

## Интеллектуально-креативные ресурсы предприятия нефтяной отрасли\*

### Intellectual and Creative Resources of the Oil Industry Enterprise

Э. БАЙКОВА, Д. АБДУЛЛИНА

**Байкова Эльвира Рафаэлевна**, канд. экон. наук, доцент кафедры экономической теории и регионального развития Института экономики, управления и бизнеса (ИНЭБ) ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий» (УУНиТ). E-mail: baykova-oet@yandex.ru

**Абдуллина Диляра Азатовна**, магистрант кафедры экономической теории и регионального развития ИНЭБ УУНиТ

***Аннотация.** Статья посвящена оценке важности развития интеллектуально-креативных ресурсов предприятий нефтяной отрасли. Определены уровни интеллектуально-креативных ресурсов. Показано отличие подходов в управлении потенциалом человеческих ресурсов в традиционных и креативных предприятиях. Проанализированы ключевые креативные компетенции персонала нефтяной отрасли.*

***Ключевые слова:** интеллектуально-креативные ресурсы, персонал, креативные индустрии, развитие персонала.*

***Abstract.** This article examines the importance of developing the intellectual and creative resources of oil industry companies. Levels of intellectual and creative resources are identified. Differences in approaches to managing human resource potential in traditional and creative companies are demonstrated. Key creative competencies of oil industry personnel are analyzed.*

***Key words:** intellectual and creative resources, personnel, creative industries, personnel development.*

#### Основные положения

1. С учетом сложной экономической обстановки в нефтяной отрасли, интеллектуально-креативное развитие является залогом конкурентоспособности как одного работника, так и предприятия в целом.
2. Технологии, относящиеся к креативным индустриям, активно применяются в работе предприятий нефтяной отрасли (3D-моделирование, виртуальная реальность, искусственный интеллект и др.).
3. Интеллектуально-креативные ресурсы – двигатель успеха каждого предприятия.

#### Введение

Креативные индустрии основываются на человеческом капитале (талант, знания, воображение). Знания, навыки и другие личные качества человека как основного ресурса активно используются для достижения целей в бизнесе, экономике или в жизни общества в целом. Этот подход подразумевает создание благоприятной рабочей среды, инвестирование в развитие сотрудников и использование их потенциала для создания ценности и достижения наилучших результатов. С учетом выхода на рынок труда трудящихся поколения Z (зумеров), чьи характерные черты способствуют активному становлению креативных индустрий, стоит учитывать, что все более актуальным становится вопрос развития интеллектуально-креативных ресурсов классических компаний, к которым можно отнести большую часть предприятий топливно-энергетического комплекса. В России в 2024 году в стоимостном выражении общий объем отгруженных товаров промышленного производства составил более 124 трлн руб., где более 22 трлн руб. (18,3 %) – добыча нефти и природного газа [2]. Кроме того, важно принять во внимание понижение прогноза цены на российскую нефть, что может повлечь за собой ряд негатив-

\* Ссылка на статью: Байкова Э.Р., Абдуллина Д.А. Интеллектуально-креативные ресурсы предприятия нефтяной отрасли // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2026. № 1. С. 98–103. DOI: 10.34773/EU.2026.1.18.

ных последствий для персонала нефтяной отрасли (сокращение количества рабочих мест, материальных выплат и др.) [4]. Поэтому при построении стратегии развития компаниям ТЭК необходимо учитывать современные направления развития человеческого капитала и, по возможности, повышать конкурентоспособность персонала – это важно для успешного развития.

### Методы

Эмпирическая база исследования представлена статистическими данными и экспертными мнениями. Анализ, сравнение и обобщение послужили методологической основой научного исследования.

### Результаты и обсуждение

«Интеллектуально-креативные ресурсы представляют собой комплексный актив организации, объединяющий различные формы человеческого капитала и его проявлений. В нефтяной отрасли, которая традиционно считается “тяжёлой” и консервативной, интеллектуально-креативные ресурсы становятся ключом к» [10]: технологическим инновациям; экологической трансформации; цифровизации процессов; улучшению взаимодействия с обществом и государством.

Можно выделить несколько уровней интеллектуально-креативных ресурсов:

#### **Человеческий капитал:**

- квалификация и опыт инженеров, геологов, технологов, менеджеров;
- креативное мышление сотрудников, способность находить нестандартные решения;
- культура постоянного обучения и повышения компетенций.

#### **Организационные ресурсы:**

- инновационные бизнес-модели;
- корпоративные программы поддержки НИОКР и новых проектов;
- системы управления знаниями внутри компании.

#### **Технологические ресурсы:**

- цифровые платформы для моделирования месторождений;
- искусственный интеллект и программное обеспечение для работы с большими массивами данных для анализа геологических данных;
- AR/VR для обучения и контроля техники безопасности;
- автоматизация и роботизация добычи, транспортировки, переработки [9].

#### **Культурно-креативные ресурсы:**

- бренд и корпоративная репутация;
- дизайн сервисов и коммуникаций;
- социальные проекты и креативные инициативы, формирующие имидж отрасли.

Нефтяным компаниям знания из области креативных индустрий нужны для создания нового имиджа, привлечения молодых кадров, внедрения инноваций и диверсификации бизнеса в условиях снижения зависимости от традиционных ресурсов.

О развитии креативной составляющей персонала в большей степени задумываются в компаниях, относящихся к креативной экономике, однако многие и не предполагают, что, несмотря на разные подходы к управлению потенциалом человеческих ресурсов в традиционных и креативных предприятиях (таблица), сама креативная деятельность для всех предприятий универсальна.

Для организаций, работающих в сфере креативных индустрий, характерны уникальность производимых товаров и услуг, которые являются интеллектуальной собственностью и защищены авторским правом, тогда как классические организации направлены на объемы производства и прибыль. Несмотря на разность кадрового потенциала классических и креативных компаний, в классических компаниях применяются и активно внедряется деятельность креативной экономики.

**Подходы к управлению потенциалом человеческих ресурсов  
в традиционных и креативных предприятиях [6; 7]**

Потенциал	Традиционные предприятия	Креативные предприятия
Знания и навыки	Формальный характер образования, знание стандартов.	Портфолио и опыт – ключевой элемент деятельности. Креативность и творческое видение.
Идеи и инновации	Избегаются в большинстве случаев. Возможность автоматизации.	Одобряются и поощряются. Уникальность продукта

К примерам реализации классическими компаниями проектов креативных индустрий можно отнести нефтяную компанию ПАО «НК «Роснефть»», которая активно внедряет цифровые двойники месторождений и использует AI-аналитику при разработке. ПАО «Газпром нефть» развивает креативные форматы обучения – симуляторы, VR-тренинги для инженеров и операторов. ПАО «ЛУКОЙЛ» инвестирует в проекты по переработке отходов и экологические инициативы, что требует инновационных идей и решений.

Интеграция творческих и креативных навыков в деятельность работников нефтяной отрасли повышает интерес потребителей к тому или иному продукту. К примеру, роль дизайнеров, маркетологов, фотографов или соответствующие навыки также важны при продаже программного обеспечения для разведки и добычи. Более того, 3D-моделирование, виртуальная реальность, программирование и другое, что относится к креативным индустриям, активно применяется в нефтяной отрасли, (линейка наукоемкого программного обеспечения ПАО «НК «Роснефть»» – RN.Digital) [5].

Интеллектуально-креативные ресурсы имеют огромное значение для нефтяных предприятий. Они охватывают вопросы технологической эффективности, экологической устойчивости, конкурентоспособности и кадровой привлекательности.

Технологическая эффективность заключается в оптимизации добычи, переработки и логистики через цифровизацию на основании применения современных технологий и оснащении производственных объектов усовершенствованными установками и оборудованием.

Большое внимание уделяется экологической устойчивости. В связи со спецификой нефтяной отрасли, тесной связью с природными ресурсами, контролем со стороны государственных органов, нефтяные компании при решении производственных задач и внедрении новых технологий обязательно проводят оценку в части экологической безопасности. Современные решения, такие как внедрение креативных зелёных решений (утилизация отходов, снижение выбросов, возобновляемая энергетика), играют одну из главных ролей в развитии производств.

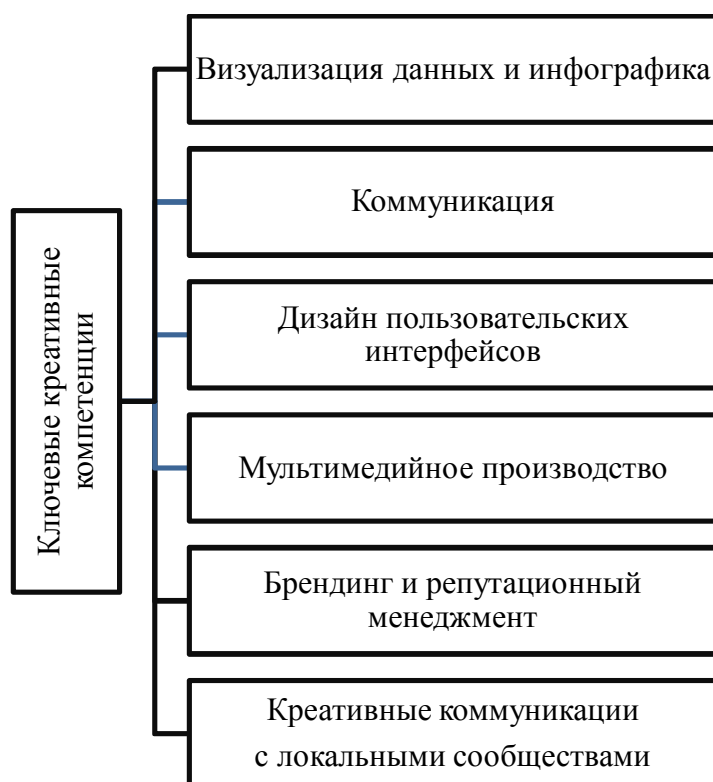
Безусловно, обеспечение конкурентоспособность является одним из важнейших аспектов инновационных проектов для любого предприятия. В нефтяной отрасли переход от модели сырьевых компаний к технологическим корпорациям становится тенденцией в XXI веке, что подразумевает развитие экспорта не только нефти, но и продуктов IT-сервисов, инженерных решений, которые могут быть применены на иных производствах. При этом кадровая привлекательность отражается в удержании молодых специалистов через креативные проекты и инновационную корпоративную культуру, развитие которой требует значительных ресурсов.

Хотя креативные индустрии (дизайн, мультимедиа, маркетинг, гейм-дизайн, арт-менеджмент и др.) и нефтяная отрасль кажутся далёкими друг от друга, определенные креативные компетенции становятся всё более востребованными для работников нефтяной сферы – особенно в условиях цифровой трансформации, необходимости брендинга отрасли и коммуникации с разными аудиториями.

Успешное развитие интеллектуально-креативных ресурсов возможно через внедрение на предприятии практики постоянного пополнения знаний работников, внедрение новых технологий и создание условий для свободного проявления личной инициативы каждого сотрудника, что, вероятнее всего, приведет к появлению новых идей и инноваций. Деятельность, относящаяся к креативному сектору, всегда требует от работника актуальных и современных знаний и

способностей, а также обеспечения работодателем возможности непрерывного образования для работника, так как креативные индустрии – это сектор экономики, который модернизируется и обновляется постоянно из-за большого количества участников и высокой конкуренции на рынке. На предприятиях ТЭК решением творческих задач обычно занимаются сотрудники с соответствующей подготовкой или образованием, чья работа непосредственно связана с креативной сферой. К ним относятся, например, маркетологи, специалисты по связям с общественностью, сотрудники типографии и архива, а также разработчики и тестировщики. Для повышения эффективности труда важно, чтобы эти работники понимали суть креативной деятельности и умели применять соответствующие навыки в своей работе. Чем шире распространен и применяется творческий подход, тем меньше риски снижения производительности.

В современной нефтяной отрасли наблюдается расширение спектра востребованных компетенций, включая креативные навыки – даже в традиционно «технократических» сферах. Ключевые компетенции креативных индустрий в нефтяной отрасли представлены на рисунке.



*Ключевые креативные компетенции специалистов нефтяной отрасли*

Визуализация данных и инфографика в нефтяной отрасли представляют собой ключевой навык, позволяющий преобразовывать массивные и сложные технические данные в интуитивно понятные графические формы. Речь идёт о работе с информацией из таких сфер, как геологоразведка (сейсмические разрезы, 3D-модели пластов, данные скважинных измерений), операционные показатели добычи (дебит скважин, давление, обводненность, загрузка оборудования) и экологический мониторинг (уровни выбросов CO<sub>2</sub>, концентрация загрязнителей в воде и почве, зоны воздействия). Задача специалиста – не просто отобразить количественные показатели, а создать смысловые связи, выделить тренды и аномалии, сделав данные доступными для анализа и принятия решений.

Коммуникация, в том числе сторителлинг – это не просто передача информации, а искусство доносить сложные технические темы через живые, запоминающиеся истории. В PR и работе с сообществами сторителлинг становится инструментом диалога. Вместо, например, формальных отчётов о выбросах компания может показать, как внедряет конкретные решения: например, историю о том, как на заводе установили фильтры, снизив уровень шум и запаха для

жителей ближайших домов, или как биологи вместе с нефтяниками восстанавливают популяцию рыб в местном водоёме.

Дизайн пользовательских интерфейсов (UI/UX) предполагает глубокую вовлечённость в полный цикл создания цифровых продуктов – от первичного анализа потребностей пользователей до финальной отладки и внедрения решений. В процессе работы специалист участвует в проектировании структуры и визуального оформления интерфейсов, выстраивая логичные пользовательские пути и обеспечивая интуитивную понятность элементов управления.

Мультимедийное производство представляет собой комплексный процесс создания визуального материала, направленный на решение широкого спектра коммуникационных и образовательных задач. В современном профессиональном контексте оно охватывает как классические форматы (видеоматериалы и анимацию), так и передовые технологии вроде 3D-визуализации, виртуальной (VR) и дополненной (AR) реальности.

Разработка корпоративных стилей для новых продуктов или направлений – это комплексный процесс создания визуальной и смысловой оболочки, которая одновременно отражает суть нового предложения и сохраняет связь с материнским брендом. Задача состоит не просто в оформлении, а в выстраивании целостного восприятия, чтобы потребитель с первого взгляда понимал, что это за продукт, какие ценности он несёт и как соотносится с уже знакомыми ему брендами компании.

Распространены и креативные коммуникации с локальными сообществами, такие как проектирование социокультурных проектов, фестивалей, образовательных программ в регионах присутствия, а также вовлечение работников, студентов, общественности в диалог через арт-объекты, цифровые платформы, публичные дискуссии.

Таким образом, интеллектуально-креативные ресурсы включают совокупность всех умственно-личностных характеристик персонала, которые способствуют повышению добавленной стоимости производимых товаров и услуг. Интеллектуально-креативное развитие персонала позволяет повысить и укрепить конкурентоспособность каждого предприятия и его работника.

### Заключение

Таким образом, развитие интеллектуально-креативных ресурсов является важным условием развития предприятий нефтяной отрасли. Каждый участник рынка стремится эффективно продать свои товары и услуги. Профессионально это может сделать представитель креативного сектора с помощью рекламы, а результативность предлагаемых услуг могут повысить современные технологии.

Интеграция креативных подходов требует смены мышления – от восприятия творчества как излишества к пониманию его как стратегического ресурса. Компании, которые сумеют выстроить эту связь, получают конкурентное преимущество в эпоху, где успех определяется не только объёмом добытой нефти, но и способностью мыслить нестандартно.

В нефтяной отрасли, которая традиционно воспринимается как технологически консервативная и ориентированная на производственные показатели, потенциал креативных практик остаётся во многом недооценённым. Между тем именно здесь креативный подход способен дать ощутимый эффект в ключевых направлениях деятельности.

### Литература

1. Виниченко В.А. Влияние теории поколений на кадровую политику промышленных предприятий / В.А. Виниченко, К.В. Ростовцев, М.С. Хохолуш // Экономика труда. 2022. Т. 9, № 10. С. 1559–1576. DOI 10.18334/et.9.10.116371.
2. Власова В.В., Дитковский К.А. (2025) Динамика и структура промышленного производства России [Электронный ресурс]. URL: <https://issek.hse.ru/news/1046793074.html>
3. Коршунова Е.Д. Анализ проблем обеспечения интеллектуально-креативными ресурсами инновационно ориентированных предприятий / Е.Д. Коршунова, С.В. Лукина, А.А. Кутин // Социальные и экономические системы. 2022. № 5(29). С. 211–225.

4. Минфин пересмотрел параметры бюджета из-за снижения цен на нефть / РБК. Экономика [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/30/04/2025/6812652b9a7947efca2f3469>
5. Научное программное обеспечение для разведки и добычи [Электронный ресурс]. URL: <https://rn.digital/>
6. Петрашевская Ю.В. Тенденции развития мирового рынка труда в сфере креативных индустрий // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2024. № 2(78).
7. Семеркова Л.Н. Отличие функций менеджмента в креативных индустриях от традиционных индустрий / Л.Н. Семеркова, Н.С. Васильев // Вестник ГГУ. 2023. № 4. С. 235–240.
8. Шкарина В.С. Интеллектуальный капитал и система менеджмента в организациях креативной экономики // Государственное управление. Электронный вестник. 2024. № 106. С. 103–115. DOI 10.55959/MSU2070-1381-106-2024-103-115.
9. Creative Economy Outlook 2022 [Electronic resource]. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_en.pdf)
10. Les Industries Créatives: catalyseurs de richesse et de rayonnement pour la métropole [Electronic resource]. URL: [https://www.cmm.ca/externe/pdf/etude\\_industries\\_creatives.pdf](https://www.cmm.ca/externe/pdf/etude_industries_creatives.pdf)

DOI: [10.34773/EU.2026.1.19](https://doi.org/10.34773/EU.2026.1.19)

## Карьерные треки сотрудников и их роль в развитии бизнеса<sup>\*</sup>

### Career Tracks of Employees and Their Role in Business Development

---

Э. ЛОГВИНОВСКАЯ, Г. МУХАМЕТШИНА

---

Логвиновская Элина Ильдусовна, магистрант ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий» (УУНиТ). E-mail: [g\\_elina98@mail.ru](mailto:g_elina98@mail.ru)

Мухаметшина Гульнара Рафаэлевна, канд. соц. наук, доцент, доцент УУНиТ. ORCID: 0000-0003-2146-718X. E-mail: [ggr-nauka@mail.ru](mailto:ggr-nauka@mail.ru)

**Аннотация.** Тренды на рынке труда меняются очень быстро, поэтому изучение построения карьерных треков не теряет своей актуальности. Карьерный трек в современных социально-экономических условиях следует рассматривать с двух точек зрения: как личный стратегический план развития сотрудника и как средство развития бизнеса. Этот инструмент позволяет удержать сотрудников в компании, повышает лояльность и вовлеченность, помогает воспитать свой кадровый резерв, а также положительно влияет на HR-бренд. Авторы статьи представили разные подходы к построению карьерного трека, представили основные выгоды, которые получит организация, вкладываясь в развитие своих сотрудников.

**Ключевые слова:** карьера, карьерный трек, профессиональное развитие, организация, стратегия развития.

**Abstract.** Labor market trends are changing rapidly, so studying career paths remains relevant. In today's socioeconomic climate, career paths should be considered from two perspectives: an employee's personal strategic development plan and business development. This tool helps retain employees, increases loyalty and engagement, helps develop a talent pool, and positively impacts the HR brand. The authors of this article presented various approaches to career path development and outlined the key benefits an organization will receive by investing in its employees' development.

**Key words:** career, career track, professional development, organization, development strategy.

---

<sup>\*</sup> Ссылка на статью: Логвиновская Э.И., Мухаметшина Г.Р. Карьерные треки сотрудников и их роль в развитии бизнеса // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2026. № 1. С. 103–107. DOI: [10.34773/EU.2026.1.19](https://doi.org/10.34773/EU.2026.1.19).