

ЕКОНОМІКО-СОЦІАЛЬНІ ВІДНОСИНИ В ГАЛУЗІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Тези доповідей
VI Міжнародної науково-практичної конференції
(9–10 травня 2024 року, м. Львів)

За загальною редакцією
Наталії ПАВЛЕНЧИК

Львів
ЛДУФК ім. Івана Боберського
2024

АНАЛІЗ І ВИКЛИКИ КОГНІТИВНИХ ПЕРСПЕКТИВ УПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У НАФТОГАЗОВІЙ ГАЛУЗІ

*Василь Гуцуляк
аспірант*

*Івано-Франківський національний
технічний університет нафти і газу (Україна)*

Нафтогазова галузь, що забезпечує ключові енергетичні потреби світової економіки, безперервно стикається з викликами, які вимагають постійного інноваційного розвитку. Від оптимізації виробництва до мінімізації впливу на довкілля, нафтогазові компанії стабільно шукають нові шляхи поліпшення ефективності й стійкості своєї діяльності. Упровадження інновацій є критично важливим для забезпечення конкурентоспроможності, безпеки й відповідності вимогам сучасного ринку.

Проте процес упровадження інновацій у нафтогазовій галузі не лише стикається з технічними викликами, але й з когнітивними перспективами, які вимагають ретельного аналізу й виважених стратегій. Тому проаналізуємо роль когнітивних аспектів, зокрема ментальних моделей, організаційної культури й застосування методів дизайн-мислення й соціального маркетингу, у процесі інноваційного розвитку нафтогазової галузі. Цей аналіз допоможе краще зрозуміти складність упровадження інновацій у цьому секторі та виявити стратегії, які сприятимуть успішному розв'язанню цих викликів.

Нафтогазова галузь стикається зі значними когнітивними викликами під час впровадження інноваційних змін. Одним із ключових аспектів є ментальні моделі, які формують сприйняття й розуміння проблем та можливих рішень. Ментальні моделі в нафтогазовій галузі часто ґрунтуються на традиційних підходах і стереотипах, що ускладнює прийняття новаторських ідей і концепцій. Для успішного впровадження інновацій треба переглянути й модернізувати ці ментальні моделі, щоб вони відображали сучасні вимоги й можливості галузі.

Ментальні моделі як стереотипні уявлення впливають на прийняття нововведень у підприємствах нафтогазової галузі. Зміна цих моделей є ключовим елементом для сприяння інноваційному процесу. Наприклад, відмова від застарілих уявлень про ноу-хау і технології може сприяти розвитку більш прогресивних підходів у цій галузі [1].

Ще одним важливим аспектом є організаційна культура. У багатьох нафтогазових компаніях існують консервативні й інерційні культури, які гальмують інновації. Зміна цієї культури вимагає не лише впровадження нових процедур і політик, але й зміни в менталітеті та ставленні до ризику. Важливо встановити сприятливу атмосферу для творчого мислення й безпечних експериментів, щоб стимулювати інноваційний потенціал працівників.

Гнучкість, відкритість до змін, стимулювання креативності й співпраці є ключовими аспектами, які сприяють успішності нововведення [2].

Застосування методів дизайн-мислення й соціального маркетингу може допомогти розв'язати когнітивні виклики у впровадженні інновацій. Дизайн-мислення дає змогу зосередитися на потребах користувачів і розробити інноваційні рішення, що відповідають їхнім потребам й очікуванням. Соціальний маркетинг можна використовувати для залучення громадської підтримки й легітимізації інноваційних проєктів, що сприяє їхньому успішному впровадженню.

Підхід дизайн-мислення спрямований на створення інноваційних рішень, адаптованих до потреб користувачів, тоді як соціальний маркетинг сприяє підвищенню громадськості й стимулює попит на нові технології та практики [3].

Спрощення й модернізація ментальних моделей, активна робота з організаційною культурою та використання методів дизайн-мислення й соціального маркетингу – ключові компоненти успішного впровадження інновацій у цій галузі.

По-перше, треба активно працювати над переглядом й оновленням ментальних моделей, які пронизують особливо державні підприємства нафтогазової галузі. Це може передбачати постійний розвиток персоналу, проведення навчання й тренінгів для працівників для зміни їхнього сприйняття й розуміння нововведень. Крім того, важливо стимулювати розвиток і впровадження нових ідей та концепцій, що відповідають сучасним вимогам і технологічним можливостям, а ще краще, їх коли ініціюють «знизу» працівники, які безпосередньо беруть участь у процесі.

По-друге, варто активно працювати з організаційною культурою. Це може містити проведення реформ у структурі та процесах управління, створення стимулів для працівників, які активно беруть участь у впровадженні інновацій, сприяння відкритому спілкуванню й обміну ідеями всередині організації.

Організаційна структура стає творчою й інноваційною, коли працівники мають можливість об'єднувати ідеї по-новому й бачити, як нова комбінація працює в реальності, коли в підприємствах нафтогазової галузі культивується різноманітність думки, повсюдність слабких зв'язків. Важливим аспектом

є загальноорганізаційна здатність виглядати довгостроково та бути толерантним до неоднозначності й витрат.

По-третє, застосування методів дизайн-мислення й соціального маркетингу може значно полегшити процес упровадження інновацій. Дизайн-мислення дає змогу активно залучати користувачів до розроблення й удосконалення нових продуктів і послуг, що сприяє їхньому прийняттю та успішному впровадженню на ринку. Соціальний маркетинг теж допомагає створити позитивне враження від впровадження інновацій серед громадськості й зацікавлених сторін, що сприяє їхньому успішному прийняттю та використанню.

Зміна ментальних моделей й побудова довіри до нововведення залишається одним із основних викликів на сьогодні. Крім того, нестабільність ринку, політичні ризики й невизначеність, викликана воєнним станом ускладнюють планування й впровадження інноваційних проектів у нафтогазовій галузі.

Загалом упровадження інновацій у підприємствах нафтогазової галузі вимагає комплексного підходу, який враховує і технічні, і когнітивні аспекти, які стимулюють інноваційний розвиток. Зміна уявлень культури організації, упровадження методів дизайн-мислення й виявлення нових можливостей є ключовими аспектами успішної інноваційної стратегії в цій галузі. Тільки за таких умов можливе створення стійкої, конкурентоспроможної та соціально-розвиненої нафтогазової галузі, яка відповідає вимогам сучасного світу.

Список використаних джерел

1. Efthimios Z. Using Delphi technique to build consensus in practice. *International Journal of Business Science & Applied Management*. 2014. Vol. 9, N2. P. 65–82.
2. Фірман М. Цифровізація нафтогазових родовищ як чинник інноваційної трансформації економіки України. Київ. 2023. 72 с.
3. Онищенко С., Глушко А., Маслій О., Скриль В. Ризики та загрози економічній безпеці підприємств будівельної галузі в умовах пандемії. *Конспект лекцій з будівництва*. 2021. Т. 181. P. 711–724.