

ПРІОРИТЕТИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНИХ ПРОЄКТІВ НАРОЩУВАННЯ ВИДОБУТКУ ГАЗУ В ЗАХІДНОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ

***ОВЕЦЬКИЙ С.О., КАНД. ТЕХН. НАУК, ДОЦЕНТ
ОВЕЦЬКА О.В., КАНД. ЕКОНОМ. НАУК, ДОЦЕНТ
ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ НАФТИ І ГАЗУ***

В межах стратегії розвитку ресурсної бази, затвердженої у 2020 році, Нафтогаз розпочав реалізацію стратегічних проєктів із нарощення ресурсної бази у межах Чорноморського шельфу, Юзівської площі, Карпатського регіону та нових ділянок, за якими було укладено угоди про розподіл продукції [1]. Нова стратегія Нафтогаз встановлює цілі трансформації Групи до 2025 року (у 2021-2025 роках планується забезпечити нарощування ресурсної бази та стале зростання газового бізнесу), а також дає орієнтир щодо подальшого розвитку компанії до 2030 року. Стратегічні цілі Групи щодо розвитку платформи «Газовий бізнес» сприятимуть повноцінному розкриттю потенціалу ресурсної бази природного газу в Україні [2]. Зокрема, 10 листопада на V Київській конференції з сучасних методів буріння і збільшення видобутку нафти і газу «Буріння. Інтенсифікація. Екологія та охорона праці» директором дивізіону «Нафтогазова розвідка та видобування» групи «Нафтогаз» Олександром Романюком презентовано матрицю можливостей (за критеріями потенціал зростання запасів і ризиків) повідомив про перспективні родовища українського газу та стратегічні пріоритети, у тому числі, стратегічний пріоритет № 3 «Карпати, традиційні поклади газу» [3].

Група Нафтогаз продовжує залучати міжнародних партнерів із метою реалізації нафтогазового потенціалу України: Нафтогаз і польська нафтогазова компанія PGNiG підписали меморандум про взаєморозуміння. Партнери спільно розглядатимуть можливість поєднання досвіду та ресурсів для реалізації низки проєктів, насамперед, у західному регіоні України, на кордоні з Польщею. «За результатами спільної роботи уряду та Нафтогазу було отримано стратегічні активи, що дають змогу з впевненістю декларувати найбільший потенціал видобутку вуглеводнів серед країн Європи. Залучаючи міжнародних партнерів, ми пришвидшуємо темпи розкриття ресурсного потенціалу України. PGNiG – публічна

компанія з високими стандартами, що відкрила низку великих родовищ в Європі. Зокрема, PGNiG має підтверджений успішний досвід відкриття родовищ і видобутку газу у Польщі – в регіоні, що межує з українською частиною Карпат. Водночас компанія має вдалі приклади розвитку газовидобувного бізнесу в інших країнах, включно з потужною присутністю у Норвегії. Я впевнений, ми зможемо досягти взаємовигідної синергії, що сприятиме реалізації стратегічної мети Нафтогазу – нарощуванню видобутку газу задля досягнення енергетичної незалежності України впродовж 10-ти років», – зазначив головний виконавчий директор Групи Нафтогаз Отто Ватерландер [4]. Першочерговий акцент Нафтогаз і PGNiG зроблять на вивченні можливостей для спільної розвідки нових площ у Західній Україні, що межують із польським кордоном. Зокрема, партнери допускають співпрацю на Берестянській ділянці, за якою Нафтогаз уклав угоду про розподіл продукції з урядом наприкінці 2020 року.

Слід зауважити, що впродовж останніх десятиліть міжнародними та вітчизняними донорами розроблено чіткі процедури та методологічні принципи, які стосуються підготовки проєктів та управління ними [5]. Застосування, а завдяки цьому і використання досвіду, суттєво зменшує ризик допущення помилок. Зокрема, згідно методики, рекомендованої Європейською Комісією, на етапі Програмування не лише ретельно має проводитися аналіз ситуації на місцевому рівні з метою визначення тих проблем і потреб, які можна вирішувати за допомогою проєкту, аналізуються регіональні і місцеві пріоритети на основі стратегій розвитку чи планів соціально-економічного розвитку, а також детально визначитись із зацікавленими сторонами - цільовою аудиторією та бенефіціарами.

Література.

1. Нафтогаз презентував стратегічні напрями для збільшення запасів вуглеводнів. *«Нафтогаз» група*: веб-сайт. URL: <https://www.naftogaz.com/www/3/nakweb.nsf/0/225BC47367AA7C50C22585DD004D818B?OpenDocument> (дата звернення: 11.04.2021)
2. Стратегія 2025 Групи Нафтогаз. *«Нафтогаз» група*: веб-сайт. URL: https://www.naftogaz.com/files/Zvity/NG_STRATEGY_2025_18.02.2021.pdf (дата звернення: 11.04.2021)
3. Романюк О. Стратегічні напрями розвитку ресурсної бази «Нафтогазу». "Буріння. Інтенсифікація. Екологія та охорона праці": V Київська конференція з сучасних методів буріння і збільшення видобутку нафти і газу, 10 листопада 2020 р. URL: <https://www.iec-expo.com.ua/ngcua-2020/conferencengcua-2020.html> (дата звернення: 11.04.2021)

4 Нафтогаз і PGNiG разом шукатимуть газ у Західній Україні
30.03.2021. «Нафтогаз» група: веб-сайт.
URL:<https://www.naftogaz.com/www/3/nakweb.nsf/0/DD149B67DF3E15EC-C22586A800340A63?OpenDocument>(дата звернення: 11.04.2021)

5. Соціальне проектування та грантрайтинг / авт.-уклад. О.В. Кулініч, Д.С. Ткачов, А.В. Коновалов, В.М. Казусь. – Харків: Управління інноваційного розвитку та іміджевих проєктів, 2018. – 42 с.

ОСОБЛИВОСТІ ВІДДАЛЕНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

ТАРАЄВСЬКА Л.С., К.Е.Н., ДОЦЕНТ, ІФНТУНГ
СТОКОЛОСА Х.А., БАКАЛАВР, ІФНТУНГ

За останній рік світ дуже змінився. Спочатку коронавірус вважали тимчасовим явищем, як і всі попередні епідемії, але цього разу Covid-19 перевів працівників різних сфер, студентів та школярів по всьому світу в режим віддаленої роботи. Нова реальність вже настала, і що цікаво, поставила в однакові умови гри як працівників, так і для роботодавців.

Здавалось, що всі люди мали б працювати ефективніше, адже не мусять витратити години на поїздки громадським транспортом в офіс, у них появилось більше часу на сім'ю, друзів, хобі, а отже — усі мали б почуватися щасливішими. Проте є одна складова, що здатна підвищити ефективність команди незалежно від формату роботи — це спілкування. Різка зміна форми комунікації та її вплив на ефективність роботи і обумовлює актуальність дослідження особливостей віддаленої комунікації.

Під віддаленою комунікацією будемо розуміти процес обміну інформацією (фактами, ідеями) між двома або більше особами за допомогою будь яких засобів зв'язку з метою її передачі та/або отримання.

Згідно досліджень, які були проведені Harvard Business Review зазначено, що час, який працівники витрачають на комунікацію, збільшився на 50 % за останні 20 років. Сьогодні типовий офісний працівник у середньому витрачає до 6 годин на день на обробку робочих імейлів, отримує близько 200 повідомлень у месенджері і ще 15 % часу йде на бізнесові зустрічі. Таке спілкування організовується