



Rynek wewnętrzny w województwie warmińsko-mazurskim w latach 2013–2018

Internal market
in Warmińsko-Mazurskie Voivodship in 2013–2018

Opracowanie merytoryczne

Content-related works

Urząd Statystyczny w Olsztynie, Warmińsko-Mazurski Ośrodek Badań Regionalnych
Statistical Office in Olsztyn, Warmińsko-Mazurski Centre for Regional Surveys

Autor

Author

Mariola Kardasińska

Kierujący

Supervisor

Elżbieta Lorek

Skład i opracowanie graficzne

Typesetting and graphics

Joanna Abramowicz, Bożena Jarzabek, Aleksandra Kłosińska, Wioletta Wasilewska

ISBN 978-83-63285-67-8

Publikacja dostępna na stronie internetowej

Publication available on website

olsztyn.stat.gov.pl

Przy publikowaniu danych Urzędu Statystycznego prosimy o podanie źródła

When publishing Statistical Office data please indicate the source



Urząd Statystyczny
w Olsztynie

10-555 OLSZTYN, UL. TADEUSZA KOŚCIUSZKI 78/82


Przedmowa

Przekazuję Państwu publikację „Rynek wewnętrzny w województwie warmińsko-mazurskim w latach 2013–2018”. Celem opracowania jest przedstawienie organizacji i struktury rynku wewnętrznego w województwie oraz rezultatów działalności handlowej i gastronomicznej. Zawarte w opracowaniu informacje dotyczą liczby i form organizacyjnych podmiotów prowadzących działalność handlową i gastronomiczną oraz rozmiarów sprzedaży i liczby pracujących.

Publikacja składa się z syntezy, analizy, części tabelarycznej oraz uwag metodologicznych. Została ona wzbogacona o wykresy i mapy, które ilustrując najważniejsze zjawiska i procesy umożliwiają dokonywanie porównań między województwami i powiatami. Opracowanie dostępne jest na stronie internetowej Urzędu Statystycznego w Olsztynie.

Przekazując do rąk Państwa niniejsze opracowanie składam serdeczne podziękowania wszystkim osobom i instytucjom za współpracę oraz przekazane dane, które przyczyniły się do wzbogacenia zawartości publikacji. Wyrażam również nadzieję, że publikacja dostarczy cennych informacji wszystkim zainteresowanym tematyką handlu i usług w naszym województwie. Jednocześnie proszę o zgłaszanie uwag i sugestii, które pozwolą udoskonalić kolejne opracowania z tego zakresu tematycznego.

Dyrektor
Urzędu Statystycznego w Olsztynie



Marek Morze

Olsztyn, grudzień 2019 r.

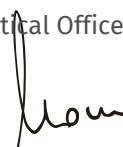
Preface

I present the publication „Internal market in Warmińsko-Mazurskie Voivodship in years 2013–2018”. The aim of the study is presenting an organization and a structure of the internal market in voivodship as well as results of trade and catering services. The data included in the elaboration concerns the number and organizational forms of economic entities conducting trade and catering activities and value of retail and wholesale sales as well as number of employed persons.

The elaboration consists of executive summary, analysis, the tabular part and methodological notes. It was enriched with charts and maps that illustrating the most important phenomena and processes enable comparisons between voivodships and powiats. The study is available on the website of the Statistical Office in Olsztyn.

Presenting this publication I would like to express my sincere gratitude to all persons and institutions for the cooperation and delivered data that enriched content of the publication. I hope this publication will deliver valuable information for all persons interested in the subject trade and services in our voivodship. At the same time I kindly ask for any comments and suggestions that will allow to improve next editions in this thematic scope.

Director
of the Statistical Office in Olsztyn



Marek Morze

Olsztyn, December 2019

Spis treści

Contents

Przedmowa	3
Preface	
Objaśnienia znaków umownych. Ważniejsze skróty	8
Symbols. Major abbreviations	
Synteza	9
Executive summary	
Analiza	11
Analysis	
Uwagi metodologiczne	23
Methodological notes	
Objaśnienia podstawowych pojęć	24
Explanation of basic definitions	
Spis wykresów	
List of charts	
Wykres 1. Liczba ludności na 1 sklep	12
Chart 1. Population per shop	
Wykres 2. Struktura powierzchni sprzedażowej sklepów	13
Chart 2. Structure of sales area of shops	
Wykres 3. Liczba sklepów według wybranych form organizacyjnych	14
Chart 3. Number of shops by selected organizational forms	
Wykres 4. Sprzedaż detaliczna towarów na 1 mieszkańca	16
Chart 4. Retail sales per capita	
Wykres 5. Struktura sprzedaży detalicznej towarów (ceny bieżące)	17
Chart 5. Structure of retail sales (current prices)	
Wykres 6. Struktura sprzedaży hurtowej towarów w przedsiębiorstwach handlowych (ceny bieżące)	18
Chart 6. Structure of wholesale in trade enterprises (current prices)	
Wykres 7. Sieć placówek gastronomicznych	21
Chart 7. Network of catering establishment	

Spis map

List of maps

Mapa 1.	Liczba ludności przypadająca na 1 sklep w 2018 r.	12
Map 1.	Number of population per shop in 2018	
Mapa 2.	Sprzedaż detaliczna towarów na 1 mieszkańca w 2018 r.	16
Map 2.	Retail sales per capita in 2018	
Mapa 3.	Sprzedaż hurtowa towarów w przedsiębiorstwach handlowych w 2018 r. (ceny bieżące)	18
Map 3.	Wholesale in trade enterprises in 2018 (current prices)	
Mapa 4.	Sprzedaż z działalności gastronomicznej na 1 mieszkańca w 2018 r.	20
Map 4.	Sales from catering activity per capita in 2018	
Mapa 5.	Powierzchnia targowisk w 2018 r.	22
Map 5.	Area of marketplaces in 2018	

Tablice Excel

Excel tables

Tabl. 1.	Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w rejestrze Regon według sekcji Entities of the national economy recorded in the Regon register by sections
Tabl. 2.	Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w rejestrze Regon w sekcji handel; naprawa pojazdów samochodowych oraz zakwaterowanie i gastronomia Entities of the national economy recorded in the Regon register by section trade; repair of motor vehicles as well as accommodation and catering
Tabl. 3.	Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w rejestrze Regon w sekcji handel; naprawa pojazdów samochodowych oraz zakwaterowanie i gastronomia według podregionów i powiatów Entities of the national economy recorded in the Regon register by section trade; repair of motor vehicles as well as accommodation and catering by subregions and powiats
Tabl. 4.	Sklepy według powierzchni sprzedażowej Shops by sales area
Tabl. 5.	Sklepy według form organizacyjnych i stacje paliw Shops by organizational forms and petrol stations
Tabl. 6.	Sklepy według form organizacyjnych i stacje paliw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób Shops by organizational forms and petrol stations employing more than 9 persons
Tabl. 7.	Sklepy według form organizacyjnych i stacje paliw według podregionów i powiatów Shops by organizational forms and petrol stations by subregions and powiats
Tabl. 8.	Sklepy i stacje paliw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób według specjalizacji Shops and petrol stations employing more than 9 persons by specialization
Tabl. 9.	Sklepy według wybranych specjalizacji oraz podregionów i powiatów Shops by selected specialization and by subregions and powiats
Tabl. 10.	Sprzedaż detaliczna towarów (ceny bieżące) Retail sales (current prices)
Tabl. 11.	Sprzedaż detaliczna towarów według grup (ceny bieżące) Retail sales by groups (current prices)

- Tabl. 12. Sprzedaż hurtowa towarów w przedsiębiorstwach handlowych (ceny bieżące)
Wholesale in trade enterprises (current prices)
- Tabl. 13. Magazyny handlowe
Trade warehouses
- Tabl. 14. Gastronomia
Catering
- Tabl. 15. Targowiska według podregionów i powiatów
Marketplaces by subregions and powiats
- Tabl. 16. Sklepy według powierzchni sprzedażowej w 2018 r.
Shops by sales area in 2018
- Tabl. 17. Sklepy w 2018 r.
Shops in 2018
- Tabl. 18. Sklepy według form organizacyjnych i stacje paliw w 2018 r.
Shops by organizational forms and petrol stations in 2018
- Tabl. 19. Sprzedaż detaliczna towarów (ceny bieżące) w 2018 r.
Retail sales (current prices) in 2018
- Tabl. 20. Struktura sprzedaży detalicznej towarów (ceny bieżące) w 2018 r.
Structure of retail sales (current prices) in 2018
- Tabl. 21. Struktura sklepów według form własności w 2018 r.
Structure shops by ownership forms in 2018
- Tabl. 22. Sprzedaż hurtowa towarów w przedsiębiorstwach handlowych (ceny bieżące) w 2018 r.
Wholesale in trade enterprises (current prices) in 2018
- Tabl. 23. Magazyny handlowe w 2018 r.
Trade warehouses in 2018
- Tabl. 24. Gastronomia w 2018 r.
Catering in 2018
- Tabl. 25. Targowiska w 2018 r.
Marketplaces in 2018

W wersji angielskiej: przedmowa, spis treści, synteza, tablice, wykresy, mapy, uwagi metodologiczne.
English version: preface, contents, executive summary, tables, charts, maps, methodological notes.

Objaśnienia znaków umownych

Symbols

Symbol Symbol	Opis Description
Kreska (-)	zjawisko nie wystąpiło magnitude zero
Zero (0)	zjawisko istniało w wielkości mniejszej od 0,5 magnitude not zero, but less than 0,5 of a unit
(0,0)	zjawisko istniało w wielkości mniejszej od 0,05 magnitude not zero, but less than 0,05 of a unit
Kropka (.)	zuppełny brak informacji albo brak informacji wiarygodnych data not available or not reliable
Znak x	wypełnienie pozycji jest niemożliwe lub niecelowe not applicable
Znak Δ	oznacza, że nazwy zostały skrócone w stosunku do obowiązującej klasyfikacji categories of applied classification are presented in abbreviated form
Znak #	oznacza, że dane nie mogą być publikowane ze względu na konieczność zachowania tajemnicy statystycznej w rozumieniu ustawy o statystyce publicznej data may not be published due to the necessity of maintaining statistical confidentiality in accordance with the Law on Official Statistics
„W tym” „Of which”	oznacza, że nie podaje się wszystkich składników sumy term indicates that not all elements of sum are given

Ważniejsze skróty

Major abbreviations

tys. thous.	tysiąc thousand
mln	milion million
mld	miliard billion
zł PLN	złoty Polish zloty
m ²	metr kwadratowy square metre
szt.	sztuka piece, unit
p. proc.	punkt procentowy percentage point

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

Synteza

Sprzedaż detaliczna (w cenach bieżących) zrealizowana w 2018 r. w województwie przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe wyniosła 13,9 mld zł i była o 2,0% niższa niż przed rokiem. Województwo warmińsko-mazurskie było jednym z trzech województw, w którym odnotowano spadek sprzedaży w porównaniu z 2017 r. W porównaniu do poziomu z lat 2013–2016 sprzedaż detaliczna w województwie wzrosła. Udział województwa w sprzedaży krajowej w 2018 r. wyniósł 1,6% i był najniższy od 2013 r.

Wartość sprzedaży detalicznej na 1 mieszkańca województwa w 2018 r. wyniosła 9 731 zł (w kraju 22 442 zł) i była najniższa w kraju. Na przestrzeni 6 lat (2013–2018) najwyższa sprzedaż na 1 mieszkańca województwa wystąpiła w 2015 r., a najniższa w 2013 r.

Na koniec 2018 r. liczba sklepów w województwie wyniosła 11,6 tys. i była mniejsza niż w latach 2013–2017. Sklepy działające na terenie województwa stanowiły 3,4% sklepów w kraju. Powierzchnia sprzedażowa sklepów wyniosła 1 307 tys. m² i wzrosła w stosunku do lat 2013–2016. W porównaniu z rokiem poprzednim ubyło w województwie 4,6% powierzchni sprzedażowej sklepów. Liczba stacji paliw wyniosła 275. Zagęszczenie stacji paliw na 1000 km² powierzchni ogólnej wyniosło w województwie 11 obiektów, podczas gdy średnia dla kraju to 30 stacji paliw. Był to, podobnie jak w latach ubiegłych, najniższy wskaźnik w kraju.

W 2018 r. sprzedaż z działalności gastronomicznej (w cenach bieżących) przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób wyniosła 504,0 mln zł i stanowiła 1,9% sprzedaży krajowej. Była to najwyższa sprzedaż odnotowana w województwie od 2013 r. W porównaniu z 2017 r. sprzedaż była wyższa o 12,3%.

Liczba placówek gastronomicznych w województwie, w przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób, (podobnie jak rok wcześniej) wyniosła 443, z czego 38,4% stanowiły restauracje, 33,4% bary, 15,3% punkty gastronomiczne i 12,9% stołówki.

Executive summary

Retail sales (in current prices) realized in 2018 in the voivodship by trade and non-trade enterprises amounted to PLN 13.9 billion and was by 2.0% lower than last year. Compared to 2017, Warmińsko-Mazurskie Voivodship was one of the three voivodships in which sales decreased. Compared to the 2013-2016 level, retail sales in the voivodship increased. The voivodship's share in domestic sales in 2018 was 1.6% and was the lowest since 2013.

In 2018, the value of retail sales per capita in the voivodship amounted to PLN 9 731 (in the country PLN 22 442) and was the lowest in the country. Over the last 6 years (2013–2018), the highest sales per capita in the voivodship were achieved in 2015, and the lowest in 2013.

At the end of 2018, the number of shops in the voivodship was 11.6 thousand and was smaller than in the years 2013–2017. Shops operating in the voivodship accounted for 3.4% of shops in the country. The sales area of shops amounted to 1 307 thousand m² and increased compared to 2013-2016. In comparison with the previous year, 4.6% of sales area of shops declined in the voivodship. The number of petrol stations was 275. Density of petrol stations per 1000 km² of total area amounted to 11 facilities in the voivodship, while the average for the country is 30 petrol stations. As in previous years, it was the lowest indicator in the country.

In 2018, sales from catering activities (in current prices) of enterprises employing more than 9 persons amounted to PLN 504.0 million and accounted for 1.9% of domestic sales in this group of enterprises. It was the highest sales recorded in the voivodship since 2013. Compared to 2017, sales growth was higher by 12.3%.

In the voivodship, the number of catering establishments in enterprises employing more than 9 persons was 443 (as in previous year), of which 38.4% were restaurants, 33.4% bars, 15.3% food stands and 12.9% canteens.

Analiza

Przedsiębiorstwa handlowe

W końcu grudnia 2018 r. w województwie warmińsko-mazurskim w sekcji „Handel; naprawa pojazdów samochodowych^Δ” było zarejestrowanych 24,6 tys. podmiotów. Ich liczba od 2013 r. sukcesywnie malała. W stosunku do roku poprzedniego było ich mniej o 3,3% a w porównaniu z 2013 r. o 11,0%. Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane do tej sekcji stanowiły 19,4% wszystkich podmiotów zarejestrowanych w województwie w rejestrze REGON. Najwięcej przedsiębiorstw prowadzących działalność handlową zarejestrowanych było w dziale, w którym podstawowym rodzajem działalności był handel detaliczny^Δ (61,5%). Handel hurtowy^Δ stanowił 21,2% ogółu jednostek zarejestrowanych w sekcji „Handel; naprawa pojazdów samochodowych^Δ”, a handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi oraz ich naprawa^Δ 17,3%.

Działalność w sekcji „Handel; naprawa pojazdów samochodowych^Δ” prawie w całości prowadzona była przez podmioty sektora prywatnego (99,8%). Właścicielami najczęściej były osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą (81,9% ogółu przedsiębiorstw handlowych województwa), spółki cywilne (10,8%) i handlowe (6,8%).

Tablica 1. Przedsiębiorstwa prowadzące działalność w handlu i gastronomii

Stan w dniu 31 XII

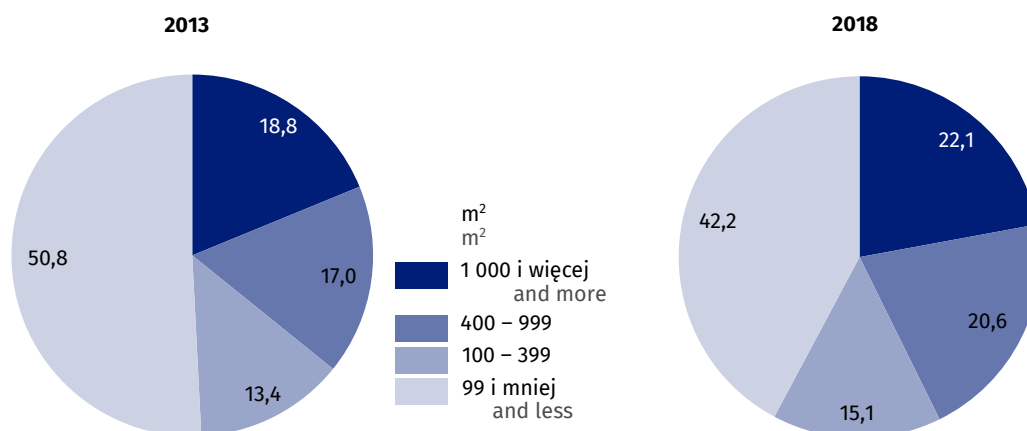
Table 1. Enterprises conducting activity in trade and catering
As of 31 XII

Wyszczególnienie Specification	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Handel; naprawa pojazdów samochodowych^{Δa} Trade; repair of motor vehicles^a	27 667	27 568	26 856	26 137	25 459	24 619
w tym: of which:						
handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi oraz ich naprawa ^Δ wholesale and retail trade and repair of motor vehicles and motorcycles	3 840	3 965	3 997	4 002	4 121	4 257
handel hurtowy ^Δ wholesale trade ^Δ	6 016	5 970	5 909	5 842	5 745	5 222
handel detaliczny ^Δ retail trade ^Δ	17 811	17 633	16 950	16 293	15 593	15 140
Zakwaterowanie i gastronomia ^Δ Accommodation and catering ^Δ	3 451	3 626	3 617	3 633	3 688	3 829

a Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w rejestrze REGON.
a Entities of the national economy recorded in the Regon register.

W sekcji „Zakwaterowanie i gastronomia^Δ” zarejestrowanych było w województwie 3,8 tys. podmiotów, tj. 3,0% ogółu podmiotów zarejestrowanych w wojewódzkim rejestrze REGON. Od 2013 r. ich liczba systematycznie zwiększyła się. Do 2017 r. odnotowano wzrost o 3,8%, a do 2013 r. o 11,0%. Przedsiębiorstwa prowadzące działalność gastronomiczną, podobnie jak jednostki handlowe, niemal w całości należały do sektora prywatnego. Ich właścicielami były w znacznej części osoby fizyczne (79,0%).

Wykres 2. Struktura powierzchni sprzedażowej sklepów
 Chart 2. Structure of sales area of shops



Struktura sklepów według ich wielkości w województwie warmińsko-mazurskim w omawianym okresie (lata 2013–2018) utrzymywała się na podobnym poziomie. W województwie, podobnie jak w całym kraju, dominowały sklepy małe, tj. o powierzchni sprzedażowej do 99 m². Ich udział w 2018 r. w ogólnej liczbie sklepów wyniósł 86,6% (w kraju 88,2%). W stosunku do 2013 r. liczba tych sklepów zmniejszyła się o 10,6% (w kraju spadek o 5,9%).

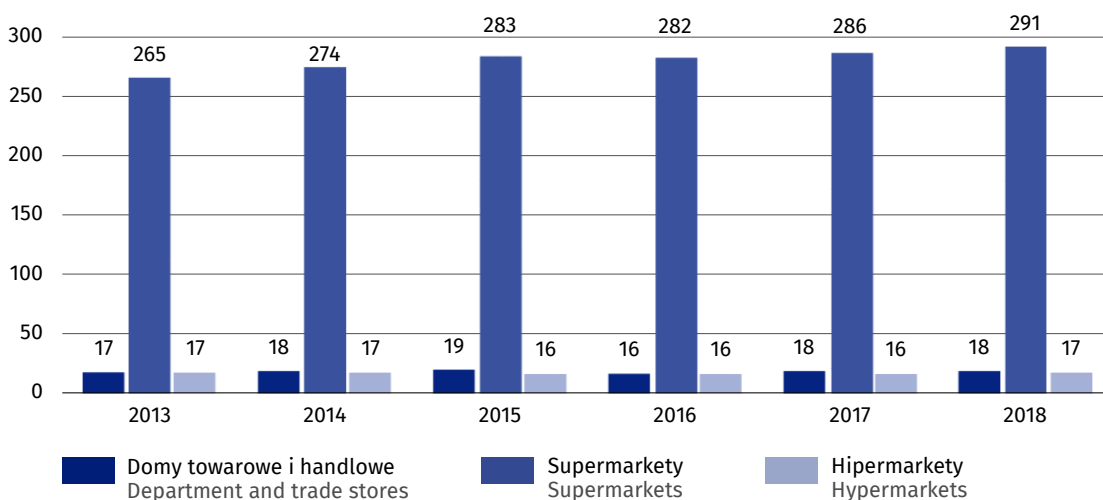
Tablica 2. Sklepy
 Table 2. Shops

Wyszczególnienie Specification	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Sklepy ogółem Shops total	12 493	12 719	12 502	12 598	12 336	11 578
w tym sklepy przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób of which shops enterprises employing more than 9 persons	2 950	3 007	3 073	3 145	3 246	3 206
powierzchnia sprzedażowa w m ² sales area in m ²	1 217 874	1 215 123	1 254 593	1 307 068	1 370 249	1 307 116
w tym sklepy przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób of which shops enterprises employing more than 9 persons	679 268	718 094	741 702	759 391	808 943	834 872
Liczba ludności na 1 sklep Population per shop	116	114	115	114	116	123

W stosunku do 2013 r. odnotowano w województwie wzrost łącznej liczby supermarketów i hipermarketów o 9,2%. W 2018 r. na jeden sklep tych kategorii przypadło średnio 4 640 osób (w kraju 4 668). W grupie sklepów dużych, w województwie w końcu grudnia 2018 r. działało m.in. 291 supermarketów i 17 hipermarketów (w 2017 r. odpowiednio: 265 i 17).

Wykres 3. Liczba sklepów według wybranych form organizacyjnych

Stan w dniu 31 XII

Chart 3. Number of shops by selected organizational forms
As of 31 XII

W województwie w 2018 r. w przedsiębiorstwach, o liczbie pracujących powyżej 9 osób, liczba sklepów wyniosła 3,2 tys. Ich liczba w porównaniu z rokiem poprzednim zmniejszyła się o 1,2%, natomiast w porównaniu z 2013 r. zwiększyła się o 8,7%. Biorąc pod uwagę podział na specjalizacje branżowe najliczniejszą grupę w 2018 r. (podobnie jak w kraju) stanowiły w województwie placówki o specjalizacji branżowej ogólnospożywczej (25,5%) oraz z wyrobami odzieżowymi (12,4%). Najmniej liczne były sklepy o specjalizacji owocowo-warzywnej, które stanowiły 0,4% sklepów. W województwie, w porównaniu z rokiem poprzednim, odnotowano wzrost liczby sklepów w większości specjalizacji. Największy wzrost miał miejsce w branży z wyrobami odzieżowymi – o 27 sklepów (wzrost o 7,3%) oraz mięsnej – o 11 (5,9%). Natomiast największy spadek liczby sklepów odnotowano w specjalizacji branżowej piekarniczo-ciastkarskiej – o 31 (9,7%). W stosunku do 2013 r. wzrosła liczba sklepów w branży z wyrobami odzieżowymi – o 158 sklepów (wzrost o 66,4%) i piekarniczo-ciastkarskiej – o 86 (o 42,2%). Odnotowano spadek sklepów w branży ogólnospożywczej – o 81 sklepów (o 9,0%).

Na koniec 2018 r. liczba stacji paliw w województwie warmińsko-mazurskim wyniosła 275 i w stosunku do 2017 r. była mniejsza o 0,7%, a w porównaniu z 2013 r. o 22,3%. W 2018 r. stacje paliw działające na terenie województwa stanowiły 2,9 % stacji działających w kraju.

Tablica 3. Stacje paliw

Table 3. Petrol stations

Wyszczególnienie Specification	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Stacje paliw ogółem Petrol stations total	354	266	310	285	277	275
w tym stacje, w których liczba pracujących przekracza 9 osób of which petrol stations employing more than 9 persons	208	187	191	191	189	183

Wskaźnik zagęszczenia stacji paliw wyniósł w województwie 11 obiektów, podczas gdy średnia dla kraju wyniosła 30 stacji paliw na 1000 km² powierzchni. Był to zatem, podobnie jak w roku poprzednim, najniższy wskaźnik w kraju.

Sprzedaż detaliczna

W 2018 r. sprzedaż detaliczna towarów (w cenach bieżących) zrealizowana przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe w województwie warmińsko-mazurskim wyniosła 13,9 mld zł i była niższa o 2,0% niż w 2017 r. i wyższa o 6,0% w porównaniu z 2013 r. Województwo warmińsko-mazurskie było jednym z trzech województw, w którym odnotowano spadek sprzedaży w porównaniu z rokiem poprzednim. Udział województwa w sprzedaży krajowej w 2018 r. wyniósł 1,6% i był najniższy od 2013 r. (2015 r. – 2,1%, 2013 r. i 2014 r. – 1,9%, 2016 r. i 2017 r. – 1,8%).

Tablica 4. Sprzedaż detaliczna towarów (ceny bieżące)

Table 4. Retail sales (current prices)

Wyszczególnienie Specification	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ogółem w mln zł Total in million PLN	13 138,5	13 665,8	15 158,4	13 772,0	14 211,5	13 928,6
rok poprzedni = 100 previous year =100	95,8	104,0	110,9	90,9	103,2	98,0
w tym: of which:						
przedsiębiorstwa handlowe ¹ trade enterprises ¹	2 504,2	2 501,1	2 791,1	2 320,5	2 363,0	2 515,0
przedsiębiorstwa prowadzące działalność handlową ² enterprises conducting trade activity ²	7 025,4	7 400,4	6 738,5	6 406,0	6 772,0	6 841,8
na 1 mieszkańca w zł per capita in PLN	9 072	9 454	10 510	9 578	9 905	9 731
rok poprzedni = 100 previous year =100	96,0	104,2	111,2	91,1	103,4	102,4

1 W których liczba pracujących przekracza 49 osób. 2 Bez placówek gastronomicznych, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.
1 Employing more than 49 persons. 2 Excluding catering establishments employing more than 9 persons.

W 2018 r. wartość sprzedaży detalicznej w przeliczeniu na 1 mieszkańca województwa wyniosła 9 731 zł (w kraju 22 442 zł) i była najniższa w kraju. W stosunku do roku poprzedniego odnotowano spadek sprzedaży o 1,8% (w kraju wzrost o 6,4%). Na przestrzeni 6 lat (2013–2018) najwyższą sprzedaż na 1 mieszkańca województwa osiągnięto w 2015 r. (10 510 zł), a najniższą w 2013 r. (9 072 zł).

nastąpił wzrost o 3,3 p. proc. (do 2013 r. spadek o 4,8 p. proc.). Udział sprzedaży detalicznej napojów alkoholowych w 2018 r. wyniósł 4,5% i utrzymał się na poziomie z 2017 r. oraz wzrósł o 0,6 p. proc w stosunku do 2013 r.

Wykres 5. Struktura sprzedaży detalicznej towarów^a (ceny bieżące)

Chart 5. Structure of retail sales^a (current prices)



^a Dane dotyczą przedsiębiorstw prowadzących działalność handlową (bez placówek gastronomicznych), w których liczba pracujących przekracza 9 osób.
^a Data concern enterprises conducting trade activity (excluding catering establishments) employing more than 9 persons.

Sprzedaż hurtowa¹

Wartość sprzedaży hurtowej zrealizowanej przez przedsiębiorstwa handlowe (w cenach bieżących) w 2018 r. wyniosła 10,6 mld zł i osiągnęła najwyższą wartość na przestrzeni ostatnich 6 lat. Była o 15,3% wyższa niż przed rokiem (w kraju wzrost o 10,9%) i o 74,5% w stosunku do 2013 r. W 2018 r. udział województwa w sprzedaży krajowej wyniósł 1,0% i był jednym z najniższych w kraju.

Tablica 5. Sprzedaż hurtowa towarów (ceny bieżące)

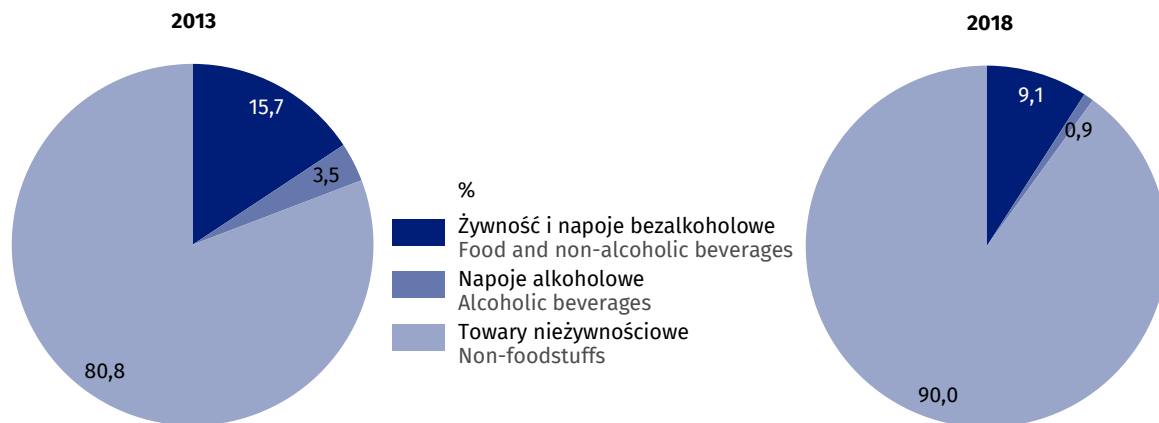
Table 5. Wholesale (current prices)

Wyszczególnienie Specification	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ogółem w mln zł Total in million PLN	6 100,6	6 495,6	7 172,4	8 167,9	9 233,3	10 648,1
rok poprzedni = 100 previous year =100	97,4	106,5	110,4	113,9	113,0	115,3

W 2018 r. w strukturze sprzedaży 90,0 % stanowiły towary nieżywnościowe (konsumpcyjne i niekonsumpcyjne), 9,1% żywność i napoje bezalkoholowe oraz 0,9% napoje alkoholowe. W stosunku do 2017 r. struktura sprzedaży nie uległa znacznym zmianom, tj. odpowiednio: spadek o 0,1 p. proc., wzrost o 0,2 p. proc., spadek o 0,1 p. proc.

¹ Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

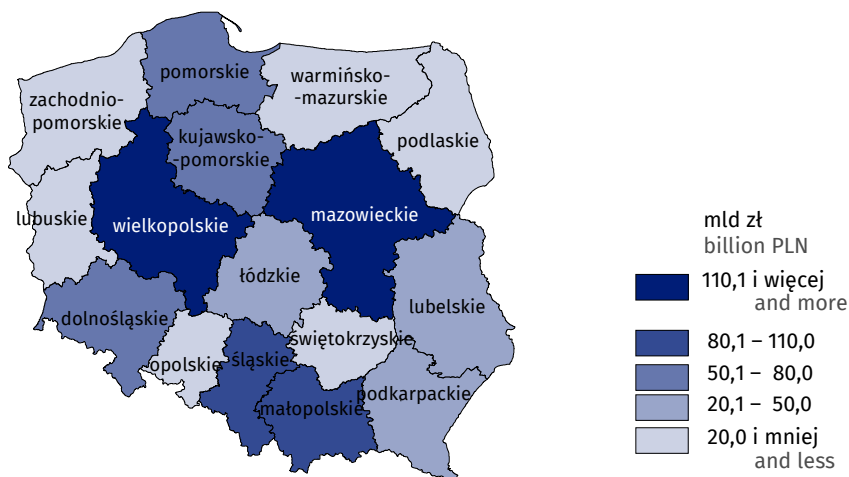
Wykres 6. Struktura sprzedaży hurtowej towarów w przedsiębiorstwach handlowych^a (ceny bieżące)
 Chart 6. Structure of wholesale in trade enterprises^a (current prices)



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

Odnośząc się do roku 2013 zaobserwowano widoczne zmiany w strukturze sprzedaży. Wzrósł udział (o 9,2 p. proc.) sprzedaży towarów nieżywnościowych, a zmniejszył się udział sprzedaży hurtowej żywności i napojów bezalkoholowych oraz napojów alkoholowych (odpowiednio: o 6,6 p. proc. i o 2,6 p. proc.).

Mapa 3. Sprzedaż hurtowa towarów w przedsiębiorstwach handlowych^a w 2018 r. (ceny bieżące)
 Map 3. Wholesale in trade enterprises^a in 2018 (current prices)



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

Magazyny handlowe²

Na koniec 2018 r. przedsiębiorstwa prowadzące działalność hurtową składowały towary w 774 magazynach (bez silosów i zbiorników). Największą część stanowiły magazyny zamknięte (530, tj. 68,5%). Pozostałe pozycje to place składowe (127 – 16,4%) i magazyny zadaszone (117 – 15,1%). Powierzchnia składowa magazynów wyniosła łącznie ponad 866 tys. m² i była większa niż w 2015 r. o 20,8%. W strukturze powierzchni składowej magazyny zamknięte stanowiły 48,5% ogólnej powierzchni, place składowe – 45,1%, a magazyny zadaszone – 6,3%. W porównaniu z 2015 r. zanotowano odpowiednio: wzrost o 19%, o 27,0% i spadek o 2,1%.

Tablica 6. Magazyny handlowe

Table 6. Trade warehouses

Wyszczególnienie Specification	Magazyny zamknięte Secured warehouses		Magazyny zadaszone Roofed warehouses		Place składowe Storage sites		Silosy i zbiorniki Siloes and reservoirs	
	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	Liczba Number	Pojemność w m ³ Capacity in m ³
2015	516	353 300	79	55 910	100	307 874	248	632 970
2018	530	420 484	117	54 755	127	391 128	177	372 345
2015=100	102,7	119,0	148,1	97,9	127,0	127,0	71,4	58,8

Towary płynne, półpłynne i gazowe oraz sypkie, sproszkowane, drobnoziarniste, itp. przedsiębiorstwa hurtowe magazynowały w 177 silosach i zbiornikach, o pojemności łącznej ponad 372 dam³. Liczba silosów i zbiorników zmalała w stosunku do 2015 r. o 28,6%. Zmniejszeniu uległa również ich pojemność (o 41,2%).

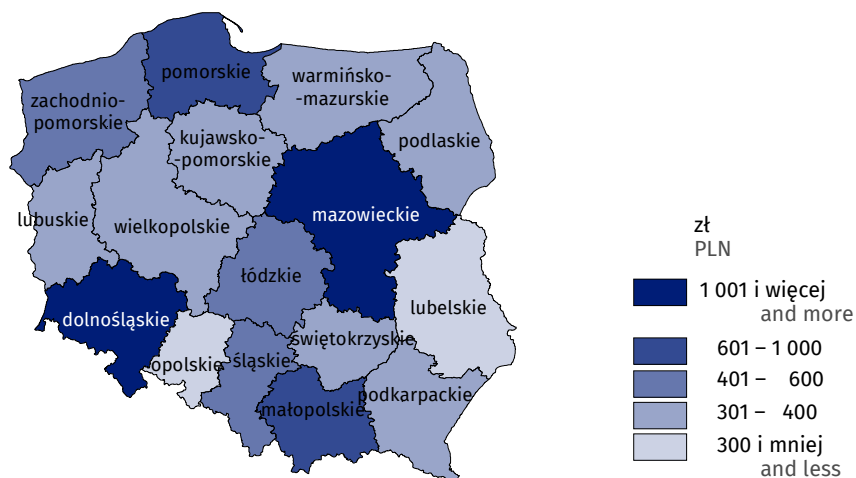
Gastronomia³

Wartość sprzedaży z działalności gastronomicznej (w cenach bieżących) w 2018 r. wyniosła 504,0 mln zł i była większa od uzyskanej w latach 2013–2017. W porównaniu z rokiem poprzednim zaobserwowano wzrost przychodów o 12,3% (w kraju wzrost o 7,2%). Procentowy wzrost przychodów odnotowano niemal we wszystkich województwach, przy czym w województwie warmińsko-mazurskim był jednym z najwyższych w kraju. Sprzedaż z działalności gastronomicznej województwa stanowiła 1,9% sprzedaży krajowej.

Wraz ze wzrostem sprzedaży odnotowano wzrost sprzedaży na 1 mieszkańca województwa, która w 2018 r. wyniosła 352 zł (w kraju 678 zł) i była o 12,5% wyższa niż w 2017 r. (w kraju wzrost o 7,3%).

² Dane dotyczą przedsiębiorstw prowadzących działalność hurtową, w których liczba pracujących przekracza 9 osób; badanie prowadzone jest w cyklu trzyletnim.

³ Dane dotyczą przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób.

Mapa 4. Sprzedaż z działalności gastronomicznej^a na 1 mieszkańca w 2018 r.Map 4. Sales from catering^a activity per capita in 2018

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

Przychody produkcji gastronomicznej stanowiły w 2018 r. 81,4% przychodów z działalności gastronomicznej województwa (w kraju 86,2%) i wyniosły 410,4 mln zł. Drugą pozycję pod względem wielkości przychodów z działalności gastronomicznej, tj. 11,9% (w kraju 7,9%), zajęły przychody ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych, które wyniosły w województwie 60,1 mln zł. Kolejną grupę stanowiły przychody ze sprzedaży towarów handlowych (bez napojów alkoholowych) z wartością 29,8 mln zł. Ich udział w przychodach z działalności gastronomicznej wyniósł 5,9% (w kraju 5,2%). Ostatnią grupę tworzą przychody z pozostałej działalności, które osiągnęły w 2018 r. wartość zaledwie 3,7 mln zł i stanowiły, podobnie jak w kraju, jedynie 0,7% przychodów.

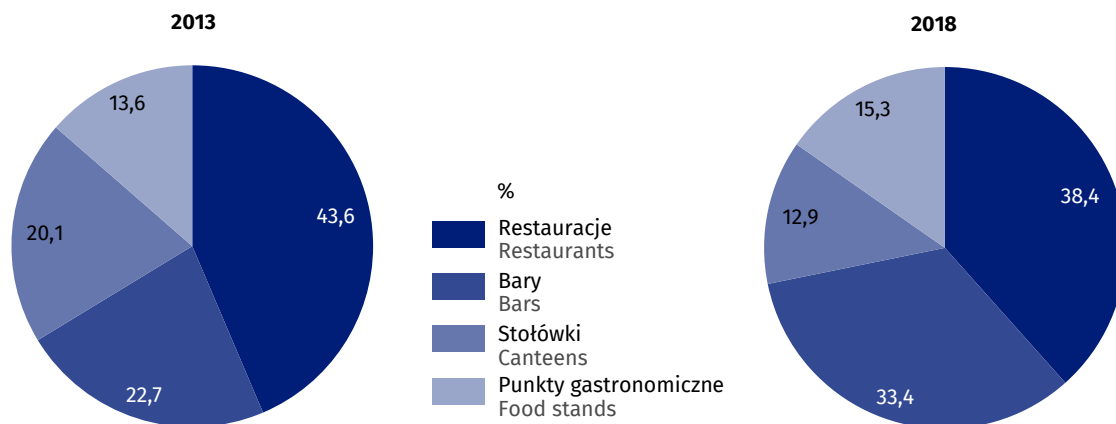
Tablica 7. Gastronomia

Table 7. Catering

Wyszczególnienie Specification	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Sprzedaż z działalności gastronomicznej (ceny bieżące) w mln zł Sales from catering activity (current prices) in million PLN	296,4	316,6	418,9	458,4	448,8	504,0
rok poprzedni = 100 previous year =100	106,7	106,8	132,3	109,4	97,9	112,3
na 1 mieszkańca w zł per capita in PLN	205	219	290	319	313	352
rok poprzedni = 100 previous year =100	107,3	106,8	132,4	110,0	98,1	112,5
Liczba placówek gastronomicznych (stan w dniu 31 XII) Number of catering establishments (as of 31 XII)	397	378	492	504	443	443

W 2018 r. liczba placówek gastronomicznych w województwie pozostała na poziomie roku poprzedniego i wyniosła 443, co stanowiło 2,5% placówek gastronomicznych w kraju. Restauracje stanowiły 38,4% wszystkich placówek województwa, bary – 33,4%, punkty gastronomiczne – 15,3% i stołówki – 12,9%. Od 2013 r. zwiększyła się liczba barów (wzrost o 64,4%) i punktów gastronomicznych (o 25,9%). Spadek odnotowano w liczbie stołówek (spadek o 28,8%) oraz restauracji (o 1,7%).

Wykres 7. Sieć placówek gastronomicznych^a
 Stan w dniu 31 XII
 Chart 7. Network of catering establishments^a
 As of 31 XII



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

Targowiska

W końcu 2018 r. w województwie warmińsko-mazurskim zarejestrowane były 83 targowiska stałe, w tym 80 targowisk z przewagą sprzedaży drobnodetalicznej. Mniej targowisk niż w warmińsko-mazurskim działało w pięciu województwach (pomorskim, podlaskim, świętokrzyskim, lubuskim i opolskim). Liczba targowisk w województwie nie zmieniła się od 2015 r. Natomiast w stosunku do 2013 r. odnotowano wzrost o 3 targowiska. Województwo warmińsko-mazurskie znalazło się w grupie województw o najmniejszej powierzchni targowisk stałych. Ogólna powierzchnia w 2018 r. wyniosła 385,7 tys. m² i była mniejsza niż w latach 2013–2017. W stosunku do roku poprzedniego zmniejszyła się o 2,8%, a w porównaniu z 2013 r. o 1,2%. Największa powierzchnia targowisk znajdowała się w powiecie etckim – 53,5 tys. m² (2 targowiska) i Olsztynie – 42,7 tys. m² (4), a najmniejsza w powiecie nidzickim – 3,6 tys. m² (4).

Na obszarze targowisk handel prowadzony był w 2,8 tys. stałych punktach sprzedaży drobnodetalicznej takich jak kioski, stragany i magazyny, wśród których 2,1 tys. działało codziennie. Najwięcej targowisk zarejestrowanych było w powiecie olsztyńskim (11), a najmniej w Elblągu i powiecie węgorzewskim (po 1).

Uwagi metodologiczne

Zgodnie z Polską Klasyfikacją Wyrobów i Usług pod pojęciem usług rozumie się:

- wszelkie czynności świadczone na rzecz jednostek gospodarczych prowadzących działalność o charakterze produkcyjnym, tzn. usługi dla celów produkcji nietworzące bezpośrednio nowych dóbr materialnych,
- wszelkie czynności świadczone na rzecz jednostek gospodarki narodowej oraz na rzecz ludności, przeznaczone dla celów konsumpcji indywidualnej, zbiorowej i ogólnospołecznej.

Zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności (PKD) – podmioty gospodarcze prowadzące podstawową działalność zakwalifikowaną do sekcji G „HANDEL HURTOWY I DETALICZNY; NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH, WŁĄCZAJĄC MOTOCYKLE” nazywane są jednostkami handlowymi.

W publikacji zastosowano skróty dla różnych poziomów klasyfikacyjnych; wykaz skrótów i pełnych nazw według PKD podany jest poniżej:

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

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

Uwagi:

1. Liczby względne (wskaźniki, odsetki) obliczono z reguły na podstawie danych bezwzględnych wyrażonych z większą dokładnością niż podano w tablicach.
2. Zamieszczone w publikacji dane zostały zebrane zgodnie z :
 - a. Polską Klasyfikacją Działalności PKD 2007 wprowadzoną z dniem 1 stycznia 2008 r. rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 24 grudnia 2007 r. (Dz. U. Nr 251, poz. 1885), która została opracowana na podstawie Statystycznej Klasyfikacji Działalności Gospodarczych we Wspólnocie Europejskiej – Statistical Classification of Economic Activities in the European Community – NACE Rev. 2.,

- b. Polską Klasyfikacją Wyrobów i Usług – PKWiU 2015, na podstawie której dokonuje się grupowania wyrobów i towarów; PKWiU 2015, opracowana na podstawie międzynarodowych klasyfikacji i nomenklatur, wprowadzona została z dniem 1 stycznia 2016 r. rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 4 września 2015 r. (Dz. U. poz. 1676) w miejsce PKWiU 2008 obowiązującej do 31 grudnia 2015 r.
3. Przy przeliczaniu danych na 1 mieszkańca w zakresie spożycia wybranych towarów konsumpcyjnych przyjęto liczbę ludności według stanu z dnia 30 czerwca. Przy przeliczaniu danych dotyczących liczby ludności przypadającej na jeden sklep przyjęto liczbę ludności według stanu w dniu 31 grudnia.
4. Liczbę sklepów i stacji paliw wg stanu w dniu 31 grudnia w podziale na specjalizacje branżowe i formy organizacyjne ustalono na podstawie wykazu sklepów sporządzonego przez jednostki o liczbie pracujących 10 i więcej osób realizujące sprzedaż detaliczną (sprawozdanie H-01w) oraz dla jednostek, w których liczba pracujących nie przekracza 9 osób, oszacowano w oparciu o wyniki badania reprezentacyjnego przeprowadzonego na 4% próbie tych jednostek (sprawozdanie SP-3).

Objaśnienia podstawowych pojęć

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.

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

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

Sklep jest to stały punkt sprzedaży detalicznej, posiadający specjalne pomieszczenie (tj. lokal sklepowy) z oknem wystawowym oraz wnętrzem dostępnym dla klientów. 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.

Sprzedaż detaliczna towarów (łącznie z podatkiem VAT) to 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. Sprzedaż detaliczna obejmuje ponadto sprzedaż realizowaną przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet. Wartość sprzedaży detalicznej stanowi sumę sprzedaży detalicznej zrealizowaną przez jednostki handlowe i niehandlowe.

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

Stacje paliw to punkty sprzedaży detalicznej: benzyny, oleju napędowego, gazu LPG, płynów chłodzących, środków czyszczących itp.

Targowiska są to 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.

Szersze informacje oraz szczegółowe wyjaśnienia metodologiczne publikowane są w opracowaniach branżowych GUS.

Szczegółowe informacje metodologiczne oraz pojęcia statystyczne opublikowane zostały w poniższych opracowaniach:

[Rynek wewnętrzny w 2018 roku](#)

[Raport o sytuacji społeczno-gospodarczej województwa warmińsko-mazurskiego w 2018 r.](#)

[Biuletyn statystyczny województwa warmińsko-mazurskiego – III kwartał 2019 r.](#)

[Pojęcia stosowane w statystyce publicznej](#)

Methodological notes

According to **Polish Classification of Products and Services** the concept of services includes:

- every activities provided for economic units, conducting manufacturing activities, i.e. services for production purposes that do not directly create new material goods,
- every activities provided for the national economic units and for the population, designed for the individual, collective and national society consumption.

According to NACE Rev. 2 economic units conducting basic activities classified to section G “WHOLESALE AND RETAIL TRADE; REPAIR OF MOTOR VEHICLES AND MOTORCYCLES” are defined as trade units.

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

abbreviation	full name
sections	
Trade; repair of motor vehicles	Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles
Accommodation and catering	Accommodation and food service activities
divisions	
Wholesale trade	Wholesale trade, except of motor vehicles and motorcycles
Retail trade	Retail trade, except of motor vehicles and motorcycles

Retail sales are researched by type of enterprise activity, i.e. these cover sales conducted by the trade and non-trade units.

Notes:

1. Relative numbers (indices, percentages) were mainly calculated on the basis of absolute data expressed with greater accuracy than those provided in the tables.
2. Data presented in the publication were compiled according with:
 - a. the Polish Classification of Activities — PKD 2007 introduced on 1st January 2008 by the decree of the Council of Ministers, dated 24th December 2007 (Journal of Laws No. 251, item 1885), was compiled on the basis of the Statistical Classification of Economic Activities in the European Community – NACE Rev. 2.,
 - b. the Polish Classification of Goods and Services — PKWiU 2015, on the basis of which products and goods are grouped; compiled on the basis of international classifications and nomenclatures, was introduced on 1st January 2016 by the decree of the Council of Ministers, dated 4th September 2015 (Journal of Laws item 1676) replacing the classification PKWiU 2008 valid until 31st December 2015.
3. When computing data per capita within the field of the consumption of selected consumer goods, population as of 30th June was adopted. In the calculation of data concerning population per shop, population as of 31st December was adopted.

4. Number of shops and petrol stations as of December 31 by the branch specialisations and organisational forms have been established on the basis of outlets list prepared by units employing 10 and more persons, which realize retail sales (H-01w report) and for units employing up to 9 persons have been estimated on the basis of the results of a representative survey conducted on a 4% sample of these entities (SP-3).

Explanatory notes of basic terms

Catering establishments include permanent and seasonal catering establishments or 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. Mobile retail sales points and vending machines are not treated as catering establishments.

Revenues from catering activity (including VAT) cover revenues obtained from the sale of:

- trade commodities – purchased and resold in the same condition or after re-packing or bottling, including alcoholic beverages, tobacco,
- catering production – culinary and confectionery products and others prepared on its own,
- offered services – e.g. receipts from charges for using cloak-rooms, parking services, as well as the revenues from entertainment activities, for organizing parties outside the institution and in the institution, for renting restaurant room etc.).

Store is a permanent retail outlet having a special room (i.e. a store space) with a store window and an interior accessible to customers. If in large stores (e.g. in department stores, trade stores, mail order outlets) part of the sales area has been leased by another legal or natural person who on this part of the area conducts retail sales on its own account – this part is a separate store.

Retail sales of goods (including VAT) are sales of own goods and consignment (new and second-hand) in retail sales outlets, catering establishments and other sales outlets (e.g. stores, warehouses) in amounts satisfying individual needs of consumers. In addition retail sales include sales made by mail order houses or via Internet. The value of retail sales is the sum of retail sales realized by trade and non-trade entities.

Wholesale (including VAT) is an activity consisting in the resale of purchased goods on its own behalf usually to non-final recipients (other wholesalers, retailers, producers). It includes the sale of goods from commercial, one's own or leased warehouses in which stored goods are the property of a commercial enterprise. The wholesale value also includes the value of sales realized on the basis of a direct payment or contract (agents, auctioneers), as well as the value of sales performed by cleared transit consisting in the transfer of goods directly from the supplier to the consignee omitting the warehouses that carry out the delivery.

Petrol stations are outlets conducting retail sale of gasoline, diesel, oil LPG gas, other fuels, cooling liquids, cleaning agents, etc.

Marketplaces are separated area or building (place, street, covered market) where permanent or seasonal outlets are conducting retail sales activity every day or several days per week.

Broader information and detailed methodological description are published in branch statistical publications of the Central Statistical Office.

Detailed methodological information and statistical concepts have been published in the following elaborations:

[Report on the socio-economic situation of Warmińsko-Mazurskie Voivodship in 2018](#)

[Statistical bulletin of Warmińsko-Mazurskie Voivodship – III quarter 2019](#)

[Terms used in official statistics](#)