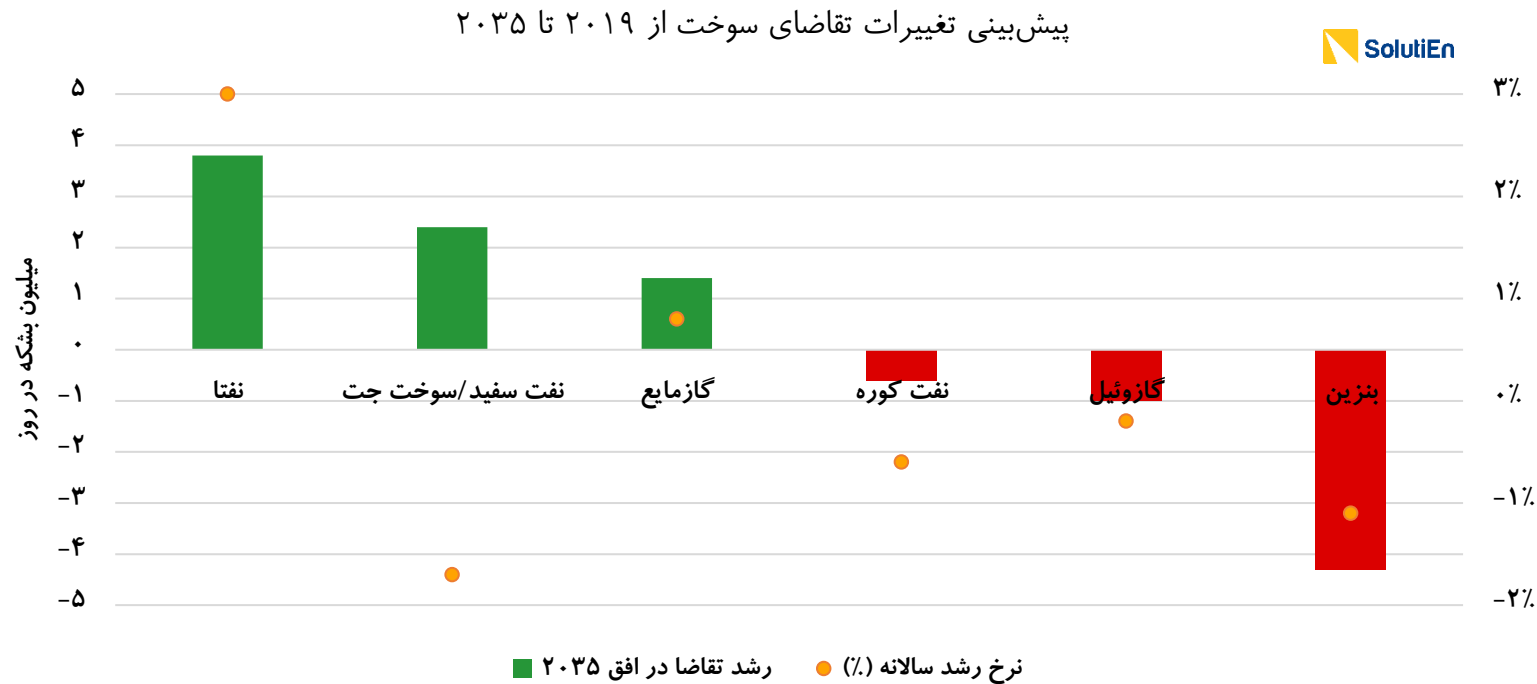




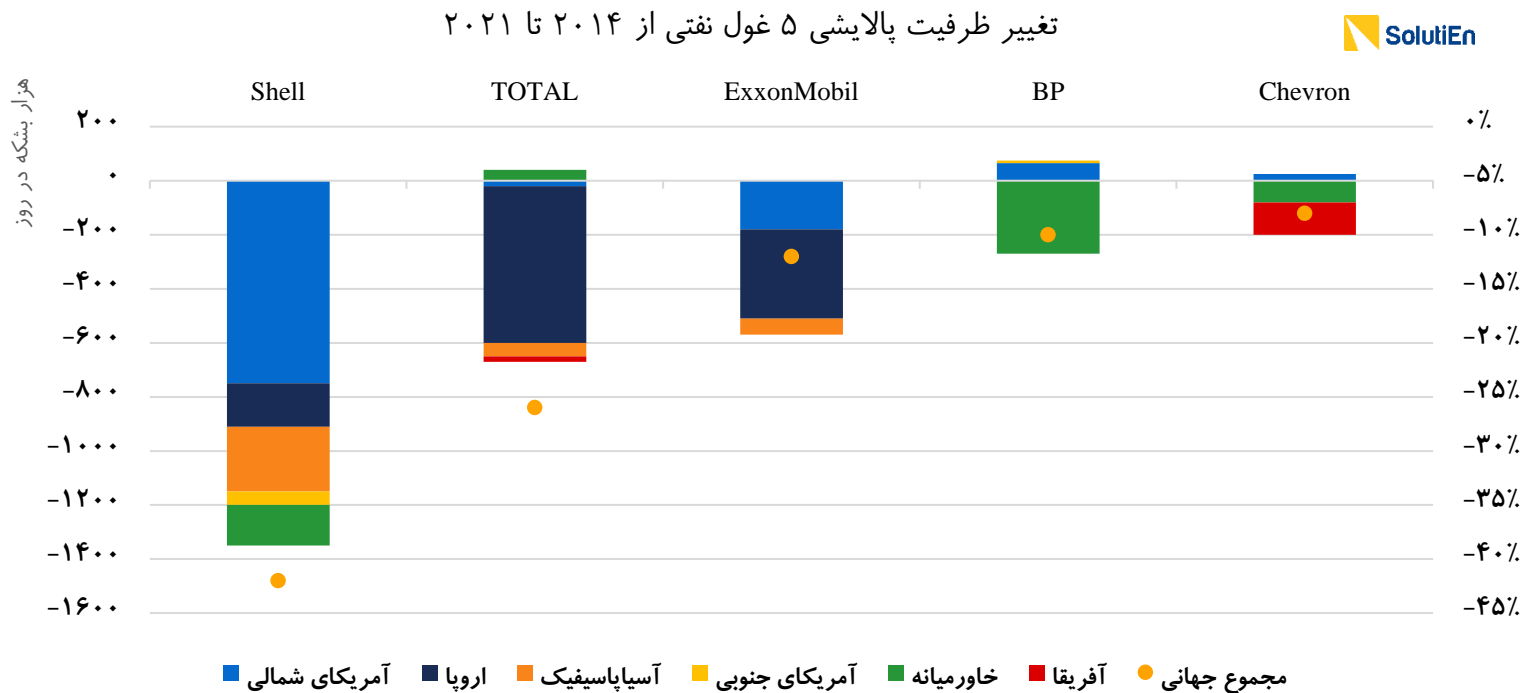
# تغییر الگوی تقاضای فرآورده‌ها در افق ۲۰۳۵

- پس از یک دوره رشد تقاضا برای فرآورده‌های سوختی مثل بنزین و گازوئیل، تقاضای این فرآورده‌ها (که سهم عمده محصولات صنعت پالایش را به خود اختصاص می‌دهند) تا سال ۲۰۲۳ به اوج خود خواهد رسید. سیاست‌های کشورها در کاهش انتشار کربن به ویژه در بخش حمل‌ونقل در کنار رشد تکنولوژی‌های جایگزین همچون خودروهای برقی اصلی‌ترین عوامل کاهش روند رشد تقاضای فرآورده‌های سوختی می‌باشد.
- در نقطه مقابل کاهش تقاضا برای بنزین و گازوئیل، تقاضا برای فرآورده‌هایی همچون نفتا یا گازمایع برای مصارف صنعتی و پتروشیمی همچنان صعودی خواهد بود. به عبارت دیگر محرک تقاضای آینده، حمل‌ونقل فسیلی نیست. این تغییر در الگوی تقاضا، فرصت‌ها و تهدیدات جدیدی پیش‌روی شرکت‌های حاضر در زنجیره ارزش قرار خواهد داد.



# واکنش غول‌های نفتی به تغییر الگوی تقاضا؛ تغییر استراتژی

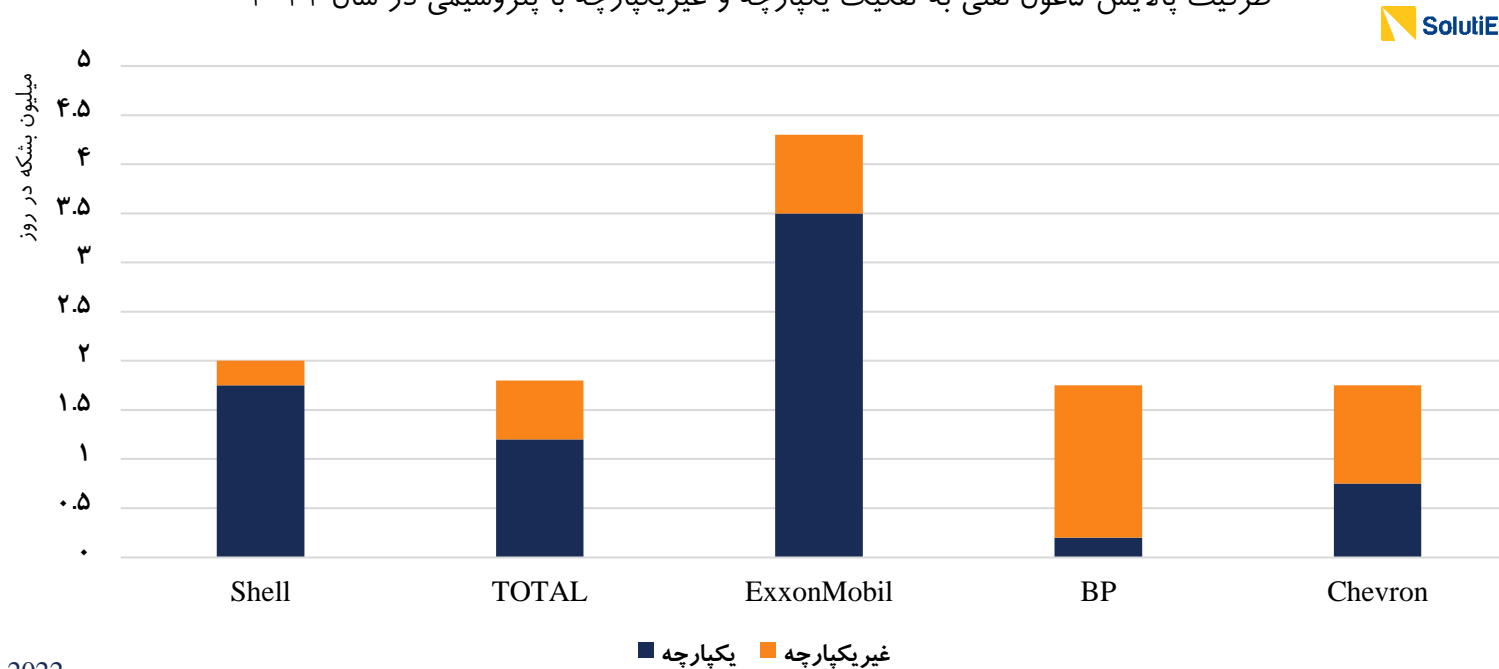
- تصویر جدید از آینده بازار فرآورده‌های نفتی، مدنظر بازیگران بزرگ صنعت پالایش بوده و استراتژی غول‌های نفتی در سال‌های اخیر نیز مبتنی بر آن تغییراتی داشته است. تغییر در استراتژی این شرکت‌ها با تأخیر بر دیگر بازیگران بازار نیز اثرگذار خواهد بود.
- در ۸ سال اخیر، ۵ شرکت بزرگ نفتی، مجموعاً ۳ میلیون بشکه در روز از ظرفیت زیرمجموعه‌های خود را کاهش داده و از مالکیت پالایشگاه‌ها خارج شده‌اند. بیشترین نرخ خروج برای کمپانی شل و عمدتاً در پالایشگاه‌های آمریکایی و کمترین نرخ خروج مربوط به شورون بوده است.



# روند جدید در استراتژی غول‌های نفتی؛ به سوی یکپارچگی

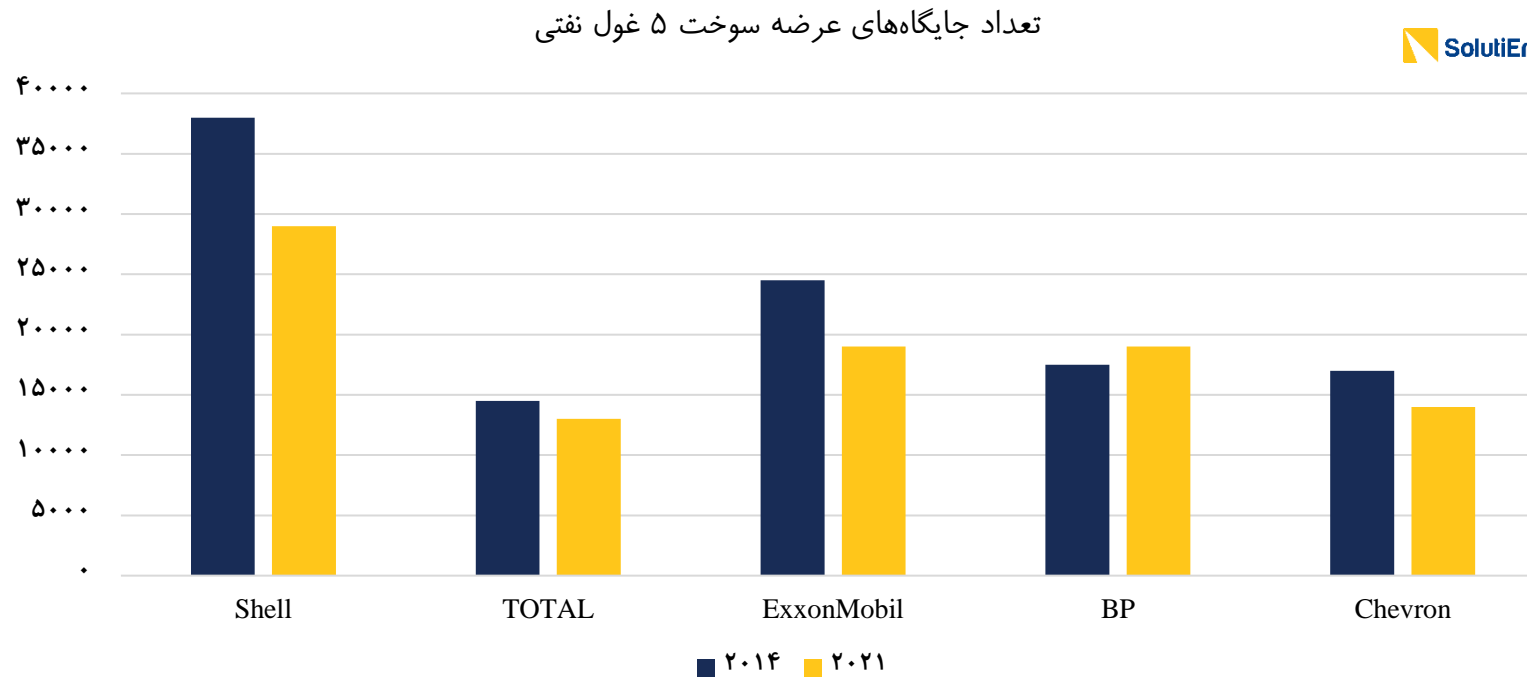
- حرکت به سمت یکپارچگی با بخش پتروشیمی و بهره‌گیری از مزیت خوراک، استراتژی بعدی غول‌های نفتی در پاسخ به تغییر الگوی تقاضای آینده بوده است. با افزایش نسبی تقاضای محصولات پتروشیمی در سال‌های پیش‌رو، محرک تقاضای آینده فرآورده‌های نفتی نیز خوراک‌هایی مانند نفتا یا گازمایع هستند.
- طی ۸ سال گذشته شل، توتال و اکسون‌موبیل تغییرات جدی‌تری در این زمینه انجام داده‌اند به طوری‌که عمده واحدهای تحت تملک این سه غول نفتی از جنس واحدهای یکپارچه با مجتمع‌های پتروشیمی بوده است. از نظر جغرافیایی نیز عمده تمرکز این شرکت‌ها در منطقه آسیا و خاورمیانه بوده است.

ظرفیت پالایش ۵ غول نفتی به تفکیک یکپارچه و غیریکپارچه با پتروشیمی در سال ۲۰۲۱



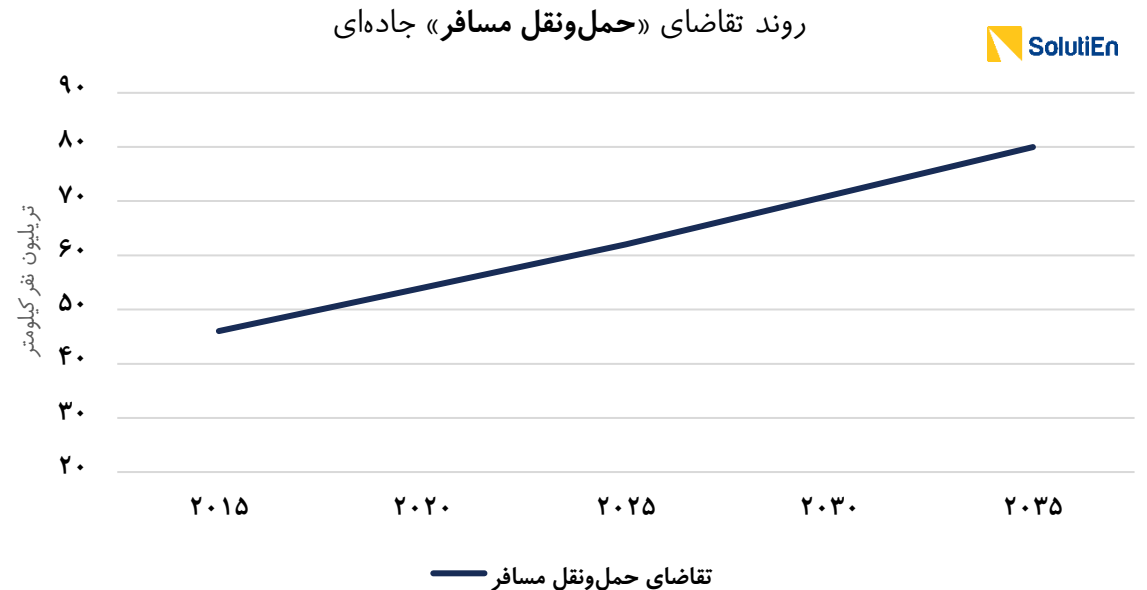
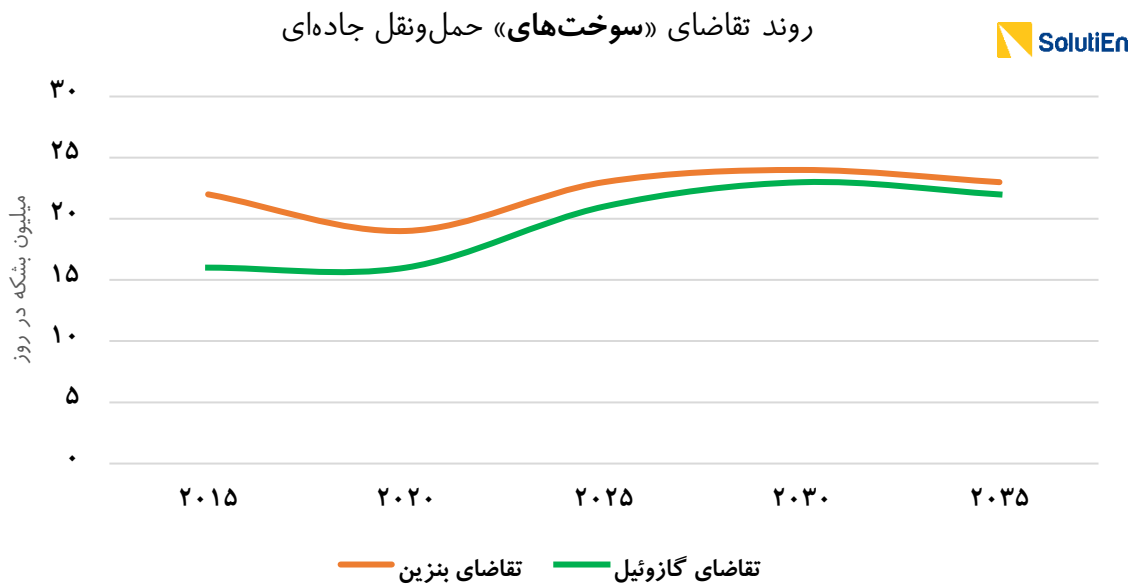
# استراتژی حضور در بخش خرده‌فروشی-۱؛ از مالک جایگاه به صاحب برند

- حضور در زنجیره بازاریابی و فروش، یکی از استراتژی‌های سنتی غول‌های نفتی در راستای تثبیت جایگاه و حداکثرکردن حاشیه سود این شرکت‌ها بوده است، به طوریکه مجموعاً حدود ۱۰۰ هزار جایگاه عرضه سوخت در تملک این شرکت‌ها قرار دارد.
- با تغییر تقاضای فرآورده‌ها، در سال‌های اخیر این شرکت‌ها نیز به صورت کلی از «مالک جایگاه» به «صاحب برند» تغییر استراتژی داده‌اند. به این معنا که جایگاه عرضه سوخت تحت برند یکی از این شرکت‌ها و با مالکیت شخص سوم به فعالیت ادامه می‌دهد. طی ۸ سال اخیر، ۵ غول نفتی دنیا، تعداد جایگاه‌های سوختی خود را به طور متوسط حدود ۱۰٪ کاهش داده‌اند.



# استراتژی حضور در بخش خرده‌فروشی-۲؛ جمعیت با ایستگاه‌های شارژ برقی

- با ایجاد تنوع در سوخت‌های جایگزین بنزین-گازوئیل و افزایش تقاضا برای خودروهای گازسوز، LPG سوز یا به ویژه خودروهای برقی بخش قابل توجهی از تقاضای حمل‌ونقل آینده از طریق این سوخت‌ها تأمین می‌شود. لذا جایگاه‌های سوخت آینده صرفاً محل عرضه بنزین-گازوئیل نبوده و خدمات عرضه CNG، شارژ خودروهای برقی یا حتی هیدروژن نیز ارائه می‌دهند. استراتژی آینده غول‌های نفتی، حضور در زنجیره ارزش حمل‌ونقل برقی است. احداث جایگاه‌های شارژ برقی و توسعه جایگاه‌های سوخت فعلی و ارائه خدمات شارژ از جمله اقدامات این شرکت‌ها در این راستا می‌باشد.
- هدف‌گذاری Shell تا ۲۰۲۵ تا ۵۰ هزار شارژر خیابانی و هدف‌گذاری BP تا ۲۰۳۰ افزایش شارژرهای خیابانی از ۱۱ هزار عدد فعلی به ۷۰ هزار شارژر از جمله برنامه‌های جدی این شرکت‌ها می‌باشد.





# Solutien

Research & Consultancy

## About us:

We are a research and consultancy company based in Tehran. Our focus is on the energy industry with an integrative, evidence-based, and outcome-oriented approach to provide solutions for public and private organizations in the sector.



[info@solutien.net](mailto:info@solutien.net)



[t.me/solutien](https://t.me/solutien)



[linkedin.com/company/solutien](https://linkedin.com/company/solutien)