



UWAGI METODYCZNE

1. Przez **przedsiębiorstwa handlowe** rozumie się podmioty gospodarcze, których podstawowym rodzajem działalności jest sprzedaż towarów, zaliczana zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności do sekcji „Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, motocykli oraz artykułów użytku osobistego i domowego”.

2. Dane o **sprzedaży detalicznej** obejmują:

- 1) sprzedaż towarów konsumpcyjnych i niekonsumpcyjnych w:
 - punktach sprzedaży detalicznej,
 - hurtowniach oraz u producentów w ilościach wskazujących na zakup dla potrzeb indywidualnych nabywców;
- 2) sprzedaż towarów handlowych (konsumpcyjnych) oraz produkcji gastronomicznej w placówkach gastronomicznych.

W wartości sprzedaży detalicznej uwzględniono sprzedaż towarów zarówno ludności, jak i konsumentom zbiorowym, tj. urzędowi, instytucjom, żłobkom, przedszkolom itp., nie uwzględniono natomiast sprzedaży targowiskowej dokonanej przez sprzedawców uiszczających jedynie opłatę placową (np. sprzedaży produktów rolnych dokonanej przez producentów - rolników, sprzedaży na giełdach samochodowych).

3. Podziału towarów na **konsumpcyjne i niekonsumpcyjne** dokonano umownie, zaliczając do niekonsumpcyjnych te towary, których zużycie odbywa się głównie w sferze produkcji. Do towarów niekonsumpcyjnych zaliczono w szczególności towary przeznaczone do produkcji rolniczej (np. maszyny, narzędzia i urządzenia rolnicze, nasiona, pasze, środki ochrony roślin, nawozy sztuczne), materiały budowlane itp.

Podziału towarów konsumpcyjnych na żywność, napoje alkoholowe i towary nieżywnościowe dokonano szacunkowo.

4. Dane o **sprzedaży hurtowej towarów** obejmują sprzedaż z magazynów handlowych własnych i obcych, w których składowane towary stanowią własność przedsiębiorstwa handlowego.

Do wartości sprzedaży hurtowej zalicza się również wartość sprzedaży zrealizowanej na zasadzie bezpośredniej płatności lub kontraktu (agencji, 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.

5. **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.

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

7. Podziału **sklepów według form organizacyjnych** dokonano na podstawie wielkości powierzchni sprzedażowej sklepów i rodzaju sprzedawanych w nich towarów.

Domy towarowe i handlowe są to sklepy wielodziałowe, prowadzące sprzedaż szerokiego i uniwersalnego asortymentu, głównie towarów nieżywnościowych, o powierzchni sal sprzedażowych: domy towarowe – 2000 m² i więcej, domy handlowe – od 600 do 1999 m².

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 są to stałe punkty sprzedaży detalicznej spełniające warunki sklepu, w których prowadzi się sprzedaż wyrobów farmaceutycznych lub zielarskich.

Stacje paliw są to punkty sprzedaży detalicznej paliw, benzyny, oleju napędowego, płynów chłodzących, środków czyszczących itp.

8. Do **placówek gastronomicznych** zaliczono 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 uruchamiane są okresowo i działają nie dłużej niż sześć miesięcy w roku kalendarzowym.

Do placówek gastronomicznych nie zalicza się ruchomych punktów sprzedaży detalicznej i automatów sprzedażowych.

9. **Magazyny handlowe** (hurtu i detalu) są jednostkami organizacyjno-funkcjonalnymi podmiotów gospodarczych zajmujących się obrotem towarów. Magazynem jest jednostka przeznaczona do magazynowania towarów, zajmująca wyodrębnioną przestrzeń magazynową, wyposażona w środki techniczne i organizacyjne, dysponująca personelem do obsługi tych środków oraz prowadząca ewidencję stanu i ruchu zapasów.

10. Dane o działalności handlowej i gastronomicznej opracowano na podstawie danych ze sprawozdawczości. Dane dla jednostek o liczbie pracujących do 9 osób uogólniono w oparciu o wyniki badania reprezentacyjnego przeprowadzonego na 5% próbie tych jednostek.

Informacje o sklepach i stacjach paliw opracowano na podstawie sprawozdawczości. Dla jednostek o liczbie pracujących do 9 osób od 2004 r. dane uogólniane są w oparciu o wyniki badania reprezentacyjnego przeprowadzonego na 5% próbie tych jednostek; do 2003 r. dane opracowywano na podstawie rejestru.

11. **Targowiska** są to wyodrębnione tereny i budowle (place, ulice, hale targowe) ze stałymi lub sezonowymi punktami sprzedaży drobnodetalicznej lub urządzeniami przeznaczonymi do prowadzenia handlu w wyznaczone dni tygodnia lub codziennie (bazary).

Za **targowiska sezonowe** należy uznać te place i ulice, gdzie uruchamiane są na okres do sześciu miesięcy punkty handlowe, w związku ze wzmożonym ruchem nabywców i działalność ta jest ponawiana w kolejnych sezonach.

TABL. 1. **PODMIOTY GOSPODARKI NARODOWEJ ZAREJESTROWANE W REJESTRZE REGON PROWADZĄCE DZIAŁALNOŚĆ HANDLOWĄ I GASTRONOMICZNĄ**
Stan w dniu 31 XII

Wyszczególnienie	2004	2005	2004	2005
	handel i naprawy		hotele i restauracje	
OGÓŁEM	33863	34446	3275	3368
w tym sektor prywatny	33845	34427	3254	3349
Z ogółem:				
Przedsiębiorstwa państwowe	5	5	1	1
Spółki	4825	4852	549	562
handlowe	2013	2050	169	182
w tym:				
akcyjne	45	43	-	-
z ograniczoną odpowiedzialnością	1674	1709	161	172
cywilne	2812	2802	380	380
Spółdzielnie	91	84	2	2
Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą	28932	29491	2706	2789

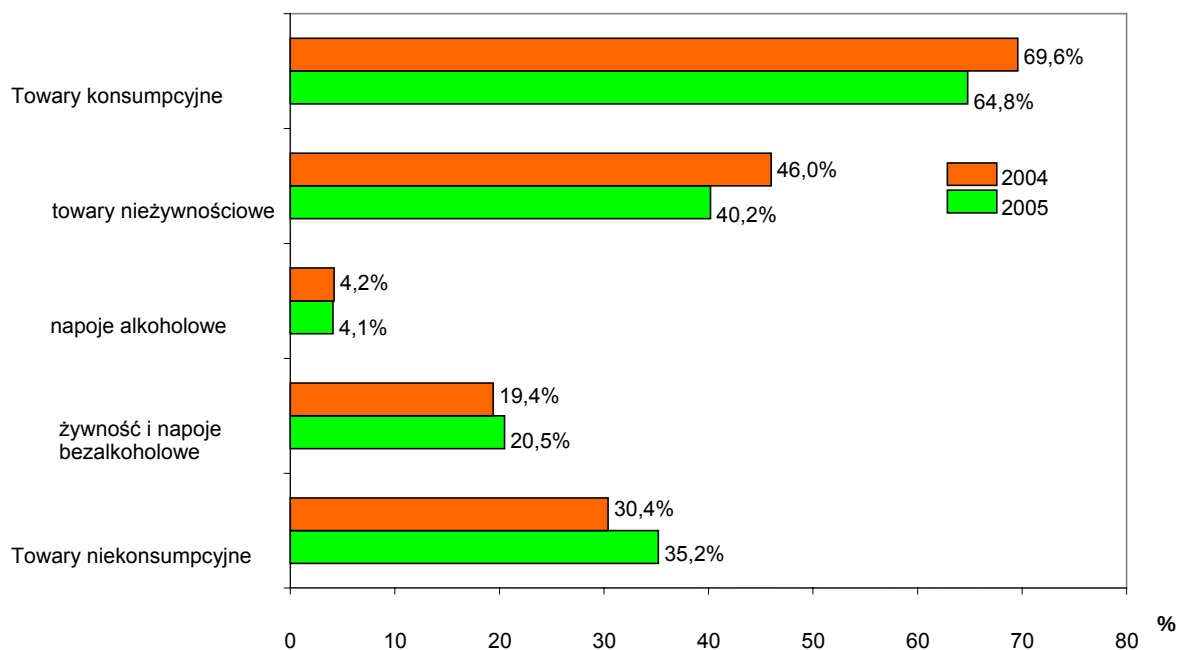
TABL. 2. **SPRZEDAŻ DETALICZNA TOWARÓW (ceny bieżące)**

Wyszczególnienie	2004	2005	2004 = 100
OGÓŁEM w mln zł	10606,1	9611,5	90,6
w tym udział przedsiębiorstw handlowych ^a w %	15,7	17,4	x
Na 1 mieszkańca w zł	10510	9524	90,6

^a Przedsiębiorstwa handlowe, w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

TABL. 3. **STRUKTURA SPRZEDAŻY DETALICZNEJ TOWARÓW^a (ceny bieżące)**

Wyszczególnienie	2004	2005
W milionach złotych		
OGÓŁEM	3864,4	3804,4
W odsetkach		

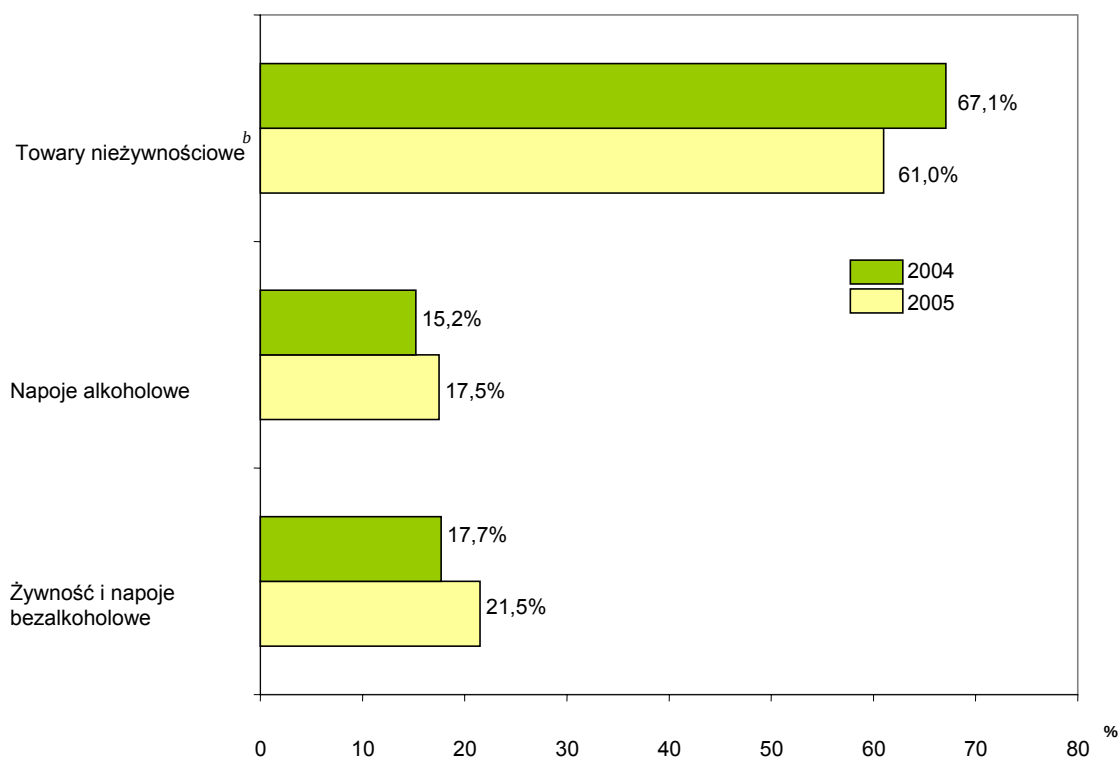


^a Dane dotyczą przedsiębiorstw prowadzących działalność handlową (bez placówek gastronomicznych), w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

TABL. 4. **SPRZEDAŻ HURTOWA TOWARÓW W PRZEDSIĘBIORSTWACH HANDLOWYCH^a**
(ceny bieżące)

Wyszczególnienie	2004	2005
W milionach złotych		
OGÓŁEM	3662,0	3235,7

W odsetkach



^a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób. ^b Konsumpcyjne i niekonsumpcyjne.

TABL. 5. **SKLEPY^a**
Stan w dniu 31 XII

Wyszczególnienie	Sklepy		Liczba ludności na 1 sklep
	ogółem	w tym prywatne	
W liczbach bezwzględnych			
2004	10909	10872	93
2005	10413	10377	97
2004 = 100			
2005	95,5	95,4	104,3

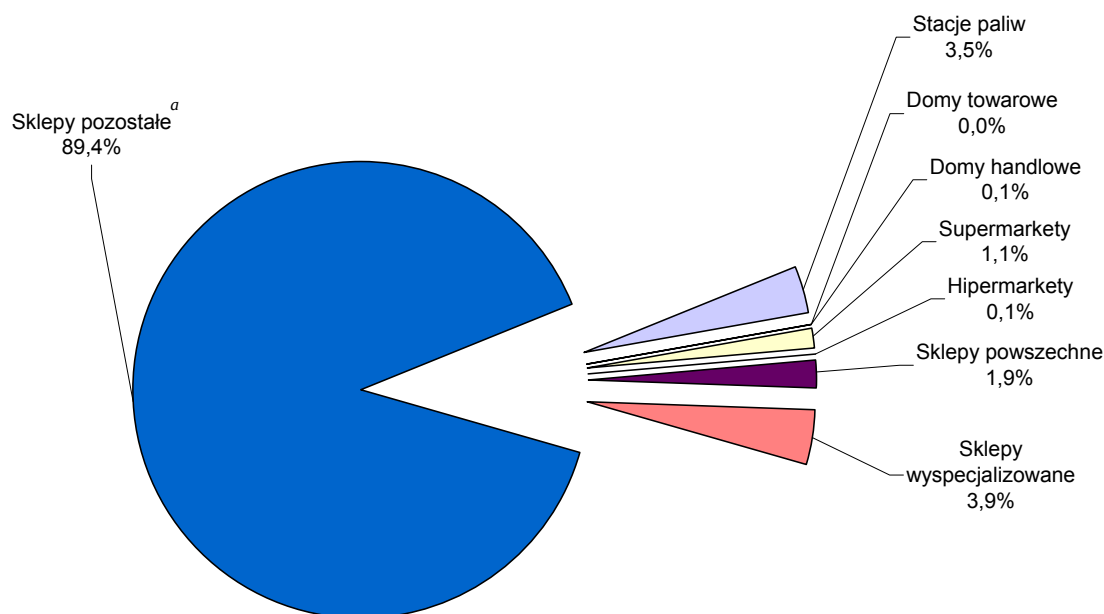
^a Patrz uwagi metodyczne, ust. 10, str. 2.

TABL. 6. **SKLEPY I STACJE PALIW^a WEDŁUG FORM ORGANIZACYJNYCH**
Stan w dniu 31 XII

Wyszczególnienie	2005	2004 = 100
OGÓŁEM	10783	95,8
Sklepy	10413	95,5
domy towarowe	2	100,0
domy handlowe.....	12	85,7
supermarkety	123	124,2
hipermarkety	11	122,2
sklepy powszechne	209	110,0
sklepy wyspecjalizowane	417	120,5
sklepy pozostałe ^b	9639	94,0
Stacje paliw	370	108,2

^a Patrz uwagi metodyczne, ust. 10, str. 2. ^b Ujęto sklepy podmiotów gospodarczych o liczbie pracujących do 9 osób; łącznie z aptekami ogólnodostępnymi.

STRUKTURA SKLEPÓW I STACJI PALIW WEDŁUG FORM ORGANIZACYJNYCH W 2005 R.



^a Ujęto sklepy podmiotów gospodarczych o liczbie pracujących do 9 osób; łącznie z aptekami ogólnodostępnymi.

TABL. 7. **GASTRONOMIA^a**

Wyszczególnienie	Placówki gastronomiczne (stan w dniu 31 XII)		Sprzedaż z działalności gastronomicznej (ceny bieżące) w tys. zł		
	ogółem	w tym restauracje	ogółem	w tym	
				produkcja gastronomiczna	napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe
W liczbach bezwzględnych					
2004	231	78	103207	71100	17219
2005	225	80	125116	87677	21685
2004 = 100					
2005	97,4	102,6	121,2	123,3	125,9

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

TABL. 8. **MAGAZYNY HANDLOWE^a**
Stan w dniu 31 XII

Wyszczególnienie	Magazyny zamknięte		Magazyny zadaszone		Place składowe		Silosy i zbiorniki - pojemność w m ³
	liczba	powierzchnia składowa w m ²	liczba	powierzchnia składowa w m ²	liczba	powierzchnia składowa w m ²	

W liczbach bezwzględnych

2004	601	257944	48	12331	104	190260	19404
2005	616	278546	52	10515	127	252382	23895

2004 = 100

2005	102,5	108,0	108,3	85,3	122,1	132,7	123,1
-------------------	--------------	--------------	--------------	-------------	--------------	--------------	--------------

^a Hurtu i rozdzielnice detalu; dane dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

TABL. 9. **TARGOWISKA**

Wyszczególnienie	Targowiska stałe						Targowiska sezonowe ^a (w ciągu roku)	Roczne wpływy z opłaty targowej w tys. zł
	ogółem	w tym z przewagą sprzedaży drobnotalicznej	powierzchnia targowisk w m ²		stałe punkty sprzedaży drobnotalicznej			
			ogółem	w tym sprzedażowa	ogółem	w tym na targowiskach czynnych codziennie		

W liczbach bezwzględnych

2004	73	66	380972	239211	6639	5954	139	18280,9
2005	76	69	399500	236903	6723	5814	151	18216,1

2004 = 100

2005	104,1	104,5	104,9	99,0	101,3	97,6	108,6	99,6
-------------------	--------------	--------------	--------------	-------------	--------------	-------------	--------------	-------------

^a Liczba targowisk lub miejsc wyznaczonych na ulicach i placach uruchamianych okresowo.