

Uwagi ogólne

1. Informacje w dziale dotyczą wszystkich jednostek gospodarki narodowej prowadzących działalność handlową lub gastronomiczną.

Przez **przedsiębiorstwa handlowe** rozumie się podmioty gospodarcze, których podstawowym rodzajem działalności jest sprzedaż towarów, zaliczana zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności - PKD 2007 do sekcji „Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle”.

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. urzędom, instytucjom, żłobkom, przedszkolom itp., nie uwzględniono natomiast sprzedaży targowiskowej dokonanej przez sprzedawców uiszczających jedynie opłatę placową (np. sprzedaży produktów rolnych dokonanej przez producentów rolników, sprzedaż na giełdach samochodowych).

Dane dotyczące sprzedaży detalicznej prezentuje się w dostosowaniu do Klasyfikacji Spożycia Indywidualnego według Celu (COICOP).

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 bądź użytkowanych, w których składowane

General notes

1. Information in this chapter concerns all entities of the national economy conducting trade or catering activity.

Trade enterprises are understood as economic entities, the basic activity of which is the sale of commodities, classified in accordance with the Polish Classification of Activities - PKD 2007 (NACE Rev. 2) in the section "Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles".

2. Data concerning **retail sales** include:

- 1) sales of consumer and non-consumer goods in:
 - retail sales outlets,
 - wholesale stores as well as at producers in quantities indicating purchases for the individual needs of the purchaser;
- 2) sales of trade commodities (consumer goods) as well as catering production in catering establishments.

Sales of goods both for the general public as well as for collective consumers, i.e., government offices, institutions, nurseries, nurseries schools etc. are included in the value of retail sales. Not included, however, are marketplace sales made by salesmen only paying a stall fee (e.g., sales of agricultural products conducted by farmer producers, sales at automobile markets).

Data concerning retail sales are presented according to the Classification of Individual Consumption by Purpose (COICOP).

3. The division of commodities into **consumer and non-consumer** goods was made on the following basis; non-consumer goods include those goods, the consumption of which occurs primarily in the sphere of production. In particular, goods designated for agricultural production (e.g., agricultural machinery, tools and equipment, seeds, animal feeding-stuffs, plant protection chemicals, artificial fertilizers), building materials, etc., were included in non-consumer goods.

The division of consumer goods into food, alcoholic beverages and non-foodstuff goods was made by estimation.

4. Data regarding the **wholesale of commodities** include sales from warehouses, in which the commodities stored account for the property of

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.

5. 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 powszechnie 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.

Do innych sklepów zaliczono sklepy o powierzchni sal sprzedażowych do 119 m².

Podziału sklepów według województw dokonano na podstawie faktycznej lokalizacji sklepu.

6. Sklepy podaje się łącznie z aptekami ogólnodostępnymi.

7. 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.

a trade enterprise. The value of wholesale also includes the value of sales realized on the basis of a direct payment or contract (agents, auctioneers), as well as the value of sales realized by settled transit consisting in the transfer of commodities directly from the supplier to the client, by-passing the warehouses which realize the delivery.

5. The division of stores by organizational form was made on the basis of the area of the sales floor and the types of goods sold.

Department stores and trade stores are stores with multiple departments, selling a broad and universal assortment, primarily non-foodstuff goods, with a sales floor area of 2000 m² and more for department stores and from 600 to 1999 m² for trade stores.

Supermarkets are stores with a sales floor from 400 to 2499 m², selling goods in a self-service system and offering a wide assortment of foodstuff goods and frequently bought non-foodstuff goods.

Hipermarkets are stores with a sales floor above 2500 m², selling goods in a self-service system and offering a wide assortment of foodstuff goods and frequently bought non-foodstuff goods, usually with a parking place.

Grocery stores are stores primarily selling foodstuff goods for daily consumption, with a sales floor from 120 to 399 m².

Specialized stores are stores selling a wide assortment of articles to fully meet specific needs, (e.g. clothing, home furnishings, car parts, furniture, sporting goods, etc.).

Other stores include stores with a sales floor up to 119 m².

The division of shops by voivodship was made on the basis of the actual location of a shop.

6. Shops include generally available pharmacies.

7. Catering establishments include permanent and seasonal catering establishments and outlets, the scope of activity of which is the preparation and sale of meals and beverages for on-site and take-out consumption. Seasonal catering establishments are open for a certain period of time and operate not longer than six months in a calendar year.

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

8. Dane o działalności handlowej i gastronomicznej opracowano na podstawie danych ze sprawozdawczości. Dla jednostek o liczbie pracujących do 9 osób dane 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.

9. 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 (bazaary).

Za **targowiska sezonowe** należy uznać te 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.

Portable retail sales points and vending machines are not treated as catering establishments.

8. Data regarding trade and catering activity are compiled on the basis of reporting. For entities employing up to 9 persons, data are generalized on the basis of the results of a sample survey conducted on a 5% sample of these entities.

Information regarding shops and petrol stations are compiled on the basis of reporting. For entities employing up to 9 persons since 2004 the data have been generalized on the basis of the results of a sample survey conducted on a 5% sample of these entities.

9. Marketplaces are specific areas and structures (squares, streets, market halls) with permanent or seasonal outlets for small-scale retail sales or with facilities designated for conducting trade on specific days of the week or daily (bazaars).

Seasonal marketplaces are those squares and streets where trade outlets conduct activity for a period of 6 months, in connection with increased demand from buyers (e.g., holiday seaside demand) and this activity is repeated in successive seasons.