

URZĄD STATYSTYCZNY W OLSZTYNIE

**RYNEK WEWNĘTRZNY
W WOJEWÓDZTWIE WARMIŃSKO-MAZURSKIM
W LATACH 2003 - 2006**

ISBN-978-83-88130-69-2

Informacje i opracowania statystyczne

OLSZTYN 2007

Opracowanie publikacji
PRACOWNICY URZĘDU STATYSTYCZNEGO W OLSZTYNIE
pod kierunkiem
Marka Morze – Dyrektora Urzędu Statystycznego

Redakcja merytoryczna i skład komputerowy
Wydział Analiz i Udostępniania Informacji Urzędu Statystycznego w Olsztynie

Przy publikowaniu danych Urzędu Statystycznego prosimy o podanie źródła

PRZEDMOWA

Szanowni Państwo

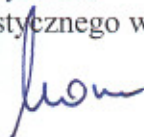
Urząd Statystyczny w Olsztynie prezentuje publikację „Rynek wewnętrzny w województwie warmińsko-mazurskim w latach 2003–2006” dostępną wyłącznie w wersji elektronicznej.

Opracowanie składa się z trzech części. Pierwsza zawiera definicje i objaśnienia pojęć występujących w publikacji. Część drugą stanowi zbiór danych o województwie oraz podregionach i powiatach zestawionych tematycznie w tablicach statystycznych. Trzecia prezentuje województwo warmińsko-mazurskie na tle kraju. Uzupełnieniem części tabelarycznych są wykresy i mapy.

Przedmiotem publikacji jest organizacja rynku wewnętrznego w województwie oraz efekty działalności handlowej i gastronomicznej. Zawarte w opracowaniu informacje dotyczą podmiotów prowadzących działalność handlową i gastronomiczną, ich liczby, form organizacyjnych, wielkości sprzedaży i pracujących w handlu. Prezentowana problematyka obejmuje lata 2003–2006.

Wyrażam nadzieję, że przekazane Państwu opracowanie stanie się źródłem cennych informacji o funkcjonowaniu rynku wewnętrznego w województwie warmińsko-mazurskim.

Dyrektor
Urzędu Statystycznego w Olsztynie



Marek Morze

SPIS TREŚCI

	Tab.	Str.
PRZEDMOWA	x	3
		4
UWAGI METODYCZNE	x	6
HANDEL I GASTRONOMIA W WOJEWÓDZTWIE WARMIŃSKO – MAZURSKIM		
SPIS TABLIC		
Podmioty gospodarki narodowej w sekcji handel i naprawy oraz hotele i restauracje według form prawnych (2003 – 2006)	1	11
Podmioty gospodarki narodowej według podregionów i powiatów w sekcji handel i naprawy oraz hotele i restauracje w 2006 r.	2	11
Punkty sprzedaży detalicznej według form własności w 2006 r.	3	12
Sklepy i stacje paliw według form organizacyjnych (2003 – 2006)	4	13
Wybrane formy organizacyjne sklepów i stacji paliw według podregionów i powiatów w 2006 r.	5	14
Liczba i powierzchnia sklepów oraz stacji paliw według specjalizacji branżowej (2003 – 2006)	6	15
Sprzedaż detaliczna towarów (2003 – 2006)	7	16
Sprzedaż detaliczna towarów (2003 – 2006)	8	17
Sprzedaż detaliczna towarów w przedsiębiorstwach handlowych (2003 – 2006)	9	17
Sprzedaż detaliczna i pracujący w sklepach i stacjach paliw według specjalizacji branżowej w 2006 r.	10	18
Sprzedaż hurtowa towarów (2003 – 2006)	11	18
Sprzedaż hurtowa towarów w przedsiębiorstwach handlowych (2003 – 2006)	12	19
Przedsiębiorstwa handlowe według liczby prowadzonych magazynów w 2006 r.	13	20
Magazyny handlowe (2003 – 2006)	14	20
Gastronomia (2003 – 2006)	15	21
Targowiska (2003 – 2006)	16	22
WYKRESY I MAPY		
Struktura punktów sprzedaży detalicznej w sektorze prywatnym w 2006 r.	x	12
Struktura sklepów według form organizacyjnych w 2006 r.	x	13
Liczba ludności na 1 sklep (2003 – 2006)	x	13
Dynamika sprzedaży detalicznej towarów na 1 mieszkańca (2003 – 2006)	x	16
Struktura sprzedaży detalicznej towarów w 2006 r.	x	17
Struktura sprzedaży hurtowej towarów w przedsiębiorstwach handlowych w 2006 r.	x	19
Dynamika sprzedaży hurtowej towarów w przedsiębiorstwach handlowych (2003 – 2006)	x	19
Powierzchnia składowa magazynów w 2006 r.	x	20
Dynamika przychodów z działalności gastronomicznej (2003 – 2006)	x	21
Sieć placówek gastronomicznych w 2005 r.	x	21
Dynamika rocznych wpływów z opłaty targowej (2003 – 2006)	x	22
Roczne wpływy z opłaty targowej oraz targowiska stałe według powiatów w 2006 r. (mapa)	x	22

WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO – MAZURSKIE NA TLE KRAJU W 2006 R.

Tab.

Str.

SPIS TABLIC

Sklepy	I	23
Sklepy i stacje paliw według form organizacyjnych	II	24
Sprzedaż detaliczna towarów	III	25
Struktura sprzedaży detalicznej towarów	IV	26
Sprzedaż hurtowa towarów w przedsiębiorstwach handlowych	V	27
Magazyny handlowe	VI	28
Gastronomia	VII	29
Targowiska	VIII	30

MAPY

Liczba ludności na 1 sklep według województw w 2006 r.	x	23
Liczba sklepów według województw w 2006 r.	x	24
Liczba stacji paliw według województw w 2006 r.	x	24
Sprzedaż detaliczna towarów ogółem według województw w 2006 r.	x	25
Sprzedaż detaliczna towarów na 1 mieszkańca według województw w 2006 r.	x	25
Udział w sprzedaży detalicznej towarów konsumpcyjnych według województw w 2006 r.	x	26
Udział w sprzedaży detalicznej towarów niekonsumpcyjnych według województw w 2006 r.	x	26
Sprzedaż hurtowa w przedsiębiorstwach handlowych według województw w 2006 r.	x	27
Powierzchnia składowa magazynów według województw w 2006 r.	x	28
Przychody z działalności gastronomicznej według województw w 2006 r.	x	29
Placówki gastronomiczne według województw w 2006 r.	x	29
Roczne wpływy z opłaty targowej według województw w 2006 r.	x	30
Targowiska stałe według województw w 2006 r.	x	30

UWAGI METODYCZNE

Informacje zawarte w niniejszej publikacji dotyczą wszystkich jednostek gospodarki narodowej, które prowadzą działalność handlową. Zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności (PKD) - obowiązującą od 1 stycznia 2004 r. – jednostkami handlowymi są podmioty gospodarcze prowadzące podstawową działalność zakwalifikowaną do sekcji G - „Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, motocykli oraz artykułów użytku osobistego i domowego”

Działalność handlowa została sklasyfikowana według trzech następujących działań:

Dział 50 – Sprzedaż, obsługa i naprawa pojazdów samochodowych i motocykli; sprzedaż detaliczna paliw do pojazdów samochodowych,

Dział 51 – Handel hurtowy i komisowy, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi i motocyklami,

Dział 52 – Handel detaliczny, z wyłączeniem sprzedaży pojazdów samochodowych i motocykli; naprawa artykułów użytku osobistego i domowego.

W zależności od liczby pracujących **podmioty prowadzące działalność gospodarczą** podzielono na trzy kategorie:

- do 9 pracujących,
- od 10 do 49 pracujących,
- powyżej 49 pracujących.

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

Punkty sprzedaży detalicznej - są to placówki handlowe obejmujące:

- obiekty wielkopowierzchniowe,
- sklepy łącznie z aptekami,
- stałe punkty sprzedaży drobnodetalicznej (kioski, stragany),
- pozostałe punkty sprzedaży drobnodetalicznej o charakterze ruchomym,
- stacje paliw.

Sklep - jest to stały punkt sprzedaży detalicznej, posiadający specjalne pomieszczenie (tj. lokal sklepowy) z oknem wystawowym oraz wnętrzem dostępnym dla klientów. Może on stanowić jednozakładowe przedsiębiorstwo lub może być jednym z zakładów przedsiębiorstwa wielozakładowego (wielosklepowego).

Jeżeli w dużych sklepach (np. w domach towarowych, domach handlowych, domach sprzedaży wysyłkowej) część powierzchni sprzedażowej została wydzierżawiona przez inną osobę prawną lub fizyczną, która na tej części powierzchni prowadzi sprzedaż detaliczną na własny rachunek - to ta część stanowi odrębny sklep.

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

Formy organizacyjne sklepów:

- **domy towarowe** - wielodziałowe sklepy o powierzchni sal sprzedażowych 2000 m² i więcej, prowadzące sprzedaż szerokiego i uniwersalnego asortymentu towarów nieżywnościowych, a często także towarów żywnościowych: mogą również prowadzić pomocniczą działalność gastronomiczną i usługową,
- **domy handlowe** - wielodziałowe (przynajmniej dwa działy branżowe) sklepy o powierzchni sal sprzedażowych od 600 m² do 1999 m², prowadzące sprzedaż towarów o podobnym asortymencie jak w domach towarowych,
- **supermarkety** - sklepy o powierzchni sprzedażowej od 400 m² do 2499 m² prowadzące sprzedaż głównie w systemie samoobsługowym, oferujące szeroki asortyment artykułów żywnościowych oraz artykuły nieżywnościowe częstego zakupu,
- **hipermarkety** - sklepy o powierzchni sprzedażowej od 2500 m² prowadzące sprzedaż głównie w systemie samoobsługowym, oferujące szeroki asortyment artykułów żywnościowych i nieżywnościowych częstego zakupu, zwykle z parkingiem samochodowym,
- **sklepy powszechne** - sklepy o powierzchni sal sprzedażowych od 120 m² do 399 m², prowadzące sprzedaż głównie towarów żywnościowych codziennego użytku oraz dodatkowo często nabywanych towarów nieżywnościowych,
- **sklepy wyspecjalizowane** - sklepy prowadzące sprzedaż szerokiego asortymentu artykułów do kompleksowego zaspokojenia określonych potrzeb, a więc ubioru (domy pani, pana, domy młodzieżowe), wyposażenia mieszkań, meblowe, motoryzacyjne, potrzeb w zakresie wykorzystania wolnego czasu (domy "Sport, turystyka, wypoczynek") itp.,

- **pozostałe sklepy** - sklepy o powierzchni sal sprzedażowych do 119 m², prowadzące sprzedaż głównie towarów żywnościowych codziennego użytku oraz często nabywanych towarów nieżywnościowych,
- **apteki** - stałe punkty sprzedaży detalicznej spełniające warunki sklepu, w których prowadzi się sprzedaż wyrobów farmaceutycznych lub zielarskich,
- **stacje paliw** - punkty sprzedaży detalicznej paliw, benzyny, oleju napędowego, płynów chłodzących, środków czyszczących itp.

Liczbę sklepów i stacji paliw według stanu w dniu 31 XII w podziale według specjalizacji branżowej i według form organizacyjnych ustalono na podstawie:

- wykazów sklepów sporządzonych przez jednostki o liczbie pracujących 10 i więcej osób realizujące sprzedaż detaliczną (dział 4 sprawozdania H-01s),
- kartoteki do badania jednostek lokalnych przedsiębiorstw o liczbie pracujących 9 i mniej osób sporządzonej przez Centralny Ośrodek Informatyki Statystycznej w oparciu o Bazę Jednostek Statystycznych.

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

Do **pracujących w sklepie** zalicza się faktycznie pracujących w sklepie: właścicieli, współwłaścicieli oraz pomagających dorosłych członków rodziny, a także zatrudnionych na podstawie umowy o pracę, łącznie z sezonowymi i pracującymi dorywczo, agentów oraz osoby zatrudnione przez agentów.

Stale punkty sprzedaży drobnodetalicznej:

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

Pozostałe punkty sprzedaży drobnodetalicznej (o charakterze ruchomych stoisk):

- punkty sprzedaży obwoźnej,
- punkty sprzedaży obnośnej,

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

Od 2004 r. dane o sieci sklepów i stacji paliw, dla jednostek, w których liczba pracujących nie przekracza 9 osób, oszacowano w oparciu o wyniki badania reprezentacyjnego przeprowadzonego na 5% próbie tych jednostek (SP-3). Zmiana metody opracowania danych jest konsekwencją braku zasilania rejestru REGON w informację o formie organizacyjnej podmiotu. Zmiana źródła pozyskania informacji spowodowała konieczność przeliczenia danych w tym zakresie za 2003 r.

O zaklasyfikowaniu do danego rodzaju działalności decyduje przewaga sprzedawanego asortymentu towarów w punktach sprzedaży jednostek handlowych i niehandlowych.

Sprzedaż detaliczna towarów - sprzedaż towarów własnych i komisowych (nowych i używanych) w punktach sprzedaży detalicznej, placówkach gastronomicznych oraz innych punktach sprzedaży (np. magazynach, składach itp.) w ilościach wskazujących na zakupy dla potrzeb indywidualnych nabywców. Wartość sprzedaży detalicznej stanowi sumę sprzedaży zrealizowaną przez jednostki handlowe i niehandlowe.

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

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

Sprzedż napojów alkoholowych obejmuje:

- wyroby spirytusowe czyste oraz gatunkowe tj. napoje alkoholowe o zawartości powyżej 18% alkoholu;
- wina (gronowe owocowe, musujące), napoje typu win (aperitify, coctaille, kordiały), miody pitne;
- piwo niezależnie od zawartości alkoholu i ekstraktu.

Rodzaje działalności w zakresie sprzedaży detalicznej:

Wyszczególnienie	Jednostki produkcyjne (niehandlowe) wg PKD	Jednostki handlowe		Sekcja H
		sekcja G		
		hurtowe	detaliczne	gastronomiczne
Sprzedż pojazdów samochodowych, motocykli, części	3410, 3420, 3430, 3541, 3543,		5010, 5030, 5040	-
Sprzedż paliw stałych, ciekłych i gazowych	2310, 2320,	5151	5050	-
Sprzedż w niewyspecjalizowanych sklepach z przewagą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych	-	-	5211	-
Pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach	-	-	5212	-
Sprzedż żywności, napojów alkoholowych i bezalkoholowych oraz wyrobów tytoniowych w wyspecjalizowanych punktach sprzedaży	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	-
Sprzedż farmaceutyków, kosmetyków, sprzętu ortopedycznego	2451, 2452, 2441, 2442, 3310	5145, 5146	5233, 5231, 5232	-
Sprzedż włókna, odzieży, obuwia	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,	-
Sprzedż mebli, RTV, AGD	3150, 3611-3615, 3230	5115, 5143, 5147	5244, 5245, 5246	-
Sprzedż prasy, książek, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach	2112, 2122-2125, 2211-2215	-	5247, 5248	-
Sprzedż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej	-	-	5261	-
Pozostała sprzedaż	wszystkie PKD nie wymienione w rodzajach działalności podanych powyżej, w których wystąpiła sprzedaż detaliczna.			

Sprzedż hurtowa - obejmuje sprzedaż towarów z magazynów handlowych własnych i obcych, w których składowane towary stanowią własność przedsiębiorstwa handlowego. Do wartości sprzedaży hurtowej zalicza się również wartość sprzedaży zrealizowanej na zasadzie bezpośredniej płatności lub kontraktu (agenci, aukcjonerzy), jak również wartość sprzedaży zrealizowanej przez tranzyt rozliczany, polegający na przekazywaniu towarów bezpośrednio od dostawcy do odbiorcy z pominięciem magazynów, które tę dostawę realizują.

Magazyny handlowe - jednostki organizacyjno-funkcjonalne zajmujące wyodrębnioną przestrzeń magazynową, wyposażone w sprzęt i urządzenia techniczne umożliwiające składowanie towarów zgodnie z wymogami przechowalnictwa.

Magazyny handlowe zajmują:

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

Magazyny hurtu – podstawowe jednostki handlu hurtowego; mogą to być wolnostojące budynki (tzw. magazyny zamknięte), pomieszczenia zadaszone (tzw. wiaty), silosy i zbiorniki oraz place składowe.

Powierzchnia składowa magazynów - stanowi część powierzchni budynków magazynowych (tzw. magazynów zamkniętych), pomieszczeń zadaszonych (tzw. wiat), placów składowych oraz innych pomieszczeń przystosowanych do celów składowych (np. pomieszczenia dzierżawione lub wynajmowane od firm produkcyjnych, instytucji użyteczności publicznej, osób fizycznych itd.), która służy przechowywaniu towarów w dłuższych bądź krótszych okresach czasu.

Placówki gastronomiczne - są to zakłady i punkty gastronomiczne stałe i sezonowe, których przedmiotem działalności jest przygotowanie oraz sprzedaż posiłków i napojów do spożycia na miejscu i na wynos. Sezonowe placówki gastronomiczne to placówki uruchamiane okresowo i działające nie dłużej niż sześć miesięcy w roku kalendarzowym. Do placówek gastronomicznych nie zalicza się tzw. punktów sprzedaży ruchomej i automatów sprzedażowych.

Placówki gastronomiczne:

- **restauracje** - zakłady gastronomiczne dostępne dla ogółu konsumentów, z pełną obsługą kelnerską, oferujące szeroki i zróżnicowany asortyment potraw i napojów, podawany konsumentom według karty jadłospisowej,
- **bary** - placówki gastronomiczne prowadzące działalność o charakterze zbliżonym do restauracji z ograniczonym asortymentem potraw i towarów popularnych. Do tej grupy zaliczamy: jadłodajnie, bary (uniwersalne, szybkiej obsługi, przekąskowe, mleczne), bistra oraz kawiarnie, herbaciarnie, winiarnie, piwiarnie,
- **stołówki** - placówki zbiorowego żywienia zapewniające określonym grupom konsumentów, posiłki (głównie obiady), ale także śniadania i kolacje,
- **punkty gastronomiczne** - placówki gastronomiczne prowadzące ograniczoną działalność gastronomiczną, takie jak: smażalnie, pijalnie, lodziarnie, bufety w kinach, na stadionach itp.

Przychody z działalności gastronomicznej (łącznie z podatkiem VAT) - stanowią przychody uzyskane ze sprzedaży:

- **towarów handlowych** zakupionych i odsprzedawanych w niezmienionej postaci po ewentualnym konfekcjonowaniu, w tym napojów alkoholowych,
- **produkcji gastronomicznej** - wyrobów kulinarnych, ciastkarskich i innych wytworzonych na własne potrzeby,
- **świadczonych usług** - np. wpływy z tytułu opłat za korzystanie z szatni, przechowalni bagażu, obsługi parkingów, z tytułu działalności rozrywkowej, za zorganizowanie przyjęć poza zakładem i w zakładzie, za wypożyczenie sali itp.

Informacje o **liczbie placówek gastronomicznych i ich przychodach**, prezentowane w tablicach, uzyskano z badania H-01g obejmującego przedsiębiorstwa duże i średnie prowadzące działalność gastronomiczną oraz z badania reprezentacyjnego jednostek małych na formularzu SP-3.

Wartość sprzedaży gastronomicznej podawana jest w cenach płaconych przez konsumentów (tj. w cenach realizacji).

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

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

Strukturę sprzedaży detalicznej sprzedawanych towarów uzyskano z reprezentacyjnego badania ankietowego sklepów na formularzu H-01a. Operatem do losowania sklepów jest wykaz sklepów sporządzony w roku poprzedzającym badanie.

Źródłem prezentowanych danych są sprawozdania H-01a, H-01g, H-01s, SG-01.

Wykaz skrótów i pełnych nazw według PKD

skrót	pełna nazwa
sekcje	
Handel i naprawy	Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, motocykli oraz artykułów użytku osobistego i domowego
działy	
Sprzedaż i naprawa pojazdów samochodowych i motocykli; sprzedaż detaliczna paliw	Sprzedaż, obsługa i naprawy pojazdów samochodowych i motocykli; sprzedaż detaliczna paliw do pojazdów samochodowych
Handel hurtowy i komisowy	Handel hurtowy i komisowy, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi i motocyklami
Handel detaliczny, naprawa artykułów użytku osobistego i domowego	Handel detaliczny, z wyłączeniem sprzedaży pojazdów samochodowych i motocykli; naprawa artykułów użytku osobistego i domowego

HANDEL I GASTRONOMIA W WOJEWÓDZTWIE WARMIŃSKO - MAZURSKIM

TABL. 1. PODMIOTY GOSPODARKI NARODOWEJ^a W SEKCJI HANDEL I NAPRAWY ORAZ HOTELE I RESTAURACJE WEDŁUG FORM PRAWNYCH

Stan w dniu 31 XII

WYSZCZEGÓLNIENIE	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
	Handel i naprawy (sekcja G)				Hotele i restauracje (sekcja H)			
OGÓLEM	33873	32936	32658	31828	3392	3345	3425	3376
w tym:								
Przedsiębiorstwa państwowe	6	6	3	3	-	-	-	-
Spółki	4699	4663	4667	4629	524	531	554	575
prawa handlowego	1614	1660	1691	1717	161	167	184	196
w tym:								
akcyjne	28	31	24	23	4	4	3	3
z o. o.	1194	1221	1249	1265	152	157	170	177
cywilne	3085	3003	2976	2912	363	364	370	379
Spółdzielnie	142	132	122	122	-	-	-	1
Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą	29018	28127	27858	27066	2846	2791	2846	2775

a Zarejestrowane w rejestrze REGON.

TABL. 2. PODMIOTY GOSPODARKI NARODOWEJ^a WEDŁUG PODREGIONÓW I POWIATÓW W SEKCJI HANDEL I NAPRAWY ORAZ HOTELE I RESTAURACJE W 2006 R.

Stan w dniu 31 XII

WYSZCZEGÓLNIENIE	Handel i naprawy (sekcja G)		Hotele i restauracje (sekcja H)	
	razem	w tym osoby fizyczne	razem	w tym osoby fizyczne
WOJEWÓDZTWO	31828	27066	3376	2775
Podregion elbląski	10841	9571	962	816
<i>Powiaty:</i>				
braniewski	865	772	81	72
działdowski	1142	1037	66	59
elbląski	907	813	95	83
iławski	1814	1596	126	107
nowomiejski	713	667	42	38
ostródzki	2106	1841	209	171
Miasto na prawach powiatu:				
Elbląg	3294	2845	343	286
Podregion olsztyński	14604	11922	1507	1213
<i>Powiaty:</i>				
bartoszycki	1086	912	100	86
kętrzyński	1240	1116	104	85
lidzbarski	949	815	85	70
mrągowski	1312	1171	326	272
nidzicki	634	546	59	50
olsztyński	2224	1993	244	208
szczycieński	1451	1288	170	140
Miasto na prawach powiatu:				
Olsztyn	5708	4081	419	302

TABL. 2. PODMIOTY GOSPODARKI NARODOWEJ^a WEDŁUG PODREGIONÓW I POWIATÓW W SEKCJI HANDEL I NAPRAWY ORAZ HOTELE I RESTAURACJE W 2006 R. (dok.)

Stan w dniu 31 XII

WYSZCZEGÓLNIENIE	Handel i naprawy		Hotele i restauracje	
	razem	w tym osoby fizyczne	razem	w tym osoby fizyczne
Podregion ełcki	6383	5573	907	746
<i>Powiaty:</i>				
ełcki	1877	1561	179	139
giżycki	1514	1319	287	233
gołdapski	467	412	44	37
olecki	891	802	104	89
piski	1223	1114	228	204
węgorzewski	411	365	65	44

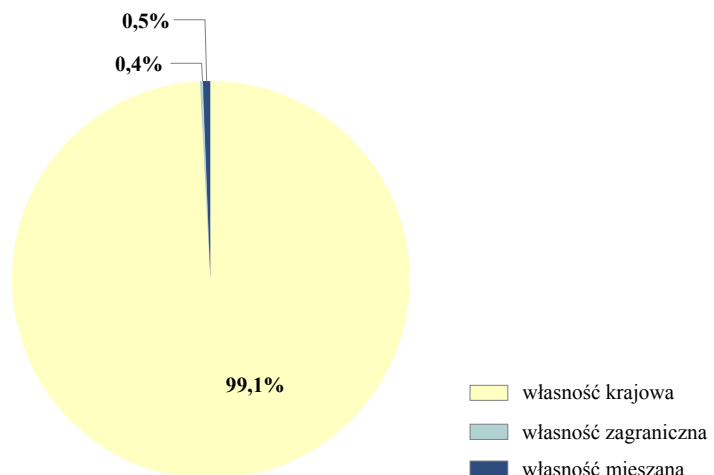
*a Zarejestrowane w rejestrze REGON.***TABL. 3. PUNKTY SPRZEDAŻY DETALICZNEJ^a WEDŁUG FORM WŁASNOŚCI W 2006 R.**

Stan w dniu 31 XII

WYSZCZEGÓLNIENIE	Liczba punktów sprzedaży detalicznej		Stacje paliw
	ogółem	w tym sklepy	
OGÓLEM	2434	2190	95
Sektor publiczny	35	23	6
Sektor prywatny	2399	2167	89
z tego:			
własność prywatna krajowa	2378	2152	88
własność prywatna zagraniczna	10	9	-
własność mieszana	11	6	1

Struktura punktów sprzedaży detalicznej^a w sektorze prywatnym w 2006 r.

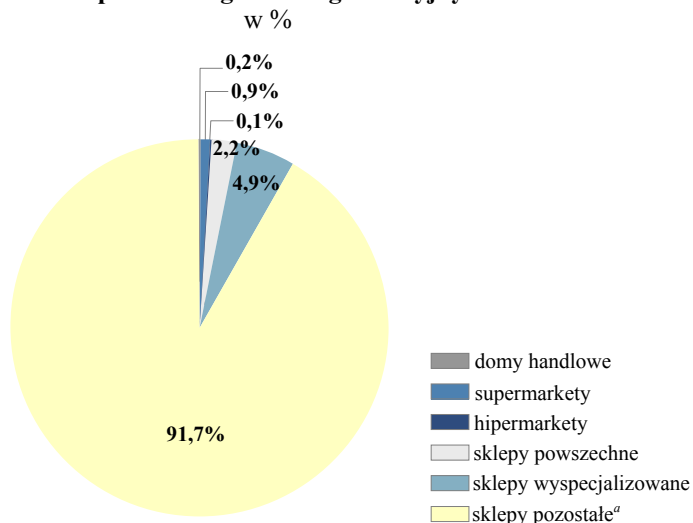
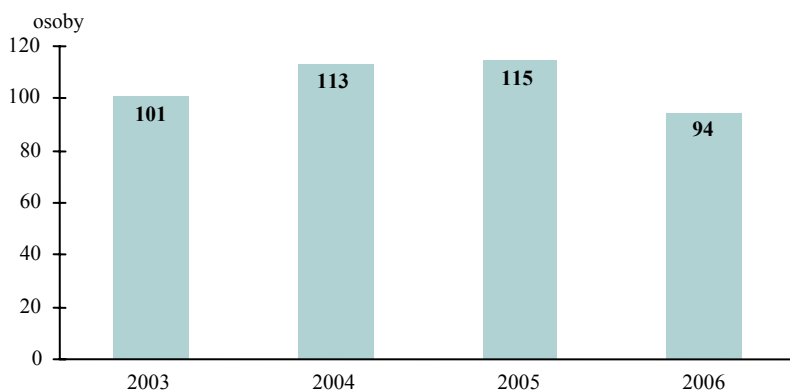
w %

*a Dotyczy podmiotów gospodarczych o liczbie pracujących powyżej 9 osób.*

TABL. 4. SKLEPY I STACJE PALIW WEDŁUG FORM ORGANIZACYJNYCH

Stan w dniu 31 XII

WYSZCZEGÓLNIENIE	2003	2004	2005	2006
OGÓLEM	14499	13024	12803	15539
Sklepy	14133	12654	12417	15145
liczba ludności ^b na 1 sklep	101	113	115	94
Domy towarowe	2	2	2	2
Domy handlowe	23	23	25	28
Supermarkety	94	101	124	128
Hipermarkety	9	10	11	13
Sklepy powszechne	301	318	327	339
Sklepy wyspecjalizowane	610	726	733	748
Sklepy pozostałe ^a	13064	11474	11195	13887
Stacje paliw	366	370	386	394

Struktura sklepów według form organizacyjnych w 2006 r.**Liczba ludności^b na 1 sklep**

a Ujęto również sklepy podmiotów gospodarczych o liczbie pracujących do 9 osób; łącznie z aptekami ogólnodostępnymi. *b* Liczba ludność według stanu w dniu 31 XII.

TABL. 5. WYBRANE FORMY ORGANIZACYJNE SKLEPÓW¹ I STACJI PALIW WEDŁUG PODREGIONÓW I POWIATÓW W 2006 R.

Stan w dniu 31 XII

WYSZCZEGÓLNIENIE a – liczba b – powierzchnia sprzedażowa w m ²	Sklepy						Stacje paliw
	ogółem	domy towarowe i handlowe	supermar- kety	hipermar- kety	sklepy powszechnie	sklepy wyspecjali- zowane	
WOJEWÓDZTWO	2654	30	128	13	339	748	220
a	497008	32837	97411	64605	79582	149838	-
b							
Podregion elbląski	1008	13	38	4	94	263	76
a	162229	11816	27462	18541	23059	51444	-
b							
<i>Powiaty:</i>							
braniewski	45	-	1	-	5	11	7
a	7373	-	461	-	2784	1871	-
b							
działdowski	127	-	8	-	19	24	12
a	19474	-	5372	-	4945	5588	-
b							
elbląski	59	-	1	-	7	8	7
a	5461	-	524	-	1197	1695	-
b							
iławski	213	3	6	1	17	49	15
a	28475	2728	5165	2788	3476	7977	-
b							
nowomiejski	100	1	2	-	6	18	4
a	11196	1135	1186	-	1208	3839	-
b							
ostródzki	221	5	13	-	17	61	16
a	35809	4952	10334	-	4038	10284	-
b							
Miasto na prawach powiatu:							
Elbląg	243	4	7	3	23	92	15
a	54441	3001	4420	15753	5411	20190	-
b							
Podregion olsztyński	1209	11	68	7	173	364	95
a	253752	14024	52376	40204	41637	74300	-
b							
<i>Powiaty:</i>							
bartoszycki	105	2	9	-	18	25	11
a	22533	1760	6820	-	5104	5861	-
b							
kętrzyński	116	1	7	-	14	31	7
a	15585	600	4156	-	3468	4398	-
b							
lidzbarski	75	-	6	-	11	14	5
a	12959	-	4682	-	2028	3769	-
b							
mrągowski	114	-	8	-	20	33	11
a	19253	-	7224	-	4357	4755	-
b							
nidzicki	61	-	5	-	8	12	5
a	9715	-	3116	-	1298	3067	-
b							
olsztyński	169	3	6	-	33	29	14
a	24732	3600	3178	-	6669	6181	-
b							
szczygieński	151	1	7	1	22	37	11
a	25564	1372	7182	2670	4853	5088	-
b							
Miasto na prawach powiatu:							
Olsztyn	418	4	20	6	47	183	31
a	123411	6692	16018	37534	13860	41181	-
b							
Podregion elcki	437	6	22	2	72	121	49
a	81027	6997	17573	5860	14886	24094	-
b							
<i>Powiaty:</i>							
elcki	138	2	5	1	21	46	10
a	27911	2017	4335	3260	5133	9601	-
b							

TABL. 5. WYBRANE FORMY ORGANIZACYJNE SKLEPÓW¹ I STACJI PALIW WEDŁUG PODREGIONÓW I POWIATÓW W 2006 R. (dok.)

Stan w dniu 31 XII

WYSZCZEGÓLNIENIE a – liczba b – powierzchnia sprzedażowa w m ²	Sklepy						Stacje paliw
	ogółem	domy towarowe i handlowe	supermar- kety	hipermar- kety	sklepy powszechnie	sklepy wyspecjali- zowane	
Podregion ełcki (dok.)							
<i>Powiaty (dok.):</i>							
giżyckia	114	-	7	1	12	33	11
b	20515	-	5100	2600	2377	7141	-
gołdapskia	26	2	1	-	4	7	4
b	4695	1855	585	-	610	887	-
oleckia	54	1	3	-	13	12	9
b	11389	1860	3650	-	2843	1775	-
piskia	77	1	5	-	16	13	10
b	12743	1265	3416	-	2615	3359	-
węgorzewskia	28	-	1	-	6	10	5
b	3774	-	487	-	1308	1331	-

1 Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.
TABL. 6. LICZBA I POWIERZCHNIA SKLEPÓW ORAZ STACJI PALIW¹ WEDŁUG SPECJALIZACJI BRANŻOWEJ

Stan w dniu 31 XII

WYSZCZEGÓLNIENIE a – liczba b – powierzchnia sprzedażowa w tys. m ²	2003	2004	2005	2006
OGÓŁEMa	2268	2748	2312	2285
b	332,7	445,0	338,7	324,7
Sklepya	2168	2539	2215	2190
b	332,7	445,0	338,7	324,7
ogólnospożywczea	798	883	751	747
b	94,2	159,2	103,5	103,1
owocowo-warzywnea	11	13	6	18
b	0,3	0,5	0,2	0,6
mięsnea	207	224	213	205
b	10,4	11,2	11,0	10,6
rybnea	14	11	15	10
b	0,6	0,5	0,7	0,4
piekarniczo-ciastkarskiea	92	92	152	154
b	3,2	3,2	4,9	4,9
z napojami alkoholowymia	27	27	24	23
b	1,0	1,3	1,5	1,2
z kosmetykami i wyrobami toaletowymi ...a	37	46	45	37
b	2,2	3,6	3,4	2,6
z wyrobami włókienniczymia	15	23	15	10
b	1,2	1,7	1,2	0,8
z odzieżąa	73	123	121	110
b	9,4	15,3	15,1	14,9

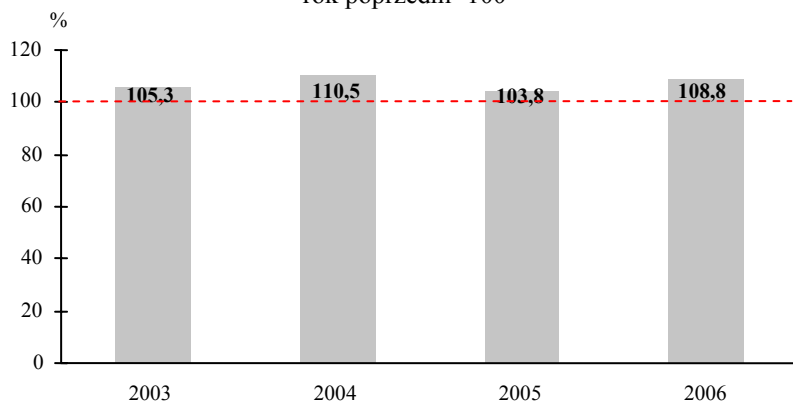
TABL. 6. LICZBA I POWIERZCHNIA SKLEPÓW ORAZ STACJI PALIW¹ WEDŁUG SPECJALIZACJI BRANŻOWEJ (dok.)

Stan w dniu 31 XII

WYSZCZEGÓLNIENIE	2003	2004	2005	2006
a – liczba				
b – powierzchnia sprzedażowa w tys. m ²				
Sklepy (dok.)				
z obuwiem i wyrobami skórzanymia	11	42	17	12
b	0,9	5,6	1,0	1,1
z meblami i sprzętem oświetleniowyma	85	73	75	76
b	67,7	41,6	50,9	37,2
z artykułami radiowo-telewizyjnymi i sprzętem gospodarstwa domowegoa	117	142	89	80
b	26,5	34,0	21,3	22,4
z artykułami piśmiennymi i księgarniea	24	40	24	20
b	3,3	4,9	3,7	3,3
z pojazdami mechanicznymia	72	79	80	80
b	15,0	15,0	16,6	14,7
pozostałe sklepya	585	721	588	608
b	96,8	147,3	103,6	107,0
Stacje paliw a	100	209	97	95
b	-	-	-	-

¹ Dane dotyczą podmiotów o liczbie pracujących powyżej 9 osób.**TABL. 7. SPRZEDAŻ DETALICZNA TOWARÓW (ceny bieżące)**

LATA	Ogółem w mln zł	W tym udział przedsiębiorstw ^a handlowych w %	Na 1 mieszkańca ^b w zł
2003	9854,8	17,2	6900
2004	10895,0	18,0	7627
2005	11313,1	17,5	7920
2006	12298,6	18,4	8618

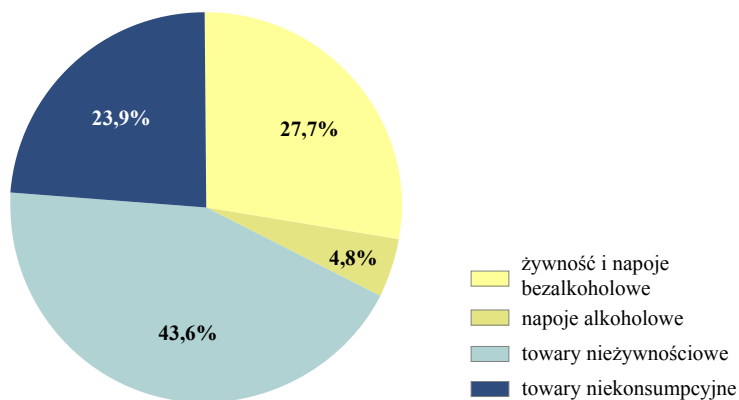
Dynamika sprzedaży detalicznej towarów na 1 mieszkańca^b
rok poprzedni=100^a Przedsiębiorstwa handlowe, w których liczba pracujących przekracza 49 osób. ^b Liczba ludność według stanu w dniu 30 VI.

TABL. 8. SPRZEDAŻ DETALICZNA TOWARÓW^a (ceny bieżące)

WYSZCZEGÓLNIENIE	2003	2004	2005	2006
	w tys. zł			
OGÓLEM	4884502,0	4637683,9	4700373,9	5101348,9
sektor publiczny	155200,9	63251,3	67824,8	69592,9
sektor prywatny	4729301,1	4574432,6	4632549,1	5031756,0
Towary konsumpcyjne	3997595,0	3647803,2	3566267,3	3863316,7
żywność i napoje bezalkoholowe	1294413,3	1262851,8	1312920,1	1410834,8
napoje alkoholowe	298975,0	266098,4	276005,7	246084,7
towary nieżywnościowe	2404206,7	2118853,0	1977341,5	2206397,2
Towary niekonsumpcyjne	886907,0	989880,7	1134106,6	1238032,2

Struktura sprzedaży detalicznej towarów^a w 2006 r.

w %



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

TABL. 9. SPRZEDAŻ DETALICZNA TOWARÓW^a W PRZEDSIĘBIORSTWACH HANDLOWYCH (ceny bieżące)

WYSZCZEGÓLNIENIE	2003	2004	2005	2006
	w tys. zł			
OGÓLEM	4182453,4	4009525,0	4059432,5	4413760,2
sektor publiczny	22494,1	23038,6	17590,8	12998,4
sektor prywatny	4159959,3	3986486,4	4041841,7	4400761,8
Towary konsumpcyjne	3552518,5	3267177,6	3241692,5	3412413,1
żywność i napoje bezalkoholowe	1116935,2	1093713,1	1130150,0	1208297,2
napoje alkoholowe	283458,5	250829,6	262992,2	228774,8
towary nieżywnościowe	2152124,8	1922634,9	1848550,3	1975341,1
Towary niekonsumpcyjne	629934,9	742347,4	817740,0	1001347,1

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

TABL. 10. SPRZEDAŻ DETALICZNA ^a I PRACUJĄCY W SKLEPACH I STACJACH PALIW WEDŁUG SPECJALIZACJI BRANŻOWEJ W 2006 R.

Stan w dniu 31 XII

WYSZCZEGÓLNIENIE	Sprzedaż detaliczna w tys. zł	Liczba pracujących	Średnia sprzedaż na 1 pracującego w tys. zł
OGÓLEM	3861025,3	9744	396,2
Sklepy	3394774,6	9300	365,0
ogólnospożywcze	1353225,2	4647	291,2
owocowo-warzywne	6543,1	35	186,9
mięsne	141430,9	549	257,6
rybne	4859,3	17	285,8
piekarniczo-ciastkarskie	48952,4	282	173,6
z napojami alkoholowymi	39994,7	64	624,9
z kosmetykami i wyrobami toaletowymi	57626,7	117	492,5
z wyrobami włókienniczymi	5061,1	30	168,7
z odzieżą	69680,3	306	227,7
z obuwem i wyrobami skórzanymi	3780,9	22	171,9
z meblami i sprzętem oświetleniowym	85552,6	232	368,8
z artykułami radiowo-telewizyjnymi i sprzętem gospodarstwa domowego	145850,5	303	481,4
z artykułami piśmiennymi i księgarnie	16640,2	67	248,4
z pojazdami mechanicznymi	456384,6	283	1612,7
pozostałe sklepy	959192,1	2346	408,9
Stacje paliw	466250,7	444	1050,1

*a Łącznie z podatkiem VAT. Dane dotyczą podmiotów o liczbie pracujących powyżej 9 osób.***TABL. 11. SPRZEDAŻ HURTOWA TOWARÓW ^a (ceny bieżące)**

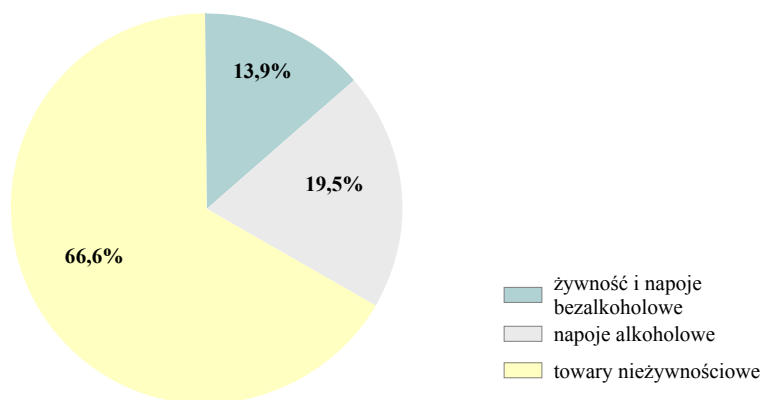
WYSZCZEGÓLNIENIE	2003	2004	2005	2006
	w tys. zł			
OGÓLEM	5122699,1	6203213,1	3174354,5	6923123,6
sektor publiczny	30087,7	24274,2	31702,3	28497,2
sektor prywatny	5092611,4	6178938,9	6142652,2	6894626,4
Żywność i napoje bezalkoholowe	1091795,7	1079038,4	958949,8	1032244,5
Napoje alkoholowe	742286,8	844033,7	985785,3	1032321,3
Towary nieżywnościowe ^b	3288616,6	4280141,0	4229619,4	4858557,8

a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób. Łącznie z podatkiem VAT. b Konsumpcyjne i niekonsumpcyjne.

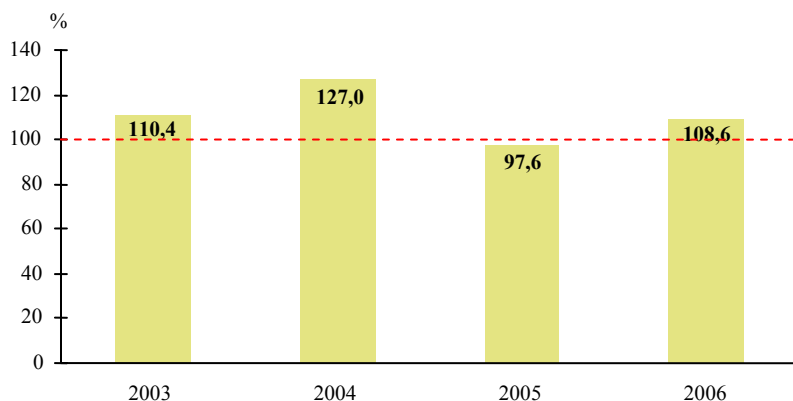
TABL. 12. SPRZEDAŻ HURTOWA TOWARÓW W PRZEDSIĘBIORSTWACH HANDLOWYCH^a
(ceny bieżące)

WYSZCZEGÓLNIENIE	2003	2004	2005	2006
	w tys. zł			
OGÓLEM	3973227,9	5047391,7	4682172,8	4891609,3
sektor publiczny	13810,7	18842,8	30997,3	27845,7
sektor prywatny	3959417,2	5028548,9	4651175,5	4863763,6
Żywność i napoje bezalkoholowe	579612,5	641150,3	611953,3	624629,0
Napoje alkoholowe	738836,1	841452,6	974630,7	1015262,5
Towary nieżywnościowe ^b	2654779,3	3564788,8	3095588,8	3251717,8

**Struktura sprzedaży hurtowej towarów
w przedsiębiorstwach handlowych^a w 2006 r.**
w %



**Dynamika sprzedaży hurtowej towarów
w przedsiębiorstwach handlowych^a**
rok poprzedni=100



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

TABL. 13. PRZEDSIĘBIORSTWA HANDLOWE WEDŁUG LICZBY PROWADZONYCH MAGAZYNÓW^a W 2006 R.

Stan w dniu 31 XII

WYSZCZEGÓLNIENIE	Liczba magazynów			
	1	2 - 5	6 - 10	powyżej 10
Ogółem	93	103	22	5
w tym przedsiębiorstwa hurtowe	69	74	13	2

^a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.**TABL. 14. MAGAZYNY HANDLOWE^a**

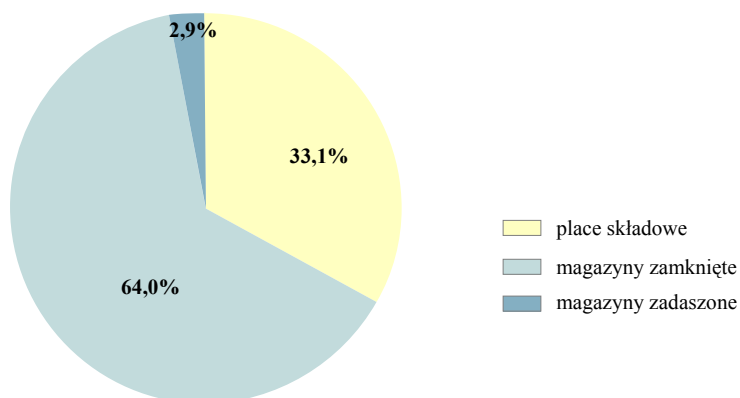
Stan w dniu 31 XII

WYSZCZEGÓLNIENIE	2003	2004	2005	2006
OGÓLEM:				
liczba	867	844	773	736
Magazyny zamknięte:				
liczba	628	623	637	599
powierzchnia składowa w m ²	332967	340537	338568	304364
Magazyny zadaszone:				
liczba	64	65	39	42
powierzchnia składowa w m ²	25120	23141	11165	13685
Place składowe:				
liczba	116	121	89	89
powierzchnia składowa w m ²	220526	220868	169214	157601
Silosy i zbiorniki:				
liczba	59	35	8	6
powierzchnia składowa w m ³	87720	69104	6900	900

Powierzchnia składowa magazynów^a w 2006 r.

w %

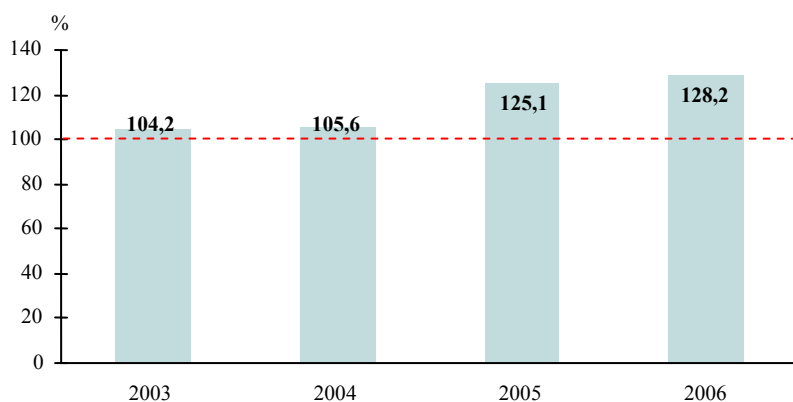
Stan w dniu 31 XII

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

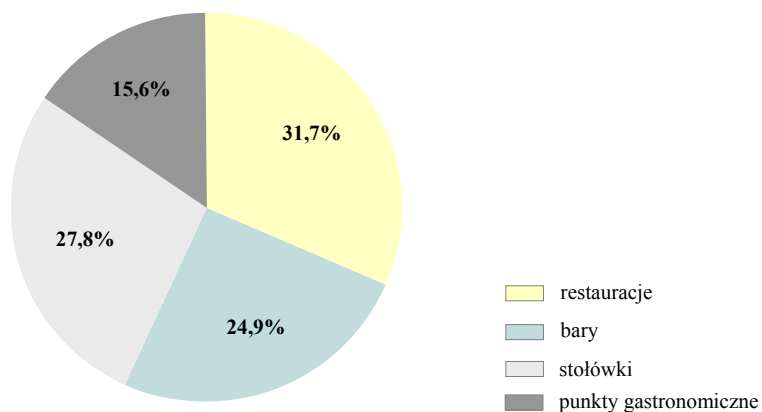
TABL. 15. GASTRONOMIA^a

WYSZCZEGÓLNIENIE	2003	2004	2005	2006
Liczba placówek gastronomicznych (stan w dniu 31 XII)	432	411	417	411
w tym restauracje	105	109	132	137
Przychody z działalności gastronomicznej (ceny bieżące) w tys. zł	149631	158060	197699	253423
w tym:				
produkcja gastronomiczna	116678	120998	145983	193683
napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe ..	20600	21133	28088	35623

Dynamika przychodów z działalności gastronomicznej^a
rok poprzedni=100
w %



Sieć placówek gastronomicznych^a w 2005 r.
Stan w dniu 31 XII



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

WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO – MAZURSKIE NA TLE KRAJU W 2006 R.

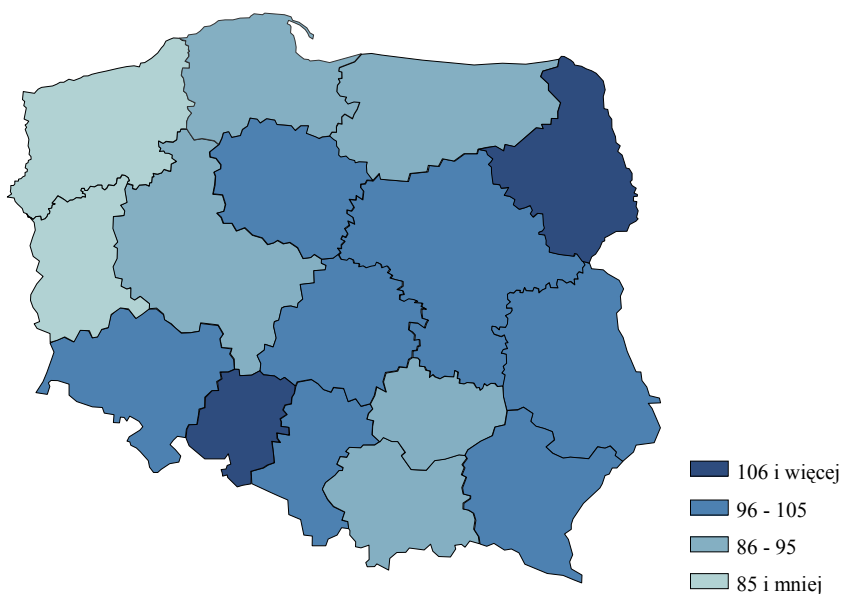
TABL. I. SKLEPY

Stan w dniu 31 XII

WYSZCZEGÓLNIENIE	Sklepy		Liczba ludności ^a na 1 sklep
	ogółem	w tym prywatne	
POLSKA	395458	394130	96
Dolnośląskie	29426	29343	98
Kujawsko – pomorskie	20512	20452	101
Lubelskie	22089	22015	98
Lubuskie	12291	12252	82
Łódzkie	26665	26566	96
Małopolskie	34834	34741	94
Mazowieckie	50309	50058	103
Opolskie	9542	9516	109
Podkarpackie	20742	20679	101
Podlaskie	11044	10966	108
Pomorskie	24332	24297	91
Śląskie	45489	45261	103
Świętokrzyskie	14279	14237	90
Warmińsko – mazurskie	15145	15093	94
Wielkopolskie	37236	37170	91
Zachodniopomorskie	21523	21484	79

Liczba ludności^a na 1 sklep według województw w 2006 r.

Stan w dniu 31 XII



^a Liczba ludności według stanu w dniu 31 XII.

TABL. II. SKLEPY I STACJE PALIW WEDŁUG FORM ORGANIZACYJNYCH

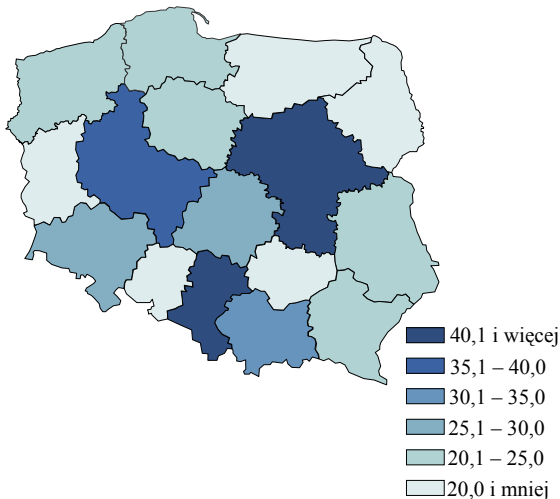
Stan w dniu 31 XII

WOJEWÓDZTWA	Sklepy							Stacje paliw
	ogółem	domy towarowe i handlowe	super-market	hiper-market	powszechne	wyspecjalizowane	pozostałe ^a	
POLSKA	395458	522	3003	410	7322	19034	365167	10159
Dolnośląskie	29426	40	237	41	461	1443	27204	710
Kujawsko – pomorskie	20512	20	187	23	350	999	18933	573
Lubelskie	22089	33	155	11	424	976	20490	723
Lubuskie	12291	12	133	11	190	406	11539	354
Łódzkie	26665	36	184	34	443	1157	24811	807
Małopolskie	34834	33	191	28	672	1927	31983	686
Mazowieckie	50309	104	308	60	887	2293	46657	1422
Opolskie	9542	8	94	8	244	489	8699	273
Podkarpackie	20742	29	154	12	583	937	19027	508
Podlaskie	11044	23	81	8	268	604	10060	359
Pomorskie	24332	26	175	31	353	1207	22540	468
Śląskie	45489	57	412	74	982	2733	41231	1010
Świętokrzyskie	14279	13	73	8	178	449	13558	371
Warmińsko – mazurskie ..	15145	30	128	13	339	748	13887	394
Wielkopolskie	37236	33	308	33	644	1937	34281	984
Zachodnio - pomorskie	21523	25	183	15	304	729	20267	517

a Ujęto sklepy podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 9 osób; Łącznie z aptekami ogólnodostępnymi.

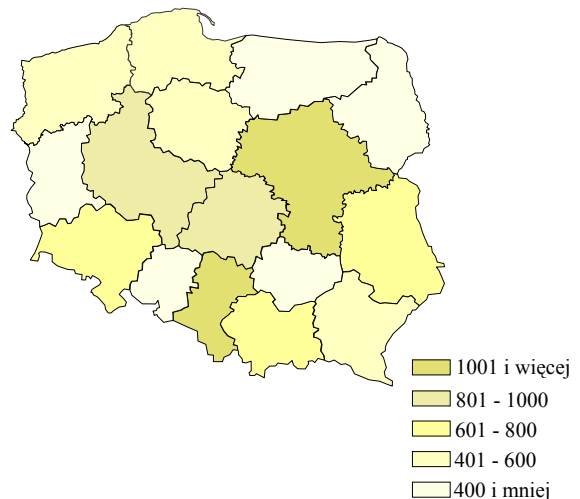
Liczba sklepów według województw w 2006 r.

w tys.
Stan w dniu 31 XII



Liczba stacji paliw według województw w 2006 r.

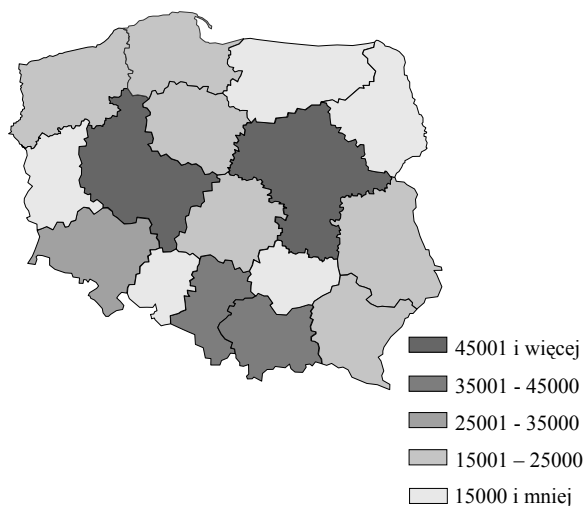
w szt
Stan w dniu 31 XII



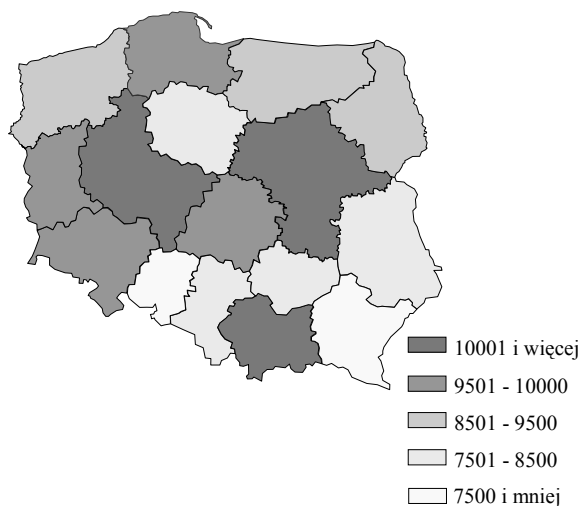
TABL. III. SPRZEDAŻ DETALICZNA TOWARÓW (ceny bieżące)

WYSZCZEGÓLNIENIE	Ogółem		Na 1 mieszkańca ^b w zł
	w mln zł	w tym udział przedsiębiorstw handlowych ^a w %	
POLSKA	464510,6	34,0	12182
Dolnośląskie	28165,2	30,3	9765
Kujawsko – pomorskie	16565,8	23,1	8017
Lubelskie	17803,2	16,1	8184
Lubuskie	9827,0	17,3	9745
Łódzkie	24452,6	16,0	9509
Małopolskie	43701,7	46,2	13374
Mazowieckie	140959,2	48,3	27293
Opolskie	7435,7	9,1	7120
Podkarpackie	15727,9	22,6	7500
Podlaskie	10965,2	20,1	9156
Pomorskie	21960,9	23,0	9977
Śląskie	37255,3	14,9	7966
Świętokrzyskie	10242,7	21,3	7991
Warmińsko – mazurskie	12298,6	18,4	8618
Wielkopolskie	51205,2	47,3	15173
Zachodniopomorskie	15944,4	20,6	9415

**Sprzedaż detaliczna towarów ogółem
według województw w 2006 r.**
w mln zł



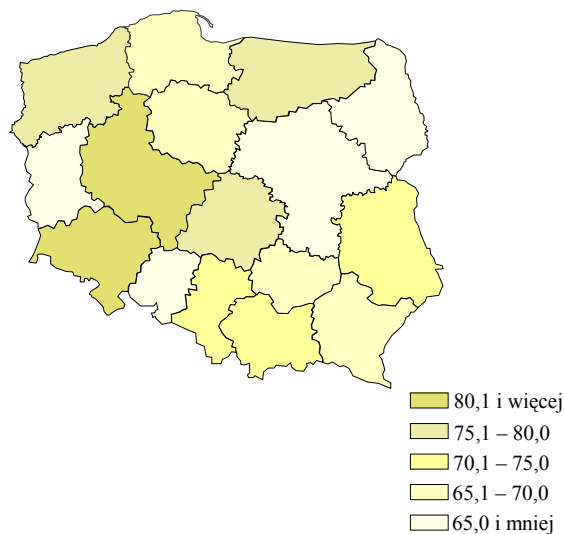
**Sprzedaż detaliczna towarów na 1 mieszkańca^b
według województw w 2006 r.**
w zł



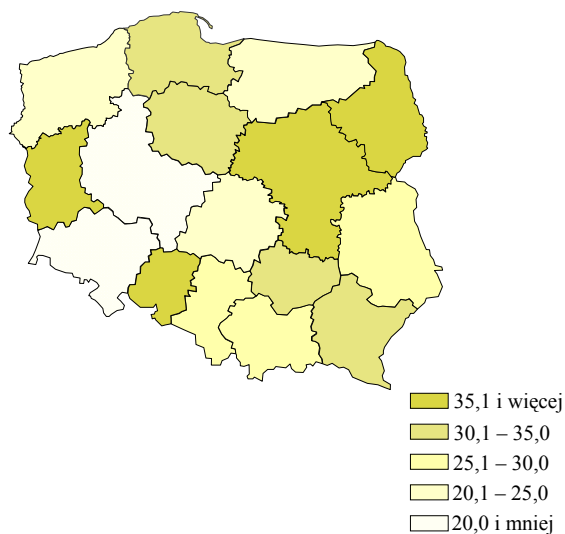
TABL. IV. STRUKTURA SPRZEDAŻY DETALICZNEJ TOWARÓW ^a (ceny bieżące)

WOJEWÓDZTWA	Ogółem w mln zł	Towary konsumpcyjne				Towary niekonsum- pcyjne
		razem	żywność	napoje alkoholowe	nieżywo- ściowe	
		w %				
POLSKA.....	269086,6	69,8	23,2	4,2	42,4	30,2
Dolnośląskie	14100,0	81,6	31,2	5,7	44,7	18,4
Kujawsko – pomorskie	7908,7	65,4	24,9	4,0	36,5	34,6
Lubelskie	7264,9	71,4	29,7	4,6	37,1	28,6
Lubuskie	4297,0	63,8	18,7	3,7	41,4	36,2
Łódzkie	9911,5	76,4	18,9	3,8	53,7	23,6
Małopolskie	27919,5	70,2	30,2	4,9	35,1	29,8
Mazowieckie	104922,3	63,9	14,6	3,2	46,1	36,1
Opolskie	2895,6	63,8	21,9	3,5	38,4	36,2
Podkarpackie	7905,9	65,5	24,7	5,0	35,8	34,5
Podlaskie	5499,9	62,8	22,5	5,2	35,1	37,2
Pomorskie	10285,4	69,3	19,2	4,1	46,0	30,7
Śląskie	14733,6	73,5	24,9	3,7	44,9	26,5
Świętokrzyskie	4734,2	69,4	20,2	3,7	45,5	30,6
Warmińsko – mazurskie	5185,8	76,1	27,7	4,8	43,6	23,9
Wielkopolskie	33810,3	80,9	39,0	6,4	35,5	19,1
Zachodniopomorskie	7712,0	78,6	30,6	4,8	43,2	21,4

Udział w sprzedaży detalicznej towarów konsumpcyjnych^a według województw w 2006 r.
w %



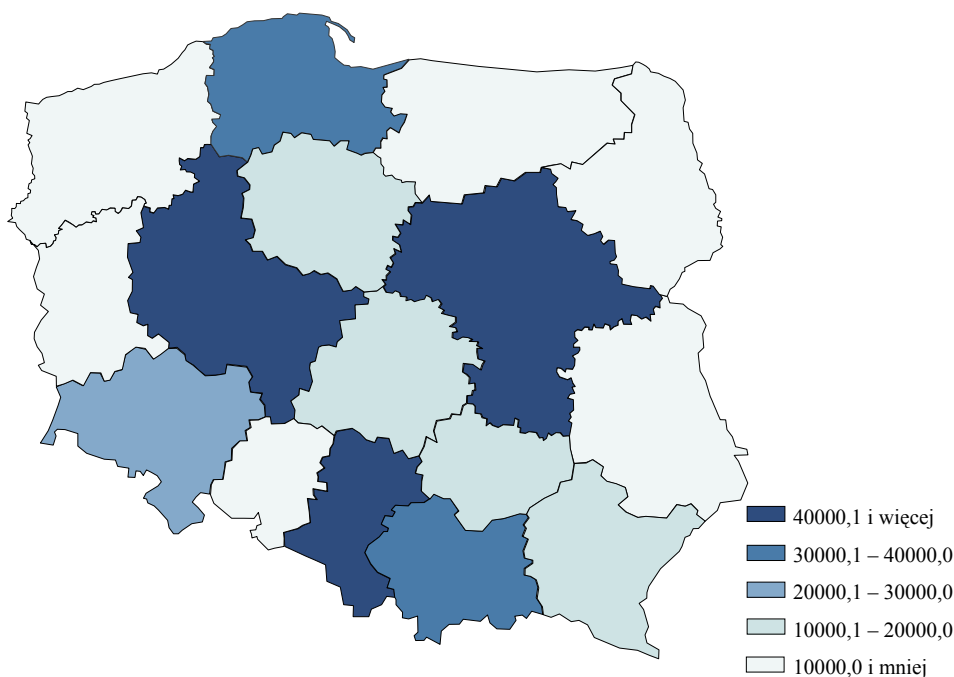
Udział w sprzedaży detalicznej towarów niekonsumpcyjnych^a według województw w 2006 r.
w %



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

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

WOJEWÓDZTWA	Ogółem w mln zł	w % ogółem		
		Żywność i napoje bezalkoholowe	Napoje alkoholowe	Towary nieżywnościowe
POLSKA	468567,6	12,5	5,2	82,3
Dolnośląskie	24286,2	8,4	4,8	86,8
Kujawsko – pomorskie	19025,7	14,4	6,8	78,8
Lubelskie	9862,9	19,1	5,5	75,4
Lubuskie	3360,9	16,0	15,8	68,2
Łódzkie	19361,8	9,1	4,4	86,5
Małopolskie	37910,8	15,8	6,8	77,4
Mazowieckie	175219,7	10,7	4,6	84,7
Opolskie	5430,5	5,1	2,6	92,3
Podkarpackie	11236,8	20,1	4,4	75,5
Podlaskie	9291,6	28,3	10,0	61,7
Pomorskie	30951,3	9,1	4,0	86,9
Śląskie	51287,1	8,5	2,9	88,6
Świętokrzyskie	11163,6	8,2	6,4	85,4
Warmińsko – mazurskie	5347,0	13,9	19,5	66,6
Wielkopolskie	47386,9	21,1	5,8	73,1
Zachodniopomorskie	7444,8	13,5	9,0	77,5

Sprzedż hurtowa towarów w przedsiębiorstwach handlowych^a
według województw w 2006 r.
 w mln zł


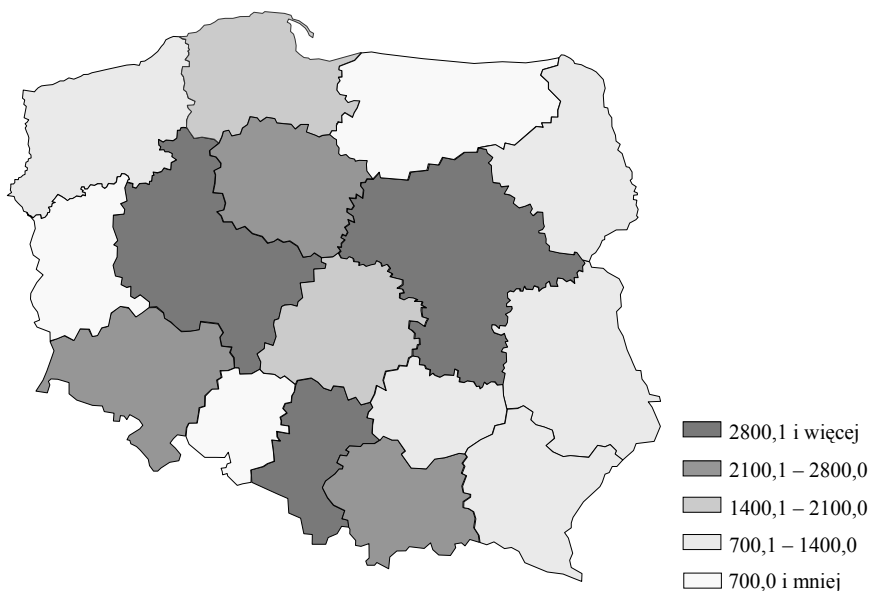
^a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

TABL. VI. MAGAZYNY HANDLOWE^a

Stan w dniu 31 XII

WOJEWÓDZTWA	Magazyny zamknięte		Magazyny zadaszone		Place składowe		Silosy i zbiorniki pojemność w m ³
	liczba	powierzchnia składowa w m ²	liczba	powierzchnia składowa w m ²	liczba	powierzchnia składowa w m ²	
POLSKA	29057	17525812	2978	1281323	4905	14117655	3530585
Dolnośląskie	2133	1284901	201	71634	403	1299204	206796
Kujawsko—pomorskie	1584	1048564	165	69545	348	991672	228979
Lubelskie	1194	635800	112	30254	214	291698	31135
Lubuskie	580	269205	59	14693	120	229407	22309
Łódzkie	1682	971897	200	66538	257	652040	11028
Małopolskie	2110	1219278	256	105624	415	787019	156942
Mazowieckie	5691	3934101	584	343866	666	1909940	1831609
Opolskie	509	244192	56	16519	98	244821	32307
Podkarpackie	1603	807415	155	62366	252	524996	31100
Podlaskie	790	544184	71	31215	116	311141	9889
Pomorskie	1721	1019805	171	59493	316	601256	185957
Śląskie	4040	1985499	414	196896	787	4056491	398163
Świętokrzyskie	623	372181	92	29634	130	317923	23920
Warmińsko—mazurskie ...	599	304364	42	13685	89	157601	900
Wielkopolskie	3235	2379647	306	136203	529	1344755	301883
Zachodniopomorskie	963	504779	94	33158	165	397691	57668

Powierzchnia składowa magazynów^{ab}
według województw w 2006 r.
w tys. m²
Stan w dniu 31 XII

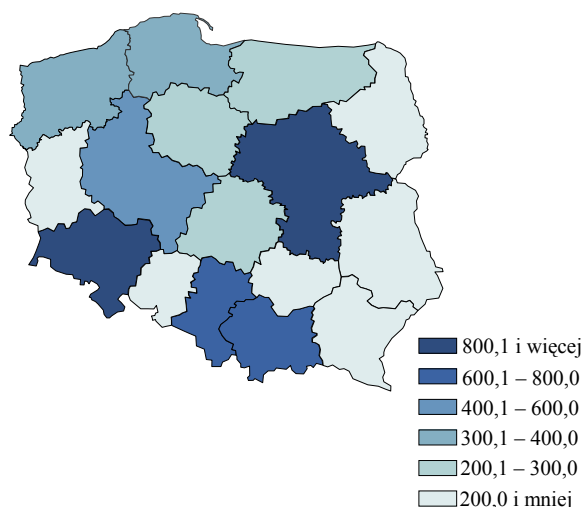
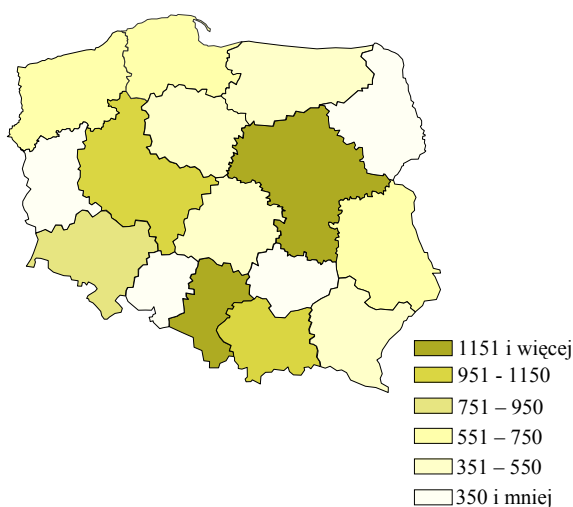


a Hurtu i detalu; dane dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

b Magazyny zamknięte, zadaszone i place składowe.

TABL. VII. GASTRONOMIA ^a

WOJEWÓDZTWA	Placówki gastronomiczne (stan w dniu 31 XII)		Przychody z działalności gastronomicznej (ceny bieżące) w tys. zł		
	ogółem	w tym restauracje	ogółem	w tym	
				produkcja gastrono- miczna	napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe
POLSKA	12223	3510	7977518	6253778	992659
Dolnośląskie	839	281	941445	799774	79640
Kujawsko – pomorskie	414	146	214908	153472	30546
Lubelskie	598	91	193052	138766	30482
Lubuskie	229	77	153059	113034	22073
Łódzkie	419	149	283035	215463	37240
Małopolskie	1072	395	733513	541338	122062
Mazowieckie	3178	665	2712550	2297173	233313
Opolskie	297	89	122186	73543	25133
Podkarpackie	438	155	197699	122062	52012
Podlaskie	341	71	159907	120795	20181
Pomorskie	633	216	308366	230805	45928
Śląskie	1613	442	784516	558471	120474
Świętokrzyskie	208	66	106116	83495	12586
Warmińsko – mazurskie	411	137	253423	193683	35623
Wielkopolskie	956	383	497023	368509	74624
Zachodniopomorskie	577	147	316720	243395	50742

Przychody z działalności gastronomicznej^a
według województw w 2006 r.
w mln złPlacówki gastronomiczne^a
według województw w 2006 r.
Stan w dniu 31 XII^a Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

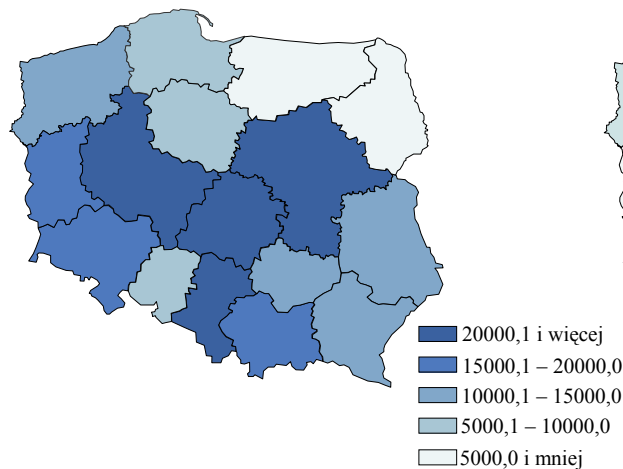
TABL. VIII. TARGOWISKA

Stan w dniu 31 XII

WOJEWÓDZTWA	Targowiska stałe						Targowiska sezonowe ^a (w ciągu roku)	Roczne wpływy z opłaty targowej w tys. zł
	liczba targowisk	w tym z przewagą sprzedaży drobnotalicznej	powierzchnia targowisk w tys. m ²		liczba stałych punktów sprzedaży drobnotalicznej			
			ogółem	w tym sprzedaży	ogółem	w tym na targowiskach czynnych codziennie		
POLSKA	2297	2072	15384,4	9237,9	120069	86117	6203	262769,6
Dolnośląskie	158	151	837,9	463,3	9085	6965	1954	16725,9
Kujawsko–pomorskie	145	125	702,8	390,8	5980	4555	80	8940,2
Lubelskie	186	165	1070,8	686,7	5555	3708	55	10853,0
Lubuskie	74	67	396,5	208,3	6658	3633	151	17823,9
Łódzkie	166	143	1769,3	1019,4	18870	15545	72	27538,4
Małopolskie	156	142	846,7	657,2	5783	3262	1554	18837,8
Mazowieckie	317	283	3358,7	2035,1	18183	12026	265	43738,3
Opolskie	57	56	219,9	139,0	2158	1634	25	6445,8
Podkarpackie	125	114	446,0	259,8	3148	2311	128	10309,6
Podlaskie	82	65	811,2	562,9	3510	2880	20	4135,8
Pomorskie	90	83	406,9	236,8	3590	2457	260	9388,7
Śląskie	215	197	1300,8	695,9	15856	8938	274	31174,7
Świętokrzyskie	80	76	766,5	618,1	3188	1690	83	11562,0
Warmińsko–mazurskie ...	80	70	436,4	267,3	2529	1869	257	4845,6
Wielkopolskie	252	225	1329,5	785,7	9233	6427	109	27352,2
Zachodniopomorskie	114	110	684,4	211,7	6743	6217	916	13097,7

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

Roczne wpływy z opłaty targowej według województw w 2006 r.
w tys. zł



Liczba targowisk stałych według województw w 2006 r.
Stan w dniu 31 XII

