

Zmowa cenowa na stacjach paliw w Polsce?

18 stycznia 2015

Dlaczego pojedyncze stacje paliw potrafią z zyskiem sprzedawać 1 litr benzyny za kwotę 3,98 zł, a zdecydowana większość robi to za około 4,40 – 4,50 zł (mimo że cena hurtowa zakupu paliwa w rafineriach jest dla wszystkich sprzedawców detalicznych bardzo zbliżona)? Czy wspomniana większość stacji – szczególnie tych należących do dużych koncernów paliwowych – stosuje zmwę cenową w zakresie stosowanej marży, która godzi w interesy konsumentów? Czy to nie jest temat dla Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów?

Warto przypomnieć, że nie dalej jak pół roku temu, czyli jeszcze przed spadkami cen ropy naftowej na światowych rynkach, średni poziom marży detalicznej stosowanej przez właścicieli stacji paliw w Polsce szacowany był na 0,11 – 0,15 zł za 1 litr benzyny. Kiedy ceny ropy naftowej zaczęły spadać, przekładając się na cenę paliwa produkowanego przez rafinerie, stacje benzynowe stopniowo zaczęły podnosić poziom stosowanej marży. Oczywiście kierowcy początkowo nie byli w stanie tego zauważyć, bowiem spadki cen ropy naftowej potrzebnej do produkcji paliw były znacznie silniejsze od wzrost marży. Dopiero po pewnym czasie można było dostrzec, że ceny paliw na niektórych stacjach istotnie odbiegają od cen stosowanych przez większość stacji, szczególnie jeśli weźmiemy pod uwagę punkty sprzedaży paliw należące do dużych koncernów. Eksperti z rynku paliwowego nie mają wątpliwości i twierdzą, że to efekt zróżnicowanego poziomu stosowanych marż. Właściciele zdecydowanej większości stacji pozostają w specyficznej zmwie cenowej. Wiedzą bowiem, że w branży sprzedaży paliw trudno o dużą konkurencję (aby wybudować stację benzynową potrzeba sporego kapitału na start oraz wielu różnego rodzaju zgód i pozwoleń administracyjnych), dlatego utrzymują swoje marże na wysokim poziomie ok. 0,40 – 0,50 zł za 1 litr benzyny. Tam

gdzie stacji paliw jest nieco więcej, a konkurencja silniejsza – pojawiają się wyjątki. Pojedynczy przedsiębiorcy, aby zachęcić klientelę, decydują się obniżyć marżę do poziomu 0,10 – 0,15 zł, a wówczas możliwe jest tankowanie poniżej 4,00 zł za litr.

Powstaje pytanie: czy z uwagi na specyficzne uwarunkowania detalicznego rynku handlu paliw (trudność z rozpoczęciem biznesu) oraz wykorzystywanie silniejszej pozycji wobec klienta końcowego, stosowanie przez większość firm będących właścicielami stacji benzynowych wysokich marż na sprzedawane w nich paliwo, nie spełnia przypadkiem przesłanek zmowy cenowej, która godzi w interesy konsumentów? Czy sprawą nie powinien się przypadkiem zainteresować Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów?

Źródło: Niewygodne.info.pl