

Rynek wewnętrzny w województwie dolnośląskim w 2023 r.

31.10.2024 r.

 **18,6%**

Wzrost przychodów z działalności gastronomicznej (ceny bieżące) r/r

W 2023 r. wartość sprzedaży detalicznej w cenach bieżących w przedsiębiorstwach handlowych i niehandlowych działających w województwie dolnośląskim wyniosła 79,4 mld zł i zwiększyła się w porównaniu z poprzednim rokiem o 7,6%. Zwiększeniu w skali roku uległy również przychody z działalności gastronomicznej - o 18,6% (do 7,3 mld zł). Natomiast wartość sprzedaży hurtowej zmniejszyła się o 8,2%.

Sprzedaż detaliczna towarów

Sprzedaż detaliczna towarów (w cenach bieżących, łącznie z podatkiem VAT) zrealizowana przez dolnośląskie przedsiębiorstwa handlowe (tj. prowadzące działalność gospodarczą zaklasyfikowaną według PKD do sekcji G handel; naprawa pojazdów samochodowych) i niehandlowe (realizujące sprzedaż towarów poprzez sieć punktów sprzedaży detalicznej) w 2023 r. wynosiła 79,4 mld zł, czyli o 5,6 mld zł wyższa niż w 2022 r. (tj. o 7,6% wyższa). Przeciętnie w kraju w 2023 r. odnotowano wzrost o 5,9%. W skali roku w większości województw wystąpiło zwiększenie wartości sprzedaży detalicznej, w tym największe w województwie lubelskim (o 16,1%). Zmniejszenie sprzedaży detalicznej odnotowano w 5 województwach: lubuskim, świętokrzyskim, kujawsko-pomorskim, opolskim i śląskim (w tym w największym stopniu w województwie lubuskim o 16,8%).

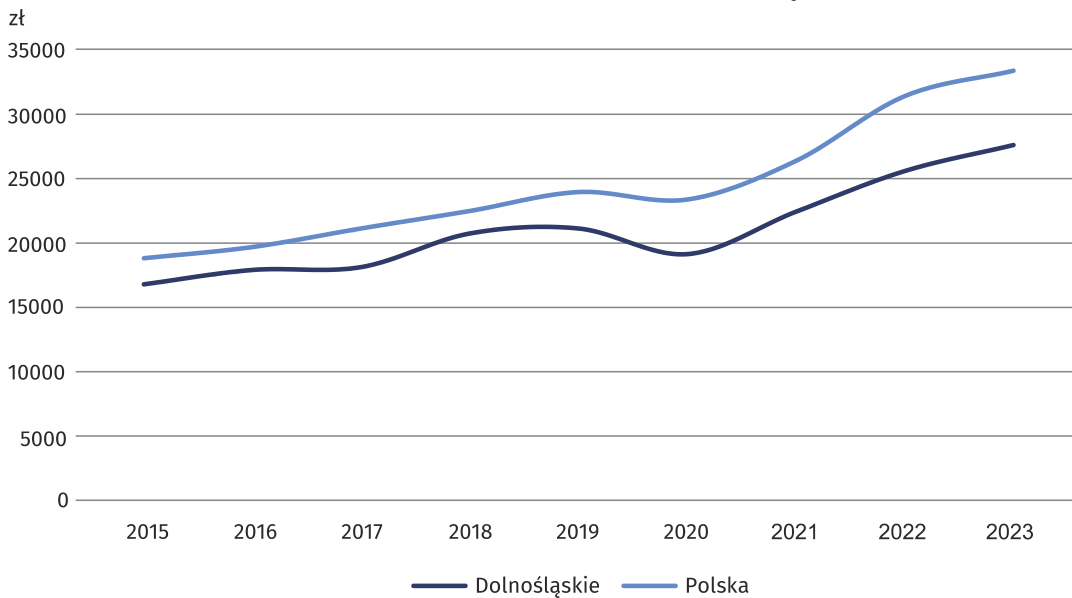
W 2023 r. wartość sprzedaży detalicznej dolnośląskich przedsiębiorstw stanowiła 6,3% ogólnej jej wartości w kraju, co dawało, podobnie, jak w latach wcześniejszych, 5. miejsce wśród województw (po województwach: mazowieckim, wielkopolskim, małopolskim i śląskim). Łącznie sprzedaż detaliczna towarów zrealizowana przez przedsiębiorstwa z tych pięciu województw stanowiła 70,0% ogólnej jej wartości w kraju, w tym największy udział miało województwo mazowieckie - 27,3%. W przekroju województw nadal występowało bardzo duże zróżnicowanie pod względem wartości sprzedaży detalicznej - od 12,6 mld zł w opolskim (tj. ponad 6-krotnie mniej niż w województwie dolnośląskim) do 343,4 mld zł w mazowieckim (tj. prawie 4,5-krotnie więcej niż w województwie dolnośląskim).

W przeliczeniu na 1 mieszkańca wartość sprzedaży detalicznej towarów kształtowała się w województwie dolnośląskim w 2023 r. na poziomie 27549 zł (5. miejsce wśród województw, po województwach wielkopolskim i mazowieckim, pomorskim i małopolskim), poniżej przeciętnej wielkości w kraju wynoszącej 33310 zł. Najwyższa wartość tego wskaźnika wystąpiła nadal w województwie wielkopolskim - 78829 zł (prawie 3-krotnie więcej niż w dolnośląskim), a najniższa w opolskim - 13403 zł (prawie połowa wielkości w dolnośląskim). Odnotowana na Dolnym Śląsku w 2023 r. wartość sprzedaży detalicznej towarów na 1 mieszkańca była o 2016 zł większa niż w 2022 r. (tj. o 7,9% większa) oraz o 5165 zł większa niż w 2021 r. (o 23,1% większa).

W 2023 r. odnotowano wzrost wartości sprzedaży detalicznej towarów o 7,6% (wobec wzrostu o 13,7% w 2022 r. i 16,6% w 2021 r.)

Pod względem wartości sprzedaży detalicznej towarów w przeliczeniu na 1 mieszkańca województwo dolnośląskie zajmowało 5. miejsce w kraju (wobec również 5. miejsca w 2022 r. oraz 3. miejsca w 2021 r.)

Wykres 1 . Sprzedaż detaliczna towarów na 1 mieszkańca (ceny bieżące)



Wartość sprzedaży detalicznej zrealizowanej przez przedsiębiorstwa prowadzące działalność handlową (bez placówek gastronomicznych), w których liczba pracujących przekraczała 9 osób, wyniosła 49,5 mld zł (wzrost w skali roku o 0,6%), z tego wartość sprzedaży żywności i napojów bezalkoholowych – 14,8 mld zł (spadek o 11,1%), napojów alkoholowych – 2,0 mld zł (spadek o 10,2%) oraz towarów nieżywnościowych – 32,7 mld zł (wzrost o 7,9%).

Największy udział w wartości sprzedaży detalicznej, podobnie jak ogółem w kraju, miała grupa towarów nieżywnościowych – 66,1%. Przeciętnie w kraju udział ten wynosił również 66,1%, przy najmniejszej wielkości w województwie wielkopolskim (33,2%) i największej w pomorskim (90,5%). Sprzedaż towarów nieżywnościowych obejmuje zaspokajanie potrzeb bytowych ludności związanych z: ubiorem; wyposażeniem mieszkania; higieną osobistą i ochroną zdrowia; kulturą, oświatą, wypoczynkiem; transportem. Ponadto obejmuje towary służące do zaspokajania potrzeb gospodarstw domowych, głównie w sferze produkcji rolniczej i budowlanej.

Grupa żywność i napoje bezalkoholowe stanowiła 29,8% ogółu wartości sprzedaży detalicznej w województwie (przeciętnie w kraju 30,0%), przy najmniejszej wielkości w województwie pomorskim (8,0%) i największej w wielkopolskim (59,2%).

Tablica 1. Sprzedaż detaliczna^a (ceny bieżące) według grup towarów w 2023 r.

| WYSZCZEGÓLNIENIE | Wartość w mln zł | 2022=100 | W odsetkach |
|--------------------------------|------------------|----------|-------------|
| OGÓŁEM | 49489,2 | 100,6 | 100,0 |
| Żywność i napoje bezalkoholowe | 14757,0 | 88,9 | 29,8 |
| Napoje alkoholowe | 2025,2 | 89,8 | 4,1 |
| Towary nieżywnościowe | 32707,0 | 107,9 | 66,1 |
| w tym: wyroby tytoniowe | 1179,7 | 98,8 | 2,4 |

a Przedsiębiorstwa prowadzące działalność handlową (bez placówek gastronomicznych), w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

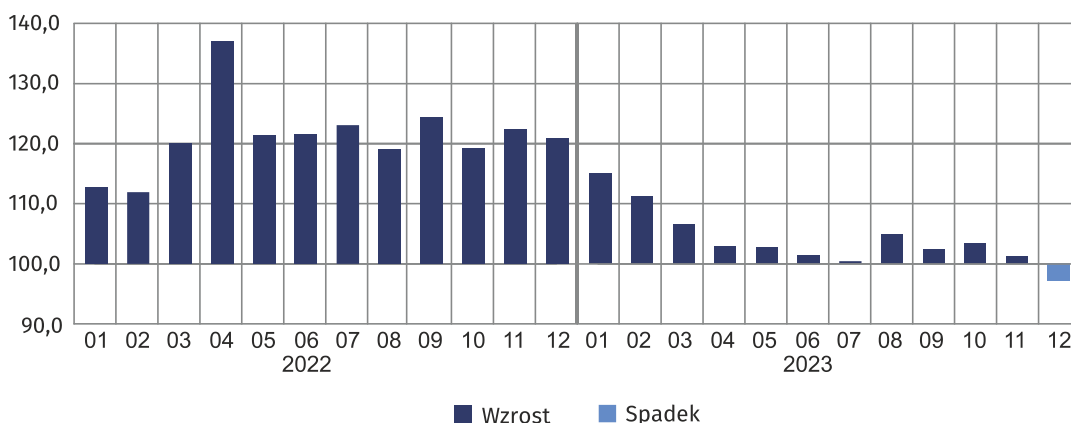
W przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób porównaniu do 2022 r. zmniejszeniu uległa wartość sprzedaży detalicznej żywności i napojów bezalkoholowych oraz napojów alkoholowych, natomiast zwiększeniu – towarów nieżywnościowych

Poza grudniem w każdym miesiącu w 2023 r. sprzedaż detaliczna w cenach bieżących była wyższa w porównaniu do analogicznego miesiąca w 2022 r. Największy wzrost w porównaniu do sytuacji sprzed roku odnotowano w styczniu i w lutym (odpowiednio o 15,1% i 11,2%), podczas gdy miesiące te w 2022 r. wyróżniały się najmniejszym wzrostem wartości sprzedaży w porównaniu do analogicznego miesiąca w 2021 r. (wzrost odpowiednio o 12,0% i 12,9%).

Niewielki wzrost miesięcznej sprzedaży w skali roku miał miejsce w czerwcu i lipcu (wzrost odpowiednio o 1,5% i 0,4%) oraz w listopadzie (wzrost o 1,2%). A w grudniu w 2023 r. sprzedaż detaliczna była o 2,9% niższa niż w grudniu 2022 r.

Wykres 2 . Dynamika sprzedaży detalicznej towarów według miesięcy (ceny bieżące)

Analogiczny miesiąc roku
poprzedniego=100



Sprzedaż hurtowa

Na Dolnym Śląsku w 2022 r. wartość sprzedaży hurtowej (łącznie z podatkiem VAT) w przedsiębiorstwach handlowych, w których liczba pracujących przekraczała 9 osób, wynosiła 85,6 mld zł, tj. o 9,3 mld zł mniej niż w 2022 r. (spadek o 8,2%) i o 4,3 mld zł więcej niż w 2021 r. (wzrost o 7,2%). W Polsce wartość sprzedaży hurtowej w przedsiębiorstwach handlowych o liczbie pracujących powyżej 9 osób była o 18,2% niższa niż przed rokiem.

Udział sprzedaży hurtowej odnotowanej w dolnośląskich przedsiębiorstwach stanowił 5,4% ogólnej wartości sprzedaży w przedsiębiorstwach handlowych w Polsce (wobec 5,8% w 2022 r.), co dawało 5. miejsce wśród województw (w 2022 r. - 6. miejsce). Największy udział w ogólnej wartości sprzedaży hurtowej w kraju niezmiennie miały przedsiębiorstwa z województwa mazowieckiego (35,9%), a najmniejszy – przedsiębiorstwa z województwa lubuskiego (1,0%).

W strukturze według grup towarów na Dolnym Śląsku dominowała sprzedaż hurtowa towarów nieżywnościowych (konsumpcyjnych i niekonsumpcyjnych) – o łącznej wartości 81,1 mld zł, co stanowiło 94,7% ogólnej wartości sprzedaży (2. miejsce wśród województw). W skali całego kraju grupa tych towarów stanowiła 85,4% ogólnej wartości sprzedaży hurtowej, przy najmniejszym odsetku w województwie warmińsko-mazurskim (70,5%) i największym w województwie mazowieckim (98,0%).

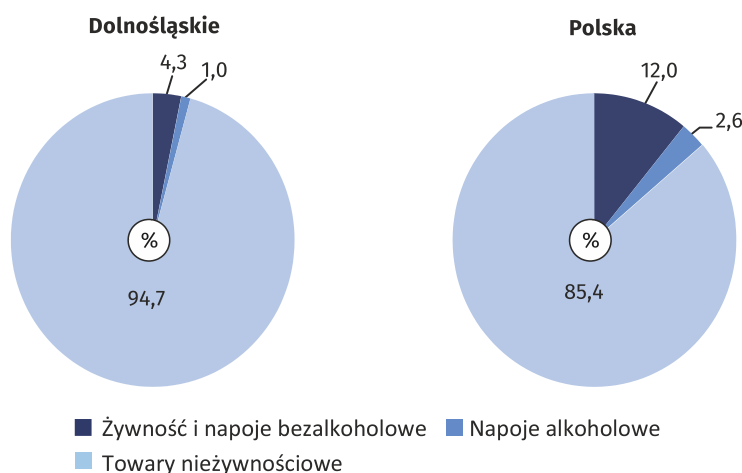
W przypadku tej grupy towarów, podobnie jak w zdecydowanej większości województw (poza lubelskim i lubuskim), odnotowano spadek wartości sprzedaży hurtowej – o 11,2% (wobec spadku o 19,5% w skali kraju).

Wartość sprzedaży hurtowej żywności i napojów bezalkoholowych zrealizowanej przez dolnośląskie przedsiębiorstwa kształtowała się na poziomie 3,7 mld zł, co stanowiło 4,3% ogólnej wartości sprzedaży, a wartość sprzedaży napojów alkoholowych na poziomie 0,8 mld zł (1,0%).

Wartość sprzedaży hurtowej uległa zmniejszeniu w skali roku, podczas gdy wartość sprzedaży detalicznej zwiększeniu (odpowiednio spadek o 8,2% i wzrost o 7,6%)

Województwo dolnośląskie wyróżniło się jednym z najwyższych udziałów sprzedaży hurtowej towarów nieżywnościowych oraz jednym z najniższych udziałów sprzedaży hurtowej żywności i napojów bezalkoholowych, realizowanej przez przedsiębiorstwa o liczbie pracujących powyżej 9 osób (odpowiednio 2. miejsce i 15. miejsce wśród województw)

Wykres 3. Struktura sprzedaży hurtowej^a w 2023 r. (ceny bieżące)



a Przedsiębiorstwa prowadzące działalność handlową (bez placówek gastronomicznych), w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

Spośród prezentowanych grup towarów pod względem dynamiki wartości sprzedaży hurtowej w skali roku wyróżniała się grupa towarów żywnościowych i napojów bezalkoholowych w dolnośląskich przedsiębiorstwach wzrost o 30,9% (wobec spadku o 8,8% w kraju).

W przypadku tej grupy towarów w województwie dolnośląskim odnotowano największy wzrost wartości sprzedaży hurtowej, podczas gdy największy spadek w województwie opolskim (o 31,0%).

Wzrost wartości sprzedaży hurtowej również odnotowano w przypadku napojów alkoholowych - o 8,0% (w skali kraju spadek o 12,0%). W pozostałych województwach wystąpiły duże dysproporcje pod względem dynamiki sprzedaży hurtowej napojów alkoholowych - od spadku o ponad połowę w województwie pomorskim do ponad dwukrotnego wzrostu w województwie świętokrzyskim.

Sklepy i stacje paliw

Na terenie województwa dolnośląskiego w końcu 2023 r. działało 23,4 tys. sklepów (łącznie ze sklepami podmiotów gospodarczych o liczbie pracujących do 9 osób, wraz z aptekami ogólnodostępnymi) oraz 526 stacji paliw, tj. punkty sprzedaży detalicznej: benzyny, oleju napędowego, gazu LPG, itp. Liczba sklepów zlokalizowanych na terenie województwa dolnośląskiego stanowiła 7,2% ogółu sklepów w kraju - 5. miejsce wśród województw, po województwach: mazowieckim, śląskim, wielkopolskim i małopolskim. Łącznie w tych pięciu wymienionych województwach działała ponad połowa ogółu sklepów w kraju.

W 2023 r. na jeden sklep w województwie dolnośląskim przypadało średnio 123 mieszkańców, podczas gdy w 2022 r. było to 119 mieszkańców. Przeciętnie w kraju wskaźnik ten kształtował się na poziomie 115 osób (w 2022 r. - 116 osób), przy największej wielkości w województwie opolskim (148 osób) i najmniejszej w kujawsko-pomorskim (100 osób)¹.

Liczba sklepów na Dolnym Śląsku uległa w skali roku zmniejszeniu. Odnotowana na koniec 2023 r. liczba sklepów była mniejsza o 3,6% (o 2,6 tys. sklepów mniej) niż przed rokiem, podczas gdy liczba stacji paliw była większa o 4,6% (o 23 stacje więcej). W skali całego kraju, odmiennie niż na Dolnym Śląsku, liczba sklepów nieznacznie zwiększyła się - o 0,2%, a liczba stacji paliw, podobnie jak na Dolnym Śląsku - zwiększyła się 4,6%.

Liczba sklepów uległa w skali roku dalszemu zmniejszeniu (o 3,6%), a liczba stacji paliw zwiększeniu (o 4,6%).

¹ Wskaźnik, odnoszący się do liczby ludności, dla 2022 r. i 2023 r. został przeliczony zgodnie z bilansem przygotowanym w oparciu o wyniki NSP 2021.

W strukturze sklepów według form organizacyjnych dominowały sklepy wyspecjalizowane (prowadzące sprzedaż szerokiego asortymentu artykułów do kompleksowego zaspokajania określonych potrzeb, np. ubioru, wyposażenia mieszkań, itp.) – 2894 sklepy oraz następnie supermarkety (sklepy o powierzchni sprzedażowej od 400 m² do 2499 m², prowadzące sprzedaż głównie w systemie samoobsługowym) – 846 sklepów. W 2023 r. w porównaniu z rokiem poprzednim liczba supermarketów oraz sklepów wyspecjalizowanych uległa zwiększeniu (odpowiednio o 3,3% oraz o 3,4%).

Tablica 2. Sklepy i stacje paliw
Stan w dniu 31 grudnia

| WYSZCZEGÓLNIENIE | 2022 | 2023 |
|-------------------------|-------|-------|
| Sklepy ^a | 24267 | 23403 |
| domy towarowe | 5 | 5 |
| domy handlowe | 7 | 11 |
| supermarkety | 819 | 846 |
| hipermarkety | 46 | 47 |
| sklepy powszechne | 292 | 312 |
| sklepy wyspecjalizowane | 2798 | 2894 |
| pozostałe sklepy | 20300 | 19288 |
| Stacje paliw | 503 | 526 |

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

Rozpatrując strukturę specjalizacji branżowej sklepów i punktów sprzedaży paliw (o liczbie pracujących powyżej 49 osób) nadal w województwie dolnośląskim największym udziałem wyróżniła się grupa pozostałe sklepy (tj. obejmująca sprzedaż towarów, które nie zostały ujęte w badanych grupach branżowych, np. komputerów, telefonów, artykułów optycznych) – 1839 sklepów, stanowiących 30,6% ogółu jednostek (29,5% w całym kraju). W dalszej kolejności w strukturze specjalizacji branżowej znaczące udziały miały branże: ogólnospożywcza (obejmująca sprzedaż różnego rodzaju towarów, np. żywność, napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe) – 25,1%, odzieżowa – 11,6%, piekarniczo-ciastkarska – 5,1%.

W porównaniu do 2022 r. liczba jednostek zaliczanych do grupy pozostałe sklepy oraz do branży odzieżowej nie uległa większym zmianom (wzrost odpowiednio o 1,7% i 1,6%), podczas gdy dalszemu zwiększeniu uległa liczba jednostek z branży ogólnospożywczej (o 13,0%; w całym kraju o 10,2%). Ponadto znaczący wzrost liczby jednostek wystąpił w branży piekarniczo-ciastkarskiej (o 16,7%; w kraju o 3,3%) oraz następnie w branży kosmetyczno-toaletowej (o 5,3%; w kraju o 3,9%). Zmniejszeniu uległa m.in. liczba sklepów z branży napojów alkoholowych (o 21,2%; w kraju spadek o 2,2%), sklepów z obuwiem i z wyrobami skórzanymi (o 6,7%; w kraju spadek o 3,3%) oraz z branży księgarskie i artykuły piśmienne (o 5,0%, wobec wzrostu w całym kraju o 4,7%).

Łączna powierzchnia sprzedażowa sklepów (o liczbie pracujących powyżej 49 osób) wynosiła 2196,5 tys. m² i była większa o 108,6 tys. m² niż w 2022 r. (tj. o 5,2% większa, w całym kraju zwiększenie powierzchni o 4,0%). W porównaniu z poprzednim rokiem odnotowano największą dynamikę wzrostu łącznej powierzchni sprzedażowej w przypadku domów handlowych, tj. wielodziałowych sklepów o powierzchni sal sprzedażowych 2000 m² i więcej (o 48,4%), a w dalszej kolejności w sklepach wyspecjalizowanych oraz w grupie pozostałe sklepy (odpowiednio o 7,0% i 9,5%).

W strukturze specjalizacji branżowej sklepów i punktów sprzedaży paliw (o liczbie pracujących powyżej 49 osób) nadal największym udziałem wyróżniła się grupa pozostałe sklepy oraz grupa branży ogólnospożywczej

Targowiska

W 2023 r. w krajowej ewidencji prowadzonej przez gminne jednostki samorządowe zarejestrowanych było w Polsce 2560 stałych targowisk, a na terenie województwa dolnośląskiego 159 targowisk (141 targowisk w 2022 r. i 135 w 2021 r.), w tym z przewagą sprzedaży drobnodetalicznej 157 targowisk (139 w 2022 r. i 133 w 2021 r.). Najwięcej stałych targowisk znajdowało się w województwie mazowieckim (338), a najmniej w województwie opolskim (51). Województwo dolnośląskie pod względem liczby targowisk zajmowało 8. miejsce w kraju (w latach wcześniejszych 7. miejsce).

Ogólna powierzchnia dolnośląskich targowisk wynosiła 823,6 tys. m² (wobec nieznacznie mniejszej wielkości 794,7 tys. m² w 2022 r.). Powierzchnia sprzedażowa targowisk stanowiła 46,3% ogólnej ich powierzchni (wobec 58,9% przeciętnie w kraju).

W 2023 r. na targowiskach działało 5941 stałych punktów sprzedaży drobnodetalicznej (o 165 więcej niż w 2022 r.), spośród których czynne codziennie stanowiły 52,9% (51,2% przeciętnie w kraju). W przekroju województw odsetek stałych punktów sprzedaży drobnodetalicznej czynnych codziennie był bardzo zróżnicowany, od 19,3% w województwie świętokrzyskim do 81,0% w podlaskim.

Uzupełnieniem stałej sieci targowiskowej były targowiska sezonowe (tj. targowiska lub miejsca wyznaczone na ulicach i placach uruchamiane okresowo), których liczba w 2023 r. zwiększyła się o 499 targowisk do wielkości 2002 obiektów. Zlokalizowane w województwie dolnośląskim targowiska sezonowe stanowiły prawie 1/4 ogółu targowisk sezonowych w Polsce.

Roczne wpływy z opłaty targowiskowej (na targowiskach stałych i sezonowych) wyniosły 8928,1 tys. zł, stanowiąc 4,9% ogólnej kwoty wpływów z opłaty targowiskowej w skali całego kraju.

W porównaniu do 2022 r. wpływy z opłaty targowiskowej wzrosły o 9,2% (w kraju o 5,1%).

Placówki gastronomiczne

W 2023 r. działało w województwie dolnośląskim 2108 placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych). Najwięcej obiektów działało jako bary (1079), a następnie jako restauracje (508). Bary stanowiły 51,2% ogółu placówek gastronomicznych w województwie, a restauracje – 24,1%, natomiast przeciętnie w kraju udział barów był zdecydowanie mniejszy – 27,3% ogółu placówek (restauracje stanowiły 25,8%).

Odnotowana ogólna liczba placówek gastronomicznych, odmiennie niż w 2022 r., uległa w skali roku zwiększeniu – o 13,6% (w 2022 r. w porównaniu do 2021 r. niewielkie zmniejszenie o 1,0%). W województwie dolnośląskim w skali roku przybyło: 124 bary, 33 restauracje, 27 punktów gastronomicznych oraz 104 punkty gastronomiczne.

Tablica 3. **Działalność gastronomiczna**^a
Stan w dniu 31 grudnia

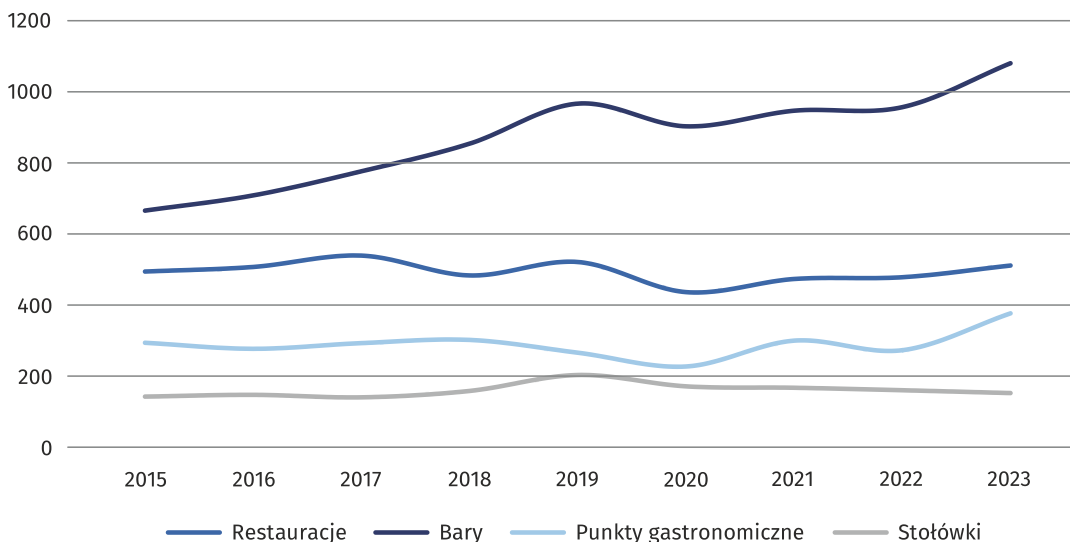
| WYSZCZEGÓLNIENIE | 2022 | 2023 |
|-----------------------|------|------|
| Restauracje | 470 | 475 |
| Bary | 945 | 955 |
| Stołówki | 163 | 156 |
| Punkty gastronomiczne | 296 | 269 |

a Dane dotyczą przedsiębiorstw o liczbie pracujących powyżej 9 osób, Do placówek gastronomicznych nie zaliczono tzw. punktów sprzedaży ruchomej i automatów sprzedażowych.

Województwo dolnośląskie wyróżnia się na tle pozostałych województw największą liczbą targowisk sezonowych

Pod względem liczby placówek gastronomicznych województwo dolnośląskie nadal zajmowało 3. miejsce w kraju (po województwach mazowieckim i małopolskim), w tym 2. miejsce (po województwie mazowieckim) pod względem liczby barów

Wykres 4. Liczba placówek gastronomicznych
Stan w dniu 31 grudnia



Przychody ogółem z działalności gastronomicznej w cenach bieżących (łącznie z podatkiem VAT), w przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób, osiągnęły w województwie dolnośląskim w 2023 r. poziom 6166,5 mln zł, co stanowiło 15,5% ogólnej wartości sprzedaży w kraju (2. miejsce, po województwie mazowieckim). Największy udział w wartości przychodów miała produkcja gastronomiczna, tj. produkcja wyrobów kulinarnych, ciastkarskich i innych wytworzonych we własnym zakresie. Przychody z produkcji gastronomicznej wyniosły 6890,2 mln zł, stanowiąc 94,2% ogółu przychodów z działalności gastronomicznej w województwie, podczas gdy przychody ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych 230,1 mln zł, stanowiąc 3,1% (przeciętnie w kraju udziały te kształtowały się odpowiednio - 88,4% w przypadku produkcji gastronomicznej i 6,3% sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych).

Podobnie jak w całym kraju i prawie we wszystkich województwach (poza warmińsko-mazurskim) w porównaniu do 2022 r. wartość sprzedaży z działalności gastronomicznej uległa znacznemu zwiększeniu – o 47,0% (o 31,0% przeciętnie w kraju).

W przekroju wojewódzkim największy w ujęciu procentowym wzrost przychodów z działalności gastronomicznej wystąpił w województwie podlaskim (o 118,6%), a najmniejszy – w województwie zachodniopomorskim (o 4,4%). Natomiast w województwie warmińsko-mazurskim przychody z działalności gastronomicznej uległy zmniejszeniu – o 4,9%.

W przypadku cytowania danych Głównego Urzędu Statystycznego prosimy o zamieszczenie informacji: „Źródło: dane GUS”, a w przypadku publikowania obliczeń dokonanych na danych opublikowanych przez Urząd Statystyczny we Wrocławiu prosimy o zamieszczenie informacji: „Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS”.

Opracowanie merytoryczne:

Urząd Statystyczny we Wrocławiu

Dyrektor Halina Woźniak

tel: 71 371 64 00

Rozpowszechnianie:

Informatorium Statystyczne

tel: 71 371 63 62, 71 371 64 55

Dolnośląski Ośrodek Badań Regionalnych

tel. 71 371 63 71

e-mail: A.ilczuk@stat.gov.pl



wroclaw.stat.gov.pl



[@WROCLAW_STAT](https://twitter.com/WROCLAW_STAT)



[@USWroclaw](https://www.facebook.com/USWroclaw)

Powiązane opracowania

[Rynek wewnętrzny w województwie dolnośląskim w 2022 r.](#)

[Komunikat o sytuacji społeczno-gospodarczej województwa dolnośląskiego](#)

[Biuletyn statystyczny województwa dolnośląskiego](#)

Temat dostępny w bazach danych

[Bank Danych Lokalnych → Handel i Gastronomia](#)

Ważniejsze pojęcia dostępne w słowniku

[Sprzedaż detaliczna](#)

[Sprzedaż hurtowa](#)

[Placówka gastronomiczna](#)

[Sklep](#)

[Targowisko](#)