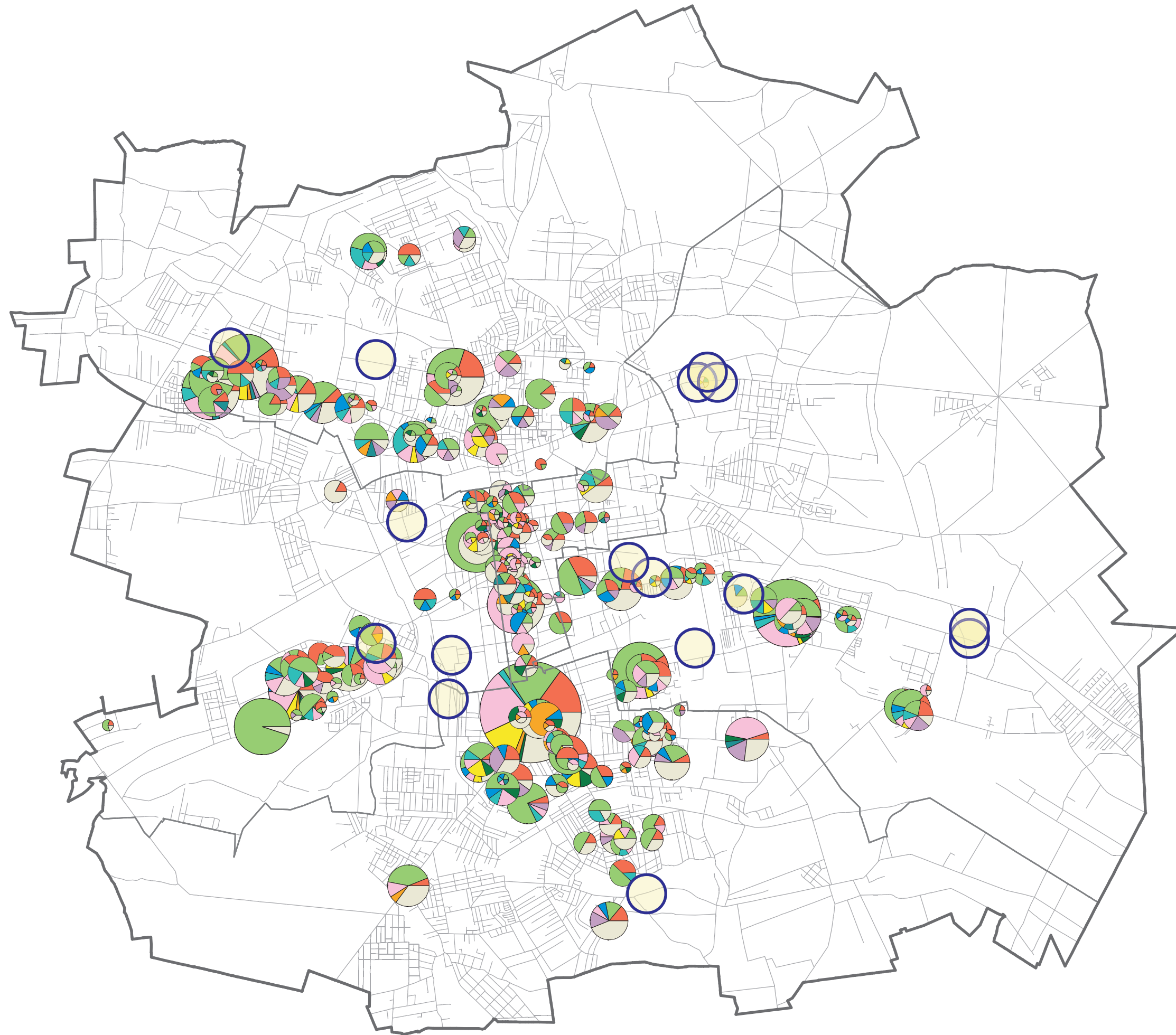
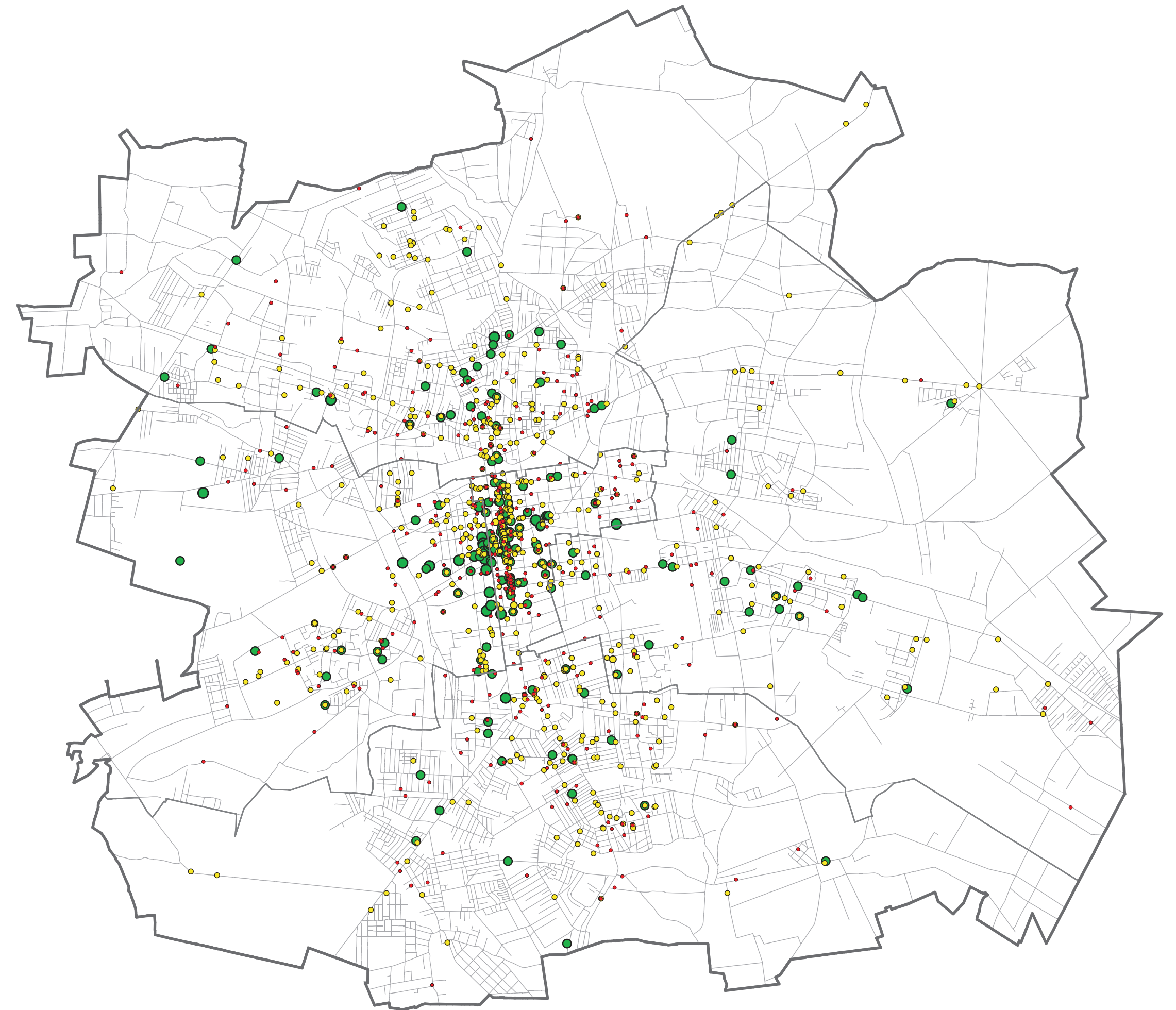


# Handel i gastronomia

## 1. HIPERMARKETY I CENTRA HANDLOWE



## 2. GASTRONOMIA



### Rodzaj prowadzonej sprzedaży

- sprzedaż żywności, napojów, wyrobów tytoniowych i innych artykułów w nie wyspecjalizowanych punktach handlowych
- sprzedaż żywności, napojów i wyrobów tytoniowych w wyspecjalizowanych punktach handlowych
- sprzedaż wyrobów farmaceutycznych i medycznych w wyspecjalizowanych punktach handlowych
- sprzedaż kosmetyków i artykułów toaletowych w wyspecjalizowanych punktach handlowych
- sprzedaż odzieży i wyrobów włókienniczych w wyspecjalizowanych punktach handlowych
- sprzedaż obuwia i wyrobów skórzanych w wyspecjalizowanych punktach handlowych
- sprzedaż mebli i sprzętu oświetleniowego w wyspecjalizowanych punktach handlowych
- sprzedaż artykułów i sprzętu gospodarstwa domowego oraz sprzętu radiowo-telewizyjnego w wyspecjalizowanych punktach handlowych
- sprzedaż drobnych wyrobów metalowych, farb i szkła w wyspecjalizowanych punktach handlowych
- sprzedaż książek, gazet i artykułów piśmienniczych w wyspecjalizowanych punktach handlowych
- sprzedaż pozostałych artykułów w wyspecjalizowanych punktach handlowych

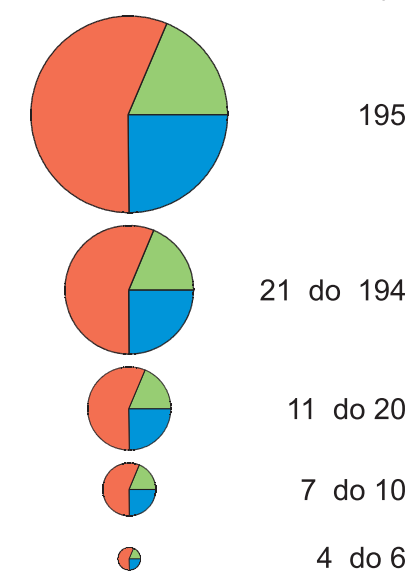
  hipermarkety

granice miasta

granice dzielnic

ulice

### Liczba punktów handlowych



### Usługi gastronomiczne

- punkty gastronomiczne - zatrudnionych do 10 osób
- bary (zakłady gastronomiczne) - zatrudnionych do 10 osób
- bary (zakłady gastronomiczne) - zatrudnionych powyżej 10 osób
- restauracje (lokale gastronomiczne) - zatrudnionych do 10 osób
- restauracje (lokale gastronomiczne) - zatrudnionych powyżej 10 osób
- granice miasta
- granice dzielnic
- ulice



## ATLAS MIASTA ŁODZI

### Plansza XXIII: Handel i gastronomia

Marian Czochański

Plansza zawiera dwie mapy opracowane na podstawie danych źródłowych Wojewódzkiego Urzędu Statystycznego na 31 grudnia 2001 r.

Mapa „**Centra handlowe i hipermarkety**” w skali 1 : 75 000 przedstawia rozmieszczenie centrów handlowych, w których pod jednym adresem znajduje się co najmniej 5 sklepów oraz sieć hipermarketów.

Centra handlowe przedstawione są za pomocą wykresów kołowych o ujednoliconym wyrazie graficznym, odpowiednio do występujących charakterystyk jakościowych przedstawianych obiektów w zakresie:

- struktury branżowej handlu – przez zastosowanie jednolitej skali barwnej dla poszczególnych asortymentów sprzedaży;
- wielkości centrów – przez proporcjonalną do liczby sklepów w danym centrum wielkość diagramu.

Hipermarkety przedstawione zostały przy pomocy sygnatur geometrycznych. W tabelach 1 i 2 zestawiono charakterystyki ilościowe i jakościowe danych wykorzystanych do opracowania mapy. Na rys. 4 przedstawiono ogólną strukturę handlu detalicznego.

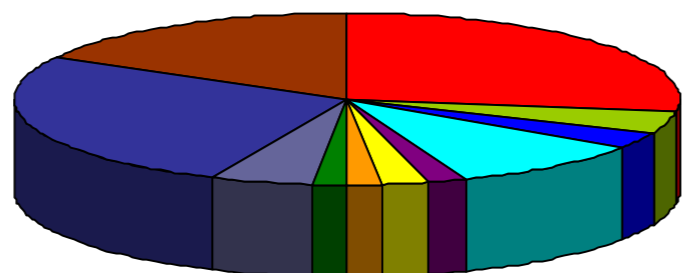
Mapa „**Gastronomia**” w skali 1 : 75 000 przedstawia rozmieszczenie placówek gastronomicznych, z wyróżnieniem:

- lokali gastronomicznych, w których konsumpcja posiłków i napojów odbywa się przy stolikach (restauracji);
- zakładów gastronomicznych, w których można szybko zjeść posiłek, najczęściej przy bufecie (barów);
- punktów gastronomicznych – pozostałych miejsc konsumpcji lub sprzedaży posiłków lub napojów.

Treść tematyczną wyrażono poprzez wykorzystanie geometrycznych sygnatur punktowych, o ujednoliconym wyrazie graficznym, odpowiednio do charakterystyk jakościowych przedstawianych obiektów w zakresie:

- typu placówek – przez kształt i kolor sygnatury;
- wielkości placówek – przez rozmiar sygnatury odpowiadający przyjętym przedziałom klasowym dla liczby zatrudnionych.

Rysunek 4. Struktura handlu detalicznego



#### Sprzedaż

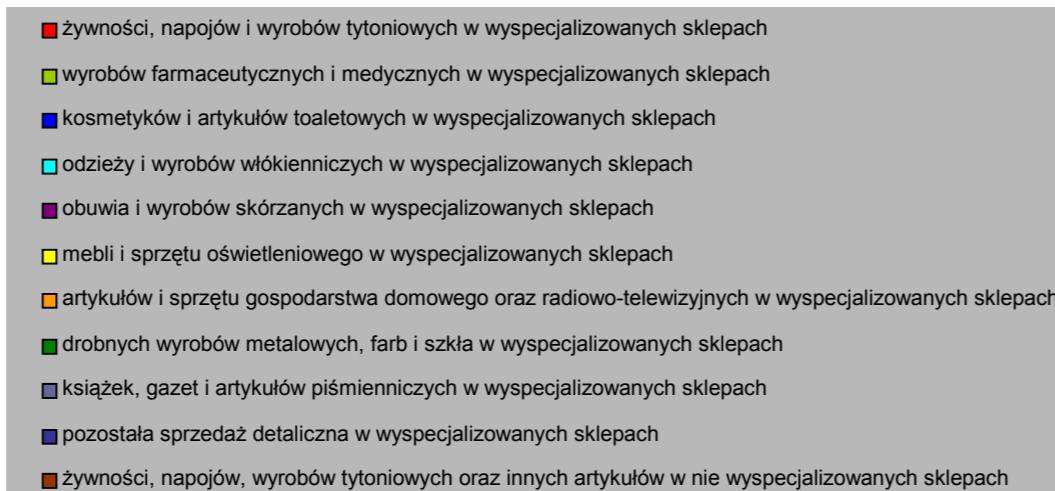


Tabela 1. Ogólna charakterystyka sieci punktów handlowych w Łodzi

Sprzedaż detaliczna w wyspecjalizowanych punktach	
Asortyment	Liczba punktów handlowych
żywności, napojów i wyrobów tytoniowych	2 129
wyrobów farmaceutycznych i medycznych	335
kosmetyków i artykułów toaletowych	238
odzieży i wyrobów włókienniczych	747
obuwia i wyrobów skórzanych	169
mebli i sprzętu oświetleniowego	161
artykułów i sprzętu gospodarstwa domowego oraz radiowo-telewizyjnych	128
drobnych wyrobów metalowych, farb i szkła	130
książek, gazet i artykułów piśmienniczych	395
pozostała sprzedaż detaliczna	2 071
Sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych punktach	
żywności, napojów, wyrobów tytoniowych oraz innych artykułów	1 320
Ogółem	7 823

W tabeli 3 zestawiono charakterystyki ilościowe i jakościowe danych wykorzystanych do opracowania mapy.

Tabela 2. Charakterystyka sieci placówek handlowych w Łodzi

Liczba punktów handlowych pod takim samym adresem	Częstość występowania
1	2 509
2	706
3	313
4	170
5	86
6	53
7	25
8	23
9	14
10	10
11	4
12	2
13	10
14	1
15	6
17	4
18	2
19	1
20	2
22	1
23	1
24	1
25	2
31	1
34	1
50	1
56	1
195	1
Razem	3 951

Tabela 3. Ogólna charakterystyka sieci gastronomicznej w Łodzi

Rodzaj	Liczba zatrudnionych osób	
	>10	<10
Restauracje (lokale gastronomiczne)	24	174
Bary (zakłady gastronomiczne)	10	594
Punkty gastronomiczne	–	353
Razem	34	1 121