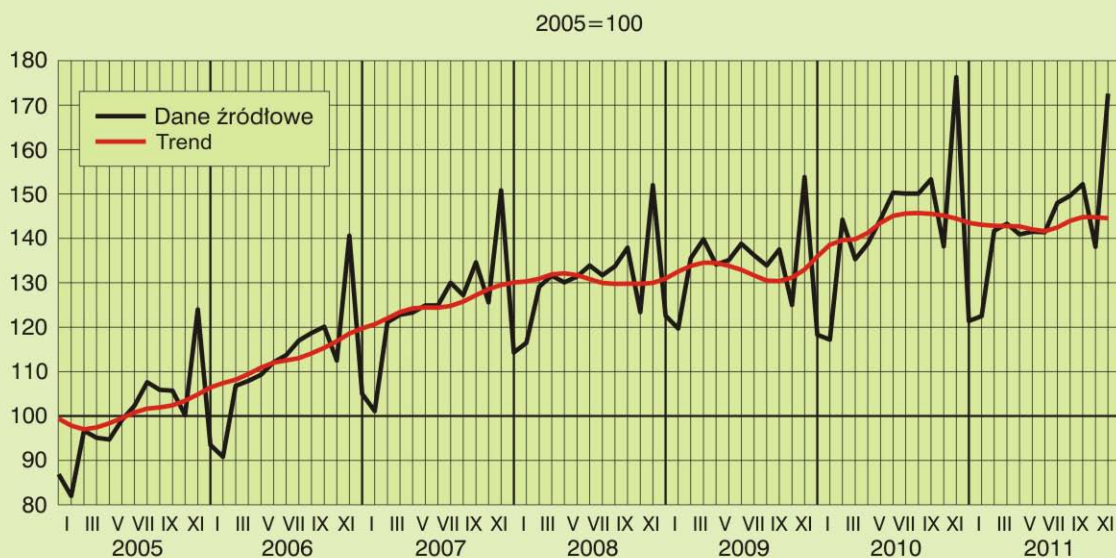
W 2011 r. obroty w handlu detalicznym (w cenach stałych) kształtowały się na podobnym poziomie jak przed rokiem. Wyższe niż w 2010 r. obroty zaobserwowano w przedsiębiorstwach sprzedających towary nieżywnościowe (o 2,3%) a wśród nich w przedsiębiorstwach prowadzących działalność związaną ze sprzedażą paliw (o 5,7%). Spadek natomiast zanotowano w grupie przedsiębiorstw sprzedających żywność, napoje, wyroby tytoniowe o 5,9%.

<sup>3</sup> Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.



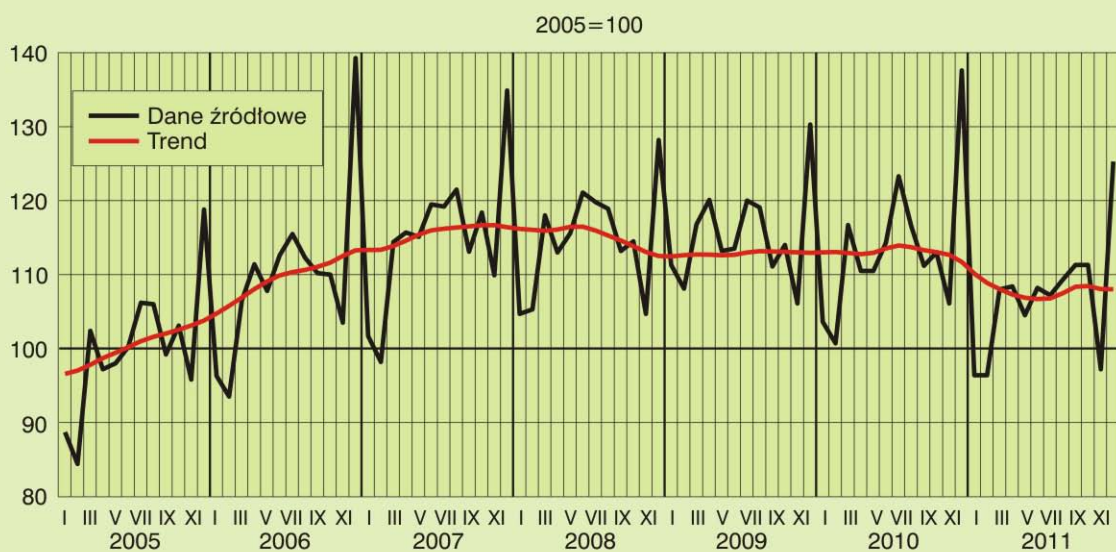
Przedsiębiorstwa zajmujące się handlem detalicznym oraz handlem hurtowym i detalicznym pojazdami samochodowymi zanotowały obroty wyższe o 1,7% w porównaniu z ub. rokiem. Wysokie obroty wśród tych przedsiębiorstw osiągnęły jednostki zajmujące się sprzedażą pojazdów samochodowych (wzrost o 8,8%).

#### Dynamika obrotów w cenach stałych w przedsiębiorstwach detalicznych<sup>a</sup>



a Przedsiębiorstw zakwalifikowanych wg PKD 2007 do działu 47.

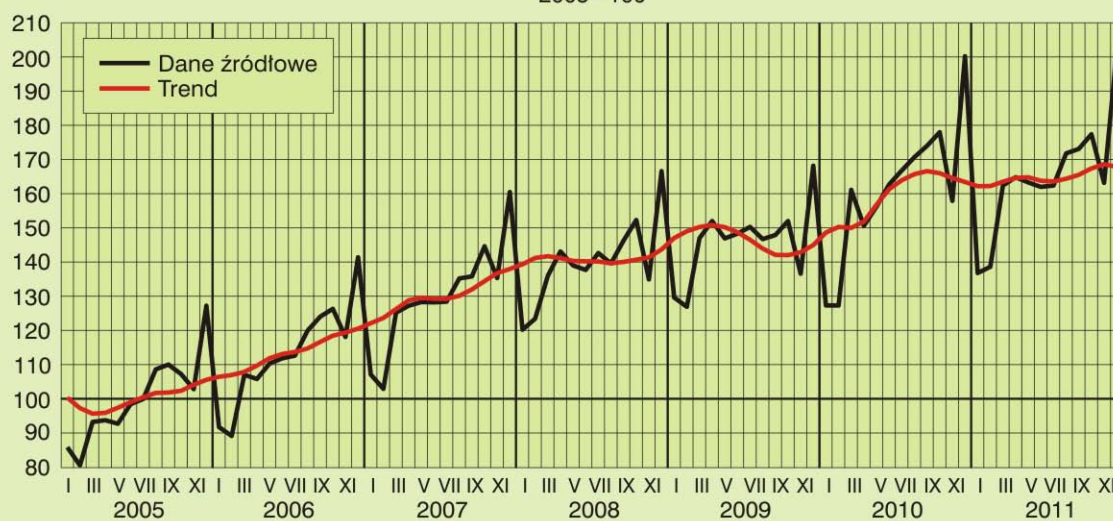
#### Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw sprzedających żywność, napoje, wyroby tytoniowe<sup>a</sup>



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

### Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw sprzedających towary nieżywnościowe<sup>a</sup>

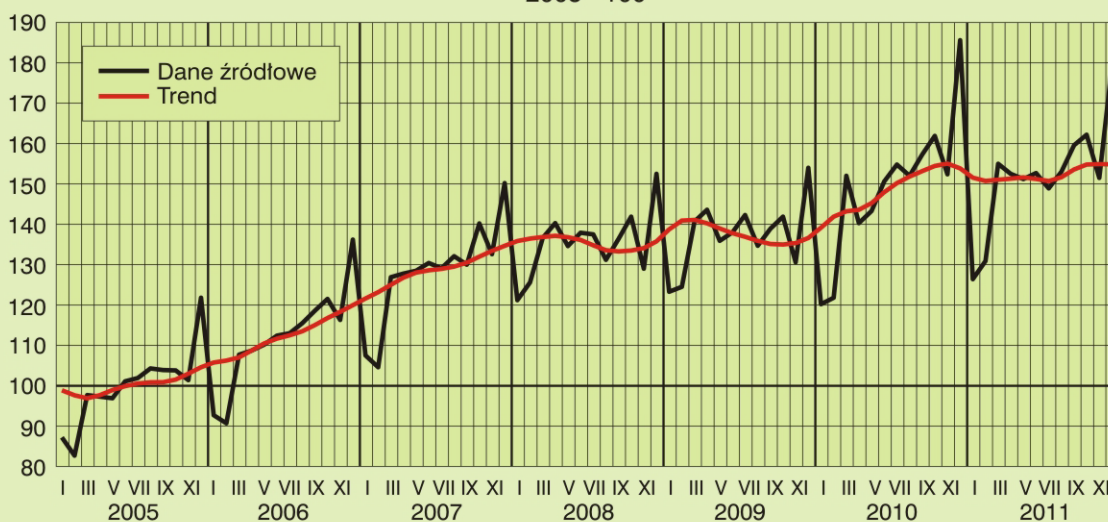
2005=100



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

### Dynamika obrotów w cenach stałych w przedsiębiorstwach zaklasyfikowanych według PKD 2007 do działu 45 i 47<sup>a</sup>

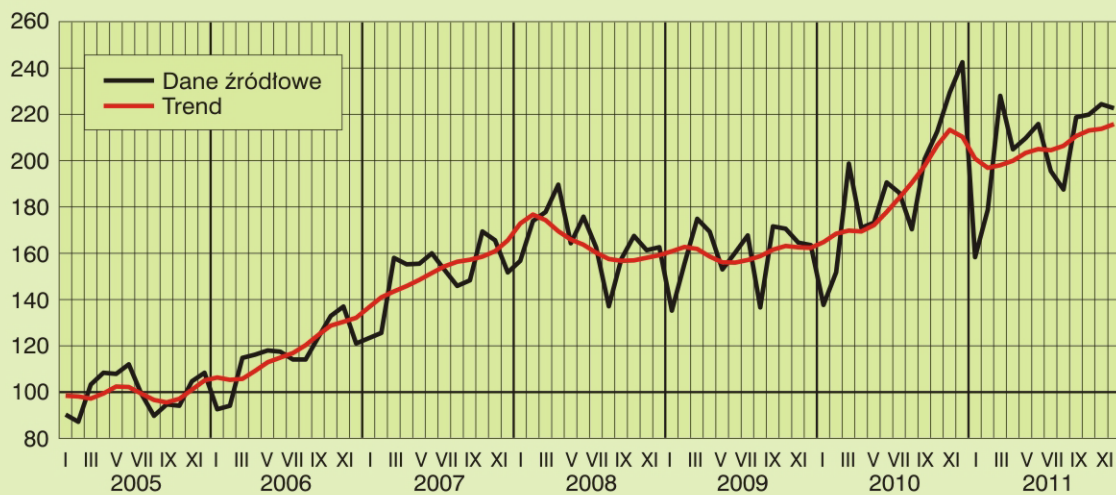
2005=100



a Dział 45 – Handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi; naprawa pojazdów samochodowych  
Dział 47 – Handel detaliczny, z wyłączeniem handlu detalicznego pojazdami samochodowymi

### Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw sprzedających pojazdy samochodowe<sup>a</sup>

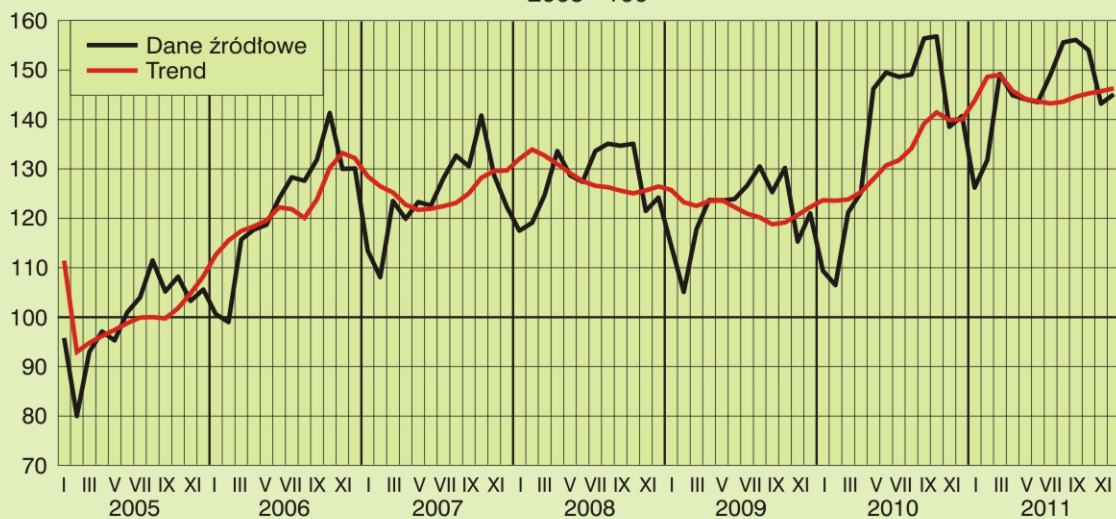
2005=100



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

### Dynamika obrotów w cenach stałych w grupie przedsiębiorstw sprzedających paliwa<sup>a</sup>

2005=100

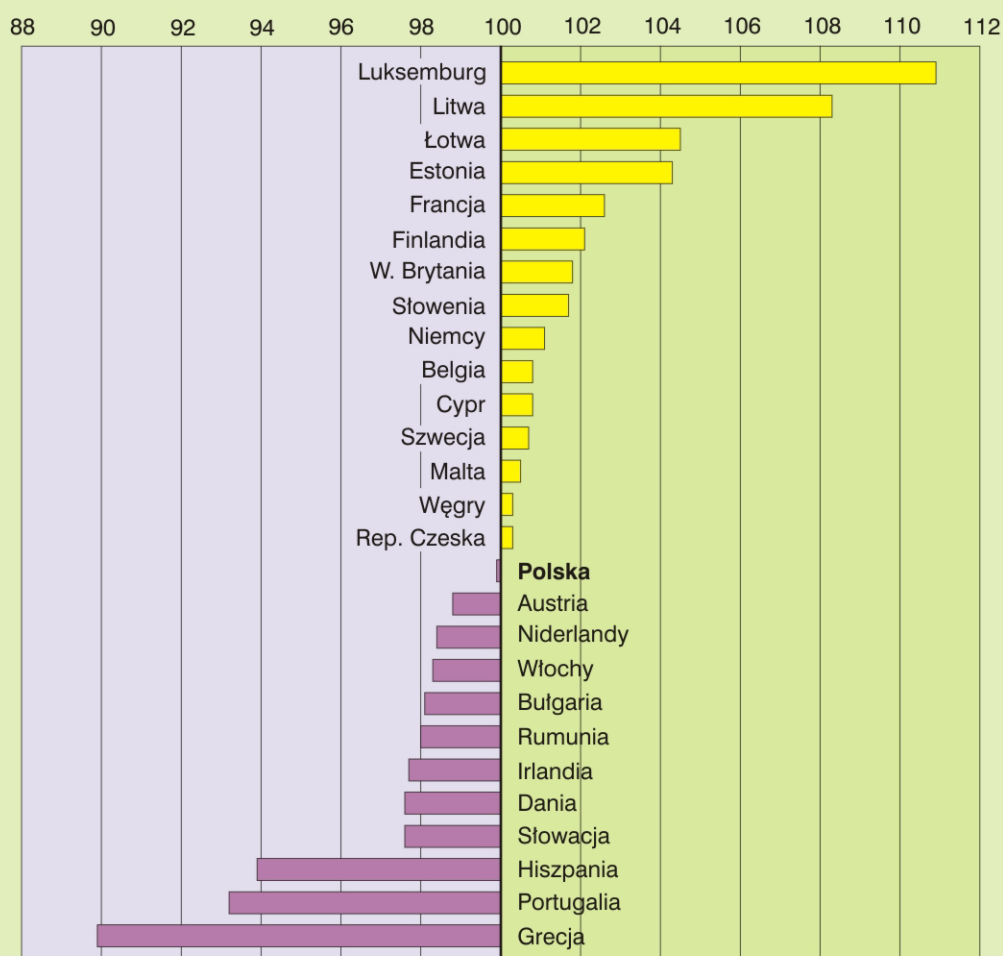


a Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane wg PKD 2007 do grupy 47.3.

Analiza wskaźników obrotów pozwala porównać sytuację rynkową krajów UE. W 2011 r. obroty w handlu detalicznym krajów UE były nieznacznie niższe w porównaniu z 2010 r. (o 0,1%). Największy spadek zanotowano w takich krajach jak: Grecja, Portugalia i Hiszpania. Obroty rosły najszybciej w porównaniu z rokiem poprzednim w Luksemburgu oraz niektórych krajach nadbałtyckich (Estonii, Litwie i Łotwie). Wśród krajów o największym znaczeniu dla europejskiej gospodarki (Niemcy, Francja, Wielka Brytania) zanotowano niewielki wzrost obrotów.

### Roczna dynamika obrotów w handlu detalicznym krajów UE w 2011 r. (ceny stałe)<sup>a</sup>

Analogiczny okres = 100



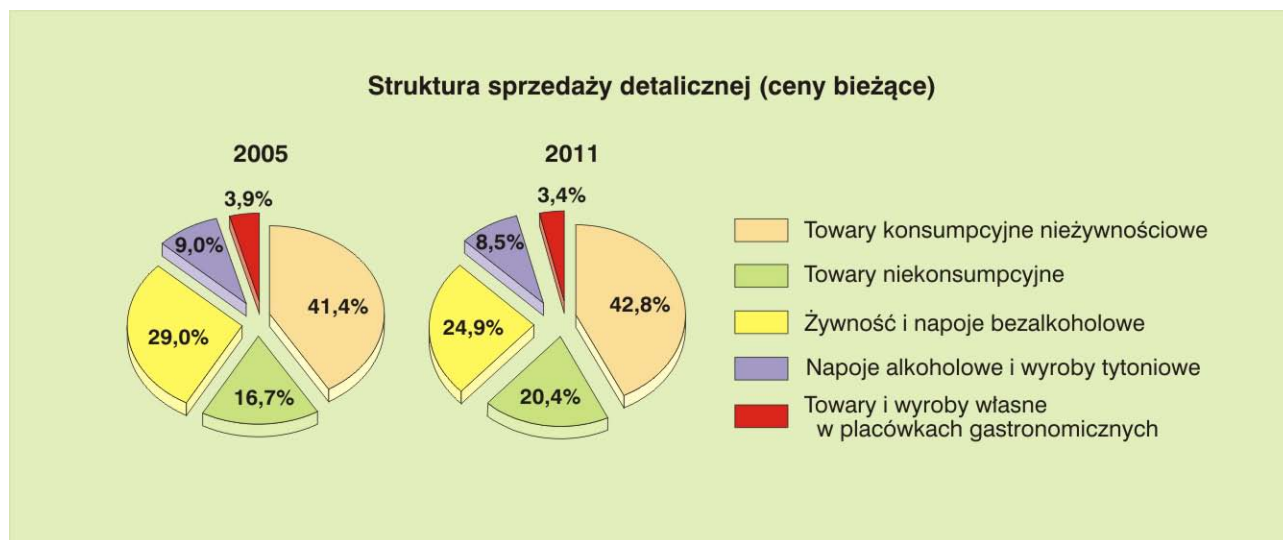
<sup>a</sup> Dane wyrównane dniami roboczymi.

Źródło: Eurostat, dane krótkookresowe (sierpień 2012).

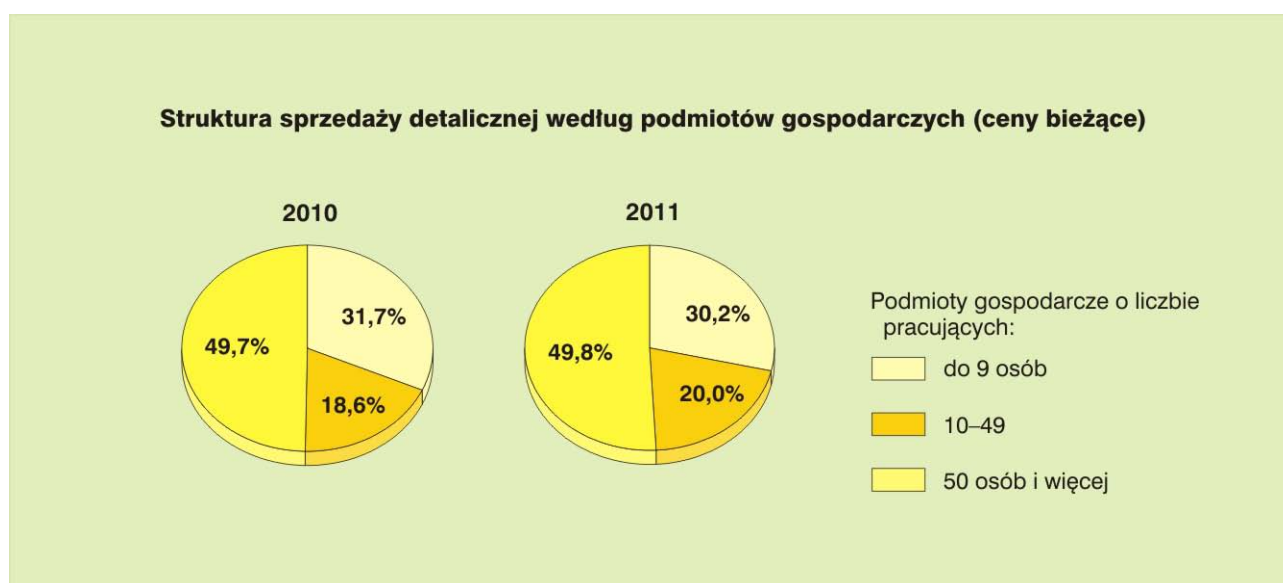


## Sprzedaż detaliczna

W 2011 r. sprzedaż detaliczna w cenach bieżących zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe wyniosła 646,1 mld zł i była o 9,0% wyższa niż przed rokiem. W punktach sprzedaży detalicznej wartość sprzedanych towarów wyniosła 624,0 mld zł, (wzrost o 9,1%), z tego wartość żywności i napojów bezalkoholowych - 161,0 mld zł (wzrost o 3,2%), napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych - 54,7 mld zł (wzrost o 1,7%) i towarów nieżywnościowych - 408,3 mld zł (wzrost o 12,8%). W placówkach gastronomicznych sprzedaż detaliczna wyniosła 22,2 mld zł (wzrost o 5,2%).



Sprzedaż zrealizowana w 2011 r. przez podmioty gospodarcze o liczbie pracujących 50 i więcej osób stanowiła 49,8% ogółu sprzedaży, przez podmioty o liczbie pracujących do 9 osób - 30,2% zaś przez przedsiębiorstwa średnie (10-49 osób) - 20,0%.



Sprzedaż przedsiębiorstw handlowych (w cenach bieżących) wyniosła 86,9% wartości ogółem sprzedaży detalicznej i jej udział był taki sam jak w 2010 r. Pozostała sprzedaż była realizowana przez przedsiębiorstwa, których podstawowym rodzajem działalności nie był handel, lecz np. produkcja czy gastronomia.

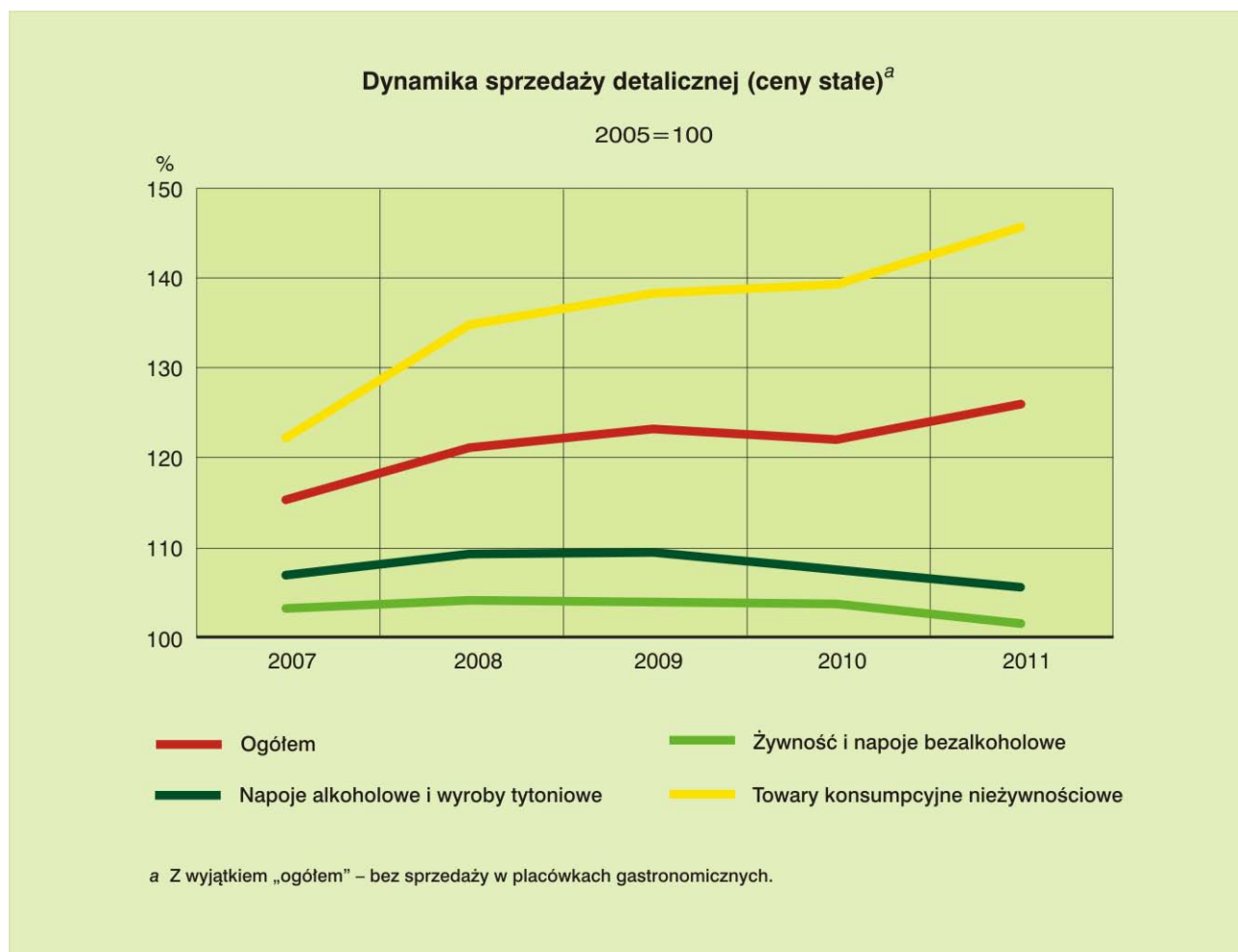
### Sprzedaż detaliczna według sektorów własności (ceny bieżące)

Wyszczególnienie a – 2011 b – 2010=100	Sprzedaż detaliczna					
	ogółem		sektor			
			publiczny		prywatny	
	mln zł	%	mln zł	%	mln zł	%
<b>Ogółem .....</b> a	<b>646127,1</b>	<b>100,0</b>	<b>3248,0</b>	<b>0,5</b>	<b>642879,1</b>	<b>99,5</b>
b	109,0	x	70,9	x	109,3	x
w tym przedsiębiorstwa						
handlowe.....a	561772,5	100,0	407,5	0,1	561365,0	99,9
b	109,0	x	21,7	x	109,3	x

### Sprzedaż detaliczna w latach 2009 - 2011 (ceny bieżące)

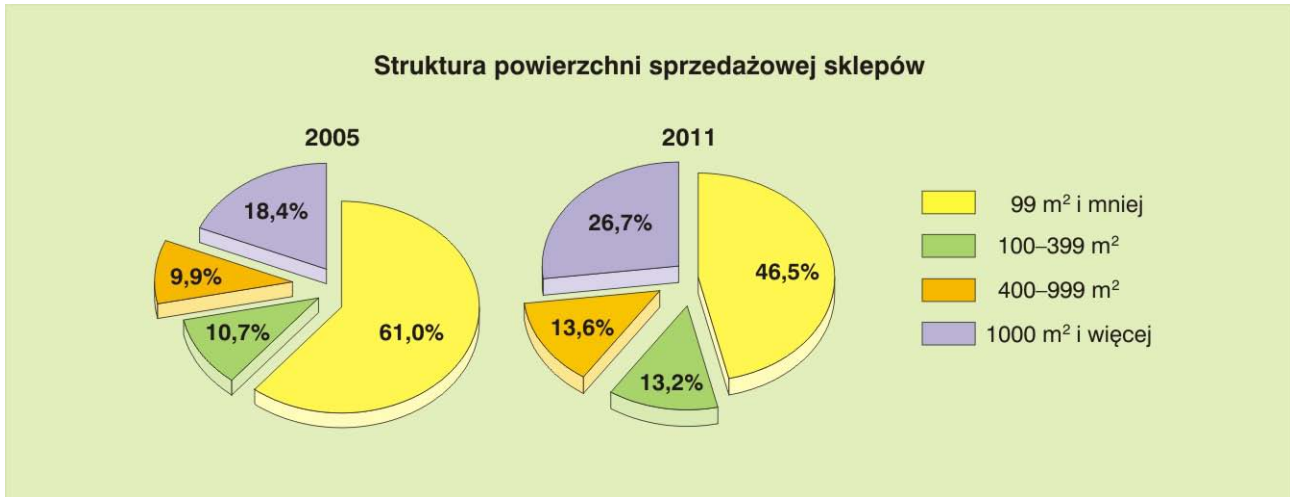
Wyszczególnienie	2009	2010	2011	
	w mln zł			2010=100
<b>Ogółem .....</b>	<b>582774,7</b>	<b>592958,4</b>	<b>646127,1</b>	<b>109,0</b>
żywność i napoje bezalkoholowe.....	168489,3	172684,4	178593,7	103,4
napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe .....	56564,5	57962,8	59040,0	101,9
towary nieżywnościowe (bez wyrobów tytoniowych) .....	357720,9	362311,2	408493,4	112,7

W 2011 r. sprzedaż detaliczna w cenach stałych zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe była o 3,2% wyższa niż przed rokiem. Większy od przeciętnego był wzrost sprzedaży towarów niekonsumpcyjnych (10,5%) oraz towarów konsumpcyjnych nieżywnościowych (4,6%). Sprzedaż żywności i napojów bezalkoholowych spadła w porównaniu z rokiem poprzednim (o 2,1%). Nastąpił również spadek sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych (o 1,9%). Natomiast sprzedaż detaliczna towarów i wyrobów własnych w placówkach gastronomicznych była o 0,9% wyższa niż w roku ubiegłym.

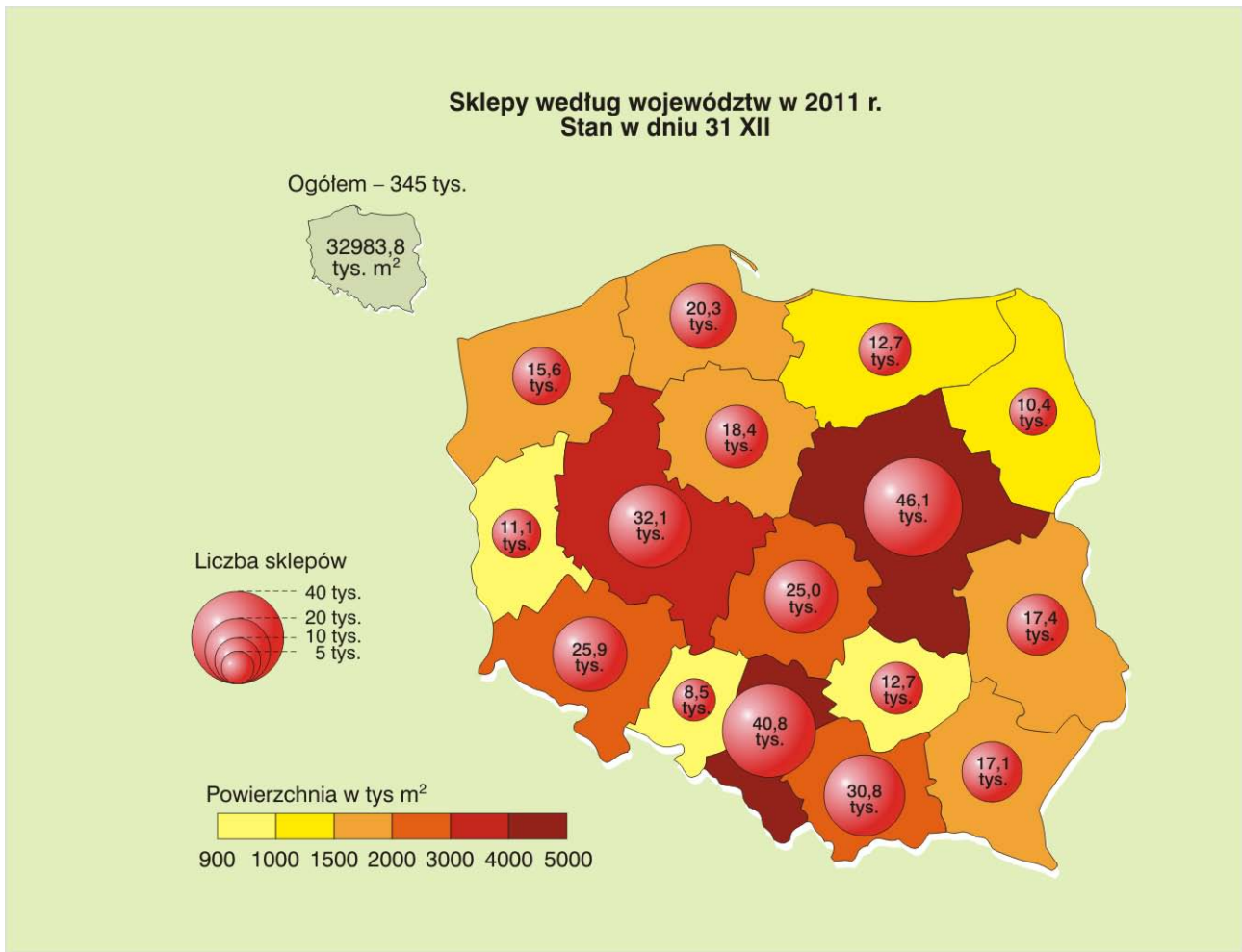


### Punkty sprzedaży detalicznej

Na koniec 2011 r. szacowana liczba sklepów w Polsce wyniosła 345 tys. i była niższa niż przed rokiem o 0,3 %. Powierzchnia sprzedażowa sklepów w końcu 2011 r. wyniosła ok. 32 984 tys. m<sup>2</sup> i była większa niż w roku poprzednim o 3,8%. Wzrost powierzchni zanotowano w sklepach we wszystkich przedziałach powierzchniowych. Największy przyrost powierzchni odnotowano w przedziale 400 – 999 m<sup>2</sup> (o 6,1%) oraz 1000 m<sup>2</sup> i więcej (o 5,7%). Wolniejszy wzrost powierzchni sklepów zaobserwowano w przedziale 100 – 399 m<sup>2</sup> (o 3,2%), oraz 99 m<sup>2</sup> i mniej (o 2,3%).

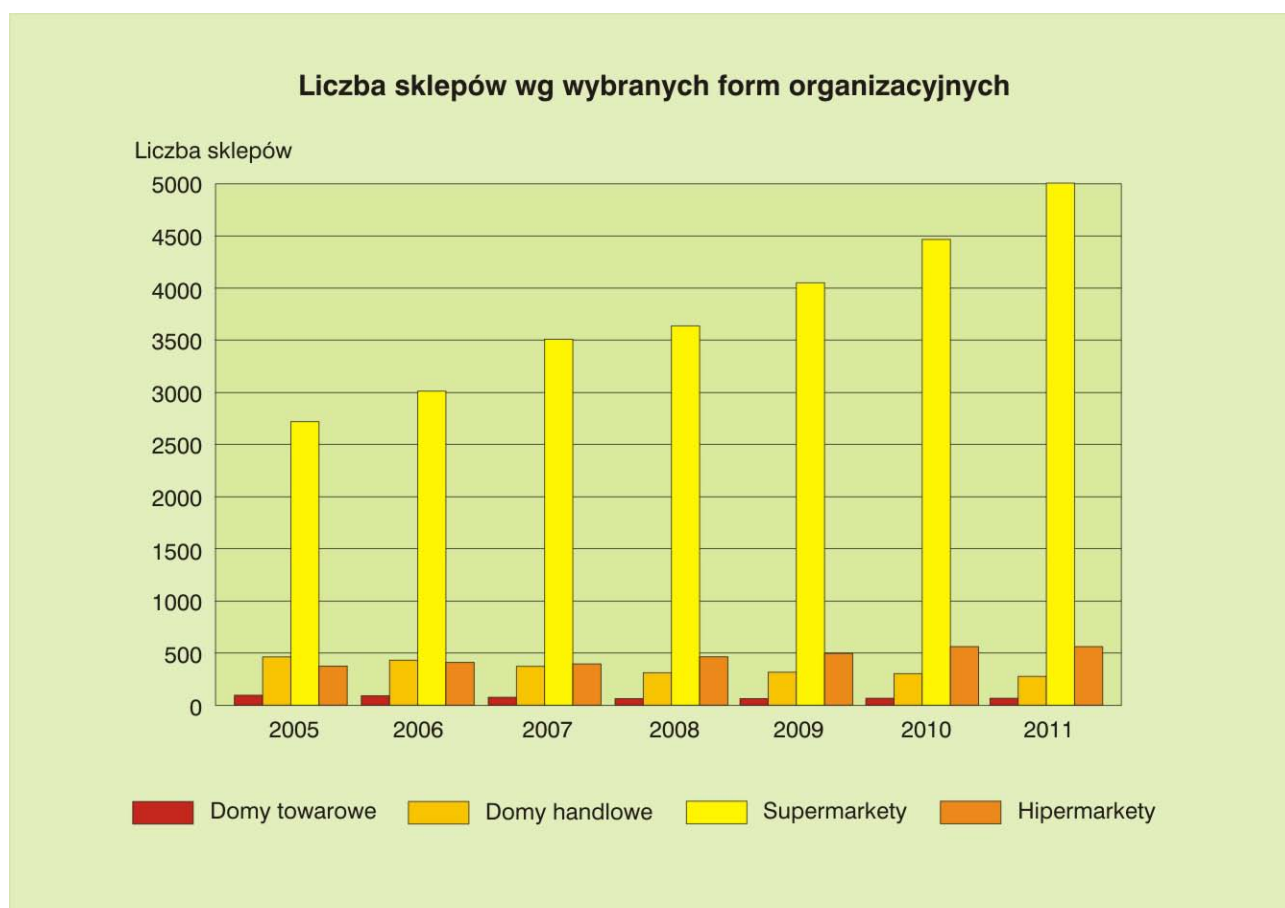


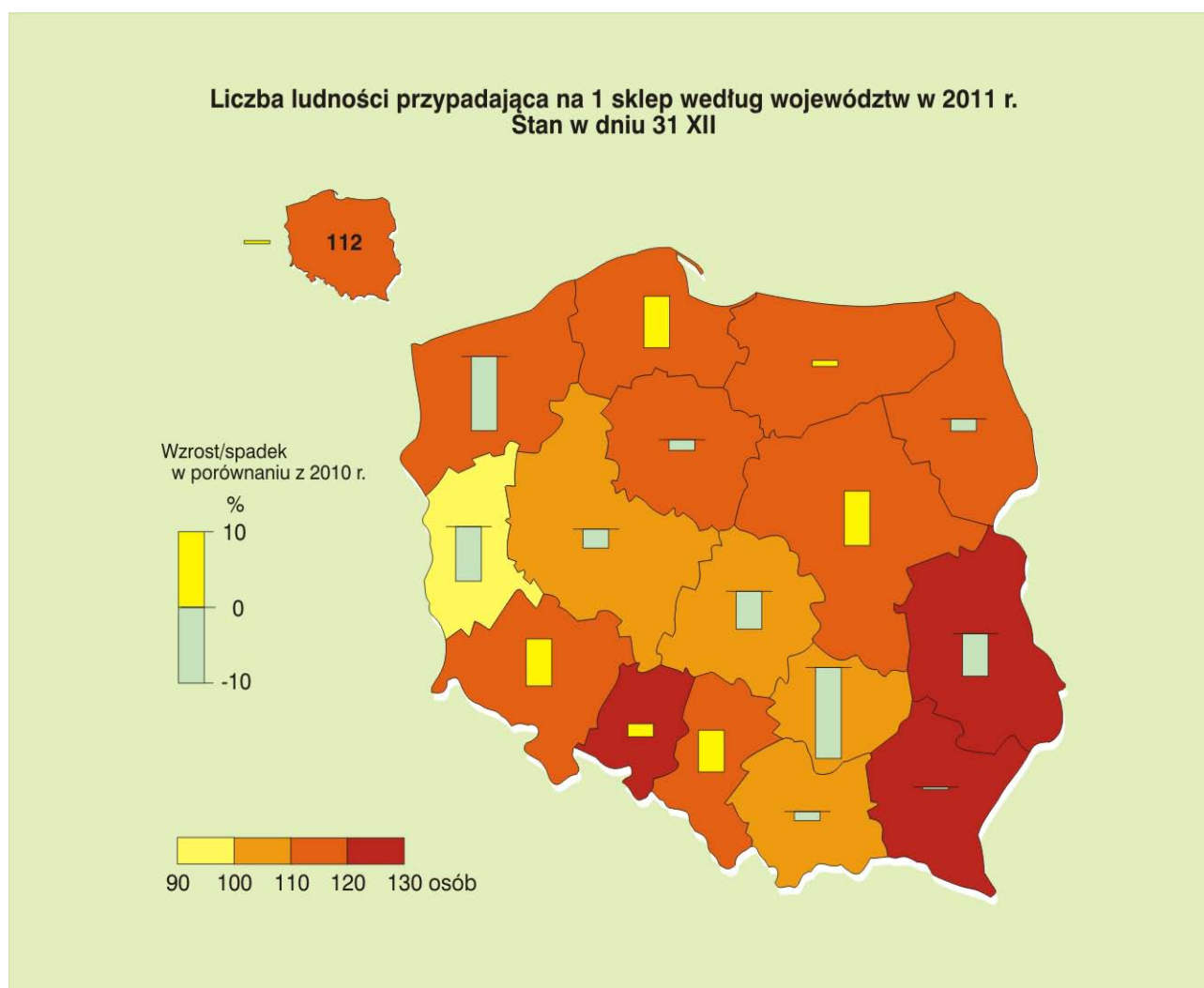
W układzie regionalnym najwyższy wzrost powierzchni sprzedażowej w przedziale 400 – 999 m<sup>2</sup> miał miejsce w województwach: świętokrzyskim (o 13,1%), warmińsko-mazurskim (o 10,6%), oraz wielkopolskim (o 10,1%), zaś w przedziale 1000 m<sup>2</sup> i więcej w województwach: podlaskim (o 18,5%), świętokrzyskim (o 15,7%), a także wielkopolskim (o 13,5%).





Wśród wielkopowierzchniowych obiektów handlowych, podobnie jak w latach ubiegłych, najwięcej sklepów przybyło w kategorii supermarketów (o 12,2%) głównie w przedziale powierzchni od 400-999 m<sup>2</sup>. Liczba hipermarketów w 2011 r. utrzymała się na podobnym poziomie jak w roku poprzednim. Szacowany udział wartości sprzedaży realizowanej przez supermarkety i hipermarkety w sprzedaży detalicznej w sklepach i na stacjach paliw stanowił w 2011 r. 21,8% i był o 0,3 p.proc niższy niż przed rokiem.





W 2011 r. na jeden sklep przypadało średnio 112 osób, podczas gdy w 2010 r. było to odpowiednio 111 osób<sup>4</sup>.

W grupie przedsiębiorstw, o liczbie pracujących powyżej 9 osób, nadal przybywało sklepów z pełnym udziałem kapitału zagranicznego. Liczba sklepów należących do tych przedsiębiorstw zwiększyła się o 16,3%, a powierzchnia sprzedażowa o 6,8%. Średnia powierzchnia sklepów tych przedsiębiorstw wyniosła 602,5 m<sup>2</sup> (odpowiednio w sklepach przedsiębiorstw własności prywatnej krajowej – 171,8 m<sup>2</sup>). Natomiast udział liczby sklepów należących do tych przedsiębiorstw w liczbie sklepów ogółem wzrósł o 0,5 p.proc. w porównaniu z ub. rokiem.

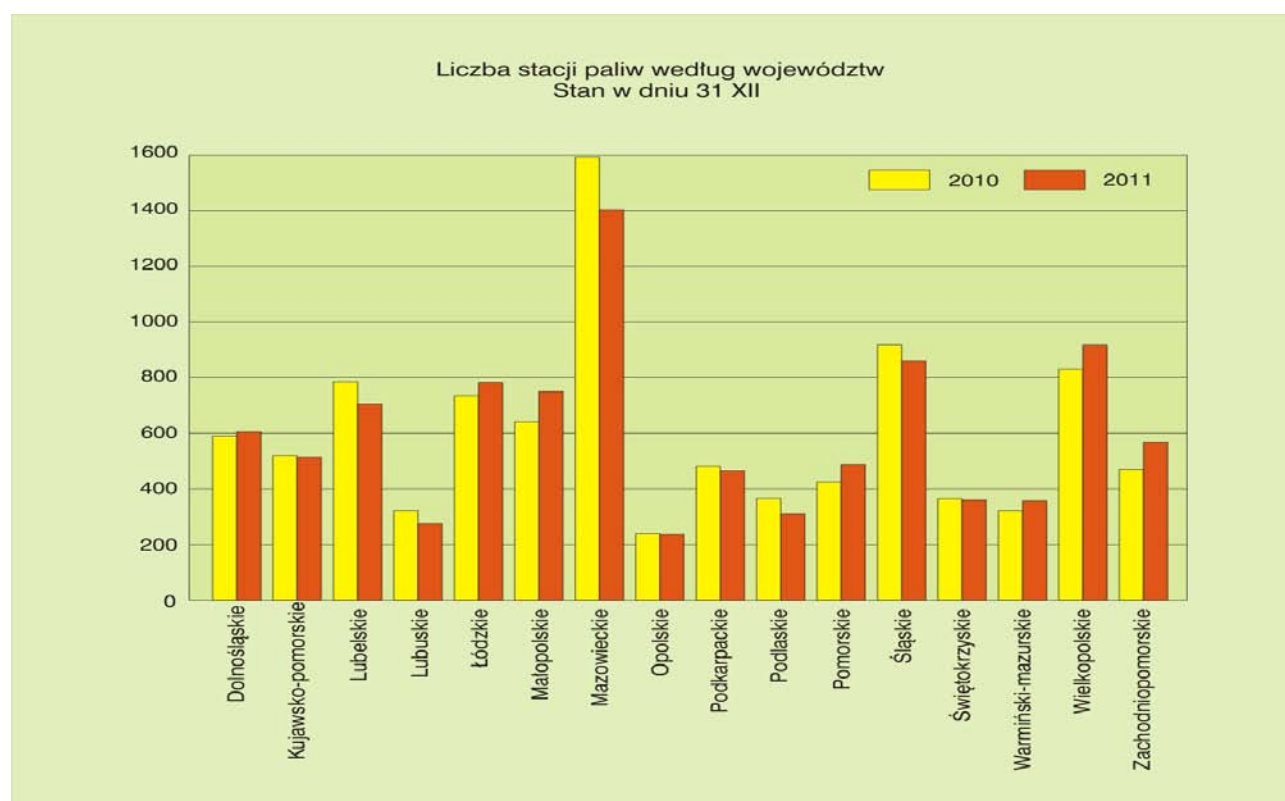
<sup>4</sup> Patrz Uwagi metodyczne, s. 17

**Liczba sklepów przedsiębiorstw z pełnym udziałem kapitału zagranicznego<sup>a</sup>**

Wyszczególnienie	2010	2011
Liczba sklepów .....	11686	13596
Udział w ogółem sklepach w %.....	3,4	3,9
Powierzchnia sklepów w tys. m <sup>2</sup> .....	7668,6	8191,9
Udział w powierzchni ogółem w %.....	24,1	24,8

a Dane dotyczą przedsiębiorstw o liczbie pracujących powyżej 9 osób.

Szacowana liczba stacji paliw na koniec 2011 r. wyniosła 9596 i była niewiele niższa niż w 2010 r. Największy procentowy spadek liczby stacji paliw zanotowano w województwach: podlaskim, lubuskim i mazowieckim. Najwyższy wzrost natomiast zaobserwowano w województwach: zachodniopomorskim, małopolskim i pomorskim.



Na koniec 2011 r. w urzędach gminnych w całym kraju zarejestrowanych było 2232 stałych targowisk, i było ich nieco mniej niż przed rokiem, w tym 2015 z przewagą sprzedaży drobnodetalicznej. Największy spadek liczby targowisk stałych odnotowano w województwie zachodniopomorskim, co miało wpływ na zmniejszenie się powierzchni targowisk w tym województwie o 12,3%. Największą powierzchnię miały targowiska w województwach: mazowieckim, łódzkim i wielkopolskim, ich udział stanowił 40,4% ogółu powierzchni targowisk w kraju.

Na targowiskach handlowano w ok. 104,7 tys. stałych punktach sprzedaży drobnodetalicznej, wśród których 63,4 tys. otwartych było codziennie. Uzupełnieniem stałej sieci targowiskowej były targowiska sezonowe. W 2011 r. odnotowano ich 6564, co oznacza spadek w stosunku do roku poprzedniego o 5,0%. Roczne wpływy z opłaty targowej były wyższe niż w 2010 r. o 3,2%.

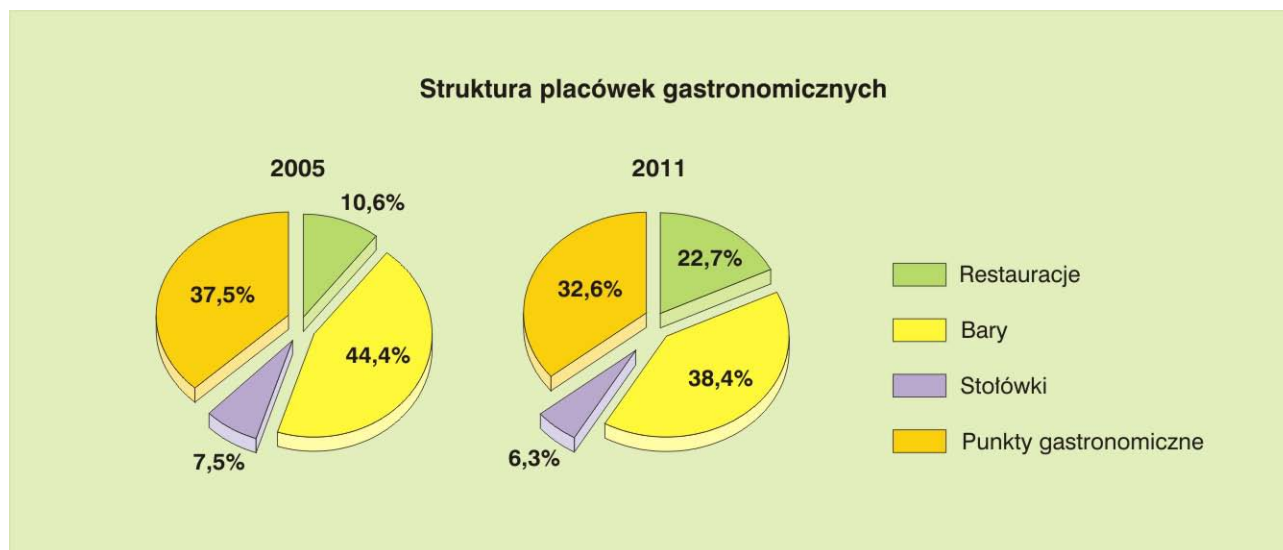
## Gastronomia

Na koniec 2011 r. liczbę placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych) w kraju szacowano na prawie 67,4 tys. Bary stanowiły 38,4% wszystkich placówek, punkty gastronomiczne 32,6%, restauracje 22,7% a stołówki 6,3%. Ogólna liczba placówek gastronomicznych w 2011 r. zmniejszyła się o 4,4% w porównaniu z 2010 r., a spadek odnotowano we wszystkich rodzajach placówek z wyjątkiem restauracji, których udział w ostatnich latach systematycznie rośnie.

Sektor prywatny w gastronomii obejmował 98,1% wszystkich placówek gastronomicznych, (wzrost o 0,3 pkt. proc.) w tym: 99,2% restauracji, 99,2% barów, 83,3% stołówek i 98,9% punktów gastronomicznych.

### Liczba placówek gastronomicznych

Wyszczególnienie a – 2011 b – 2010=100	Ogółem	Sektor	
		publiczny	prywatny
Liczba placówek gastronomicznych..... a	67356	1299	66057
b	95,6	85,1	95,8
restauracje ..... a	15287	120	15167
b	102,3	100,0	102,4
bary ..... a	25866	219	25647
b	95,3	80,8	95,4
stołówki..... a	4271	714	3557
b	94,7	88,9	96,0
punkty gastronomiczne..... a	21932	246	21686
b	91,8	73,9	92,0



W 2011 r. przychody ogółem z działalności gastronomicznej w cenach bieżących wyniosły ok. 22,8 mld zł i w porównaniu z rokiem poprzednim wzrosły o 5,1% (w cenach stałych były wyższe o ok. 0,7%). Z produkcji gastronomicznej pochodziło 69,5% tej wartości, 27,7 % - ze sprzedaży towarów handlowych (w tym 19,1% ze sprzedaży alkoholu i wyrobów tytoniowych), a 2,8% z pozostałej działalności. Wzrost przychodów zaobserwowano we wszystkich wymienionych kategoriach, najwyższy w zakresie produkcji gastronomicznej (o 5,4%).

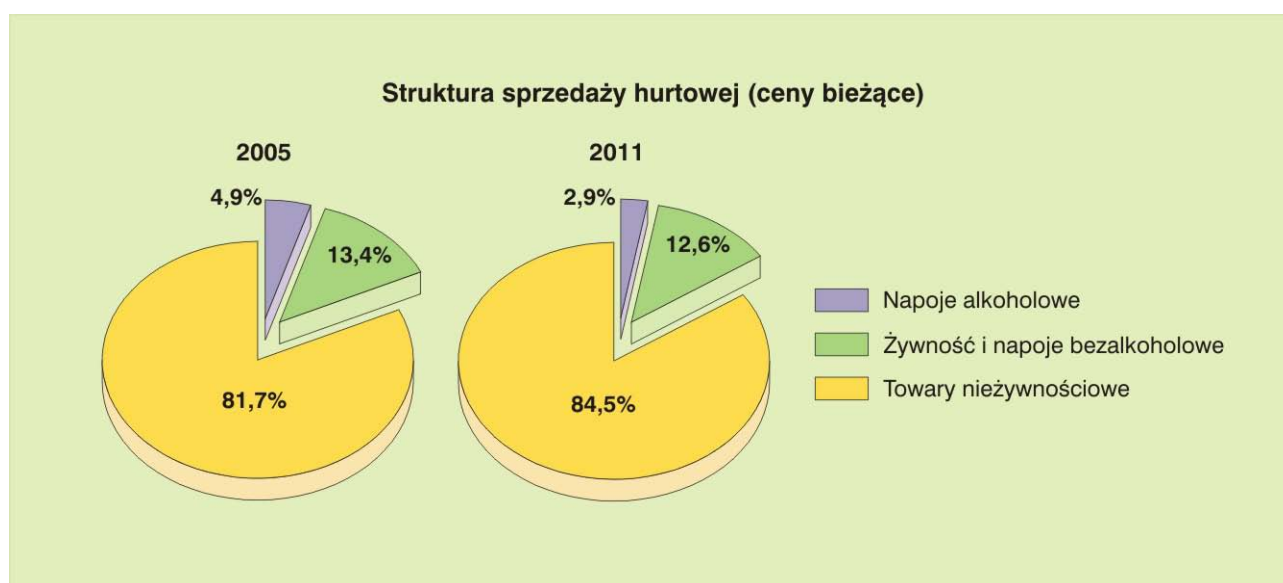
#### Przychody z działalności gastronomicznej w cenach bieżących

Wyszczególnienie		Ogółem	Sektor	
			publiczny	prywatny
		w mln zł		
a – 2011				
b – 2010=100				
Przychody ogółem .....	a	22782,6	398,1	22384,5
	b	105,1	83,4	105,6
ze sprzedaży towarów.....	a	6319,1	57,0	6262,1
	b	104,6	66,1	105,1
w tym ze sprzedaży napojów.....	a	4362,7	32,1	4330,6
alkoholowych i wyrobów tytoniowych	b	103,9	82,5	104,1
z produkcji gastronomicznej .....	a	15833,2	331,4	15501,8
	b	105,4	87,8	105,9
z pozostałej działalności .....	a	630,3	9,7	620,6
	b	102,1	68,8	102,8

## Sprzedaż hurtowa

Sprzedaż hurtowa w 2011 r. w przedsiębiorstwach handlowych wyniosła (w cenach bieżących) ok. 946,8 mld zł i była o 11,9% wyższa niż przed rokiem. Wzrost sprzedaży hurtowej zanotowano w grupie towarów nieżywnościowych o 12,2%, w zakresie sprzedaży żywności o 10,4% i sprzedaży napojów alkoholowych o 8,7%. Wpłynęło to w niewielkim stopniu na strukturę sprzedaży hurtowej, gdzie udział sprzedaży żywności i napojów bezalkoholowych spadł o 0,2 p.proc., napojów alkoholowych o 0,1 p.proc., natomiast towarów nieżywnościowych wzrósł o 0,3 p.proc.

Sprzedaż hurtowa realizowana przez przedsiębiorstwa z liczbą pracujących 50 osób i więcej, stanowiła 47,7% ogółu sprzedaży (wzrost o 0,6 p.proc. w porównaniu z rokiem poprzednim).



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

Wyszczególnienie	Sprzedaż hurtowa			
	ogółem	żywność i napoje bezalkoholowe	napoje alkoholowe	towary nieżywnościowe
a – 2011				
b – 2010=100	w mln zł			
Ogółem .....a	946833,2	119730,9	27481,8	799620,5
b	111,9	110,4	108,7	112,2
w tym o liczbie pracujących				
powyżej 49 osób .....a	452012,6	53791,8	16884,1	381336,8
b	113,4	113,3	104,0	113,8

## Zaopatrzenie rynku

W 2011 r. w magazynach producentów<sup>5</sup> średnie zapasy większości badanych artykułów konsumpcyjnych były wyższe niż przed rokiem.

W grupie artykułów żywnościowych wzrosły zapasy m.in. mleka i śmietany w postaci stałej, kawy, wina i miodu pitnego, makaronu, dżemów owocowych, piwa otrzymywanego ze słodu (od 0,5% alkoholu), przetworów mięsnych i podrobowych ze zwierząt rzeźnych. Spadły zapasy m.in. kaszy i grysików, ryb morskich mrożonych, mąki pszennej, mięsa drobiowego, margaryny i produktów do smarowania.

Wśród artykułów nieżywnościowych większe niż przed rokiem były zapasy m.in. chłodziarek i zamrażarek, zmywarek do naczyń, pralek automatycznych typu domowego włączając pralko-suszarki. Zmalały zapasy odbiorników telewizyjnych, rowerów, zestawów stołowych i naczyń kuchennych.

W omawianym roku dostawy<sup>6</sup> ponad połowy badanych artykułów konsumpcyjnych były wyższe niż przed rokiem. W grupie artykułów konsumpcyjnych żywnościowych zanotowano znacznie wyższe dostawy m.in. wyrobów czekoladowanych, mięsa wołowego i cielęcego, tłuszczu zwierzęcych topionych jadalnych, mięsa drobiowego, dżemów owocowych. Wzrost dostaw tych produktów zrównoważony został wzrostem produkcji krajowej. Produkcja wyrobów czekoladowanych była większa o ponad 26%, a tłuszczu zwierzęcych topionych jadalnych prawie o 15%. Zmniejszyły się głównie dostawy takich artykułów żywnościowych jak: masło i pozostałe tłuszcze do smarowania, wina i miody pitne, kawa, margaryna i produkty do smarowania.

W 2011 r. wśród badanych artykułów konsumpcyjnych nieżywnościowych zaobserwowano wyższe niż przed rokiem dostawy m.in. opon do pojazdów samochodowych, zmywarek do naczyń, obuwia. Wzrost dostaw opon do pojazdów samochodowych i obuwia był spowodowany wzrostem importu o odpowiednio 23% i 17%. Wysoki udział importu w dostawach oprócz wymienionych produktów zanotowano również dla następujących artykułów nieżywnościowych: okrycia i ubiory, dywany, chodniki i wykładziny włókiennicze, pralki automatyczne, samochody osobowe i odbiorniki telewizyjne.

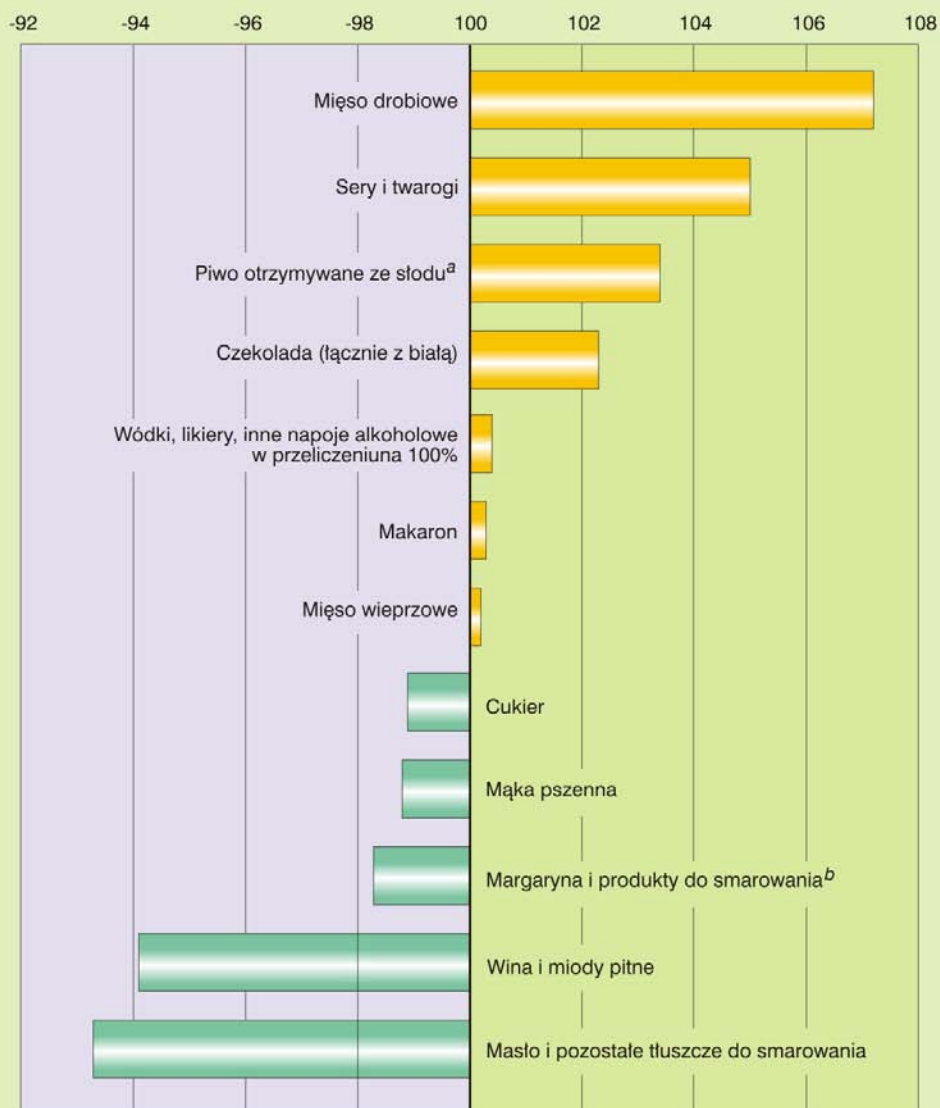
W grupie artykułów nieżywnościowych z powodu wzrostu eksportu niższe były dostawy pralek automatycznych typu domowego oraz dywanów, chodników i wykładzin włókienniczych.

<sup>5</sup> W Przedsiębiorstwach o liczbie pracujących 50 i więcej osób.

<sup>6</sup> Ilość wytworzonych w kraju wyrobów (dane dotyczą przedsiębiorstw o liczbie pracujących powyżej 9 osób) pomniejszona o ich eksport i powiększona o import, skorygowana o saldo zmian stanu zapasów u producentów o liczbie pracujących powyżej 49 osób.

### Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2011 r.

Rok poprzedni = 100



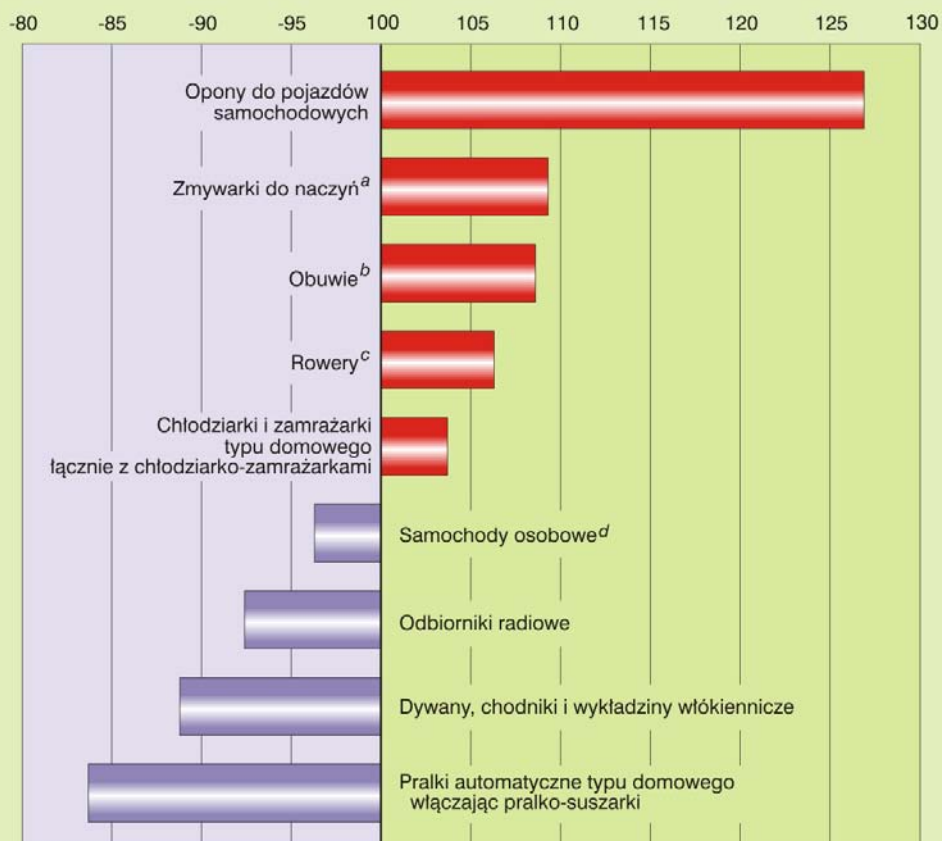
a O objętościowej mocy alkoholu 0,5% i więcej.

b O obniżonej lub niskiej tłuszczu, z wyłączeniem margaryny płynnej.



### Dynamika dostaw wybranych artykułów nieżywnościowych w 2011 r.

Rok poprzedni = 100



<sup>a</sup> Typu domowego.

<sup>b</sup> Łącznie z gumowym.

<sup>c</sup> Łącznie z dziecięcymi.

<sup>d</sup> Bez samochodów kempingowych, pojazdów śniegowych, do golfa i podobnych.