

Objaśnienia do formularza H-01w

1) Sklep jest to stały punkt sprzedaży detalicznej, posiadający specjalne pomieszczenie, tj. lokal sklepowy z oknem wystawowym oraz z wnętrzem dostępnym dla klientów. Może on stanowić jednozakładowe przedsiębiorstwo lub może być jednym z zakładów przedsiębiorstwa wielozakładowego (wielosklepowego). Sklep może znajdować się w samodzielnym budynku lub w budynkach innych np. mieszkalnych. Jeżeli w dużych sklepach 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.

Nie jest sklepem stragan, punkt sprzedaży obwoźnej i obnośnej, placowej, „wysepka handlowa”, kiosk stanowiący zamknięte pomieszczenie stałe z oknem wystawowym, którego wnętrze nie jest dostępne dla klienta, pomieszczenie sprzedażowe w hurtowni, w której prowadzona jest również sprzedaż detaliczna, jeżeli nie jest wydzielone odrębne pomieszczenie do sprzedaży detalicznej oraz pozostałe punkty sprzedaży drobnodetalicznej o charakterze ruchomym. Jeżeli jednostka prowadzi wyłącznie sprzedaż internetową (nie posiada sklepu „stacjonarnego”) nie jest objęta obowiązkiem H-01w.

2) Powierzchnia sprzedażowa sklepu/apteki – w pełnych metrach kwadratowych (rubryka 4) jest to część lokalu sklepowego, na której odbywa się sprzedaż towarów (tzn. część przeznaczona do eksponowania towarów i obsługi nabywców). Właściciele obiektów handlowych odnajmujący innym użytkownikom część powierzchni sprzedażowej nie podają na formularzu danych dotyczących tej części.

Nie należy zaliczać do powierzchni sprzedażowej sklepu/apteki: zaplecza oraz placu mieszczącego się na otwartej przestrzeni.

Uwaga: Dla stacji paliw nie należy wykazywać powierzchni sprzedażowej.

3) Do pracujących w sklepie/aptece/na stacji paliw (rubryka 5) zalicza się faktycznie pracujących: właścicieli i współwłaścicieli (łącznie z bezpłatnie pomagającymi członkami ich rodzin); zatrudnionych na podstawie stosunku pracy łącznie z sezonowymi i zatrudnionymi dorywczo; osoby zatrudnione na podstawie umowy o pracę nakładczą; agentów tj. osoby, z którymi jednostka sprawozdawcza zawarła umowę agencyjną lub umowę na warunkach zlecenia o prowadzeniu placówek handlowych, usługowych lub o wykonywaniu zleconych czynności oraz pomagających członków ich rodzin i osoby zatrudnione przez agentów (do agentów nie zalicza się osób, które prowadzą własną działalność gospodarczą); oraz osoby otrzymujące zasiłki chorobowe, macierzyńskie, ojcowskie, rodzicielskie i opiekuńcze.

Do pracujących osób **nie należy** zaliczać osób skreślonych czasowo z ewidencji, z którymi nie rozwiązano umowy o pracę; osób korzystających z urlopu wychowawczego lub bezpłatnego powyżej 3 miesięcy (nieprzerwanie), osób przebywających na świadczeniu rehabilitacyjnym, zatrudnionych na podstawie umowy-zlecenia lub umowy o dzieło, a także osób zatrudnionych na podstawie umowy o pracę w celu przygotowania zawodowego (uczniów). Nie zalicza się również pracowników udostępnianych (zatrudnionych) przez agencję pracy tymczasowej oraz pracowników zatrudnionych na kontraktach, których umowa nie ma charakteru umowy o pracę.

Jednostki, które realizują działalność związaną ze sprzedażą detaliczną paliw poprzez stację paliw i towarów poprzez sklep, prowadzoną pod jednym adresem, oddzielają te formy organizacyjne, wykazując osobno dane dotyczące paliw i sklepu. W przypadku braku podziału personelu między te formy organizacyjne należy szacunkowo podzielić pracujących między sklep i stację paliw.

4) Forma organizacyjna (rubryka 6):

1. 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).

2. 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.

3. 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.

4. 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.

5. 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.

6. Sklepy wyspecjalizowane – sklepy prowadzące sprzedaż szerokiego asortymentu artykułów do kompleksowego zaspokajania określonych potrzeb, np. ubioru, wyposażenia mieszkań, sklepy motoryzacyjne, meblowe, sportowe, zielarskie itp.

7. Apteki – stałe punkty sprzedaży detalicznej spełniające warunki sklepu, w których osoby uprawnione świadczą w szczególności usługi farmaceutyczne obejmujące: wydawanie produktów leczniczych i wyrobów medycznych, sporządzanie leków recepturowych, sporządzanie leków aptecznych, udzielanie informacji o produktach leczniczych i wyrobach medycznych.

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

9. Pozostałe sklepy – sklepy o powierzchni sal sprzedażowych do 119 m² prowadzące sprzedaż głównie towarów żywnościowych codziennego użytku oraz często nabywanych towarów nieżywnościowych.

5) Specjalizacja branżowa (rubryka 3). Przy zaliczaniu sklepu do jednej ze specjalizacji branżowych decyduje przeważająca wartość sprzedawanych towarów w okresie sprawozdawczym, np.:

01 ogólnospożywcza – obejmuje sprzedaż różnego rodzaju towarów, wśród których dominują: żywność, napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe,

02 owocowo-warzywna – obejmuje sprzedaż głównie warzyw i owoców,

03 mięsna – obejmuje sprzedaż głównie mięsa, wyrobów mięsnych i przetworów (łącznie z mięsem z drobiu i dziczyzny),

04 rybna – obejmuje sprzedaż głównie ryb i przetworów z ryb oraz z innych zwierząt wodnych,

05 piekarniczo-ciastkarska – obejmuje głównie sprzedaż pieczywa, wyrobów ciastkarskich i przetworów młynarskich, zbożowych i makaronowych,

06 napojów alkoholowych – obejmuje głównie sprzedaż napojów alkoholowych, tj. spirytusu, wódek czystych i gatunkowych, win i miodów pitnych oraz piwa,

07 kosmetyczno-toaletowa – obejmuje głównie sprzedaż środków myjących i piorących, wyrobów kosmetycznych i perfumeryjnych oraz pozostałych artykułów higieny osobistej,

08 z wyrobami tekstylnymi – obejmuje głównie sprzedaż tkanin, dzianin, bielizny domowej, artykułów pościelowych, wyrobów pasmanteryjnych,

09 odzieżowa – obejmuje sprzedaż głównie odzieży, bielizny osobistej, wyrobów pończosznich, dodatków do ubrań, artykułów galanteryjnych, wyrobów futrzarskich,

10 z obuwiami i z wyrobami skórzanymi – obejmuje sprzedaż głównie obuwia, wyrobów skórzanych, przyborów podróżnych ze skóry i jej substytutów,

11 z meblami, sprzętem oświetleniowym i pozostałymi artykułami użytku domowego – obejmuje sprzedaż: mebli, sprzętu oświetleniowego, naczyń gospodarskich, sztućców, ceramiki stołowej, wyrobów szklanych, instrumentów muzycznych, dywanów i chodników, pozostałych artykułów gospodarstwa domowego, gdzie indziej niesklasyfikowanych,

12 radiowo-telewizyjna i ze sprzętem gospodarstwa domowego – obejmuje sprzedaż artykułów i sprzętu gospodarstwa domowego, takich jak np.: pralki, lodówki, sprzęt radiowo-telewizyjny, płyty CD i DVD,

13 księgarnie i artykuły piśmienne – obejmuje sprzedaż książek, gazet i artykułów piśmiennych,

14 z pojazdami mechanicznymi – obejmuje sprzedaż pojazdów mechanicznych (łącznie z pojazdami specjalistycznymi, przyczepami i naczepami) oraz części i akcesoriów do tych pojazdów,

15 z paliwami – obejmuje sprzedaż m.in.: benzyny, oleju napędowego, gazu LPG, innych paliw itp.,

16 pozostałe – zalicza się sprzedaż wyżej niewymienionych grup branżowych, np. komputerów, telefonów, artykułów optycznych.

6) Wartość sprzedaży detalicznej (rubryka 7). Sprzedaż detaliczna realizowana poprzez sklep, aptekę lub stację paliw obejmuje sprzedaż towarów własnych i komisowych (nowych i używanych) w ilościach wskazujących na zakup dla potrzeb indywidualnych nabywców. Sprzedaż detaliczna kierowana jest do konsumenta, tj. osoby fizycznej nabywającej towar dla celów niezwiązanych z działalnością gospodarczą i zawodową (również rolniczą – sekcja A wg PKD), a jedynie do użytku własnego i nieplanującej jego odsprzedaży. Wartość sprzedaży należy podać w cenach płaconych przez konsumenta (łącznie z podatkiem VAT). Wykazywać należy łącznie sprzedaż gotówkową i bezgotówkową. Sprzedaż ratalna powinna być zaliczana do sprzedaży w pełnej wartości sprzedanych na raty towarów w okresie sprawozdawczym, tj. wartość pierwszej raty wpłaconej gotówką oraz wartość sumy uwidocznionej na czekach.

Uwaga: Nie zalicza się do sprzedaży detalicznej wartości sprzedaży: domów, mieszkań, gruntów, walut oraz energii elektrycznej, wody, gazu i ciepła dostarczanych przez sieć, biletów komunikacji miejskiej, doładowań do telefonów komórkowych.