



**JAVNA AGENCIJA REPUBLIKE SLOVENIJE
ZA VARSTVO KONKURENCE**

Dunajska 58, 1000 Ljubljana

Raziskava trga pogonskih goriv

Nezaupna verzija

8.5.2017

Kazalo vsebine

| | | |
|--------|--|----|
| 1 | UVOD | 1 |
| 2 | IZHODIŠČA ZA RAZISKAVO | 1 |
| 2.1 | Definicije pojmov in kratice | 1 |
| 2.2 | Pregled domačih in tujih študij | 1 |
| 2.3 | Odločitve Agencije na področju trgovine s pogonskimi gorivi | 2 |
| 2.4 | Odločitve Evropske Komisije na področju trgovine s pogonskimi gorivi | 2 |
| 3 | OPREDELITEV UPOŠTEVNIH TRGOV POGONSKIH GORIV | 2 |
| 3.1 | Proizvodni/storitveni trg | 2 |
| 3.1.1 | Veleprodajni trg pogonskih goriv | 3 |
| 3.1.2 | Maloprodajni trg pogonskih goriv | 3 |
| 3.2 | Geografski trgi | 5 |
| 3.3 | Trg pogonskih goriv v Sloveniji | 5 |
| 4 | ANALIZA | 6 |
| 4.1 | Anketirana podjetja | 6 |
| 4.1.1 | Dejavnost podjetij | 7 |
| 4.1.2 | Ponudba proizvodov in storitev | 7 |
| 4.1.3 | Kapacitete in lastništvo skladišč pogonskih goriv | 8 |
| 4.2 | Veleprodajni trg | 8 |
| 4.2.1 | Dobavitelji na veleprodajnem trgu | 10 |
| 4.2.2 | Nabavni pogoji na veleprodajnem trgu | 10 |
| 4.2.3 | Kupci pogonskih goriv na veleprodajnem trgu | 11 |
| 4.2.4 | Segmentacija kupcev pri prodaji pogonskih goriv na debelo | 11 |
| 4.2.5 | Način oblikovanja cene pri prodaji na debelo | 11 |
| 4.2.6 | Mnenje trgovcev o konkurenci na veleprodajnem trgu | 11 |
| 4.2.7 | Vloga Zavoda RS za blagovne rezerve | 12 |
| 4.3 | Maloprodajni trg | 12 |
| 4.3.1 | Prodaja pogonskih goriv po namenu nakupa | 13 |
| 4.3.2 | Prodaja kupcem po porabi goriva v prometu | 13 |
| 4.3.3 | Bencinski servisi | 14 |
| 4.3.4 | Konkurenti o maloprodajnem trgu pogonskih goriv | 17 |
| 4.3.5 | Struktura maloprodajne cene pogonskih goriv | 18 |
| 4.3.6 | Konkurenčnost Slovenije pri mednarodnem tovornem prometu | 18 |
| 4.3.7 | Primerjava cene dizla v bližnjih državah | 19 |
| 4.3.8 | Možnosti za znižanje cen na račun marže | 19 |
| 4.3.9 | Ocena elastičnosti povpraševanja | 20 |
| 4.3.10 | Paketne ponudbe | 20 |
| 4.3.11 | Kartice zvestobe | 20 |
| 4.4 | Ovire za vstop na trg | 20 |
| 4.4.1 | Ocena ovir za vstop na trg pogonskih goriv v Sloveniji s strani distributerjev | 20 |
| 4.4.2 | Formalni pogoji za opravljanje dejavnosti prodaje naftnih derivatov | 21 |
| 4.4.3 | Kaj opredeljuje odločitev o lokaciji bencinskega servisa? | 21 |

| | | |
|-------|---|----|
| 4.4.4 | Postopki umeščanja v prostor in podeljevanja koncesij za bencinske servise | 22 |
| 4.4.5 | Razpoložljivost zemljišč za potrebe dejavnosti prodaje naftnih derivatov..... | 24 |
| 4.4.6 | Oddajanje pravic uporabe oziroma oddajanja zemljišč v najem za potrebe bencinskih servisov na območju AC križa..... | 25 |
| 5 | VIZIJA RAZVOJA TRGA POGONSKIH GORIV | 25 |
| 6 | DEREGULACIJA OBLIKOVANJA CEN NA TRGU POGONSKIH GORIV | 26 |
| 6.1 | Distributerji o deregulaciji cen pogonskih goriv in model oblikovanja cene | 26 |
| 6.2 | Učinek deregulacije cen glede na lokacijo bencinskega servisa..... | 26 |
| 6.3 | Možnost padca cen po deregulaciji | 27 |
| 7 | OCENA DEJAVNIKOV TVEGANJA OMEJEVANJA KONKURENCE | 28 |
| 7.1 | Stopnja koncentracije trga | 28 |
| 7.2 | Vstopne ovire..... | 29 |
| 7.3 | Prevladujoči položaj na trgu | 30 |
| 7.4 | Delitev trga..... | 30 |
| 7.5 | Diskontni ponudniki pogonskih goriv | 31 |
| 7.6 | Informiranost o cenah pogonskih goriv | 32 |
| 8 | ZAKLJUČKI | 34 |

1 UVOD

Javna Agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence (v nadaljevanju: Agencija) je zaznala, da na trgu pogonskih goriv obstajajo določene okoliščine, ki kažejo na to, da ta trg že v razmerah popolne regulacije cen naftnih derivatov izkazuje elemente, za katere meni, da lahko nakazujejo na verjetnost omejevanja ali izkrivljanja konkurence na ozemlju Republike Slovenije.

Agencija je skladno z zakonodajo s področja varstva konkurence¹ (v nadaljevanju: zakon ali ZPOMK-1) izvedla raziskavo, saj bi navedeno lahko kazalo na omejevanje ali izkrivljanje konkurence, kot to opredeljuje zakon. To je na primer sklepanje sporazumov ali usklajeno ravnanje, katerih cilj ali učinek je preprečevati, omejevati ali izkrivljati konkurenco na ozemlju Republike Slovenije, zlasti z določanjem cen ali drugih poslovnih pogojev, povezanih z nabavo oziroma prodajo pogonskih goriv, in delitvijo trga med udeleženci, ali če gre za zlorabo prevladujočega položaja enega ali več podjetij na ozemlju Republike Slovenije ali njegovem znatnem delu. Taka morebitna ravnanja podjetij bi utegnila vplivati na omejevanje potrošnikove izbire in posledično višje cene pogonskih goriv.

2 IZHODIŠČA ZA RAZISKAVO

2.1 Definicije pojmov in kratice

- »**Naftni derivati**« so v rafinerijah izločeni produkti surove nafte in obsegajo produkte, kot so npr. tekoči plin, dizelsko gorivo, bencin, motorna olja, kurilno olje, ipd. in so namenjeni različni končni uporabi.
- »**Pogonska goriva**« so ožja definicija naftnih derivatov in za potrebe te raziskave predstavljajo skupen pojem za vse motorne bencine (NMB) 95/98/100 ter dizel za cestna vozila, brez ostalih pogonskih energentov.
- »**Veleprodajni trg (prodaja na debelo)**« pomeni prodajo: (i) drugim trgovcem na debelo (nadaljnja prodaja), (ii) trgovcem na drobno (bencinskim servisom), (iii) večjim pogodbenim industrijskim in poslovnim odjemalcem, ki jim trgovci gorivo dostavljajo praviloma s cestnimi cisternami.
- »**Maloprodajni trg (prodaja na drobno)**« pa je prodaja preko mreže bencinskih servisov posameznim fizičnim in pravnim osebam.

Kratice:

- »**BS**« - bencinski servis,
- »**NMB**« - motorni bencin,
- »**KOEL**« - kurilno olje,
- »**ZP**« - zemeljski plin,
- »**UNP**« - utekočinjen naftni plin.

2.2 Pregled domačih in tujih študij

Agencija se je podrobneje seznanila z naslednjimi študijami:

- Petrol - Celovita predstavitev problematike z državno uredbo reguliranih maloprodajnih cen naftnih derivatov v RS in dodatnih obveznostih prodajalcev derivatov (2015),
- Študija Trgovinske zbornice Slovenije (2015),
- Študija OECD (2013),

¹ Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence (ZPOMK-1); Uradni list RS, št. 36/08, 40/09, 26/11, 87/11, 57/12, 39/13 Odl.US: U-I-40/12-31, 63/13-ZS-K, 33/14 in 76/15.

- in sorodnimi študijami, ki so jih izvedli nacionalni organi za varstvo konkurence Avstrije, Nemčije in Islandije.

2.3 Odločitve Agencije na področju trgovine s pogonskimi gorivi

Agencija je januarja 2016 izdala pozitivno odločbo priglašeni koncentraciji podjetij OMV Refining & Marketing GmbH, Avstrija in FE-Trading GmbH, Avstrija, ki na slovenskem trgu poslujeta preko svojih podjetij OMV Slovenija d.o.o. in FE-Trading trgovina d.o.o. (bencinski servisi na parkiriščih trgovskega podjetja Hofer), s katero je podjetje OMV prevzelo diskontnega trgovca FE-Trading in nad njim sedaj izvaja izključno kontrolo², pred to odločbo pa je avgusta 2011 presojala koncentracijo pridobitve kontrole nad sredstvi za opravljanje dejavnosti »Tuš Oil«, kakor tudi nepremičnin, na katerih se nahajajo bencinski servisi, s strani podjetja Mol Slovenija, trgovsko podjetje d.o.o.³.

2.4 Odločitve Evropske Komisije na področju trgovine s pogonskimi gorivi

Med dosedanjimi odločitvami Evropske komisije, relevantnimi za slovenski trg, je odločba v primeru prevzema podjetja ENI/Agip s strani podjetja MOL, ki ga je Evropska Komisija odobrila 7. 4. 2016.⁴ Podjetje ENI se je v juniju 2016 tudi preimenovalo v podjetje MOL.⁵ Ker je Agencija zbirala podatke za pretekla leta (do vključno leta 2015), se v rezultatih analize MOL in ENI v tem poročilu pojavljata ločeno.

3 OPREDELITEV UPOŠTEVNIH TRGOV POGONSKIH GORIV

Za opredelitev trga pogonskih goriv je za namen raziskave uporabljen koncept opredelitve upoštevnega proizvodnega oziroma storitvenega trga ter upoštevnega geografskega trga, ki je na podlagi Obvestila komisije o opredelitvi upoštevnega trga za namene konkurenčnega prava Skupnosti⁶ ter v skladu s ZPOmK-1 definiran kot trg, ki praviloma vključuje vse tiste proizvode in/ali storitve, ki jih potrošnik ali uporabnik šteje za zamenljive ali nadomestljive glede na njihove lastnosti, ceno ali namen uporabe. Upoštevni geografski trg pa obsega območje, na katerem so zadevna podjetja vključena v ponudbo in povpraševanje proizvodov ali storitev, na katerem so pogoji konkurence dovolj homogeni in ki ga je mogoče razlikovati od sosednjih območij zato, ker so pogoji konkurence v teh območjih občutno drugačni.

Za opredelitev upoštevnega trga obstajajo merila, ki se splošno uporabljajo za analizo določenih vrst ravnanj na trgu in za analizo strukturnih sprememb na trgu, in sicer se upoštevni trg lahko določi na podlagi zamenljivosti povpraševanja, zamenljivosti ponudbe, potencialne konkurence ter morebitnih ovir za vstop na trg, ki predstavljajo konkurenčne omejitve s katerimi se soočajo udeleženci na trgu. Opredelitev upoštevni trgov mora temeljiti na upoštevanju številnih meril in različnih dejavnikov, pri čemer se izhaja bodisi iz že razpoložljivih podatkov bodisi jih je treba z empiričnim pristopom preverjati na trgu samem.

3.1 Proizvodni/storitveni trg

Za opredelitev upoštevnega trga pogonskih goriv, tako proizvodnega kot geografskega, izhajamo iz t.i. vrednostne verige, ki poteka od pridobivanja nafte, predelave surove nafte v naftne derivate, preko distribucije, trgovanja in prodaje naftnih derivatov do končne porabe le teh ter odnosov med

² http://www.varstvo-konkurence.si/fileadmin/varstvo-konkurence.si/pageuploads/informacija_javnega_znacaja/Odlocba_3061-24-2015-14.pdf.

³ http://www.varstvo-konkurence.si/fileadmin/varstvo-konkurence.si/pageuploads/informacija_javnega_znacaja/ijz112.pdf.

⁴ Case M.7849 - MOL HUNGARIAN OIL AND GAS / ENI HUNGARIA / ENI SLOVENIJA.

⁵ Vir: <https://mol.si/si/o-nas/za-medije/sporocila-za-javnost/251-skupina-mol-zakljucila-prevzem-eni-slovenija>.

⁶ Prečiščeno obvestilo Komisije o pravni pristojnosti v okviru Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 o nadzoru koncentracij podjetij, UL EU C95/1 z dne 16. 4. 2008.

posameznimi akterji v tej vrednostni verigi. Glede na distribucijsko pot naftnih derivatov nadalje lahko ločimo trg naftnih derivatov v veleprodaji in trg prodaje naftnih derivatov v maloprodaji.

3.1.1 Veleprodajni trg pogonskih goriv

Za obe poti distribucije pogonskih goriv, veleprodajno in maloprodajno pot, je značilen različen nivo cen, kupci v maloprodaji so predvsem končni potrošniki, medtem ko so na veleprodajnem trgu odjemalci trgovci na debelo, preprodajalci, ki pogonska goriva prodajajo trgovcem, ki jih prodajajo naprej ali na maloprodajnem trgu preko bencinskih servisov ali pa odjemalcem, ki preko lastnih polnilnih postaj uporabljajo pogonska goriva z svoj transportni park, na primer transportna, gradbena, komunalna podjetja. Obe distribucijski poti zahtevata tudi različno infrastrukturo, ki omogoča zadovoljevanje potreb svojih kupcev po energentih.

Na veleprodajni ravni distribucije se odjemalcem dobavlja večje količine pogonskih goriv in se jim pogonsko gorivo preko cestnega transporta dostavlja do njihovih skladišč ter s tem do polnilnih postaj. Značilnost teh odjemalcev je, da se ne oskrbujejo preko maloprodajne mreže bencinskih servisov, saj imajo svoje polnilne postaje in so v pogodbenem odnosu z dobaviteljem ter s tem vezani tako glede količin kot cen pogonskih goriv. Navedeno je t.i. sekundarna raven (*non retail sales*) prodaje oz. distribucije naftnih derivatov na debelo, ločimo pa še primarno raven (*ex-refinery sales*), kjer gre za prodajo večjih količin naftnih derivatov neposredno od rafinerije do odjemalcev, ki se vrši preko distribucijskih poti, ki so namenjene za transport večjih količin, in sicer preko naftovoda, ladijskega ali železniškega transporta do terminalov in skladišč odjemalcev, ali pa odjemalci kupujejo naftne derivate neposredno na terminalih in skladiščih predelovalcev in uporabljajo lastne transportne sisteme. Odjemalci na primarni ravni so trgovci na debelo ali trgovci vključeni v integrirane družbe, ki razpolagajo z lastnimi ali najetimi prostori za skladiščenje večjih količin naftnih derivatov.

Praksa Evropske komisije je, da deli veleprodajni trg pogonskih goriv na prodajo bencina in na prodajo dizelskega goriva, ki tako predstavljata dva ločena segmenta. Iz dosedanjih ugotovitev izhaja, da imajo dobavitelji pogonskih goriv različne cene in tržne strategije za prodajo dizelskega goriva in za prodajo bencina. Na veleprodajni trg pogonskih goriv se lahko uvrsti tudi velike končne odjemalce, saj poteka na veleprodajnem nivoju prodaja podjetjem na podlagi pogodb, sklenjenih za določeno časovno obdobje.

Z vidika odnosov med posameznimi akterji v vrednostni verigi lahko prihaja do vertikalnih prekrivanj upoštevni proizvodnih/storitvenih trgov, na katerih posluje podjetje ali katero od drugih podjetij v skupini, v tem primeru govorimo o vertikalno integriranih naftnih družbah, ki so dejavne na posameznih področjih vrednostne verige, npr. na trgu predelave in trgu prodaje, ali na trgu nabave in prodaje naftnih derivatov.

3.1.2 Maloprodajni trg pogonskih goriv

Maloprodajni trg pogonskih goriv vključuje izključno prodajo pogonskih goriv na bencinskih servisih. Odjemalci na tem trgu so končni potrošniki pogonskih goriv, tako fizične kot pravne osebe. Ponudbo na maloprodajnem trgu predstavlja prodaja na vseh bencinskih servisih in sicer bencinskih servisih, ki tvorijo mrežo bencinskih servisov blagovnih znamk, bencinskih servisov brez blagovne znamke, kot tudi bencinskih servisov neodvisnih ponudnikov kot samostojnih pravnih oseb ali pa bencinskih servisov integriranih podjetij, pri čemer ponudba na bencinskem servisu lahko vključuje tudi ponudbo povezanih storitev (npr. prodaja trgovskega blaga, rezervnih delov za motorna vozila, gostinske storitve, storitve popravil vozil, avtopralnice).

Če pri opredelitvi upoštevne maloprodajnega trga pogonskih goriv upoštevamo zamenljivost povpraševanja kot konkurenčno omejitev s katero se srečujejo ponudniki pogonskih goriv, je treba opredeliti možne dejavnike, ki lahko vplivajo na povpraševanje po pogonskih gorivih, in sicer z vidika nadomestljivosti z drugimi energenti, in ti so lahko:

- **lastnost in namen uporabe pogonskega goriva:** ker ima posamezno pogonsko gorivo svoje fizikalne in kemijske lastnosti, ki determinirajo uporabo ustrezne vrste motorjev, tu medsebojne zamenljivosti med posameznimi vrstami goriva ni, saj se mora uporabljati gorivo glede na vrsto motorja (bencinski motor, dizelski motor), zamenjava motornega vozila z vidika stroškov zamenjave ni ekonomsko upravičena npr. v primeru t.i. SNIP testa, ko ob trajni manjši relativni spremembi cen (gre za spremembo cen med 5 do 10 %) pogonskih goriv odjemalci ne bi zamenjali motorno vozilo, saj s tem ne bi dosegli prihrankov, bi pa verjetnost dosega prihrankov lahko bila pri uporabi UNP, kjer je sicer z relativno majhnim denarnim vložkom možna predelava obstoječih bencinskih ali dizel motorjev na uporabo UNP, vendar trenutno do tega ne prihaja v večjem obsegu;
- **cena:** končni odjemalci lahko v primeru neupravičenega oziroma večjega porasta cen, brez težav zamenjajo bencinski servis, ki nudi ugodnejše cene oziroma pogoje nakupa;
- **lokacija bencinskega servisa:** večina kupcev sicer izbere najbližji bencinski servis oziroma se odloči med nekaj najbližjimi bencinskimi servisi,
- **kakovost energentov,** le-ta temelji na standardih EU, zato ista pravila veljajo za vse udeležence na trgu;
- **dodatne ponudbe storitev** na bencinskih servisih (ponudba trgovskega blaga, gostinske usluge, storitve popravil vozil, avtopralnice, ipd.);
- **finančne ugodnosti** pridobljene na podlagi plačilnih ali drugih kartic ugodnosti.

Upoštevni proizvodni trg maloprodaje pogonskih goriv lahko nadalje opredelimo še ožje, upoštevajoč dejavnik lastnost pogonskega goriva, ločeno po posameznih vrstah pogonskih goriv, in sicer na maloprodajni trg bencinov, maloprodajni trg dizelskega goriva ter maloprodajni trg UNP, saj goriva med seboj niso zamenljiva. Gre za »*no demand-side substitutability*« kar pomeni, da na strani povpraševanja ni zamenljivosti med bencini, dizlom in UNP, saj uporabo goriva določa vrsta motorja. Upoštevajoč možnost predelave bencinskih in dizelskih motorjev na uporabo UNP in v kolikor bi bila ob upoštevanju cen pogonskih goriv ta ekonomsko upravičena, bi trg pogonskih goriv lahko opredelili širše, saj bi UNP šteli kot substitut in ga uvrstili na isti upoštevni trg kot bencin oziroma dizel.

Vendar pa po drugi strani obstaja velika stopnja zamenljivosti pogonskih goriv na strani ponudbe (*supply-side substitutability*), saj je za ponudnika z vidika infrastrukture (prostori za hranjenje in točilne postaje) za bencinski servis vseeno katero vrsto goriva ima v ponudbi, ali bencin ali dizel, z izjemo UNP, ki zahteva drugačno infrastrukturo hranjenja in polnjenja oziroma točenja goriva. Torej, tudi če za končnega odjemalca ali skupino odjemalcev pogonska goriva niso zamenljiva, so le ta lahko z vidika ponudbe vključena na enotni upoštevni proizvodni trg, pod pogojem, da večina ponudnikov lahko ponudi in prodaja različna pogonska goriva takoj oziroma brez bistvenega porasta stroškov, saj so ponudniki ob majhni spremembi relativnih cen pripravljeni preiti na ponudbo cenejšega goriva.

Če povzamemo, lahko kljub temu, da načeloma ne obstaja zamenljivost med različnimi vrstami pogonskih goriv, lahko združimo posamezne vrste goriv in jih uvrstimo na enotni upoštevni trg, ker so na razpolago na istem prodajnem metu, saj so z vidika ponudbe zamenljivi. Kot svoj upoštevni proizvodni trg bi lahko zaradi specifičnosti infrastrukture na strani ponudbe šteli upoštevni trg UNP, ampak glede na dejstvo, da se trenutno vozila na pogon UNP uporabljajo v dokaj majhnem obsegu in ni večjega povpraševanja po tej vrsti goriva, posledično tudi ni veliko bencinskih servisov s ponudbo UNP. Glede na navedeno UNP ne vključujemo v analizo trga in samo raziskavo.

3.2 Geografski trgi

Za oba veleprodajna trga pogonskih goriv, trg dizelskega goriva in bencina, po dosedanji praksi velja, da je širši od nacionalnega in se ga opredeljuje kot regijskega. Takšna geografska razdelitev izhaja iz ugotovitev, da se lahko veleprodajne trge posameznih naftnih derivatov zaradi relativno nizkih transportnih stroškov in podobnih cenovnih ravni opredelili kot regijske. Ob dejstvu, da Slovenija nima nahajališč nafte velja, da veleprodajni trg obsega vsaj območje Italije, Avstrije, Hrvaške in Madžarske.

Agencija je v svoji dosedanji praksi, enako velja tudi za prakso Evropske komisije, upoštevni geografski trg za maloprodajni trg pogonskih goriv opredeljevala kot nacionalni trg, saj se vsi najpomembnejši parametri prodaje (cena, paleta proizvodov, storitve, odpiralni časi, oglaševanje, promocije) določajo na nacionalni ravni, prav tako maksimalno ceno goriva določa vladna Uredba, kar pomeni, da regulacija cene pogonskih goriv tudi zagotavlja, da se cene med različnimi ponudniki goriv razlikujejo zgolj neznatno.

Pri opredelitvi upoštevne geografskega trga pogonskih goriv lahko izhajamo iz več dejavnikov povpraševanja (cena, kakovost, ugodnosti), ki vplivajo na drugačne konkurenčne razmere na trgu, prav tako je pomembna mobilnost prebivalstva oziroma migracije, predvsem na dnevni ravni, upoštevajoč vse to lahko upoštevni trg pogonskih goriv ločimo ožje ali širše od nacionalnega upoštevne trga, in sicer ločimo nadalje glede na lokacijo bencinskih servisov, na območje avtocestnega križa, obmejna območja in ostalo, slednje lahko opredelimo še ožje, na urbana središča in ruralno območje. Takšno razlikovanje upoštevni geografskih trgov temelji na različnih značilnosti konkurenčnih pogojev s katerimi se srečujejo udeleženci na posameznih območjih.

Kot ločen upoštevni trg pogonskih goriv lahko štejemo **območje avtocestnega križa** (v nadaljevanju: območje AC križa), pri čemer so za takšno opredelitev odločilne določene značilnosti tega območja, npr. razvitost avtocestnega omrežja, pokritost regije, možnost izstopa in vstopa na avtocesto, sistem cestninjenja. Predvsem je za območje avtocestnega križa značilno t.i. ujetu povpraševanje, ki pomeni:

- da kupci, ki potujejo po avtocesti niso seznanjeni z regijo, s tem je mišljena ponudba goriva izven avtoceste, zaradi česar je manjša možnost, da avtocesto zapustijo,
- da je za potovanje po avtocestah odločilni dejavnik hitrost oz. čas, zato vozniki niso nagnjeni k izgubi časa z namenom, da se oskrbijo z gorivom izven avtocest,
- enako kot pri prejšnji alineji to velja tudi v primeru, ko ni vinjetnega sistema, saj pri izstopu zaradi plačila ne želijo izgubljati časa, poleg tega je lahko višji tudi strošek cestnine, in sicer v primeru, da se plačilo cestnine razlikuje, če se določena razdalja prevozi z vmesnim izstopom in vstopom, kot če se avtocesto na tej razdalji prevozi brez, da se avtocesto zapusti.

Pomemben dejavnik, ki ga je treba upoštevati pri opredelitvi upoštevne geografskega trga pogonskih goriv, je velikost oziroma dolžina avtocestnega križa posamezne regije v povezavi s cestnim tovornim prometom, saj imajo tovorna vozila zaradi večjega volumna rezervoarjev za gorivo možnost prevoziti daljše razdalje. To slednje je značilno za Slovenjo, saj v kolikor je v sosednjih in tudi drugih bližnjih državah cena goriva ugodnejša, bodo vozniki gorivo kupili tam, saj lahko Slovenijo v celoti prevozijo brez dotoka goriva. V tem primeru lahko geografski trg opredelimo širše od nacionalnega, pri čemer v opredelitev vključimo vsaj sosednje države. Slednje bi veljalo tudi za osebna vozila na dizelski pogon, ki imajo prav tako večji domet prevožene razdalje v primerjavi z vozili na bencinski pogon, če je namen voznikov na njihovi poti le prečkati našo državo.

3.3 Trg pogonskih goriv v Sloveniji

Ker v Sloveniji ni nahajališč nafte ter tudi ne rafinerij za predelavo surove nafte, se naftni derivati, ki se uporabljajo kot energenti, torej tudi pogonska goriva, uvažajo, pri čemer se kot uvoz za namen raziskave razume kot vnos naftnih derivatov na ozemlje Slovenije oziroma pridobitev naftnih derivatov

iz katere koli države, ne glede na to ali je članica Evropske unije ali tretja država. Bencin in dizelsko gorivo sta v celoti uvožena iz tujine. Zaradi geografske lege Slovenije in predvsem dostopa do morja, uvoz iz tujine ne predstavlja velikih ovir in s tem povezane stroške. Distribucija iz tujine poteka do skladišč preko cestnega in železniškega transporta ter ladijskega do pristaniških terminalov. Pomembna je logistična mreža in dostop nakupa na morju. Uvoz v Slovenijo se vrši preko trgovcev na debelo, ki prodajajo različnim odjemalcem, ki pogonska goriva nadalje prodajajo končnim uporabnikom ali drugim udeležencem na trgu preko različnih prodajnih kanalov (lastna omrežja za polnjenje bencinskih servisov, zunanja omrežja za polnjenje bencinskih servisov, trgovci na debelo, dostave gospodinjstvu ter industriji).

Prodaja pogonskih goriv, ki jih podjetja uvozijo, se na slovenskem trgu vrši kot trgovina na debelo in trgovina na drobno. Odjemalci na veleprodajnem trgu so ali drugi trgovci na debelo, bencinski servisi maloprodajne mreže ter večji industrijski ali komercialni odjemalci, ki se jim dobavlja večje količine pogonskih goriv in se jim pogonsko gorivo preko cestnega transporta dostavlja do njihovih skladišč ter s tem do polnilnih postaj. Značilnost teh odjemalcev je, da se ne oskrbujejo preko maloprodajne mreže bencinskih servisov, saj imajo svoje polnilne postaje in so v pogodbenem odnosu z dobaviteljem, ter s tem vezani tako glede količin kot cen pogonskih goriv.

Iz pridobljenih podatkov s katerimi razpolaga Agencija je razvidno, da maloprodajni trg pogonskih goriv v Sloveniji obsega 519 bencinskih servisov s katerimi je na tem trgu prisotnih devet ponudnikov in od katerih večji del trga obvladujeta dva vertikalno integrirana ponudnika. Pregled tržne strukture maloprodajnega trga po tržnih deležih glede na prodano količino in vrednost prodaje ter glede na število bencinskih servisov po posameznih ponudnikih sledi v nadaljevanju.

4 ANALIZA

4.1 Anketirana podjetja



Agencija je z namenom celovitega pregleda nad trgom pogonskih goriv na območju Republike Slovenije pripravila in posredovala v izpolnitev vprašalnike devetim trgovcem s pogonskimi gorivi, in sicer:

1. PETROL, Slovenska energetska družba, d.d., Ljubljana (v nadaljevanju: Petrol),
2. OMV SLOVENIJA, trgovina z nafto in naftnimi derivati, d.o.o. (v nadaljevanju: OMV),
3. MOL Slovenija, trgovsko podjetje d.o.o. (v nadaljevanju: MOL),
4. ENI Slovenija, D.O.O. (v nadaljevanju: Eni),
5. SHELL ADRIA, trgovsko podjetje, d.o.o. (v nadaljevanju: Shell),
6. M-ENERGIJA, energetska družba, d.o.o. (v nadaljevanju: M-Energija),
7. FE-Trading trgovina d.o.o. (v nadaljevanju: FE-Trading),
8. LOGO BENCINSKI SERVISI, maloprodaja in druge storitve d.o.o. in (v nadaljevanju: Logo) in
9. INTERINA d.o.o. Ljubljana (v nadaljevanju: Interina).

Agencija je vprašalnik posredovala tudi Zavodu za blagovne rezerve Republike Slovenije (v nadaljevanju: Zavod za blagovne rezerve ali ZBR).

Med anketiranimi podjetji je bilo 7 klasičnih trgovcev s pogonskimi gorivi in dva t.i. diskontna trgovca (FE-Trading in M-Energija), ki gorivo prodajata na avtomatiziranih bencinskih servisih brez osebja.

4.1.1 Dejavnost podjetij

Navedbe anketiranih podjetij glede opravljanja njihove dejavnosti prikazujemo v tabeli 1.

Tabela 1: Prikaz dejavnosti anketiranih podjetij

| Podjetje / dejavnost | Pridobivanje surove nafte | Predelava surove nafte | Skladiščenje ⁷ | Veleprodaja | Maloprodaja |
|----------------------|---------------------------|------------------------|---------------------------|-------------|-------------|
| 1. Petrol | X | X | X | X | X |
| 2. OMV | | | | X | X |
| 3. MOL | | | | X | X |
| 4. Eni | | | | X | X |
| 5. Shell | | | | X | X |
| 6. M-Energija | | | | X | X |
| 7. FE-Trading | | | | | X |
| 8. Logo | | | | | X |
| 9. Interina | | | | X | X |
| 10. ZBR | | | | X | |

Kot je razvidno iz tabele 1 ima najširši nabor dejavnosti Petrol, saj za razliko od ostalih posluje tako na področju pridobivanja in predelave surove nafte⁸ kot tudi na področju skladiščenja kot storitev za druge pravne osebe. Večina podjetij posluje tako na veleprodajnem kot na maloprodajnem trgu. Izjemi sta FE-Trading in Logo, ki poslujeta le na trgu prodaje pogonskih goriv na drobno ter ZBR, ki v okviru svoje dejavnosti, oblikovanje oz. ravnanje z blagovnimi rezervami, nastopa le na veleprodajnem trgu.

4.1.2 Ponudba proizvodov in storitev

V tabeli 2 je prikazan primerjalnik ponudbe proizvodov in storitev anketiranih podjetij.

Tabela 2: Ponudba proizvodov in storitev anketiranih podjetij

| Podjetje / proizvodi in storitve | trg | PG | KOEL | ZP | UNP | Električ. energija | Blago za široko potrošnjo | Storitve | Drugo |
|----------------------------------|-----------|----|------|----|-----|--------------------|---------------------------|----------|-------|
| 1. Petrol | na debelo | X | X | X | X | X | X | X | X |
| | na drobno | X | X | X | X | X | X | X | X |
| 2. OMV | na debelo | X | X | | | | | | X |
| | na drobno | X | X | | X | | X | | |
| 3. MOL | na debelo | X | X | | | | | | X |
| | na drobno | X | X | | X | | X | X | X |
| 4. Eni | na debelo | X | X | | X | | | | |
| | na drobno | X | X | | X | | X | X | |
| 5. Shell | na debelo | X | | | | | | X | |

⁷ Kot storitev za druge pravne osebe.

⁸ Agencija predvideva, da gre v tem primeru za tržno zanemarljive količine pridobivanja in predelave surove nafte.

| Podjetje / proizvodi in storitve | trg | PG | KOEL | ZP | UNP | Električ. energija | Blago za široko potrošnjo | Storitve | Drugo |
|--|-----------|----|------|----|-----|-----------------------|---------------------------------|----------|-------|
| | na drobno | X | | | | | | X | |
| 6. M-Energija | na debelo | X | X | | | | | | |
| | na drobno | X | | | | | | | |
| 7. FE-Trading | na debelo | | | | | | | | |
| | na drobno | X | | | | | | | |
| 8. Logo | na debelo | | | | | | | | |
| | na drobno | X | X | | X | | | | X |
| 9. Interina | na debelo | | | | X | | | | X |
| | na drobno | X | X | | X | | X | X | X |
| 10. ZBR | na debelo | X | X | | X | | | | X |
| | na drobno | | | | | | | | |

Iz tabele 2 je razvidno, da je Petrol edini, ki trguje z zemeljskim plinom in električno energijo, tako na veleprodajnem kot na maloprodajnem trgu. Najozži nabor ponudbe, ki vključuje samo pogonska goriva, imata oba diskontna distributerja, prav tako tudi Shell.

4.1.3 Kapacitete in lastništvo skladišč pogonskih goriv

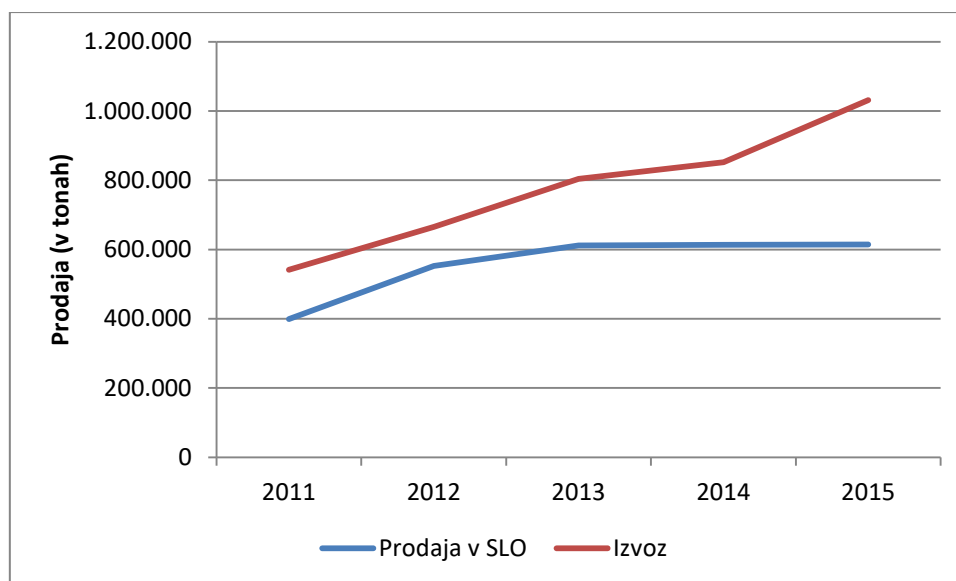
Z lastnimi kapacitetami za skladiščenje pogonskih goriv prevladujejo Petrol, Logo in Zavod za blagovne rezerve. Zavod za blagovne rezerve po drugi strani predstavlja največjega najemjemalca skladiščnih kapacitet.

Ostala podjetja imajo v lasti ali najemu zanemarljiv delež skladiščnih kapacitet ali pa poslujejo na način, da sproti nabavljajo pogonsko gorivo pri svojih dobaviteljih, ki ga nato neposredno bodisi dobavijo svojim veleprodajnim odjemalcem, brez da bi se pogonsko gorivo kjerkoli skladiščilo, bodisi dostavijo na bencinske servise, kjer se gorivo prodaja končnim kupcem.

4.2 Veleprodajni trg

Na sliki 1 je prikazana količinska prodaja na veleprodajnem trgu pogonskih goriv v Sloveniji in izvoz v letih 2011-2015 (v tonah) in iz katere je razvidno, da, medtem ko se prodaja na veleprodajnem trgu v Sloveniji po letu 2013 ne spreminja, konstantno narašča prodaja na tujih trgih, torej izvoz.

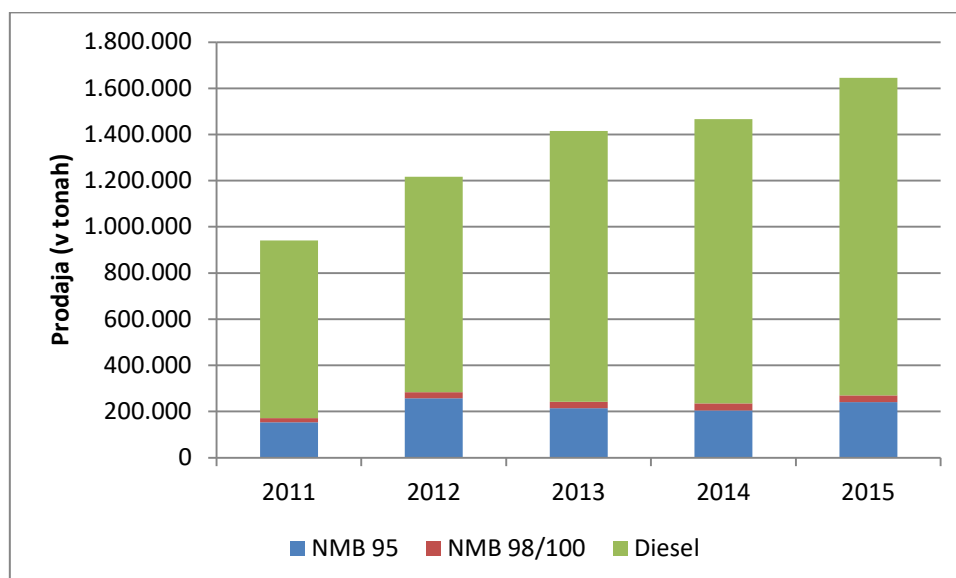
Slika 1: Prodaja na veleprodajnem trgu pogonskih goriv v Sloveniji in izvoz v letih 2011-2015 (v tonah)



V letu 2015 je bilo od celotne prodane količine pogonskih goriv na veleprodajnem trgu na tujih trgih realizirano 63 % prodaje, na domačem trgu pa preostalih 37 %. Ker se povečuje prodaja izven domačega trga oz. se povečuje izvoz, sklepamo, da so nekatera podjetja zelo aktivna tudi na zunanjih trgih. V nadaljevanju bo prikazano katera.

Na sliki 2 je prikazana količinska prodaja na veleprodajnem trgu pogonskih goriv v letih 2011-2015 po vrstah goriv. Rezultati so podobni prikazu nabave na veleprodajnem trgu. Medtem ko se prodaja obeh bencinov bistveno ne spreminja in je konstantna pa narašča prodaja dizelskega goriva.

Slika 2: Prodaja na veleprodajnem trgu pogonskih goriv v letih 2011-2015 po vrstah goriv (v tonah)



Agencija je podjetja vprašala tudi po vseh pomembnejših ponudnikih pogonskih goriv na veleprodajnem trgu in jih prosila, da ocenijo svoj tržni delež in tržni delež konkurenčnih trgovcev.

Tabela 3: Povprečna samoocena tržnih deležev trgovcev s pogonskimi gorivi na veleprodajnem trgu v Sloveniji v letu 2015 po vrstah pogonskih goriv (v %)

| Podjetje | Povprečna samoocena tržnega deleža na VP trgu (%) ⁹ |
|------------|--|
| Petrol | [60-70] |
| OMV | [20-30] |
| MOL | [5-10] |
| ENI | [0-5] |
| Shell | [0-5] |
| M-Energija | [0-5] |

Glede na podatke iz tabele 3 Agencija ugotavlja, da ima na veleprodajnem trgu največji tržni delež Petrol, med 60 in 70 %, sledi mu OMV s tržnim deležem med 20 in 30 %. Tržni deleži oziroma vloga drugih trgovcev na veleprodajnem trgu s posameznim tržnim deležem do 5 % je zanemarljiva. Medtem ko so pri Petrolu in OMV ocene tržnih deležev podobne med posameznimi produkti, pa pri manjših trgovcih opazimo oceno nekoliko višjih tržnih deležev pri dizlu v primerjavi z bencini.

4.2.1 Dobavitelji na veleprodajnem trgu

Agencija je pri pregledu podatkov o največjih dobaviteljnih pogonskih goriv na veleprodajnem trgu anketiranim podjetjem v letu 2015 ugotovila, da večja podjetja in podjetja, ki so del mednarodnih korporacij, kupujejo pogonska goriva od svojih matičnih podjetij s sedežem v tujini oziroma od drugih mednarodnih korporacij. Manjša podjetja po drugi strani kupujejo pogonska goriva predvsem od treh največjih domačih trgovcev s pogonskimi gorivi, ki sočasno nastopajo na veleprodajnem trgu tako v vlogi kupcev in prodajalcev na debelo drugim trgovcem kot v vlogi prodajalcev potrošnikom na maloprodajnem trgu.

Agencija zaključuje, da na veleprodajnem trgu podjetja kupujejo gorivo od različnih dobaviteljev, pri čemer noben izmed dobavitelj nima prevladujočega deleža ali celo ekskluzivnega položaja pri dobavi, kar kaže tudi nihanje nabavljenih količin pogonskih goriv pri posameznem dobavitelju v obdobju 2011-2015.

4.2.2 Nabavni pogoji na veleprodajnem trgu

Večina anketiranih podjetij ocenjuje svojo pogajalsko moč na veleprodajnem trgu kot majhno oziroma zanemarljivo. Nabavni pogoji za vsakega trgovca so odvisni od samih logističnih možnosti s katerimi razpolaga. Nekateri distributerji navajajo, da je Slovenija država z dostopom do odprtega morja, zato se pogoji za tiste, ki imajo možnost skladiščenja in nakupa na odprtem morju, lahko precej razlikujejo od tistih, ki tega nimajo in iščejo možnosti nakupa pri ostalih trgovcih v Sloveniji ali v tujini. Vsekakor pa je oddaljenost do skladiščnih prostorov ali rafinerij pomemben faktor pri stroških logistike, kar posledično vpliva na nabavne cene.

Agencija ugotavlja, da so nabavni pogoji za vse kupce pogonskih goriv na veleprodajnem trgu jasni in nediskriminatorni ter se bistveno ne spreminjajo zaradi različnih nabavnih količin, saj anketirana podjetja ne zaznavajo diskriminacije pri priznavanju ugodnosti kot so popusti za večje nabavne količine, kar sicer neposredno ustvarja razliko v ceni. Manjša podjetja vidijo pomembnejše razlike predvsem v operativnih prednostih večjih podjetij pri nabavi (logistika).

⁹ Podatki so prikazani na način, kot ga določajo Smernice za pripravo javnih različic odločb Evropske komisije sprejete v skladu z Uredbo o združitvah (Uredba sveta (ES) št. 139/2004 z dne 20. januarja 2004 o nadzoru koncentracij podjetij).

4.2.3 Kupci pogonskih goriv na veleprodajnem trgu

Pregled 10 največjih posameznih kupcev pogonskih goriv pri vsakem trgovcu v letu 2015 izkazuje, da ima vsak trgovec popolnoma različne kupce, le redki kupci se med prvih 10 najpomembnejših pojavljajo pri dveh trgovcih, pa še to z manjšimi oz. zanemarljivimi količinami v celotni prodaji pogonskih goriv vseh trgovcev. Navedeni rezultati kažejo, da na strani odjema ni prevladujočega kupca oz. znatne kupne moči (t.i. *buying power*). Prav tako je iz pridobljenih podatkov razvidna razpršenost prodaje in trga, kar v tem delu kaže tudi na enakomernost prodanih količin goriv posameznim kupcem.

4.2.4 Segmentacija kupcev pri prodaji pogonskih goriv na debelo

Najpogosteje trgovci segmentirajo kupce na **večje in manjše** kupce, pri čemer imajo večji kupci v večini primerov lastne skladiščne kapacitete, ki presegajo količine volumna polne avtocisterne (32.000 litrov) in lastne cisterne za razvoz. V tej skupini so tako distributerji goriv kot tudi večji končni kupci. Za te kupce (povečini distributerje) je značilna kampanjska prodaja z veliki rastmi in padci v odvisnosti od sezone. Prav tako pa ti kupci delujejo na trgu, kjer se priznavajo veliki končni popusti, torej je nabavna cena za te kupce bistvenega pomena. Manjši kupci so kupci, ki nimajo večjih skladiščnih kapacitet. Mednje najpogosteje sodijo lastniki zasebnih bencinskih servisov, ki prodajajo gorivo v maloprodaji.

Prodajni pogoji se razlikujejo za vsako skupino (cena, količina, pogodbeno vezava, rok dobave, pogostost naročil, rok plačila, ipd.). Trgovci se z vsakim kupcem na debelo posebej pogajajo, gre za individualna pogajanja, ki lahko privedejo do različnih komercialnih pogojev, morebitna primerljivost posameznih rezultatov pogajanj so zgolj naključna ali pa rezultat enake ali podobne pogajalske moči kupca (kot se le-ta oblikuje na podlagi različnih dejstev oz. dejavnikov – bonitetna ocena kupca, njegova plačilna sposobnost, plačilna disciplina, kvaliteta in vrsta morebitnih danih zavarovanj ipd.).

Ena izmed omenjenih je tudi segmentacija kupcev **po kanalih prodaje**, in sicer direktna prodaja in indirektna prodaja, kjer so zajeti preprodajalci in pooblaščenji prodajalci. Segmenta sta ločena zaradi različnih prodajnih strategij za vsako skupino in različnih dajatev in obveznosti, ki jih zakonodaja nalaga prodajalcem, ki prodajo končnim potrošnikom.

4.2.5 Način oblikovanja cene pri prodaji na debelo

Podjetja, ki poslujejo na trgu na debelo, oblikujejo ceno glede na lastno segmentacijo kupcev ter individualno obravnavo kupca (pogajanj).

4.2.6 Mnenje trgovcev o konkurenci na veleprodajnem trgu

Po informacijah iz vprašalnikov Agencija ugotavlja, da se z veleprodajo pogonskih goriv poleg anketiranih podjetij ukvarja še več drugih podjetij, med njimi Gatis, Valiant, Daka, Gokop, Žiher (vsi d.o.o.) in drugi.

Večina podjetij meni, da je pri veleprodaji pogonskih goriv konkurenca velika. Prav tako nekateri dodajajo, da je glede velikosti trga številčnost konkurentov popolnoma primerljiva s številom konkurentov na mnogo večjih trgih. Ta podjetja visoko konkurenčnost utemeljujejo tudi z nizkimi veleprodajnimi cenami (brez dajatev, kotacije + pribitek) v primerjavi z ostalimi državami, kjer so veleprodajne cene bistveno višje, kar je po njihovem mnenju razvidno tudi iz povečanega izvoza s strani Slovenije v sosednje države.

Nekatera manjša podjetja po drugi strani menijo, da je konkurenca na slovenskem veleprodajnem trgu pogonskih goriv omejena, ker imata po njihovem predvsem Petrol v lasti večino skladiščnih kapacitet za pogonska goriva v Sloveniji.

4.2.7 Vloga Zavoda RS za blagovne rezerve

V skladu z Zakonom o blagovnih rezervah opravlja ZBR dve gospodarski javni službi, in sicer javno gospodarsko službo oblikovanja in uporabe blagovnih rezerv ter javno gospodarsko službo oblikovanja obveznih rezerv nafte in njenih derivatov. Program oblikovanja državnih blagovnih rezerv in obveznih rezerv nafte in njenih derivatov določi Vlada RS v petletnem programu v katerem so določene vrste in najmanjše količine posameznih vrst blaga, ki morajo biti na razpolago za potrebe zagotavljanja nemotene preskrbe. Na podlagi petletnega programa zavod pripravi tudi letne programe dela in finančne načrte zavoda, ki jih sprejme Upravni odbor ZBR. Program oblikovanja blagovnih rezerv določa vzdrževanje in obnavljanje obstoječe ravni državnih blagovnih rezerv in obveznih zalog nafte in njenih derivatov, njihovo prestrukturiranje ali zmanjšanje oziroma povečanje količin posameznih vrst blaga. Vlada Republike Slovenije kot ustanovitelj odloča o uporabi blagovnih rezerv, kadar je to nujno za ureditev preskrbe pri večjih motnjah in nestabilnostih na trgih, ob naravnih nesrečah in v vojni.¹⁰ ZBR dobavo, odkup ali menjavo naftnih derivatov uravnava na podlagi javnih razpisov.

Agencija ugotavlja, da zaradi majhnega tržnega deleža pri prodaji pogonskih goriv in njegovega poslanstva na trgu, ki je nekomercialne narave, ZBR nima bistvenega vpliva na delovanje trga na debelo.

4.3 Maloprodajni trg

Agencija ugotavlja, da konkurenti dobro poznajo maloprodajni trg, saj se njihove samoocene o tržnih deležih pri prodaji pogonskih goriv na maloprodajnem trgu ujemajo s tržnimi deleži izračunanimi na podlagi prodanih količin na tem trgu, ki jih je Agencija pridobila od anketiranih podjetij.

Tabela 4: Ocena tržnih deležev trgovcev s pogonskimi gorivi na maloprodajnem trgu v Sloveniji v letu 2015

| Podjetje | Ocena tržnega deleža na MP trgu (%) ¹¹ |
|---------------|---|
| 1. Petrol | [50-60] |
| 2. OMV | [20-30] |
| 3. MOL | [5-10] |
| 4. Shell | [5-10] |
| 5. Eni | [0-5] |
| 6. Interina | [0-5] |
| 7. M-Energija | [0-5] |
| 8. Fe-Trading | [0-5] |
| 9. Logo | [0-5] |

¹⁰ Vir: <http://www.zrsbr.si/sl/predstavitev/>, 15.12.2016.111.

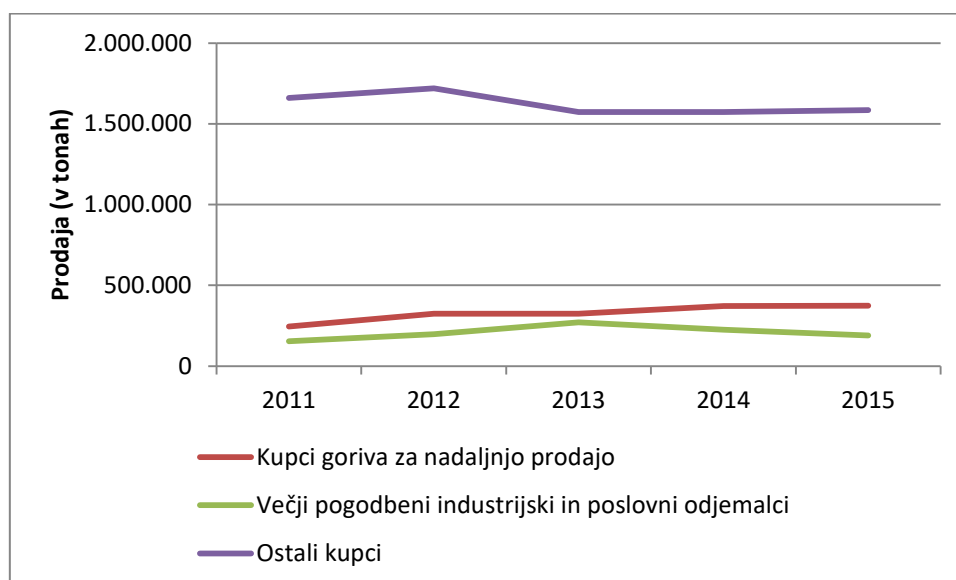
¹¹ Podatki so prikazani na način, kot ga določajo Smernice za pripravo javnih različic odločb Evropske komisije sprejete v skladu z Uredbo o združitvah (Uredba sveta (ES) št. 139/2004 z dne 20. januarja 2004 o nadzoru koncentracij podjetij).

Iz tabele 4 je razvidno, da ima največji tržni delež na maloprodajnem trgu Petrol, in sicer med 50 in 60 %, sledi mu OMV z 20 do 30 %, MOL in Shell dosejata med 5 in 10 % tržni delež, vsi ostali skupaj pa prodajo manj kot 5 % pogonskih goriv.

4.3.1 Prodaja pogonskih goriv po namenu nakupa

Agencija je pregledala tudi prodajo po namenu nakupa in podatke anketiranih podjetij prikazala v sliki 3. Iz slike je razvidno, da do večjih nihanj v proučevanem obdobju ni prišlo. Prodaja kupcem za nadaljnjo prodajo je v letu 2015 znašala približno 17 % vseh pogonskih goriv, večjim posameznim kupcem 9 % ter 74 % ostalim kupcem na maloprodajnem trgu (prodaja na bencinskih servisih). Agencija tako večje posamezne kupce kot ostale kupce šteje kot maloprodajni trg. Medtem ko prodaja pogonskih goriv kupcem za nadaljnjo prodajo nekoliko narašča, pa je prišlo predvsem v letu 2013 in kasneje do manjšega upada prodaje na maloprodajnem trgu.

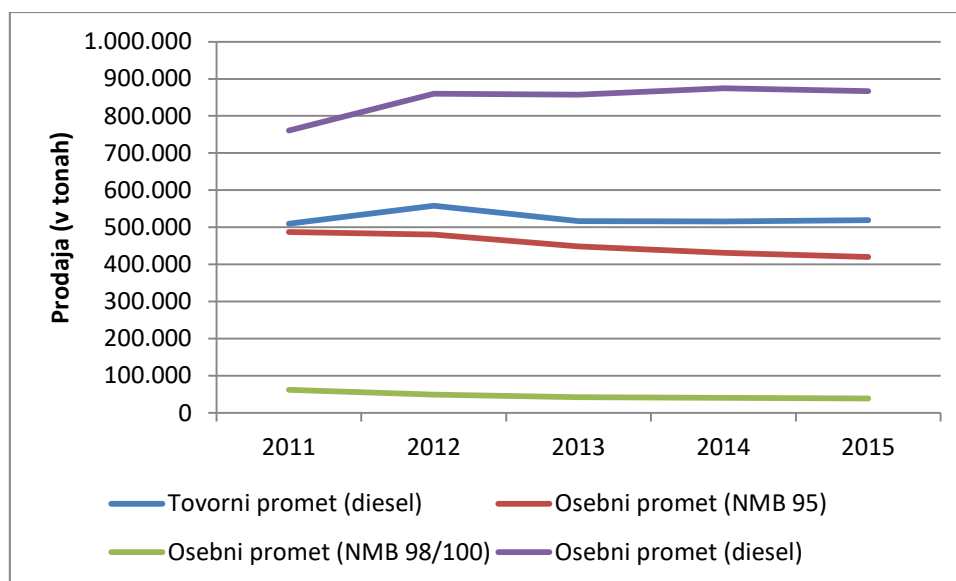
Slika 3: Prodaja kupcem po namenu nakupa v Sloveniji v obdobju 2011-2015 (v tonah)



4.3.2 Prodaja kupcem po porabi goriva v prometu

Agencija je preverila prodajo pogonskih goriv po porabi goriva v prometu in rezultate prikazala v sliki 4. Iz prikaza je razvidno, da največ prodaje predstavlja prodaja dizla osebnemu prometu (približno 47 % v letu 2015), sledi prodaja dizla tovornemu prometu (28 %), prodaja NMB 95 (23 %), najmanj prodaje pa predstavlja prodaja NMB 98/100 (2 %), oba osebnemu prometu.

Slika 4: Prodaja pogonskih goriv po porabi goriva v prometu v Sloveniji v obdobju 2011-2015 (v tonah)



Iz slike 4 je razvidno tudi, da je prodaja dizla za vse vrste vozil in prodaja NMB 98/100 relativno konstantna od leta 2012 dalje, da pa nekoliko upada prodaja NMB 95, kar bi lahko kazalo na uporabo varčnejših bencinskih motorjev pri osebnih vozilih.

4.3.3 Bencinski servisi

V tabeli 5 je predstavljena vrsta in število bencinskih servisov v lasti ali upravljanju posameznega podjetja. Razvidno je, da ima Petrol največje število bencinskih servisov (314), skupaj kar 61 % bencinskih servisov med anketiranimi podjetji. Trije od devetih podjetij imajo poleg bencinskih servisov z osebjem in dodatnimi storitvami tudi samopostrežne bencinske servise. Edini podjetji, ki prodajata gorivo le na samopostrežnih bencinskih servisih sta FE-Trading in M-Energija, slednje ima največ teh servisov, in sicer 21. Shell je navedel, da so njegovi samopostrežni bencinski servisi namenjeni zgolj tovornemu prometu (dizel), saj je oprema točilne postaje prilagojena samo za tovorna vozila (večji premer točilne ročke, ki omogoča hitrejši pretok goriva).

Tabela 5: Vrsta in število bencinskih servisov v letu 2015 v Sloveniji

| Podjetje | BS z osebjem | Samopostrežni BS | Skupaj | Delež (%) |
|---------------|--------------|------------------|------------|--------------|
| Petrol | 312 | 2 | 314 | 61 % |
| OMV | 106 | 5 | 111 | 21 % |
| MOL | 34 | 0 | 34 | 7 % |
| Eni | 12 | 0 | 12 | 2 % |
| Shell | 1 | 9 | 10 | 2 % |
| M-Energija | 0 | 21 | 21 | 4 % |
| FE-Trading | 0 | 6 | 6 | 1 % |
| Logo | 5 | 0 | 5 | 1 % |
| Interina | 6 | 0 | 6 | 1 % |
| Skupaj | | | 519 | 100 % |

4.3.3.1 Načini upravljanja bencinskih servisov

Agencija je proučila upravljanje bencinskih servisov z namenom pregleda, v kolikšni meri so najemniki oziroma upravitelji bencinskih servisov neodvisni pri oblikovanju cenovne politike.

Anketirana podjetja so različno poimenovala načine upravljanja bencinskih servisov oziroma blagovne znamke, Agencija pa je predstavljene načine združila v naslednje tri skupine:

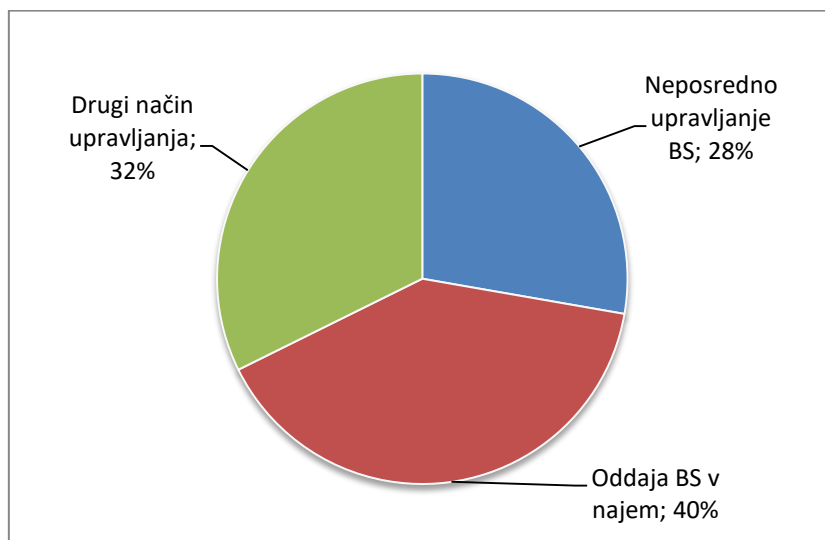
1. **Neposredno upravljanje** oziroma t.i. način **COCO (Company Owned Company Operated)**, kjer osnovno podjetje samo upravlja svoje bencinske servise.
2. **Bencinski servisi oddani v upravljanje** oziroma t.i. način **CODO (Company Owned Dealer Operated)**, kjer gre za obliko najemnega sistema bencinskega servisa, ki se na podlagi pogodbe o zaposlitvi preda v upravljanje in samostojno vodenje poslovodji. Dajalec bencinskega servisa v upravljanje (osnovno podjetje) je lastnik nepremičnin, osnovnih sredstev in blaga (rezervoarsko in nerezervoarsko blago). Partner upravljavec opravlja dejavnost bencinskega servisa v imenu in za račun osnovnega podjetja v skladu s tipsko pogodbo. Vsi stroški, ki nastajajo iz naslova poslovanja so breme osnovnega podjetja. Delavci na tovrstnih bencinskih servisih, vključno s poslovodjo, so zaposleni v osnovnem podjetju. Poslovno strategijo, maržo oz. končno ceno določa osnovno podjetje.

Bencinski servis se lahko odda v upravljanje tudi na način, da je partner samostojni podjetnik ali podjetje, ki ima svoje zaposlene, vendar še vedno posluje v imenu in za račun osnovnega podjetja in je podrejen poslovni in cenovni strategiji osnovnega podjetja.

3. Med **drugimi načini upravljanja** poznamo še **solastniški oz. soinvestitorski bencinski servis**, kjer je osnovno podjetje v določenem delu vpisano kot lastnik in t.i. **način DODO (Dealer Owned Dealer Operated)**, pri katerem osnovno podjetje soinvestira v bencinski servis in ni zaveden kot solastnik bencinskega servisa. Maržo določa partner.

Slika 5 prikazuje prodajo goriv preko različnih načinov upravljanja bencinskega servisa v letu 2015 in iz katere je razvidno, da so vse tri vrste upravljanja enakomerno zastopane oziroma da v Sloveniji ni prevladujočega načina upravljanja bencinskega servisa.

Slika 5: Načini upravljanja bencinskega servisa v letu 2015 (v %)



4.3.3.2 Bencinski servisi glede na lokacijo

V tabeli 6 je prikazano število bencinskih servisov glede na območje AC križa, obmejni pas in ostale bencinske servise v letu 2015.

Tabela 6: Bencinski servisi glede na območje AC križa, obmejni pas in ostale bencinske servise v letu 2015

| | AC križ | Obmejni pas | Ostali BS | SKUPAJ |
|---------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| območjuPetrol | 37 | 47 | 230 | 314 |
| OMV | 21 | 4 | 86 | 111 |
| MOL | 2 | 4 | 28 | 34 |
| Eni | | | 12 | 12 |
| Shell | | 2 | 8 | 10 |
| M-Energija | | 6 | 15 | 21 |
| FE-Trading | | | 6 | 6 |
| Logo | | | 5 | 5 |
| Interina | | 1 | 5 | 6 |
| SKUPAJ | 60 | 64 | 395 | 519 |
| delež | 12 % | 12 % | 76 % | 100 % |

V Sloveniji je na podlagi pridobljenih podatkov skupaj 519 bencinskih servisov, od tega jih je po 12 % na AC križa in v obmejnem pasu, večina, 76 %, pa jih je lociranih na ostalih območjih.

Agencija je preverila kolikšno oddaljenost od državne meje štejejo podjetja za obmejni bencinski servis. Večina podjetij razume obmejne bencinske servise v oddaljenosti do 6 km od meje, medtem ko Petrol približno tretjino svojih obmejnih bencinskih servisov šteje tudi v oddaljenosti 8-12 km od meje.

Iz slike 6 razberemo konstantno prodajo pogonskih goriv v preostalem delu Slovenije, podobno je konstantna prodaja, razen padca prodaje v letu 2012, tudi na območju AC križa (čemur je botroval znaten padec prodaje dizla). Nekoliko je upadla le prodaja pogonskih goriv v obmejnem pasu.

Slika 6: Prodaja pogonskih goriv po lokacijah bencinskih servisov v obdobju 2011-2015

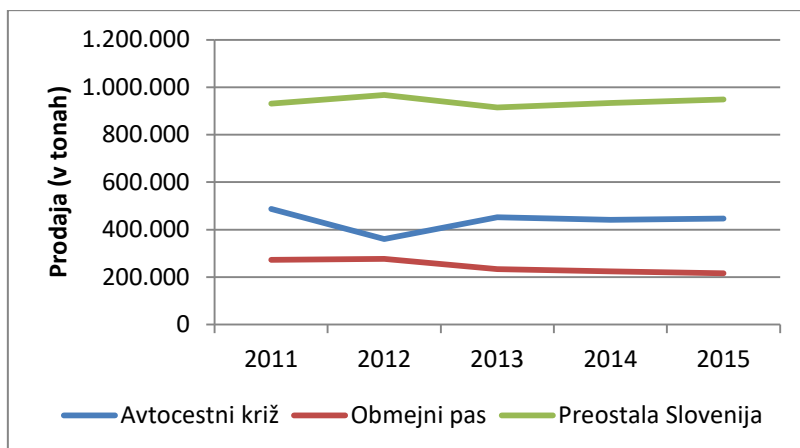


Tabela 7: Bencinski servisi po regijah v letu 2015

| | Petrol | OMV | MOL | ENI | Shell | M- Energija | FE- Trading | Logo | Interina | SKUPAJ |
|--------------------------|------------|------------|-----------|-----------|-----------|----------------|----------------|----------|----------|------------|
| Gorenjska | 34 | 5 | | | 2 | 2 | 3 | 2 | | 48 |
| Goriška | 31 | 7 | 1 | 1 | | 1 | | | | 41 |
| JV Slovenija | 26 | 6 | 4 | 1 | 1 | 7 | 1 | | | 46 |
| Koroška | 10 | 1 | 1 | | | 1 | | | 1 | 14 |
| Notranjsko-kraška | 4 | 9 | 1 | | | | 2 | | | 16 |
| Obalno-kraška | 12 | 33 | 2 | | 4 | 1 | | | | 52 |
| Osrednjeslovenska | 63 | 14 | 2 | 4 | | 2 | | 1 | | 86 |
| Podravje | 43 | 15 | 9 | 1 | 2 | 2 | | 2 | 2 | 76 |
| Pomurje | 26 | 6 | 6 | | 1 | 3 | | | 2 | 44 |
| Savinjska | 44 | 9 | 7 | 3 | | 2 | | | 1 | 66 |
| Spodnjeposavska | 16 | 6 | | 1 | | | | | | 23 |
| Zasavje | 5 | | 1 | 1 | | | | | | 7 |
| SKUPAJ | 314 | 111 | 34 | 12 | 10 | 21 | 6 | 5 | 6 | 519 |

Iz tabele 7 razberemo, da ima Petrol največ bencinskih servisov po vseh regijah, izjemi sta Obalno-kraška in Notranjsko-kraška regija, v katerih ima OMV več bencinskih servisov kot Petrol. Večji ponudniki (Petrol, OMV in MOL) imajo relativno enakomerno razpršenost svojih bencinskih servisov po regijah, razen OMV, ki ima največji delež svojih bencinskih servisov v Obalno-raški regiji (gre za bencinske servise, ki so bili v preteklosti v lasti podjetja Istrabenz s sedežem v Kopru). Poslovne strategije manjših ponudnikov praviloma ne temeljijo na intenzivnejšem nastopu v točno določeni regiji, pri čemer izstopa M-Energija v JV Sloveniji, kjer ima tretjino vseh svojih samopostrežnih bencinskih servisov.

4.3.4 Konkurenti o maloprodajnem trgu pogonskih goriv

V letu 2015 je bilo po navedbah anketiranih podjetij prisotnih 24 trgovcev/ponudnikov pogonskih goriv, ki so pogonska goriva ponujali na 547 bencinskih servisih. Od leta 2002 do leta 2015 se je število ponudnikov povečalo s 5 na 24.¹²

Konkurenca na območju AC križa je po mnenju manjših ponudnikov delno ustrezna. Oddaja lokacij počivališč po letu 2000 je korektna in je odraz konkurence, izkrivljanje konkurence po njihovem mnenju predstavljajo pogodbe za lokacije počivališč pred letom 1992, saj DARS¹³ tudi po vstopu novih konkurentov na slovensko tržišče ni izvedel razpisov za oddajo le teh. Nekateri dobavitelji predlagajo, da DARS na svoji spletni strani javno objavi vse lokacije in čas trajanja najema (oddaja in konec), hkrati pa bi bilo zaradi zagotavljanja ustrezne konkurence čas najema oziroma ponovnih razpisov potrebno omejiti na 30 let.

¹² Glede na to, da vprašalnik Agencije ni zajel 28 BS v lasti 15 ponudnikov, Agencija ocenjuje, da prodaja teh BS predstavlja predvsem lokalno ponudbo (npr. BS kmetijskih zadrug predvsem za svoje člane), ki nima bistvenega vpliva na širši trg pogonskih goriv v Sloveniji.

¹³ Družba za avtoceste v Republiki Sloveniji.

Konkurenca v obmejnem pasu: po ocenah anketiranih ponudnikov je obmejni pas ustrezno diferencirano konkurenčno okolje, saj je poleg domače konkurence v neposredni bližini prisotna ponudba tujih ponudnikov.

Konkurenca na preostalih bencinskih servisih: po ocenah anketiranih ponudnikov je preostalo območje ustrezno konkurenčno okolje z možnostjo razvoja.

V splošnem se mnenja ponudnikov delijo na tista, ki ocenjujejo, da na maloprodajnem trgu obstaja zadostna konkurenca in tista, ki navajajo predvsem prevladujoč položaj Petrola.

4.3.5 *Struktura maloprodajne cene pogonskih goriv*

Nabavna cena posameznega (reguliranega) derivata, torej NMB 95 in dizla, je sestavljena iz postavk kot so prikazane v tabeli 8. Razlika do sproščenih cen NMB 98/100 in KOEL je le v točki 3, saj marža ni več omejena navzgor.

Tabela 8: Struktura maloprodajne cene pogonskih goriv

| | |
|--|--|
| 1. Nabavna cena | veleprodajni trg |
| 2. Prispevek za obvezne rezerve / članarina ZBR | določi Vlada |
| 3. Marža / razlika v ceni | določi Vlada (NMB 95 in dizel) oz. določi ponudnik (ostali produkti) |
| 4. Cena pred davki (1+2+3) | |
| 5. Trošarina | določi Vlada |
| 6. Taksa CO ₂ | določi Vlada |
| 7. Dodatek za povečanje energetske učinkovitosti | določi Vlada |
| 8. Prispevek za OVE in SPTE ¹⁴ | določi Vlada |
| 9. Prodajna cena brez DDV (4+5+6+7+8) | |
| 10. Znesek DDV (22 %) | določi Vlada |
| 11. Maloprodajna cena (9+10) | |

Podjetja s svojo poslovno dejavnostjo lahko vplivajo le na nabavno ceno in seveda na maržo (v primeru reguliranih cen ponudniki še vedno lahko določijo nižjo maržo od najvišje dovoljene), pri čemer je nabavna cena odvisna od nabavnih pogojev na veleprodajnem trgu, kot so bili že predstavljeni.

4.3.6 *Konkurenčnost Slovenije pri mednarodnem tovornem prometu*

Agencija je od prevoznikov v cestnem prometu pridobila informacijo o dometu tovornih vozil – vlačilcev. Rezervoarji tovornjakov vlačilcev imajo kapaciteto približno 1.500 litrov. Teža polno obremenjenega vlačilca skupaj s težo vlačilca znaša približno 40 ton. S takšno težo vlačilec porabi približno 30 litrov na 100 km. Če je tonaža blaga manjša (npr. namesto polnih 24 ton na prikolici, recimo zgolj 5-10 ton), vlačilec lahko porabi tudi samo 20-25 litrov/100 km. To pomeni, da vlačilec s polnim rezervoarjem lahko opravi razdaljo od 3.000 do 3.200 km brez dolivanja goriva.

Iz navedenega izhaja, da bencinski servisi v Sloveniji, še posebej na območju AC križa, v mednarodnem prometu konkurirajo bencinskim servisom praktično v celotni Evropi.

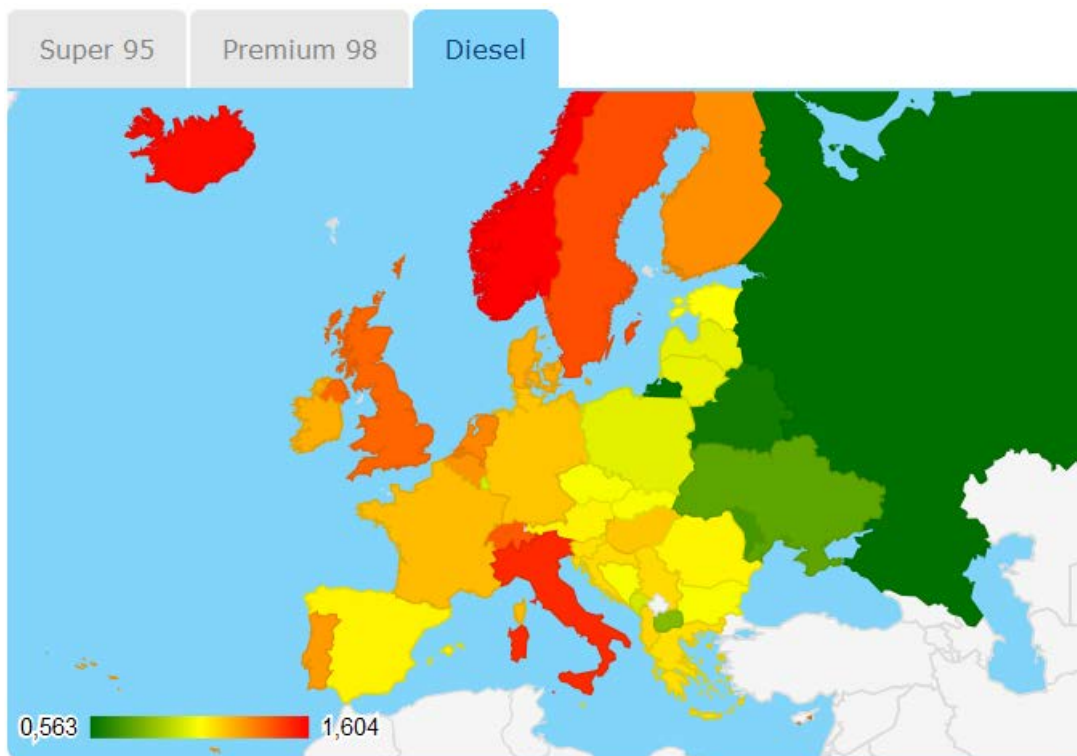
¹⁴ SPTE = soproizvodnja toplotne in električne energije, poimenovana tudi kogeneracija.

4.3.7 Primerjava cene dizla v bližnjih državah

Spletnih strani, ki tekoče spremljajo cene goriv v Evropi je veliko, enega izmed bolj nazornih prikazov cen goriv najdemo na spletni strani Autotraveler. Za primerjavo je izbrano gorivo dizel, in sicer kot je bilo navedeno lahko geografski trg dizelskega goriva opredelimo širše od nacionalnega, saj v mednarodni špediciji slovenski distributerji pogonskih goriv konkurirajo ponudnikom iz bližnjih držav.

Iz slike 7 je razvidno, da so cene dizla nižje na vzhodu (zeleno) in višje na severu in jugu Evrope (rdeče).

Slika 7: Primerjava cen dizla v Evropi v decembru 2016



Vir: <http://autotraveler.ru/en/spravka/fuel-price-in-europe.html>, 21. 12. 2016.

Na isti spletni strani je navedeno, da je bila na dan 21. 12. 2016 povprečna cena dizla v Evropi 1,10 €/l, v Sloveniji pa je cena na ta isti dan znašala 1,15 €/l, enako tudi na Hrvaškem. Med bližnjimi državami je bil dizel v povprečju cenejši v Bosni in Hercegovini, na Češkem in na Slovaškem (v vseh treh državah 1,07 €/l) in Avstriji (1,11 €/l), kar pomeni 7,5 % oziroma 3,6 % cenejši dizel v navedenih državah.

Glede na že omenjen domet prevožene razdalje tovarnega prometa v tranzitu, so te države največja konkurenca slovenskim ponudnikom pogonskih goriv oz. natančneje dizla.

4.3.8 Možnosti za znižanje cen na račun marže

Agencija je podjetja vprašala, zakaj se navkljub nizkim maržam ne poslužujejo nižanja cen posameznih pogonskih goriv in s tem možnosti povečanja prodaje. Večina podjetij je navedla, da na določitev maksimalne prodajne cene vpliva gibanje cen naftnih derivatov na svetovnem trgu kot variabilna postavka modelske cene. Določitev modelske cene naftnega derivata v skladu z Uredbo upošteva borzno kotacijo derivata na kotaciji CIF Mediteran-High in dnevni tečaj EUR/USD, kar omogoča sprotne prilaganje maksimalno določene cene spremembam cen energentov na svetovnih

trgih oziroma na njihovo nabavno vrednost. Po njihovem mnenju tako nimajo nobenega manevrskega prostora pri določanju ekonomsko vzdržnih maloprodajnih cen naftnih derivatov oz. pogonskih goriv.

Podjetja, ki se ne poslužujejo nižanja marž dodajajo, da je višina marže v Sloveniji pod evropskim povprečjem (pri vseh NMB dosega okvirno 76 % povprečne bruto marže v državah EU, pri dizelskem gorivu 63 %, pri KOEL pa le 51 %), in je že od leta 2011 dalje nespremenjena. Ker je marža fiksna in pod evropskim povprečjem, po drugi strani pa to ne velja za stroške poslovanja, ne morejo usklajevati cen s spreminjanjem marže.

Podjetja pojasnjujejo, da ne morejo ponuditi nižje maloprodajne cene od maksimalno določene prodajne cene naftnih derivatov. Takšno postopanje bi bilo ob upoštevanju zviševanja stroškov poslovanja, višine določene marže in letnega poslovnega načrta za njih ekonomsko neupravičeno oz. nerentabilno.

Nekatera podjetja so še dodala, da ceno delno znižujejo z različnimi programi zvestobe in pri poslovanju z večjimi kupci.

4.3.9 Ocena elastičnosti povpraševanja

Po mnenju anketiranih podjetij se kupci pri izbiri bencinskega servisa odločajo ne samo na osnovi cene, ampak tudi na osnovi oddaljenosti alternativnega bencinskega servisa, pri čemer smatrajo, da je za kupce pomembna tudi kakovost goriva.

Nekateri distributerji omenjajo, da se potrošniki, ki živijo ob meji, že danes odločajo za nakup goriva v sosednjih državah, in to pri razlikah v ceni goriva za osebni promet, ki so višje od 5 % maloprodajne cene, po drugi strani pa je v segmentu transporta lahko odločujoč že 1 % razlike v ceni.

Agencija na osnovi pridobljenih odgovorov ugotavlja, da je elastičnost povpraševanja oz. zamenjave ponudnika pogonskih goriv pri 3-5 % spremembi maloprodajne cene.

4.3.10 Paketne ponudbe

Nekatera izmed anketiranih podjetij poslujejo tudi na trgu drugih energentov, vendar po njihovih navedbah pri pripravi ponudb o dobavi pogonskih goriv ne ponujajo paketov produktov in/ali storitev, ki bi vključevale različne energetske dejavnosti, kot so na primer prodaja KOEL, zemeljskega plina in/ali električne energije.

4.3.11 Kartice zvestobe

Agencija ugotavlja, da večina anketiranih podjetij ponuja bolj ali manj številne in kompleksne ugodnosti za imetnike kartic zvestobe ali plačilnih kartic. Večje kot je podjetje kompleksnejši načrt pospeševanja prodaje ima in ponuja razne kartične ugodnosti iz naslova zvestobe kupcev.

4.4 Ovire za vstop na trg

4.4.1 Ocena ovir za vstop na trg pogonskih goriv v Sloveniji s strani distributerjev

Anketirana podjetja so si enotna, da je največja ovira za vstop na trg pogonskih goriv v Sloveniji povezana z nizko pričakovano dobičkonosnostjo, kar je posledica več dejavnikov, a kot ključen je izpostavljena prav višina marže pri vseh pogonskih gorivih, ki so med najnižjimi v EU oziroma regulirana cena naftnih derivatov, kar bistveno zmanjšuje motivacijo za nov vstop na trg.

Če povzamemo mnenja anketiranih podjetij, so drugi ključni omejevalni dejavniki po njihovem mnenju sledeči:

- dolgi in zapleteni birokratski postopki, ki so povezani z gradnjo novih objektov (bencinskih servisov), ki jih opredeljuje stroga in omejujoča zakonodaja za izvedbo prostorskih aktov in pridobitev gradbenih dovoljenj;
- omejujoči/izključujoči razpisi za servise na območju AC križa v preteklosti in pogodbe za neomejeno obdobje na avtocestah (DARS) ter posledično obvladovanje območja AC križa s strani dveh podjetij (Petrol, OMV);
- boljše lokacije so že v lasti konkurence;
- visoki vstopni stroški (zlasti na maloprodajnem trgu) ter
- majhen trg, majhno število ponudnikov in prisotnost enega močnega podjetja na teh trgih na območju Slovenije (Petrol), s tem pa povezana tudi logistična koncentracija.

Nekateri distributerji ocenjujejo, da je zaradi fizičnih omejitev in težav z izgradnjo bencinskih servisov vstop na veleprodajni trg bistveno lažji, zato je temu primerno tudi tržna struktura na veleprodajnem trgu bolj konkurenčna.

4.4.2 Formalni pogoji za opravljanje dejavnosti prodaje naftnih derivatov

Formalni pogoji za opravljanje dejavnosti prodaje naftnih derivatov na debelo in drobno oz. opravljanje dejavnosti bencinskega servisa ne predstavljajo posebnih zahtev, ki bi specifično omejevali opravljanje dejavnosti. To pomeni, da na nacionalni ravni ni posebnih omejitev, ki bi omejevali število bencinskih servisov, njihovo pravno formalno obliko ali njihovo aktivnost na trgu. Ustanovitev podjetja katere koli pravne oblike je preprosta in hitra.

Za trgovanje z gorivi na debelo je potrebno zadostiti dodatni zahtevi, saj mora podjetje pred začetkom poslovanja pridobiti trošarinsko dovoljenje. Na podlagi pridobljenega trošarinskega dovoljenja pa se lahko ustanovi/vzpostavi trošarinsko skladišče, kjer se pod ustreznimi pogoji shranjujejo in odpremljajo goriva.

Registracija podjetja in drugi pravni pogoji za opravljanje dejavnosti tako ne predstavljajo posebnih omejitev za vstop na trg.

4.4.3 Kaj opredeljuje odločitev o lokaciji bencinskega servisa?

Ključni faktor za odločitev o postavitvi bencinskega servisa je po mnenju anketiranih podjetij prvenstveno pozitiven izračun ekonomske upravičenosti investicije, kar pomeni doseganje ustreznega donosa (WACC¹⁵), ki ga opredeljujeta predvsem (a) **število prometa** in (b) **število prebivalstva**, vsako podjetje pa pri izračunu finančne vzdržnosti investicije upošteva tudi (c) **ostale faktorje**, kot so npr. bližina konkurence, koncentracija prebivalstva, vrsta okolja (periferija, mesto), možnost razvoja dodatne ponudbe in podobno. V tabeli 9 so prikazani odgovori anketiranih podjetij.

Tabela 9: Odločilni faktorji za odločitev o načrtovanju lokacije bencinskih servisov po mnenju anketiranih podjetij

| Odločilni faktorji | Pogostost odgovorov |
|--|---------------------|
| Podatki o številu prometa na lokaciji (PLDP) | 83 % |
| Število prebivalcev v kraju / radij | 83 % |

¹⁵ Povprečni tehtani strošek kapitala (WACC - weighted average cost of capital).

| Odločilni faktorji | Pogostost odgovorov |
|--|---------------------|
| Bližina konkurenčnih bencinskih servisov | 67 % |
| Mikrolokacija (mesto, lokalno okolje, avtocesta...) | 67 % |
| Dostopnost lokacije, prometna ureditev (enosmerna, obojesmerna) | 67 % |
| Lokalne zahteve (OPN, OPPN, vodovarstvene cone, komunalne takse, zahteve posamičnih občin,...) | 50 % |
| Bližina lastnih bencinskih servisov | 50 % |
| Velikost zemljišča | 33 % |
| Cena zemljišča | 17 % |
| Sezonski vpliv | 17 % |
| Bodoči razvoj cestnega prometa (nove cestne povezave, obvoznice,...) | 17 % |
| Razvitost regije | 17 % |
| Umeščenost na parkirišče trgovca | 17 % |

4.4.4 Postopki umeščanja v prostor in podeljevanja koncesij za bencinske servise

Za umeščanje bencinskih servisov v prostor ni omejitev, ki bi neposredno opredeljevali lokacijo, gostoto, njihovo opremljenost ali druge posebne omejitve, ki bi veljale specifično za bencinske servise oziroma bili vezani izključno na prodajo naftnih derivatov, so pa ovira postopki povezani z umeščanjem v prostor.

Bencinski servisi, kot zelo zahtevni objekti, predmet zahtevne področne zakonodaje, ki jo je treba upoštevati ob umeščanju v prostor. Tako je umeščanje vezano na postopke, ki opredeljujejo pripravo ter uveljavitev, na eni strani **(i) državnih prostorskih načrtov (DPN)**, ki opredeljujejo državno prometno infrastrukturo na katero so vezane tudi servisne površine ter v okviru teh lokacije namenjene dejavnosti bencinskih servisov, ter na drugi strani **(ii) občinskih prostorskih načrtov (OPN)** in **občinskih podrobnih prostorskih načrtov (OPPN)**, ki opredeljujejo namensko rabo zemljišč, ki omogočajo opravljanje dejavnosti prodaje naftnih derivatov in s tem storitev, ki jih nudijo bencinski servisi.

Pri dostopu do lokacije za opravljanje dejavnosti prodaje naftnih derivatov moramo upoštevati dva tipa razmer:

- a) **Namenska raba zemljišča je že urejena** v DPN ali OPN/OPPN, kar pomeni, da ima potencialni investitor že na razpolago ustrezno zemljišče z urejeno namensko rabo, čemur sledi postopek pridobitve gradbenega dovoljenja in začetek gradnje.

V tem primeru interesent, ki želi na določeni lokaciji postaviti objekt (bencinski servis), najprej preveri ali občina v okviru OPN/OPPN omogoča postavitve bencinske postaje v prostorskem aktu. V kolikor bi se interesent odločil za določeno lokacijo, bi moral nato začeti s postopkom pridobitve gradbenega dovoljenja ter vključiti projektanta, ki bi izdelal ustrezno dokumentacijo, ki med drugim vključuje elaborat o presoji vplivov na okolje in naravovarstveno soglasje.

Navedeni postopek pridobivanja gradbenega dovoljenja, na ustrezno urejeni lokaciji v okviru DPN/OPN/OPPN predstavlja jasno določeno časovno in vrednostno komponento, kar v poslovno odločitev oziroma v projekt ne prinaša negotovost, ki bi lahko predstavljala posebno oviro za vstop na trg oziroma za širitev dejavnosti.

b) **Namenska raba zemljišča** v DPN ali OPN/OPPN **ni urejena**, kar pomeni, da potencialni investitor nima na razpolago ustreznega zemljišča oz. ustreznih zemljišč z urejeno namensko rabo, in je osnova za začetek gradnje izpeljava celotnega postopka (i) pobude, (ii) priprave, (iii) sprejemanja ter končno (iv) sprejetja DPN ali OPN/OPPN, kar pa po dosedanjih izkušnjah pomeni veliko časovno in vrednostno komponento, ki v poslovno odločitev oz. projekt prinaša izredno izpostavljenost negotovosti oziroma tveganju, kar hkrati predstavlja tudi visoko oviro za vstop na trg. Največjo oviro predstavlja negotovost rezultata postopka in izredna časovna komponenta, ki se v postopku sprejemanja DPN giba med 5 in 10 let in v postopku sprejemanja OPN/OPPN med 3,5 in 7 let, v obeh primerih pa lahko traja tudi dlje. Šele temu sledi postopek pridobivanja gradbenega dovoljenja in pričetka gradnje kot izhaja iz tč. a).

Postopek sprejemanja DPN/OPN/OPPN je torej kompleksen in vključuje vrsto deležnikov¹⁶, ki še dodatno vnašajo negotovost glede izida in časa trajanja sprejemanja prostorskega načrta. Ta dva elementa pa sta ključna in predstavljata **največjo vstopno oviro**.

Glede na zakonodajo in postopke skladno z zakonodajo in glede na aktivnosti na državni ali lokalni ravni za sprejemanje/spreminjanje DPN/OPN/OPPN to pomeni:

- (1) Umestitev bencinskih servisov oziroma namenske rabe zemljišč je na nacionalni in lokalni ravni pogojena z načrtovanjem prostorskih aktov. Posamezne umestitve na lokalni ravni so predmet lokalnih umestitev v okviru OPN posameznih občin¹⁷.
- (2) V tem trenutku so v okviru DPN edine nove predvidene umestitve zemljišč z namensko rabo, ki omogoča/predvideva postavitve bencinskih servisov, na 3. razvojni osi¹⁸, kjer je v pripravi Državni prostorski načrt.
- (3) Drugih novih umestitev v okviru DPN na državni prometni infrastrukturi (avtoceste in regionalne ceste 1. in 2. reda) trenutno ni predvidenih in je umestitev praktično zelo omejena. Umestitev je mogoča preko spreminjanja OPN/OPPN.
- (4) Nezasedena zemljišča z namensko rabo, ki omogoča/predvideva postavitve bencinskih servisov v okviru OPN/OPPN sicer že obstaja, a je nepregledna, saj podatkovne zbirke po posameznih občinah sicer omogočajo posamične vpoglede, a na nacionalni ravni ni enotnega pregleda lokacij, ki imajo namensko rabo že pripravljeno za dejavnost in ki omogoča postavitve bencinskih servisov.
- (5) Na AC križu bi se morali postopki oddaje zemljišč, ki so predhodno urejeni z ustrežno namensko rabo in umeščeni v prostor v okviru DPN, izvesti na transparenten način in pod odprtimi pogoji.

Iz vsega naštetega Agencija ugotavlja, da **postopki umeščanja v prostor in podeljevanja koncesij za bencinski servis predstavljajo visoke vstopne ovire za vstop novih ponudnikov in tudi širitev obstoječih** saj je:

¹⁶ V postopku tako nastopajo ključni deležniki na nacionalni ali lokalni ravni tako pri umeščanju v prostor:

- Pobudnik: (i) DIRS – za državno infrastrukturo, (ii) Občine – za lokalno infrastrukturo, (iii) pravna ali fizična oseba (lastnik zemljišča) v fazi sprejemanja predlogov za spremembo.
- Koordinator priprave: MOP (o) koordinira pripravo, (i) daje soglasje k umestitvi in pridobiva ostala mnenja/soglasja; (ii) medresorsko usklajuje gradivo – pripombe drugih resorjev; (iii) pripravi DPN za potrditev na Vladi, (iv) daje soglasje k OPN/OPPN.
- Investitor: DRSI, DARS, Občina, Zasebnik....
- Izdelovalec: DRSI: ključen za pripravo dokumentacije in umeščanje državne infrastrukture – državne ceste (avtoceste, državne ceste in ceste 1. in 2. reda) in spremljajoče infrastrukture v prostor (bencinske črpalke, postajališča, parkirni prostori).
- Državni nosilci urejanja prostora: Resorna ministrstva: mnenje na prostorski akt glede na resorne politike/strategije.
- Lokalni nosilci urejanja prostora: Občina: za vso infrastrukturo, ki ni državna (lokalna) pripravlja dokumentacijo ter usklajuje predloge namembnosti.
- Druge javnosti: NVO, občani, lastniki zemljišč....
- Vlada: (i) sprejema k DPN in (ii) sprejema – potrjuje Uredbo o DLN.
- Občinski svet: (i) sprejema OPN in (ii) sprejema Odlok o OPPN.
- DARS: preko javnih in transparentnih postopkov izbira koncesionarje/izvajalce bencinskih servisov, najemnikov zemljišč.

¹⁷ V Sloveniji je trenutno 212 občin.

¹⁸ Prometna povezava preko Koroške, Savinjske, Zasavja, Spodnjega Posavja in Jugovzhodne Slovenije.

- umestitev bencinskih servisov novih/obstojećih ponudnikov zelo omejena, časovno zamudna in negotova glede zaključka v okviru postopka sprejemanja posameznega prostorskega akta (DPN/OPN/OPPN);
- postopki so ob lokalni cestni infrastrukturi sicer enostavnejši, a tudi v teh primerih predmet prostorskega načrtovanja in dolgotrajnih postopkov;
- umestitev posameznih bencinskih servisov novih ponudnikov je sicer možna v omejenem obsegu in v okviru rokov, ki so potrebni za spremembo OPN/OPPN;
- umestitev nove mreže bencinskih servisov je še veliko zahtevnejša in je treba poseči v OPN/OPPN posameznih občin, kar pomeni da je iz vidika umeščanja v prostor vzpostavitev nove mreže bencinskih servisov praktično nemogoča oziroma izvedljiva v zelo dolgih časovnih rokih;
- na AC križu je mreža bencinskih servisov vzpostavljena in so najemi oz. pravice uporabe urejeni za dolgoročna obdobja (30 let) oz. v 13 primerih celo za nedoločen čas - edina možnost širitve je izključno v okviru predvidene izgradnje 3. razvojne osi;
- je na državni prometni infrastrukturi (avtoceste in regionalne ceste 1. in 2. reda) infrastruktura v okviru DPN popolnjena in je umestitev mogoča preko sprememb OPN/OPPN in s tem praktično zelo omejena.

4.4.5 *Razpoložljivost zemljišč za potrebe dejavnosti prodaje naftnih derivatov*

V okviru raziskave je razpoložljivost zemljišč na ozemlju Republike Slovenije, ki so že ustrezna ter prosta in že omogočajo umestitev dejavnosti prodaje naftnih derivatov, Agencija preverila tudi na vzorcu slovenskih občin z največ prebivalci. Za potrebe pridobitve informacij je Agencija posredovala vprašalnike 15 občinam (Ljubljana, Maribor, Kranj, Koper, Celje, Novo mesto, Domžale, Velenje, Nova Gorica, Kamnik, Krško, Slovenska Bistrica, Brežice, Ptuj in Škofja Loka) s skupaj 40,9 % številom prebivalstva Slovenije.

Za zbiranje podatkov glede na število prebivalcev se je Agencija odločila na osnovi kriterija ponudnikov pogonskih goriv, ki so med kriteriji, ki najbolj vplivajo na postavitve novih bencinskih servisov navedli prav število prebivalcev na posameznem območju, oziroma gostoto naseljenosti.

Rezultati so pokazali, da:

- so zemljišča, ki so primerna za dejavnost »12303 Bencinski servisi« in je dovoljena gradnja bencinskih servisov v okviru naslednjih območij enot urejanja prostora oziroma podrobnejše namenske rabe prostora:
 - IP – površina za industrijo,
 - IG – gospodarske cone ter
 - PŽ – površine železnic;
- obstaja še vrsta površin, kjer je dejavnost 12303 dovoljena pogojno;
- **ne obstajajo zemljišča na zalogo**, ki bi po načelu »ready-to-go« omogočala takojšnjo umestitev in začetek gradnje;
- je, v kolikor se izkaže interes za umeščanje bencinskega servisa v prostor, le-to mogoče že v okviru obstojećih prostorskih ureditev, a nadaljnje umeščanje zahteva še dodatno pridobivanje dovoljenj, ni pa več potrebnega posega v prostorske načrte;
- je postopek pridobivanja dovoljenj odvisen od objektov ter namembnosti zemljišč v bližini in torej ni enoznačnega časovnega okvira, v katerem pobudnik lahko pridobi gradbeno dovoljenje, da pa postopki pridobivanja dovoljenj zaradi zahtevnosti objekta lahko trajajo več let.

Na podlagi prejetih odgovorov o stanju razpoložljivih zemljišč v občinah Agencija ugotavlja, da zemljišča, ki omogočajo umestitev bencinskih servisov sicer obstajajo, razpoložljivost zemljišč v občinah pa v omejenem obsegu omogoča začetek gradenj po pogojih, opisanih v prejšnji točki.

4.4.6 Oddajanje pravic uporabe oziroma oddajanja zemljišč v najem za potrebe bencinskih servisov na območju AC križa

Na območju AC križa je DARS tisti, ki na osnovi pravnih podlag izvaja postopke oddaje pravice uporabe oz. dajanja zemljišča v najem za izgradnjo bencinskega servisa. Lokacije bencinskih servisov so bile določene na podlagi Nacionalnega programa izgradnje avtocest v Republiki Sloveniji oziroma spremljajoče študije »Spremljajoči objekti ob avtocestah v Republiki Sloveniji«.

V septembru 2015 je bil objavljen zadnji javni razpis oddaje površin za izgradnjo objektov za opravljanje spremljajočih dejavnosti v najem in sicer za bencinski servis in restavracije na oskrbni postaji Grm ter restavracije na oskrbni postaji Dul, na katerem pa DARS ni prejel nobene ponudbe. DARS navaja, da po izjavah potencialnih ponudnikov zaradi gostote počivališč ni več interesa za dodatne bencinske servise in restavracije.

Stanje na območju AC križa je danes sledeče: najemniki bencinskih servisov so le tri podjetja in sicer ima Petrol 37 bencinskih servisov, OMV 21 ter MOL 2 bencinska servisa, kar v deležih pomeni, da ima Petrol 61,7 %, OMV 35,0 % in MOL 3.3 %.

Agencija ugotavlja, da **širitve BS oziroma krepitve konkurence na območju AC križa ni pričakovati oziroma jo ni mogoče izvesti saj:**

- je 13 postajališč z bencinskimi servisi na AC križu oddanih za nedoločen čas z enoletnim odpovednim rokom, pri čemer je prva možnost odpovedi šele po letu 2041. Ostale lokacije, določene z DPN, so prav tako razdeljene, najemne pogodbe pa sklenjene za obdobje 30 let od pričetka obratovanja bencinskega servisa, pri čemer 6 najemnih pogodb poteče do leta 2030, ostalih 32 pa v obdobju med 2030 in 2045 – na teh lokacijah zamenjava koncesionarja na obstoječih postajališčih tako ni mogoča do poteka posamezne koncesijske pogodbe;
- umeščanje novih bencinskih servisov na območju AC križa ni pričakovati do pričetka umeščanja v prostor 3. razvojne osi Slovenije in še to na geografsko omejenem prostoru.

Agencija ugotavlja, da podelitev koncesij na območju AC križa za obdobje 30 let predstavlja resno omejitev za vzdrževanje in razvoj konkurence pri ponudbi pogonskih goriv na tem trgu.

5 VIZIJA RAZVOJA TRGA POGONSKIH GORIV

Po navedbah anketiranih podjetij je na tem področju treba upoštevati tako politiko EU kot tudi zaveze Slovenije izhajajoče iz Direktive 2014/94/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 22. oktobra 2014 o vzpostavitvi infrastrukture za alternativna goriva (v nadaljevanju: direktiva) in ostale evropske predpise s področja alternativnih pogonskih goriv v transportu ter zmanjševanja uporabe fosilnih pogonskih goriv v transportu. Na podlagi direktive morajo države članice zagotoviti, da se do 31. decembra 2020 vzpostavi ustrezno število javno dostopnih polnilnih mest za električna vozila, da bi slednja lahko krožila vsaj v strnjenih mestnih in predmestnih naseljih in na drugih gosto poseljenih območjih. V skladu z načrtom Evropske komisije o prehodu na konkurenčno gospodarstvo z nizkimi emisijami ogljika do leta 2050 (z dne 8. 3. 2011), se na trgu že danes pojavljajo motorna vozila z vedno nižjo porabo goriva in nižjimi emisijami CO₂. Veliki proizvajalci motornih vozil namenjajo vse večjo pozornost razvoju električnih vozil na eni strani in na drugi strani večji učinkovitosti obstoječih pogonskih goriv, kar vodi razvoj novih motorjev z bistveno manjšo porabo in manjšimi izpusti CO₂. Tudi slovenski trajnostni urbani razvoj predvideva, da bo Slovenija, v skladu z na evropski ravni sprejetimi obvezami, spodbudila nabavo električnih oz. hibridnih vozil in izgradnjo omrežja polnilnih postaj tako, da bo do leta 2030 na slovenskih cestah vsaj 15 % prometa brez izpustov toplogrednih plinov.

Anketirana podjetja tako menijo, da bosta bodoča uporaba in razvoj pogonskih goriv zaznamovana predvsem s prehodom trenutne odvisnosti voznega parka od fosilnih pogonskih goriv k električnim in drugim oblikam zelenih virov energije, ki jih je mogoče uporabiti v transportu (plin, vodik, hibridi ipd.), kar bo za posledico imelo bistveno znižanje porabe naftnih derivatov za transportne namene. Pričujoči podatki o prehodu povpraševanja po naftnih derivatih na druga (zeleno) pogonska goriva so po mnenju nekaterih anketiranih podjetij med drugim predvsem:

- rast prodaje električnih vozil v sosednjih državah in v Sloveniji in s tem zmanjšano povpraševanje po fosilnih gorivih,
- velike investicije velikih podjetij, ki proizvajajo električna vozila, v razvoj zmogljivejših baterij – npr. postavitve Tesla Gigafactory,
- napovedan prihod novih osebnih vozil na električni pogon z večjim dosegom enega polnjenja ter s sprejemljivejšo ceno (Tesla Model 3, Nissan Leaf, Renault Zoe, BMW i3, VW BUDD-e, ipd), pri čemer naj bi v prihodnjih dveh letih vsa električna vozila imela PHEV motorje¹⁹).

Anketirana podjetja dodajajo, da bo velik vpliv na razvoj in uporabo pogonskih goriv v prihodnjih nekaj letih imela zeleno usmerjena evropska politika, ki se bo preko sprejetih direktiv prenašala v nacionalno zakonodajo ter katere končni rezultat bo preusmeritev voznega parka s fosilnih goriv na okolju prijaznejša pogonska goriva, kar bo po njihovem mnenju privedlo do znižanja povpraševanja po naftnih derivatih v transportu.

Anketirana podjetja ne pričakujejo velikih sprememb v konkurenci. Ob pogoju sprostitve cen vseh pogonskih goriv nekateri pričakujejo povečanje konkurence na veleprodajnem trgu, medtem ko na maloprodajnem trgu ni pričakovati večjih sprememb, saj je trg po njihovem mnenju že precej zasičen.

6 DEREGULACIJA OBLIKOVANJA CEN NA TRGU POGONSKIH GORIV

6.1 Distributerji o deregulaciji cen pogonskih goriv in model oblikovanja cene

Anketirana podjetja so bila v odgovorih složna, da predvidena liberalizacija cen pogonskih goriv na cene NMB 95 in dizla ne bo imela bistvenega vpliva. Po njihovem mnenju je v trenutni strukturi cene marža, na katero lahko vpliva trgovec z naftnimi derivati, zanemarljiva, saj predstavlja okoli 8 % celotne maloprodajne cene pogonskih goriv. Preostali del maloprodajne cene predstavljajo nabavna cena derivata, ki se oblikuje na osnovi borznih kotacij derivatov in razmerja med tečajem ameriškega dolarja in evra, ter davki in trošarine. Po njihovem mnenju bi se po deregulaciji cen pogonskih goriv le te nekoliko dvignile, in sicer do 10 %, kot razlog navajajo tudi novo zakonodajo glede obveznosti dodajanja biogoriv, ki je še v pripravi, vendar naj bi se cene za »ne-premium« goriva oziroma osnovno kakovost obeh derivatov dolgoročno spustile, seveda ob dejstvu, če se bo povečala stopnja konkurenčnosti na trgu naftnih derivatov.

Nekatera anketirana podjetja menijo, da bo posledica sprostitve cen ta, da bo na končno ceno pogonskih goriv vplivala tudi kvaliteta goriva, kar pomeni, da naj bi po deregulaciji cen prišlo tudi do necenovne konkurence.

6.2 Učinek deregulacije cen glede na lokacijo bencinskega servisa

Anketirana podjetja navajajo, da se bodo prosto oblikovale cene na posameznem bencinskem servisu glede na mikrolokacijske ekonomske pogoje posameznega bencinskega servisa, stroške upravljanja, stroške nabave goriva in konkurenčnosti okolja. Pričakujejo nekoliko višje cene goriv na območju AC

¹⁹ PHEV (ang. *Plug-In Hybrid Electric Vehicle*) motorji so t.i. »priključni hibridi«, ki se za razliko od klasičnih hibridov razlikujejo po tem, da imajo oboji hibridni pogon (gorivo+elektrika), pri čemer pa je možno pri PHEV vozilih električno baterijo polniti tudi preko vtičnice, klasični hibridi pa te možnosti nimajo.

križa, prilagodljive na obmejnih območjih in spremenljive v preostalih delih države, glede na prej omenjene pogoje.

Kot smo že navedli, imajo tovorna vozila zaradi volumna rezervoarjev za gorivo izjemno velik domet prevoženih kilometrov, kar pomeni, da v tem primeru lahko geografski trg dizelskega goriva opredelimo širše od nacionalnega, pri čemer se omejimo na območje AC križa preko katerega poteka tranzit. Glede na navedeno sledi, da v mednarodni špediciji slovenski distributerji pogonskih goriv konkurirajo ponudnikom iz drugih bližnjih držav, ne samo sosednjih, pri čemer je trenutno zaradi višjih cen goriva pri nas ponudba nekonkurenčna in vozniki gorivo kupijo tam kjer je cena ugodnejša, saj lahko Slovenijo v celoti prevozijo brez dotoka goriva. Agencija ocenjuje, da enako ravna tudi vozniki osebnih vozil, ki imajo vozila na dizelskih pogon (ta jim omogoča prevoz daljših razdalj od tistih na bencinski pogon) in imajo namen samo prečkati našo državo, pri čemer je za njih odločilna cena goriva v sosednjih državah oz. na obmejnih območjih.

Kot navaja AMZS²⁰, so cene goriv na območju avtocest v Avstriji, Italiji in na Hrvaškem višje tudi do 20 %. V Sloveniji Agencija takih razlik po uvedbi sprostitev cen na območju AC križa, ki jo je vlada uvedla z Uredbo 9. 11. 2016, zaenkrat ni zaznala, kar je delno posledica pomanjkanja informacij o dereguliranih cenah, delno pa majhnost območja AC križa v primerjavi z večjimi državami (tranzit z manj postanki). Anketirana podjetja sama navajajo, da se bodo cene na območju AC križu začasno dvignile do 10 %, vendar naj bi se na dolgi rok znižale.

Zaradi določenih značilnosti območja AC križa, kot so dolžina avtocestnega omrežja, pokritost regije, sistem cestninjenja in vrste migracijskih tokov (na območju AC križa so migracije praviloma na daljših razdaljah, tudi mednarodne, medtem ko so migracije izven območja AC križa pretežno lokalne) Agencija ocenjuje, da bi se ponudniki na trgu pogonskih goriv na območju AC križa obnašali drugače kot ponudniki na drugih območjih, saj gre praviloma za drugačne konkurenčne pogoje, s katerimi se srečujejo udeleženci na posameznih območjih. Zato Agencija ocenjuje, da bi lahko prišlo pri določanju cen goriv do potencialnega drugačnega usklajevanja glede višine cen tako med ponudniki goriv na območju AC križa kot izven njega.

Agencija tudi ocenjuje, da na bencinskih servisih na območju AC križa točijo gorivo predvsem lokalni prevozniki oz. domači tovorni in osebni promet, prav tako pa tudi na drugih bencinskih servisih v notranjosti države. Zaradi pretežno domačega povpraševanja bi po mnenju Agencije sprostitev cen vodila v njihov dvig še posebej na območjih, kjer je gostota bencinskih servisov manjša, pri čemer to velja tako za območje AC križa kot za notranjost države.

6.3 Možnost padca cen po deregulaciji

Da bi se cena goriv znižala, anketirana podjetja složno navajajo, da je **to možno le ob pogoju znižanja trošarinske in davčne obremenitve, ki ju predpisuje država**. Nekateri distributerji sicer dodajajo, da bi lahko bile cene nižje, a le **na določenih lokacijah, tistih kjer je konkurenca največja ali v primeru vstopa večjega števila diskontnih trgovcev**.

Agencija ugotavlja, da pri obstoječi politiki regulirane cene bencina NMB 95 in dizla po principu najvišje dovoljene cene, ne prihaja do cenovne konkurence (oziroma le pri FE-Tradingu), saj zaradi izredno nizkih marž ponudniki niti nimajo veliko manevrskega prostora za zniževanje cen, ter ocenjuje, da iz istega razloga tudi v primeru prostega oblikovanja cen ni mogoče pričakovati bistvenega znižanja cen. Na trgu torej ni pričakovati cenovne konkurence, pač pa konkuriranje s ponudbo npr. kakovostnejšega goriva, raznih ugodnosti (popusti, bonitete) ter ponudbo drugega blaga in storitev. Tudi ocena anketiranih podjetij, da bi potrošniki menjali ponudnika goriva pri 5 % razliki v ceni, govori v

²⁰ Vir: <https://www.amzs.si/na-poti/cene-goriv-po-evropi>.

prid dejstvu, da za ponudnike pogonskih goriv pri (trenutni) marži, ki je približno 8 % maloprodajne cene, ni pričakovati, da bi bilo nižanje cen na račun marže za njih ekonomsko upravičeno.

Medtem ko so bencinski servisi, predvsem v večjih mestih, v tujini lokacijsko bolj koncentrirani in jih je primerljivo več v enakem radiju kot v Sloveniji, je v takem okolju motivacija za agresivnejšo konkurenco višja. V Sloveniji je razpršenost bencinskih servisov večja in bolj enakomerna, zato bi morala biti razlika v ceni znatna, da bi se potrošniki izrecno odločali za obisk bolj oddaljenega bencinskega servisa, saj to potrošniku predstavlja predvsem dodatno porabo časa in ne nazadnje dodaten strošek (vožnja na podaljšani relaciji).

Čeprav anketirana podjetja po sprostitvi cen na kratki rok napovedujejo rahlo zvišanje cen, pa na dolgi rok napovedujejo znižanje le-teh. Agencija se z mnenjem anketiranih podjetij ne strinja, saj motivacije za znižanje cen ni zaznala in pričakuje sledenje konkurence cenovni politiki največjih akterjev na trgu. Agencija meni, da bi bilo v primeru sprostitve cen lahko pričakovati obremenjujoč vpliv predvsem na lokalno porabo in povpraševanje, medtem ko znatnega vpliva na tuje povpraševanje ne pričakuje.

7 OCENA DEJAVNIKOV TVEGANJA OMEJEVANJA KONKURENCE

7.1 Stopnja koncentracije trga

Tržna koncentracija je element tržne strukture in je eden izmed pokazateljev konkurenčnosti trga, načeloma velja, bolj je trg koncentriran manjša je učinkovitost konkurence. Tržna koncentracija meri stopnjo tržne dominantnosti in je odvisna od števila podjetij na določenem upoštevem trgu in njihove relativne velikosti. Visoka stopnja koncentracije trga pomeni majhno število udeležencev z velikimi tržnimi deleži. Stopnjo tržne koncentracije lahko merimo na več načinov (s koeficientom koncentracije, Herfindahl-Hirschmanov indeksom oz. HHI indeksom, Ginijev koeficientom, z Lorenzovo krivuljo, idr.), vsem pa je osnova tržni delež posameznega podjetja.

Že s tržnimi deleži lahko v grobem opredelimo stopnjo tržne koncentracije in s tem učinkovitost konkurence. Tržno moč posameznega podjetja, ali več podjetij skupaj, na posameznem trgu, lahko opredeljuje že njegov oz. njihov skupni tržni delež, pri čemer lahko o veliki tržni moči govorimo že kadar ima posamezno podjetje ali več podjetij skupaj več kot 40 %, kar absolutno sicer še ne pomeni dejanske tržne moči, ta je odvisna še od drugih dejavnikov, na primer eden izmed odločilnejših dejavnikov je elastičnost povpraševanja, in sicer bolj neelastično je povpraševanje po določenem proizvodu in manj substitutov ima ta proizvod večja je tržna moč.

Agencija na podlagi pridobljenih podatkov iz ankete ugotavlja, ob upoštevanju števila ponudnikov in njihovega tržnega deleža, tako na veleprodajnem kot maloprodajnem trgu pogonskih goriv, da je tržna koncentracija na obeh trgih velika, saj je na obeh trgih prisotno malo število ponudnikov, na veleprodajnem trgu 5 ter na maloprodajnem trgu 9 ponudnikov, pri čemer dva največja ponudnika, Petrol in OMV, obvladujeta večji del obeh trgov.

Že omenjeni HHI indeks meri stopnjo koncentracije trga, upošteva število vseh podjetij na trgu in njihovo relativno velikost. HHI daje sorazmerno večjo težo tržnim deležem večjih podjetij, podjetja z manjšim tržnim deležem pa imajo manjšo utež. Vrednost HHI, ki je manjša od 1000 kaže nizko koncentracijo, vrednost med 1000 in 1800 srednjo, nad 1800 pa visoko koncentracijo trga. Visoka koncentracija trga pomeni majhno število udeležencev na trgu z velikimi tržnimi deleži.

Agencija je stopnjo koncentracije preverila tudi z izračunom HHI indeksa na podlagi tržnih deležev po količini prodaje. Agencija ugotavlja, da je, upoštevajoč HHI indeks, **tako veleprodajni kot maloprodajni trg pogonskih goriv** v Republiki Sloveniji **visoko koncentriran**, saj znaša HHI indeks na veleprodajnem trgu 3.394, na maloprodajnem pa 3.968 točk.

Vrednosti HHI indeksa same po sebi sicer ne podajajo domneve o obstoju ali odsotnosti učinkovite konkurence, so pa lahko v kombinaciji z drugimi podatki začetni kazalec o tem kako konkurenčen je trg. Kot izhaja iz teorije in tudi empiričnih ugotovitev lahko razmere na trgih z visoko stopnjo koncentracije ob pomanjkanju konkurenčnih pritiskov omogočajo udeležencem na takšnih trgih določena ravnanja, ki velikokrat vodijo v izkoriščanje prevladujočega položaja, s katerimi lahko vplivajo na oblikovanje cen. Kot tak primer se šteje obstoj dominantnega podjetja, navadno je to podjetje z visokim tržnim deležem (nad 40 %), poleg njega obstaja še precejšen del manjših ponudnikov z nizkimi tržnimi deleži. To podjetje se lahko obnaša kot monopolist in lahko vodi politiko cen na določenem upoštevnom trgu, saj ostali konkurenti nimajo dovolj moči, da bi mu konkurirali in njegovo ceno enostavno sprejmejo. Podobna situacija je tudi v primeru, ko določeno število velikih ponudnikov (dva do štiri) skupaj obvladuje večji del trga, ostali manjši ponudniki na trgu pa se zgolj prilagajajo njihovem vedenju, pri čemer to lahko razumemo kot neko vrsto usklajenega delovanja oziroma koluzivno vedenje, kjer udeleženci tveganje konkurence zavestno nadomestijo z medsebojnim sodelovanjem, ki ne izvira vedno iz izrecnega dogovora med podjetji, temveč je lahko posledica nepovezanega delovanja podjetij. To se običajno označuje kot „**tih koluzija oz. tih dogovori**“.

Ker so bili v izračunih Agencije upoštevani podatki iz leta 2015, je dejanska koncentracija trga celo višja zaradi prevzema podjetja ENI s strani MOL v letu 2016 ter njegov vpliv na podjetje Interina, ki je hčerinsko podjetje hrvaške Ine, katerega največji lastnik je ravno MOL (49 %) in pa prevzem podjetja FE-Trading s strani OMV, prav tako v letu 2016. S prevzemi se je tako število samostojnih ponudnikov pogonskih goriv v letu 2016 zmanjšalo za dva oziroma iz skupine anketiranih podjetij.

7.2 Vstopne ovire

Konkurenčni pritisk na podjetja, ki trenutno obvladujejo tržno strukturo na določenem upoštevnom trgu, se lahko vrši v obliki možnosti vstopa novih (potencialnih) konkurentov na trg. Nove konkurente lahko privabijo nadpovprečni dobički podjetij na tem trgu, ki so verjetno posledica nizke stopnje konkurence. Nova podjetja bodo povečala količino ponudbe, kar bo povzročilo padec cen in odpravilo možnost doseganja nadpovprečnih dobičkov. Možnost vstopa na trg ima torej določen disciplinski oz. preventivni učinek na vedenje podjetij, ki trenutno obvladujejo tržno strukturo na določenem upoštevnom trgu. Grožnja potencialne konkurence pa je relativno nizka v primeru obstoja visokih vstopnih ovir.

Podjetje je mogoče obravnavati kot potencialnega konkurenta takrat, ko obstaja verjetnost, da bi se to podjetje lahko in se verjetno tudi bo odločilo za vlaganja z namenom vstopa na določen upoštevni trg (zgolj teoretična možnost za vstop na trg ne zadošča). Takšen vstop predstavlja reakcijo na majhno in trajno povišanje cen na tem upoštevnom trgu. Vstop na trg mora biti torej verjeten in relativno hiter.

Vstopne ovire so dejavniki, ki preprečujejo ali omejujejo potencialnim konkurentom vstop na določen upoštevni trg. Izhajajo lahko iz določene tržne strukture ali vedenja podjetij, ki trenutno obvladujejo upoštevni trg, kot vstopne ovire se štejejo potrebna sredstva za vstop v panogo, ekonomija obsega, oblastna ravnanja, intelektualna lastnina, diferenciacija proizvodov, zahteve po kapitalu, dostop do prodajnih poti.

Agencija na podlagi pridobljenih podatkov ugotavlja, da formalnih pogojev, ki bi predstavljali omejitev za opravljanje dejavnosti prodaje naftnih derivatov ni.

Kot je razvidno iz podanih ocen anketiranih podjetij so glavne ovire za vstop na trg pogonskih goriv:

- dobičkonosnost, ki je na prihodkovni strani odvisna od **(regulirane) marže**, ki je nizka,
- da ni mogoč hiter vstop na trg, saj je celovito področje umeščanja v prostor in s tem povezani nastavki za gradnjo bencinskih servisov velika ovira za vstop na trg oziroma ključen dejavnik

odločitve za širitev. Gradnja novih bencinskih servisov je tako omejena z **dolgimi in zapletenimi postopki umeščanja v prostor oziroma pridobivanja gradbenih dovoljenj**, kar pomeni v okviru občinskih prostorskih načrtov 3-7 let in v okviru državnega prostorskega načrta 5-10 let,

- manjši konkurenti tudi izpostavljajo, da so najbolj atraktivne lokacije bencinskih servisov že v lasti in/ali upravljanju večjih distributerjev. Agencija meni, da je 13 lokacij bencinskih servisov na AC križu (od tega 11 v lasti Petrol in 2 v lasti OMV), katerim so bile koncesije dodeljene za nedoločen čas, spornih z vidika konkurenčnega prava, saj za te lokacije še najmanj 25 let ne more kandidirati noben drug konkurent²¹.

Iz navedenega je razvidno, da bi se potencialni konkurenti ob možnem vstopu na trg pogonskih goriv srečali z visokimi vstopnimi ovirami in da na trg ne bodo vstopali, ker obstaja velika verjetnost, da investicija v izgradnjo oziroma vzpostavitev mreže novih bencinskih servisov ob nizkih maržah in posledično nizkih dobičkih ne bo ekonomsko upravičena ter dejstva da relativno hitri vstop na trg niti ni mogoč.

Analiza je tako pokazala, da so ovire za vstop na trg prodaje pogonskih goriv zelo velike in zato Agencija ocenjuje, da **vstopa novih ponudnikov v realno kratkem času ni mogoče pričakovati, večje širitve poslovanja pa iz istega razloga ni pričakovati niti pri obstoječih ponudnikih.**

7.3 Prevladujoči položaj na trgu

Agencija ugotavlja, da ima podjetje Petrol, oziroma skupaj s podjetjem OMV, glede na tržni delež veliko tržno moč tako na veleprodajnem kot na maloprodajnem trgu pogonskih goriv, saj na obeh trgih močno presega oziroma presejata 40-odstotni tržni delež na območju Republike Slovenije. V obeh primerih je presežen delež, za katerega se v konkurenčno pravni zakonodaji šteje, da ima podjetje ali več podjetij skupaj prevladujoč položaj na opredeljenem upoštevnem trgu, pri čemer je potrebno upoštevati še druge dejavnike, ki skupaj s tržnim deležem opredeljujejo tržno moč posameznega podjetja oziroma več podjetij skupaj, npr. kot so možnost za financiranje, morebitne pravne ali dejanske vstopne ovire, dostop do dobaviteljev ali trga, obstoječa ali potencialna konkurenca, elastičnost povpraševanja idr. Podjetje, ali več podjetij skupaj, ima prevladujoč položaj, kadar lahko v znatni meri ravna neodvisno od konkurentov, strank ali potrošnikov. Sam prevladujoč položaj podjetja na določenem upoštevnem trgu še ne pomeni, da to podjetje deluje v nasprotju s konkurenčnimi pravili, to velja takrat, ko podjetje prevladujoč položaj zlorablja.

Poleg visokega tržnega deleža sta obe podjetji, tako Petrol kot OMV, vertikalno integrirani, kar pomeni, da se tudi zaradi tega lahko obnašata na trgu neodvisno od drugih ponudnikov. Petrol ima poleg tega pred ostalimi konkurenti dodatno konkurenčno prednost zaradi zgodovinskih razlogov, saj je kot naslednik družbenega podjetja Petrol po osamosvojitvi Slovenije prevzel bencinske servise oziroma celotno infrastrukturo tega podjetja, vključno z lastnimi skladiščnimi kapacitetami, med njimi so številni bencinski servisi na najatraktivnejših lokacijah.

7.4 Delitev trga

Agencija ni zaznala indicev o tem, da bi se obstoječi ponudniki pogonskih goriv dogovarjali o delitvi trga med udeleženci glede lokacij. Bencinski servisi poslujejo v omejenem geografskem radiju. Lokacije bencinskih servisov anketiranih podjetij so bile pridobljene legalno, pri čemer pa ima Petrol (in delno OMV) prednost zaradi lokacij, pridobljenih na osnovi zgodovinske dediščine predhodnih podjetij, ki so poslovala že pred letom 1991 (Petrol, Istrabenz).

²¹ Oddaja v najem za nedoločen čas od pričetka poslovanja, ta je bil v letu 1996, s prvo možnostjo odpovedi pogodbe po letu 2041.

Agencija ugotavlja, da je bila dodelitev 13 koncesij za nedoločen čas na lokacijah na območju AC križa neprimerna, saj je s tem določene udeležence postavila v ugodnejši položaj od drugih, do prvih odpovedi teh pogodb pa lahko pride šele leta 2041. Koncesije za preostale lokacije na območju AC križa so bile dodeljene za 30 let od pričetka delovanja bencinskega servisa, pri čemer tudi to (dolgo) obdobje predstavlja resno oviro za razvoj konkurence pri ponudbi pogonskih goriv na AC križu.

Dodelitev preostalih lokacij na območju Republike Slovenije tako po mnenju Agencije kot anketiranih podjetij ni bila sporna.

7.5 Diskontni ponudniki pogonskih goriv

V Sloveniji obstajata dva t.i. diskontna ponudnika na maloprodajnem trgu pogonskih goriv, in sicer podjetje M-Energija (Maxen) in podjetje FE-Trading. Prvi ima 21 avtomatiziranih bencinskih servisov (brez osebja), ki je pričel z obratovanjem v letu 2007 in zadnji bencinski servis postavil leta 2011, podjetje FE-Trading pa ima 6 avtomatiziranih bencinskih servisov, lociranih na parkiriščih trgovske verige Hofer.

Ceni najbolj prodajanih goriv NMB 95 in dizla na bencinskem servisu podjetja M-Energija sta enaki, kot na bencinskih servisih ostalih klasičnih distributerjev, torej 1,297 €/l za NMB 95 in 1,189 €/l za dizel²², medtem ko je cena na bencinskem servisu podjetja FE-Trading za 0,015 €/l nižja od obstoječe veljavne maloprodajne cene goriv²³. Podjetje M-Energija torej ne konkurira ostalim distributerjem z nižjo ceno tako kot podjetje FE-Trading, zato ga Agencija ne uvršča več med diskontne trgovce, ki (praviloma) prodajajo standardno blago po nižjih cenah, z nižjimi maržami in v večjih količinah, pač pa predstavlja trgovca, ki goriva prodaja zgolj na tehnično drugačen način - na avtomatskih bencinskih servisih brez osebja. Pri tem velja omeniti, da podjetje M-Energija nima bencinskih servisov neposredno na parkiriščih trgovinskih centrov, pač pa praviloma na »odprtih« lokacijah in v industrijskih conah.

Agencija je ugotovila, da je tudi podjetje FE-Trading pred prevzemom s strani podjetja OMV ponujal gorivo po 0,030 €/l ceneje od obstoječe veljavne maloprodajne cene goriv, kar pomeni, da je nedavni prevzem zmanjšal konkurenčni pritisk prevzetega podjetja FE-Trading na maloprodajnem trgu, čeprav ima FE-Trading le 6 bencinskih servisov.

Agencija tako ugotavlja, da je v Sloveniji le en diskontni trgovec (FE-Trading), ki pa ima zanemarljiv tržni delež.

Trgovinska zbornica Slovenije v svoji študiji, kjer govori o potencialu razvoja diskontnih trgovcev, navaja, da če bi bile značilnosti obnašanja kupcev in prostorska porazdelitev prebivalcev v Sloveniji podobna značilnostim v Avstriji, bi lahko pričakovali, da bi bilo v Sloveniji lahko do okoli 90 diskontnih točilnih mest z naftnimi derivati, kar bi pomenilo povečanje za 72 bencinskih servisov (od 28 na 90). Agencija ugotavlja, da temu ni tako, saj ponudba bencinskih servisov podjetja M-Energija, kot je bilo predhodno ugotovljeno, ne predstavlja diskontne ponudbe, medtem ko je FE-Trading zaradi prevzema s strani OMV že zvišal cene in že s tem izkazal zmanjšanje konkurenčnih aktivnosti.

Agencija zaključuje, da je na trgu pogonskih goriv sicer potencial za razvoj diskontne ponudbe s pogonskimi gorivi, vendar glede na prejšnje navedbe ni zaznanih konkurenčnih aktivnosti na področju diskontne ponudbe. Če k temu dodamo še znatne vstopne ovire, ki jih predstavlja pridobivanje zemljišč in gradbenega dovoljenja za gradnjo, razvoja diskontne ponudbe v bližnji prihodnosti ni mogoče pričakovati, kar za razvoj konkurence na tem trgu ni spodbudno.

²² Vir: <http://www.maxen.si/si/>, 3.2.2017.

²³ Vir: http://www.fe-trading.at/content/Lang_11/Start.htm, 3.2.2017.

7.6 Informiranost o cenah pogonskih goriv

Agencija ugotavlja, da so nekateri ponudniki po deregulaciji cen premium bencina (in kurilnega olja) na nekaterih bencinskih servisih prenehali objavljati cene pogonskih goriv (bencinov in dizla) na informacijskih panojih ob posameznem bencinskem servisu, sicer so kasneje nekateri ponudniki ponovno pričeli z objavo cen, drugi ponudniki pa cen še vedno ne objavljajo oziroma samo na nekaterih bencinskih servisih. OECD meni, da tovrstno informiranje sicer potrošniku omogoča hitrejši vpogled v cene vseh ponudnikov, a hkrati lahko na strani ponudnikov vodi v (hitrejše) usklajevanje cen in dodaja, da večina strokovnjakov meni, da je ukrep na splošno vendarle koristen za konkurenco.

Agencija meni, da so prednosti transparentnega obveščanja potrošnikov o cenah pogonskih goriv, ki potrošniku omogoča racionalnejše obnašanje pri nakupu goriva, bistveno večje od potencialnih protikonkurenčnih učinkov, ki bi jih lahko imele informacijske table in druge oblike javnega objavljanja cen. Kakovostno informiranje potrošnikov ima po mnenju Agencije o cenah znatne koristi za kakovosten razvoj konkurence, kar se še posebej odraža pri ponudbi homogenih proizvodov, kamor spadajo pogonska goriva. Večja kot je informiranost potrošnikov, manjša je možnost protikonkurenčnega obnašanja ponudnikov, kamor spada tiho dogovarjanje o cenah.

Na sliki 8 je fotografija primera javne primerjave cen pogonskih goriv na italijanski avtocesti v geografski bližini.

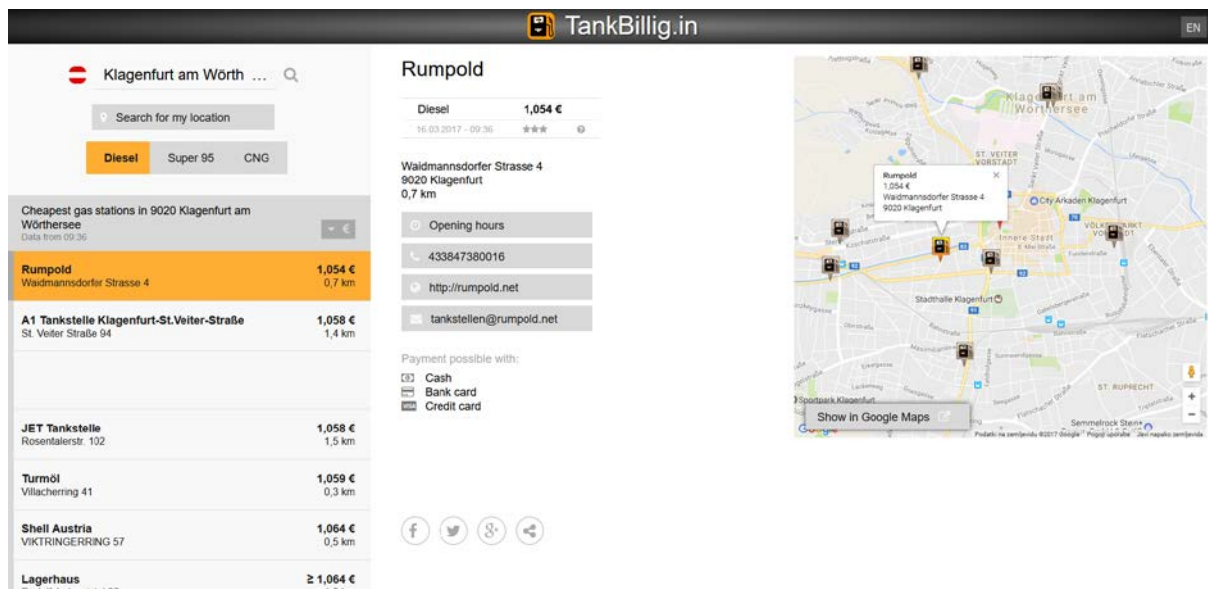
Slika 8: Primer objavljanja cen pogonskih goriv na italijanski avtocesti



Vir: <https://www.ama.org/publications/JournalOfMarketingResearch/Pages/price-transparency-and-retail-prices.aspx>, 16. 3. 2017.

Na sliki 9 je prikazan primer avstrijske spletne aplikacije TankBillig, ki tabelarično in na zemljevidu prikaže najnižje cene izbranega pogonskega goriva v določenem geografskem območju.

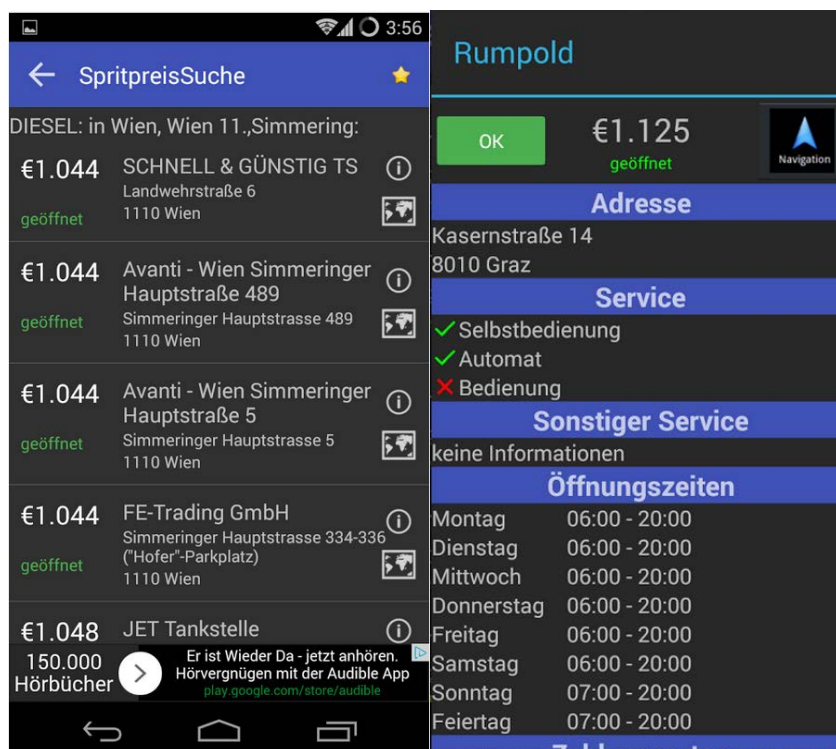
Slika 9: Primer avstrijske spletne aplikacije TankBillig.in



Vir: <http://en.tankbillig.in/index.php?long=14.3053&lat=46.6247>, 16. 3. 2017.

Na sliki 10 pa je prikaz primerjave cen izbranega pogonskega goriva v eni izmed številnih mobilnih aplikacij.

Slika 10: Mobilna aplikacija »Spritpreis Österreich & Tanken«



Vir: <https://play.google.com/store/apps/details?id=sprit.preis>, 16. 3. 2017

Agencija meni, da bi bilo dobro za razvoj konkurence, če bi pristojno ministrstvo zavezalo ponudnike pogonskih goriv na maloprodajnem trgu na način, da bi sistemsko uredilo:

- **javno objavo cen** pogonskih goriv **na informacijskih tablah** oziroma panojih ob posameznem bencinskem servisu (z minimalno predpisano velikostjo znakov),

- ažurno poročanje ponudnikov pogonskih goriv in sicer **o cenah posameznih goriv po posameznih bencinskih servisih**. S pomočjo razvitih ustreznih spletnih in mobilnih aplikacij bi bil tako potrošnik v vsakem trenutku informiran o cenah na posameznih bencinskem servisu v zelenem radiju, kot je to npr. učinkovito urejeno v Avstriji,
- dovoljeno periodiko spreminjanja cen dereguliranih proizvodov (določen dan in ura v tednu).

8 ZAKLJUČKI

Agencija je raziskavo trga pogonskih goriv v Sloveniji pričela na zaznavi okoliščin, ki bi na tem trgu že v razmerah popolne regulacije cen naftnih derivatov izkazovala elemente, za katere meni, da lahko nakazujejo na verjetnost omejevanja ali izkrivljanja konkurence na ozemlju Republike Slovenije.

Za trg pogonskih goriv velja, da gre za trg homogenih proizvodov, za katere velja stabilno in neelastično povpraševanje in ki ga obvladujeta dve večji vertikalno povezani podjetji.

Agencija na trgu v razmerah reguliranih cen (oziroma marž) pogonskih goriv **ni zaznala elementov, katerih cilj ali učinek bi bil preprečevati, omejevati ali izkrivljati konkurenco** na ozemlju Republike Slovenije. Tako ni zaznala sumov določanja cen ali drugih poslovnih pogojev, povezanih z nabavo oziroma prodajo pogonskih goriv, delitve trga med udeleženci, ali zlorabe prevladujočega položaja enega ali več podjetij.

Je pa Agencija ugotovila **visoke vstopne ovire** na že **visoko koncentriranem trgu** pogonskih goriv, za katerega velja majhno število udeležencev z visokimi tržnimi deleži, kar velja predvsem za enega ponudnika – Petrol, oziroma dva - skupaj z OMV, tako na veleprodajnem kot na maloprodajnem trgu pogonskih goriv. Takšna **tržna struktura je že sama po sebi problematična** z vidika obstoja konkurence med podjetji, saj omogoča udeležencem tudi ob odsotnosti sklepanja raznih omejevalnih ravnanj usklajeno delovanje, in sicer »tiho dogovarjanje«, kjer manjši ponudniki le sledijo večjim.

Izpostaviti je treba, da za trg pogonskih goriv na splošno velja, ker je v strukturi cene glavna stroškovna komponenta nakupna cena blaga, da ob pomanjkanju konkurence, lahko pride do t.i. učinka »raket in peres« (ang. *rockets and feathers effect*), ki pomeni nesimetrično prilagajanje maloprodajnih cen spremembam cen surovin. Empirično je dokazano, da se maloprodajne cene hitro in v celoti prilagodijo porastu cenam surovin, med tem ko je odziv na znižanje cen surovin počasnejši in ne v celoti. Agencija meni, da bi **v pogojih, ki veljajo na slovenskem trgu pogonskih goriv, ob obstoječi tržni strukturi (visoko koncentriran trg z majhnim številom udeležencev kjer dva večja vertikalno integriranima podjetja skupaj obvladujeta večji del trga) in ugotovljenih vstopnih ovirah, ob prostem oblikovanju cen**, lahko prišlo do enakega učinka »raket in perja«, kot ga zaznavajo tudi v drugih državah v Evropi, prav tako bi se **pojaviła možnost tveganja, da bi prihajalo do raznih omejevalnih sporazumov predvsem do t.i. tihih dogovorov**.

Agencija je zaznala, da so po sprostivni oziroma deregulaciji cen NMB 98/100 in KOEL predvsem največji distributerji (Petrol, OMV) prenehali javno objavljati cene na obcestnih zaslonih pri nekaterih bencinskih servisih, kar zmanjšuje zagotavljanje javnih informacij o cenah pogonskih goriv. Ob tem Agencija opozarja, da bi bilo v primeru sprostivne cen pogonskih goriv treba vzpostaviti **sistem za spremljanje in javno objavljanje maloprodajnih cen vseh pogonskih goriv**, torej vseh bencinov, dizla in pogonskih plinov (UNP, ZP) **pri vseh ponudnikih in po posameznih lokacijah**, kot tudi **prikaz borznih nabavnih cen**. Grafična prikaza gibanja borznih in maloprodajnih cen bi lahko nudila enostaven in hiter vpogled v morebitne anomalije med cenami po ponudnikih.

Agencija zato meni, da bi država morala vzpostaviti določene mehanizme, s katerimi bi zagotavljala pogoje za transparentno informiranost potrošnikov o cenah pogonskih goriv ter jim tako omogočala primerjavo cen in s tem izbiro ponudnika, ki bi bil za potrošnika ugodnejši.

Kot izhaja iz praks drugih državah, je ena možnost objava cen **po lokacijah bencinskih servisih** in sicer:

- preko **velikih zaslonov** na vsakem bencinskem servisu,
- na **internetu** (cene vseh ponudnikov na eni javni spletni strani) in
- na **mobilnih aplikacijah** za vse najpogostejše mobilne operacijske sisteme, ki bi omogočale prikaz najnižjih cen posameznih vrst goriva v njihovi geografski okolici v realnem času.

Transparentno informiranje o cenah je koristno za potrošnika, po drugi strani pa lahko to predstavlja tveganje za tiho dogovarjanje med ponudniki, pri čemer že študija OECD navaja, da so potencialni negativni učinki transparentnega informiranja vseeno bistveno manjši od popolne informiranosti potrošnikov.

Da bi trg pogonskih goriv v Sloveniji dosegel višjo stopnjo konkurenčnosti, bi bilo treba **zmanjšati vstopne ovire** ter **spodbuditi nove oziroma diskontne trgovce, da vstopijo na trg**, pri čemer so najprimernejše lokacije na parkiriščih večjih trgovskih centrov.

Agencija bo v okviru svojih pristojnosti trg pogonskih goriv še naprej pozorno spremljala oziroma izvajala nadzor, da ne bo prišlo do poslabšanja tržne strukture ali do protikonkurenčnega obnašanja ponudnikov.