

ROZDZIAŁ 12

BARIERY ROZWOJU RYNKU PALIWOWEGO W POLSCE

1. Wprowadzenie

Od początku lat 90-tych można zaobserwować dynamiczny rozwój polskiej gospodarki. Wprowadzenie reguł wolnorynkowych umożliwiło rozwój wielu istniejących rynków oraz powstanie nowych, nieznanych dotąd w naszym kraju.

Jedną z ważniejszych branż każdej gospodarki jest rynek paliwowy. Prawie do końca lat 80-tych produkcja i dystrybucja paliw płynnych w Polsce znajdowała się, podobnie jak wiele innych branż, pod kontrolą państwa. W skład sektora państwowego wchodził nie tylko hurtowy handel paliwami, ale również 100% stacji, poprzez które następowała detaliczna sprzedaż paliw. Państwowe stacje paliw były znane pod nazwą CPN (Centrala Produktów Naftowych). Była to jedyna sieć stacji paliw w Polsce do końca lat 80-tych. Ponadto, obok stacji CPN, działały państwowe stacje przyzakładowe, obsługujące pojazdy danego podmiotu gospodarczego oraz stacje znajdujące się na terenach wiejskich, należące do tzw. SKR-ów (Stowarzyszenie Kółek Rolniczych).

Brak konkurencji w sektorze paliwowym powodował, że działanie stacji benzynowych w tamtym okresie daleko odbiegało od dzisiejszego wizerunku takiego podmiotu. Monopolistyczna pozycja CPN nie sprzyjała poprawie jakości usług. Dodatkowo sprzedaż paliw klientom indywidualnym podlegała w pewnych okresach ograniczeniom ilościowym, co jeszcze pogarszało wizerunek rynku paliwowego. Stacje CPN kojarzyły się najczęściej z niemłą obsługą, brzydkim wyglądem, a w latach 80-ych również z kolejkami po paliwo. Jednak taki obraz rynku paliw trudno określić jako czynnik ograniczający jego rozwój. Całość procesu rozwojowego sektora zależała bowiem od decyzji organów rządzących, nie zaś od zmian popytu na paliwa, dokonujących się pod wpływem różnorodnych czynników makro- i mikroekonomicznych.

Zmiany ustroju społeczno-gospodarczego zmieniły zasady działania podmiotów gospodarczych, również tych należących do rynku paliwowego. Rynek ten rozwija się w Polsce dynamicznie, jednak jego rozwój napotyka na liczne ograniczenia. Można zatem postawić tezę, że na polskim rynku paliwowym występuje szereg barier, hamujących jego rozwój w ostatnich latach. Są to zarówno bariery charakterystyczne dla przedmiotowego rynku, występujące również w innych krajach wysoko rozwiniętych, jak i charakterystyczne wyłącznie dla polskiego rynku paliwowego. Celem niniejszego artykułu będzie zatem identyfikacja i analiza wybranych, z uwagi na szeroki zakres i złożoność tematu, barier rozwoju rynku paliwowego, które, zdaniem autorów, można uznać za najbardziej istotne. Ponadto analiza zostanie zasadniczo skupiona na segmencie dystrybucji paliw, jako tego, który w ostatnich latach uległ największym przeobrażeniom.

2. Charakterystyka rynku paliwowego w Polsce

Zmiany na polskim rynku paliwowym rozpoczęły się na przełomie lat 80-tych i 90-tych. Wprowadzenie reguł gospodarki wolnorynkowej spowodowało stopniową zmianę struktury tego rynku. Dotychczasowy monopol państwa na rynku paliwowym został częściowo złamany. Chodzi tu przede wszystkim o segment sprzedaży detalicznej paliw tzn.

na rynku zaczęły pojawiać się pierwsze stacje należące do prywatnych przedsiębiorców. Były to podmioty należące do zagranicznego kapitału – sieci stacji, które od dziesięcioleci z powodzeniem działały w innych państwach wysoko rozwiniętych. Firmy te posiadały silne zaplecze finansowe, ogromne, wieloletnie doświadczenie oraz wyspecjalizowanych pracowników, dla których walka z konkurencją była codziennością. Często firmy te posiadały własne platformy wiertnicze, bazy transportowe, a także nowoczesny i skuteczny system zarządzania. Dawało to znaczną przewagę w walce o klienta i stwarzało możliwość przejęcia znacznego udziału w polskim rynku paliwowym. Z drugiej strony na rynku pojawiły się również rodzime stacje, będące odzwierciedleniem rozwijającej się polskiej przedsiębiorczości. Były to początkowo niewielkie podmioty, proponujące znacznie niższy poziom usług, w stosunku do jakości, jaką prezentowały zagraniczne sieci stacji. Z czasem jednak standard prowadzonej działalności zaczął się poprawiać, zbliżając się w części przypadków do poziomu europejskiego.

Nienasycony w początkowym okresie polski rynek paliwowy zaczął się z biegiem lat stabilizować. Jak wskazują dane w tabeli nr 1 sprzedaż benzyn i oleju napędowego systematycznie wzrastała do roku 1999, co można motywować nie tylko rosnącym zapotrzebowaniem na paliwa, ale i sprzyjającą koniunkturą gospodarczą. Rosnąca liczba stacji paliwowych oraz nasilająca się recesja gospodarcza pod koniec lat 90-tych spowodowały, że zaczęły się pojawiać pierwsze problemy z utrzymaniem się podmiotów na tym rynku. Rok 2000 był pierwszym rokiem, w którym zanotowano znaczny spadek sprzedaży paliw. Również w następnych latach notuje się spadek obrotów w branży, jednak prognozy na dalsze lata (2003-2006) są bardziej optymistyczne, zapowiadające stopniowy wzrost zużycia paliw do poziomu ok. 4,6 mln ton benzyn oraz 4,95 mln ton oleju napędowego w 2006r.¹

Tabela 1

Sprzedaż paliw w Polsce w latach 1995-2003 (w tys. ton)

lata	benzyny		olej napędowy	
	sprzedaż	wzrost	sprzedaż	wzrost
1995	5068	-	5834	-
1996	5213	2,9%	6100	4,6%
1997	5408	3,7%	6200	1,6%
1998	5461	1,0%	5896	-4,9%
1999	5530	1,3%	5900	0,1%
2000	5090	-8,0%	5173	-12,3%
2001	4711	-7,5%	4724	-8,7%
2002	4423	-6,1%	4866	3,0%
2003	4240	-4,1%	5700	17,1%

Źródło: opracowanie własne na podstawie: www.popihn.pl/ocena.htm z dnia 10.02.04r. oraz Stacji LPG więcej ..., Stacja Benzynowa nr 4, kwiecień 2004, s. 4

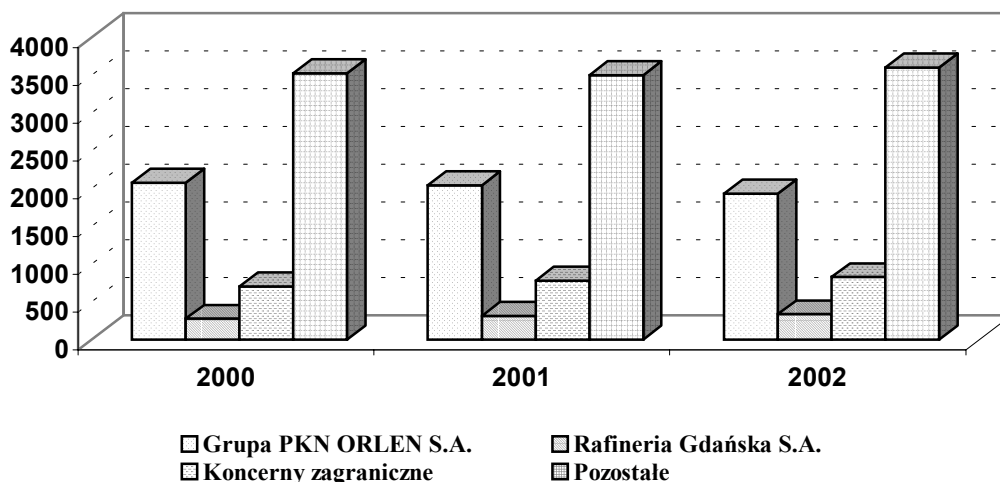
Pomimo pewnego zachwiania sprzedaży na polskim rynku paliwowym w ostatnich latach liczba stacji benzynowych sukcesywnie rośnie, osiągając w 2003r. poziom 6728 obiektów. Należy jednak zaznaczyć, że roczne przyrosty tej liczby są niewielkie – w 2003 r. to zaledwie 0,5% w stosunku do 2002r. (1,2% w latach 2000-2003). Powolny wzrost liczby stacji benzynowych nie oznacza jednak, że polski rynek detalicznej sprzedaży paliw jest już w

¹ Stacje powinny sprzedawać więcej, Stacja Benzynowa, nr 1, styczeń 2004, s. 4.

pełni nasycony. Ocenia się, że w Polsce jest jeszcze miejsce dla ok. 1000-1500 stacji, jednak przede wszystkim dla tych o wyższym standardzie.² Część z nich powstanie na miejsce starych stacji, których modernizacja stanie się nieopłacalna.

Polski rynek paliwowy jest wciąż dość silnie skoncentrowany. Niemal 30% (2002r.) wszystkich stacji benzynowych w Polsce to stacje należące do koncernu PKN ORLEN S.A., powstałego na bazie CPN (por. wykres nr 1). Koncerny zagraniczne obejmują analogicznie 12% sieci stacji paliw. Najprężniej działające w tym względzie koncerny to BP, STATOIL oraz SHELL. Ponadto na rynku paliwowym widoczna jest tendencja do konsolidacji. Zachodnie koncerny działające w Polsce łączą się, bądź wykupują słabsze sieci stacji, tworząc jeszcze silniejsze struktury. Przykładem może tu być przejęcie stacji paliw, należących do koncernu ARAL przez koncern BP. Ponadto należy zaznaczyć, że koncerny zagraniczne mają ok. 20%³ udziału w rynku sprzedaży detalicznej, a planowany jest dalszy wzrost tego udziału.

Ponad połowa stacji paliw w Polsce to obiekty, należące do niezależnych właścicieli. Są to zasadniczo mniejsze stacje, często usytuowane na obrzeżach miast bądź na terenach wiejskich. Należy podkreślić, że jakość świadczonych przez te stacje usług wciąż często odbiega od standardów oferowanych przez koncerny zagraniczne czy chociażby PKN ORLEN S.A., choć oczywiście coraz częściej pojawiają się podmioty na zbliżonym poziomie.



Wykres 1. Struktura sieci stacji paliw w Polsce w latach 2000-2002

Źródło: opracowanie własne na podstawie www.ORLEN.pl z dnia 10.02.04.

Jeśli chodzi o średnią miesięczną sprzedaż paliw na polskich stacjach benzynowych to największe obroty notują stacje należące do zagranicznych koncernów, które w 2002r. sprzedawały 304.300 litrów (326.200 w 2001r.). Znacznie gorzej prezentowały się stacje należące do PKN Orlen S.A., gdzie miesięcznie sprzedawano średnio zaledwie 171.900 litrów (154.100 w 2001r.).⁴ Trudno jednocześnie oszacować analogiczną sprzedaż dla stacji niezrzeszonych, ale należy domniemywać, że utrzymywała się ona na znacznie niższym poziomie.

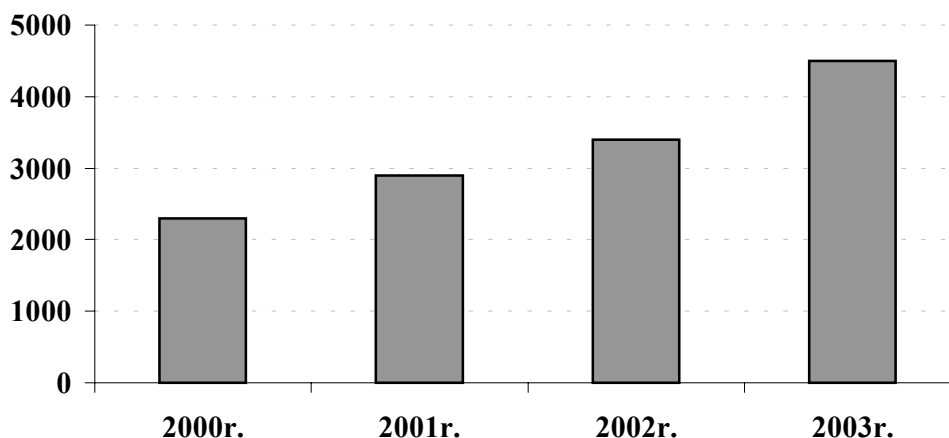
W latach 90-tych pojawiło się alternatywne paliwo do samochodów napędzanych benzyną - gaz płynny (LPG). Początkowo wykorzystanie autogazu do napędzania samochodów było niewielkie. Wynikało to m.in. z nieznamomości tego paliwa oraz skutków jego oddziaływania na silniki. Istotne były również obawy (nieuzasadnione), co do

² Stacji LPG więcej ..., Stacja Benzynowa nr 4, kwiecień 2004, s. 4

³ www.popihn.pl z dnia 10.02.04

⁴ Ubędzie 400 przybędzie 200, Stacja Benzynowa nr 9, wrzesień 2003, s. 4

bezpieczeństwa korzystania z autogazu. Trzeba zauważyć, że w połowie lat 90-tych znaczny wzrost gospodarczy w naszym kraju nie zmuszał Polaków do szukania oszczędności poprzez inwestycje w instalację gazową. Wielu kierowców rezygnowało z możliwości używania tego tańszego i ekologicznego paliwa. Jednak pogarszająca się sytuacja ekonomiczna oraz wciąż zwiększająca się różnica w cenie pomiędzy benzyną, a autogazem (niemal dwukrotna) spowodowały, że coraz większa liczba kierowców zaczęła „przerabiać” samochody na zasilanie gazowe. Wg danych Nafty Polskiej, POGP tylko w roku 2003 zainstalowano 210 tys. instalacji gazowych. Są to oficjalne dane, które prawdopodobnie są zaniżone z uwagi na istnienie szarej strefy, nie dokumentującej dokonanych montażu instalacji gazowych. O rosnącej popularności autogazu może świadczyć fakt, że tylko w 2003 liczba stacji LPG zwiększyła się o 32% (por. wykres nr 2). Przypomnijmy, że w tym samym okresie stacji paliw przybyło tylko 0,5%. Fakt ten wynika m.in. z niskich nakładów inwestycyjnych, jakie są konieczne do uruchomienia placówki LPG. Ocenia się, że łączna liczba samochodów wyposażonych w instalację gazową wynosi w Polsce 1,1 mln. szt., a zatem na jedną stację LPG przypada ok. 240 pojazdów. Wydaje się więc, że wzrost liczby tego typu stacji zostanie w najbliższym czasie zahamowany. W przeciwieństwie do obniżającego się poziomu sprzedaży benzyn i oleju napędowego sprzedaż autogazu w Polsce szybko rośnie. Zużycie autogazu na przestrzeni trzech ostatnich lat wzrosło z 0,7 mln. ton w 2001 r. do 1,07 mln. ton w 2003 roku, a zatem o ponad 50%.⁵



Wykres 2. Liczba stacji gazowych w Polsce w latach 2000-2003

Źródło: Stacji LPG więcej ..., Stacja Benzynowa nr 4, kwiecień 2004, s. 4

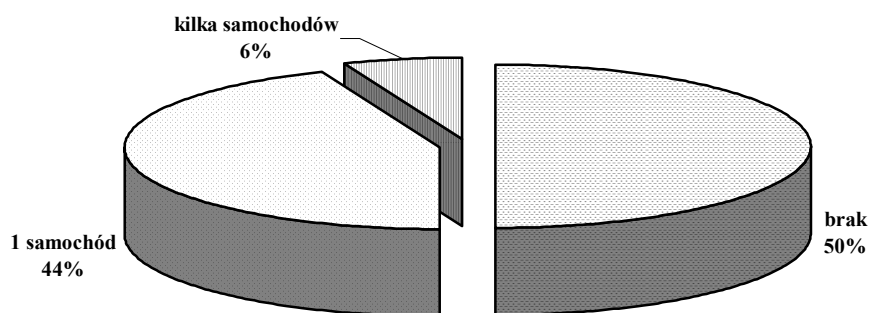
Analizując rynek paliwowy w Polsce należy wspomnieć jeszcze o jednym produkcie, a mianowicie o lekkim oleju opałowym (LOO). Paliwo to (zgodnie z prawem) przeznaczone jest do ogrzewania, jednak jego parametry pozwalają używać go do pojazdów z silnikami diesla. Zaletą powyższego paliwa jest przede wszystkim jego cena – znacznie niższa niż oleju napędowego, z uwagi na niższy podatek akcyzowy. Część właścicieli pojazdów wykorzystuje zatem tego rodzaju paliwo, szczególnie w samochodach ciężarowych oraz ciągnikach rolniczych. Powoduje to, że sprzedaż oleju napędowego na niektórych stacjach wyraźnie spada. Sprzedaż oleju opałowego w Polsce kształtuje, według danych Nafty Polskiej, POGO, na poziomie 2,64 mln ton w 2003r., z czego część z pewnością nie została wykorzystana w celach grzewczych. Zaostrzenie kontroli paliw w pojazdach prawdopodobnie ograniczy tego rodzaju praktyki w przyszłości.

⁵ Ibidem

Najczęściej tankowany rodzaj paliwa w Polsce (dane za 2002r.) to benzyna bezołowiowa 95-oktanowa (48%), przy czym udział tego paliwa sukcesywnie rośnie. Znaczna część kierowców korzysta również z benzyny uniwersalnej (22%). Na kolejnych miejscach znajdują się: olej napędowy (11%), autogaz (10%), benzyna bezołowiowa 98-oktanowa (9%). Wśród powyższych paliw widoczny jest wyraźny wzrost zużycia LPG.⁶

Wśród państw UE Polska jest krajem, gdzie ceny detaliczne paliw pozostają wciąż na niskim poziomie. Cena ON to zaledwie 0,62 euro/litr (stan na 22.03.04r.) i jest to najtańszy olej napędowy dostępny na rynku europejskim. W porównaniu w Niemczech za litr tego paliwa trzeba zapłacić 0,86 euro, we Włoszech – 0,89 euro, w Luksemburgu – 0,64 euro. Jeśli chodzi o cenę benzyny to jedynie w Czechach jest ona na tak niskim poziomie, jak w Polsce – 0,74 euro/litr.⁷ W chwili obecnej polskie paliwo jest zatem bardzo konkurencyjne na rynku europejskim.

W przyszłości można prognozować dalszy rozwój rynku paliwowego w Polsce. Wynika to nie tylko z niepełnego wciąż rozwoju przedmiotowego rynku. Jak pokazuje wykres nr 2 połowa polskich gospodarstw domowych nie posiada samochodu. Jednocześnie nieliczne gospodarstwa mogą pochwalić się posiadaniem więcej niż jednego auta. Można więc przypuszczać, że powyższa struktura będzie się sukcesywnie zmieniać. Większa liczba samochodów przekłada się natomiast na większe zużycie paliwa i rozwój całego rynku paliwowego.



Wykres 2. Liczba samochodów w gospodarstwie domowym w Polsce

Źródło: www.demoskop.pl z dnia 26.03.04.

Powyższe aspekty skłaniają do konkluzji, że rynek paliwowy w Polsce ma szansę dalszego rozwoju w najbliższych latach. Nie oznacza to jednak, że nie należy uwzględniać barier ograniczających rozwój tego rynku.

3. Wybrane czynniki hamujące rozwój rynku paliwowego w Polsce

Okres dynamicznego, niezakłóconego rozwoju rynku paliwowego, podobnie jak innych rynków w Polsce, już się zakończył. Obecnie rynek ten boryka się z wieloma problemami, które w widoczny sposób ograniczają jego rozwój.

Ilość czynników decydujących o obecnym kształcie rynku paliwowego w Polsce jest ogromna, z tego względu przedstawione zostaną jedynie wybrane aspekty, które, zdaniem

⁶ Rośnie popularność gazu i benzyny bezołowiowej, Stacja Benzynowa nr 3, marzec 2003, s. 4-5

⁷ Ceny detaliczne paliw w Europie, Stacja Benzynowa nr 4, kwiecień 2004, s. 18

autorów, mają najbardziej istotny wpływ na rozwój niniejszego rynku. Czynniki te mają zarówno makroekonomiczny, jak i mikroekonomiczny charakter. Jak już wspomiano, analiza obejmować będzie przede wszystkim segment dystrybucji paliw w Polsce.

Wśród licznych makroekonomicznych barier rozwoju rynku paliwowego istotne znaczenie ma niesprzyjająca polityka państwa. Chodzi tu o skomplikowane procedury administracyjne dotyczące otwarcia i prowadzenia stacji benzynowej. Od początku lat dziewięćdziesiątych sukcesywnie rośnie liczba dokumentów, które trzeba posiadać, aby możliwe było prowadzenie interesu paliwowego (z koncesją włącznie). Często nie wystarczy atest producenta na dany sprzęt, urzędy wymagają dodatkowych opinii czy analiz, co wiąże się najczęściej ze sporymi kosztami. Z biurokracją i wygórowanymi wymaganiami radzą sobie oczywiście duże sieci stacji, posiadające odpowiednie fundusze i specjalistyczną obsługę prawną. W przypadku drobnej przedsiębiorczości zdobycie wszystkich wymaganych zezwoleń jest niezwykle trudne i czasochłonne, a czasami wręcz niemożliwe. Wejście Polski do Unii Europejskiej najprawdopodobniej zwiększy jeszcze zakres powyższych wymagań. Chodzi tu zwłaszcza o proces dostosowania stacji do wymogów UE w zakresie ochrony środowiska. Dla części stacji, głównie małych stacji o najniższym standardzie, oznacza to koniec działalności, gdyż z racji niskich obrotów nie będą one w stanie sprostać finansowo wysokim wymaganiom technicznym stawianym dzisiejszym obiektom.

Kolejną barierę stanowi nieprecyzyjne i niejasne prawo, które sprzyja nadużyciom, a z drugiej strony wprowadza niepewność czy stosowane rozwiązania nie zostaną zakwestionowane np. przez urząd skarbowy, co wiąże się oczywiście z przykrymi konsekwencjami dla przedsiębiorcy.

Czynnikiem ograniczającym rozwój przedmiotowego rynku są również znaczne obciążenia fiskalne w zakresie obrotu paliwami. Chodzi tu przede wszystkim o podatek akcyzowy, a do roku 2000 również cło (por. tab. nr 2-3). W latach 1996–2000 stopniowo dochodziło do obniżania stawek celnych na paliwa (benzyny o 12%, oleju napędowego o 21%), co teoretycznie powinno spowodować obniżenie cen paliw. Jednak ceny te nie uległy obniżeniu m.in. z powodu wzrostu akcyzy. Na przestrzeni lat 1999-2003 akcyza na benzyny wzrosła o 61%, a na olej napędowy o 69%. Ponadto w przyszłości należy oczekiwać dalszego wzrostu akcyzy na paliwa, gdyż jest ona wciąż niższa niż przewidują wymagania Unii Europejskiej. Wejście Polski do UE nie spowoduje prawdopodobnie skokowego jej wzrostu, gdyż rząd wynegocjował w tym względzie okresy przejściowe, nawet do 2015r., jednak obciążenia związane z tym podatkiem będą sukcesywnie się zwiększać (w przypadku ON nawet o ok. 35%, benzyna bezołowiowa – ok. 10%).⁸ Już w chwili obecnej koszt wyprodukowania, transportu i marża stacji benzynowej to zaledwie ok. 35% ceny detalicznej benzyny, reszta to właśnie akcyza oraz podatek VAT.⁹

Tabela 2

Cła importowe na paliwa w Polsce w latach 1996-2000

Cła importowe*	1996	1997	1998	1999	2000
benzyna	15%	13%	10%	5%	3%
olej napędowy	25%	20%	15%	11%	4%

*cła zostały zniesione we wrześniu 2000r.

Źródło: www.ORLEN.pl z dnia 10.02.04r.

⁸ Najdłuższy okres przejściowy na ON, Stacja Benzynowa, nr 1, styczeń 2004, s. 10

⁹ K. Garski, Płynny interes, Businessman, 23.05.2003r.

Tabela 3

Akcyza na paliwa w Polsce w latach 1999-2003 (PLN/1000l.)

Akcyza*	1999	2000	2001	2002	2003
benzyna	929	1177	1346	1464	1498
olej napędowy	665	846	1002	1090	1129

*stawki na początek roku

Źródło: www.ORLEN.pl z dnia 10.02.04r.

Sprzedaż wszelkiego rodzaju paliw zależy od siły nabywczej społeczeństwa. Dobra koniunktura gospodarcza sprzyja zwiększonym zakupom. Chodzi tu zarówno o ilość pojazdów kupowanych przez mieszkańców danego kraju, jak i same paliwa. Niestety kryzys gospodarczy w Polsce oraz znaczny wzrost bezrobocia zmusza ludzi do stałego szukania oszczędności. Przekłada się to bezpośrednio na zmniejszenie sprzedaży paliw.

Polski rynek paliwowy powiązany jest ściśle z rynkami światowymi, w związku z tym ogólnoświatowy kryzys gospodarczy ma przełożenie na sytuację na polskim rynku paliw. Spadek zysków zagranicznych firm na świecie, począwszy od roku 1998, powoduje ograniczenie inwestycji także w Polsce. W ostatnich latach wiele firm sektora naftowego zredukowało liczbę swoich pracowników. W celu poprawy swojej sytuacji firmy te łączą się ze sobą lub przejmują konkurencyjne stacje.

Barierą w rozwoju polskiego rynku paliw jest również brak autostrad oraz dróg ekspresowych, którymi mógłby się odbywać większy ruch tranzytowy przez Polskę. Korzyści wynikające z ruchu tranzytowego są ogromne, gdyż kierowcy np. samochodów ciężarowych tankują paliwa, ale również kupują żywność, potrzebują bazy noclegowej itd. Stacje paliw oferujące kompleksową obsługę mogą sporo zarobić na takich klientach, co z kolei wpływa na rozwój całej branży. Zły stan dróg, powolna ich modernizacja oraz przede wszystkim brak postępu w budowie autostrad nie zachęca do podróżowania zarówno obcokrajowców, jak i samych Polaków.

Kolejnym czynnikiem zagrażającym polskiemu rynkowi paliw są opóźnienia w procesie restrukturyzacji i prywatyzacji przedsiębiorstw sektora. Skarb Państwa jest właścicielem wszystkich największych podmiotów tego sektora (rafinerie, magazyny, rurociągi). Utworzona przez niego spółka Nafta Polska ma za zadanie przyspieszyć procesy prywatyzacyjne, jednakże wciąż widoczny jest protekcjonizm w stosunku do państwowych firm paliwowych. Na rynku paliwowym nie funkcjonują zatem w pełni zasady wolnorynkowe. Dla uprzywilejowanych firm wprowadzenie rzeczywistej konkurencji może okazać się zatem trudnym wyzwaniem.

Zagrożeniem dla rynku paliwowego jest tzw. szara strefa. Zjawisko to ma niekorzystny wpływ na wszystkich uczestników rynku paliwowego w Polsce. Praktyka gospodarcza wskazuje na małą skuteczność w ściganiu przestępstw paliwowych (przemyt, zaniżanie jakości paliw, zaniżanie oficjalnych wyników sprzedaży). Ocenia się szara strefa paliwowa to ok. 1 mld zł rocznie.¹⁰ Pomimo prób ograniczania tego rodzaju praktyk np. kontrola jakości paliw, szara strefa wciąż niszczy legalny rynek paliwowy, obniżając marże w sektorze i odbierając klientów legalnie działającym firmom. Szerokie pole do nadużyć stwarzał do tej pory system sprzedaży autogazu, w którym akcyza była płacona przez sprzedawcę detalicznego, a nie importera. Stanowiło to sporą pokusę do zaniżania przed fiskusem faktycznych obrotów tym produktem.

Nowym czynnikiem negatywnie wpływającym na kształt branży paliwowej jest powstawanie stacji paliw przy hipermarketach, gdzie paliwo sprzedawane jest z minimalną

¹⁰ K. Garski, Płynny interes, Businessman, 23.05.2003r.

marzą. Paliwo na tych stacjach jest oferowane po bardzo niskich cenach - czasami nawet o kilkadziesiąt groszy taniej niż na typowych stacjach paliwowych. Celem takiego podejścia jest przyciągnięcie klientów głównie do sklepu, jednak taka strategia zagraża zyskowności firm, których działalność opiera się na handlu paliwami. W wyniku tego firmy paliwowe zaczynają mieć problemy z uzyskaniem pozytywnych wyników finansowych. Sklepy wielkopowierzchniowe są w Polsce często usytuowane w centrach miast czy osiedli i nastawione są głównie na sprzedaż towarów spożywczych i przemysłowych. Sprzedaż paliwa traktują najczęściej jako sposób na przyciągnięcie klienta. Zjawisko powstawania stacji paliw przy hipermarketach jest znane na świecie od wielu lat (we Francji ok. 60% paliwa sprzedaje się przy marketach), jednak w Polsce pojawiło się niedawno, zaskakując tym niejako dotychczasowych operatorów stacji. Różnica polega jednak na tym, że w Europie Zachodniej hipermarkety budowane są najczęściej poza miastem, a zatem klient, który chce kupić wyłącznie paliwo nie zechce skorzystać z usług takiej stacji, lecz kupi je na miejscu.

Pewne problemy może spowodować wprowadzenie biokomponentów do paliw. Planowane jest wprowadzenie biokomponentów do wszystkich sprzedawanych paliw na polskim rynku, a zatem potencjalny nabywca zostałby pozbawiony możliwości wyboru czy chce używać biopaliwa czy też nie. Należy zaznaczyć, że zaledwie 4% społeczeństwa popiera takie rozwiązanie. Opinia ta może wynikać z faktu, iż zaledwie 14% badanych nie obawia się, że biopaliwa spowodują szybsze zniszczenie silnika i innych elementów samochodu.¹¹ Opinie te mogą skutkować zmianą struktury rynku paliwowego. Konsumentów obawiając się o stan swoich pojazdów mogą zwiększyć zapotrzebowanie na autogaz - już sprawdzone oraz dużo tańsze paliwo. Konsekwencją tego może być dalszy spadek zużycia paliw.

Zagrożeniem dla polskiego rynku paliwowego może być również jego mniejsza konkurencyjność w porównaniu z rynkami państw sąsiadujących np. Słowacji, Litwy, gdzie firmy paliwowe osiągają większe marże, a przepisy są bardziej liberalne. Niska dochodowość powoduje, że legalnie działające firmy mają problem z utrzymaniem się na rynku, nie mówiąc o dalszym rozwoju. Zachęca to jednocześnie do uciekania w szarą strefę, co czasami może stanowić jedyną szansę przetrwania.

Barierą mikroekonomiczną na rynku paliwowym jest również sposób zarządzania przedsiębiorstwem paliwowym. Chodzi tu przede wszystkim o małe, niezrzeszone stacje benzynowe, których właściciele często nie mogą pochwalić się znaczącą wiedzą ekonomiczną. Szczególne problemy powstają w przypadku podejmowania decyzji rozwojowych. Brak znajomości metod badania efektywności inwestycji powodował, że część przedsiębiorców znalazła się w bardzo trudnej sytuacji finansowej np. z powodu tzw. przeinwestowania, wyboru przedsięwzięcia o bardzo długim okresie zwrotu itd.

Przedstawione powyżej bariery nie są oczywiście jedynymi, mają one jednak najbardziej znaczący, zdaniem autorów, wpływ na dynamikę rozwoju polskiego rynku paliwowego.

4. Podsumowanie

Jak wskazują powyższe dane polski rynek paliw od kilkunastu lat rozwija się dynamicznie, przechodząc różne etapy rozwoju - od bardzo dynamicznego w latach dziewięćdziesiątych do powolnego w pierwszych latach XXI wieku. Jednocześnie rynek paliwowy w Polsce, szczególnie segment dystrybucji paliw, ulega ciągłym modyfikacjom. Obserwuje się dążenie do koncentracji rynku przez fuzje lub przejęcie firm z branży paliwowej. Spowoduje to sytuację, że w Polsce dominować będzie w przyszłości tylko kilka największych koncernów, świadczących usługi na bardzo wysokim poziomie. Fakt ten nie oznacza jednak, że na rynku braknie miejsca dla małych niezależnych stacji benzynowych.

¹¹ www.cbos.pl z dnia 05.03.2004r.

Można prognozować, że obroty na tych stacjach będą spadać w najbliższych latach na rzecz stacji sieciowych. Szansą dla stacji niezależnych jest jednak współpraca z dużymi sieciami w ramach umów partnerskich. Ponadto będą one z pewnością działały tam, gdzie znaczne inwestycje ze strony dużych koncernów byłyby nieopłacalne – na wsiach, przy mniej uczęszczanych trasach itd. Jedynie stacje o najniższych obrotach ulegną prawdopodobnie likwidacji, ponieważ nie będą w stanie dostosować swojej infrastruktury do nowych wymagań np. dotyczących ochrony środowiska.

W przyszłości można prognozować ponadto dalszą zmianę struktury rynku w zakresie rodzaju sprzedawanych paliw. Nie chodzi tu tylko o dalsze zmniejszenie zużycia benzyny uniwersalnej, co wydaje się naturalne, gdyż takie paliwo wykorzystywane jest do starszych modeli samochodów, które z czasem będą wycofywane z eksploatacji. Można również domniemywać, że Polacy będą dalej zwiększać zużycie autogazu, który pozostaje wciąż najtańszym paliwem na polskim rynku.

Widoczna jest również zmiana w jakości usług świadczonych przez stacje paliwowe. Konkurencja na przedmiotowym rynku (choć wciąż niepełna) powoduje, że jakość obsługi klienta systematycznie rośnie. Dotyczy to nie tylko dużych stacji sieciowych, ale i małych polskich punktów. Ponadto widoczna jest tendencja do rozszerzania zakresu świadczonych usług, z których wiele nie ma nic wspólnego ze sprzedażą paliw. Wydaje się to słuszne z racji tego, że firmy działające w innych branżach także wprowadzają do swojej oferty produkty z branży paliwowej np. sklepy sprzedające oleje silnikowe lub stacje paliw przy hipermarketach. Wydaje się, że stacja paliw w ścisłym tego słowa znaczeniu odchodzi w zapomnienie na rzecz obiektu spełniającego również wiele innych funkcji. Obecnie na wielu stacjach możemy zrobić zakupy, uregulować rachunki, umyć samochód czy napić się kawy. W wielu punktach kierowca, oprócz możliwości zatankowania paliwa, ma do dyspozycji restaurację i motel. Firmy paliwowe, podpisując umowy np. z bankami, proponują klientom sprzedaż paliwa z odroczonym terminem płatności, nawet do kilkudziesięciu dni. Można sądzić, że w przyszłości zakres świadczonych usług będzie się dalej zwiększać.

Pomimo wielu pozytywnych aspektów, charakteryzujących polski rynek paliwowy, nie należy zapominać o tych niekorzystnych, hamujących jego rozwój. Recesja gospodarcza, niejasność przepisów, wysokie opodatkowanie czy istniejąca szara strefa to tylko niektóre czynniki, powodujące, że rozwój sektora paliwowego nie jest tak dynamiczny, jak wynikałoby to z etapu rozwoju, na jakim się obecnie znajduje. Jednocześnie trudno spodziewać się istotnych zmian, w tym zakresie, po wejściu Polski do Unii Europejskiej. Niektóre czynniki np. prawne mogą ulec poprawie, poprzez dostosowanie wielu przepisów do wymogów unijnych. Inne jednak np. podatkowe prawdopodobnie ulegną dalszemu zaostrzeniu (planowane podwyższenie akcyzy na paliwa). Powyższe aspekty powodują, że trudno jednoznacznie określić kształt i wielkość polskiego rynku paliwowego w najbliższych latach.