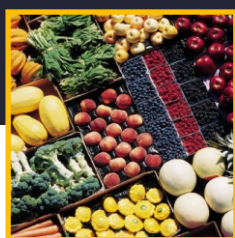


**Rynek wewnętrzny
w województwie dolnośląskim
w latach 2012-2014**



***Internal market
in dolnośląskie voivodship
in years 2012-2014***

*Information
and statistical
paper*

Informacje
i opracowania
statystyczne

ZESPÓŁ REDAKCYJNY *EDITORIAL BOARD*
URZĘDU STATYSTYCZNEGO *OF STATISTICAL OFFICE*
WE WROCŁAWIU *IN WROCŁAW*

PRZEWODNICZĄCY *PRESIDENT*

Małgorzata Wojtkowiak-Jakacka

ZASTĘPCA PRZEWODNICZĄCEGO *VICE PRESIDENT*

Halina Woźniak

REDAKTOR GŁÓWNY *EDITOR-IN-CHIEF*

Stanisław Kamiński

CZŁONKOWIE *MEMBERS*

Beata Bał-Domańska, Sławomir Banaszak, Agata Girul,
Agnieszka Ilczuk, Waclaw Mazur, Gabriela Okoń, Anna Staniów,
Elżbieta Stańczyk, Halina Woźniak, Małgorzata Wysoczańska

SEKRETARZ *SECRETARY*

Marta Woźniakiewicz

AUTOR *AUTHORS*

Alicja Sobków

SKŁAD KOMPUTEROWY, *TYPESETTING,*
OPRACOWANIE GRAFICZNE *GRAPHICS AND DESIGN*

Leszek Łukaszewicz

PROJEKT OKŁADKI *COVER DESIGN*

Leszek Łukaszewicz

Prosimy o podanie źródła
przy publikowaniu danych US

When publishing SO data
please indicate source

ISBN 978-83-89593-61-0

PRZEDMOWA

Przekazuję Państwu kolejną edycję publikacji „Rynek wewnętrzny w województwie dolnośląskim w latach 2012-2014”.

Publikacja składa się z uwag metodycznych, analitycznych oraz części tabelarycznej.

Uwagi metodyczne zawierają podstawowe pojęcia, definicje oraz metodologię badań z zakresu handlu i gastronomii.

W uwagach analitycznych scharakteryzowano podmioty gospodarcze zajmujące się handlem i gastronomią oraz zmiany jakie zachodziły w ich działalności na przestrzeni lat 2012-2014. Wybrane zjawiska zilustrowano na mapach i wykresach.

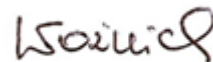
W części tabelarycznej dane dla województwa dolnośląskiego zaprezentowano w przekrojach według sekcji i wybranych działów PKD 2007 oraz podregionów i powiatów. Najważniejsze informacje przedstawiono również na tle Polski i pozostałych województw.

Publikacja dostępna jest w wersji elektronicznej na stronie internetowej Urzędu <http://wroclaw.stat.gov.pl/> oraz na płycie CD.

Mam nadzieję, że niniejsze opracowanie będzie dla Państwa przydatnym źródłem wiedzy na temat rynku wewnętrznego w województwie dolnośląskim.

p.o. Dyrektora

Urzędu Statystycznego we Wrocławiu



Halina Woźniak

PREFACE

I am very pleased to present a subsequent edition of the publication “Internal market in dolnośląskie voivodship in the years 2012-2014”.

The publication consists of methodological and analytical notes, and a tabular part.

The methodological part includes some basic notions and definitions as well as the methodology of survey from the scope of trade and catering.

The analytical comments characterized economic operators involved in trade and catering, and the changes taking place in their businesses over the years 2012-2014. Selected phenomena were illustrated in charts and graphs.

In the tabular part the data for the Dolnośląskie Voivodship were presented in cross-sections by section and selected divisions of PKD 2007, and sub-regions and districts. The most important information is also shown against the background of Poland and other voivodships.

This publication is available on the webpage of the Statistical Office in Wrocław wroclaw.stat.gov.pl and on CD-ROM.

I hope that this publication will become a useful source of knowledge on the internal market in the Dolnośląskie Voivodship.

*Acting Director
of the Statistical Office in Wrocław*



Halina Woźniak

SPIS TREŚCI
CONTENTS

		Tablica	Strona
		<i>Table</i>	<i>Page</i>
PRZEDMOWA	PREFACE	x	2
UWAGI METODOLOGICZNE	METHODOLOGICAL NOTES	x	7
UWAGI ANALITYCZNE	ANALYTICAL NOTES	x	15
 TABLICE	 TABLES		
Podmioty gospodarki narodowej w rejestrze region według sekcji (2013, 2014)	<i>Entities of the national economy in the REGON register by sections (2013, 2014)</i>	1	
Podmioty gospodarki narodowej w rejestrze REGON w sekcji handel; naprawa pojazdów samochodowych oraz zakwaterowanie i gastronomia (2013, 2014)	<i>Entities of the national economy in the REGON register in section trade; repair of motor vehicles as well as accommodation and catering (2013, 2014)</i>	2	
Podmioty gospodarki narodowej w rejestrze REGON w sekcji handel; naprawa pojazdów samochodowych oraz zakwaterowanie i gastronomia według podregionów i powiatów (2013, 2014)	<i>Entities of the national economy in the REGON register in section trade; repair of motor vehicles as well as accommodation and catering by subregions and powiats (2013, 2014)</i>	3	
Sprzedaż detaliczna towarów według grup (ceny bieżące) (2012, 2013, 2014)	<i>Retail sales by groups (current prices) (2012, 2013, 2014)</i>	4	
Sprzedaż detaliczna towarów (ceny bieżące) (2012, 2013, 2014).....	<i>Structure of retail sales (current prices) (2012, 2013, 2014)</i>	5	
Sklepy według form organizacyjnych i stacje paliw (2012, 2013, 2014)	<i>Shops by organizational forms and petrol stations (2012, 2013, 2014)</i>	6	
Sklepy według powierzchni sprzedażowej (2012, 2013, 2014)	<i>Shops by sales area (2012, 2013, 2014)</i>	7	
Sklepy według form organizacyjnych i stacje paliw, w których liczba pracujących i powierzchni sprzedażowej (2012, 2013, 2014)	<i>Shops by organizational forms and petrol stations in which number of employed person and sales area of shop (2012, 2013, 2014)</i>	8	
Sklepy według form organizacyjnych i stacje paliw według podregionów i powiatów (2012, 2013, 2014)	<i>Shops by selected organizational forms and petrol stations by subregions and powiats (2012, 2013, 2014)</i>	9	
Pracujący w sklepach według form organizacyjnych i na stacjach paliw według podregionów i powiatów (2012, 2013, 2014)	<i>Employed persons in shops by selected organizational forms and petrol stations by subregions and powiats (2012, 2013, 2014)</i> ...	10	
Powierzchnia sprzedażowa sklepów według form organizacyjnych oraz podregionów i powiatów (2012, 2013, 2014)	<i>Sales area of shops by selected organizational forms as well as subregions and powiats (2012, 2013, 2014)</i>	11	
Sklepy według specjalizacji (2012, 2013, 2014)	<i>Shops by specialization (2012, 2013, 2014)</i>	12	
Sklepy według wybranych specjalizacji oraz podregionów i powiatów w 2014 r.	<i>Shops by selected specialization as well as subregions and powiats in 2014</i>	13	
Gastronomia (2012, 2013, 2014)	<i>Catering (2012, 2013, 2014)</i>	14	
Sprzedaż hurtowa towarów w przedsiębiorstwach handlowych (ceny bieżące) (2012, 2013, 2014)	<i>Wholesale sales in trade enterprises (current prices) (2012, 2013, 2014)</i>	15	

		Tablica	Strona
		<i>Table</i>	<i>Page</i>
TABLICE (dok.)	TABLES (cont.)		
Magazyny handlowe (2009, 2012)	Trade warehouses (2009, 2012)	16	
Targowiska według podregionów i powiatów (2012, 2013, 2014)	Marketplaces by subregions and powiats (2012, 2013, 2014)	17	
Sprzedaż detaliczna towarów (ceny bieżące) (2012, 2013, 2014)	Retail sales (current prices) (2012, 2013, 2014)	18	
Sprzedaż detaliczna według grup towarów (ceny bieżące) (2012, 2013, 2014)	Retail sales by groups (current prices) (2012, 2013, 2014)	19	
Sklepy (2012, 2013, 2014)	Shops (2012, 2013, 2014)	20	
Struktura sklepów według sektorów własności w 2014 r.	Structure of shops by ownership sectors in 2014	21	
Sklepy według form organizacyjnych i stacje paliw (2012, 2013, 2014)	Shops by organizational forms and petrol stations (2012, 2013, 2014)	22	
Sklepy według powierzchni sprzedażowej (2012, 2013, 2014)	Shops by sales area (2012, 2013, 2014)	23	
Gastronomia (2012, 2013, 2014)	Catering (2012, 2013, 2014)	24	
Sprzedaż hurtowa towarów w przedsiębiorstwach handlowych (ceny bieżące) (2012, 2013, 2014)	Wholesale in trade enterprises (current prices) (2012, 2013, 2014)	25	
Magazyny handlowe (2006, 2012)	Trade warehouses (2006, 2012)	26	
Targowiska (2012, 2013, 2014)	Marketplaces (2012, 2013, 2014)	27	
WYKRESY	GRAPHS		
Udział przedsiębiorstw handlowych w sprzedaży detalicznej towarów (ceny bieżące) (2012, 2013, 2014)	Share of trade enterprises in retail sales (current prices) (2012, 2013, 2014)	x	
Sklepy według powierzchni sprzedażowej (2012, 2013, 2014)	Shops by sales area (2012, 2013, 2014)	x	
Sklepy według wybranych specjalizacji (2012, 2013, 2014)	Shops by selected specialization (2012, 2013, 2014)	x	
Placówki gastronomiczne (2012, 2013, 2014) ...	Catering (2012, 2013, 2014)	x	
Sprzedaż z działalności gastronomicznej (ceny bieżące) (2012, 2013, 2014)	Sales from catering activity (current price) (2012, 2013, 2014)	x	
Sprzedaż hurtowa towarów w przedsiębiorstwach handlowych (ceny bieżące) (2012, 2013, 2014)	Wholesale sales in trade enterprises (current prices) (2012, 2013, 2014)	x	
Liczba targowisk stałych według powiatów w 2014 r.	Number of permanent marketplaces by powiats in 2014	x	
Powierzchnia sprzedażowa targowisk stałych według powiatów w 2014 r.	Sales area of permanent marketplaces by powiats in 2014	x	
Roczne wpływy z opłaty targowej (2012, 2013, 2014)	Annual receipts from marketplace fees (2012, 2013, 2014)	x	

WYKRESY (dok.)

GRAPHS (cont)

Sprzedaż detaliczna towarów (ceny bieżące) na 1 mieszkańca	<i>Retail sales (current prices) per capita</i>	x
Liczba ludności przypadająca na 1 sklep	<i>Population per shop</i>	x
Zmiany liczby sklepów (2012=100)	<i>Change of number of shops (2012=100)</i>	x
Powierzchnia sprzedażowa sklepów	<i>Sales area of shops</i>	x
Liczba stacji paliw	<i>Number of petrol stations</i>	x
Zmiany liczby stacji paliw (2012=100)	<i>Change of number of petrol stations (2012=100)</i>	x
Placówki gastronomiczne	<i>Catering</i>	x
Sprzedaż hurtowa towarów (ceny bieżące)	<i>Wholesale sales (current prices)</i>	x
Powierzchnia składowa magazynów zamkniętych w 2012 r.	<i>Storage area of secured warehouses in 2012</i>	x
Liczba targowisk stałych	<i>Number of permanent marketplaces</i>	x
Powierzchnia sprzedażowa targowisk stałych ..	<i>Area of permanent marketplaces</i>	x
Liczba targowisk sezonowych	<i>Number of seasonal marketplaces</i>	x

UWAGI METODYCZNE

Informacje w publikacji dotyczą wszystkich jednostek gospodarki narodowej prowadzących działalność handlową lub gastronomiczną. 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 produktów 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 zależności od liczby pracujących podmioty prowadzące działalność gospodarczą podzielono na trzy kategorie:

- małe - do 9 pracujących,
- średnie - od 10 do 49 pracujących,
- duże - 49 pracujących.

Dane o **pracujących** obejmują osoby pełnozatrudnione i niepełnozatrudnione w głównym miejscu pracy.

SPRZEDAŻ DETALICZNA TOWARÓW (łącznie z podatkiem VAT) – sprzedaż towarów własnych i komisowych (nowych i używanych) w punktach sprzedaży detalicznej, placówkach gastronomicznych oraz innych punktach sprzedaży (np. magazynach, składach itp.) w ilościach wskazujących na zakupy dla potrzeb indywidualnych nabywców. Wartość sprzedaży detalicznej stanowi sumę sprzedaży zrealizowaną przez jednostki handlowe i niehandlowe.

SPRZEDAŻ ŻYWNOŚCI – obejmuje produkty pochodzenia roślinnego i zwierzęcego, które w stanie naturalnym lub po obróbce technologicznej lub kulinarnej stanowią pokarm człowieka. Nie zalicza się do żywności napojów alkoholowych, wyrobów tytoniowych oraz leków.

SPRZEDAŻ TOWARÓW NIEŻYWNOŚCIOWYCH:

- konsumpcyjnych – obejmuje zaspokajanie potrzeb bytowych ludności związanych z ubiorem; z wyposażeniem mieszkania; z higieną osobistą i ochroną zdrowia; z kulturą, oświatą, wypoczynkiem; z transportem,
- niekonsumpcyjnych – obejmuje towary służące do zaspokajania potrzeb gospodarstw domowych głównie w sferze produkcji rolniczej i budowlanej.

SPRZEDAŻ NAPOJÓW ALKOHOLOWYCH obejmuje:

- wyroby spirytusowe czyste oraz gatunkowe, tj. napoje alkoholowe o zawartości powyżej 18% alkoholu,
- wina (gronowe owocowe, musujące), napoje typu win (aperitify, cocktaile, kordiały), miody pitne,
- 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 wdzierżawiona przez inną osobę prawną lub fizyczną, która na tej części powierzchni prowadzi sprzedaż detaliczną na własny rachunek – to ta część stanowi odrębny sklep.

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

Wyróżniamy następujące formy organizacyjne sklepów:

- **domy towarowe** są to wielodziałowe sklepy o powierzchni sal sprzedażowych 2000 m² i więcej, prowadzące sprzedaż szerokiego i uniwersalnego asortymentu towarów nieżywnościowych, a często także towarów żywnościowych; mogą również prowadzić pomocniczą działalność gastronomiczną i usługową,
- **domy handlowe** są to wielodziałowe (przynajmniej dwa działy branżowe) sklepy o powierzchni sal sprzedażowych od 600 m² do 1999 m², prowadzące sprzedaż towarów o podobnym asortymencie jak w domach towarowych,
- **supermarkety** są to sklepy o powierzchni sprzedażowej od 400 m² do 2499 m² prowadzące sprzedaż głównie w systemie samoobsługowym, oferujące szeroki asortyment artykułów żywnościowych oraz artykuły nieżywnościowe częstego zakupu,
- **hipermarkety** są to sklepy o powierzchni sprzedażowej od 2500 m² prowadzące sprzedaż głównie w systemie samoobsługowym, oferujące szeroki asortyment artykułów żywnościowych i nieżywnościowych częstego zakupu, zwykle z parkingiem samochodowym,
- **sklepy powszechne** są to sklepy prowadzące sprzedaż głównie towarów żywnościowych codziennego użytku, o powierzchni sal sprzedażowych od 120 m² do 399 m²,
- **sklepy wyspecjalizowane** są to sklepy prowadzące sprzedaż szerokiego asortymentu artykułów do kompleksowego zaspokojenia określonych potrzeb, np. ubioru, wyposażenia mieszkań, sklepy motoryzacyjne, meblowe, sportowe itp.
- **pozostałe sklepy** są to sklepy o powierzchni sal sprzedażowych do 119 m², prowadzące sprzedaż głównie towarów żywnościowych codziennego użytku oraz często nabywanych towarów nieżywnościowych,
- **apteki** – stałe punkty sprzedaży detalicznej spełniające warunki sklepu, w których prowadzi się sprzedaż wyrobów farmaceutycznych lub zielarskich,
- **stacje paliw** – punkty sprzedaży detalicznej paliw, benzyny, oleju napędowego, płynów chłodzących, środków czyszczących itp.

Liczbę sklepów i stacji paliw wg stanu w dniu 31 XII, w podziale wg specjalizacji branżowej i wg form organizacyjnych ustalono na podstawie: wykazów sklepów sporządzonych przez jednostki o liczbie pracujących 10 i więcej osób realizujące sprzedaż detaliczną (sprawozdanie H-01w) oraz dla jednostek, w których liczba pracujących nie przekracza 9 osób, oszacowano w oparciu o wyniki badania reprezentacyjnego przeprowadzonego na 5% próbie tych jednostek (sprawozdanie SP-3).

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

Do **pracujących w sklepie** zalicza się faktycznie pracujących w sklepie: właścicieli, współwłaścicieli (łącznie z bezpłatnie pomagającymi członkami ich rodzin), a także zatrudnionych na podstawie stosunku pracy, łącznie z sezonowymi i pracującymi dorywczo, agentów (łącznie z pomagającymi członkami ich rodzin) oraz osoby zatrudnione przez agentów.

STAŁE PUNKTY SPRZEDAŻY DROBNODETALICZNEJ:

- **kiosk** – stanowi pomieszczenie stałe, zamykane z oknem wystawowym, którego wnętrze nie jest dostępne dla klienta,
- **stragan** – skonstruowany z urządzeń przenośnych, służących do wyłożenia i sprzedaży towarów w stałym miejscu sprzedaży,
- **magazyn** u producenta lub handlowy prowadzący sprzedaż detaliczną.

POZOSTAŁE PUNKTY SPRZEDAŻY DROBNODETALICZNEJ (o charakterze ruchomych stoisk):

- punkty sprzedaży obwoźnej,
- punkty sprzedaży obnośnej,

są to różnego rodzaju punkty sprzedaży detalicznej bez stałej lokalizacji w terenie, których zadaniem jest dotarcie bezpośrednio do klienta. Przeznaczone są głównie do obsługi terenów o rozproszonej zabudowie (osiedli podmiejskich, terenów turystycznych, wczasowisk itp.). Oferowany asortyment to przede wszystkim artykuły nie wymagające specjalnej decyzji zakupu i wyboru towaru.

TARGOWISKA – wyodrębnione tereny lub budowle (plac, ulica, hala targowa) ze stałymi, względnie sezonowymi punktami sprzedaży drobnodetalicznej lub urządzeniami przeznaczonymi do prowadzenia handlu, codziennie lub w wyznaczone dni tygodnia.

TARGOWISKA SEZONOWE są to place i ulice, gdzie uruchamiane są na okres do 6 miesięcy punkty handlowe, w związku ze wzmożonym ruchem nabywców (np. nadmorski ruch urlopowy) i działalność ta jest ponawiana w kolejnych sezonach.

SPRZEDAŻ HURTOWA (łącznie z podatkiem VAT) – jest to działalność polegająca na odsprzedaży zakupionych towarów we własnym imieniu, zwykle nieostatecznym odbiorcom (innym hurtownikom, detalistom, producentom). Obejmuje sprzedaż towarów z magazynów handlowych, własnych bądź użytkowanych, w których składowane towary stanowią własność przedsiębiorstwa handlowego. Do wartości sprzedaży hurtowej zalicza się również wartość sprzedaży zrealizowanej na zasadzie bezpośredniej płatności lub kontraktu (agenci, aukcjonerzy), jak również wartość sprzedaży zrealizowanej przez tranzyt rozliczany, polegający na przekazywaniu towarów bezpośrednio od dostawcy do odbiorcy z pominięciem magazynów, które tę dostawę realizują.

MAGAZYNY HANDLOWE¹ – magazyny jednostek zajmujących się obrotem towarami.

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

Magazyny handlowe zajmują:

- powierzchnię składową (w m²) w budynkach magazynowych zamkniętych, budynkach magazynowych zadaszonych (wiatach), piwnicach samodzielnych, placach składowych (składowiskach), pomieszczeniach niemagazynowych, tj. przeznaczonych na inne cele niż przechowywanie towarów np.: przemysłowych, biurowych, mieszkalnych, socjalnych,
- pojemność użytkową (w m³): zbiorników przeznaczonych do magazynowania towarów płynnych, półpłynnych, gazowych; silosów (elewatorów) do magazynowania towarów sypkich, sproszkowanych, drobnziarnistych, itp.

Magazyny hurtu – podstawowe jednostki handlu hurtowego; mogą to być wolnostojące budynki (tzw. magazyny zamknięte), pomieszczenia 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 itp.

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

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 we własnym zakresie,
- **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.

ŹRÓDŁAMI INFORMACJI są wyniki badań statystycznych – dla jednostek o liczbie pracujących do 9 osób – badanie reprezentacyjne: SP-3 – Sprawozdanie o działalności gospodarczej przedsiębiorstw, w zakresie jednostek o liczbie pracujących 10 i więcej osób – sprawozdania: H-01s – Sprawozdanie o sprzedaży detalicznej i hurtowej, H-01a – Sprawozdanie o działalności sklepów detalicznych i stacji paliw, H-01w – Sprawozdanie o sieci handlowej, H-01g – Sprawozdanie o sieci placówek gastronomicznych. Wykorzystuje się również sprawozdanie SG-01 „Statystyka gminy”.

* * *

1. Liczby względne (wskaźniki, odsetki) obliczono z reguły na podstawie danych bezwzględnych wyrażonych z większą dokładnością niż podano w tablicach.

2. Przy przeliczaniu danych dotyczących liczby ludności przypadającej na jeden sklep przyjęto liczbę ludności według stanu w dniu 31 XII.

SKRÓTY I PEŁNE NAZWY WEDŁUG PKD 2007 STOSOWANE W PUBLIKACJI

skrót	pełna nazwa
sekcje	
Handel; naprawa pojazdów samochodowych	Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle
Zakwaterowanie i gastronomia	Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi
Obsługa rynku nieruchomości	Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości
Administrowanie i działalność wspierająca	Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca

działy

Handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi oraz ich naprawa	Handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi; naprawa pojazdów samochodowych
Handel hurtowy	Handel hurtowy, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi
Handel detaliczny	Handel detaliczny, z wyłączeniem handlu detalicznego pojazdami samochodowymi

RODZAJE DZIAŁALNOŚCI W ZAKRESIE SPRZEDAŻY DETALICZNEJ ^a

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

a Sprzedaż detaliczna badana jest według rodzaju działalności przedsiębiorstw i obejmuje sprzedaż realizowaną przez jednostki handlowe i niehandlowe.

OBJAŚNIENIA ZNAKÓW UMOWNYCH

Kreska (—)	zjawisko nie wystąpiło
Zero (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 Δ	oznacza, że nazwy zostały skrócone w stosunku do obowiązującej klasyfikacji
Znak #	oznacza, że dane nie mogą być opublikowane ze względu na konieczność zachowania tajemnicy statystycznej w rozumieniu ustawy o statystyce publicznej
„W tym”	oznacza, że nie podaje się wszystkich składników sumy

UWAGI ANALITYCZNE

Przedsiębiorstwa handlowe

W końcu grudnia 2014 r. w województwie dolnośląskim w sekcji „Handel; naprawa pojazdów samochodowych” było zarejestrowanych 86,4 tys. podmiotów, tj. o 0,7% mniej niż przed rokiem. Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane do tej sekcji stanowiły 24,6% wszystkich podmiotów zarejestrowanych w rejestrze REGON, a 74,9% przedsiębiorstw w tej sekcji było prowadzonych przez osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą.

W sekcji „Zakwaterowanie i gastronomia” zarejestrowanych było 10,4 tys. podmiotów (2,9% ogółu podmiotów zarejestrowanych w rejestrze REGON, w tym 73,4% to osoby prowadzące działalność gospodarczą) i w porównaniu do roku poprzedniego ich liczba zwiększyła się o 1,0%. W ramach sekcji „Handel; naprawa pojazdów samochodowych” struktura przedsiębiorstw prowadzących działalność handlową w końcu grudnia 2014 r. kształtowała się następująco: 60,6% to przedsiębiorstwa, których podstawowym rodzajem działalności był handel detaliczny, 25,6% – handel hurtowy oraz 13,8% – handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi oraz ich naprawa.

Liczba przedsiębiorstw w handlu i gastronomii

Stan w dniu 31.XII

Number of enterprises in trade and catering

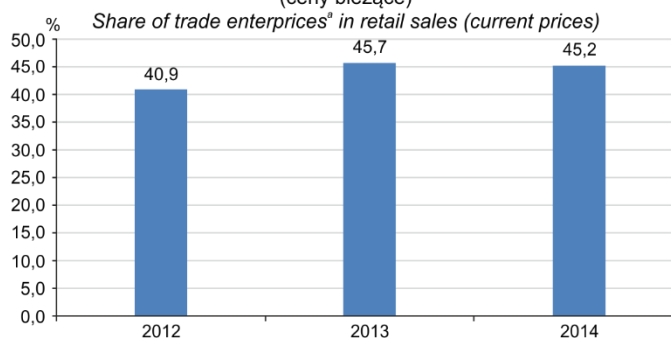
As of 31.XII

WYSZCZEGÓLNIENIE SPECIFICATION		Ogółem Total	W tym osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą Of which natural persons conducting economic activity
OGÓŁEM	2013	347561	235474
TOTAL	2014	351121	234473
w tym:			
of which:			
Handel; naprawa pojazdów samochodowych ^Δ	2013	87027	65898
<i>Trade; repair of motor vehicles ^Δ</i>	2014	86414	64755
w tym:			
of which:			
handel hurtowy ^Δ	2013	21969	13451
<i>wholesale trade ^Δ</i>	2014	22127	13286
handel detaliczny ^Δ	2013	53227	42372
<i>retail trade ^Δ</i>	2014	52337	41347
handel hurtowy i detaliczny pojazdami samocho- dowymi oraz ich naprawa ^Δ	2013	11831	10075
<i>wholesale and retail trade and repair of motor vehicles and motorcycles ^Δ</i>	2014	11950	10122
Zakwaterowanie i gastronomia ^Δ	2013	10249	7600
<i>Accommodation and catering ^Δ</i>	2014	10352	7599

Sprzedaż detaliczna

W 2014 r. wartość sprzedaży detalicznej towarów w województwie dolnośląskim wyniosła 48,2 mld zł (w cenach bieżących) i ukształtowała się na poziomie wyższym o 8,3% niż w roku poprzednim oraz o 5,6% w porównaniu z 2012 r. Przedsiębiorstwa handlowe, w których pracuje powyżej 49 osób, w 2014 r. zrealizowały 45,2% sprzedaży detalicznej wobec 45,7% w 2013 r. i 40,9% w 2012 r.

Udział przedsiębiorstw handlowych^a w sprzedaży detalicznej towarów (ceny bieżące)



^a Przedsiębiorstwa handlowe, w których liczba pracujących przekracza 49 osób.
a Trade enterprises employing more than 49 persons.

W przedsiębiorstwach prowadzących działalność handlową (bez placówek gastronomicznych), w których liczba pracujących przekraczała 9 osób, wartość sprzedaży detalicznej towarów wyniosła w 2014 r. 30,9 mld zł, było to więcej niż w latach poprzednich, tj.: o 12,3% w porównaniu z 2012 r. oraz o 6,3% w porównaniu z 2013 r. Podobnie jak w latach poprzednich, większość przychodów uzyskano ze sprzedaży towarów konsumpcyjnych (w 2014 r. – 89,2%). W porównaniu do 2012 r. odnotowano wzrost udziału towarów konsumpcyjnych (o 1,4 p. proc.). Wśród towarów konsumpcyjnych zaobserwowano na przestrzeni 3 lat wzrost udziału żywności i napojów bezalkoholowych (o 1,6 p. proc.) oraz napojów alkoholowych (o 0,1p. proc.), natomiast spadek udziału towarów nieżywnościowych (o 0,3 p. proc.).

Sieć handlowa

W końcu 2014 r. liczba sklepów i stacji paliw wyniosła 26972 (26463 sklepy i 509 stacji paliw). W porównaniu do 2012 r. liczba sklepów zmniejszyła się o 1224 jednostki, a liczba stacji paliw – o 79.

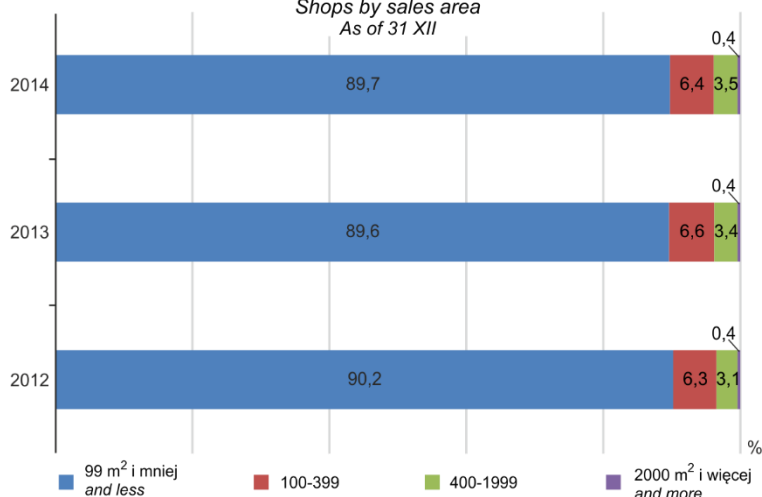
Wśród ogólnej liczby sklepów większość z nich należała do sektora prywatnego (99,9%).

Struktura sklepów według ich wielkości w województwie dolnośląskim w omawianym okresie utrzymywała się na podobnym poziomie. Dominujący udział w sklepowej sieci miały sklepy małe (89,7% w 2014 r.), tj. o powierzchni sprzedażowej do 99 m² (w kraju – 89,9%).

Od kilku lat zarówno na terenie województwa, jak i w całym kraju, istotną rolę odgrywają sklepy

Sklepy według powierzchni sprzedażowej

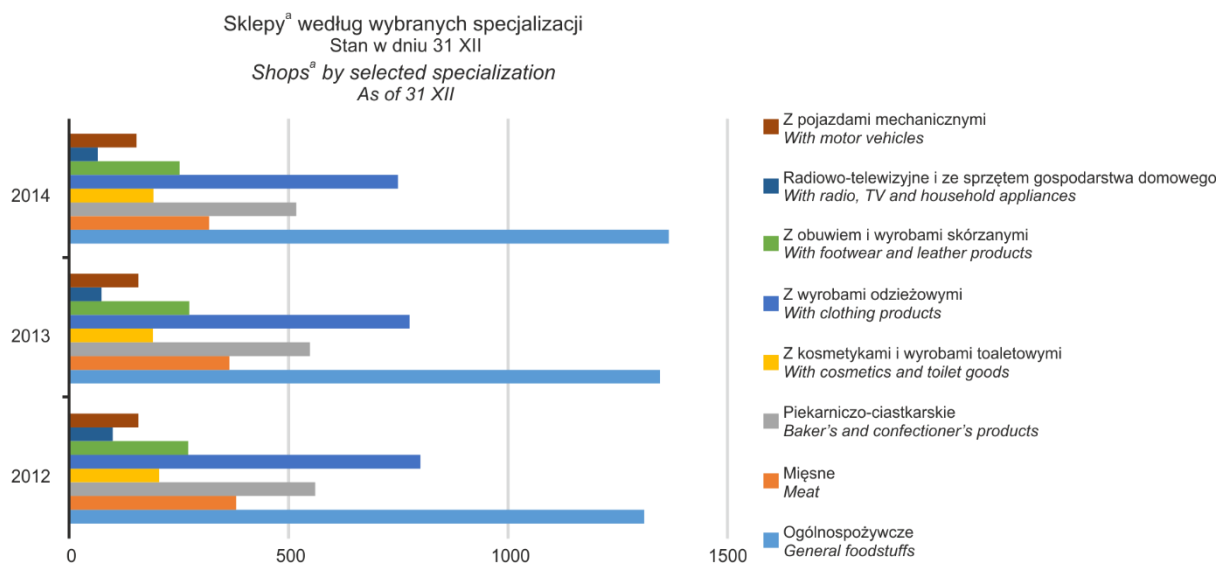
Stan w dniu 31 XII
Shops by sales area
As of 31 XII



wielkopowierzchniowe. W 2014 r. w relacji do 2012 r. odnotowano najwyższy przyrost liczby sklepów o powierzchni sprzedażowej 300-399 m² (o 9,4%), 400-999 m² (o 10,7%), 2000-2499 (o 6,7%) oraz 2500 m² i więcej (o 1,2%). Na przestrzeni lat 2012-2014 zmniejszyła się liczba sklepów o powierzchni sprzedażowej 1000-1999 m² (o 1,5%, tj. o 3 jednostki) oraz o powierzchni 100-199m² (o 6,9%, tj. o 70 sklepów).

W grupie sklepów dużych (przedsiębiorstwa handlowe, w których liczba pracujących przekracza 49 osób), w województwie dolnośląskim w końcu grudnia 2014 r. działało: 5 domów towarowych, 13 domów handlowych, 599 supermarketów i 53 hipermarkety. Wśród dużych sklepów na przestrzeni lat 2012-2014 najwyższy wzrost dotyczył supermarketów (o 22,2%, tj. o 109 jednostek). Wśród powiatów najwięcej supermarketów występowało we Wrocławiu (108) oraz w powiecie świdnickim (35) i kłodzkim (33).

W końcu 2014 r. funkcjonowało 5657 sklepów i 405 stacji paliw, w których liczba pracujących przekraczała 9 osób. W tych sklepach ogółem pracowało 45,4 tys. osób, a powierzchnia sprzedażowa wyniosła 1778,3 tys. m².

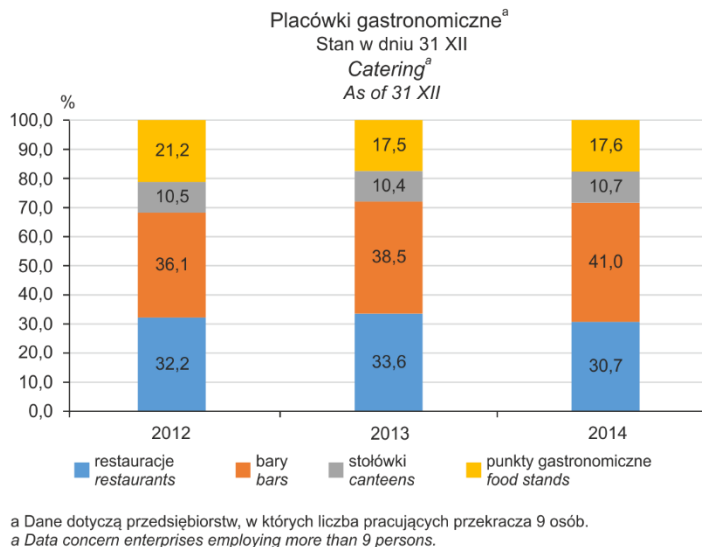


a Według lokalizacji sklepu/stacji paliw; dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób; łącznie z aptekami ogólnodostępnymi.
a According to location of shop/petrol station; data concern enterprises employing more than 9 persons. Including public pharmacies.

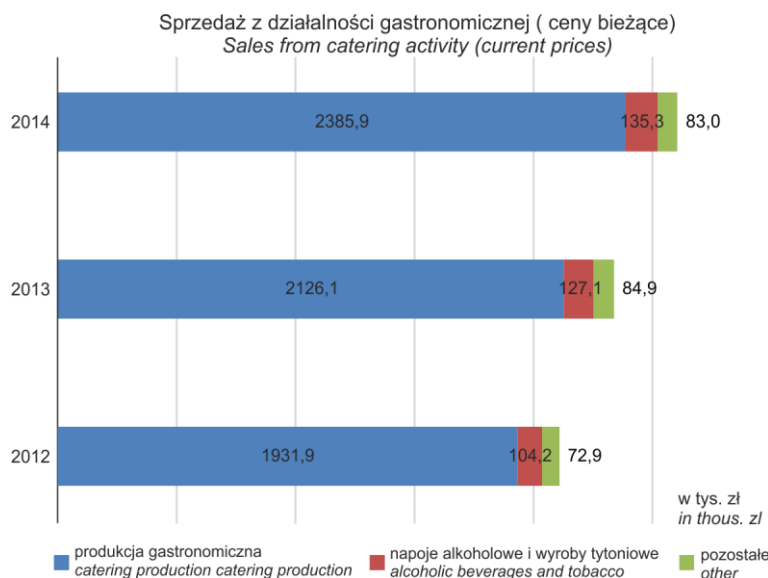
W porównaniu do 2012 r. liczba sklepów zmniejszyła się o 4,1%, natomiast liczba pracujących w sklepach wzrosła – o 4,5%. Zwiększyła się również powierzchnia sprzedażowa – o 2,7%. W podziale na specjalizacje branżowe, nadal najliczniejszą grupę stanowiły sklepy ogólnospożywcze, których liczba na przestrzeni 3 lat wzrosła o 4,3%. W relacji do 2012 r. zmniejszyła się liczebność większości pozostałych grup specjalizacyjnych sklepów, w tym największy spadek dotyczył, w tym największy dotyczył sklepów z wyrobami tekstylnymi (o 56,6%), radiowo-telewizyjnych i ze sprzętem gospodarstwa domowego (o 34,3%) oraz rybnych (o 28,6%).

Gastronomia

Według stanu w końcu 2014 r. w województwie dolnośląskim działało 1481 placówek gastronomicznych, tj. więcej o 13,6% niż w 2012 r. i o 10,4% w relacji z rokiem poprzednim. Z danych opracowywanych na podstawie ankiety (H-01g) o sieci placówek gastronomicznych wynika, że w końcu grudnia 2014 r. największy udział stanowiły bary, tj. 41,0% wszystkich placówek gastronomicznych, następane restauracje (30,8%), punkty gastronomiczne (17,6%) oraz stołówki (10,7%).



W latach 2012-2014 struktura rodzajowa placówek gastronomicznych uległa zmianom. Zwiększyła się liczba barów (o 28,9%), stołówek (o 16,2%), oraz restauracji (o 8,6%), co świadczy o rozwijającej się z roku na rok sieci gastronomicznej. W ciągu 3 lat zmniejszyła się liczba punktów gastronomicznych (o 17 jednostek).



Sprzedaż z działalności gastronomicznej w cenach bieżących w 2014 r. wyniosła 2604,2 mln zł, tj. o 23,5% więcej niż 2012 r. i o 11,4% więcej w relacji z rokiem poprzednim. Większość tej kwoty, tj. 2385,9 mln zł pochodziła z wpływów z produkcji gastronomicznej, natomiast 135,3 mln zł pochodziła ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych.

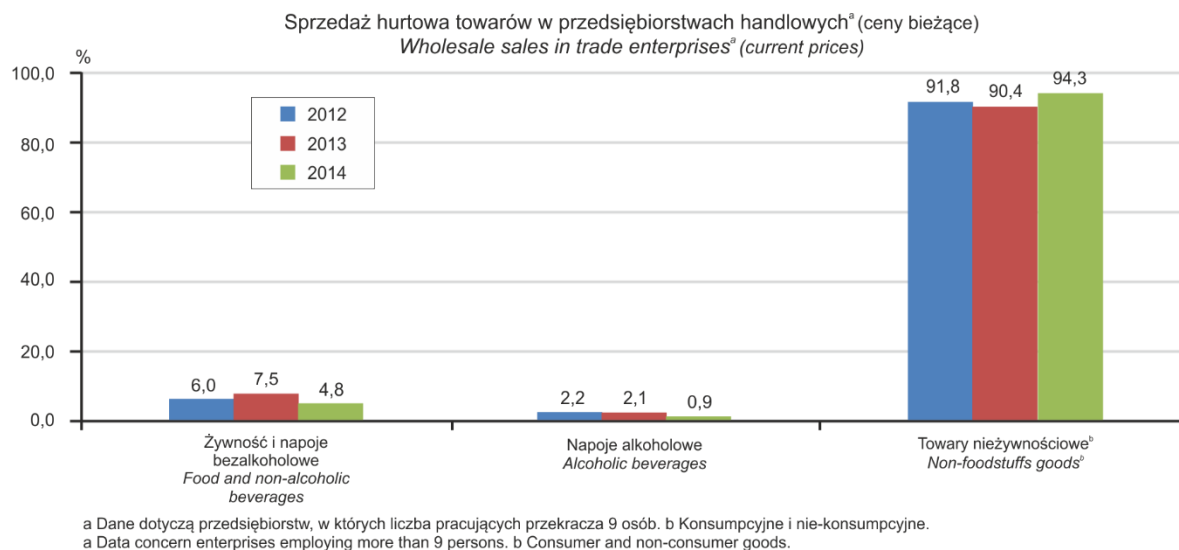
W porównaniu do 2012 r. wzrost dotyczył zarówno sprzedaży z produkcji gastronomicznej, jak i napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych odpowiednio o 23,5% i o 29,8%

Udział produkcji gastronomicznej w ogólnej sprzedaży z działalności gastronomicznej w latach 2012-2014 utrzymywał się na zbliżonym poziomie i wynosił: w 2014 r. – 91,6%, w 2013 r. – 90,9 %, w 2012 r. – 91,6%.

Sprzedaż hurtowa

Wartość sprzedaży hurtowej zrealizowanej przez przedsiębiorstwa handlowe w 2014 r. oszacowano na 39703,1 mln zł. W porównaniu do poprzedniego roku, jak i w relacji do 2012 r. odnotowano spadek sprzedaży hurtowej odpowiednio o 9,5% i o 3,5%. W strukturze sprzedaży hurtowej średnich i dużych przedsiębiorstw udział towarów nieżywnościowych (konsumpcyjnych i niekonsumpcyjnych) stanowił 94,3%, żywności i napojów bezalkoholowych – 4,8%, a napojów alkoholowych – 0,9%.

W porównaniu do roku poprzedniego struktura sprzedaży hurtowej nieznacznie się zmieniła. Zwiększył się udział towarów nieżywnościowych o 3,9 p. proc., natomiast zmniejszył się udział żywności i napojów bezalkoholowych o 2,7 p. proc. oraz napojów alkoholowych o 1,2 p. proc.



W relacji do 2012 r. odnotowano zwiększenie udziału sprzedaży towarów nieżywnościowych – o 2,5 p. proc., natomiast obniżył się udział sprzedaży żywności i napojów bezalkoholowych oraz napojów alkoholowych odpowiednio o 1,2 p. proc. i o 1,3 p. proc.

Magazyny handlowe (2009-2012)

Według stanu w końcu grudnia 2012 r., na terenie województwa dolnośląskiego znajdowało się 2,9 tys. magazynów handlowych (o łącznej powierzchni składowej 4057,7 tys. m²) w tym 519 silosów i zbiorników (o łącznej pojemności 977,6 tys. m³).

W relacji do 2009 r. odnotowano zwiększenie ogólnej liczby magazynów o 11 oraz wzrost ich ogólnej powierzchni składowej o 51,5%. Liczba magazynów zadaszonych zwiększyła się o 32,6% (przy wzroście powierzchni sprzedażowej o 113,2%), natomiast zmniejszyła się liczba magazynów zamkniętych (o 5,5%). Pomimo zmniejszenia się, w porównaniu do 2009 r., liczby magazynów zamkniętych, ich powierzchnia składowa zwiększyła się o 15,9%.

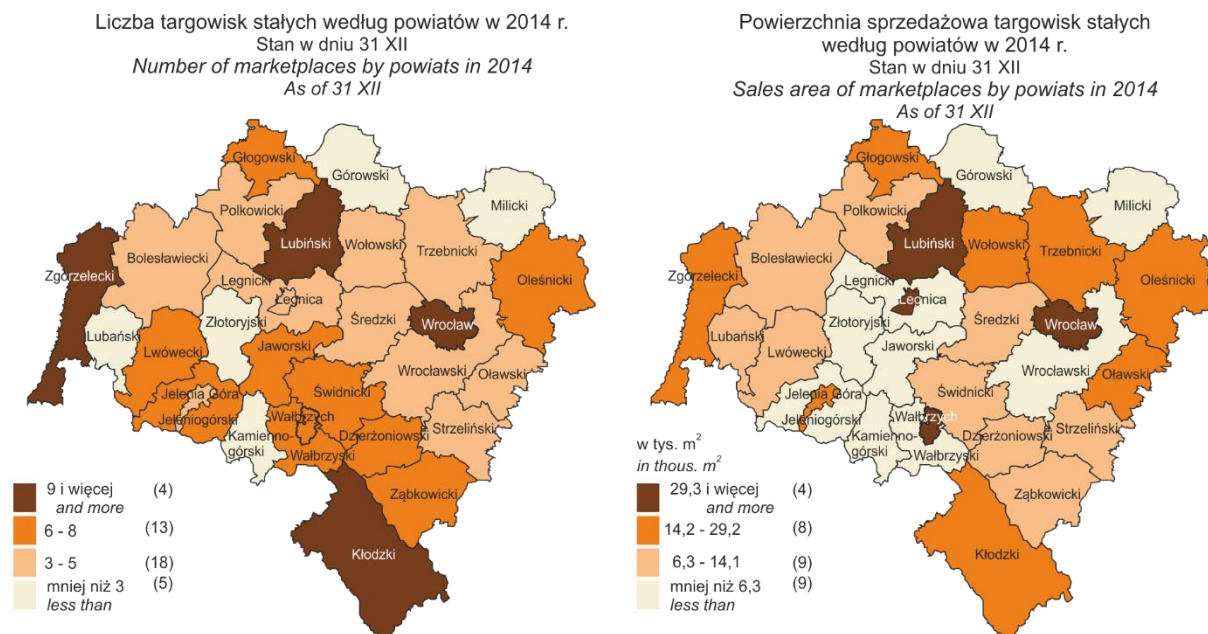
W przypadku silosów i zbiorników odnotowano w relacji do 2009 r. zwiększenie pojemności blisko 4-krotnie.

Targowiska

W końcu 2014 r. w urzędach gminnych działały 144 stałe targowiska, tj. mniej o 0,7% niż w 2012 r. natomiast więcej o 1,4% w porównaniu do poprzedniego roku. Działały 142 targowiska z przewagą sprzedaży drobnodetalicznej (2012 r. – 143, a w 2013 r. – 140).

Na targowiskach handlowano w 5,9 tys. stałych punktach sprzedaży drobnodetalicznej (mniej o 20,0% w relacji do 2012 r. i o 5,3% w porównaniu do 2013 r.), wśród nich 4,0 tys. otwartych było codziennie.

Powierzchnia targowisk stałych w 2014 r. kształtowała się na poziomie 839,9 tys. m² i w porównaniu do 2012 r. zmniejszyła się o 14,9 tys. m², natomiast w relacji do 2013 r. zwiększyła się o 14,4 tys. m². Udział powierzchni sprzedażowej w ogólnej powierzchni targowisk stałych w 2014 r. stanowił 48,5%, a w 2012 r. – 50,7%.



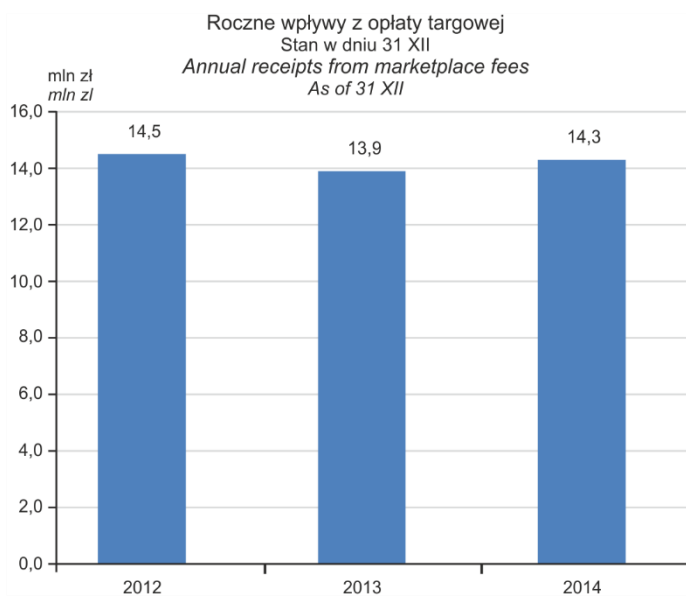
Najwięcej zarejestrowanych targowisk stałych było w powiatach: kłodzkim (14), zgorzeleckim i lubińskim oraz we Wrocławiu (po 9). W powiecie milickim zarejestrowano tylko 1 targowisko stałe. Największe powierzchniowo targowiska działały we Wrocławiu (187,0 tys. m²) oraz w powiatach lubińskim (119,5 tys. m²) i głogowskim (54,2 tys. m²), a najmniejsze w powiecie złotoryjskim (2,9 tys. m²).

Uzupełnieniem stałej sieci targowiskowej były targowiska sezonowe w postaci uruchamianych sezonowo bazarów i jarmarków.

W 2014 r. odnotowano 724 targowiska sezonowe, tj. więcej o 10,0% w odniesieniu do 2012 r., natomiast mniej o 14,8% w relacji do 2013 r. Wśród powiatów województwa dolnośląskiego najwięcej targowisk sezonowych znajdowało się we Wrocławiu i w Jeleniej Górze, gdzie ich udział stanowił odpowiednio 53,9% oraz 11,3% ogółu targowisk w województwie.

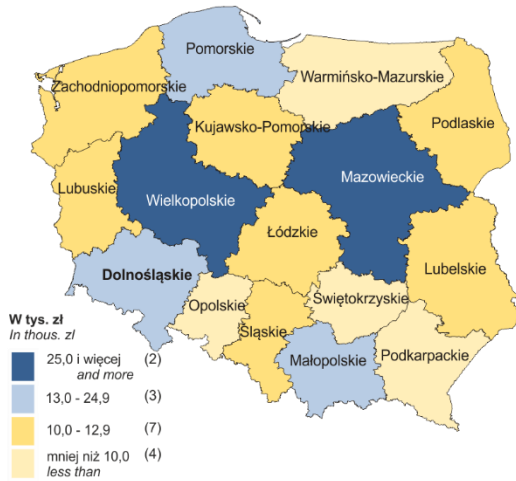
Roczne wpływy z opłaty targowej w 2014 r. wyniosły 14,3 mln zł i były niższe o 1,3% w porównaniu do 2012 r., natomiast wyższe o 2,7% w relacji do 2013 r.

Najwyższe roczne wpływy z opłaty targowej w 2014 r. odnotowały targowiska największe powierzchniowo. Targowiska we Wrocławiu osiągnęły wpływ w wysokości 1,6 mln zł, w powiecie głogowskim - 1,9 mln. zł, a w powiecie lubińskim - 2,0 mln. zł.



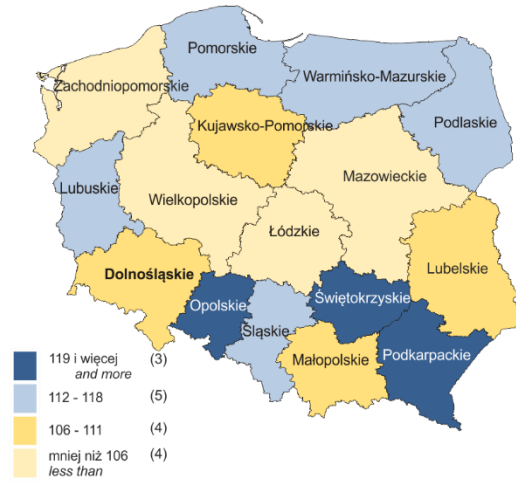
WYBRANE WSKAŹNIK DOTYCZĄCE HANDLU WEWNĘTRZNEGO WEDŁUG WOJEWÓDZTW W 2014 R.
SELECTED INDEXES REGARDING THE INTERNAL TRADE BY VOIVODSHIPS IN 2014

**Sprzedaż detaliczna towarów^a (ceny bieżące)
na 1 mieszkańca**
Retail sales^a (current prices) per capita

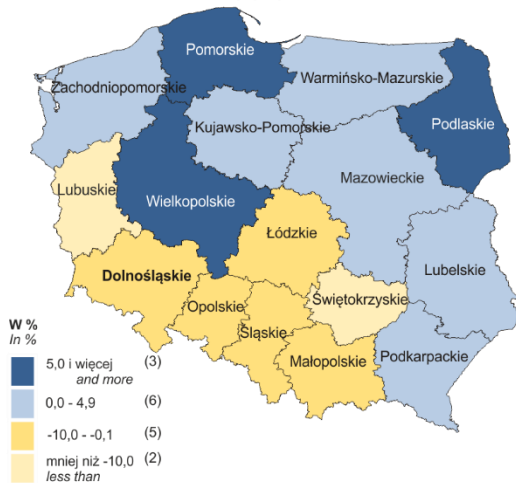


a Przedsiębiorstwa handlowe, w których liczba pracujących przekracza 49 osób.
a Trade enterprises employing more than 49 persons.

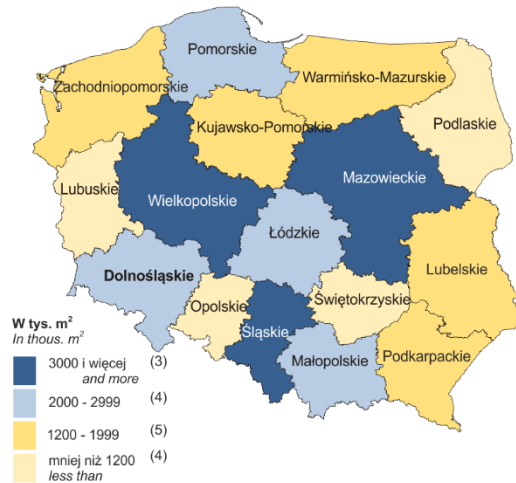
Liczba ludności przypadająca na 1 sklep
Stan w dniu 31 XII
Population per shop
As of 31 XII



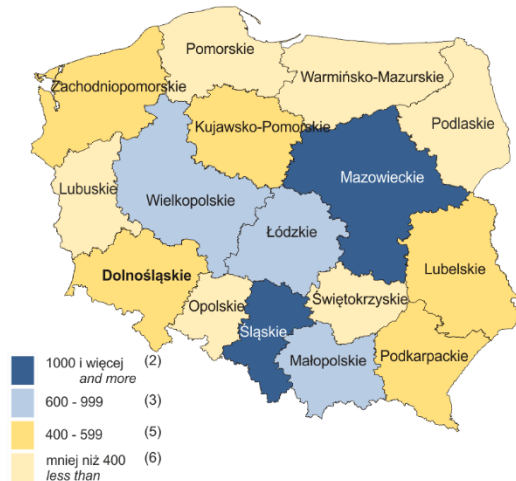
Zmiany liczby sklepów (2013=100)
Stan w dniu 31 XII
Change of number of shops (2013=100)
As of 31 XII



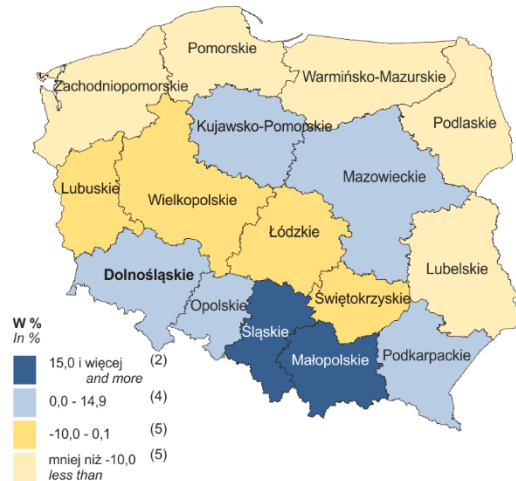
Powierzchnia sprzedażowa sklepów
Stan w dniu 31 XII
Sales area of shops
As of 31 XII



Liczba stacji paliw
Stan w dniu 31 XII
Number of petrol stations
As of 31 XII



Zmiany liczby stacji paliw (2013=100)
Stan w dniu 31 XII
Change of number of petrol stations (2013=100)
As of 31 XII

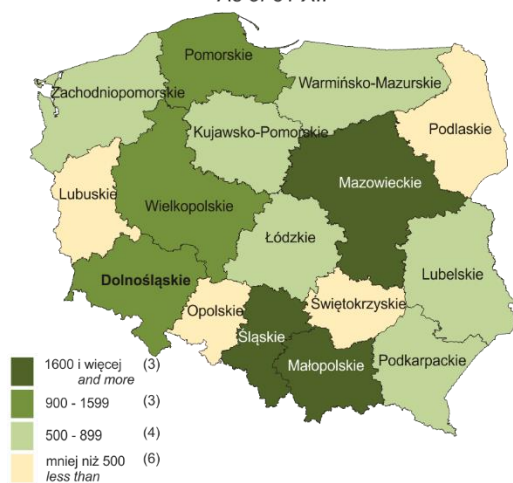


WYBRANE WSKAŹNIKI DOTYCZĄCE HANDLU WEWNĘTRZNEGO WEDŁUG WOJEWÓDZTW W 2014 R.
SELECTED INDEXES REGARDING THE INTERNAL TRADE BY VOIVODSHIPS IN 2014Placówki gastronomiczne^a

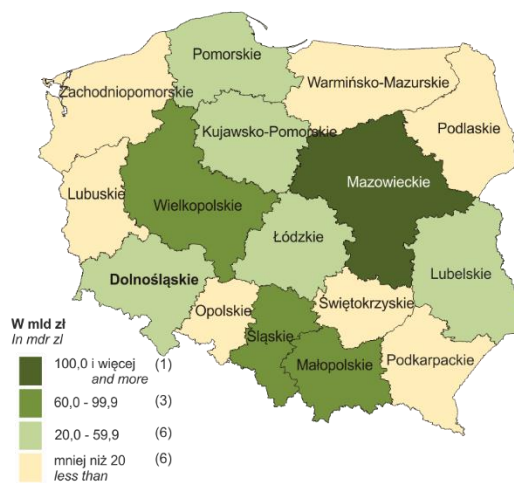
Stan w dniu 31 XII

Catering^a

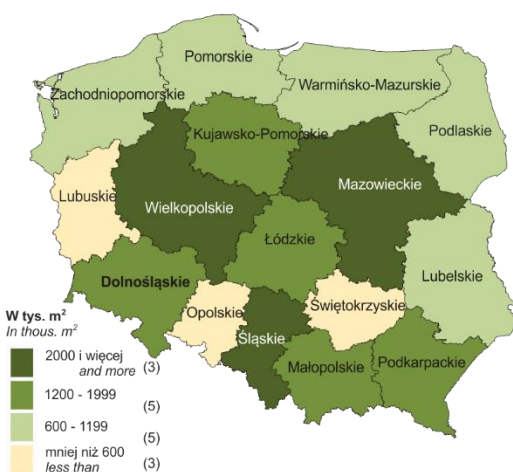
As of 31 XII



^a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.
^a Data concern enterprises employing more than 9 persons.

Sprzedaż hurtowa towarów^a
w przedsiębiorstwach handlowych (ceny bieżące)
Wholesale sales^a in retail enterprises (current prices)

^a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.
^a Data concern enterprises employing more than 9 persons.

Powierzchnia składowa magazynów zamkniętych^a w 2012 r.
Storage area of secured warehouses^a in 2012

^a Hurtu i rozdziałce detalu; dane dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.
^a Wholesale and retail distribution; data concern economic entities employing more than 9 persons.

Powierzchnia sprzedażowa targowisk stałych

Stan w dniu 31 XII

Area of permanent marketplaces

As of 31 XII

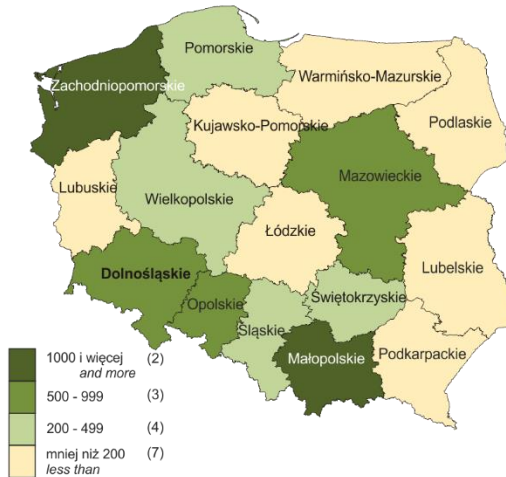


Liczba targowisk stałych

Stan w dniu 31 XII

Number of permanent marketplaces

As of 31 XII

Liczba targowisk sezonowych^aNumber of seasonal marketplaces^a

^a Liczba targowisk lub miejsc wyznaczonych na ulicach i placach uruchamianych okresowo.
^a A number of marketplaces or places located on streets and squares open periodically.