



WPŁYW SIECI LIDL POLSKA NA KRAJOWĄ GOSPODARKE W 2020 ROKU





WPŁYW SIECI LIDL POLSKA NA KRAJOWĄ GOSPODARKĘ W 2020 ROKU

Warszawa, 18 sierpnia 2021 r.



STRESZCZENIE RAPORTU _____ s. 4

WSTĘP _____ s. 6

Wpływ ekonomiczny
– wkład sieci Lidl Polska
w rozwój polskiej
gospodarki

02 _____ s. 14

Wartość dodana
– główny składnik PKB

04 _____ s. 26

Dochody gospodarstw
domowych

06 _____ s. 34

Eksport

01 _____ s. 10

Wartość zakupów

03 _____ s. 22

Zatrudnienie

05 _____ s. 30

Podatki – wkład
do budżetu krajowego

NOTKA METODYCZNA _____ s. 36

STRESZCZENIE RAPORTU

Lidl Polska ma silny, pozytywny wpływ na polską gospodarkę. Z ekonomicznego punktu widzenia można wyróżnić trzy najważniejsze kanały oddziaływania Lidla:

- utrzymanie i rozwój sieci sklepów Lidl Polska oraz związane z tym wydatki na płace oraz zakupy na potrzeby samej sieci,
- obsługę popytu finalnego konsumentów, w której Lidl Polska efektywnie pośredniczy między producentami a konsumentami,
- wspieranie eksportu polskich wyrobów w ramach marek własnych Lidla, które dzięki rekomendacjom zakupowym Lidl Polska trafiają na półki sklepów Lidl działających poza granicami kraju.

W roku obrotowym 2020 Lidl Polska zakupił od polskich dostawców towary i usługi za 14,2 mld zł netto (bez VAT), z czego:

1,73 mld zł netto

stanowiły zakupy na potrzeby samego Lidl Polska

12,5 mld zł netto

to wartość towarów od polskich dostawców, które dzięki Lidl Polska trafiły do konsumentów

Samo funkcjonowanie sklepów Lidl Polska w roku obrotowym 2020 miało istotny, pozytywny wpływ na gospodarkę. Poza codzienną działalnością sklepów gospodarkę napędzały zakupy potrzebne do ich utrzymania oraz wydatki pracowników, które dalej krążą w gospodarce. W rezultacie szacujemy, że w roku obrotowym 2020 funkcjonowanie sklepów Lidl Polska:

- generowało ponad 6,3 mld zł netto wartości dodanej, z czego 3,5 mld zł netto powstało w samej spółce, a 2,8 mld zł netto u dostawców sieci Lidl Polska i dzięki pensjom wypłaconym pracownikom,
- utrzymywało ponad 35 tys. miejsc pracy, z czego ponad 22 tys. bezpośrednio w sieci Lidl Polska, a resztę u poddostawców i dzięki pensjom wypłaconym pracownikom,
- zapewniło ponad 1,6 mld zł netto dochodów gospodarstwom domowym, w tym prawie 1 mld zł netto wypłaconych bezpośrednio przez Lidl Polska,
- przyniosło ponad 1,7 mld zł netto dochodów podatkowych i składkowych budżetowi państwa, samorządom, ZUS i NFZ.

Ponadto w roku obrotowym 2020 Lidl Polska zaspokoił popyt milionów klientów, który wygenerował dalsze 10 mld zł netto wartości dodanej w gospodarce.

Dane zawarte w raporcie, o ile nie wskazano inaczej, dotyczą roku obrotowego 2020, który obejmuje okres od 1.03.2020 roku do 28.02.2021 roku.



WPŁYW EKONOMICZNY - WKŁAD SIĘCI LIDL POLSKA¹ W ROZWÓJ POLSKIEJ GOSPODARKI

Sieć Lidl Polska funkcjonuje na rodzimym rynku od 2002 roku. Od tego czasu firma nieustannie rozwija swój asortyment tak, aby zawsze wyznaczać trendy rynkowe oraz odpowiadać na potrzeby konsumentów. Dostarczając Polakom produkty wysokiej jakości, w niskiej, atrakcyjnej cenie, wyprodukowane w sposób zrównoważony, Lidl Polska wpływa nie tylko na poprawę jakości życia krajowych gospodarstw domowych, ale również przyczynia się do rozwoju polskiej gospodarki. Za szczególnie ważny należy uznać wkład sieci w tworzenie wartości dodanej, czyli głównego składnika produktu krajowego brutto (PKB) oraz miejsc pracy.



Wkład sieci Lidl Polska w rozwój krajowej gospodarki nie ogranicza się do sektora handlu detalicznego, z którym ściśle związana jest jej działalność operacyjna i w którym powstają efekty bezpośrednie. Wpływ sieci odczuwalny jest również w wielu innych gałęziach gospodarki, w których działają dostawcy dóbr, towarów i usług na rzecz Lidl Polska.

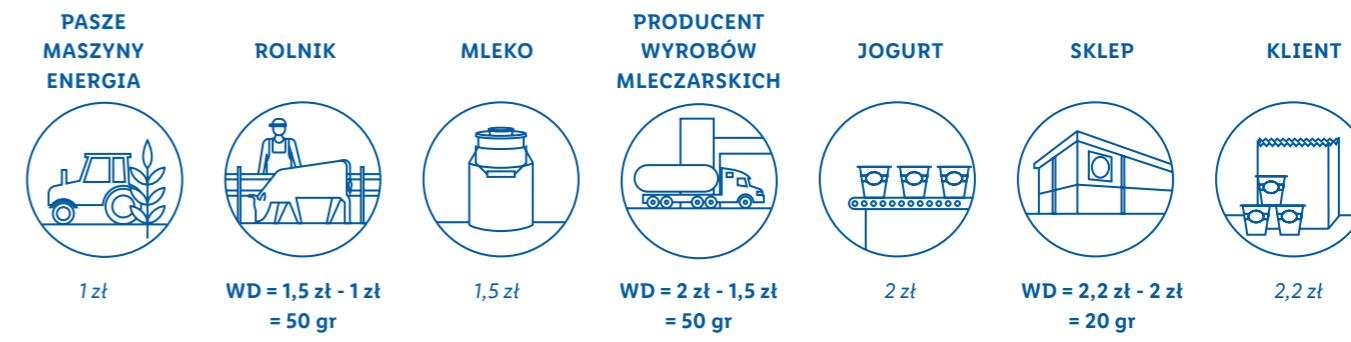
W każdym obszarze działania Lidl Polska generowane jest zatrudnienie, wypłacane są wynagrodzenia, tworzona jest wartość dodana (przyrost wartości dóbr i usług w wyniku określonego procesu produkcji lub tworzenia usługi)² oraz odprowadzane są podatki. W celu oszacowania łącznego wpływu Lidl Polska na rozwój polskiej gospodarki, biorąc przy tym pod uwagę efekty powstające równolegle w wielu sektorach, niezbędne jest odpowiednie modelowanie ekonomiczne.

Wartość dodana – jest to przyrost wartości dóbr w wyniku określonego procesu produkcji lub tworzenia usługi, czyli różnica między całkowitym przychodem ze sprzedaży a całkowitymi kosztami zasobów zewnętrznych zużytych do produkcji (surowców, energii i usług zewnętrznych związanych z daną produkcją).

MODEL PRZEPŁYWÓW MIĘDZYGAŁĘZIOWYCH

Narzędziem powszechnie wykorzystywanym w tego typu analizach jest tzw. model przepływów międzygałęziowych³, który wyraża ekonomiczne powiązania pomiędzy poszczególnymi gałęziami gospodarki oraz pozwala zbadać, w jaki sposób działalność jednej gałęzi wpływa na funkcjonowanie pozostałych.

Przykład tworzenia wartości dodanej (produkcja i sprzedaż jogurtu naturalnego)⁴



WD oznacza wartość dodaną. Suma wartości dodanej dla przedstawionego przykładu to 1 zł + 0,5 zł + 0,5 zł + 0,2 zł = 2,2 zł

Zastosowanie modelu przepływów międzygałęziowych pozwoliło wyróżnić oraz nadać wymiar liczbowy trzem poziomom wpływu sieci Lidl na gospodarkę Polski.

Pierwszy z nich to wpływ bezpośredni związany z podstawową działalnością firmy. Obejmuje on m.in.:

WPŁYW BEZPOŚREDNI

- WYTWORZONĄ WARTOŚĆ DODANĄ
- UTRZYMANE I TWORZONE MIEJSCA PRACY
- WYNAGRODZENIA WYPŁACANE PRACOWNIKOM
- PŁACONE PODATKI

WPŁYW POŚREDNI

Wpływ firmy sięga jednak znacznie dalej niż bezpośrednie efekty jej działalności. Wynika to z faktu, że gospodarka stanowi system naczyń połączonych, w którym działania jednego podmiotu oddziałują na wielu innych uczestników wymiany gospodarczej. W związku z tym, że sieć Lidl Polska współpracuje z firmami z różnych sektorów, jej rozwój przekłada się na poprawę także ich wyników – mogą one generować wartość dodaną, oferować zatrudnienie pracownikom i wypłacać wynagrodzenia, które zwiększają z kolei dochody gospodarstw domowych. W ten sposób Lidl generuje efekty pośrednie w różnych sektorach gospodarki. Wpływ gospodarczy Lidla nie kończy się jednak na efektach pośrednich.

EFEKT INDUKOWANY

Dochody gospodarstw domowych generowane przez Lidl Polska, zarówno w sposób bezpośredni (wśród swoich pracowników), jak i pośredni (wśród pracowników dostawców i poddostawców), mają przełożenie na ogólny wzrost konsumpcji, dając impuls popytowy. Impuls ten znajduje odzwierciedlenie w zwiększaniu produkcji prowadzącym do wytwarzania wartości dodanej, generowania miejsc pracy, dochodów oraz wpływów podatkowych. Opisany mechanizm stanowi kolejny efekt oddziaływania firmy, zwany efektem indukowanym.

WIZUALIZACJA ZALEŻNOŚCI W MODELU INPUT-OUTPUT

MOŻLIWE JEST ZBADANIE WPŁYWU PRZEDSIĘBIORSTWA W TRZECH WYMIARACH

WPŁYW BEZPOŚREDNI

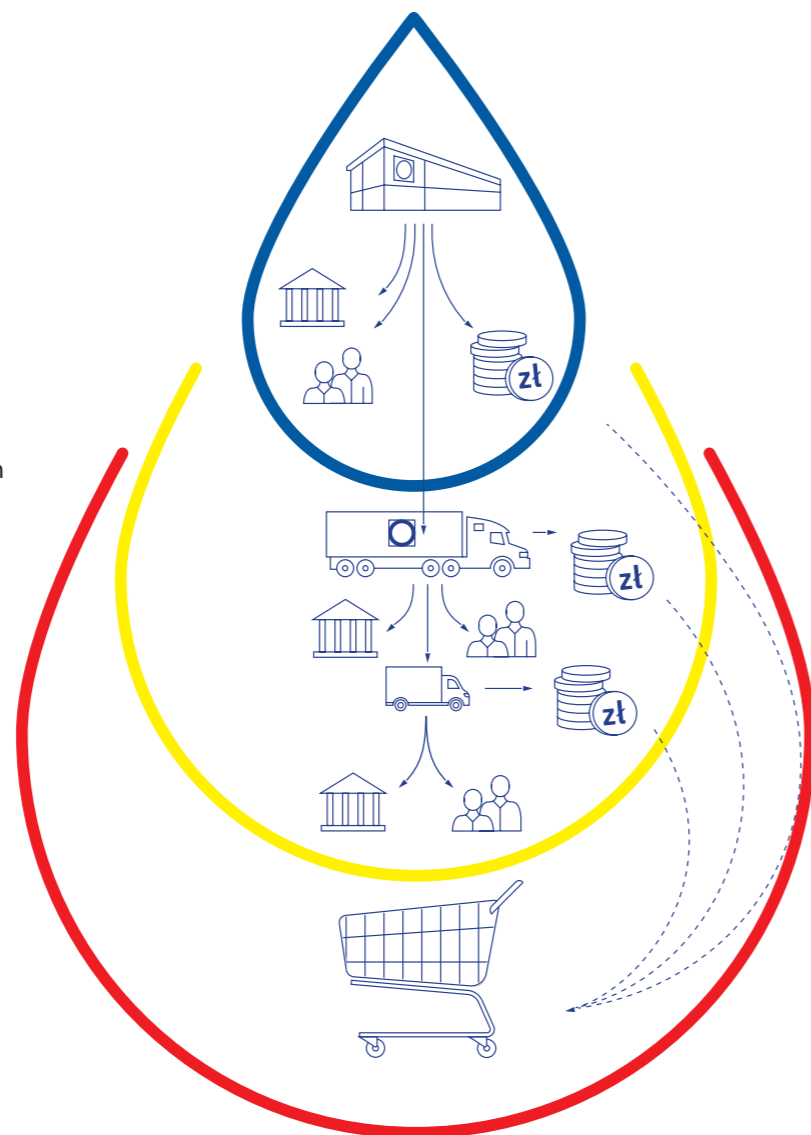
– wynikający z z podstawowej działalności firmy

WPŁYW POŚREDNI

– generowany wśród dostawców i podmiotów z firm i branż powiązanych

WPŁYW INDUKOWANY

– generowany poprzez wydatki pracowników firmy oraz pracowników podmiotów powiązanych



POMIARU WPŁYWU MOŻNA DOKONAĆ W TRZECH OBSZARACH



Wartość dodana



Zatrudnienie



Dochody gospodarstw domowych

8

9

KLUCZOWE OBSZARY WPŁYWU EKONOMICZNO-SPOŁECZNEGO SIECI LIDL POLSKA W ROKU OBROTOWYM 2020.

6,31
mld zł netto⁵

Wartość dodana⁶ wygenerowana dzięki działalności sieci Lidl Polska w sposób bezpośredni (w związku z podstawową działalnością Lidla, którą jest udostępnianie w sklepach oraz sprzedaż szerokiej gamy towarów konsumentom), pośredni (poprzez zakupy na prowadzenie i utrzymanie sklepów)⁷ oraz indukowany (poprzez wydatki gospodarstw domowych, których dochody powstały dzięki obecności Lidla w Polsce)⁸

10,94
mld zł netto⁹

Wartość dodana wygenerowana dzięki działalności firm sprzedających w łańcuchu dostaw produkcję towarów oferowanych w Lidlu (np. rolnicy, hodowcy, producenci półproduktów, producenci komponentów, producenci opakowań) oraz dzięki wydatkom pracowników dostawców Lidla i firm zaopatrujących dostawców Lidla

35 312

Miejsca pracy stworzone i utrzymane dzięki działalności sieci Lidl w Polsce (miejsca pracy w firmie Lidl Polska oraz u dostawców, które są utrzymywane ze względu na współpracę z Lidlem, a także miejsca pracy utrzymywane dzięki zakupom pracowników Lidla oraz dostawców)

1,62
mld zł netto

Dochody gospodarstw domowych wygenerowane dzięki działalności sieci Lidl w Polsce

14,20
mld zł netto

Wartość zakupów dóbr i usług (zużycie pośrednie) oraz towarów do odsprzedaży sieci Lidl Polska od polskich dostawców

1,7
mld zł netto

Wartość podatków i opłat odprowadzonych przez sieć Lidl w Polsce

3,6
mld zł netto

Wartość eksportu produktów marek własnych Lidl dostarczonych za pośrednictwem sieci Lidl Polska przez 268 polskich dostawców na 26 rynków zagranicznych

Źródło: Analiza Deloitte, 2021

Lidl Polska współpracuje z tysiącami polskich firm, które dostarczają towary i usługi. Te zakupy można podzielić na dwie kategorie - zakupy na potrzeby Lidla (zużycie pośrednie), co w praktyce oznacza urządzenie i utrzymanie sklepów, oraz zakupy towarów, które za pośrednictwem sieci Lidl Polska trafiają do konsumentów.

Wartość zakupów dóbr i usług związana z tzw. zużyciem pośrednim stanowi istotną zmienną pozwalającą oszacować wkład przedsiębiorstwa w tworzenie PKB. Zakupy firmy prowadzą bowiem do powstawania wielowymiarowych efektów w polskiej gospodarce.

Poprzez zakup materiałów, energii oraz usług niezbędnych w codziennej działalności sklepów oraz zarządzaniu nimi Lidl Polska wspiera rozwój swoich dostawców i poddostawców, generując przy tym pozytywne efekty w gospodarce.

Zgłaszany przez sieć Lidl Polska popyt na szeroką gamę produktów przyczynia się do tego, że dostawcy i poddostawcy tworzą wartość dodaną, zatrudniają pracowników i wypłacają im wynagrodzenia, co z kolei zwiększa dochody gospodarstw domowych.

Dzięki temu działalność firmy w Polsce jest jednym z kanałów przyczyniających się do powstawania efektów pośrednich w wielu sektorach gospodarki. Ponadto zwiększone dochody pracowników sieci Lidl w Polsce oraz pracowników dostawców i poddostawców pozwalają na zwiększenie wydatków na konsumpcję, która również generuje wartość dodaną, miejsca pracy i wynagrodzenia w gospodarce.



01 WARTOŚĆ ZAKUPÓW

1,73 mld zł netto¹⁰

wynosiła łączna wartość materiałów i usług zakupionych od polskich dostawców przez sieć Lidl Polska w roku obrotowym 2020.

Jest to wartość zbliżona do łącznej kwoty pomocy finansowej na restrukturyzację gospodarstwa przyznanej 28,8 tys. rolników w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich 2014-2020¹¹.

Podstawą działalności sieci Lidl Polska, związaną ściśle z branżą handlu detalicznego, jest sprzedaż towarów gospodarstwu domowemu. Towary do odsprzedaży są w znacznej mierze kupowane od polskich dostawców. W roku obrotowym 2020 wartość towarów zakupionych od polskich dostawców przez sieć Lidl Polska wyniosła blisko 12,5 mld zł netto (bez VAT).

Jeśli wartość zakupu towarów do odsprzedaży od polskich dostawców zostanie zsumowana z wartością materiałów i usług niezbędnych do prowadzenia sklepów (także zakupionych od polskich dostawców), wynikiem będzie całkowita wartość zakupów Lidla od polskich dostawców (bez VAT), czyli, 14,2 mld zł netto (12,5 mld zł netto + 1,73 mld zł netto).

14,2 mld zł netto

wynosiła łączna wartość towarów, materiałów i usług zakupionych od polskich dostawców przez sieć Lidl Polska w roku obrotowym 2020.

Jest to kwota porównywalna do kosztu budowy blisko 1400 nowoczesnych żłobków, z których każdy dysponuje 145 miejscami dla najmłodszych dzieci¹².





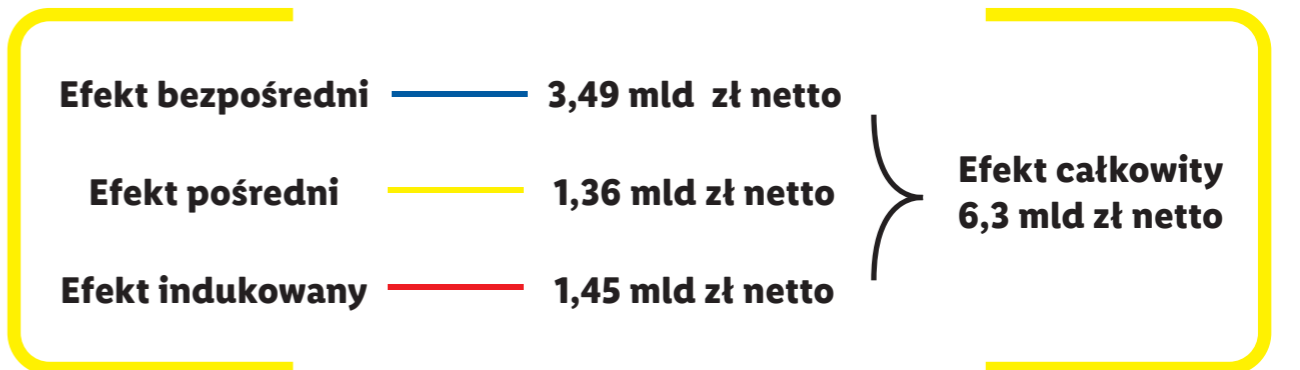
02 WARTOŚĆ DODANA - GŁÓWNY SKŁADNIK PKB

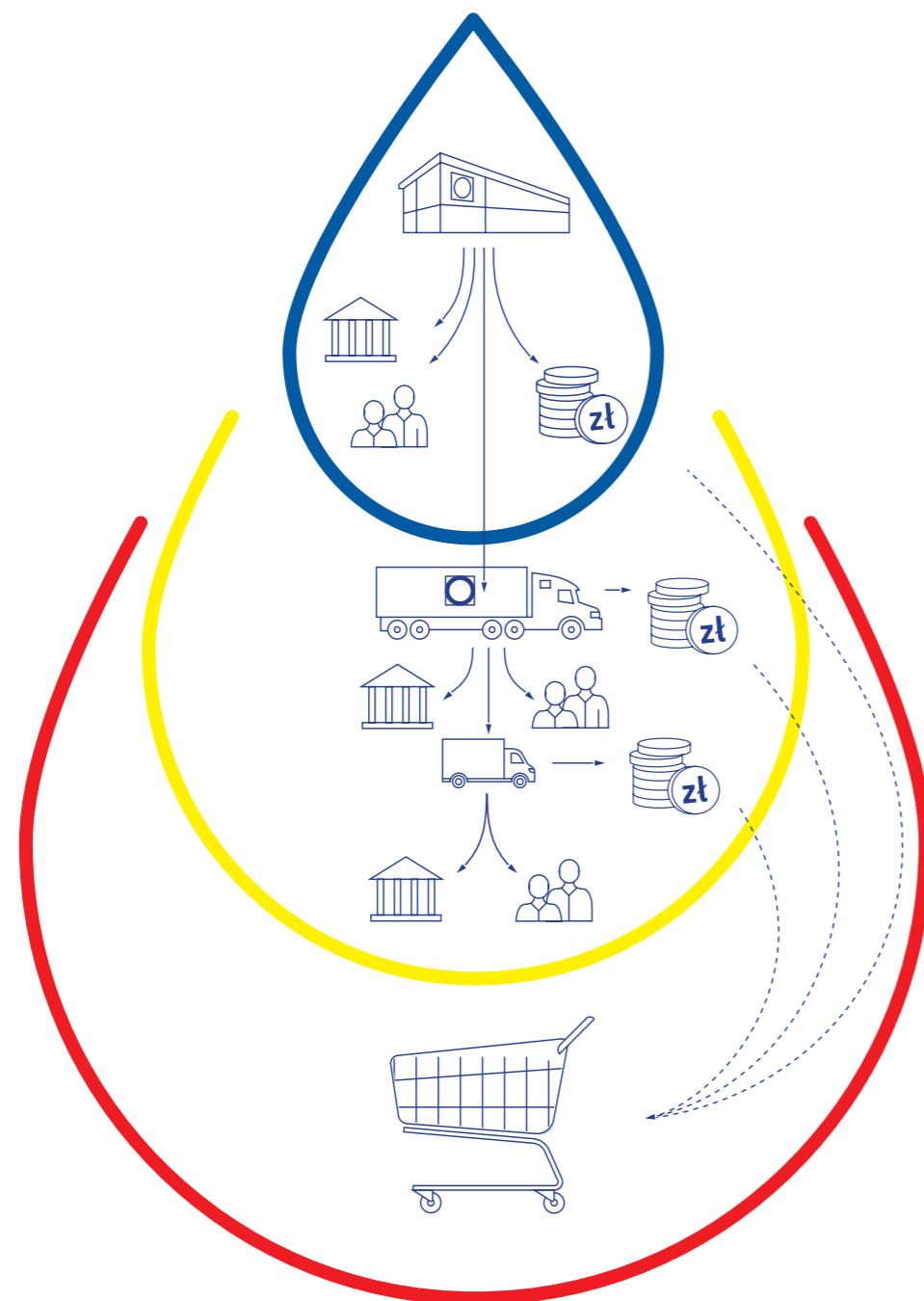
Wartość dodana, wyrażająca przyrost wartości ekonomicznej w wyniku procesu produkcji lub tworzenia usługi, jest miernikiem wkładu firmy w budowanie polskiego produktu krajowego brutto (PKB).

W ujęciu rachunkowym wartość dodana odpowiada tej części produkcji globalnej przedsiębiorstwa, która pozostaje po odjęciu zużycia pośredniego (wartości wyrobów i usług wykorzystanych jako nakłady w procesie produkcji). Duży udział wartości dodanej w produkcie końcowym firmy wskazuje na jej znaczny twórczy wkład w proces produkcyjny i tym samym wytwarzanie PKB.



WARTOŚĆ DODANA WYGENEROWANA W ROKU OBROTOWYM 2020 DZIĘKI DZIAŁALNOŚCI SIECI LIDL POLSKA W KRAJU





WPŁYW BEZPOŚREDNI

- wynikający z podstawowej działalności firmy poprzez dokonywane zakupy

+ 3,49 mld zł netto

To równowartość kosztu wybudowania ok. 100 km autostrady (według cen z 2020 roku)¹³.

WPŁYW POŚREDNI

- generowany przez przedsiębiorstwa i gospodarstwa domowe, do których trafiają zamówienia

+ 1,36 mld zł netto

Jest to wartość zbliżona do środków potrzebnych na dofinansowanie remontu ponad 45 tys. szkolnych stołówek w programie „Ekstra Szkolna Stołówka”¹⁴.

WPŁYW INDUKOWANY

- generowany poprzez wydatki pracowników firmy oraz podmiotów powiązanych

+ 1,45 mld zł netto

To równowartość środków, które w ramach Programu Inteligentny Rozwój mają trafić do końca 2023 roku do mikro-, małych i średnich firm w Polsce jako wsparcie w walce ze skutkami pandemii¹⁵.

RAZEM

6,3 mld zł netto

To równowartość środków potrzebnych na budowę 9 szpitali onkologicznych, z których każdy przeprowadza rocznie 10 tys. zabiegów operacyjnych i 200 tys. zabiegów ambulatoryjnych¹⁶.

Źródło: Opracowanie Deloitte

*koszt na podstawie podpisanych umów

6,3 mld zł netto¹⁷

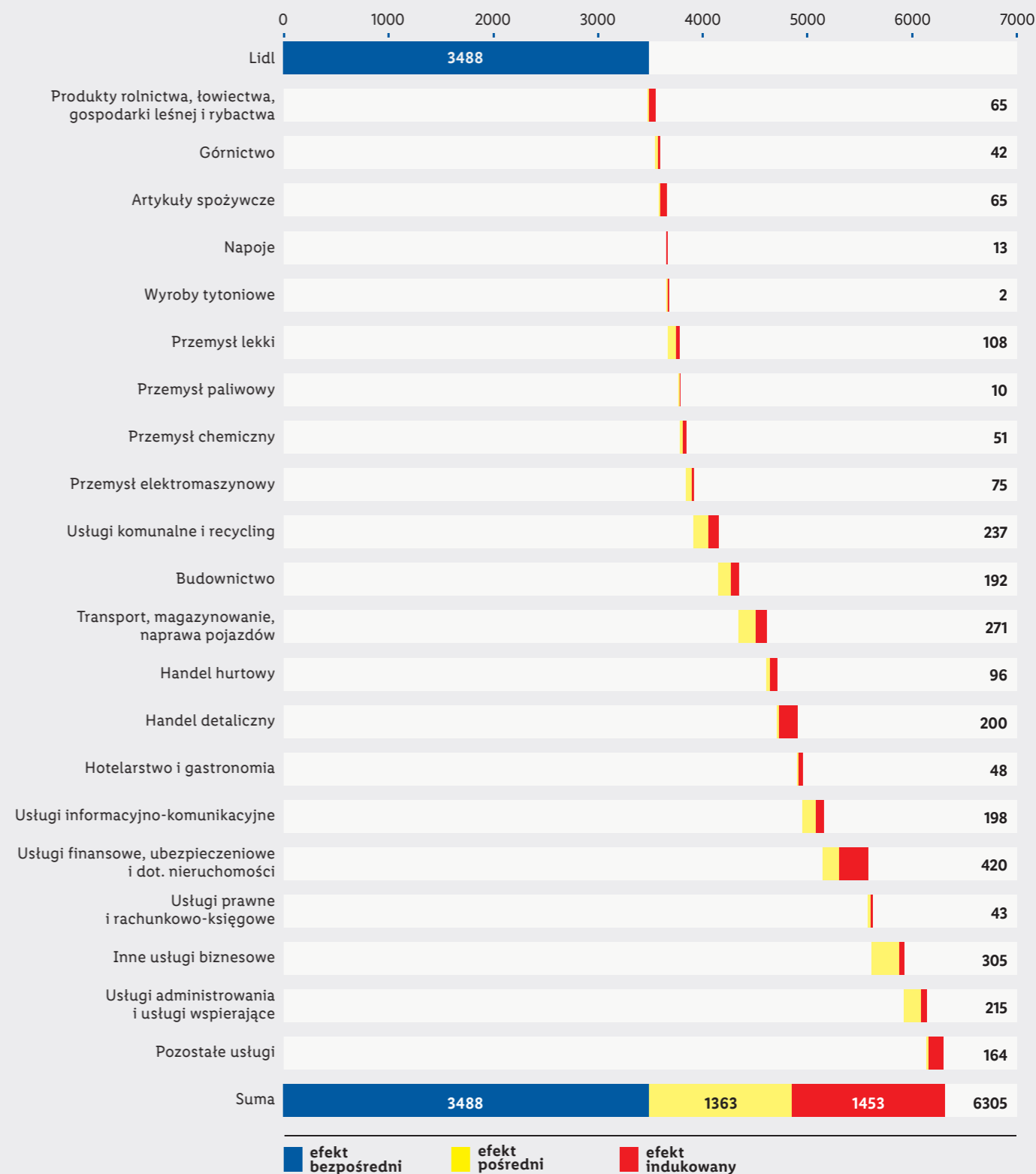
wynosi całkowita wartość dodana wygenerowana przez Lidl Polska w roku obrotowym 2020.

Jest to wartość zbliżona do środków potrzebnych na budowę 9 szpitali onkologicznych, z których każdy przeprowadza rocznie 10 tys. zabiegów operacyjnych i 200 tys. zabiegów ambulatoryjnych¹⁸.

Każda złotówka wartości dodanej, wytwarzanej przez sieć Lidl w Polsce, przyczynia się do generowania łącznie 1,81 zł netto w gospodarce krajowej¹⁹, co oznacza, że na 1 zł wartości dodanej wytworzonej w Lidl Polska przypada 0,81 zł wartości dodanej tworzonej w innych firmach.

W związku z istnieniem powiązań pomiędzy poszczególnymi gałęziami gospodarki Lidl Polska generuje w kraju efekty w różnych sektorach. Najsilniej wspierane branże to usługi finansowe, ubezpieczeniowe i dotyczące rynku nieruchomości, a także usługi transportowe, magazynowe oraz usługi biznesowe, w tym usługi reklamowe, usługi badania rynku i opinii publicznej oraz usługi profesjonalne, naukowe i techniczne.

Wykres. Wartość dodana wygenerowana w poszczególnych branżach w roku obrotowym 2020 dzięki działalności sieci Lidl w Polsce [mln zł]



Źródło: Analiza Deloitte, 2021; Wartości na wykresie są zaokrąglone

Lidl Polska różni się w znacznym stopniu od firm produkcyjnych, w przypadku których większość zakupów można zakwalifikować jako zużycie pośrednie (wyroby i usługi wykorzystywane jako nakłady w procesie produkcji).

Dlatego też analizując wpływ sieci Lidl Polska na polską gospodarkę, nie można zapominać o ważnej roli, jaką odgrywa ona, zapewniając konsumentom dostęp do produktów, które chcą nabyć. Zaspokajając w sposób efektywny popyt na towary gospodarstw domowych, Lidl Polska sprawia, że producenci tych towarów mają szansę je sprzedać w sklepach na terenie całej Polski. Lidl Polska umożliwia handel towarami od polskich producentów, których wartość (bez VAT) w roku obrotowym 2020 wyniosła blisko 12,5 mld zł netto. Jednocześnie sieć Lidl zaspokaja popyt konsumentów na świadczoną przez siebie usługę sprzedaży w dogodnie zlokalizowanych punktach, przy czym wartość tej usługi zawarta jest w cenach sprzedawanych towarów.

Za pomocą modelu przepływów międzygałęziowych możliwe jest zmierzenie wpływu, jaki wywiera popyt gospodarstw domowych na towary sprzedawane przez sieć Lidl na wartość dodaną powstającą w polskiej gospodarce zarówno w wymiarze pośrednim, jak i indukowanym. Efekty wyższego rzędu powstają ze względu na fakt, że zanim towar trafi na półkę w sklepie (a następnie do konsumenta), wiele firm z różnych gałęzi jest zaangażowanych w jego powstanie i dystrybucję, co stymuluje ich rozwój i tworzenie przez nie wartości dodanej. Dodatkowo firmy te tworzą miejsca pracy i wypłacają wynagrodzenia, które są w znacznej mierze przeznaczane na konsumpcję, generując tym samym impuls popytowy. Impuls ten znajduje odzwierciedlenie w zwiększaniu produkcji prowadzącym do wytwarzania wartości dodanej.

10,94 mld zł netto

wynosiła łączna wartość dodana wygenerowana w sposób pośredni oraz indukowany dzięki zaspokajaniu przez sieć Lidl Polska popytu na towary w roku obrotowym 2020.

Jest to wartość zbliżona do łącznej puli środków w Programie Polska Wschodnia+ na lata 2021-2027, który będzie realizowany pod patronatem Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej²⁰.

10,94 mld zł wyniosła w roku obrotowym 2020 wartość dodana wygenerowana w sposób pośredni oraz indukowany dzięki popytowi na towary, który obsłużyła sieć Lidl będąca pośrednikiem między konsumentami a producentami.

Kontekst:

Zakupy towarów do odsprzedaży

W roku obrotowym 2020 w odpowiedzi na popyt ze strony konsumentów Lidl kupił od polskich dostawców towary za blisko 12,5 mld zł netto (bez VAT).

Przykład: Jednym z towarów, które Lidl kupuje, by oferować w swoich sklepach jest jogurt. Dzieje się tak, ponieważ ludzie chcą jeść jogurt, a dla wielu osób najkorzystniej jest kupić go w Lidlu.

Ułatwiając dotarcie do konsumentów Lidl wsparł w ten sposób rozwój polskich dostawców, ale toniowszystko. W procesie powstawania towarów o wartości 12,5 mld zł netto, generowane były efekty, które pozwoliły dodatkowo na powstanie w gospodarce wartości dodanej wynoszącej prawie 11 mld zł netto.

Wpływ pośredni

Dostawcy, aby wyprodukować produkty dla Lidla sami muszą zaopatrzyć się u innych firm w niezbędne materiały, usługi i energię. To przyczynia się do rozwoju tych firm i tworzenia przez nie wartości dodanej. **Przykład: Producenci jogurtu (mleczarnie) kupują m.in. mleko i maszyny, wspierając tym samym rolników i producentów maszyn i pozwalając im tworzyć wartość dodaną.**

8,61 mld zł netto wyniosły w roku obrotowym 2020 efekty pośrednie, czyli wartość dodana generowana przez podmioty przyczyniające się w sposób pośredni do wytworzenia towarów, które trafiają na półki w Lidlu (np. przez rolników zaopatrujących producentów i przetwórców spożywczych).

Wpływ indukowany

Dostawcy Lidla, a także firmy zaopatrujące dostawców Lidla zatrudniają pracowników i wypłacają im wynagrodzenia. Pracownicy wydają otrzymane pieniądze na konsumpcję różnorodnych dóbr, stymulując zwiększanie produkcji w gospodarce, co prowadzi do wytwarzania wartości dodanej. **Przykład: Pracownicy mleczarni, a także rolnicy dostarczający mleko do mleczarni wydają swoje wynagrodzenia kupując różne dobra i usługi (np. kupując meble, chodzą do fryzjera itp.). Tym samym wspierają oni producentów tych dóbr i usług i pozwalają im tworzyć wartość dodaną.**

2,33 mld zł netto wyniosły w roku obrotowym 2020 efekty indukowane, czyli wartość dodana, która powstaje w związku z wydatkami gospodarstw domowych pochodzącymi z zarobków uzyskiwanych u dostawców Lidla oraz w firmach zaopatrujących dostawców Lidla.



03 ZATRUDNIENIE



Tworzenie miejsc pracy jest jedną z ważnych kategorii wpływu działalności sieci Lidl Polska na otoczenie ekonomiczno-społeczne, co dotyczy nie tylko wymiaru bezpośredniego (zatrudnianie swoich pracowników), ale także pośredniego oraz indukowanego (stwarzanie popytu na produkty i usługi swoich dostawców i poddostawców, dzięki czemu dają oni zatrudnienie kolejnym osobom).

Lidl Polska na koniec roku obrotowego 2020 zatrudniał 24 425 osób, co w przeliczeniu na pełne etaty oznacza zatrudnienie na poziomie 22 255 pełnych etatów.

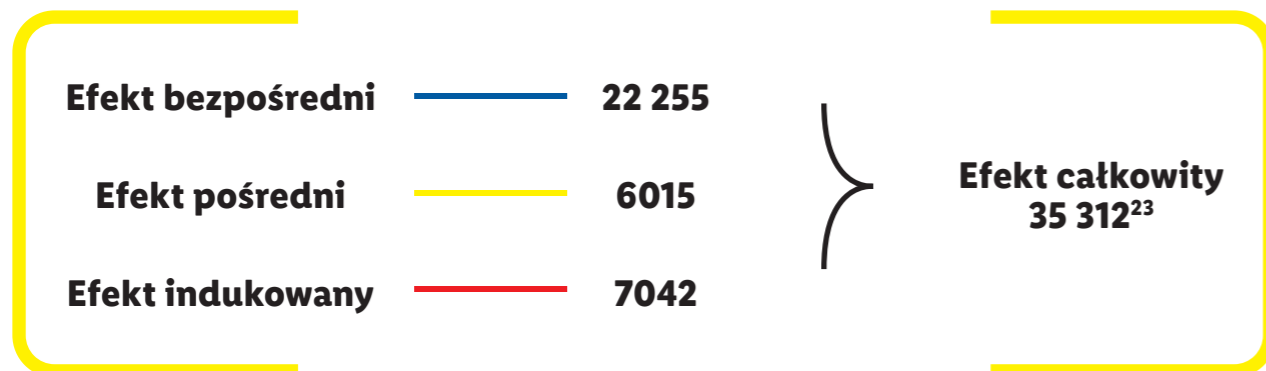
Bezpośrednie zatrudnienie w sieci Lidl Polska na koniec roku obrotowego 2020 (stan na dzień 28.02.2021 roku) wynosiło 22 255 osób (w przeliczeniu na pełne etaty).

Jest to liczba zbliżona do liczby mieszkańców zameldowanych na stałe w Sandomierzu²¹.

Łącznie 35 312 miejsc pracy powstało i zostało utrzymanych dzięki działalności sieci Lidl w Polsce.

To liczba porównywalna z liczbą wszystkich pracujących w branży transportu i gospodarki magazynowej w województwie małopolskim²².

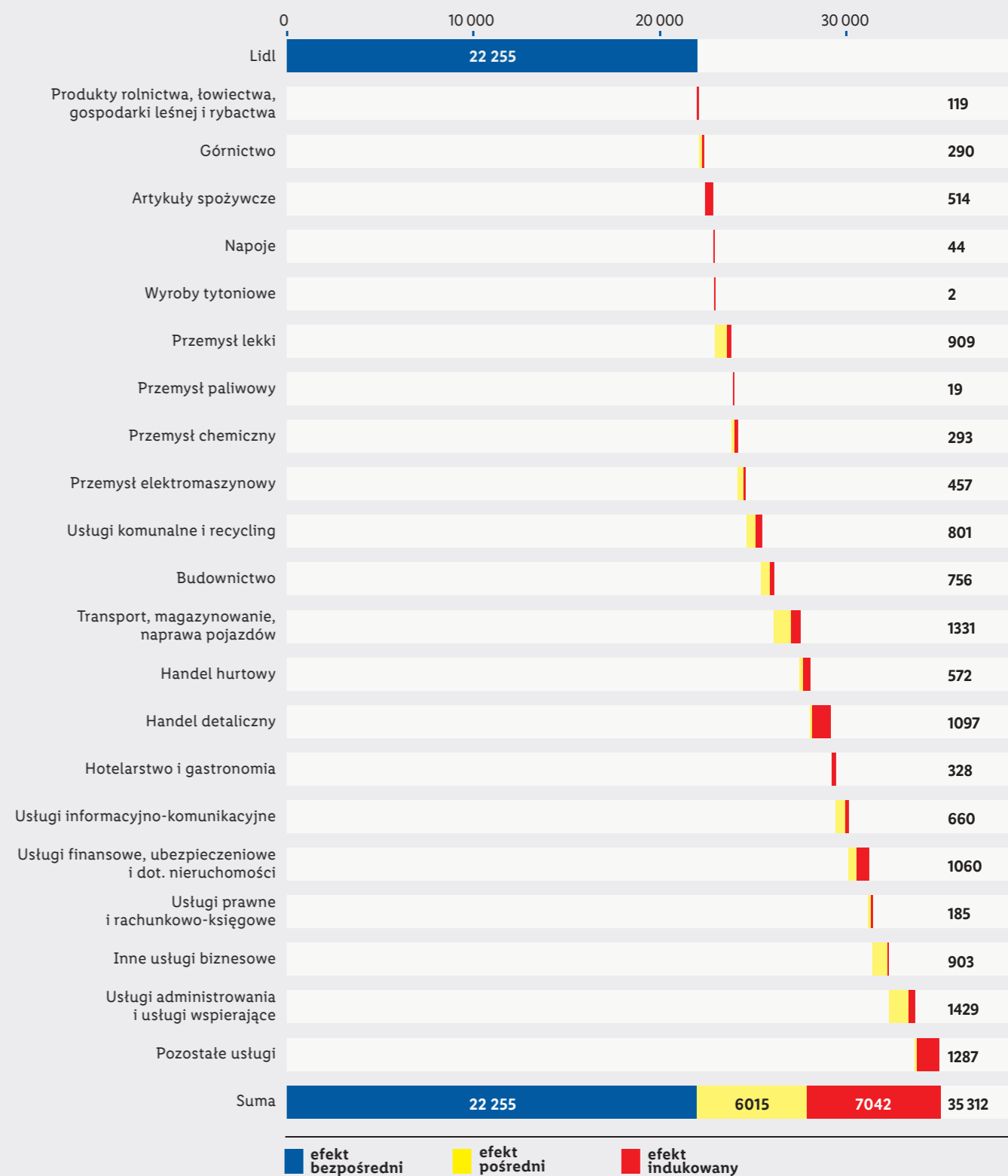
MIEJSCA PRACY STWORZONE I UTRZYMANE W ROKU OBROTOWYM 2020 DZIĘKI DZIAŁALNOŚCI SIECI LIDL W POLSCE



W wyniku działalności sieci Lidl w Polsce powstało wiele miejsc pracy nie tylko w branżach związanych z sektorem handlu detalicznego.

Działalność firmy Lidl Polska powoduje utrzymywanie dodatkowych 13 057 miejsc pracy poza siecią Lidl Polska (na jedno miejsce pracy w Lidl Polska przypada 0,6 miejsca pracy poza siecią Lidl Polska).

Wykres. Miejsca pracy stworzone i utrzymane w poszczególnych branżach w roku obrotowym 2020 dzięki działalności sieci Lidl w Polsce [osoby]



Źródło: Analiza Deloitte, 2021; Wartości na wykresie są zaokrąglone

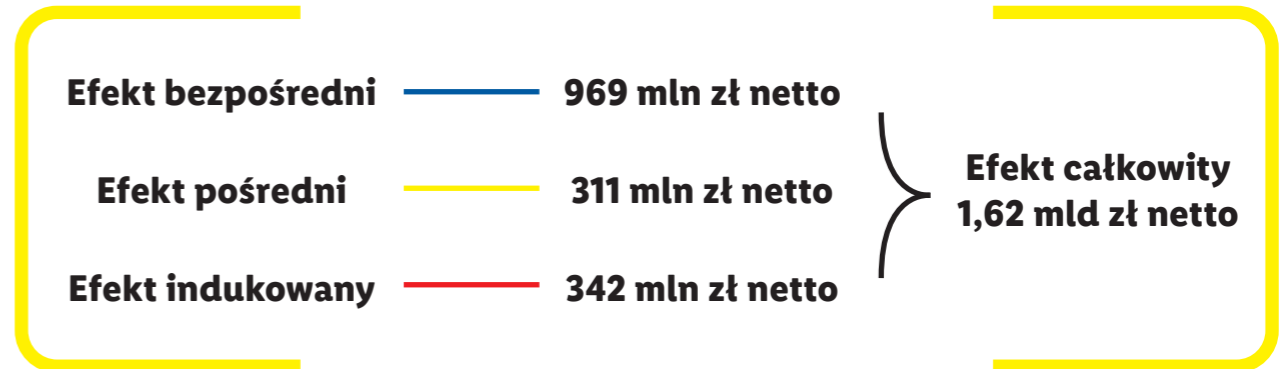


04 DOCHODY GOSPODARSTW DOMOWYCH

Na kondycję ekonomiczną gospodarstw domowych w dużym stopniu wpływa sytuacja na rynku pracy. Wzrost zatrudnienia i wynagrodzeń przyczynia się do wyższej jakości życia pracujących osób oraz ich rodzin.

W roku obrotowym 2020 Lidl Polska wypłacił w kraju wynagrodzenia w wysokości 969 mln zł netto. Efekt pośredni, a zatem dochody gospodarstw domowych osób zatrudnionych u dostawców i poddostawców sieci Lidl oraz firm z nimi powiązanych, wyniósł w tym samym okresie 311 mln zł netto. Efekt indukowany, związany z wydatkami wypłacanymi pracownikom w pozostałych firmach, które rozwijają się dzięki wydatkom konsumpcyjnym i inwestycyjnym dokonywanym przez pracowników sieci Lidl Polska i jej dostawców, to kolejne 342 mln zł netto dochodów w gospodarce.

DOCHODY GOSPODARSTW DOMOWYCH WYGENEROWANE DZIĘKI DZIAŁALNOŚCI SIECI LIDL POLSKA W POLSCE W ROKU OBROTOWYM 2020.





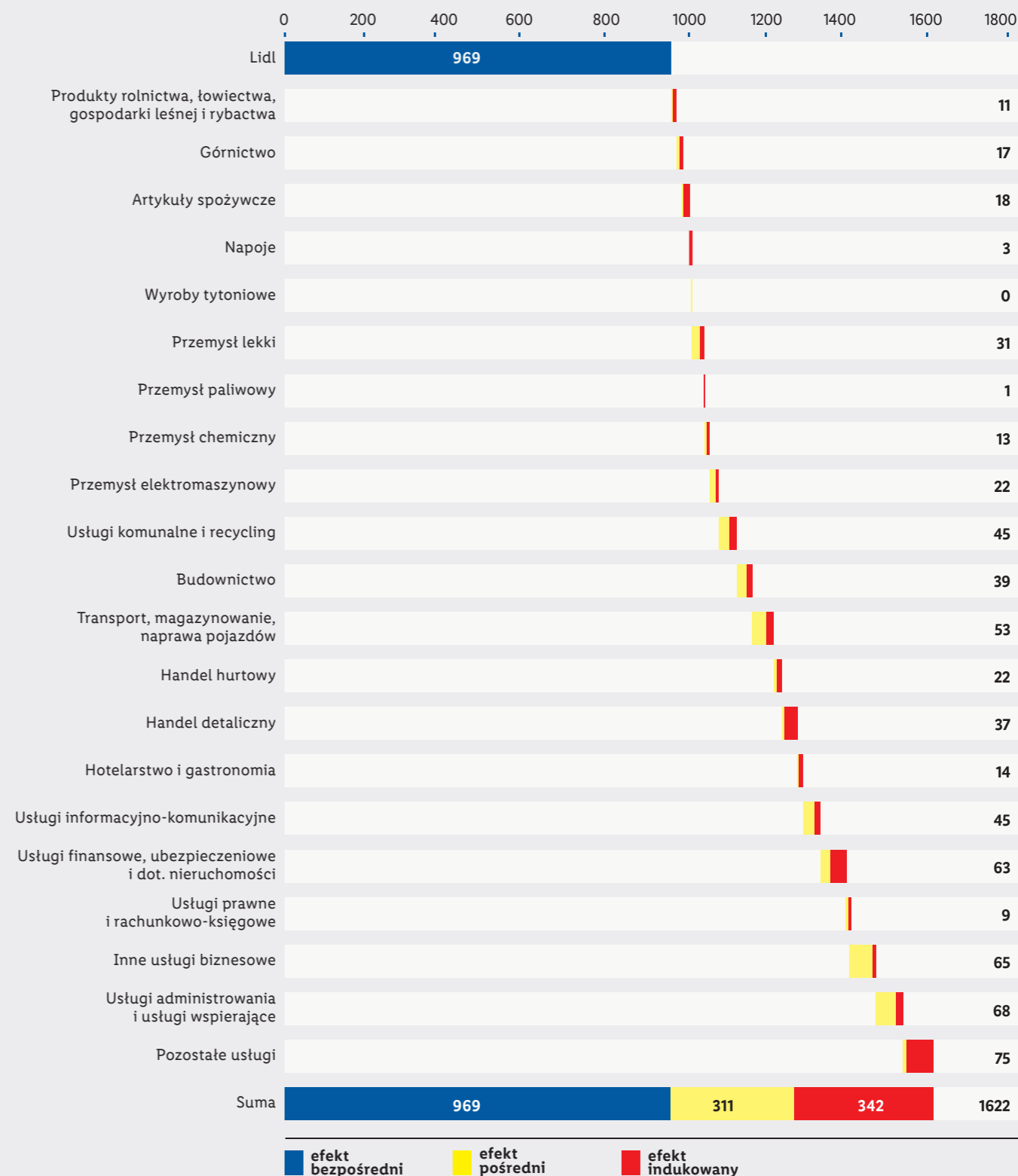
1,62 mld zł netto

wynosiła łączna kwota wynagrodzeń wygenerowanych przez Lidla w Polsce w roku obrotowym 2020.

Jest to wartość zbliżona do ceny zakupu ok. 492 autobusów elektrycznych wraz z urządzeniami ładującymi²⁴.

Każda złotówka wynagrodzeń (netto) wypłaconych przez sieć Lidl w Polsce przyczynia się do generowania łącznie 1,67 zł netto dochodów gospodarstw domowych.

Wykres. Dochody gospodarstw domowych wygenerowane w poszczególnych branżach w roku obrotowym 2020 dzięki działalności sieci Lidl Polska w Polsce [mln zł]



Źródło: Analiza Deloitte, 2021; Wartości na wykresie są zaokrąglone



05 PODATKI - WKŁAD DO BUDŻETU KRAJOWEGO

W wyniku działalności sieci Lidl Polska nie tylko generowana jest wartość dodana oraz tworzone są miejsca pracy, ale również następuje rozwój gospodarki krajowej i gospodarek lokalnych, co jest związane z odprowadzaniem przez Lidl Polska należnych podatków i innych danin publicznych.

Są one podstawowym sposobem finansowania działalności państwa, umożliwiając dokonywanie wydatków budżetowych w takich obszarach jak np. rozwój regionów, budowa dróg, inwestycje w ochronę środowiska, działalność szkół czy szpitali. Podatki zasilają nie tylko budżet państwa, ale również budżety samorządów, na terenie których firma prowadzi działalność. Wpływy te są szczególnie mocno odczuwalne w mniejszych gminach, w których firma jest niejednokrotnie jednym z najważniejszych płatników podatków.



W roku obrotowym 2020 łączna kwota odprowadzona do budżetu państwa oraz jednostek samorządu terytorialnego wyniosła

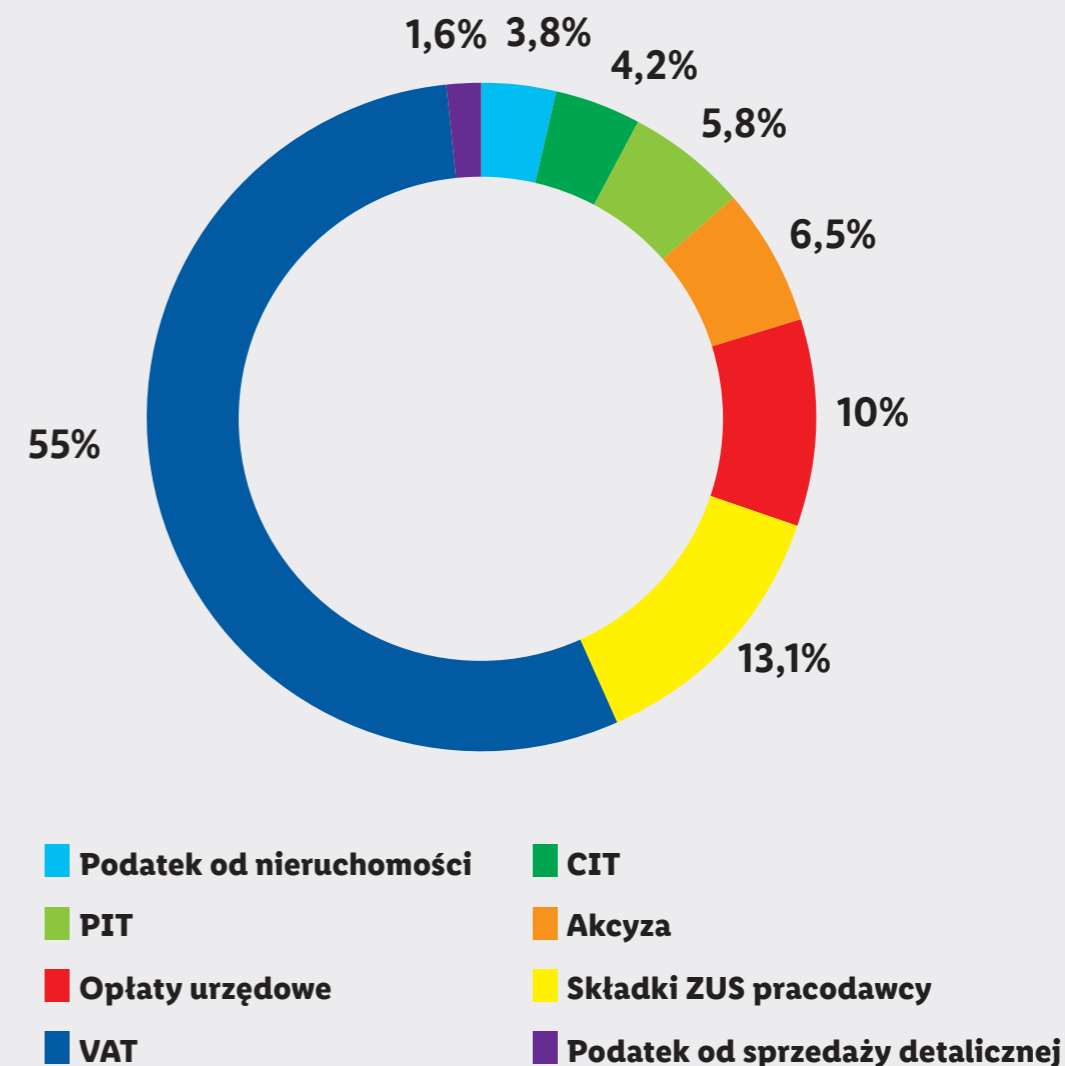
1,7 mld zł netto

Kwota 1,7 mld zł netto wpływająca do budżetu krajowego wystarczyłaby na modernizację 392 wagonów PKP Intercity wraz z późniejszymi przeglądami technicznymi²⁵.

NAJWIĘKSZY UDZIAŁ W ODPROWADZONYCH PODATKACH I DANINACH PUBLICZNYCH STANOWIŁY:



WYKRES. UDZIAŁ POSZCZEGÓLNYCH PODATKÓW I OPŁAT ZAPŁACONYCH PRZEZ SIEĆ LIDL W POLSCE W ROKU OBROTOWYM 2020 [%]



Źródło: Analiza Deloitte, 2021

Kwota 1,7 mld zł netto dotyczy podatków faktycznie zapłaconych w roku obrotowym 2020 po odjęciu wszelkich ewentualnych zwrotów otrzymanych w tym samym okresie. Kwota należnych podatków i danin wyniosła w roku obrotowym 2020 ponad 1,5 mld zł netto, przy czym część z nich została odprowadzona już w roku obrotowym 2021. **Wielkość należnego podatku dochodowego CIT za rok obrotowy 2020 to 368,44 mln zł netto, z czego niemal 300 mln zł netto zostało odprowadzone w roku obrotowym 2021, zgodnie z przepisami polskiego prawa.**



06 Eksport

Obecność Lidla w 29 krajach na całym świecie sprawia, że otwiera on przed polskimi dostawcami możliwość sprzedaży produktów w ramach marek własnych Lidla na wielu rynkach zagranicznych. Dzięki temu dostawcy współpracujący z firmą Lidl Polska mogą zwiększać swoją produkcję, co oczywiście pociąga za sobą wzrost zatrudnienia i ma pozytywny wpływ na rozwój polskiej gospodarki. Wspieranie eksportu polskich produktów jest zatem jedną z bardzo ważnych kategorii wpływu sieci Lidl Polska na krajową gospodarkę.

3,6 mld zł netto

wyniosła w roku obrotowym 2020 wartość eksportu polskich produktów w ramach marek własnych Lidla przez 268 dostawców na 26 rynków zagranicznych.

Jest to wartość porównywalna do kosztu budowy około 785 farm fotowoltaicznych o mocy do 1 MW²⁶.

Jest to również kwota, która pozwoliłaby na finansowanie przez 15 lat „Programu dla szkół”, w ramach którego tysiące dzieci ze szkół podstawowych uczą się zasad zdrowego żywienia, a także co najmniej trzy razy w tygodniu otrzymują świeże owoce i warzywa, soki lub przeciery owocowe oraz produkty mleczne²⁷.

9 mld zł netto

wyniosła wartość eksportu polskich produktów za pośrednictwem międzynarodowej sieci Lidl w latach 2018-2020.

Kwota ta wystarczyłaby na sfinansowanie budowy około 5 stadionów porównywalnych do Stadionu Narodowego w Warszawie²⁸.

Według Listy 500 „Rzeczpospolitej” opublikowanej w 2020 roku Lidl Polska jest największym eksporterem polskich produktów rolno-spożywczych²⁹.

NOTKA METODYCZNA

Analiza wpływu sieci Lidl w Polsce za 2020 rok jest pierwszym tego typu opracowaniem w historii organizacji.

Analiza została przygotowana w celu podsumowania wpływu działalności Lidla w Polsce na gospodarkę. Obejmuje spółki:

- Lidl Sp. z o.o. sp.k.
- Lidl Polska Sp. z o.o.,
- Lidl Sp. z o.o.,

Analiza wpływu ekonomicznego dotyczy działalności operacyjnej wymienionych wyżej spółek w roku obrotowym 2020 (1 marca 2020-28 lutego 2021).

Obliczenie efektów ekonomicznych zostało przeprowadzone na podstawie modelu kalkulacyjnego przygotowanego na bazie tablic przepływów międzygałęziowych. Odzwierciedla on zależności między gałęziami gospodarki i pozwala oszacować, jakie efekty całej gospodarce przynosi działalność danego podmiotu w takich kategoriach jak wartość dodana, zatrudnienie i dochody gospodarstw domowych. Wyniki modelu obrazują efekty działalności za 2020 rok (rok obrotowy). Do kalkulacji zostały wykorzystane dane finansowe za 2020 rok dostarczone przez sieć Lidl w Polsce.

W celu pełnego przedstawienia wpływu ekonomicznego zostały też zebrane i zagregowane dane o podatkach odprowadzanych do budżetu centralnego w analizowanym okresie.

Do symulacji modelu Leontiefa zostały wykorzystane tablice przepływów międzygałęziowych za 2015 rok opublikowane przez Główny Urząd Statystyczny w 2019 roku. Publikacja nowych tablic następuje co pięć lat, zatem są to najaktualniejsze dostępne tablice. Dane przekazane przez Zamawiającego zostały odpowiednio skorygowane wskaźnikiem inflacji.

Za kompletność i poprawność przekazanych do obliczeń danych odpowiada Lidl Polska.

Analizę przeprowadził Zespół Sustainability & Economics, Deloitte Advisory sp. z o.o. sp.k. w okresie czerwiec-lipiec 2021 roku.

Deloitte.

Nazwa Deloitte odnosi się do jednej lub kilku jednostek Deloitte Touche Tohmatsu Limited, prywatnego podmiotu prawa brytyjskiego z ograniczoną odpowiedzialnością i jego firm członkowskich, które stanowią oddzielne i niezależne podmioty prawne. Dokładny opis struktury prawnej Deloitte Touche Tohmatsu Limited oraz jego firm członkowskich można znaleźć na stronie www.deloitte.com/pl/onas.

Deloitte świadczy usługi audytorskie, konsultingowe, doradztwa podatkowego, prawnego i finansowego klientom z sektora publicznego oraz prywatnego, działającym w różnych branżach. Dzięki globalnej sieci firm członkowskich obejmującej 150 krajów oferujemy najwyższej klasy umiejętności, doświadczenie i wiedzę w połączeniu ze znajomością lokalnego rynku. Pomagamy klientom odnieść sukces niezależnie od miejsca i branży, w jakiej działają. Ponad 244 000 pracowników Deloitte na świecie realizuje misję firmy: wywierać pozytywny wpływ na środowisko i otoczenie, w którym żyją i pracują.

W Polsce usługi na rzecz klientów świadczą:

Deloitte Advisory sp. z o.o.,

Deloitte Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp.k.,

Deloitte Doradztwo Podatkowe Tokarski i Wspólnicy sp.k.,

Deloitte PP sp. z o.o.,

Deloitte Polska Sp. z o.o.,

Deloitte Strategy and Research Sp. z o.o.,

Deloitte Consulting S.A.,

Deloitte Legal, Pasternak, Korba, Moskwa, Jarmul i Wspólnicy sp. k.,

Deloitte Services sp. z o.o.

(wspólnie określane mianem „Deloitte Polska”), będące jednostkami stowarzyszonymi Deloitte Central Europe Holdings Limited. Deloitte Polska jest jedną z wiodących firm doradczych w kraju, świadcząca usługi profesjonalne w obszarach: audytu, doradztwa podatkowego, konsultingu, zarządzania ryzykiem, doradztwa finansowego oraz prawnego za pośrednictwem ponad 2500 profesjonalistów z Polski i zagranicy.

2021, Deloitte Sp. z o.o. sp. k.

Spoleczna odpowiedzialność biznesu w Lidl Polska

Jako firma społecznie odpowiedzialna Lidl Polska podejmuje wiele działań mających pozytywny wpływ na otoczenie, zarówno lokalnie jak i w skali całego kraju. Firma zawsze działa zgodnie z hasłem „W trosce o lepsze jutro”.

Lidl prowadzi 760 sklepów na terenie całej Polski, obsługiwanych przez 11 centrów dystrybucyjnych. Zespół Lidl Polska liczy ponad 24 000 osób. Skala działania sprawia, że firma czuje się odpowiedzialna za otoczenie, w którym funkcjonuje, dlatego prowadzi wiele działań, aby je ochraniać oraz wspierać jego rozwój.

Podejmując decyzje biznesowe, celem Lidl Polska jest uniknięcie lub znaczne zmniejszenie negatywnych skutków dla środowiska i społeczeństwa. Firma zawsze działa zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, a standardy etyczne, których przestrzeganie wymaga, są określone m.in. w takich dokumentach jak: Kodeks Etyczny dla partnerów biznesowych, Zasady postępowania wobec klienta, Zasady zachowania w postępowaniu z pracownikami, Zasady postępowania wobec partnerów handlowych i biznesowych.

Lidl Polska podkreśla, iż koncentruje się zarówno na bezpośrednich, jak i pośrednich skutkach prowadzonej działalności handlowej w obrębie całego łańcucha wartości.

Model Odpowiedzialności Lidl (Lidl Responsibility Model, LRM) stanowi dla firmy bazę do oceny wpływu na zrównoważony rozwój, realizacji strategii zrównoważonego rozwoju oraz zarządzania i raportowania w tym obszarze. Struktura Modelu Odpowiedzialności Lidl (LRM) wskazuje 11 obszarów odpowiedzialności w obrębie całego łańcucha dostaw, rozmieszczonych na czterech etapach łańcucha wartości: zasoby, łańcuch dostaw, działalność operacyjna, klienci. W 2019 roku Lidl Polska opublikował swoją **Strategię CSR na lata 2020-2025**, która zawiera 10 celów i odnosi się do czterech obszarów określonych w Modelu Odpowiedzialności Lidl: godne warunki pracy, recykling/opakowania, jakość i bezpieczeństwo produktów, wartości odżywcze produktów i ich wpływ na zdrowie, bezpieczeństwo i higiena pracy, lokalne zakupy, zgodność z prawem, niemarnowanie żywności, przeciwdziałanie zmianom klimatu oraz obywatelska odpowiedzialność.

W swoich codziennych działaniach Lidl opiera się również na **strategii Komisji Europejskiej „Od pola do stołu”**, która koncentruje się na zrównoważonej produkcji żywności. Lidl sumiennie wypełniając postulaty przyjęte w ramach Strategii CSR na lata 2020-2025, kładzie szczególny nacisk na zrównoważoną produkcję, jakość i bezpieczeństwo produktów, ich wartości odżywcze oraz wpływ na zdrowie. W ten sposób firma wypełnia także **12. cel zrównoważonego rozwoju ONZ, którym jest „odpowiedzialna produkcja i konsumpcja”**. To właśnie głównie w ramach asortymentu firma przyjęła najwięcej zobowiązań wieloletnich oraz systematycznie ogłasza nowe. Wszystkie dokumenty Lidl Polska udostępniła w zakładce: <https://kimjestesmy.lidl.pl/zrównowazony-rozwoj>. Na stronie prezentowana jest m.in. polityka zakupowa „Świadome

odżywianie”, pismem stanowisko w zakresie mikroplastiku, „Zasada należytej staranności w procesie zaopatrywania w towary”, liczne stanowiska dotyczące asortymentu, jak np. owoców i warzyw, jaj, kawy, kakao, herbaty oraz ryb i ich przetworów. Firma prezentuje również „Deklarację Grupy Schwarz w zakresie przestrzegania praw człowieka” i wiele innych.

Budowanie kompetentnego i zróżnicowanego zespołu w oparciu o obiektywne kryteria, to kolejny, istotny element strategii CSR Lidl Polska na lata 2020–2025 oraz długofalowej polityki personalnej. Swoim pracownikom Lidl Polska oferuje atrakcyjne warunki zatrudnienia. Oprócz jednych z najwyższych wynagrodzeń w branży zapewnia pakiet benefitów pozapłacowych – m.in. stabilne zatrudnienie dzięki umowie o pracę na minimum 12 miesięcy, prywatną opiekę medyczną, ubezpieczenie grupowe, kartę Multisport, szkolenia oraz wyprawkę „dla maluszka” i pierwszoklasisty, a także bezpłatny program wsparcia psychologa, prawnika i doradcy finansowego. Jedną z zalet pracy w Lidl Polska jest również szansa na rozwój zawodowy – sieć promuje awanse wewnętrzne oraz równość płacową kobiet i mężczyzn. W Lidl Polska wszyscy pracownicy na tych samych stanowiskach otrzymują jednakowe wynagrodzenia, niezależnie od płci, wieku i innych subiektywnych przesłanek, decydują wyłącznie kompetencje. **Aby dodatkowo wspierać ideę równości płacowej w 2019 roku sieć stworzyła nagrodę „Lidl Fair Pay”**, która wyróżnia przedsiębiorstwa wyznaczające dobre standardy na polskim rynku w zakresie równości płacowej kobiet i mężczyzn, czyli te, które stosują jednakowy system wynagrodzeń dla pracowników na tym samym stanowisku, kierując się wyłącznie kryterium kompetencji.

Lidl Polska podejmuje także wiele działań w trosce o środowisko naturalne i dąży do gospodarki obiegu zamkniętego. Firma regularnie eliminuje plastik wszędzie tam, gdzie jest to możliwe. Jednocześnie nieustannie dąży do wypełniania wizji **„mniej plastiku – obiegi zamknięte”** poprzez realizację międzynarodowej strategii Grupy Schwarz – **REset Plastic** oraz przyjęte zobowiązania:

(a) Lidl Polska dąży do zmniejszenia zużycia plastiku do 20% w opakowaniach jednostkowych oraz zbiorczych produktów marek Lidla do 2025 roku.

(b) Lidl Polska dąży do tego, aby 100% opakowań marek własnych Lidla maksymalnie nadawało się do recyklingu do 2025 roku. Ponadto Lidl postawił sobie za cel wyeliminowanie czarnego plastiku z opakowań marek własnych do końca 2021 roku, a tym samym znaczne zwiększenie możliwości recyklingu swoich opakowań.

Aby ograniczyć zużycie plastiku, istotna jest także redukcja sprzedaży toreb na zakupy. Rok do roku firma obserwuje systematyczny spadek sprzedaży reklamówek, co wynika między innymi z rosnącej świadomości ekologicznej klientów. Zabieranie własnych toreb na zakupy również staje się coraz bardziej popularnym rozwiązaniem. W tym zakresie redukcję toreb wspiera również Lidl. We wszystkich sklepach sieci

klienci mają możliwość nabycia papierowych toreb na zakupy, plastikowych reklamówek z recyklingu oraz toreb termicznych na artykuły chłodnicze. Wszystkie plastikowe torby na zakupy są wielokrotnego użytku, wykonane w 80% z surowców z recyklingu i w 100% nadające się do recyklingu. Zachowanie najwyższych standardów produkcji toreb potwierdza certyfikat Blue Angel, który stanowi najbardziej uznane na świecie oznaczenie, świadczące przede wszystkim o procesie przetwarzania surowców oraz produkcji towarów pod kątem ich wpływu na środowisko naturalne.

Zgodnie ze strategią REset Plastic Lidl nieustannie dąży do tego, aby zmniejszyć ilość plastiku, dlatego firma wprowadziła do oferty woreczki wielokrotnego użytku na owoce i warzywa. Decydując się na ich zakup, klienci mają możliwość zrezygnowania z tzw. zrywek oraz tym samym włączenia się w redukcję plastiku. Jako pierwsza firma w branży Lidl wprowadził znakowanie owoców oraz warzyw naturalnym światłem, dzięki czemu sprzedaje bez plastikowych opakowań wybrane owoce i warzywa bio. Informację o tym, że są to produkty bio klienci znajdują bezpośrednio na skórcie.

Lidl Polska podkreśla również istotność niemarnowania żywności. W ramach całego łańcucha dostaw optymalizuje zamówienia oraz dostawy żywności w taki sposób, aby na sklepowych półkach znajdowało się dokładnie tyle produktów, ile potrzebują klienci. Dzięki temu firma ograniczyła marnowanie żywności niemal do zera. Sieć prowadzi regularnie kampanie edukacyjne, informując klientów, jak racjonalnie gospodarować żywnością oraz jak wykorzystać produkty spożywcze o zbliżającej się dacie ważności. Od początku istnienia, czyli od 2002 roku, Lidl Polska współpracuje z Federacją Polskich Banków Żywności. Wspiera również Caritas Polska. Razem z tymi organizacjami prowadzi wiele akcji charytatywnych, które mają zapewnić żywność osobom potrzebującym, jak i liczne działania edukacyjne. Zazwyczaj dwa razy w roku w części sklepów Lidl odbywają się świąteczne zbiórki żywności. Każde takie działanie to kilkadziesiąt ton żywności dla osób, które jej potrzebują.

Lidl Polska prowadzi również swój autorski projekt „Kupuję, nie marnuję”, w ramach którego w niższej cenie oferuje świeże mięso, drób i ryby, produkty chłodnicze oraz część tzw. suchych artykułów (m.in. chleby pakowane, ciasta) o krótkim terminie przydatności. Przecena tych artykułów pojawia się przed upływem terminu przydatności do spożycia i obowiązuje do jego ostatniego dnia. Żywność przeceniana jest o 50%, a chleby i bułki o 70%. Produkty objęte przecenami klienci zawsze znajdują w miejscu ich standardowej prezentacji, są one dodatkowo oznaczone informacją o przecenie i etykietą rabatową „Kupuję, nie marnuję”. Lidl oferuje również po obniżonych cenach „nieperfekcyjne” warzywa i owoce. Zainteresowaniem klientów cieszyły się niewymiarowe jabłka sprzedawane prosto ze skrzyń, „krzywe” buraki oraz ziemniaki, które obrodziły w nadmiarze. Wprowadzając je do oferty, firma przeciwdziała ich zmarnowaniu, jednocześnie wspierając

polskich dostawców w sprzedaży tych produktów.

Zgodnie z hasłem „W trosce o lepsze jutro” w sklepach Lidl Polska stosuje się ekologiczne rozwiązania, takie jak odzysk ciepła z urządzeń chłodniczych, które jest wykorzystywane do ogrzewania obiektu, rekuperacja, pełne energooszczędne oświetlenie LED, zarówno wewnątrz obiektu, jak i na parkingu, wraz ze sterowaniem oświetleniem mającym na celu optymalizację jego zużycia. Rozwiązania te mają za zadanie zwiększenie efektywności energetycznej obiektów Lidla, co w konsekwencji przyczynia się do ochrony środowiska naturalnego. Flagowym projektem, stosowanym powszechnie od wielu lat, są pompy ciepła jako odnawialne źródło energii. Co więcej, od tego roku wszystkie nowo wybudowane sklepy posiadają instalację fotowoltaiczną. Dodatkowo zostanie ona zainstalowana w aż 60 istniejących już placówkach, co oznacza, że w 2021 roku Lidl Polska osiągnie liczbę ponad 120 obiektów z takim rozwiązaniem.

Aby szerzej zapoznać się z działaniami CSR Lidl Polska, **firma serdecznie zaprasza do lektury Raportu Zrównoważonego Rozwoju Lidl Polska**. Firma podsumowuje w nim swoją działalność w dwóch latach obrotowych: od 1 marca 2019 roku do 28 lutego 2021 roku. W raporcie Lidl skupia się na najważniejszych działaniach wynikających z podejścia do celów zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu w tym okresie. Raport ten jest wynikiem wielomiesięcznej pracy licznej grupy pracowników Lidl Polska oraz zaangażowania szerokiego grona osób z otoczenia społecznego i biznesowego firmy.



PRZYPISY

- ¹ Lidl Sp. z o.o. sp.k., Lidl Polska Sp. z o.o. oraz Lidl Sp. z o.o. w tekście jako Lidl/Grupa Lidl/sieć Lidl/Lidl Polska.
- ² Wartość dodana – jest to różnica między całkowitym przychodem ze sprzedaży a całkowitymi kosztami zasobów zewnętrznych zużytych do produkcji (surowców, energii i usług zewnętrznych związanych z daną produkcją). Dane użyte do policzenia wartości dodanej to produkcja globalna spółki, zużycie pośrednie (wydatki), podatki zapłacone przez spółkę (w tym podatki pośrednie i bezpośrednie), wynagrodzenia, amortyzacja oraz nadwyżka operacyjna netto.
- ³ Model ten został pierwotnie stworzony przez noblistę Wassily'a Leontiefa.
- ⁴ Przykład jest uproszczony i ma charakter ilustracyjny.
- ⁵ Netto oznacza, że jest to wartość nie zawierająca VAT.
- ⁶ Jest to wartość dodana powstająca w samym Lidlu, a także związana z urządzeniem i utrzymaniem sklepów.
- ⁷ Przykładami są tu zakupy związane z wyposażeniem sklepów, takie jak zakup półek, boksów kasowych czy lad chłodniczych.
- ⁸ Mieszczą się tu zarówno dochody związane z wynagrodzeniami wypłacanymi bezpośrednio przez sieć Lidl Polska swoim pracownikom, jak i dochody pracowników dostawców Lidla otrzymywane przez nich dzięki temu, że Lidl kupuje produkty i usługi w firmach, w których pracują.
- ⁹ Netto oznacza, że jest to wartość nie zawierająca VAT.
- ¹⁰ Netto oznacza, że jest to wartość nie zawierająca VAT.
- ¹¹ <https://www.arimr.gov.pl/aktualnosci/artykuly/premie-dla-mlodych-rolnikow-i-restrukturyzacja-malych-gospodarstw-wnioski-do-30-czerwca.html> [dostęp: 15.07.2021]
- ¹² https://www.kujawsko-pomorskie.pl/pliki/2020/wiadomosci/20200302_zlobek/projekty.pdf [dostęp: 21.07.2021]
- ¹³ <https://www.archiwum.gddkia.gov.pl/pl/a/39322/1le-kosztuje-kilometr-drogi> [dostęp: 14.07.2021]
- ¹⁴ <https://bankizywnosci.pl/extra-szkolna-stolowka/> [dostęp: 08.07.2021]
- ¹⁵ <https://www.gov.pl/web/fundusze-regiony/swieze-antycovidowe-pieniadze-dla-firm-komisja-europejska-wlasnie-zatwierdzila-prawie-14-mln-zl-dla-msp> [dostęp: 08.07.2021]
- ¹⁶ <https://www.pap.pl/aktualnosci/news%2C676085%2Cprezydent-rzad-przyznal-300-mln-zl-na-nowa-siedziba-dolnoslaskiego-centrum> [dostęp: 15.07.2021]
- ¹⁷ Netto oznacza, że jest to wartość nie zawierająca VAT.
- ¹⁸ <https://www.pap.pl/aktualnosci/news%2C676085%2Cprezydent-rzad-przyznal-300-mln-zl-na-nowa-siedziba-dolnoslaskiego-centrum-l/> [dostęp: 15.07.2021]
- ¹⁹ Efekt mnożnikowy obliczono ze wzoru: efekt łączny/efekt bezpośredni. Mnożnik pokazuje, w jaki sposób zmienia się wartość dodana, zatrudnienie i wynagrodzenia w całej gospodarce na skutek zmiany tych wartości w Lidl Polska.
- ²⁰ https://www.polskawschodnia.gov.pl/media/99236/Streszczenie_FEPW.pdf [dostęp: 21.07.2021]
- ²¹ Stan na 30.06.2021 r., Źródło: <http://bip.um.sandomierz.pl/25/114/miasto-w-liczbach.html> [dostęp: 15.07.2021]
- ²² Stan z grudnia 2020 r., Źródło: <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/tablica> [dostęp: 08.07.2021]
- ²³ Efekt całkowity obliczono jako sumę efektów: bezpośredniego, pośredniego oraz indukowanego po zaokrągleniach.
- ²⁴ <https://www.transport-publiczny.pl/wiadomosci/mpk-krakow-zawarlo-umowe-z-solarisem-na-50-przegubowych-elektrobusow-64752.html> [dostęp: 15.07.2021]
- ²⁵ <https://www.intercity.pl/pl/site/o-nas/dzial-prasowy/aktualnosci/po-polsce-jezdzi-juz-60-nowoczesnych-wagonow-pkp-intercity-laczacych-w-sobie-pierwsza-i-druga-klase.html> [dostęp: 15.07.2021]
- ²⁶ <https://wysokienapiecie.pl/18362-wlasna-elektrownia-sloneczna-czy-w-polsce-sie-oplaci/>
- ²⁷ Za roczny koszt „Programu dla szkół” przyjęto jego koszt w roku szkolnym 2019/2020, źródło: <https://www.kowr.gov.pl/program-dla-szkol/program-dla-szkol> [dostęp 15.07.2021]
- ²⁸ <https://nieruchomosci.wprost.pl/budownictwo/10147843/czy-stadiony-na-siebie-zarabiaja-pge-narodowy-liderem.html> [dostęp 15.07.2021]
- ²⁹ <https://rankingi.rp.pl/lista500/2020> [dostęp: 23.07.2021]

