

## تقرير التحليل الإداري 2025

### المقدمة

حققت شركة النفط العمانية للتسويق ش.م.ع.ع (نفط عمان) خلال هذا العام مزيداً من التميز في سلطنة عمان وخارجها من خلال التنوع الكبير في الخدمات المقدمة للزبائن وأيضاً من خلال مواكبة التطور السريع الذي يمر به العالم من خلال تطور التقنيات الحديثة والحلول الذكية لعمليات شراء سريعة وآمنة.

حيث أكملت الشركة جهودها وسعيها لتكون الوجهة الواحدة لمرتادين محطات الخدمة المنتشرة في السلطنة وخارجها، كما نتطلع إلى مستقبل واعد، ولنرعى بتعزيز التقدم الاقتصادي والاجتماعي في السلطنة والمساهمة فيه حيث نواصل الابتكار في جميع قطاعات الصناعة وإثرائها وتطويرها. علاوة على ذلك، فإن فرقنا تعمل على تقديم أقصى قدر من الخدمات للعملاء بهدف تسهيل وتوفير متطلباتهم الاستهلاكية. وسنواصل دائماً لتحقيق طموحاتنا مع التطورات الجارية في السلطنة المستمدة من رؤية عمان 2040، التي تقود الشركة وتقدم السلطنة في السنوات المقبلة.

### الصحة، والسلامة، والبيئة، والجودة، والدعم الفني والاستدامة

في شركة النفط العمانية للتسويق، يعد موظفونا وعملاؤنا والمجتمعات التي نخدمها من أئمن وأهم مواردنا. ونواصل الرياننا الكامل بتوفير بيئة عمل آمنة ومأمونة، وحماية السلامة العامة، وصون ممتلكات الشركة وأصولها.

في عام 2025، حققت شركة النفط العمانية للتسويق إنجازاً بارزاً في مجال السلامة، حيث انها لم تسجل أي إصابات مفقودة الوقت (LTI) لأكثر من 7 ملايين ساعة عمل، وذلك بعد آخر إصابة مفقودة الوقت تم تسجيلها في فبراير 2025. كما نجحت الشركة في إتمام أكثر من 20 مليون كيلومتر من نقل الوقود عبر مختلف أنحاء سلطنة عمان دون تسجيل أي حوادث مرورية جسيمة، منذ آخر حادث مروري كبير تم تسجيله في أبريل 2025. ولم تشهد أي من مرافق الشركة حوادث ناتجة عن الحرائق أو المخاطر البيئية، مما يعكس الريان الشركة بالسلامة والحد من المخاطر.

قدمت الشركة العديد من المبادرات المبتكرة لتأمين بيئة عمل آمنة في مواقع العمل، ومحطات الوقود، وبيئة البيع بالتجزئة، حيث أطلقت الشركة خلال عام 2025 عددًا من المبادرات المبتكرة من خلال حملة السلامة على الطرق، وأسبوع الصحة والسلامة والبيئة والجودة (HSEQ)، وبرامج التوعية بالإجهاد الحراري، إلى جانب حملة توعية عامة للسلامة المرورية خلال موسم الخريف. شملت هذه المبادرات الموظفين والمقاولين وأصحاب المصلحة، مما عزز من ثقافة السلامة والمسؤولية المجتمعية.

بالإضافة إلى ذلك، أطلقت الشركة منتدى سلامة المقاولين لمشاركة إحصاءات الأداء السنوية في مجال الصحة والسلامة والبيئة والجودة، وتكريم أفضل المقاولين أداءً في السلامة، مما يعزز مشاركة المقاولين ومسرفس السلامة لتعزيز هذه القيمة.

ظل الاستعداد للطوارئ أولوية قصوى طوال عام 2025، حيث تم تنفيذ عدة تدريبات لتعزيز قدرات الاستجابة، بما في ذلك محاكاة حوادث المرور، وتدريب حريق الطائرات، وتمارين استجابة تسرب الوقود في محطة الدقم، وإخلاء المستودعات. بالإضافة إلى ذلك، تعاونت الشركة مع الدفاع المدني والجمعية العمانية للطاقة (اوبال) لتنفيذ تدريب شامل لإدارة الأزمات واستجابة الطوارئ، مما يضمن جاهزية فعالة للكوارث والمرونة التشغيلية.

إن ثقافة السلامة والصحة والبيئة في شركة النفط العمانية للتسويق متجذرة في جميع العمليات، حيث يتم دمج السياسات وأفضل الممارسات والمراقبة المستمرة. تطبق الشركة السياسات الاستراتيجية، والتدقيق، ومراجعة الأداء لدفع التحسين المستمر. وفي عام 2025، أكملت الشركة بنجاح تدقيق المراقبة الذي أجرته شركة الفياي، مما يضمن

الامتثال لستة (6) معايير دولية معترف بها لأنظمة الإدارة:

- ISO 9001 نظام إدارة الجودة
- ISO 14001 نظام إدارة البيئة
- ISO 45001 نظام إدارة الصحة والسلامة المهنية
- ISO 27001 نظام إدارة أمن المعلومات
- ISO 22301 نظام إدارة استمرارية الأعمال
- ISO 22000 نظام إدارة سلامة الأغذية

كما عقدت الشركة منتدى الجودة بمشاركة الجهات المختصة الرئيسية، مما عزز التواصل التنظيمي، والتوافق على معايير الجودة والامتثال، والتعاون عبر منظومة الوقود وزيوت التشحيم. وأطلقت الشركة أيضا قسم إدارة المستندات بما يتوافق بالكامل مع متطلبات هيئة الوثائق المحفوظات الوطنية (NRAA)، مما عزز إدارة السجلات والحوكمة وممارسات الامتثال.

وفي إطار برنامج التطوير الفتي، أنهت الشركة أنشطة بحثية متعلقة بزيوت التشحيم البحرية، ووقود الطيران المستدام (SAF)، وزيوت تشحيم المركبات الكهربائية، دعما للابتكار والتقدم التقني وتطوير منتجات مستقبلية تتماشى مع احتياجات السوق المتغيرة.

كما تستمر الشركة في دعم رؤية عمان لحيد الكربون بحلول عام 2050، ودعم الجهود الوطنية للحد من الانبعاثات الكربونية من خلال حلول الطاقة المستدامة. وفي عام 2025، حققت الشركة:

- خفضا تراكميا قدره 3,590 طنا من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون عبر تركيب أنظمة الطاقة الشمسية في 12 محطة خدمة وتشغيل 23 وحدة لاسرجاج أبخرة الوقود (VRUs).
- نشر تقريرها الثاني في مجال الحوكمة البيئية والاجتماعية والإدارية (ESG) لعام 2024، مما يعزز الرامها بالاستدامة والشفافية.
- المشاركة في أسبوع عمان للإستدامة، من خلال مسروعا المشترك EVO، الذي حصل على الجائزة البلاطينية في فئة التنقل الكهربائي، تقديرا لمساهماتها في حلول النقل المستدامة.

نجحت شركة النفط العمانية للتسويق في عام 2025، في بيع أكثر من 4.6 مليون لتر من البيوديزل المخلوط (B5 & B20)، محققة إيرادات تقدر بحوالي 1.3 مليون ريال عماني. كما وسعت الشركة حلول الطاقة الشمسية، ووقعت مذكرة تفاهم لتطوير مسروع طاقة شمسية بقدرة 1 ميغاوات، بهدف تحسب الإيرادات من أعمال الطاقة البديلة. وخلال العام، أنتجت الشركة 479.84 ميغاوات ساعة من الطاقة المتجددة من مبادرات الطاقة الشمسية والطاقة البديلة.

واصلت شركة EVO توسيع بنية شحن السيارات الكهربائية، حيث أنشأت 155 نقطة شحن في 75 موقعا في مختلف أنحاء السلطنة، بما في ذلك المحاور الرئيسية للطرق السريعة، لدعم تبني السيارات الكهربائية على مستوى البلاد.

تواصل الشركة دفع مسيرة التحول في قطاع الطاقة. ومن خلال مبادرات الطاقة النظيفة، وبروتوكولات السلامة المتقدمة، وحلول الوقود وزيوت التشحيم عالية الجودة، تظل الشركة ملزمة بتقديم التمر، وتقليل الأثر البيئي، والمساهمة في رسم مستقبل مستدام لقطاعي الوقود والتنقل في سلطنة عمان.

## الموارد البشرية

تأسست العلامة التجارية لشركة النفط العمانية للتسويق وسمعتها ونجاحها على أساس الرأفة الشخصية والمهنية وأصبحت الشركة أيضاً جهة مفضلة للعمل لديها نظراً لما تقدمه من فرص عمل متممة إلى جانب فرص التطوير المهني لسريحة كبيرة من الأشخاص.

حققت الشركة نسبة تعمر بلغت 93% بنهاية عام 2025 ويعد هذا إنجازاً مهماً بما أن مجال العمل يتطلب موظفين بمهارات معينة لخدمة مجموعة واسعة من العملاء عبر شبكة البيع للأفراد وعمليات الشركة بشكل عام.

وباعتبارها شركة عمانية طموحة تنبض بالحيوية، وتعمر بمكانتها كإحدى الشركات الرائدة في قطاع الطاقة في السلطنة، وسريكة مهما في تطوير بنيتها التحتية، تسعى الشركة باستمرار إلى تعزيز قوتها العاملة الحالية. ونظراً لكونه أحد العوامل الرئيسية لأهداف الشركة طويلة الأجل، تقوم الشركة بتوظيف المواهب العمانية المناسبة في الوظائف الملائمة في الوقت المناسب لتصبح الجهة التي يود الجميع العمل لديها في قطاع تسويق الوقود.

## البيع بالتجزئة

يمثل قطاع مبيعات التجزئة ركيزة أساسية في أعمال شركة النفط العمانية للتسويق، حيث يواصل القطاع توسعه الاستراتيجي بما يتماشى مع خطة النمو المعتمدة للشركة.

خلال عام 2025، حققت الشركة أداءً تشغيلياً قوياً عبر شبكة محطات البيع بالتجزئة، مما عزز سهولة الوصول على مستوى السلطنة ووسع نطاق خدمة العملاء في المواقع الاستراتيجية. وقد بلغ إجمالي عدد محطات الخدمة العاملة في سلطنة عمان 239 محطة وتوفر هذه المحطات الجديدة خدمات متكاملة تلي جميع احتياجات العملاء في موقع واحد، بما في ذلك الوقود، المتاجر، العناية بالسيارات، والمنتجات الغذائية.

يعد وقود ألتيماكس 98، الذي أطلقته الشركة في يناير 2018، أعلى أنواع الوقود في السلطنة، حيث أصبح متوفراً في أكثر من 118 محطة خدمة. ويسهم هذا الانتشار في تعزيز تميز المنتجات، والاحتفاظ بالعملاء من الفئة المتممة، وخلق قيمة طويلة الأمد في المواقع الاستراتيجية.

شهد العام أداءً تجارياً قوياً تمثل في نمو صحي لمبيعات الوقود نتيجة تحويل محطات الشركة إلى وجهات متكاملة تقدم خدمات شاملة. وبالتوازي مع ذلك، حققت الشركة نتيجة استثنائية بلغت 95% في تقييم

“العميل الخفي” (Mystery Motorist)، مما عزز مكانتها كأفضل شركة أداء في سوق بيع الوقود بالتجزئة على المستوى الوطني، ورسخ معايير التمر والاتساق في تقديم الخدمات عبر الشبكة.

فيما يتعلق بنموذج التشغيل، تدير شركة النفط العمانية للتسويق 116 محطة خدمة، تمثل 49% من إجمالي شبكة البيع بالتجزئة، مما يعكس خبرتها في إدارة المحطات بكفاءة وجودة عالية. وقد ساهم ذلك في تقديم معايير متممة لخدمة العملاء وتعزيز مكانة الشركة كعلامة تجارية رائدة في تسويق الوقود، وفقاً لنتائج استطلاعات آراء العملاء.

حقق تطوير شبكة البيع بالتجزئة عدداً من الإنجازات الرئيسية، شملت الافتتاح الكامل لثلاث محطات من نوع (NTI)، والجهازية التشغيلية لأربع محطات (RnR)، وترقية خمس متاجر أهلس للتسويق السريع بالهوية الجديدة، وافتتاح متجرين جديدين لأهلس، وإطلاق مقهى أمازون كافي، وتفعيل محطتين كمراكز متكاملة (Hubs). كما شهد العام تقدم العديد من مشاريع NTI و RnR و Hubs و متاجر أهلس ومقاهي أمازون كافي إلى مراحل الإنشاء، مما يعزز جاهزية الشركة بخطط تطوير لعام 2026.

## قطاع التسوق والأطعمة والخدمات

يوصل قطاع التسوق والأطعمة والخدمات (SFS) دوره المحوري في تحويل محطات الخدمة إلى وجهات متكاملة تركز على احتياجات العملاء. حيث تدير متاجر أهلس للتسوق السريع 59 موقعا في مختلف أنحاء السلطنة، وتخضع لبرنامج تحديث مستمر لتحسن تجربة التسوق. كما يواصل مقهى أمازون كافييه توسعه على مستوى السلطنة ليصل إلى 16 فرعاً، مع تغطية لأهم المواقع الاستراتيجية بما في ذلك مسقط وصحار وصلالة.

## الحلول الرقمية والابتكار

تماشياً مع استراتيجية التحول الرقمي، وتعظيم الإيرادات، تواصل منصة التجزئة تعزيز القيمة التجارية الإضافية من خلال توسيع محفظة الوسائط الرقمية. حيث تضم هذه المحفظة اليوم 100 أصل رقمي. عالي التأثير. موزعة بساحات محطات الخدمة ومتاجر أهلس، وتشمل شاشات عملاقة (Mega Screens)، وشاشات LED، وشاشات SDS، وشاشات ذكية. وإلى جانب تحسن المظهر العام للمواقع وتعزيز تفاعل العملاء، تشكل هذه الشبكة مصدر دخل إضافي من خلال توفير فرص إعلانية متممة في مواقع ذات كثافة حركة عالية.

## بطاقات الوقود

يظل قطاع بطاقات الوقود أحد المحركات الرئيسية للنمو وخلق القيمة في الشركة، من خلال تقديم حلول تزود بالوقود آمنة، ومبتكرة، وسهلة الاستخدام، تضع معايير متقدمة في القطاع. وخلال عام 2025، حقق القطاع إنجازات لافتة، تمثلت في نمو مبيعات بطاقات الوقود، مدعومة بزيادة الإقبال على خدمات التعبئة الإلكترونية (e-Fill) التي تتيح عمليات دفع سلسلة دون نقد، وتعزز راحة العملاء أثناء الرود بالوقود. كما تمثل أحد أبرز إنجازات العام في زيادة الحصة السوقية ضمن نظام الدعم الوطني (NSS)، مما يعكس الثقة الكبيرة في بنية الشركة التحتية وموثوقية خدماتها. وبالتوازي، واصل القطاع تعزيز سهولة الوصول من خلال توسيع استخدام البطاقات المصرفية عن زيادة عدد أجهزة نقاط البيع في محطات الخدمة، وتحسن معدلات الرسوم بالتعاون مع الشركاء المصرفيين، بما يتيح عمليات دفع أكثر كفاءة وأقل تكلفة.

## المبيعات الدولية

في عام 2025، واصلت شركة النفط العمانية للتسويق توسيع نطاق حضورها الدولي في قطاع التجزئة، محققة تقدماً ملموساً في المملكة العربية السعودية. حيث تدير الشركة حالياً 49 محطة خدمة موزعة على مختلف مناطق المملكة، في إنجاز يعد محطة رئيسية في مسيرتها نحو النمو والتوسع.

كما نجحت الشركة في تأمين عدد من المواقع الجديدة لمحطات الخدمة، والتي يجري العمل على إنشائها حالياً في المنطقتين الشرقية والغربية، بما يعزز استراتيجيتها التوسعية ويدعم انتشارها في الأسواق الإقليمية ذات الأولوية.

شهد عام 2025 أيضاً استكمال عدد من الإنجازات الاستراتيجية والتشغيلية المهمة في المملكة العربية السعودية، من أبرزها افتتاح محطة الريان، التي تعد أكبر محطة خدمة في تاريخ الشركة بمساحة تبلغ 93,000 متر مربع، وربط نظام المراقبة بالكاميرات (CCTV) القائم على الحوسبة السحابية بالمكتب الرئيسي، وجاهزية أول محطة لتشغيل مضخات وقود M98، إلى جانب إطلاق أول شاشة رقمية خاصة بالتعاون مع شركة «مباسر» العمانية من فئة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. كما جددت الشركة بنجاح شهادة التأهيل الصادرة من وزارة الطاقة لمدة إضافية تمتد لعامين.

في جمهورية ترانبا، حافظت شركة النفط العمانية للتسويق على استمرارية عملياتها التشغيلية عن شبكة تضم 12 محطة خدمة.

وتواصل الشركة العمل على تحسن محفظتها الدولية وتقييم الخيارات الاستراتيجية بما يتماشى مع أهدافها طويلة الأجل ومتغيرات السوق، وبما يدعم استدامة النمو وتعزيز الأداء في الأسواق الدولية.

## الأعمال التجارية

في عام 2025، حقق قطاع الوقود التجاري في شركة النفط العمانية للتسويق أداءً قوياً، حيث تمكن من تحقيق ربحية مستقرة وتوسيع قاعدة عملائه بنجاح، رغم اشتداد المنافسة في السوق واستمرار

الضغوط على هوامش الربح في القطاع. ومن خلال التركيز الواضح على الكفاءة التشغيلية، وموثوقية عمليات التسليم، وتعزيز الشراكات الاستراتيجية، أظهر القطاع مرونة عالية، وواصل تقديم قيمة ملموسة لعملائه، بما يدعم استدامة الأداء والنمو.

يعد التحول نحو الوقود البديل ومنخفض الكربون ركيزة محورية في استراتيجية قطاع الوقود التجاري، حيث يسهم هذا التوجه في دعم نمو الأعمال، ويتماسي بشكل وثيق مع الأهداف الوطنية للسلطنة في خفض الانبعاثات الكربونية وتعزيز الاستدامة. ومن خلال التوسع في هذا المجال وتعميق العلاقات مع العملاء الحاليين والجدد، تؤدي شركة النفط العمانية للتسويق دوراً فاعلاً في دعم التحول في قطاع الطاقة، وترسيخ مكانتها كسريك موثوق في تقديم حلول الطاقة النظيفة والأكثر استدامة.

ظل الابتكار والحلول المتكاملة في صميم أداء قطاع الوقود التجاري خلال عام 2025، حيث عملت الشركة على تطوير عرض قيمة متميز مدعوم باستراتيجيات واضحة لتقسيم الأسواق، مما مكنها من تحقيق النمو عبر عدة شرائح من العملاء، مع تلبية الاحتياجات التشغيلية والتجارية لمختلف القطاعات الصناعية والخدمية. كما واصلت الشركة تعزيز هويتها «B2Smart» من خلال الاستفادة من التحول الرقمي لتحسين تجربة العملاء، ورفع مستويات الشفافية، وتعزيز كفاءة الخدمات. وأسهم تطوير المنصات الرقمية وحلول التنقل الذكية في تقديم خدمات أكثر سلاسة، قائمة على البيانات، ومتمحورة حول العميل، بما يعزز الولاء طويل الأمد ورضا العملاء.

ويشارك قطاع الوقود التجاري في شركة النفط العمانية للتسويق بفاعلية في عدد من المشاريع الاستراتيجية والمبادرات الوطنية التي من شأنها تعزيز القدرة التنافسية لسلطنة عمان ودعم النمو الاقتصادي المستدام خلال السنوات المقبلة. وتعكس هذه المبادرات الرام الشركة بدفع عجلة التقدم، وتعزيز المرونة الاقتصادية، والمساهمة بشكل ملموس في تحقيق مستهدفات التنمية طويلة الأجل في السلطنة.

## وقود الطائرات

واصل قطاع الطيران في عام 2025 تعرضه لضغوط كبيرة على هوامش الربح، نتيجة اشتداد المنافسة وارتفاع القوة التفاوضية لشركات الطيران. وعلى الرغم من هذه التحديات، حققت شركة النفط العمانية للتسويق أداء متماسكاً من خلال الحفاظ على هيكل تكاليف منضبط، والاستفادة من الكفاءات التشغيلية، والالزام بأعلى معايير الصحة والسلامة والبيئة والجودة (HSEQ).

وخلال عام 2025، حققت الشركة نمواً سنوياً بنسبة 14 % في كميات وقود الطيران، مما يعكس مرونة قطاع الطيران وقدرته على المنافسة بفاعلية في بيئة سوقية مليئة بالتحديات. كما نجحت الشركة في الاحتفاظ بعملائها الرئيسيين، وفي مقدمتهم الطيران العماني وطيران السلام، إلى جانب إبرام عقد لمدة خمس سنوات مع الطيران السلطاني العماني، الأمر الذي عزز وضوح الإيرادات على المدى الطويل ورسخ ثقة العملاء.

وواصلت شركة النفط العمانية للتسويق تقديم خدمات تزويد الوقود لسرطة عمان السلطانية وسلاح الجو السلطاني العماني في مطار مسقط الدولي، بالإضافة إلى خدمة عدد من شركات الطيران الدولية الكبرى، من بينها طيران الإمارات، وطيران الاتحاد، وإنديجو، والخطوط الجوية الإثيوبية، والخطوط الجوية الباكستانية الدولية، وغيرها. كما حافظت الشركة على مكانتها كمشغل وحيد لوقود الطيران في مطار صحار، مع امتلاكها ما يقارب 50% من الحصة السوقية في مطار مسقط الدولي و100% من الحصة السوقية في مطار صحار الدولي.

وظل التمرير التشغيلي أحد أبرز عوامل التمرير خلال عام 2025، حيث نفذت الشركة أكثر من 24,000 عملية تزويد بالوقود دون تسجيل أي حوادث أو وقائع جسيمة، مع تحقيق معدل الرام بمواعيد تسليم الوقود بلغ 99.9%. وبالتوازي مع ذلك، نجحت الشركة في تحسين قاعدة تكاليف التشغيل، محققة وفورات تقارب 10 % مقارنة بالمرانية السنوية لقطاع الطيران، مما أسهم في تعزيز الأداء المالي.

## الزيوت

في عام 2025، حققت زيوت نفط عمان أداءً قوياً مدفوعاً بشكل رئيسي بالنمو التدريجي في قطاع الأعمال بـ الشركات (B2B) وقد تجاوزت مبيعات الكميات المستهدفة في المرانية، مدعومة بتعزيز التغلغل في الحسابات الصناعية والتجارية الرئيسية. كما أسهم التحول الملحوظ نحو الزيوت المتخصصة ذات الهوامش

الأعلى في تعزيز الأداء، مما ساهم بشكل كبير في نمو القيمة ورسخ مكانة وحدة الأعمال الاستراتيجية كإحدى الجهات الرائدة في هذا القطاع.

وساهم إطلاق خدمات Smart Gain الموجهة لقطاع النفط والغاز في تعزيز التفاعل مع العملاء، من خلال تقديم حلول فنية ذات قيمة مضافة تميز العروض المقدمة وتدعم بناء شراكات طويلة الأمد.

وتعكس هذه الخدمات توجه العلامة التجارية نحو تقديم حلول متكاملة، بما يتجاوز مفهوم التوريد التقليدي للمنتجات.

وفي قطاع التجزئة لزيوت، ولا سيما مبيعات العبوات الصغيرة، واجه الأداء تحديات مؤقتة نتيجة تغير سلوك المستهلكين، وتأخر المدفوعات، وتأثير الشركات المصنعة للمعدات الأصلية (OEMs) الصينية، إلى جانب التغيرات في هيكل تسعير العلامات التجارية في الفئات العليا والدنيا. وقد تم تنفيذ مبادرات مركزة للحفاظ على الحضور في السوق وتحسين أداء قنوات التوزيع.

وعلى صعيد العلامة التجارية، حققت Castrol إنجازاً بارزاً بحصولها على لقب «العلامة التجارية الأكثر ثقة في سلطنة عمان». كما أسهمت المشاركة في حملة تسويقية عالية الظهور بالتعاون مع علامة سيارات رياضية فاخرة في تعزيز حضور العلامة التجارية وترسيخ مكانتها كخيار مفضل في فئة الزيوت الاصطناعية.

#### خدمة العملاء

واصل قسم خدمة العملاء في نفط عمان جهوده لضمان تقديم خدمة استثنائية للعملاء في سلطنة عمان والمملكة العربية السعودية، وذلك من خلال التواصل المستمر عبر نظام مركز العناية بالعملاء، حيث يتم الرد على جميع الاستفسارات، والتعامل مع الشكاوى، وتنفيذ طلبات الوقود بكفاءة، مما يعزز تجربة العملاء ويضمن رضاهم.

كما يحرص القسم على تعزيز التواصل المباشر مع العملاء من خلال الفعاليات السنوية وزيارات محطات الخدمة في مختلف محافظات سلطنة عمان. وكان من أبرز المبادرات خلال عام 2025، إقامة فعالية "أسبوع خدمة العملاء" في شهر أكتوبر، حيث قامت الإدارة التنفيذية والمديرون في نفط عمان بزيارة العديد من محطات الخدمة، مما أتاح فرصة للتفاعل المباشر مع العملاء وفهم احتياجاتهم بشكل أعمق.

كما شهد العام إدخال أسلوب الطلب الإلكتروني كإحدى المبادرات التطويرية المهمة، حيث أسهم في تعزيز سهولة الوصول إلى الخدمات، وتحسين الكفاءة التشغيلية، وضمان الاتساق في تقديم الخدمة، بما يعزز تجربة العملاء ويدعم تحقيق مستويات أعلى من الرضا.

#### تقنية المعلومات وإدارة البيانات

في عام 2025، واصل قسم تقنية المعلومات وإدارة البيانات في شركة النفط العمانية للتسويق مسيرته في التحول الرقمي، محققاً إنجازات بارزة عززت الكفاءة التشغيلية، والابتكار التكنولوجي، والامتثال التنظيمي. من خلال تنفيذ مشاريع رئيسية، أسهم القسم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للشركة، وتعزيز تكامل الأنظمة، وتحسين تجربة العملاء.

من أبرز محطات هذا العام التنفيذ الناجح لحل أتمتة مبيعات محطات الخدمة في نفط عمان في المملكة العربية السعودية، الأمر الذي عزز التحكم التشغيلي، وقوى إدارة العمليات المالية، وضمن الامتثال للمتطلبات التنظيمية.

لتعزيز منظومة الأمن السيبراني بشكل أكبر، قام القسم بنسج حلول منع تسرب البيانات (Data Loss Prevention – DLP) وإدارة الأجهزة المحمولة (Mobile Device Management – MDM)، مما أسهم بشكل كبير في تقليل المخاطر المرتبطة بالوصول غير المصرح به وتسرب البيانات. كما أسهم استكمال مشروع تصنيف البيانات في تعزيز حوكمة البيانات، وتحسين مستويات الأمان، وضمان الامتثال التنظيمي على مستوى المؤسسة.

في إطار استراتيجية الشركة لتعزيز موثوقية الأنظمة وتحسين الإنفاق التشغيلي، نجح قسم تقنية المعلومات وإدارة البيانات في ترحيل البنية التحتية للبريد الإلكتروني المؤسسي إلى منصة Microsoft 365، بعد الحصول على جميع الموافقات التنظيمية اللازمة. وقد أتاح هذا الانتقال توفير حماية متقدمة ضد التهديدات، وضوابط أمنية متعددة الطبقات، وموارد سحابية قابلة للتوسع، وأدوات تعاون حديثة، إلى جانب تحسين استمرارية الأعمال من خلال خدمات سحابية جغرافية متعددة المواقع.

كما شهد الابتكار الرقمي تقدماً ملحوظاً من خلال نشر نظام لإدارة المشاريع، ساهم في تحسين تتبع المشاريع وتقليل الوقت والتكاليف التشغيلية. وبالإضافة إلى ذلك، أسهمت الرقيات التي أدخلت على نظام إدارة الأداء الوظيفي (PMS) في تحسين آليات مراقبة الأداء وتعزيز مواءمة أهداف الموظفين مع الأهداف الاستراتيجية للأعمال.

دعماً لهدف شركة النفط العمانية للتسويق في التحول إلى مؤسسة قائمة على البيانات، باسرة القسم تطوير مستودع بيانات مؤسسي مركزي ومنصة متكاملة لتقارير الأداء.

ويعتمد هذا الإطار الحديث على خطوط معالجة بيانات مؤتمتة (ETL/ELT)، وبنية موحدة لبحرمة البيانات/مستودع البيانات (Data Lake / Lakehouse)، إلى جانب مستودعات بيانات محكمة

تغطي البيانات التشغيلية، والمالية، وإدارة علاقات العملاء (CRM)، وأنظمة تخطيط موارد المؤسسة (ERP)، وبرامج الولاء، وبيانات إنترنت الأشياء (IoT) كما يتضمن الإطار آليات متقدمة لجودة البيانات، وإدارة البيانات الوصفية، وتتبع نسب البيانات (Data Lineage)، وإدارة البيانات الرئيسية، وحوكمة قائمة على الأدوار، بما يضمن دقة البيانات وموثوقيتها والامتثال لمتطلبات التدقيق. ويمكن هذا الأساس من توفير لوحات معلومات شبه فورية، وتقارير تنظيمية وتجارية، وتحليلات ذاتية الخدمة، فضلاً عن دعم القدرات المستقبلية للذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة.

في الختام، شكل عام 2025 محطة مهمة لقسم تقنية المعلومات وإدارة البيانات في شركة النفط العمانية للتسويق، حيث واصل القسم تعزيز المنظومة الرقمية ورفع مستويات المرونة والكفاءة التشغيلية من خلال مبادرات استراتيجية وتطويرات تقنية نوعية. وأسهمت الاستثمارات في التكنولوجيا، وتعزيز الأمن السيبراني، وتطوير إدارة البيانات في تمكين الشركة من دعم الابتكار وتحقيق التميز التشغيلي، بما يرسخ الريادة التكنولوجية ويدعم تحقيق الأهداف الاستراتيجية طويلة الأجل.

## التسويق

في إطار البرامج الشركة بتقديم تجربة متميزة للعملاء، تواصل إدارة التسويق والتحول الرقمي تطوير استراتيجيات مبتكرة وحلول قائمة على احتياجات العملاء، مع التركيز على تعزيز النمو، وزيادة التفاعل، والاستفادة من التحول الرقمي لتقديم تجارب سلسلة تلي تطلعات العملاء.

من أبرز إنجازات العام التوسع في إتاحة وقود ألتيماكس 98 ليشمل أكثر من 118 محطة خدمة على مستوى السلطنة، بما دعم النمو المستدام في المبيعات وأسهم في تحقيق هوامش ربح قوية من فئة الوقود الممتاز.

شهد نطاق العلامة التجارية والتفاعل الرقمي زخماً ملحوظاً على مدار العام، حيث حققت منصات الشركة على وسائل التواصل الاجتماعي نمواً إجمالياً بلغ 9,320 متابعاً عبر جميع القنوات (إنستغرام، لينكدان، إكس، وفيسبوك)، ليصل إجمالي المجتمع الرقمي إلى 299,439 متابعاً، بدعم من التعاون مع أكثر من 10 مؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي.

كما حققت متاجر أهلس نمواً سريعاً بتسجيل أكثر من 10,000 متابع خلال شهر واحد فقط عبر مسابقة رقمية عالية التأثير، في حين نجحت كافيه أمازون في تحقيق مؤشر الأداء المستهدف بوصولها إلى 20 ألف متابع.

ظل التفاعل الرقمي الهادف أولوية رئيسية، تجسدت في حملة رمضان «نقاط للخبر»، التي أتاحت لمستخدمي التطبيق التمتع بنقاط الولاء لصالح المبادرات الخيرية. مما يعكس البرامج الشركة بإحداث أثر مجتمعي وتعزيز التفاعل الهادف مع العملاء.

كما شهد عام التقرير تقدماً ملموساً في برامج الولاء تطوير حلول الدفع الرقمية، حيث تم تفعيل أكثر من 134,000 بطاقة ولاء. إضافة إلى ذلك، تم الإطلاق الناجح لخدمة Basma Pay (NFC) في يوليو 2025، مع تفعيل أكثر من 24,000 ملصق دفع بتقنية الاتصال قريب المدى، مما عزز سهولة الاستخدام عبر حلول دفع سلسلة ولا تلامسية.

وعلى صعيد قطاع الأعمال (B2B)، حققت مبادرات التحول الرقمي نتائج ملموسة، حيث ارتفعت كميات مبيعات العبوات الصغيرة لزيوت PCMO بنسبة تقارب 26%، ونمت الإيرادات بمقدار 72 ألف ريال عماني مقارنة بالعام السابق. كما تم تحويل عروض الميكانيكيين إلى صيغة رقمية بنجاح عبر تطبيق نفط عمان، مما أتاح رؤية فورية لفعالية العروض البروجية، وأسس قاعدة قوية لدفع المبيعات الثانوية بالاعتماد على البيانات من خلال تحسين الاستهداف والتخصيص. وأسهمت هذه المبادرة في تعزيز الرويج للعلامة التجارية، وتحسين أداء المبيعات الثانوية، وتمكين الشركة من الاستفادة من بيانات دقيقة وقابلة للتنفيذ، إلى جانب توفير تجربة مكافآت فورية عبر نظام رقمي آمن، موثوق، وسهل الاستخدام.

وعلى مستوى التميز في تنفيذ التجزئة، تم تعزيز الأداء من خلال تطبيق مخططات عرض موحدة (Planograms)، واستراتيجيات هيمنة الأرفف، وتطوير مواد نقاط البيع مع تسعير واضح، مما أسهم في تحسين وضوح المنتجات واتخاذ قرارات السراء داخل المتاجر في أكثر من 40 موقعا للبيع بالتجزئة. كما تم تنفيذ عمليات تدقيق للعرض التجاري مع التركيز على إزاحة حصة المنافسين وتعزيز الحضور السوي، بدعم من أكثر من 1,200 زيارة ميدانية لضمان اتساق التنفيذ. وبالتوازي، تم إطلاق سبعة مراكز جديدة لتغيير الزيوت بعلامة تجارية موحدة، ما وفر نقاط تواصل مباشرة مع العملاء وعزز حضور العلامة التجارية. كما دعمت المبادرات الموسمية والمناطقية النمو، بما في ذلك تنفيذ عروض الخريف في 14 محطة خدمة ومواقع LubExpress، وإطلاق منتج Maximo Ultra Marine المخصص للتطبيقات البحرية، وبيع أكثر من 1,000 عبوة من زيوت التشحيم.

## التحول الرقمي

في عام 2025، سرّعت الشركة وتيرة تنفيذ جدول أعمال التحول الرقمي. من خلال تحديث الأنظمة، وتعزيز أطر الحوكمة والرقابة، وتوسيع مبادرات إسراك العملاء عبر منصات التجزئة وقطاع الأعمال (B2B) وشملت أبرز التحديثات التقنية ترحيل نظام ولاء العملاء إلى منصة جديدة، وتطبيق إطار متكامل للحد من الاحتيال، وتمكين متطلبات اعرف عميلك (KYC)، وتطوير سجلات متقدمة لوقت تشغيل الأنظمة مع تقارير الحوادث، وتحسين تطبيقات أجهزة نقاط البيع، وإطلاق أدوات توليد الإحصاءات، وإضافة قنوات جديدة لإدارة علاقات العملاء (CRM)، إلى جانب إطلاق منظومة قسائم رقمية جديدة بالسراكة مع LikeCard، بما في ذلك قسائم الوقود.

وجاءت تحسينات تجربة العملاء بإعادة تصميم شاملة لواجهة وتجربة المستخدم لتطبيق الهاتف المتنقل، مما أسهم في رفع تقييمات التطبيق وتعزيز الاعتماد الرقمي. كما تم توسيع تكامل خرائط جوجل لتحسين سهولة الوصول والتنقل ضمن شبكة الشركة، ليشمل 223 محطة خدمة، و17 متجر أهلس، و16 موقعا لكافيه أمازون.

كما تم تعزيز مبادرات الولاء والتفاعل مع العملاء من خلال نظام ولاء زيوت التشحيم، برنامج حوافز المعبئ، حملات أهلس عبر الرسائل النصية القصيرة و برنامج الترععات الرمضاني.

كما جرى توظيف قدرات التحديد الجغرافي (Geo-fencing) بفاعلية من خلال مبادرات مستهدفة، من بينها حملة صلالة المعتمدة على التحديد الجغرافي، وحملات رحلات العملاء القائمة على التحديد الجغرافي، بهدف تعزيز التفاعل مع العملاء.

وواصلت المنصات الرقمية تحقيق نمو متسارع خلال عام 2025، حيث سجل تطبيق الهاتف المتنقل 259,000 عملية تحميل، و366,000 مستخدم نشط، و252,000 مستخدم ولاء مسجل. كما شهدت المدفوعات الرقمية إقبالا مريدا، مع تنفيذ 146,000 عملية دفع عبر خدمة Basma Pay (NFC) خلال العام. وبلغ حجم عمليات بوابة الدفع 1.3 مليون عملية، بقيمة إجمالية للمعاملات وصلت إلى 28.4 مليون ريال عماني.

وفي جانب الحوكمة وإدارة المخاطر، تم تعزيز ضوابط الرقابة من خلال تطوير قدرات متقدمة لرصد الاحتيال. وخلال العام، تم رصد 296 حالة احتيال مرتبطة بعمليات التعبئة، حيث قدرت أعلى قيمة لحالة فردية بنحو 495 ريالا عمانيا، مما أسهم في تعزيز الشفافية، والحد من الخسائر، وتحسين مستوى الرقابة التشغيلية.

وتعكس هذه الإنجازات الرام الشركة الراسخ بالابتكار، ورضا العملاء، والتمسك التقى. ومن خلال التطوير المستمر لعروضها الرقمية، وتحسين قدراتها التشغيلية، والاستفادة من أحدث التقنيات، تواصل الشركة ريادتها في مسيرة التحول الرقمي، بما يضمن الحفاظ على مكانتها القيادية في قطاعي الوقود والتجزئة.

## النظرة المستقبلية

تواصل شركة النفط العمانية للتسويق تنفيذ اسراتيجيتها المستقبلية القائمة على التوسع الاستثماري، وتعزيز المشاريع المشتركة، وتنمية العائدات في قطاع الخدمات غير النفطية، مما يعزز مكانتها كسريكة رائدة في مجال تسويق الوقود والخدمات المتكاملة.

تسعى الشركة إلى أن تصبح السوق الأكبر تركيزا على العملاء في دول مجلس التعاون الخليجي، من خلال التوسع المستدام محليا ودوليا. وفي هذا الإطار، تعمل الشركة على توسيع شبكة محطات الخدمة خارج السلطنة، حيث يشمل النمو المملكة العربية السعودية، مما يعزز حضور الشركة في أسواق جديدة واعدة.

كجزء من رؤيتها المستقبلية، وضعت الشركة خططا لتنفيذ نموذج بيع بالتجزئة فريد من نوعه، يهدف إلى تحويل محطات الخدمة إلى وجهات متعددة الخدمات، مما يعزز سمعة الشركة كمركز شامل يلى احتياجات العملاء المختلفة. كما تمصى الشركة قدما في تطوير مفهوم محطاتها المتكاملة، والى ستشمل مرافق متطورة مثل منافذ الصرافة، والصالات الرياضية، والمطاعم، ومكاتب البريد، وخدمات غسيل الملابس، ومناطق ألعاب الأطفال، ومراكز التسوق العائلية، مما يجعلها وجهات متكاملة توفر تجربة فريدة للعملاء.

علاوة على ذلك، تواصل الشركة توسيع خط إنتاج زيوت التشحيم، وتعزيز تواجدها في الأسواق الإقليمية والعالمية، مما يدعم مكانتها التنافسية عبر تقديم منتجات عالية الجودة تلى احتياجات القطاعات المختلفة.

وفي إطار الرامها بالنمو المستدام، تواصل الشركة تنفيذ خطتها الخمسية (2022-2026)، والى تتمحور حول التنوع، والتوسع المحلي والدولي، والانتقال نحو حلول الطاقة المتجددة، تماشيا مع

التحولات العالمية في قطاع الطاقة.

وبينما نواصل توسيع نطاق أعمالنا، وتنويع مصادر الإيرادات، وتقديم حلول مبتكرة تلي توقعات العملاء وتتجاوز احتياجاتهم، فإننا على ثقة بأن استراتيجياتنا المستقبلية ستسهم في تحقيق نمو مستدام، وتعزيز مكانة الشركة كرائد في قطاع الوقود والخدمات المتكاملة.

وبهذا، نختتم مراجعتنا للأداء التشغيلي للشركة لعام 2025، مؤكداً الرامنا بمواصلة الابتكار والتطوير لتحقيق رؤية الشركة المستقبلية.

طارق بن محمد الجنيدي

الرئيس التنفيذي