

INTERNAL MARKET IN 2005

PRZEDMOWA

Niniejsza publikacja jest kolejną edycją opracowania “Rynek wewnętrzny” wydawanego co roku przez GUS w serii “ Informacje i opracowania statystyczne”. Od 2004 roku dostępna jest wyłącznie w formie elektronicznej w Internecie.

W publikacji wykorzystano głównie dane ze sprawozdań obejmujących wszystkie typy podmiotów prowadzących działalność handlową, niezależnie od ich struktury organizacyjnej czy formy własności. Zaprezentowane wyniki badań i opracowań statystycznych umożliwiają ocenę tendencji i kierunków zmian w handlu wewnętrznym na tle rozwoju sfery usług.

Całość opracowania składa się z trzech części: uwag metodologicznych zawierających definicje pojęć, opisy badań i źródła informacji, komentarza analitycznego z krótką opisowo-tabelaryczną analizą wyników badań i części tabelarycznej stanowiącej główny zakres tematyczny publikacji.

Publikacja opracowana została w Wydziale Statystyki Handlu przy współpracy pracowników innych wydziałów Departamentu Statystyki Usług.

Oddając do rąk Państwa “Rynek wewnętrzny w 2005 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 Statystyki Usług

Małgorzata Dytman

*

*

*

PREFACE

This publication is the following edition of “Internal Market” published as a part of the annual series “Information and Statistical Papers” by the Central Statistical Office. Since 2004 the publication has been available in electronic form in Internet.

Data presented in publication are obtained from the reports of all types of economic entities conducting trade activity, apart from their organization or ownership forms. The results of the statistical surveys illustrate tendency in the internal trade, as well as in terms of the changes within the scope of the service sphere.

The publication consists of three parts: methodological notes covering glossary, description of the survey and source of information, analytical commentary including short text analysis of the survey results and set of the tables which constitutes the main scope of the publication.

This edition was prepared by the Internal Trade Statistics Section in cooperation with the other sections of the Services Statistics Division.

Presenting you with the 2005 Internal Market, I would like to express our gratitude to all persons and institutions for information and suggestions, which are a source of valuable contribution to the enrichment of its next editions.

*Director
Services Statistics Division*

Małgorzata Dytman

Wykaz skrótów *List of abbreviations*

Klasyfikacje

Classifications

PKD	=	Polska Klasyfikacja Działalności <i>Polish Classification of Activities</i>
NACE	=	<i>Nomenclature des Activités de Communauté Européenne</i>
PKWiU	=	Polska Klasyfikacja Wyrobów i Usług <i>Polish Classification of Goods and Services</i>
CN	=	Scalona Nomenklatura Towarowa Handlu Zagranicznego <i>Combined Nomenclature of Foreign Trade</i>

Ważniejsze skróty

Major abbreviations

tys. = tysiąc	<i>thous. = thousand</i>
mln = milion	<i>million</i>
mld = miliard	<i>mrd = milliard (American billion)</i>
zł = złoty	<i>zl = zloty</i>
szt = sztuka	<i>pcs = piece</i>
kpl = komplet	<i>set</i>
nr = numer	<i>No. = number</i>
wol. = wolumen	<i>vol. = volume</i>
g = gram	<i>gram</i>
kg = kilogram	<i>kilogram</i>
t = tona	<i>tonne</i>
l = litr	<i>litre</i>
hl = hektolitr	<i>hectolitre</i>
r. = rok	<i>year</i>
art. = artykuł	<i>article</i>
tabl. = tablica	<i>table</i>
PKB = Produkt Krajowy Brutto	<i>GDP = Gross Domestic Product</i>
SAD = Jednolity Dokument Administracyjny	<i>Single Administrative Document</i>

Znaki umowne

Symbols

Kreska (-)	-	zjawisko nie wystąpiło; <i>magnitude zero;</i>
Zero: (0)	-	zjawisko istniało w wielkości mniejszej od 0,5; <i>magnitude not zero, but less than 0,5 of a unit;</i>
(0,0)	-	zjawisko istniało w wielkości mniejszej od 0,05; <i>magnitude not zero, but less than 0,05 of a unit;</i>
Kropka (.)	-	zupełny brak informacji albo brak informacji wiarygodnych; <i>data not available or not reliable;</i>
Znak (x)	-	wypełnienie pozycji jest niemożliwe lub niecelowe; <i>not applicable;</i>
Znak (*)	-	oznacza, że dane zostały zmienione w stosunku do już opublikowanych; <i>data revised;</i>
Znak (Δ)	-	oznacza, że nazwy zostały skrócone w stosunku do obowiązującej klasyfikacji; ich pełne nazwy podano w uwagach metodycznych – str. 9; <i>categories of applied classification are presented in abbreviated form; their full names are given in the methodological notes – page 24;</i>
“W tym”	-	oznacza, że nie podaje się wszystkich składników sumy;
“Of which”	-	<i>indicates that not all elements of the sum are given;</i>

Przy publikowaniu danych Głównego Urzędu Statystycznego – prosimy o podanie źródła
When publishing the Central Statistical Office data – please indicate the source

I. METHODOLOGICAL NOTES

The service sector constitutes the units which conducting the main economic activity classified into the following sections of NACE:

- G – Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles, motorcycles and personal and household goods;
- H – Hotels and restaurants;
- I – Transport, storage and communication;
- J – Financial intermediation;
- K – Real estate, renting and business activities;
- L – Public administration and defense; compulsory social activities;
- M – Education;
- N – Health and social work;
- O – Other community, social and personal service activities;
- P – Private household with employed persons;
- Q – Extra-territorial organizations and bodies.

The units conducting activities classified according to the PKD in sections: G, H, I, K, M and O constitute the sector of non-financial market services. In the publications prepared by the National Accounts as well as the regional publications the non-financial market services concern sections: G, H, I, K, O and P. The M section (Education) and N (Health and social work) are included into the non-market services.

Trade enterprises are classified in accordance with NACE rev.1 in the section “WHOLESALE AND RETAIL TRADE; REPAIR OF MOTOR VEHICLES, MOTORCYCLES AND PERSONAL AND HOUSEHOLD GOODS”.

These units are classified as follows:

SECTION “G”	WHOLESALE AND RETAIL TRADE; REPAIR OF MOTOR VEHICLES, MOTORCYCLES AND PERSONAL AND HOUSEHOLD GOODS
DIVISION 50	SALE, MAINTENANCE AND REPAIR OF MOTOR VEHICLES AND MOTORCYCLES; RETAIL SALE OF AUTOMOTIVE FUEL
GROUP	
50.1	Sale of motor vehicles
50.2	Maintenance and repair of motor vehicles
50.3	Sale of motor vehicle parts and accessories
50.4	Sale, maintenance and repair of motorcycles and related parts and accessories
50.5	Retail sale of automotive fuel
DIVISION 51	WHOLESALE TRADE AND COMMISSION TRADE, EXCEPT OF MOTOR VEHICLES AND MOTORCYCLES
GROUP	
51.1	Wholesale on a fee or contract basis
51.2	Wholesale of agricultural raw materials and live animals
51.3	Wholesale of food, beverages and tobacco
51.4	Wholesale of household goods
51.5	Wholesale of non-agricultural intermediate products, waste and scrap
51.8	Wholesale of machinery, equipment and supplies
51.9	Other wholesale
DIVISION 52	RETAIL TRADE, EXCEPT OF MOTOR VEHICLES AND MOTORCYCLES; REPAIR OF PERSONAL AND HOUSEHOLD GOODS
GROUP	
52.1	Retail sale in non-specialized stores
52.2	Retail sale of food, beverages and tobacco in specialized stores
52.3	Retail sale of pharmaceutical and medical goods, cosmetic and toilet articles
52.4	Other retail sale of new goods in specialized stores
52.5	Retail sale of second-hand goods in stores
52.6	Retail sale not in stores
52.7	Repair of personal and household goods

The names of some classification levels used in the publication have been abbreviated; the list of used abbreviations and their full names are given below:

abbreviation	full name
sections	
Trade and repair	Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles, motorcycles and personal and household goods
divisions	
Motor trade	Sale, maintenance and repair of motor vehicles and motorcycles; retail sale of automotive fuel
Wholesale trade	Wholesale trade and commission trade, except of motor vehicles and motorcycles
Retail trade	Retail trade, except of motor vehicles and motorcycles; repair of personal and household goods
Renting of machinery and equipment	Renting of machinery and equipment without operator and of personal and household goods

According to the Council Regulation No 1165/98 concerning short term statistics the following grouping of activity kinds is applied:

NACE	Activity kinds
52	Retail sale
52.11, 52.2	Retail sale of food, beverages, and tobacco
52.12, 52.3, 52.4, 52.5, 52.6	Retail sale of non-foodstuffs,
52.11	Retail sale in non-specialised stores with food, beverages or tobacco predominating
52.12	Other retail sale in non-specialised stores
52.21, 52.22, 52.23, 52.24, 52.25, 52.26, 52.27	Retail sale of food, alcoholic and non-alcoholic beverages as well as tobacco in specialized sale outlets
52.31, 52.32, 52.33	Retail sale of pharmaceutical and medical goods, cosmetic and toilet articles
52.41, 52.42, 52.43	Retail sale of textiles, clothing, footwear
52.44, 52.45, 52.46	Retail sale of household equipment
52.47, 52.48	Retail sale of books, newspapers and sale in other specialised stores
52.61	Retail sale via mail order houses

The economic entities are divided into **three categories** taking into account the number of the employees:

- up to 9 employees,
- from 10 to 49 employees,
- more than 49 employees.

Data concerning the **employed persons** include full-time paid employees and part-time paid employees in the main workplace.

Data regarding **employment** include:

- 1) employees hired on the basis of employment contracts (labour contract, posting, election or appointment), including seasonal or temporary employees;
- 2) employers and own-account workers:
 - owners and co-owners (including contributing family workers; excluding partners in companies who do not work in them) of the entities conducting economic activity;
 - self-employed persons;
- 3) agents employed on the basis of agency agreements or order agreements (including contributing family workers and persons employed by agents);
- 4) outworkers;
- 5) members of agricultural production co-operatives and based on them co-operatives engaged in other production conducting the activity according to the co-operative law; members of agricultural farmers' co-operatives.

The average paid employment concerns full-time paid employees as well as part-time paid employees in terms of full-time paid employees (excluding persons employed abroad).

The average monthly (nominal) wages and salaries per paid employee were calculated assuming:

- personal wages and salaries, excluding wages and salaries of persons engaged in outwork as well as apprentices and persons employed abroad,
- payments from profit and balance surplus in co-operatives,
- annual extra wages and salaries for employees of budgetary sphere entities,
- fees paid to selected groups of employees for performing work in accordance with a labour contract, e.g. to journalists, film producers, radio and television programme producers.

Data regarding wages and salaries are given in gross terms, i.e. including deductions for personal income taxes and since 1999 also employee's contributions to compulsory social security (retirement, pension and illness).

TRADE MARGIN – the price of the trade services. That is the difference between the purchase and sale price of the commodities, destined for the covering of the expenses and own profits. There is the gross trade margin i.e. difference between purchase value and value of sale, as well as the net trade margin - which is difference between sale value and own costs of sale.

The gross margin is:

- the percentage reductions of retail and wholesale prices;
- the percentage surcharges added to sale prices;

- amount rate added to the sale or wholesale prices.

The value of the margin and the principles of its calculating are established by the trade enterprise. The total trade margin is obtained as the sum of the retail, wholesale and catering establishment margins and is the main source of information about revenues in trade enterprise destined for the covering of the expenses, taxes and own profits.

GROSS OUTPUT in the non-financial corporations sector includes:

- 1) revenues from the sale of self-manufactured products (goods and non-financial services),
- 2) margins realized on the sale of commodities purchased for re-sale,
- 3) the value of products in the form of settlements in kind,
- 4) products designated for increasing the value of own fixed assets,
- 5) the changes in inventories of finished goods and work in progress.

INTERMEDIATE CONSUMPTION includes: the value of consumed materials (including fuels) in net terms (after subtracting the value of recyclable wastes), raw materials (including packaging), energy, technological gases, outside services (outside processing, transport services, equipment rental, telecommunication and accounting services, commissions paid for banking services), costs of business trips (excluding travelling allowances) as well as other costs (e.g., advertising, representation, rental and leasing costs, ticket costs for official business, costs of lump-sum payments for using personal vehicles for official business, stock exchange payments as well as payments from participating in the National Depository for Securities).

GROSS VALUE ADDED – the part of the value of Gross Domestic Product produced in the frame of the exploitation activity of the trade units. This value is the difference between the gross output and intermediate consumption.

COMPENSATION OF EMPLOYEES includes:

- gross wages and salaries,
- contributions to social security,
- other costs connected with employment.

INVESTMENT OUTLAYS are financial or tangible outlays, the purpose of which is the creation of new fixed assets or the improvement (rebuilding, enlargement, reconstruction, adaptation or modernization) of existing capital asset items, as well as outlays on so-called initial investments.

TURNOVER comprises the totals invoiced by the observation unit during the reference period, and this corresponds to market sales of goods or services supplied to third parties. Turnover also includes all other charges (transport, packaging, etc.) passed on to the customer, even if these charges are listed separately in the invoice. Turnover excludes VAT and other similar deductible taxes directly linked to turnover as well as all duties and taxes on the goods or services invoiced by

the unit. Reduction in prices, rebates and discounts as well as the value of returned packing must be deducted. Price reductions, rebates and bonuses conceded later to clients, for example at the end of the year, are not taken into account.

Income classified as other operating income, financial income and extraordinary income in company accounts is excluded from turnover.

The survey of the turnover in trade enterprises covers units conducting economic activity classified according to the NACE Rev. 1 into the groups: 50.1 – 50.5 and 52.1 – 52.6.

The survey has been conducted since 2000 for collecting information about monthly turnover. The following questionnaires are used in the survey:

DG-1 – monthly report of enterprises on economic activity covers enterprises in which the number of employed persons is 10 or more.

H-01/k – quarterly inquiry of trade enterprises covers enterprises in which the number of employed persons is less than 10. Data are collected quarterly for each month.

Turnover of trade enterprises are presented as indices of gross data as well as trend using TRAMO-SEATS method.

RETAIL SALE OF GOODS – sale of goods, own-produced and second-hand goods in the retail sale outlets, catering establishments and other outlets (i.e. magazines, warehouses and storehouses etc.) for the individual consumption purpose.

The value of the retail sale is the sum of the sale realized by the trade and non-trade units.

SALE OF FOOD – covers the products of plant and animal origin, which in the natural state or after the technological processing became the food. Excluding alcoholic beverages, tobacco products and medicines.

SALE OF NON-CONSUMER GOODS covers the exists necessities of the people, connected with clothing, accommodation and household maintenance, personal hygiene and health care; with culture, education, tourism and transport. As well as it includes the goods using by the households for the agricultural and construction purpose.

SALE OF ALCOHOLIC BEVERAGES covers:

- pure or high-quality spirit products, i.e. alcoholic beverages with more than 18% of alcohol,
- wine (grape, fruit and sparkling) aperitif or cocktail beverages and meads,
- beer with or without alcohol and extracts.

RETAIL SALES OUTLETS -trade establishments include:

- stores with sales area over 2500 m²,
- shops and pharmacies,
- small retail sales outlets (news-stands, stalls),

- other portable small retail sales outlets,
- petrol stations.

STORE – the room-space with the trade purpose, accessible for all consumers. The store can be located in the separated building or in the dwelling-house. If the part of the space in the big stores (department stores or shopping centre) is hired by another natural person or corporate body, than this space constitutes another store.

Classification of the stores according to the branch specialization is not based on formal register but on the real sale of goods from the selected branches.

There are following forms of stores:

- **department stores** – many-department outlets, in which the sales area exceeds 2000 m² and which conduct the sale activity within the scope of wide and universal assortment of the foodstuffs as well as non-foodstuffs. This kind of outlets usually conduct also subsidiary catering or service activity.
- **shopping centre** – many-department outlets (including not less than two departments) in which the sales area is from 600 m² to 1999 m² and which conduct sale of the same assortment as the department stores.
- **supermarkets** – the stores in which the sales area covers from 400 m² to 2499 m² and which conduct the sale activity by the self-service way, offer wide assortment of the often purchased foodstuffs and non-foodstuffs.
- **hipermarkets** – the stores in which the sales area covers more than 2500 m² which sell in the self-service way the wide assortment of foodstuffs and non-foodstuffs, usually with the parking area for the customers.
- **common stores** – stores in which the sales area covers from 120 m² to 399 m² which conduct the sale activity within the scope of common goods.
- **specialised stores** – stores conducting the sale activity within the scope of specific goods assortment i.e. clothes, furnishing, motorization as well as goods in the hobbies scope.
- **other stores** – stores in which the sales area covers not more than 119 m² which conduct sale activity within the scope of common usage goods.
- **pharmacies** – retail sale outlets which conduct sale activity within the scope of pharmaceutical and herbal-products.
- **petrol stations** – units conducting sale of petrol, oil, gas as well as the products using for car maintenance.

The list of the outlets and petrol stations as of day 31 XII by the branch specialization or organizational forms is based on:

- the outlets list made by units, employing 10 and more persons, which are conducting retail sale (4 division of the H-01s report),
- files for the units, employing up to 9 persons survey, made by The Central Office of the Statistic Computer Study on the Base of Statistic Units;

Sales area – the part of the outlet intended for sale or exposition of goods, expressed in m².

The persons employed in the store are persons who really work there: owners, co-owners as well as the contributing family workers or persons employed on the basis of labour contracts, including seasonal workers and odd-workers, agents and persons employed by agents.

Permanent small retail sale outlets

- **news-stand** – stationery trading post with the shopping window which interior is not accessible for customers;
- **stall** – small mobile outlet with an open front, especially outdoors;
- **warehouse** – producer's or trade warehouses conducting the retail sales;

OTHER SMALL RETAIL SALES OUTLETS (the mobile outlet type):

- mobile sale outlets,
- hawking sale outlets;

Various outlets of the retail sale without permanent localisation, which are selling directly to the customer. They are placed usually in the poorly urbanized area i.e. rural area, tourist area.

MARKET-PLACES – separated area or building (place, street, covered market) where permanent or seasonal outlets are conducting retail sale activity every day or during several days per week.

SEASONAL MARKET-PLACES are open for a certain period of time, with the biggest turnover, but not longer than six months in a calendar year (e.g. holiday at the seaside) and every year in the same period.

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

TRADE WAREHOUSES - the organizational and functional units engaged in the turnover of commodities. A warehouse is an entity occupying separate storage area, equipped in accordance with rules of the preservation.

Trade warehouses occupying:

- storage area (in m²) in secured warehouses, separated buildings, roofed warehouses, basements, storage sites as well as the rooms with purposes other than storage;
- usage capacity (in m³) containers to store liquids or gas, silos for storing grain, pulverized or fine-grained goods.

Wholesale warehouses - the main units of the wholesale trade; they can be organized as the separated buildings (secured warehouses), roofed magazines (umbrella roof), silos, reservoirs and storage sites.

Storage area of the magazines – constitutes the part of the area in the storage houses (secured magazines), roofed magazines (sheds), storage sites and other places to store (leased magazines), goods during different periods.

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

Presented in the publication information about the catering establishments and their revenues are obtained from the inquiry survey of the catering establishments classified as the big or average units as well as the representative survey of the small units (SP-3).

There are following catering establishments:

- **restaurants** – catering establishments with waiters' staff accessible for consumers, and offering the wide assortment of foodstuffs and dishes according to the menu;
- **bars** – catering establishments conducting activity similar to the restaurants, but offering limited assortment of the popular foodstuffs and dishes. This group includes: canteens, universal and milk bars, fast-foods as well as bistro, cafes, tea-rooms, wine-houses, beer-halls (pubs);
- **canteens** – collective nourishment establishments offering meals for the particular groups of the consumers (especially dinners, but also suppers and breakfasts);
- **catering outlets** – catering establishments conducting limited catering activity i.e. fry houses, drink bars, ice-cream parlours, snack-bars;

REVENUES FROM CATERING ACTIVITY (including Value Added Tax) – cover the incomes from the sale of:

- **trade goods** - purchased and resold in the same condition or after re-packing or bottling, including alcoholic beverages;
- **catering production** - culinary and confectionery products and other prepared for own needs;

- **offered services** – e.g. charges for parking-places, cloak-rooms and left-language offices, as well as the revenues from the amusement activity, organization of parties or hire rooms;

Supply of the selected goods – the quantity of domestic produced goods, deducting their exports and increased by their imports. The supply is corrected by stock changes at producers constitutes the domestic **deliveries**.

Stocks of products at the producers – final products stored in the producer's warehouses intended for sale,

Stocks of the own produced final products – final products, services, works (of which the construction and assembly production)

Stocks of goods – the material integrals of the working assets, purchased by the real market price to resell;

Stocks of goods in wholesale trade warehouses – goods of wholesale units stored in their own warehouses or in warehouses of other units.

Stocks of goods in retail trade warehouses – stored goods in the warehouses of retail sales outlets.

Rotation of trade goods – the measure which expresses the ratio between the value of average stocks and value of sale. This measure defines the average rate of the turnover.

Consumption of the selected commodities per capita - the source of the information are data about the domestic output, imports, exports, stocks at producers and in the trade enterprises. The production of the selected agricultural products (i.e. cereal grains in terms of processed products, potatoes, vegetables and fruit) were decreased by the consumption of those goods necessary for the production (sowing, pasturing, and the raw materials for the alcohol distillery or starch works). The terms of the four cereal grains – wheat, rye, barley and oats, are made according to the percentage share of the grind.

Franchising – long-term agreement concerning collaboration between legally independent enterprises: franchiser (e.g. advice respecting management, strategy, products) and franchisee.

Cash and carry (cash without delivery) – the way of the wholesale conducted in the self-services rooms, in which wide assortment of the commodities (especially foodstuffs) is offered. The customer has the opportunities to chose and take out the purchased goods. The buyer charges of delivery expenses.

Discount trade – different sorts of the trade with lower quality of the services offered to customers for lower prices. Among them are discount shops, cash and carry units and others offering limited assortment of fast moving goods cheaper then usually on market. The margin in the discount outlets is lower then usually. In this kind of units sales technics are based on costs reductions, the most popular consumer goods, completely exploited sales area and limited goods exposition.

The source of information - the results of the statistical survey conducted in the units employing up to 9 persons – the representative survey (SP-3, H-01/k), in the units employing 10 and more persons (reports: H-01s, H-01a, H-01g, DG-1, P-01, P-01m, F-01, SP) and for the units employing 49 persons – P-02, as well as Single Administrative Document SAD, INTRASTAT declaration and SG-01 “Statistics of gminas”.

The survey based on the SP-3 report covers the activity conducted by the legal persons and units without legal status as well as the natural persons conducting economic activity also within the scope of the retail or wholesale trade and catering – on the basis of the economic activity application.

The frame used in the sampling is based on the Statistical Units Base, which is also used in generalisation of survey results.

Structure of the retail sale is obtained from the outlets representative survey based on H-01a report.

The information about number of catering establishments and their revenues presented in the tables are obtained from the H-01g report, which is the base for the survey of the big and average enterprises conducting catering activity and representative survey of the small units (SP-3).

The value of the catering sale is given in real prices paid by the customers.

Retail sales grouping by the kind of activity:

Specification	Producing (non-trade) units according to PKD	G section		H Section
		Trade units		
		wholesale	retail sale	catering establishments
Motor vehicles, motorcycles, accessories	3410,3420,3430, 3541, 3543,		5010,5030,5040	-
Solid, liquid and gaseous fuels	2310,2320,	5151	5050	-
Retail sale in non-specialised stores with food, beverages or tobacco predominating			5211	-
Other retail sale in non-specialised stores			5212	-
Food, alcoholic beverages, non-alcoholic beverages and tobacco in specialized sale points	1541-1543, 1551,1552, 1561, 1562, 1583-1589, 1531-1533, 1511-1513, 1520, 1581, 1582, 1591-1596, 1598,	5117, 5133, 5136, 5137-5139, 5131, 5132, 5134	5221, 5222, 5223, 5224, 5225, 5226, 5227	-
Pharmaceutical , orthopaedic goods, cosmetic articles	2451,2452,2441, 2442,3310	5145, 5146	5233, 5231,5232	-
Textile products, clothing and footwear	1711-1717, 1721-1725, 1730,1740, 1751-1754, 1760, 1771, 1772, 1821-1824, 1810, 1830, 1910,1920, 1930	5116,5124,5141, 5142	5241,5242, 5243,	-
Furniture, radio, TV and household appliances	3150, 3611-3615, 3230	5115, 5143, 5147	5244, 5245,5246	-
Press, book-shops, other sale in specialized stores	2112, 2122-2125, 2211-2215		5247,5248	-
Retail sale via mail order houses			5261	-
Other	all PKD groups not mentioned in the given kinds of activity, in which the retail sale was noted			

NOTES:

1. Relative numbers (indicates, ratios) are compiled as the rule on the basis of the absolute figures expressed with more precision than those given in the tables.
2. Since 2000 presented data have been classified according to the Polish Classification of Products and Services. Legal basis of the classification is the decree of the Council of Ministers dated 18 III 1997 – Journal of Laws no 42 item 264.
3. The “foreign property” term applied in the publication, describes the enterprises with foreign capital or that in which the foreign capital constitutes majority.
4. Computing data per capita within the scope of the consumption of the selected consumer goods (table 27) the population as of 30 VI was adopted. Data for 2000 and 2001 have been revised according to balance of population based on the data of the Population and Housing Census 2002.
5. Since 2004, as distinct from the previous years, data on the net of outlets and petrol stations, in frame of the enterprises employing up to 9 persons, have been estimated on the basis of the result of a representative survey conducted on a 5% sample of these entities. The change in the way of data calculation is mainly due to the lack of information about organizational form of units included in REGON register. Using of new source for obtaining data, caused that data for 2003 changed, in comparison to the previous published.
6. Data concerning the net of outlets and petrol stations in 2005 are preliminary data. Data for 2003 and 2004 were revised in comparison to the data presented in the previous edition of Internal Market.

Analytical notes

The significant growth of service sector in the individual national economies which has recently been observed is the integral part of the socio-economic development. Nowadays the enterprises running the service activities play the leading role in generating the gross value added as well as the workplaces.

In the developed countries the service sector produced about $\frac{3}{4}$ value added of total economy. In 2004 in the European Union¹ the value added generated by service sector amounted to 71,3% of total economy while in 2000 it recorded 69,5%. For comparison in Poland the share of service sector in value added raised from 63,3% in 2000 to 64% in 2004.

Regarding the value added in 2003 the largest share was achieved by service sector in Luxembourg – 83,1% and in the USA - 75,6%. Belgium, the United Kingdom and France recorded a little lower share - about 74,0%. As far as the new workplaces are concerned in 2003 the service sector gained the largest share in Luxembourg – 77,2% and the Netherlands – 76,7% of total number of persons employed. In the United Kingdom that share amounted to 75,5%, in Sweden – 75,2%, and in the USA- 75,6%.

In Polish economy the service sector plays equally significant role. In 1995 Polish enterprises running the service activities created 56,9% of total gross value added while in 2004 that share got the level of 64% and according to the preliminary data in 2005 – 64,5%. In the same time the share of number of persons employed in the service activities raised from 43% to about 56% of number of persons employed in total economy.

During the recent five years the service sector developed at the approximate pace to total economy. In years 2000-2005 the value added of service sector increased by 32,3% while total economy recorded the 30% growth. Moreover, in comparison with other sectors of economy the service sector is characterized by the higher labour productivity. In 2004 gross value added per 1 person employed in service sector was 74,2 thous. zł while in total economy it amounted to the level of 64,2 thous. zł.

The distributive trade is one of the major sectors of the Polish economy covering in 2005 about 1,2 mln enterprises (including natural persons conducting trade activity) and employing about 2,0 mln persons (16% of persons employed in Poland). According to the National Accounts, the distributive trade constituted 19,0% of gross value added in 2005.

In 2005 the estimated retail sales amounted to 437,4 mld zł (in current prices). The sale of commodities, conducted by the retail sales outlets, obtained the value 420,4 mld zł, of which: food

¹ For 2004 as well as 2000 the European Union as 25 member states

and non-alcoholic beverages – 127,7 mld zł, alcoholic beverages and tobacco products – 39,3 mld zł as well as non-foodstuffs - 253,4 mld zł. The retail sales carried out by catering establishments amounted to 17,0 mld zł.

In 2005, the deliveries of most foodstuffs and non-foodstuffs were lower than in 2004. The decrease of the consumer goods deliveries was mainly connected with slight decrease of the domestic production and more significant increase of exports than imports.

In 2005 the average annual stocks of the surveyed foodstuffs and non-foodstuffs in the warehouses of producers were higher than in 2004.

The number of retail shops in 2005 was estimated at 384 thousand and was higher in comparison to the previous year by 3,5%. It was connected with the increase of the number of the shops owned by the enterprises employing up to 9 persons by 2,9% and the number of the shops owned by the enterprises employing 10 persons and more which increased by 7,1%. The number of shops with sales area exceeding 400 m² and more increased by 11,5%, but their share in total number of shops was rather small and amounted to 1,7%. In 2005, total sales area of outlets was still growing (by 5,7%). The number of persons per one shop amounted to 99,4.

The total number of the domestic catering establishments (permanent or seasonal) as of the end of 2005 amounted to 91,1 thousand. The catering activity turnover in 2005 obtained the value 17,7 mld zł and was higher by 4,0% than in 2004.

The wholesale (in current prices) conducted by the trade establishments in 2005 was estimated at about 566,2 mld zł, and was higher by the 3,8% than in 2004. Similarly to the previous years and also in 2005, big trade enterprises (employing more than 49 persons) had the most significant influence on wholesale. The total wholesale realised by them was still growing and increased by 12,5% in 2005.

As of end of 2005 the enterprises (employing 10 and more persons) conducting trade activity within the scope of the retail and wholesale trade, storied the goods in 37 thousand of warehouses. The major part of the trade warehouses constituted the secured warehouses (29,4 thousand), roofed warehouses (2,9 thousand) as well as the storage sites (5,0 thousand). The storage area of warehouses amounted to 32062,2 thousand of m² and was higher by 2,5% than the year before.

TABL. 1. PODMIOTY GOSPODARKI NARODOWEJ ZAREJESTROWANE W REJESTRZE REGON WEDŁUG SEKCJI (PKD)

Stan w dniu 31 XII

ENTITIES OF THE NATIONAL ECONOMY RECORDED IN THE REGON REGISTER BY SECTIONS (PKD)

As of December 31

Wyszczególnienie <i>Specification</i>		Liczba podmiotów gospodarki narodowej ogółem <i>Number of entities of national economy in total</i>			w tym osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą <i>of which natural persons conducting economic activity</i>		
		w liczbach bezwzględnych <i>in absolute numbers</i>	w % <i>in %</i>	2004= =100	w liczbach bezwzględnych <i>in absolute numbers</i>	w % <i>in %</i>	2004= =100
OGÓŁEM	2004	3576830	x	x	2763380	x	x
TOTAL	2005	3615621	x	101,1	2776459	x	100,5
w tym usługi	2004	2752382	100,0	x	2093716	100,0	x
<i>of which services</i>	2005	2785254	100,0	101,2	2103327	100,0	100,5
Handel i naprawy ^Δ	2004	1189174	43,2	x	981094	46,9	x
<i>Trade and repair</i> ^Δ	2005	1185282	42,6	99,7	975353	46,4	99,4
Hotele i restauracje	2004	113085	4,1	x	91963	4,4	x
<i>Hotels and restaurants</i>	2005	114842	4,1	101,6	93045	4,4	101,2
Transport, gospodarka magazynowa i łączność	2004	263162	9,6	x	239117	11,4	x
<i>Transport, storage and communication</i>	2005	261520	9,4	99,4	236601	11,3	98,9
Pośrednictwo finansowe	2004	129009	4,7	x	118976	5,7	x
<i>Financial intermediation</i>	2005	129366	4,6	100,3	118808	5,7	99,9
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ	2004	565310	20,5	x	377398	18,0	x
<i>Real estate, renting and business activities</i>	2005	583777	21,0	103,3	385679	18,3	102,2
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenie społeczne i zdrowotne ^Δ	2004	25301	0,9	x	32	0,0	x
<i>Public administration and defence; compulsory social security</i>	2005	25694	0,9	101,6	34	0,0	106,3
Edukacja	2004	87980	3,2	x	38704	1,8	x
<i>Education</i>	2005	91967	3,3	104,5	40612	1,9	104,9
Ochrona zdrowia i opieka społeczna	2004	151523	5,5	x	132371	6,3	x
<i>Health care and social welfare</i>	2005	156612	5,6	103,4	136924	6,5	103,4
Pozostała działalność usługowa ^Δ	2004	227803	8,3	x	114061	5,5	x
<i>Other community, social and personal service activities</i>	2005	236143	8,5	103,7	116271	5,5	101,9
Organizacje i zespoły eksterytorialne	2004	35	0,0	x	-	-	-
<i>Extra-territorial organisations and bodies</i>	2005	51	0,0	145,7	-	-	-

Źródło: Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w 2005.

Source: Structural changes in the groups of entities of the national economy in 2005.

TABL. 2. WARTOŚĆ DODANA BRUTTO WEDŁUG SEKCJI W LATACH 2000 – 2005 (w cenach bieżących)
 GROSS VALUE ADDED BY SECTIONS IN YEARS 2000 - 2005 (in current prices)

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2000		2001		2002	
	w mln zł <i>in mln zł</i>	w % <i>in %</i>	w mln zł <i>in mln zł</i>	w % <i>in %</i>	w mln zł <i>in mln zł</i>	w % <i>in %</i>
OGÓŁEM	662 468	100,0	694 896	100,0	714 353	100,0
TOTAL						
w tym usługi <i>of which services</i>	419 661	63,3	454 583	65,4	476 918	66,8
Handel i naprawy ^Δ <i>Trade and repair^Δ</i>	128 877	19,5	137 477	19,8	142 043,0	19,9
Hotele i restauracje..... <i>Hotels and restaurants</i>	8 311	1,3	8 678	1,2	8 669,0	1,2
Transport, gospodarka magazynowa i łączność	43 418	6,6	48 165	6,9	53 163,0	7,4
<i>Transport, storage and communication</i>						
Pośrednictwo finansowe..... <i>Financial intermediation</i>	32 832	5,0	31 166	4,5	29 001,0	4,1
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ <i>Real estate and business activities</i>	87 054	13,1	95 593	13,8	101 582,0	14,2
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ	40 114	6,1	44 538	6,4	46 115,0	6,5
<i>Public administration and defence; compulsory social security</i>						
Edukacja	29 192	4,4	32 396	4,7	33 845,0	4,7
<i>Education</i>						
Ochrona zdrowia i opieka społeczna	21 600	3,3	25 944	3,7	30 208,0	4,2
<i>Health care and social welfare</i>						
Pozostała działalność usługowa ^Δ <i>Other service activities</i>	24 266	3,7	26 469	3,8	28 005,0	3,9
Gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników	3 997	0,6	4 157	0,6	4 287,0	0,6
<i>Private households with employed persons</i>						

Źródło: Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2000-2004, GUS, Warszawa, czerwiec 2006; Dla roku 2005 - Mały Rocznik Statystyczny Polski 2006.

Source: National accounts by institutional sectors and sub-sectors 2000-2004, Central Statistical Office, Warsaw, 2006; For 2005 - Concise Statistical Yearbook of Poland 2006.

TABL. 2. WARTOŚĆ DODANA BRUTTO WEDŁUG SEKCJI W LATACH 2000 – 2005 (w cenach bieżących) (dok.)
 GROSS VALUE ADDED BY SECTIONS IN YEARS 2000 - 2005 (in current prices) (cont.)

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2003		2004		2005	
	w mln zł <i>in mln zł</i>	w % <i>in %</i>	w mln zł <i>in mln zł</i>	w mln zł <i>in mln zł</i>	w % <i>in %</i>	w mln zł <i>in mln zł</i>
OGÓŁEM	743 321	100,0	817 112	100,0	860 939	100,0
TOTAL						
w tym usługi <i>of which services</i>	490 587	66,0	523 290	64,0	555 348	64,5
Handel i naprawy ^Δ <i>Trade and repair^Δ</i>	141 243	19,0	153 752	18,8	x	x
Hotele i restauracje..... <i>Hotels and restaurants</i>	8 776	1,2	9 478	1,2	x	x
Transport, gospodarka magazynowa i łączność	55 768	7,5	60 394	7,4	x	x
<i>Transport, storage and communication</i>						
Pośrednictwo finansowe..... <i>Financial intermediation</i>	30 019	4,0	33 024	4,0	x	x
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ <i>Real estate and business activities</i>	104 632	14,1	109 476	13,4	x	x
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ	47 069	6,3	50 118	6,1	x	x
<i>Public administration and defence; compulsory social security</i>						
Edukacja	36 438	4,9	41 799	5,1	x	x
<i>Education</i>						
Ochrona zdrowia i opieka społeczna	32 606	4,4	29 666	3,6	x	x
<i>Health care and social welfare</i>						
Pozostała działalność usługowa ^Δ <i>Other service activities</i>	29 638	4,0	30 914	3,8	x	x
Gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników	4 398	0,6	4 669	0,6	x	x
<i>Private households with employed persons</i>						

Źródło: Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2000-2004, GUS, Warszawa, czerwiec 2006;
 Dla roku 2005 - Mały Rocznik Statystyczny Polski 2006.

Source: National accounts by institutional sectors and sub-sectors 2000-2004, Central Statistical Office, Warsaw, 2006; For
 2005 - Concise Statistical Yearbook of Poland 2006.

TABL. 3. PRACUJĄCY WEDŁUG SEKCJI^a
Stan w dniu 31 XII
EMPLOYED PERSONS BY SECTIONS^a
As of 31 XII

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2000		2001		2002	
	w tysiącach <i>in thous</i>	w % <i>in %</i>	w tysiącach <i>in thous</i>	w % <i>in %</i>	w tysiącach <i>in thous</i>	w % ^b <i>in %</i>
OGÓŁEM	15 488,8	100,0	14 670,0	100,0	14 923,7 12 803,3	100,0
TOTAL						
w tym usługi <i>of which services</i>	7 224,9	46,6	6 673,1	45,5	7 071,4	47,4 55,2
Handel i naprawy ^Δ	2 074,6	13,4	1 969,2	13,4	1 998,0	13,4 15,6
<i>Trade and repair^Δ</i>						
Hotele i restauracje	225,7	1,5	217,2	1,5	210,9	1,4 1,6
<i>Hotels and restaurants</i>						
Transport, gospodarka magazynowa i łączność	779,3	5,0	714,4	4,9	724,7	4,9 5,7
<i>Transport, storage and communication</i>						
Pośrednictwo finansowe	298,6	1,9	286,5	2,0	290,0	1,9 2,3
<i>Financial intermediation</i>						
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ	822,6	5,3	842,2	5,7	897,1	6,0 7,0
<i>Real estate and business activities</i>						
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ	822,2	5,3	525,7	3,6	838,8	5,6 6,6
<i>Public administration and defence; compulsory social security</i>						
Edukacja	902,8	5,8	907,9	6,2	894,6	6,0 7,0
<i>Education</i>						
Ochrona zdrowia i opieka społeczna	908,2	5,9	869,0	5,9	851,7	5,7 6,7
<i>Health care and social welfare</i>						
Pozostała działalność usługowa ^Δ	390,9	2,5	341,0	2,3	365,6	2,4 2,9
<i>Other service activities</i>						

Źródło: Dla roku 2005 – Mały Rocznik Statystyczny Polski 2006; Dla lat 2000, 2003 i 2004 – Rocznik Statystyczny RP 2005; Dla roku 2002 – Rocznik Statystyczny RP 2004; Dla roku 2001 – Rocznik Statystyczny RP 2003;

^a Dane dla pracujących ogółem za lata 2003-2005 nie są w pełni porównywalne z danymi za lata 2000-2002 na skutek wykorzystania różnych źródeł dla danych dotyczących pracujących w gospodarstwach indywidualnych w rolnictwie. Dane dla pracujących w gospodarstwach indywidualnych w rolnictwie dla lat 2000, 2001 i 2002 - licznik wyszacowano przy wykorzystaniu wyników Powszechnego Spisu Rolnego przeprowadzonego w czerwcu 1996 roku; dane dla roku 2002 – mianownik i lat 2003-2005 wyszacowano przy wykorzystaniu wyników Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań 2002 oraz Powszechnego Spisu Rolnego 2002;

^b Dla roku 2002 udziały: w liczniku liczone przy uwzględnieniu liczby pracujących ogółem z licznika, w mianowniku przy uwzględnieniu liczby pracujących ogółem z mianownika.

Source: For 2005 - Concise Statistical Yearbook of Poland 2006; For years 2000, 2003 and 2004 – Statistical Yearbook 2005; For 2002 – Statistical Yearbook 2004; For 2001 – Statistical Yearbook 2003;

^a For years 2003-2005 data for total number of employed persons are not strictly comparable to data for years 2000-2002 due to the use of various sources for data concerning persons employed on private farms in agriculture. Data concerning persons employed on private farms in agriculture for years 2000, 2001 and 2002 – numerator estimated using the results of the Agricultural Census conducted in June 1996; data for 2002- denominator and years 2003-2005 estimated using the results of the Population and Housing Census 2002 as well as the Agricultural Census 2002;

^b For 2002 shares: in numerator calculated on the basis of the total number of employed persons in numerator, in denominator - on the basis of the total number of employed persons in denominator.

TABL. 3. PRACUJĄCY WEDŁUG SEKCJI^a (dok.)
Stan w dniu 31 XII
EMPLOYED PERSONS BY SECTIONS^a (cont.)
As of 31 XII

Wyszczególnienie Specification	2003		2004		2005	
	w tysiącach in thous	w % in %	w tysiącach in thous	w % in %	w tysiącach in thous	w % in %
OGÓŁEM	12 640,7	100,0	12 720,2	100,0	12 893,3	100,0
TOTAL						
w tym usługi <i>of which services</i>	7 007,2	55,4	7 055,4	55,5	7 171,0	55,6
Handel i naprawy ^Δ	2 003,9	15,8	1 983,1	15,6	2 030,6	15,7
<i>Trade and repair^Δ</i>						
Hotele i restauracje	214,2	1,7	216,3	1,7	219,7	1,7
<i>Hotels and restaurants</i>						
Transport, gospodarka magazynowa i łączność.....	705,7	5,6	704,8	5,5	706,7	5,5
<i>Transport, storage and communication</i>						
Pośrednictwo finansowe.....	260,8	2,1	274,7	2,2	281,9	2,2
<i>Financial intermediation</i>						
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ	926,1	7,3	940,4	7,4	948,3	7,4
<i>Real estate and business activities</i>						
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ	843,5	6,7	851,6	6,7	872,0	6,8
<i>Public administration and defence; compulsory social security</i>						
Edukacja.....	977,5	7,7	999,5	7,9	1 024,2	7,9
<i>Education</i>						
Ochrona zdrowia i opieka społeczna	704,8	5,6	704,5	5,5	703,6	5,5
<i>Health care and social welfare</i>						
Pozostała działalność usługowa ^Δ	370,7	2,9	380,5	3,0	384,0	3,0
<i>Other service activities</i>						

Źródło: Dla roku 2005 – Mały Rocznik Statystyczny Polski 2006; Dla lat 2000, 2003 i 2004 – Rocznik Statystyczny RP 2005; Dla roku 2002 – Rocznik Statystyczny RP 2004; Dla roku 2001 – Rocznik Statystyczny RP 2003;

^a Dane dla pracujących ogółem za lata 2003-2005 nie są w pełni porównywalne z danymi za lata 2000-2002 na skutek wykorzystania różnych źródeł dla danych dotyczących pracujących w gospodarstwach indywidualnych w rolnictwie. Dane dla pracujących w gospodarstwach indywidualnych w rolnictwie dla lat 2000, 2001 i 2002 - licznik wyznaczono przy wykorzystaniu wyników Powszechnego Spisu Rolnego przeprowadzonego w czerwcu 1996 roku; dane dla roku 2002 – mianownik i lat 2003-2005 wyznaczono przy wykorzystaniu wyników Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań 2002 oraz Powszechnego Spisu Rolnego 2002.

Source: For 2005 - Concise Statistical Yearbook of Poland 2006; For years 2000, 2003 and 2004 – Statistical Yearbook 2005; For 2002 – Statistical Yearbook 2004; For 2001 – Statistical Yearbook 2003;

^a For years 2003-2005 data for total number of employed persons are not strictly comparable to data for years 2000-2002 due to the use of various sources for data concerning persons employed on private farms in agriculture. Data concerning persons employed on private farms in agriculture for years 2000, 2001 and 2002 – numerator estimated using the results of the Agricultural Census conducted in June 1996; data for 2002- denominator and years 2003-2005 estimated using the results of the Population and Housing Census 2002 as well as the Agricultural Census 2002.

TABL. 4. PRZECIĘTNE ZATRUDNIENIE, PRZECIĘTNE MIESIĘCZNE WYNAGRODZENIE BRUTTO
WEDŁUG SEKCJI W 2005 R.
AVERAGE PAID EMPLOYMENT, AVERAGE MONTHLY GROSS WAGES AND SALARIES BY SECTIONS IN 2005

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Przeciętne zatrudnienie <i>Average paid employment</i>		Przeciętne wynagrodzenie brutto <i>Average gross wages and salaries</i>	
	w tysiącach <i>in thous.</i>	2004=100	w zł <i>in zł</i>	2004=100
OGÓŁEM TOTAL	8 786,4	101,7	2380	104,7
w tym usługi <i>of which services</i>	x	x	x	x
Handel i naprawy ^Δ <i>Trade and repair^Δ</i>	1 348,0	104,1	1926	102,7
Hotele i restauracje <i>Hotels and restaurants</i>	144,8	102,3	1505	102,2
Transport, gospodarka magazynowa i łączność <i>Transport, storage and communication</i>	582,9	100,0	2593	102,1
Pośrednictwo finansowe <i>Financial intermediation</i>	235,1	103,7	4335	105,8
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ <i>Real estate and business activities</i>	699,8	99,9	2497	105,6
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ <i>Public administration and defence; compulsory social security</i>	552,3	102,6	3061	104,6
Edukacja <i>Education</i>	1 004,0	102,5	2473	105,3
Ochrona zdrowia i opieka społeczna <i>Health care and social welfare</i>	634,7	99,8	1954	104,7
Pozostała działalność usługowa ^Δ <i>Other community, social and personal service activities</i>	265,9	100,5	2315	104,3

Źródło: Rocznik Statystyczny RP 2005.
Source: Statistical Yearbook 2005.

TABL. 5. NAKŁADY INWESTYCYJNE WEDŁUG SEKCJI W 2004 R. (w cenach bieżących)
INVESTMENT OUTLAYS BY SECTIONS IN 2004 (in current prices)

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Ogółem <i>Total</i>			w tym <i>of which</i>		
				budynki i budowle <i>buildings and structures</i>	maszyny, urządzenia techniczne i narzędzia <i>machinery, technical equipment and tools</i>	środki transportu <i>transport equipment</i>
	w mln zł <i>in mln zł</i>	w % <i>in %</i>		w % <i>in %</i>		
OGÓŁEM..... TOTAL	120 467	100,0	x	52,9	35,3	11,1
w tym usługi <i>of which services</i>	66 832	55,5	100,0	59,6	24,7	15,3
Handel i naprawy ^Δ <i>Trade and repair^Δ</i>	11 896	9,9	17,8	41,7	32,6	25,3
Hotele i restauracje <i>Hotels and restaurants</i>	1 036	0,9	1,6	72,2	20,5	7,1
Transport, gospodarka magazynowa i łączność <i>Transport, storage and communication</i>	11 425	9,5	17,1	29,0	41,6	29,3
Pośrednictwo finansowe <i>Financial intermediation</i>	3 533	2,9	5,3	15,5	48,9	35,0
Obsługa nieruchomości i firm; nauka ^Δ <i>Real estate and business activities</i>	22 880	19,0	34,2	81,9	10,8	6,9
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne ^Δ <i>Public administration and defence; compulsory social security</i>	4 005	3,3	6,0	69,1	21,8	8,5
Edukacja <i>Education</i>	3 775	3,1	5,6	78,2	18,5	2,5
Ochrona zdrowia i opieka społeczna <i>Health care and social welfare</i>	2 262	1,9	3,4	44,6	42,9	12,1
Pozostała działalność usługowa ^Δ <i>Other community, social and personal service activities</i>	6 020	5,0	9,0	79,0	15,9	4,5

Źródło: Środki trwałe w gospodarce narodowej w 2004 roku.
Source: Fixed assets in national economy in 2004.

TABL. 6. LICZBA PODMIOTÓW GOSPODARKI NARODOWEJ^a
Stan w dniu 31 XII
NUMBER OF ENTITIES OF THE NATIONAL ECONOMY^a
As of December 31

Wyszczególnienie	2004	2005	2004	2005	Specification
	Sekcja "G" handel i naprawy ^Δ <i>Section "G"</i> <i>trade and repairs</i> ^Δ		Sekcja "H" hotele i restauracje <i>Section "H"</i> <i>hotels and restaurants</i>		
OGÓŁEM.....	1189174	1185282	113085	114842	TOTAL
w tym:					of which:
Przedsiębiorstwa państwowe ...	143	105	10	9	State-owned enterprises
Spółki.....	203815	205815	20284	20961	Companies
z tego					
prawa handlowego	79629	82136	4637	5049	commercial law
w tym:					of which:
akcyjne.....	1822	1797	90	90	join stock
z o.o.	64558	66527	4151	4472	limited liability
cywilne	124186	123678	15647	15912	civil law partnership
Spółdzielnie	3297	3198	41	46	Co-operatives
Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą	981094	975353	91963	93045	Natural persons conducting economic activity

^a Zarejestrowanych w rejestrze REGON.

^a Recorded in the REGON register.

TABL. 7. PRZEDSIĘBIORSTWA WEDŁUG LICZBY PROWADZONYCH SKLEPÓW^a
Stan w dniu 31 XII
ENTERPRISES BY NUMBER OF SHOPS^a
As of December 31

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2004	2005
OGÓŁEM.....	324845	334639
TOTAL		
do 2 sklepów	319240	328769
<i>up to 2 shops</i>		
3-10.....	4559	4792
11-20.....	710	716
21-50.....	265	270
51-100	50	66
101-200	15	20
powyżej 200 sklepów	6	6
<i>above 200 shops</i>		
w tym przedsiębiorstwa handlowe.....	305694	318443
<i>of which trade enterprises</i>		
do 2 sklepów	301490	314086
<i>up to 2 shops</i>		
3-10.....	3392	3525
11-20.....	559	565
21-50.....	196	195
51-100	39	48
101-200.....	13	18
powyżej 200 sklepów	5	6
<i>above 200 shops</i>		

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 8. PRZEDSIĘBIORSTWA HANDLOWE^a WEDŁUG LICZBY PROWADZONYCH MAGAZYNÓW
Stan w dniu 31 XII
TRADE ENTERPRISES ^a BY NUMBER OF WAREHOUSES
As of December 31

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	2004	2005
OGÓŁEM.....	8883	9210
TOTAL		
1 magazyn	3555	3757
<i>1 warehouse</i>		
2-5.....	3942	4088
6-10.....	866	850
powyżej 10 magazynów	520	515
<i>above 10 warehouses</i>		
w tym przedsiębiorstwa hurtowe.....	6464	6771
<i>of which wholesale trade enterprises</i>		
1 magazyn	2551	2724
<i>1 warehouse</i>		
2-5.....	2928	3054
6-10.....	602	610
powyżej 10 magazynów	383	383
<i>above 10 warehouses</i>		

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

a Data refer to enterprises employing more than 9 persons.

TABL. 9. SKLEPY I STACJE PALIW WEDŁUG FORM ORGANIZACYJNYCH^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS AND PETROL STATIONS BY ORGANIZATION FORMS^a
As of December 31

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Ogółem <i>Total</i>	Sektor publiczny <i>Public sector</i>	Sektor prywatny <i>Private sector</i>
OGÓŁEM..... 2004	380346	1737	378609
TOTAL 2005	394037	1598	392439
z tego: <i>of which:</i>			
Sklepy 2004	370883	1367	369516
<i>Shops</i> 2005	384001	1317	382684
Domy towarowe..... 2004	99	1	98
<i>Department stores</i> 2005	95	1	94
Domy handlowe..... 2004	501	9	492
<i>Trade stores</i> 2005	462	8	454
Hipermarkety 2004	338	-	338
<i>Hipermarkets</i> 2006	374	-	374
Supermarkety 2004	2347	3	2344
<i>Supermarkets</i> 2005	2716	5	2711
Pozostałe sklepy..... 2004	367598	1354	366244
<i>Other shops</i> 2005	380354	1303	379051
Stacje paliw..... 2004	9463	370	9093
<i>Petrol stations</i> 2005	10036	281	9755

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 10. WYBRANE FORMY ORGANIZACYJNE SKLEPÓW WEDŁUG WOJEWÓDZTW W 2005 R.
Stan w dniu 31 XII
SELECTED ORGANIZATION FORMS OF SHOPS BY VOIVODSHIPS IN 2005
As of December 31

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Domy towarowe <i>Department stores</i>	Domy handlowe <i>Trade stores</i>	Supermarkety <i>Supermarkets</i>	Hipermarkety <i>Hipermarkets</i>
POLSKA.....	95	462	2 716	374
POLAND				
Dolnośląskie.....	8	35	209	38
Kujawsko-Pomorskie.....	5	19	160	21
Lubelskie	5	32	147	10
Lubuskie	2	12	123	11
Łódzkie	7	28	174	29
Małopolskie.....	10	31	165	25
Mazowieckie	20	89	278	60
Opolskie.....	1	4	82	6
Podkarpackie	7	25	135	10
Podlaskie	3	20	77	8
Pomorskie.....	2	25	159	28
Śląskie	8	54	381	66
Świętokrzyskie	-	13	69	6
Warmińsko-Mazurskie	2	25	124	11
Wielkopolskie	8	29	272	31
Zachodniopomorskie	7	21	161	14

TABL. 11. STRUKTURA SKLEPÓW I STACJI PALIW WEDŁUG FORM ORGANIZACYJNYCH I FORM WŁASNOŚCI W 2005 R.^a

Stan w dniu 31 XII

STRUCTURE OF SHOPS AND PETROL STATIONS BY ORGANIZATION AND OWNERSHIP FORMS IN 2005^a

As of December 31

Wyszczególnienie <i>Specification</i> a - udział w % <i>a - share in %</i> b - udział powierzchni sprzedażowej w % <i>b - share of sales area in %</i>	Ogółem <i>Total</i>	Sektor prywatny <i>Private sector</i>	w tym: <i>of which:</i>	
			własność prywatna krajowa <i>private domestic ownership</i>	własność zagraniczna <i>foreign ownership</i>
Sklepya	100,0	99,7	98,0	1,4
Shopsb	100,0	99,6	83,5	15,6
w tym: <i>of which:</i>				
Domy towarowe.....a	100,0	98,9	87,4	9,5
Department storesb	100,0	97,8	71,2	25,3
Domy handlowe.....a	100,0	98,3	76,0	20,3
Trade storesb	100,0	98,7	77,8	18,8
Hipermarketya	100,0	100,0	15,5	83,2
Hipermarketsb	100,0	100,0	13,0	86,2
Supermarketya	100,0	99,8	43,6	56,1
Supermarketsb	100,0	99,9	39,3	60,3
Stacje paliwa	100,0	97,2	76,5	7,0
Petrol stationsb	-	-	-	-

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 12. STRUKTURA SKLEPÓW WEDŁUG FORM WŁASNOŚCI W WOJEWÓDZTWACH W 2005 R.
Stan w dniu 31 XII
STRUCTURE OF SHOPS BY OWNERSHIP IN VOIVODSHIPS IN 2005
As of December 31

Wyszczególnienie <i>Specification</i> a - udział w % <i>a - share in %</i> b - udział powierzchni sprzedażowej w % <i>b - share of sales area in %</i>	Ogółem <i>Total</i>	Sektor prywatny <i>Private sector</i>	w tym: <i>of which:</i>	
			własność prywatna krajowa <i>private domestic ownership</i>	własność zagraniczna <i>foreign ownership</i>
POLSKA..... a	100,0	99,7	98,0	1,4
POLAND..... b	100,0	99,6	83,5	15,6
Dolnośląskie..... a	100,0	99,7	97,8	1,7
..... b	100,0	99,7	79,4	19,6
Kujawsko-Pomorskie..... a	100,0	99,7	97,8	1,6
..... b	100,0	99,8	83,2	16,2
Lubelskie a	100,0	99,7	98,6	0,7
..... b	100,0	99,6	91,6	7,8
Lubuskie a	100,0	99,6	97,9	1,5
..... b	100,0	99,7	84,6	14,7
Łódzkie a	100,0	99,6	97,9	1,3
..... b	100,0	99,0	81,3	17,3
Małopolskie..... a	100,0	99,7	98,4	1,0
..... b	100,0	99,8	86,7	12,3
Mazowieckie a	100,0	99,5	97,4	1,8
..... b	100,0	99,1	79,2	19,2
Opolskie..... a	100,0	99,7	98,3	1,3
..... b	100,0	99,8	87,8	11,6
Podkarpackie a	100,0	99,7	98,6	0,6
..... b	100,0	99,7	91,2	7,4
Podlaskie a	100,0	99,4	98,3	0,8
..... b	100,0	99,5	92,4	6,9
Pomorskie..... a	100,0	99,8	97,8	1,9
..... b	100,0	99,9	81,4	18,1
Śląskie a	100,0	99,6	97,6	1,8
..... b	100,0	99,8	76,9	22,0
Świętokrzyskie a	100,0	99,6	98,6	0,9
..... b	100,0	99,7	87,7	11,9
Warmińsko-Mazurskie a	100,0	99,6	98,3	1,3
..... b	100,0	99,7	89,4	10,2
Wielkopolskie a	100,0	99,8	98,4	1,3
..... b	100,0	99,9	85,2	14,4
Zachodniopomorskie a	100,0	99,8	98,1	1,5
..... b	100,0	99,7	84,9	14,2

TABL. 13. SKLEPY I STACJE PALIW WEDŁUG SPECJALIZACJI^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS AND PETROL STATIONS BY SPECIALIZATION^a
As of December 31

Wyszczególnienie	2004	2005	Specification
	sklepy shops		
Sklepy	370883	384001	Shops
z tego:			of which:
Ogólnospożywcze	112301	116097	General foodstuffs
Owocowo-warzywne.....	4778	5224	Fruit and vegetables
Mięsne.....	12456	13073	Meat
Rybne	1053	1106	Fish
Piekarniczo-ciastkarskie	5446	5520	Baker's and confectioner's products
Z napojami alkoholowymi	2268	2454	With alcoholic beverages
Z kosmetykami i wyrobami toaletowymi.....	8537	8211	With cosmetics and toilet goods
Z wyrobami włókienniczymi	3951	4914	With textile products
Z wyrobami odzieżowymi.....	32615	39413	With clothing products
Z obuwiem i wyrobami skórzanymi ...	6808	8129	With footwear and leather products
Z meblami i sprzętem oświetleniowym	7366	7749	With furniture and lighting appliances
Radiowo-telewizyjne i ze sprzętem gospodarstwa domowego	7210	7418	With radio, TV and household appliances
Z artykułami piśmiennymi i księgarnie	6970	8342	With books and stationery
Z pojazdami mechanicznymi	11840	12689	With motor vehicles
Pozostałe sklepy	147284	143662	Other shops
Stacje paliw	9463	10036	Petrol stations

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 14. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2005 R.^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2005^a
As of December 31

Województwa <i>Voivodships</i>	Ogółem <i>Total</i>	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² <i>Sales area of shops in m²</i>	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej <i>Number of shops by size of sales area</i>							
			99 m ² i mniej <i>99 m² and less</i>	100 - 199 m ²	200 - 299 m ²	300 - 399 m ²	400 - 999 m ²	1000 - 1999	2000 - 2499 m ²	2500 m ² i więcej <i>2500 m² and more</i>
POLSKA POLAND	384001	28064516	361067	10371	3933	2102	4672	1182	130	544
Dolnośląskie	26730	2170071	25090	702	306	138	325	106	13	50
Kujawsko-Pomorskie	20003	1476310	18748	571	196	138	263	53	5	29
Lubelskie	22116	1556973	20875	566	211	105	257	72	13	17
Lubuskie	10284	884366	9597	276	100	63	196	32	4	16
Łódzkie	27831	1850187	26424	652	233	129	281	62	12	38
Małopolskie	32054	2112685	30100	1001	314	171	345	80	4	39
Mazowieckie	53832	4046931	50940	1309	509	251	537	169	25	92
Opolskie	8866	677974	8234	278	119	61	133	29	4	8
Podkarpackie	19635	1350235	18247	641	264	135	271	50	6	21
Podlaskie	10055	820450	9226	398	149	77	164	22	3	16
Pomorskie	21493	1607169	20232	526	210	139	270	79	4	33
Śląskie	48812	3575273	45810	1359	497	248	631	165	14	88
Świętokrzyskie	11991	738114	11472	232	71	54	121	30	1	10
Warmińsko-Mazurskie	12513	1074732	11512	452	185	90	196	61	4	13
Wielkopolskie	37929	2786033	35774	952	378	207	433	126	10	49
Zachodniopomorskie	19857	1337013	18786	456	191	96	249	46	8	25

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 15. SKLEPY I STACJE PALIW WEDŁUG WOJEWÓDZTW^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS AND PETROL STATIONS BY VOIVODSHIPS^a
As of December 31

Województwa Voivodships	Liczba sklepów Number of shops	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² Size of sales area of stores in m ²	Liczba stacji paliw Number of petrol stations	Liczba ludności przypadająca na 1 sklep Population per shop
POLSKA..... 2004	370883	26550766	9463	103
POLAND 2005	384001	28064516	10036	99,4
Dolnośląskie..... 2004	29878	2070247	677	96,8
2005	26730	2170071	705	108
Kujawsko-Pomorskie 2004	20539	1354609	553	101
2005	20003	1476310	573	103
Lubelskie 2004	22944	1600127	684	95,2
2005	22116	1556973	699	98,6
Lubuskie 2004	10909	832861	342	92,5
2005	10284	884366	369	98,1
Łódzkie 2004	24863	1563315	778	104
2005	27831	1850187	814	92,6
Małopolskie..... 2004	32250	2136851	617	101
2005	32054	2112685	669	102
Mazowieckie 2004	46422	3565477	1321	111
2005	53832	4046931	1452	95,8
Opolskie..... 2004	8321	705394	252	126
2005	8866	677974	271	118
Podkarpackie..... 2004	17778	1193414	460	118
2005	19635	1350235	485	107
Podlaskie 2004	11027	877948	331	109
2005	10055	820450	350	119
Pomorskie..... 2004	22656	1556233	427	96,8
2005	21493	1607169	445	102
Śląskie 2004	42671	3192735	939	110
2005	48812	3575273	1002	96,0
Świętokrzyskie 2004	13790	819773	306	93,5
2005	11991	738114	339	107
Warmińsko-Mazurskie 2004	12654	1050490	370	113
2005	12513	1074732	384	114
Wielkopolskie 2004	37294	2727245	920	90,2
2005	37929	2786033	967	88,9
Zachodniopomorskie 2004	16887	1304047	486	100
2005	19857	1337013	512	85,3

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 16. STRUKTURA SPRZEDAŻY DETALICZNEJ W SKLEPACH I STACJACH PALIW W 2005 R.
STRUCTURE OF RETAIL SALES IN SHOPS AND PETROL STATIONS IN 2005

Lp.	Wyszczególnienie	Ogółem <i>Total</i>	Pojazdy mechaniczne, motocykle, części. <i>Motor vehicles, motorcycles, parts</i>	Paliwa stałe, ciekłe i gazowe <i>Solid, liquid and gaseous fuels</i>	Żywność, napoje alkoholowe i bezalkoholowe oraz wyroby tytoniowe <i>Foodstuffs, alcoholic and non-alcoholic beverages and tobacco products</i>
1	OGÓŁEM.....	100,0	100,0	100,0	100,0
2	Owoce i warzywa	2,4	0,0	0,0	5,8
3	Mięso i wyroby mięsne	6,0	0,0	0,0	14,5
4	Ryby i przetwory rybne	1,0	0,0	0,0	2,5
5	Pieczywo i przetwory zbożowe.....	3,4	0,0	0,0	8,3
6	Mleko, jaja i sery	3,5	0,0	0,0	8,4
7	Cukier i wyroby cukiernicze	3,8	0,0	0,2	7,7
8	Kawa, herbata i kakao	1,6	0,0	0,0	3,8
9	Pozostałe artykuły żywnościowe i napoje bezalkoholowe.....	8,1	0,0	0,9	18,5
10	Napoje alkoholowe	6,5	0,0	1,0	13,7
11	Wyroby tytoniowe	2,4	0,0	1,0	4,9
12	Artykuły farmaceutyczne i medyczne.....	4,7	0,0	0,0	0,2
13	Kosmetyki i wyroby toaletowe	3,5	0,0	0,0	4,7
14	Wyroby włókiennicze.....	0,6	0,0	0,0	0,3
15	Odzież łącznie z dodatkami do ubrań i wyrobami futrzarskimi.....	3,9	0,0	0,0	0,7
16	Obuwie i wyroby skórzane.....	1,5	0,0	0,0	0,2
17	Meble i sprzęt oświetleniowy.....	2,7	0,0	0,0	0,2
18	Artykuły i sprzęt gospodarstwa domowego	2,7	0,0	0,0	1,4
19	Artykuły radiowo-telewizyjne.....	2,0	0,0	0,0	0,7
20	Książki, gazety i artykuły piśmienne .	1,9	0,0	0,2	1,4
21	Pojazdy mechaniczne	8,6	93,5	0,5	0,2
	w tym:				
22	samochody.....	6,9	78,0	0,1	0,0
23	Paliwa.....	15,3	0,0	92,0	0,2
24	Pozostałe artykuły nieżywnościowe ..	13,9	6,5	4,2	1,7

Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny <i>Pharmaceuticals, cosmetics, orthopaedic equipment</i>	Włókno, odzież, obuwie <i>Textiles, clothing, footwear</i>	Meble, rtv, agd <i>Furniture, consumer electronics, household appliances</i>	Prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowa nych sklepach <i>Press, books, other sale in specialized stores</i>	Pozostałe <i>Other</i>	Specification	No.
100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	TOTAL	1
0,0	0,0	0,0	0,1	1,3	<i>Fruit and vegetables</i>	2
0,0	0,3	0,0	0,1	2,2	<i>Meat and meat products</i>	3
0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	<i>Fish and fish products</i>	4
0,0	0,0	0,0	0,1	1,2	<i>Bread and cereal products</i>	5
0,0	0,0	0,0	0,1	1,9	<i>Milk, eggs and cheese</i>	6
0,0	0,0	0,0	0,1	6,2	<i>Sugar and confectionery</i>	7
0,1	0,0	0,0	0,0	0,9	<i>Coffee, tea and cocoa</i>	8
0,1	0,0	0,2	0,6	4,7	<i>Other foodstuff articles and non- alcoholic beverages</i>	9
0,1	0,0	0,0	0,0	7,3	<i>Alcoholic beverages</i>	10
0,2	0,0	0,0	0,6	2,3	<i>Tobacco</i>	11
78,4	0,0	0,0	0,5	1,9	<i>Pharmaceutical and medical articles</i>	12
17,9	0,2	0,1	1,7	4,4	<i>Cosmetics and toilet goods</i>	13
0,1	6,6	0,8	0,4	1,0	<i>Textile products</i>	14
0,1	64,3	0,1	1,7	2,5	<i>Clothing including accessories and furriery</i>	15
0,0	26,2	0,4	0,3	0,6	<i>Footwear and leather products</i>	16
0,0	0,9	29,6	1,5	4,5	<i>Furniture and lighting appliances</i>	17
0,3	0,1	27,7	0,3	2,2	<i>Household appliances and articles</i>	18
0,0	0,0	24,9	0,1	0,7	<i>Radio and television articles</i>	19
0,2	0,0	0,3	14,4	3,3	<i>Books, newspapers and stationery</i>	20
0,0	0,0	0,0	0,1	2,2	<i>Motor vehicles</i>	21
0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	<i>of which: automobiles</i>	22
0,0	0,0	0,0	3,2	0,6	<i>Fuels</i>	23
2,5	1,4	15,9	74,1	47,7	<i>Other non-foodstuff articles</i>	24

TABL. 17. DYNAMIKA SPRZEDAŻY DETALICZNEJ WEDŁUG RODZAJÓW DZIAŁALNOŚCI^a (w cenach bieżących)
INDEX OF RETAIL SALES CHANGES BY TYPE OF ENTERPRISE ACTIVITY^a (in current prices)

Wyszczególnienie	2004	2005	Specification
	rok poprzedni=100 previous year=100		
OGÓŁEM	110,9	103,9	TOTAL
w tym:			of which:
Pojazdy samochodowe, motocykle, części	104,1	89,6	Motor vehicles, motorcycles, parts
Paliwa stałe, ciekłe i gazowe	119,6	108,1	Solid, liquid and gaseous fuels
Żywność, napoje i wyroby tytoniowe	x	108,1	Food, beverages and tobacco products
Pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach	109,9	108,9	Other retail sales in non-specialized stores
Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny	116,7	122,3	Pharmaceuticals, cosmetics, orthopaedic equipment
Meble, rtv, agd	103,0	127,5	Furniture, consumer electronics, household appliances
Pozostałe	103,3	94,1	Other

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

^a Data refer to enterprises employing more than 9 persons.

TABL. 18. STRUKTURA SPRZEDAŻY DETALICZNEJ WEDŁUG RODZAJÓW DZIAŁALNOŚCI^a
STRUCTURE OF RETAIL SALES BY TYPE OF ENTERPRISE ACTIVITY^a

Wyszczególnienie	2004	2005	Specification
OGÓŁEM	100,0	100,0	TOTAL
w tym:			<i>of which:</i>
Pojazdy samochodowe, motocykle, części	10,4	9,0	<i>Motor vehicles, motorcycles, parts</i>
Paliwa stałe, ciekłe i gazowe	17,9	18,6	<i>Solid, liquid and gaseous fuels</i>
Żywność, napoje i wyroby tytoniowe	x	27,6	<i>Food, beverages and tobacco products</i>
Pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach	4,7	5,0	<i>Other retail sales in non-specialized stores</i>
Farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny	2,6	3,1	<i>Pharmaceuticals, cosmetics, orthopaedic equipment</i>
Meble, rtv, agd	4,3	5,3	<i>Furniture, consumer electronics, household appliances</i>
Pozostałe	24,3	21,9	<i>Other</i>

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

^a *Data refer to enterprises employing more than 9 persons.*

TABL. 19. TARGOWISKA WEDŁUG WOJEWÓDZTW
Stan w dniu 31 XII
MARKET PLACES BY VOIVODSHIPS
As of December 31

Województwa Voivodships	Targowiska stałe <i>Permanent market places</i>						Targowiska sezonowe ^a (w ciągu roku) <i>Seasonal ^a market places (in the year)</i>	Roczne wpływy z opłaty targowej w tys. zł <i>Annual incomes from market place charge in thous. zł</i>
	liczba targowisk <i>number of market places</i>	w tym z przewagą sprzedaży drobnodeta- licznej <i>of which with predomi- nance the sale small retail</i>	powierzchnia targowisk w m ² <i>area of market places in m²</i>		liczba stałych punktów sprzedaży drobnodetalicznej <i>number of the small-retail sale outlets</i>			
			ogółem <i>total</i>	w tym sprzedażowa <i>of which of the sale</i>	ogółem <i>total</i>	w tym na targowiskach czynnych codziennie <i>of which on market places opened daily</i>		
POLSKA 2004	2308	20091	15334006	9518978	123050	90066	6128	271243,2
POLAND 2005	2313	2085	15388883	9308587	123153	88697	6729	279904,4
Dolnośląskie..... 2004	155	146	849678	448711	10377	7211	2049	17232,9
2005	160	152	874880	459616	10790	7420	2106	17124,4
Kujawsko- 2004	145	127	669707	368662	6139	4632	69	10820,0
Pomorskie 2005	145	126	699415	392243	6049	4465	73	10095,2
Lubelskie 2004	189	168	1071922	743662	5131	4130	41	11585,8
2005	187	166	1066020	720356	5645	4068	53	12479,5
Lubuskie 2004	73	66	380972	239211	6639	5954	139	18280,9
2005	76	69	399500	236903	6723	5814	151	18216,1
Łódzkie 2004	163	141	1686907	1040469	18844	15660	51	31825,1
2005	169	146	1728544	1045522	19192	15782	44	32057,9
Małopolskie 2004	156	141	938878	667569	5781	3308	2082	12522,7
2005	156	142	931241	664062	5661	3135	1676	19806,5
Mazowieckie 2004	313	288	3406448	2099983	19157	12070	279	46173,3
2005	310	283	3384987	2014734	18691	12648	253	44741,3
Opolskie 2004	51	50	150509	106494	2038	1473	16	6310,1
2005	50	49	152018	108869	2119	1634	17	6526,5
Podkarpackie..... 2004	132	120	489304	299217	3278	2437	139	10437,9
2005	129	117	474631	293822	3183	2343	156	10256,7
Podlaskie 2004	82	65	817614	592381	3778	3051	16	4570,6
2005	82	64	808389	549551	3648	2933	20	4333,5
Pomorskie 2004	95	87	441444	254829	4270	3237	374	9958,0
2005	98	90	444994	252506	4323	3293	576	9077,6
Śląskie 2004	217	202	1340969	692112	15921	9575	236	34543,0
2005	216	198	1211226	586486	15650	8625	259	33551,7
Świętokrzyskie... 2004	88	76	768605	631873	3092	1954	118	12956,7
2005	81	74	755058	618476	2951	1723	83	12097,7
Warmińsko- 2004	79	70	432826	245773	2459	2279	31	5347,2
Mazurskie 2005	79	69	436226	254466	2443	1915	208	5228,0
Wielkopolskie ... 2004	251	229	1320322	898977	9150	6620	104	24123,8
2005	258	228	1341743	893779	9337	6577	101	28616,0
Zachodnio- 2004	119	115	567904	189055	6996	6475	384	14555,2
Pomorskie 2005	117	112	680011	217196	6748	6322	953	15695,8

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

^a *Number of the marketplaces or places located on streets and squares open periodically.*

TABL. 20. MAGAZYNY HANDLOWE^a WEDŁUG WOJEWÓDZTW W 2005 R.
Stan w dniu 31 XII
TRADE WAREHOUSES^a BY VOIVODSHIPS IN 2005
As of December 31

Województwa Voivodships	Magazyny zamknięte Secured warehouses		Magazyny zadaszone Roofed warehouses		Place składowe Storage sites		Silosy i zbiorniki pojemność w m ³
	liczba number	powierzchnia składowa w m ² storage area in m ²	liczba number	powierzchnia składowa w m ² storage area in m ²	liczba number	powierzchnia składowa w m ² storage area in m ²	Silos and reservoirs capacity in m ³
POLSKA.....	29375	16718204	2927	1134891	4974	14209067	2999876
POLAND							
Dolnośląskie	2132	1206643	165	63275	453	1321195	188708
Kujawsko-Pomorskie.....	1556	887620	155	54375	341	984512	215084
Lubelskie	1229	621386	106	25161	194	290085	36687
Lubuskie	616	278546	52	10515	127	252382	23895
Łódzkie	1645	920332	184	55351	249	598727	12687
Małopolskie	2125	1196724	243	72352	423	739127	142581
Mazowieckie.....	5759	3912773	622	298778	697	1941591	1628540
Opolskie.....	546	257114	61	16684	113	263688	33390
Podkarpackie	1651	847414	162	59373	257	515419	67500
Podlaskie.....	746	510985	72	32097	112	302146	6547
Pomorskie	1633	852963	192	57005	327	668172	186034
Śląskie.....	4390	1833129	455	213653	805	4000644	55549
Świętokrzyskie.....	604	318845	80	26674	116	294652	22770
Warmińsko-Mazurskie	637	338568	39	11165	89	169214	6900
Wielkopolskie.....	3141	2217999	246	108871	529	1453195	282008
Zachodniopomorskie	965	517163	93	29562	142	414318	90996

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

^a Data refer to enterprises conducting distributive activity and employing more than 9 persons.

TABL. 21. STRUKTURA MAGAZYNÓW ZAMKNIĘTYCH W PRZEDSIĘBIORSTWACH HANDLOWYCH^a WEDŁUG FORM WŁASNOŚCI W 2005 R.

Stan w dniu 31 XII

STRUCTURE OF SECURED WAREHOUSES IN TRADE ENTERPRISES^a BY OWNERSHIP IN 2005

As of December 31

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Ogółem <i>Total</i>	Sektor publiczny <i>Public sector</i>	w tym: <i>of which:</i>	Sektor prywatny <i>Private sector</i>	w tym: <i>of which:</i>	
			własność państwowa <i>state ownership</i>		własność prywatna krajowa <i>private domestic ownership</i>	własność zagraniczna <i>foreign ownership</i>
Liczba magazynów <i>Number of warehouses</i>	22728	678	654	22050	19026	2647
Powierzchnia składowa w m² <i>Storage area in m²</i>	13875989	352791	337358	13523198	10217443	2973365
w tym: <i>of which:</i>						
magazyny hurtu <i>wholesale warehouses</i>						
liczba magazynów w %..... <i>number of warehouses in %</i>	78,1	89,2	89,1	77,7	75,9	89,3
powierzchnia składowa w %..... <i>storage area in %</i>	81,1	85,0	84,3	81,0	81,7	77,9
magazyny detalu <i>retail warehouses</i>						
liczba magazynów w %..... <i>number of warehouses in %</i>	14,6	3,8	4,0	14,9	16,1	7,0
powierzchnia składowa w %..... <i>storage area in %</i>	13,8	8,2	8,6	14,0	12,8	18,2

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

^a Data refer to enterprises employing more than 9 persons.

TABL. 22. STRUKTURA PRZYCHODÓW ZE SPRZEDAŻY (bez VAT) PRZEDSIĘBIORSTW HURTOWYCH
WEDŁUG TYPU KLIENTÓW^a
*STRUCTURE OF TURNOVER FROM SALE (excluding VAT) OF WHOLESALE ENTERPRISES BY
CUSTOMER TYPE^a*

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Typ klientów <i>Type of customer</i>	Ogółem <i>Total</i>		w tym własność zagraniczna <i>of which foreign capital</i>	
		2003	2004	2003	2004
		w %		in %	
Dział 51 <i>Division 51</i>	Ogółem..... <i>Total</i>	100,0	100,0	100,0	100,0
	w tym: <i>of which:</i>				
	handlowcy detaliczni <i>retail traders</i>	33,0	30,6	28,8	25,8
	hurtownicy <i>wholesalers, purchasing groups</i>	38,1	36,9	40,2	38,5
	producenci..... <i>producers</i>	14,1	17,2	13,6	16,9
	konsumenci indywidualni <i>final individual consumers</i>	10,0	8,5	13,2	9,3
	konsumenci zbiorowi <i>other final consumers</i>	3,8	3,7	3,7	4,0

a Dane dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

a Data refer to economic entities employing more than 9 persons.

TABL. 23. STRUKTURA ZAKUPÓW TOWARÓW WEDŁUG TYPU DOSTAWCÓW ^a
 SHARE OF PURCHASES OF COMMODITIES BY TYPE OF SUPPLIER ^a

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Typ dostawców <i>Type of supplier</i>	2003	2004	2003	2004
		Zakupy towarów ogółem <i>Total purchases of goods</i>		w tym własność zagraniczna <i>of which foreign capital</i>	
		w %		in %	
Sekcja G Section G	Zakupy towarów ogółem Total purchases of goods	100,0	100,0	100,0	100,0
	w tym: of which:				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych	48,3	48,8	41,3	41,6
	<i>directly from the domestic producers</i>				
	u hurtowników	29,0	27,9	16,4	15,3
	<i>from wholesalers, purchasing groups</i>				
	bezpośrednio z importu	20,9	21,5	41,3	42,1
	<i>from imports</i>				
	z innych źródeł (np. giełdy)	1,5	1,5	0,6	0,4
	<i>from other sources</i>				
dział 50 <i>division 50</i>	Zakupy towarów	100,0	100,0	100,0	100,0
	<i>Purchases of goods</i>				
	w tym: of which:				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych	26,3	28,5	9,3	10,7
	<i>directly from the domestic producers</i>				
	u hurtowników	36,7	36,0	13,9	13,2
	<i>from wholesalers, purchasing groups</i>				
	bezpośrednio z importu	33,6	32,4	76,1	75,6
	<i>from imports</i>				
	z innych źródeł (np. giełdy)	3,2	2,9	0,5	0,5
	<i>from other sources</i>				
dział 51 <i>division 51</i>	Zakupy towarów	100,0	100,0	100,0	100,0
	<i>Purchases of goods</i>				
	w tym: of which:				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych	51,9	52,2	39,2	38,4
	<i>directly from the domestic producers</i>				
	u hurtowników	24,6	23,1	15,2	15,5
	<i>from wholesalers, purchasing groups</i>				
	bezpośrednio z importu	22,1	23,0	44,4	44,8
	<i>from imports</i>				
	z innych źródeł (np. giełdy)	1,2	1,3	0,7	0,5
	<i>from other sources</i>				
dział 52 <i>division 52</i>	Zakupy towarów	100,0	100,0	100,0	100,0
	<i>Purchases of goods</i>				
	w tym: of which:				
	bezpośrednio od producentów i wytwórców krajowych	51,8	52,0	66,6	71,1
	<i>directly from the domestic producers</i>				
	u hurtowników	38,8	38,5	20,8	16,3
	<i>from wholesalers, purchasing groups</i>				
	bezpośrednio z importu	8,0	8,0	11,9	12,0
	<i>from imports</i>				
	z innych źródeł (np. giełdy)	1,2	1,3	0,2	0,2
	<i>from other sources</i>				

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

^a Data refer to economic entities employing more than 9 persons.

TABL. 24. HANDEL I NAPRAWY^Δ W 2004 R.
TRADE AND REPAIR^Δ IN 2004

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Przychód ze sprzedaży <i>Turnover</i>	Marża <i>Margin</i>	Produkcja globalna <i>Gross output</i>	Wartość dodana brutto <i>Gross value added</i>	Nadwyżka operacyjna brutto <i>Gross operating surplus</i>	Zakupy towarów i usług do odsprzedaży <i>Purchases of goods and services purchased for resale in the same condition as received</i>	Koszty związane z zatrudnieniem <i>Compensation of employees</i>	Nakłady inwes- tycyjne ^a <i>Investment outlays^a</i>
	w mln zł		in mln zł					
Sekcja „G” Section „G”	902226,8*	147403,9*	216177,2	122387,1*	82490,6*	716137,4	36534,1	8708,6
w tym: <i>of which:</i>								
Dział 50	112054,5*	13537,4*	22484,2*	12485,8*	7953,3*	92164,1*	4179,7*	1204,8
Division 50								
Grupa 50.1	54558,5*	5082,9*	9446,1*	4352,4*	2539,0*	45531,0*	1689,9*	610,8
Group 50.1								
Grupa 50.2	9585,5*	2041,2*	4627,6*	3035,0*	2083,6*	5939,0*	898,7*	130,3
Group 50.2								
Grupa 50.3	17215,5*	3426,8*	4809,1*	2917,6*	2043,7*	13203,8*	827,1*	190,5
Group 50.3								
Grupa 50.4	182,9*	33,1*	38,6*	24,7*	15,2*	150,3*	8,6*	0,2
Group 50.4								
Grupa 50.5	30512,1*	2953,4*	3562,8*	2156,1*	1271,8*	27340,0*	755,4*	273,0
Group 50.5								
Dział 51	555100,0*	76785,1*	117176,9*	59669,9*	38801,3*	448184,2*	19275,1*	3994,1
Division 51								
Grupa 51.1	18489,0*	3467,9*	5738,8*	3064,9*	2274,3*	13635,8*	747,8*	135,7
Group 51.1								
Grupa 51.2	14141,5*	2002,3*	2772,6*	1577,9*	1155,7*	11915,9*	375,7*	51,4
Group 51.2								
Grupa 51.3	89937,6*	9661,4*	13417,6*	6944,5*	4301,1*	77689,2*	2365,7*	541,6
Group 51.3								
Grupa 51.4	75231,6*	11580,7*	18804,6*	8546,3*	5488,8*	57802,1*	2887,0*	534,2
Group 51.4								
Grupa 51.5	158680,4*	18916,0*	30036,2*	13931,1*	9496,3*	131025,4*	3993,2*	1266,5
Group 51.5								
Grupa 51.8	21395,1*	2253,3*	4635,2*	2808,5*	1599,1*	17032,9*	1159,2*	193,0
Group 51.8								
Grupa 51.9	177224,8*	28903,5*	41771,9*	22796,7*	14486,0*	139082,9*	7746,5*	1271,7
Group 51.9								
Dział 52	235072,3*	57081,4*	76516,1*	50231,3*	35735,9*	175789,1*	13079,3*	3509,7
Division 52								
Grupa 52.1	100627,1*	20757,9*	28235,5*	18031,2*	10906,5*	77363,2*	6205,5*	2134,9
Group 52.1								
Grupa 52.2	20622,8*	3695,0*	5797,4*	3787,2*	2553,5*	15951,0*	1099,0*	486,4
Group 52.2								
Grupa 52.3	22487,8*	6546,0*	7460,3*	5876,0*	4494,4*	17120,7*	1371,8*	131,4
Group 52.3								
Grupa 52.4	76239,6*	20573,9*	26232,9*	16665,8*	12568,9*	56330,6*	3799,9*	724,8
Group 52.4								
Grupa 52.5	486,2*	81,3*	450,0*	280,9*	224,2*	159,9*	44,4*	1,2
Group 52.5								
Grupa 52.6	13507,3*	5261,3*	7328,5*	4995,7*	4489,5*	8528,3*	469,0*	27,4
Group 52.6								
Grupa 52.7	1101,5*	166,0*	1011,5*	594,5*	498,9*	335,4*	89,7*	3,6
Group 52.7								

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

^a Data concerns enterprises conducting distributive activity, in which number of employees exceeds 9 persons.

TABL.25. DOSTAWY WYBRANYCH TOWARÓW KONSUMPCYJNYCH W 2005 R.
DELIVERIES OF SELECTED CONSUMER GOODS IN 2005

Towary <i>Goods</i>	Jednostka miary <i>Unit of measure</i>	Dostawy ^a <i>Deliveries^a</i>	
		w liczbach bezwzględnych <i>in absolute numbers</i>	2004=100
Mięso drobiowe..... <i>Poultry</i>	tys. t <i>thous. t</i>	1117	112,9
Konserwy, wędliny, wyroby wędliniarskie drobiowe..... <i>Variety meat products from poultry</i>	tys. t <i>thous. t</i>	175	112,5
Przetwory mięsne i podrobowe ze zwierząt rzeźnych <i>Meat and variety meat products from animals for slaughter</i>	tys. t <i>thous. t</i>	983	107,9
w tym szynki i łopatki konserwowe oraz inne konserwy mięsne, podrobowe i tłuszczowe <i>of which canned hams and shoulders as well as other canned meat, offals and fats</i>	tys. t <i>thous. t</i>	19,5	59,6
Ryby morskie mrożone <i>Frozen sea fish</i>	tys. t <i>thous. t</i>	217	104,7
Konserwy i prezerwy z ryb <i>Fish preserves</i>	tys. t <i>thous. t</i>	13,9	54,7
Margaryna oraz mieszanki do smarowania pieczywa..... <i>Margarine and spreads</i>	tys. t <i>thous. t</i>	329	95,9
Masło oraz inne tłuszcze otrzymywane z mleka..... <i>Butter and other fats from milk</i>	tys. t <i>thous. t</i>	147	96,3

a Ilość wytworzonych w kraju wyrobów (dane dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 9 osób) pomniejszona o ich eksport i powiększona o import, skorygowana o saldo zmian zapasów u producentów (dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 49 osób).

a Quantity of domestic produced goods (data refer to economic entities employing more than 9 persons), deducting their exports and increased by their imports and corrected by stock changes at producers (data refer to enterprises employing more than 49 persons).

TABL. 25. DOSTAWY WYBRANYCH TOWARÓW KONSUMPCYJNYCH W 2005 R. (cd.)
 DELIVERIES OF SELECTED CONSUMER GOODS IN 2005 (cont.)

Towary <i>Goods</i>	Jednostka miary <i>Unit of measure</i>	Dostawy ^a <i>Deliveries^a</i>	
		w liczbach bezwzględnych <i>in absolute numbers</i>	2004=100
Sery i twarogi	tys. t	515	100,7
<i>Cheese and curd</i>	<i>thous. t</i>		
w tym:			
<i>of which:</i>			
sery podpuszczkowe dojrzewające	tys. t	185	107,7
<i>rennet ripening cheese</i>	<i>thous. t</i>		
sery przetworzone (topione)	tys. t	45,4	93,2
<i>processed (melted) cheese</i>	<i>thous. t</i>		
Mąka pszenna	tys. t	2501	108,8
<i>Wheat flour</i>	<i>thous. t</i>		
Kasze i grysiki	tys. t	97,3	90,7
<i>Groats and meals</i>	<i>thous. t</i>		
Czekolada (łącznie z białą)	tys. t	158	122,4
<i>Chocolate (including white)</i>	<i>thous. t</i>		
Makaron	tys. t	161	108,7
<i>Pasta</i>	<i>thous. t</i>		
Wódki, likiery, inne napoje alkoholowe w przeliczeniu na 100%...	tys. hl	951	96,6
<i>Vodkas, liqueurs, other alcoholic beverages in terms of 100%</i>	<i>thous. hl</i>		
w tym wódka czysta	tys. hl	766	96,8
<i>of which pure vodka</i>	<i>thous. hl</i>		
Wina i miody pitne	tys. hl	3295	81,3
<i>Wine and mead</i>	<i>thous. hl</i>		
w tym wina gronowe (łącznie z wermutem)	tys. hl	1041	102,3
<i>of which grape wine (including vermouth)</i>	<i>thous. hl</i>		

^a Patrz notka, str. 113.

^a See note, page 113.

TABL. 25. DOSTAWY WYBRANYCH TOWARÓW KONSUMPCYJNYCH W 2005 R. (dok.)
DELIVERIES OF SELECTED CONSUMER GOODS IN 2005 (cont.)

Towary <i>Goods</i>	Jednostka miary <i>Unit of measure</i>	Dostawy ^a <i>Deliveries^a</i>	
		w liczbach bezwzględnych <i>in absolute numbers</i>	2004=100
Piwo otrzymywane ze słodu (o zawartości od 0,5% alkoholu) <i>Beer from malt (with 0,5% and more alcohol)</i>	tys. hl <i>thous. hl</i>	30855	104,3
Wody mineralne i napoje bezalkoholowe	tys. hl <i>thous. hl</i>	44283	106,4
w tym wody mineralne naturalne..... <i>of which natural mineral waters</i>	tys. hl <i>thous. hl</i>	14504	118,6
Opony do pojazdów samochodowych osobowych	tys. szt <i>thous. units</i>	8445	107,0
Chłodziarki i zamrażarki typu domowego	tys. szt <i>thous. units</i>	1041	95,2
Maszyny pralnicze typu domowego	tys. szt <i>thous. units</i>	1332	89,5
Miksery, malaksery, roboty kuchenne.....	tys. szt <i>thous. units</i>	2224	119,6
Odbiorniki radiowe	tys. szt <i>thous. units</i>	4294	78,6
Odbiorniki telewizyjne (łącznie z monitorami ekranowymi) ... <i>TV receivers (including monitors)</i>	tys. szt <i>thous. units</i>	1617	96,6
Samochody osobowe ogólnego przeznaczenia	tys. szt <i>thous. units</i>	241	64,9
Rowery	tys. szt <i>thous. units</i>	787	61,9

^a Patrz notka, str. 113.

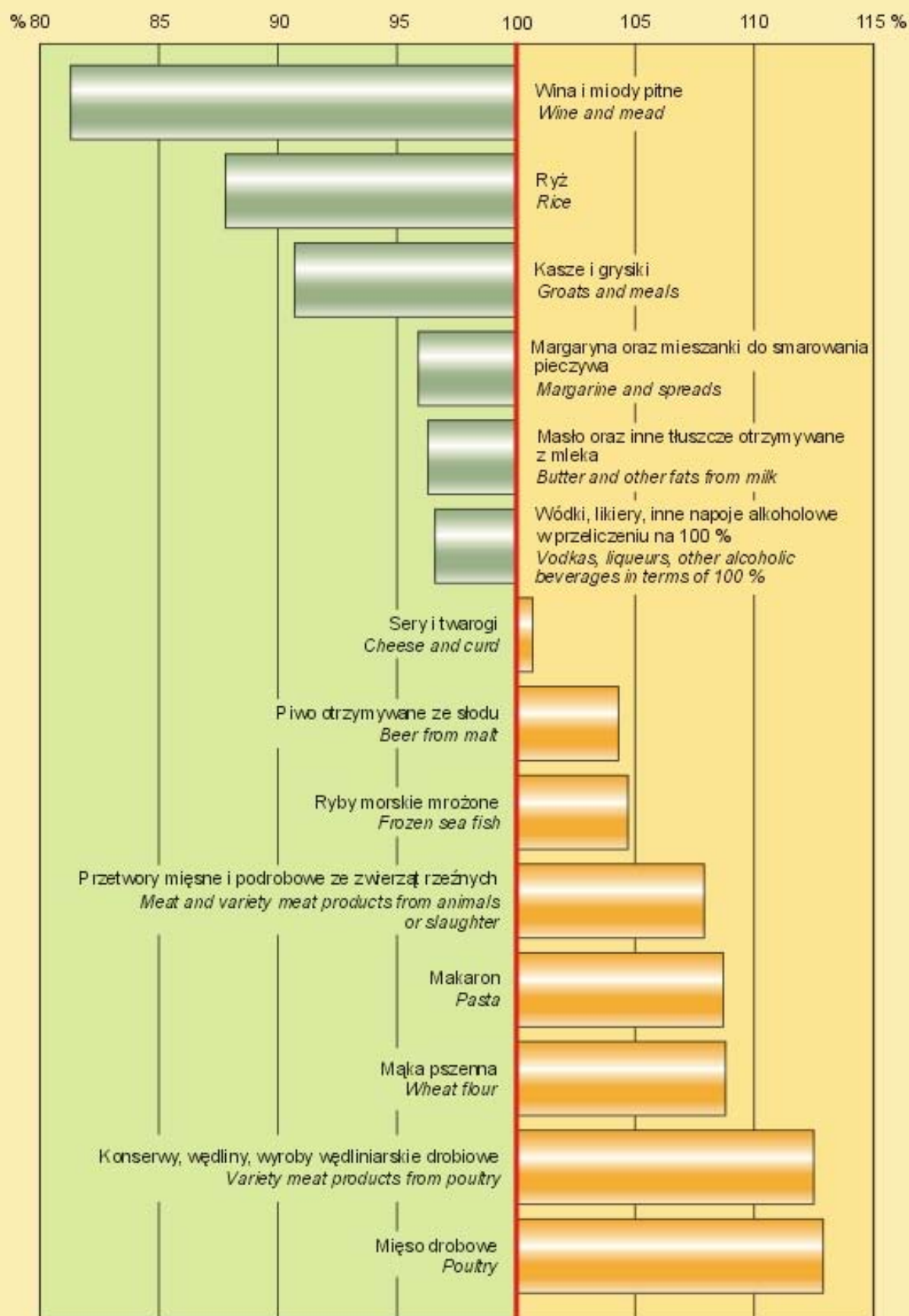
^a See note, page 113.

Dynamika dostaw wybranych artykułów żywnościowych w 2005 r.

Delivery index of selected foodstuffs in 2005

Rok poprzedni = 100

Previous year = 100



TABL. 26. ZAPASY WYBRANYCH WYROBÓW U PRODUCENTÓW^a W 2005 R.
 STOCKS OF SELECTED PRODUCTS AT PRODUCERS^a IN 2005

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Jednostka miary <i>Unit of measure</i>	Stan w dniu <i>As of day</i>			
		31 III	30 VI	30 IX	31 XII
a - liczby bezwzględne <i>absolute numbers</i>					
b - analogiczny okres roku poprzedniego = 100 <i>corresponding period of the previous year=100</i>					
Mięso surowe ze zwierząt rzeźnych	a tys. t	13,8	13,8	12,2	16,3
<i>Raw meat of animal for slaughter</i>	<i>thous. t</i>				
	b %	122,9	120,5	108,7	130,3
Tłuszcze zwierzęce topione jadalne.....	a tys. t	1,3	1,9	1,0	1,3
<i>Edible melted animal fats</i>	<i>thous. t</i>				
	b %	176,3	354,0	214,2	150,1
Mięso drobiowe.....	a tys. t	17,6	16,4	20,5	29,2
<i>Poultry</i>	<i>thous. t</i>				
	b %	136,4	134,5	110,7	166,6
Przetwory mięsne i podrobowe ze zwierząt rzeźnych	a tys. t	9,4	8,6	9,8	10,5
<i>Meat and variety meat products from animals for slaughter</i>	<i>thous. t</i>				
	b %	98,8	107,7	120,6	102,4
Ryby morskie mrożone.....	a tys. t	3,5	4,7	4,6	4,1
<i>Frozen sea fish</i>	<i>thous. t</i>				
	b %	81,1	120,4	106,1	81,5
Konserwy i prezerwy z ryb.....	a tys. t	3,9	4,9	4,2	3,4
<i>Fish preserves</i>	<i>thous. t</i>				
	b %	122,6	135,4	105,9	85,2
Margaryna oraz mieszanki do smarowania pieczywa.....	a tys. t	8,7	10,4	9,6	11,2
<i>Margarine and spreads</i>	<i>thous. t</i>				
	b %	132,6	149,8	119,3	139,5
Masło oraz inne tłuszcze otrzymywane z mleka.....	a tys. t	2,8	2,0	3,0	2,5
<i>Butter and other fats from milk</i>	<i>thous. t</i>				
	b %	82,6	103,8	107,6	79,3
Sery podpuszczkowe dojrzewające	a tys. t	7,8	7,5	7,2	8,0
<i>Rennet ripening cheese</i>	<i>thous. t</i>				
	b %	117,2	103,7	89,1	112,7
Mąka pszenna.....	a tys. t	33,4	30,8	30,7	37,5
<i>Wheat flour</i>	<i>thous. t</i>				
	b %	93,9	119,7	112,0	131,0
Kasze i grysiki.....	a tys. t	0,8	1,0	0,7	1,1
<i>Groats and meals</i>	<i>thous. t</i>				
	b %	96,7	133,5	76,7	125,3

a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

a Data refer to enterprises employing more than 49 persons.

TABL. 26. ZAPASY WYBRANYCH WYROBÓW U PRODUCENTÓW^a W 2005 R. (cd.)
 STOCKS OF SELECTED PRODUCTS AT PRODUCERS^a IN 2005 (cont.)

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Jednostka miary <i>Unit of measure</i>	Stan w dniu <i>As of day</i>			
		31 III	30 VI	30 IX	31 XII
a - liczby bezwzględne <i>absolute numbers</i>					
b - analogiczny okres roku poprzedniego = 100 <i>corresponding period of the previous year=100</i>					
Cukier (w przeliczeniu na cukier biały)..... a	tys. t	1271	761	289	1603
<i>Sugar (in terms of white sugar)</i>	<i>thous. t</i>				
b	%	136,3	136,6	163,6	96,5
Wódki, likiery, inne napoje alkoholowe w przeliczeniu na 100% a	tys. hl	42,3	38,1	36,2	43,4
<i>Vodkas, liqueurs, other alcoholic beverages in terms of 100%</i>	<i>thous. hl</i>				
b	%	106,5	133,0	97,7	118,2
Wina i miody pitne a	tys. hl	80,8	88,6	95,5	76,9
<i>Wine and mead</i>	<i>thous. hl</i>				
b	%	92,6	88,9	97,3	89,4
Piwo otrzymywane ze słodu (o zawartości od 0,5% alkoholu) a	tys. hl	684	869	771	723
<i>Beer from malt (with 0,5% and more alcohol)</i>	<i>thous. hl</i>				
b	%	96,4	83,4	94,4	106,3
Wody mineralne i wody gazowane a	tys. hl	413	539	684	609
<i>Mineral waters and soda waters</i>	<i>thous. hl</i>				
b	%	52,8	102,4	206,5	264,9
Papierosy z tytoniu a	mld szt	8,8	6,6	10,7	20,1
<i>Cigarettes from tobacco</i>	<i>mrd units</i>				
b	%	134,8	114,2	163,4	184,4
Dywany, chodniki i wykładziny włókiennicze a	tys. m ²	562	528	352	383
<i>Carpets, mats and textile floor coverings</i>	<i>thous. m²</i>				
b	%	99,8	101,1	84,0	94,8
Rajstopy i rajtuzy a	mln szt	10,2	11,5	12,6	9,1
<i>Pantyhose and tights</i>	<i>mln units</i>				
b	%	96,8	105,1	107,9	85,9
Okrycia i ubiory z tkanin a	mln szt	2,3	2,4	2,3	2,2
<i>Fabric outerwear and clothing</i>	<i>mln units</i>				
b	%	106,5	103,6	98,6	86,2
Bielizna osobista z dzianin a	mln szt	2,8	2,8	2,6	2,4
<i>Knitted underwear</i>	<i>mln units</i>				
b	%	146,5	116,9	106,5	100,8

a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

a Data refer to enterprises employing more than 49 persons.

TABL. 26. ZAPASY WYBRANYCH WYROBÓW U PRODUCENTÓW^a W 2005 R. (dok.)
 STOCKS OF SELECTED PRODUCTS AT PRODUCERS^a IN 2005 (cont.)

Wyszczególnienie <i>Specification</i>	Jednostka miary <i>Unit of measure</i>	Stan w dniu <i>As of day</i>			
		31 III	30 VI	30 IX	31 XII
a - liczby bezwzględne <i>absolute numbers</i>					
b - analogiczny okres roku poprzedniego = 100 <i>corresponding period of the previous year=100</i>					
Obuwie z wierzchami wykonanymi ze skóry i z cholewkami z tworzyw sztucznych	a mln par <i>mln pairs</i>	1,6	1,7	1,2	1,4
<i>Footwear with leather and plastic uppers</i>	b %	98,5	93,7	70,4	89,7
Obuwie z wierzchami wykonanymi z tkanin	a mln par <i>mln pairs</i>	1,2	1,1	0,8	1,1
<i>Footwear with textile uppers</i>	b %	119,0	107,7	110,9	101,1
Mydło, produkty organiczne powierzchniowo czynne i preparaty używane jako mydło	a tys. t <i>thous. t</i>	2,1	1,7	1,7	2,4
<i>Soaps, organic surface-active products and those preparations use as soap</i>	b %	148,9	94,5	110,9	132,4
Opony do pojazdów samochodowych osobowych .	a tys. szt <i>thous. units</i>	1993	1885	1445	1695
<i>Tyres for passenger cars</i>	b %	143,1	110,4	78,3	65,2
Chłodziarki i zamrażarki typu domowego	a tys. szt <i>thous. units</i>	46,6	49,2	58,5	59,4
<i>Household refrigerators and freezers</i>	b %	174,6	129,3	185,7	131,8
Maszyny pralnicze typu domowego	a tys. szt <i>thous. units</i>	25,9	30,0	42,4	50,6
<i>Household washing machines</i>	b %	126,8	134,8	209,5	239,4
Odbiorniki radiowe	a tys. szt <i>thous. units</i>	2,4	2,5	2,7	2,7
<i>Radio receivers</i>	b %	375,1	294,8	248,3	119,9
Odbiorniki telewizyjne (łącznie z monitorami ekranowymi, z wyjątkiem stosowanych do komputerów)	a tys. szt <i>thous. units</i>	33,6	36,7	51,7	33,1
<i>TV receivers (including monitors, excluding used for computers)</i>	b %	110,8	84,7	130,5	159,0
Samochody osobowe ogólnego przeznaczenia	a tys. szt <i>thous. units</i>	2,7	3,3	4,6	2,6
<i>General purpose passenger cars</i>	b %	88,9	70,6	113,8	95,9
Rowery	a tys. szt <i>thous. units</i>	151	126	144	196
<i>Bicycles</i>	b %	135,1	134,8	169,3	141,1

a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

a Data refer to enterprises employing more than 49 persons.

TABL. 27. SPOŻYCIE WYBRANYCH ARTYKUŁÓW KONSUMPCYJNYCH NA 1 MIESZKAŃCA W 2005 R.
CONSUMPTION OF SELECTED CONSUMER GOODS PER CAPITA IN 2005

Artykuły konsumpcyjne <i>Consumer goods</i>	Jednostka miary <i>Unit of measure</i>	1990	2000	2002	2003	2004	2005
Ziarno 4 zbóż ^a (w przeliczeniu na przetwory) <i>Grain of 4 cereals^a (in terms of processed products)</i>	kg <i>kg</i>	115	120	120	120	119	119
Ziemniaki ^a <i>Potatoes^a</i>	kg <i>kg</i>	144	134	131	130	129	126
Warzywa <i>Vegetables</i>	kg <i>kg</i>	119	121	111	110	111	110
Owoce <i>Fruit</i>	kg <i>kg</i>	29,0	51,6	56,7	54,5	55,0	54,1
Mięso i podroby ^b <i>Meat and pluck^b</i>	kg <i>kg</i>	68,8	66,1	69,5	72,1	71,8	71,2
w tym mięso <i> of which meat</i>	kg <i>kg</i>	63,7	62,0	65,3	67,7	67,3	66,8
wołowe <i> beef</i>	kg <i>kg</i>	16,4	7,1	5,2	5,8	5,3	3,9
wieprzowe <i> pigs</i>	kg <i>kg</i>	37,7	39,0	39,2	41,2	39,1	39,0
drobiowe <i> poultry</i>	kg <i>kg</i>	7,6	14,7	19,8	19,7	22,2	23,4

a Dane dotyczą lat gospodarczych, tzn. obejmują okres od 1 VII danego roku kalendarzowego do 30 VI roku następnego.

a Data concern farming years i.e. period from 1 VII of a given year to 30 VI of the following year.

b Łącznie z mięsem i podrobami przeznaczonymi na przetwory.

b Including meat and offal designated for processed products.

TABL. 27. SPOŻYCIE WYBRANYCH ARTYKUŁÓW KONSUMPCYJNYCH NA 1 MIESZKAŃCA (dok.)
 CONSUMPTION OF SELECTED CONSUMER GOODS PER CAPITA (cont.)

Artykuły konsumpcyjne <i>Consumer goods</i>	Jednostka miary <i>Unit of measure</i>	1990	2000	2002	2003	2004	2005
Tłuszcze jadalne zwierzęce..... <i>Edible animal fats</i>	kg <i>kg</i>	8,2	6,7	6,7	6,9	6,6	6,6
Masło..... <i>Butter</i>	kg <i>kg</i>	7,8	4,2	4,6	4,7	4,4	4,2
Mleko krowie ^c <i>Cows' milk^c</i>	l <i>l</i>	242	193	182	181	174	173
Jaja kurze <i>Hen eggs</i>	szt <i>units</i>	190	188	211	214	211	215
Cukier..... <i>Sugar</i>	kg <i>kg</i>	44,2	41,6	43,6	40,5	37,6	40,1
Wódki, likiery, inne napoje alkoholowe w przeliczeniu na 100%..... <i>Vodkas, liqueurs, other alcoholic beverages in terms of 100%</i>	l <i>l</i>	3,8 ^d	2,0	1,7	2,4	2,5	2,5
Wina i miody pitne..... <i>Wine and mead</i>	l <i>l</i>	7,4	12,0	11,2	11,3	10,6	8,6
Piwo otrzymywane ze słodu ^e <i>Beer from malt^e</i>	l <i>l</i>	30,5	66,9	70,7	74,6	82,0	80,7
Papierosy z tytoniu..... <i>Cigarettes from tobacco</i>	szt <i>units</i>	2654	1954	2010	1920	1927	1974

^c Łącznie z mlekiem przeznaczonym na przetwory; bez mleka przerobionego na masło.

^c Including milk designated for processed products; excluding milk used in the production of butter.

^d Z produkcji krajowej.

^d Of domestic production.

^e Od 2000 r. o zawartości od 0,5% alkoholu.

^e Since 2000 with 0,5% and more alcohol.

TABL. 28. DYNAMIKA OBROTÓW W HANDLU DETALICZNYM^a - CENY BIEŻĄCE (2000=100).
 INDICES OF TURNOVER IN RETAIL TRADE^a - CURRENT PRICES (2000=100)

Okres Period	Obroty w handlu detalicznym Turnover in retail trade	żywność, napoje i wyroby tytoniowe food, beverages and tobacco	sprzedaż towarów nieżywnościowych sale of non- foodstuffs	w tym: of which:			prasa, książki; pozostała sprzedaż ^b books, newspapers and other sale ^b
				włókno, odzież, obuwie textiles, clothing, footwear	meble, rtv, agd household equipment		
2000	I	78,0	83,6	74,5	66,4	70,8	68,1
	II	85,6	87,9	84,1	82,2	89,6	75,9
	III	95,0	97,2	93,6	95,5	91,1	88,1
	IV	95,8	101,4	92,4	118,5	88,3	85,6
	V	99,0	101,0	97,7	112,6	95,7	96,6
	VI	99,7	102,7	97,8	93,5	93,0	98,5
	VII	103,4	107,8	100,6	85,6	106,0	101,2
	VII	104,6	105,5	104,1	99,5	108,5	104,8
	IX	105,7	100,9	108,7	111,5	109,9	112,3
	X	109,9	101,2	115,3	115,0	106,6	123,7
	XI	101,2	93,9	105,8	95,3	106,1	114,5
	XII	122,2	116,9	125,5	124,5	134,5	130,6
2003	I	95,6	105,0	89,7	92,3	87,1	82,1
	II	93,1	99,9	88,9	85,7	88,8	85,5
	III	109,7	111,9	108,4	123,8	99,4	96,5
	IV	111,4	122,1	104,9	142,6	101,2	93,2
	V	111,9	118,0	108,1	137,0	100,6	101,6
	VI	109,0	119,1	102,6	119,8	98,8	93,0
	VII	113,8	121,9	108,9	111,9	114,8	100,8
	VII	113,9	123,0	108,2	120,2	116,3	99,9
	IX	117,4	117,5	117,3	137,5	121,1	110,4
	X	124,5	125,7	123,7	190,3	132,6	111,5
	XI	112,3	116,1	109,8	130,1	134,7	97,4
	XII	143,4	148,7	140,1	162,0	183,1	132,7
2004	I	101,6	117,9	91,4	104,4	107,2	73,6
	II	101,8	112,9	94,9	101,6	115,0	79,7
	III	122,1	125,6	119,9	132,5	150,7	101,5
	IV	136,3	136,8	136,0	145,6	165,5	133,1
	V	116,8	131,8	107,6	126,1	123,4	89,1
	VI	118,7	131,3	110,8	121,2	132,1	90,8
	VII	124,7	135,1	118,2	121,0	148,5	97,3
	VII	123,0	131,1	118,0	122,5	147,0	102,1
	IX	127,0	128,2	126,3	140,4	161,7	107,1
	X	126,2	130,4	123,6	157,1	161,3	104,8
	XI	115,8	122,1	111,9	135,7	157,7	95,7
	XII	152,2	154,9	150,6	170,6	235,2	129,3
2005	I	106,4	121,3	97,1	112,3	129,4	72,3
	II	102,9	115,3	95,3	104,9	119,8	73,6
	III	122,5	140,7	111,1	143,2	142,4	82,6
	IV	120,0	134,4	111,1	146,9	133,6	90,6
	V	121,2	136,6	111,7	142,6	138,1	91,1
	VI	124,8	139,0	116,1	140,3	150,0	95,4
	VII	126,7	146,6	114,3	131,1	156,2	89,6
	VII	131,3	145,5	122,5	147,4	171,7	100,4
	IX	129,5	137,3	124,6	148,7	172,4	102,7
	X	132,4	142,7	126,0	173,9	179,7	104,2
	XI	123,8	132,0	118,6	146,9	174,5	99,6
	XII	158,5	163,0	155,6	186,7	263,4	132,2

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 9.

^b W wyspecjalizowanych sklepach.

^a See Methodological notes, page 25.

^b In specialized stores.

TABL. 29. DYNAMIKA OBROTÓW W HANDLU DETALICZNYM^a – CENY STAŁE (2000=100).
 DEFLATED TURNOVER IN RETAIL TRADE^a – CONSTANT PRICES (2000=100)

Okres Period	Obroty w handlu detalicznym <i>Deflated turnover in retail trade</i>	żywność, napoje i wyroby tytoniowe <i>food, beverages and tobacco</i>	sprzedaż towarów nieżywnościowych <i>sale of non- foodstuffs</i>	w tym: of which:		
				włókno, odzież, obuwie <i>textiles, clothing, footwear</i>	meble, rtv, agd <i>household equipment</i>	prasa, książki; pozostała sprzedaż ^b <i>books, newspapers and other sale^b</i>
2000						
I	80,5	86,5	76,8	67,5	72,3	70,6
II	87,7	90,0	86,4	83,5	91,2	78,6
III	96,9	98,7	95,8	96,7	92,3	91,0
IV	97,2	102,3	94,0	119,5	89,1	88,0
V	99,9	101,2	99,1	113,2	96,2	99,1
VI	100,4	102,8	98,9	93,6	93,2	100,6
VII	103,5	107,4	101,0	85,6	105,9	102,2
VIII	104,4	105,9	103,5	99,6	108,1	104,1
IX	104,2	100,1	106,8	110,9	108,9	109,5
X	107,8	99,8	112,7	113,7	105,4	120,0
XI	98,8	92,0	103,0	93,9	104,7	110,4
XII	118,7	113,4	121,9	122,4	132,4	125,8
2003						
I	89,4	102,3	81,4	92,0	84,5	70,8
II	87,1	97,5	80,6	86,3	86,2	73,7
III	102,1	108,9	98,0	125,3	96,6	81,9
IV	103,8	118,0	94,9	144,3	98,4	79,0
V	103,7	113,6	97,6	138,6	97,8	85,9
VI	101,3	114,7	92,9	121,3	96,0	79,0
VII	106,5	119,3	98,5	113,7	111,7	85,6
VIII	107,2	122,0	98,1	122,9	113,0	84,8
IX	109,3	115,1	105,8	140,9	117,7	92,8
X	115,6	121,6	111,9	194,6	129,0	93,7
XI	103,9	111,5	99,2	132,9	131,0	81,8
XII	132,4	142,2	126,3	165,5	178,0	111,4
2004						
I	94	112,4	82,5	107,5	104,2	61,6
II	94,4	107,3	86,4	106,1	111,6	68,3
III	112,9	118,7	109,2	138,9	145,8	87,0
IV	124,8	127,0	123,5	152,6	159,6	114,1
V	106,2	121,6	96,6	131,5	111,7	75,8
VI	106,6	118,5	99,3	126,4	119,2	77,2
VII	112,2	122,7	105,7	126,8	133,7	82,7
VIII	111,2	120,5	105,4	129,4	132,1	86,2
IX	114,5	117,6	112,6	148,6	145,1	90,0
X	113,3	118,5	110,1	165,7	144,7	87,9
XI	103,6	110,2	99,6	143,0	141,3	80,3
XII	135,8	139,0	133,8	179,9	210,7	108,5
2005						
I	95,1	109,0	86,5	120,5	115,9	60,6
II	92,1	103,8	84,8	114,0	107,3	61,7
III	109,7	126,4	99,4	156,6	127,7	69,3
IV	106,9	120,1	98,7	160,9	119,9	74,8
V	107,5	120,9	99,2	156,2	124,0	75,2
VI	111,1	124,2	103,0	153,8	134,9	78,7
VII	113,5	132,9	101,5	144,5	140,7	73,8
VIII	117,9	132,4	108,8	164,3	154,9	82,5
IX	115,9	124,2	110,8	166,5	155,7	84,3
X	118,2	128,1	112,1	194,0	162,4	85,6
XI	110,5	118,8	105,3	163,9	157,9	81,8
XII	141,5	146,7	138,2	208,6	238,5	108,5

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 9.

^b W wyspecjalizowanych sklepach.

^a See Methodological notes, page 25.

^b In specialized stores.

TABL. 30. WAŻNIEJSZE DANE DOTYCZĄCE HANDLU WEWNĘTRZNEGO W LATACH 1995-2005
 MAJOR DATA REGARDING THE INTERNAL TRADE IN 1995-2005

Wyszczególnienie Specification	1995	2000	2002	2003	2004	2005
Udział handlu w PKB w %..... Share of trade in GDP in %	16,3	17,3	17,6	16,8	16,7	16,7 ^a
Udział handlu w wartości dodanej brutto w %..... Share of trade in gross value added in %	18,5	19,5	19,9	19,0	18,8	19,0 ^a
Produkcja globalna przedsiębiorstw handlowych ^b w tys. zł Gross output of trade enterprises ^b in thous. zł	79309,1	190434,8	201962,8	195426,9	216177,3	228351,7 ^a
Wartość dodana brutto przedsiębiorstw handlowych ^b w tys. zł Gross value added of trade enterprises ^b in thous. zł	34931,0	90918,4	102664,2	108419,5	122387,1	128045,4 ^a
Sprzedaż detaliczna (ceny stałe) 1995=100..... Retail sales (constant prices) 1995=100	100,0	120,3	122,8	127,2	130,4	128,6
Sprzedaż detaliczna ogółem (ceny bieżące)..... Total retail sales (current prices)	169585,0	360317,5	385701,0	401372,5	433542,8	437443,0 ^a
Sprzedaż detaliczna w punktach sprzedaży detalicznej ^c w mln zł (ceny bieżące) Retail sales in retail sales outlets ^c in mln zł (current prices)	162726,7	345610,0	369870,1	385505,3	417173,1	420401,4 ^a
Żywność i napoje bezalkoholowe..... food and non-alcoholic beverages	51907,3	102861,0	113920,0	116143,7	124820,3	127691,2 ^a
Napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe..... alcoholic beverages and tobacco	18514,3	32833,0	34028,0	35362,7	37079,0	39280,8 ^a
Towary nieżywnościowe (bez wyr. tytoniowych).. non-foodstuffs (excluding tobacco)	92305,1	209916,0	221922,1	233998,9	255273,8	253429,5 ^a
Sprzedaż hurtowa ogółem w mln zł (ceny bieżące) ... Wholesale in mln zł (current prices)	197447,6	440206,3	473406,5	478781,5	545322,8	566159,2 ^a
Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² Sales area of shops in m ²	19792640	26933785	33095980	26395708 ^d	26550766 ^d	28064516
w tym: of which:						
Domy towarowe Department stores	230714	615687	479903	435408	403863	390550
Domy handlowe Trade stores	577800	484484	488369	514344	496075	451966
Supermarkety Supermarkets	.	1068665	1286976	1474241	1772312	2125077
Hipermarkety..... Hipermarkets	.	653546	1608187	2178317	2390009	2566686

^a Dane szacunkowe.

^a Estimated data.

^b Przedsiębiorstwa sekcji „G” – Handel i naprawy.

^b Section „G” enterprises – Trade and repairs.

^c Łącznie ze sprzedażą detaliczną dokonywaną w hurtowniach i u producentów.

^c Including retail sales conducted at wholesalers and producers.

^d Patrz Uwagi metodyczne, str.22.

^d See Methodological notes, page 35.

TABL. 30. WAŻNIEJSZE DANE DOTYCZĄCE HANDLU WEWNĘTRZNEGO W LATACH 1995-2005 (dok.)
 MAJOR DATA REGARDING THE INTERNAL TRADE IN 1995-2005 (cont.)

Wyszczególnienie Specification	1995	2000	2002	2003	2004	2005
Liczba sklepów ogółem ^e Total number of shops ^e	425600	431991	450434	387108 ^f	370883 ^f	384001 ^f
w tym: of which:						
Domy towarowe Department stores	134	135	106	102	99	95
Domy handlowe Trade stores	780	500	499	517	501	462
Supermarkety Supermarkets	.	1602	1863	2043	2347	2716
Hipermarkety Hipermarkets	.	99	216	293	338	374
Stacje paliw Petrol stations	5344	7744	9311	9218 ^f	9463 ^f	10036 ^f
Liczba ludności na 1 sklep Population per 1 shop	91	89	85	99 ^f	103 ^f	99,4 ^f
Liczba placówek gastronomicznych Number of catering establishments	60845	84342	88100	89340	90537	91150
w tym: of which:						
Restauracje Restaurants	4857	8519	8813	8785	9195	9496
Bary Bars	23493	36436	38250	38815	39348	40104
Stołówki Canteens	3815	7010	7250	7290	6930	6840
Punkty gastronomiczne Food stands	28680	32377	33787	34450	35064	34710
Przychody z działalności gastronomicznej w mln zł (ceny bieżące) Revenues from catering activity in mln zł (current prices)	7027,0	15381,0	16603,4	16504,4	17028,2	17706,0 ^a
Liczba targowisk ogółem Total number of market places	7414	7540	8426	9812	8436	9042
Liczba targowisk stałych Number of permanent market places	2354	2376	2292	2328	2308	2313
Liczba targowisk sezonowych Number of seasonal market places	5060	5164	6134	7484	6128	6729
Powierzchnia składowa magazynów zamkniętych ^g .. Storage area of secured warehouses ^g	10627	14776	14656	15715	16001	16718
Powierzchnia składowa magazynów zadaszonych ^g .. Storage area of roofed warehouses ^g	924	1064	952	1010	1040	1135
Powierzchnia składowa placów składowych ^g Storage area of storage sites ^g	8764	13352	13138	13751	14233	14209

^e Łącznie ze stacjami paliw.

^e Including petrol stations.

^f Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^f See Methodological notes, page 35.

^g Hurtu i rozdziałcze detalu; dane w tys. m²; dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 9 osób, w 1995 r. – 5 osób.

^g Wholesale and retail distribution; data in thous. m²; concern economic entities employing more than 9 persons, in 1995 more than 5 persons.

Aneks
Annex

TABL. 31. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2003 R.^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2003^a
As of December 31

Województwa <i>Voivodships</i>	Ogółem <i>Total</i>	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² <i>Sales area of shops in m²</i>	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej <i>Number of shops by size of sales area</i>							
			99 m ² i mniej <i>99 m² and less</i>	100 - 199 m ²	200 - 299 m ²	300 - 399 m ²	400 - 999 m ²	1000 - 1999	2000 - 2499 m ²	2500 m ² i więcej <i>2500 m² and more</i>
POLSKA	387108	26395708	367167	9338	3307	1899	3950	888	123	436
POLAND										
Dolnośląskie	28740	2094482	27234	631	293	142	299	93	8	40
Kujawsko-Pomorskie	22336	1347761	21206	553	173	126	208	41	4	25
Lubelskie	21844	1329986	20739	532	164	88	243	56	9	13
Lubuskie	9948	839204	9371	235	94	69	131	36	4	8
Łódzkie	28400	1961678	27138	590	195	142	242	47	13	33
Małopolskie	30523	1971345	28823	883	270	152	302	55	7	31
Mazowieckie	51119	3411750	48747	1109	387	222	433	128	18	75
Opolskie	9316	869662	8719	277	111	49	126	23	5	6
Podkarpackie	18271	1193711	17174	500	200	113	216	50	8	10
Podlaskie	11340	784939	10562	379	139	67	158	20	3	12
Pomorskie	22952	1483109	21867	460	191	122	227	50	4	31
Śląskie	49887	3604842	47253	1304	402	205	512	118	18	75
Świętokrzyskie	14641	861449	14171	221	65	46	108	21	1	8
Warmińsko-Mazurskie	14133	1010783	13252	420	152	83	168	42	4	12
Wielkopolskie	35540	2334087	33752	828	296	174	368	76	10	36
Zachodniopomorskie	18118	1296920	17159	416	175	99	209	32	7	21

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 32. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2004 R.^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2004^a
As of December 31

Województwa <i>Voivodships</i>	Ogółem <i>Total</i>	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² <i>Sales area of shops in m²</i>	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej <i>Number of shops by size of sales area</i>							
			99 m ² i mniej <i>99 m² and less</i>	100 - 199 m ²	200 - 299 m ²	300 - 399 m ²	400 - 999 m ²	1000 - 1999	2000 - 2499 m ²	2500 m ² i więcej <i>2500 m² and more</i>
POLSKA	370883	26550766	349977	9534	3564	1952	4234	1010	127	485
POLAND										
Dolnośląskie	29878	2070247	28321	652	303	145	308	94	9	46
Kujawsko-Pomorskie	20539	1354609	19367	518	196	124	248	56	5	25
Lubelskie	22944	1600127	21772	545	192	93	253	61	12	16
Lubuskie	10909	832861	10308	234	93	70	156	32	3	13
Łódzkie	24863	1563315	23556	606	206	130	261	55	11	38
Małopolskie	32250	2136851	30481	925	269	153	315	67	5	35
Mazowieckie	46422	3565477	43850	1170	437	227	480	154	23	81
Opolskie	8321	705394	7738	264	102	54	127	25	4	7
Podkarpackie	17778	1193414	16578	554	227	121	230	46	9	13
Podlaskie	11027	877948	10224	373	149	78	167	18	3	15
Pomorskie	22656	1556233	21555	452	193	122	230	69	3	32
Śląskie	42671	3192735	39976	1289	429	209	550	126	17	75
Świętokrzyskie	13790	819773	13302	221	75	43	112	26	1	10
Warmińsko-Mazurskie	12654	1050490	11693	448	185	91	175	45	4	13
Wielkopolskie	37294	2727245	35350	867	339	194	393	100	10	41
Zachodniopomorskie	16887	1304047	15906	416	169	98	229	36	8	25

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 33. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2005 R.^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2005^a
As of December 31

Województwa <i>Voivodships</i>	Ogółem <i>Total</i>	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² <i>Sales area of shops in m²</i>	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej <i>Number of shops by size of sales area</i>							
			99 m ² i mniej <i>99 m² and less</i>	100 - 199 m ²	200 - 299 m ²	300 - 399 m ²	400 - 999 m ²	1000 - 1999	2000 - 2499 m ²	2500 m ² i więcej <i>2500 m² and more</i>
POLSKA	384001	28064516	361067	10371	3933	2102	4672	1182	130	544
POLAND										
Dolnośląskie	26730	2170071	25090	702	306	138	325	106	13	50
Kujawsko-Pomorskie	20003	1476310	18748	571	196	138	263	53	5	29
Lubelskie	22116	1556973	20875	566	211	105	257	72	13	17
Lubuskie	10284	884366	9597	276	100	63	196	32	4	16
Łódzkie	27831	1850187	26424	652	233	129	281	62	12	38
Małopolskie	32054	2112685	30100	1001	314	171	345	80	4	39
Mazowieckie	53832	4046931	50940	1309	509	251	537	169	25	92
Opolskie	8866	677974	8234	278	119	61	133	29	4	8
Podkarpackie	19635	1350235	18247	641	264	135	271	50	6	21
Podlaskie	10055	820450	9226	398	149	77	164	22	3	16
Pomorskie	21493	1607169	20232	526	210	139	270	79	4	33
Śląskie	48812	3575273	45810	1359	497	248	631	165	14	88
Świętokrzyskie	11991	738114	11472	232	71	54	121	30	1	10
Warmińsko-Mazurskie	12513	1074732	11512	452	185	90	196	61	4	13
Wielkopolskie	37929	2786033	35774	952	378	207	433	126	10	49
Zachodniopomorskie	19857	1337013	18786	456	191	96	249	46	8	25

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 34. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2003 R.^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2003^a
As of December 31

Województwa <i>Voivodships</i>	Ogółem <i>Total</i>	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² <i>Sales area of shops in m²</i>	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej <i>Number of shops by size of sales area</i>							
			100 m ² i mniej <i>100 m² and less</i>	101 - 200 m ²	201 - 300 m ²	301 - 400 m ²	401 - 1000 m ²	1001 - 2000	2001 - 2500 m ²	2501 m ² i więcej <i>2501 m² and more</i>
POLSKA POLAND	387108	26395708	368417	8686	3071	1793	3785	824	103	429
Dolnośląskie	28740	2094482	27344	564	267	142	293	83	7	40
Kujawsko-Pomorskie.....	22336	1347761	21282	508	162	118	199	39	3	25
Lubelskie	21844	1329986	20803	501	150	82	236	52	7	13
Lubuskie.....	9948	839204	9396	232	82	64	130	33	3	8
Łódzkie.....	28400	1961678	27214	545	203	126	223	45	12	32
Małopolskie.....	30523	1971345	28967	801	246	134	285	54	5	31
Mazowieckie	51119	3411750	48880	1038	372	200	425	118	13	73
Opolskie	9316	869662	8752	266	95	54	118	21	4	6
Podkarpackie	18271	1193711	17249	460	185	108	208	44	7	10
Podlaskie	11340	784939	10607	354	136	61	150	17	4	11
Pomorskie.....	22952	1483109	21924	445	172	110	220	46	4	31
Śląskie	49887	3604842	47421	1206	368	197	498	105	17	75
Świętokrzyskie	14641	861449	14208	203	56	45	101	19	1	8
Warmińsko-Mazurskie...	14133	1010783	13301	399	135	85	157	43	1	12
Wielkopolskie	35540	2334087	33866	769	278	168	344	74	7	34
Zachodniopomorskie	18118	1296920	17203	395	164	99	198	31	8	20

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 35. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2004 R.^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2004^a
As of December 31

Województwa <i>Voivodships</i>	Ogółem <i>Total</i>	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² <i>Sales area of shops in m²</i>	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej <i>Number of shops by size of sales area</i>							
			100 m ² i mniej <i>100 m² and less</i>	101 - 200 m ²	201 - 300 m ²	301 - 400 m ²	401 - 1000 m ²	1001 - 2000	2001 - 2500 m ²	2501 m ² i więcej <i>2501 m² and more</i>
POLSKA	370883	26550766	351224	8 912	3 306	1 845	4 060	955	104	477
POLAND										
Dolnośląskie	29878	2070247	28423	598	280	136	301	87	7	46
Kujawsko-Pomorskie.....	20539	1354609	19432	489	180	121	237	52	3	25
Lubelskie	22944	1600127	21844	512	176	85	241	60	10	16
Lubuskie.....	10909	832861	10344	220	83	67	147	34	1	13
Łódzkie.....	24863	1563315	23636	561	202	118	244	55	9	38
Małopolskie.....	32250	2136851	30624	841	247	135	299	66	3	35
Mazowieckie	46422	3565477	43990	1 095	406	219	469	147	17	79
Opolskie	8321	705394	7767	256	85	59	121	23	3	7
Podkarpackie	17778	1193414	16654	520	202	118	225	38	8	13
Podlaskie	11027	877948	10268	353	150	65	158	15	4	14
Pomorskie.....	22656	1556233	21613	437	165	120	223	63	3	32
Śląskie	42671	3192735	40119	1 209	404	199	534	115	16	75
Świętokrzyskie	13790	819773	13337	205	66	44	102	25	1	10
Warmińsko-Mazurskie...	12654	1050490	11751	421	168	88	169	43	1	13
Wielkopolskie	37294	2727245	35470	806	325	176	373	98	8	38
Zachodniopomorskie	16887	1304047	15952	389	167	95	217	34	10	23

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.

TABL. 36. SKLEPY WEDŁUG POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ I WOJEWÓDZTW W 2005 R.^a
Stan w dniu 31 XII
SHOPS BY SALES AREA AND VOIVODSHIPS IN 2005^a
As of December 31

Województwa <i>Voivodships</i>	Ogółem <i>Total</i>	Powierzchnia sprzedażowa sklepów w m ² <i>Sales area of shops in m²</i>	Liczba sklepów wg powierzchni sprzedażowej <i>Number of shops by size of sales area</i>							
			100 m ² i mniej <i>100 m² and less</i>	101 - 200 m ²	201 - 300 m ²	301 - 400 m ²	401 - 1000 m ²	1001 - 2000	2001 - 2500 m ²	2501 m ² i więcej <i>2501 m² and more</i>
POLSKA	384001	28064516	362421	9716	3639	1967	4497	1124	105	532
POLAND										
Dolnośląskie.....	26730	2170071	25187	649	287	127	318	101	11	50
Kujawsko-Pomorskie.....	20003	1476310	18828	522	184	134	251	53	2	29
Lubelskie.....	22116	1556973	20948	541	190	89	250	71	10	17
Lubuskie.....	10284	884366	9639	260	85	63	187	33	2	15
Łódzkie.....	27831	1850187	26518	595	225	120	264	61	10	38
Małopolskie.....	32054	2112685	30247	926	283	151	329	77	3	38
Mazowieckie	53832	4046931	51095	1227	477	238	524	162	19	90
Opolskie	8866	677974	8265	270	108	61	125	26	3	8
Podkarpackie.....	19635	1350235	18345	591	239	129	262	43	5	21
Podlaskie	10055	820450	9273	380	145	66	151	22	3	15
Pomorskie.....	21493	1607169	20299	501	194	126	265	71	5	32
Śląskie.....	48812	3575273	45954	1300	455	231	619	153	13	87
Świętokrzyskie.....	11991	738114	11509	209	65	57	113	27	1	10
Warmińsko-Mazurskie...	12513	1074732	11579	417	167	94	185	57	1	13
Wielkopolskie	37929	2786033	35902	894	352	189	415	123	8	46
Zachodniopomorskie	19857	1337013	18833	434	183	92	239	44	9	23

^a Patrz Uwagi metodyczne, str. 22.

^a See Methodological notes, page 35.