

УДК 658:639.2/3

Экономика, международное сотрудничество и нормативные правовые основы рыбохозяйственной деятельности

Корпоративная культура как фактор устойчивого развития предприятий рыбохозяйственного комплекса Российской Федерации

Н.Н. Яркина, Н.А. Логунова

Керченский государственный морской технологический университет (ФГБОУ ВО «КГМТУ»), ул. Орджоникидзе, 82, г. Керчь, 298309
E-mail: natalya_logunova@mail.ru
SPIN-код: Н.Н. Яркина 1339-3911, Н.А. Логунова 2280-5628

Цель работы: актуализация и научно-прикладная конкретизация корпоративной культуры, как фактора устойчивого развития предприятий рыбохозяйственного комплекса РФ. **Используемые методы:** метод научного обзора, включающий отбор, анализ, систематизацию и логическое обобщение информации по проблематике корпоративной культуры и устойчивого развития, и такие его разновидности, как аксиоматический и дескриптивный методы; статистические методы простых преобразований и интерпретации. **Новизна** результатов исследования определяется тем, что экономическая категория «корпоративная культура» уточнена и существенно дополнена как фактор устойчивого развития предприятий рыбохозяйственного комплекса Российской Федерации. **Результаты исследования:** в работе представлена системно-структурированная характеристика корпоративной культуры как научного экономического понятия; обоснована её актуальность как фактора устойчивого развития предприятий рыбохозяйственного комплекса; акцентирован её потенциал в решении проблем обеспечения здорового образа жизни и нутриционной безопасности населения страны, а также сохранения водных биоресурсов и морских экосистем; предложены обобщённые формулировки миссии предприятий рыболовства и товарной аквакультуры; дано её определение как комплексного понятия в контексте устойчивого развития предприятий национального рыбохозяйственного комплекса. **Практическая значимость** исследования состоит в том, что его направленность отвечает общемировому тренду на устойчивое развитие, в частности, на решение проблем продовольственной, нутриционной, экологической безопасности «силами» корпоративной культуры предприятий рыбохозяйственного комплекса. Представленные примеры, обобщения и наработки могут послужить отправной точкой для формирования эффективной корпоративной культуры отдельных предприятий рыбной отрасли России.

Ключевые слова: корпоративная культура, предприятия рыбохозяйственного комплекса, устойчивое развитие, фактор.

Corporate Culture as a Factor in the Sustainable Development of Fisheries Enterprises in the Russian Federation

Natalya N. Yarkina, Natalya A. Logunova

Kerch State Maritime Technological University (KSMTU), 82, Ordzhonikidze str., Kerch, 298309, Russia

The aim of the study is the scientific and applied specification of corporate culture as a factor in the sustainable development of enterprises in the fisheries sector of the Russian Federation. The study uses the method of scientific review, including selection, analysis, systematization, and logical generalization of information on corporate culture and sustainable development, along with axiomatic and descriptive methods, and basic statistical techniques of transformation and interpretation. The novelty of the research lies in clarifying the economic category of corporate culture and defining it as a key factor in the sustainable development of fisheries enterprises. The study presents a systematically structured description of corporate culture as a scientific and economic concept, substantiates its relevance to sustainable development, highlights its potential in promoting a healthy lifestyle, nutritional security, and the preservation of aquatic bioresources and marine ecosystems. Generalized mission statements for fisheries and aquaculture enterprises are proposed, and corporate culture is defined as a comprehensive concept in the context of sustainability. The practical significance of the research lies in its alignment with the global agenda for sustainable development, particularly in solving issues of food, nutritional, and environmental security through the corporate culture of fisheries enterprises. The presented examples and findings can serve as a starting point for forming an effective corporate culture within individual Russian fishing companies.

Keywords: corporate culture, fisheries enterprises, sustainable development, factor.

ВВЕДЕНИЕ

Устойчивое развитие предприятий рыбохозяйственного комплекса Российской Федерации – безальтернативный вектор современности, обусловленный необходимостью обеспечить не только жизнеспособность, но высокий уровень качества жизни последующим поколениям, отклониться от которого означает поставить под угрозу их будущее благополучие.

Идея устойчивого развития общества имеет давнюю предысторию и подкреплена целым пакетом программных документов международного уровня, среди которых по критериям своевременности, целеопределённости и предметности выделяется «Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года» [ОНН, 2015] – документ, в котором обозначены семнадцать целей в области устойчивого развития, значимое место в реализации которых занимает рыбохозяйственный комплекс, в частности, рыболовство и аквакультура как первичное ресурсообеспечивающее звено в цепочке создания ценности рыбной продукции.

Устойчивое развитие предприятий рыбохозяйственного комплекса справедливо ставится в прямую зависимость от создания и внедрения в эксплуатацию судов и промыслового оборудования нового поколения, развития и применения голубых биотехнологий, разработки экологических проектов относительно водной среды обитания и т. д., способствующих совершенствованию технической и технологической (т. е. материальной) базы производства рыбной отрасли. Современная наука обеспечивает высокий потенциал устойчивого развития рыбохозяйственного комплекса на инновационной технико-технологической основе, реализация которого на практике сталкивается не только с трудностями финансового обеспечения свойственных для рыболовства и аквакультуры капиталоёмких проектов, но и зависит от действенности и эффективности механизма управления рыбохозяйственными предприятиями, важнейшим инструментальным средством которого является корпоративная культура – нематериальный актив, возрастающую роль которой в устойчивом развитии трудно переоценить.

Цель исследования – актуализация и научно-прикладная конкретизация корпоративной культуры как фактора устойчивого развития предприятий рыбохозяйственного комплекса Российской Федерации (РХК РФ).

МАТЕРИАЛ И МЕТОДЫ

В основу исследования были положены:

- программные документы и материалы ООН и её подразделений (ФАО) по вопросам устойчивого раз-

вития, включая устойчивое развитие рыболовства и аквакультуры [Развитие аквакультуры, 2013], а также Ассоциации судовладельцев рыбопромыслового флота (Россия)^{1,2,3,4,5};

– научные публикации и практические наработки в сфере корпоративной культуры зарубежных и отечественных авторов, среди которых целесообразно выделить: Дж. Греннан и К. Ли, проделавших основательный анализ более восьмидесяти источников относительно сущностных характеристик корпоративной культуры, рассматривая её как неформальный институт, сложную многоэлементную структуру, имеющую высокий потенциал развития благодаря современным цифровым технологиям, позволяющим глубже понять влияние культурных изменений на экономические явления и бизнес-результаты и своевременно их принять или опровергнуть [Grennan, Li, 2022]; Б. Грайсберга, Дж. Ли, Дж. Прайса и Дж. Ченга [Groysberg et al., 2018], акцентирующих роль лидера в формировании и реализации корпоративной культуры, выделивших ключевые характеристики корпоративной культуры и установивших сферы влияния корпоративной культуры на успех деятельности предприятия; М. Григорак и В. Лега, рассматривающих корпоративную культуру в качестве нематериального актива и действенного инструмента повышения эффективности управления предприятием стратегического уровня, выделяющих её реинжиниринговый потенциал [Hryhorak, Leha, 2020]; Н. Акрамову [2024], определяющую эффективную корпоративную культуру как ключевой фактор долговременного успеха акционерных обществ, выделяя основные проблемы её формирования и пути их решения; М. Кожахметову, М. Алиеву и К. Мадыханову [2022], результатом исследований которых, в том числе, стала количественная оценка влияния корпоративной культуры на экономическую эффективность предприятий на основе авторского методического подхода; А. Гретченко, Т. Петрову и А. Рафаеву [2024], выделяющих инновационность корпоративной культуры

¹ ООН. 2015. Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. Резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей 25 сентября 2015 года. A/RES/70/1. 44 с. https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/2030_Agenda_ru.pdf

² ООН. 1987. Наше общее будущее. Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию. <https://www.un.org/ru/ga/pdf/brundtland.pdf>

³ ФАО. 2015. Инициатива ФАО «Голубой рост» и аквакультура. <http://www.fao.org/sofi/43732-0d96f652208820299a272b5bd477b0406.pdf>

⁴ ФАО. 1995. Кодекс ведения ответственного рыболовства. Рим. <https://www.fao.org/iuu-fishing/international-framework/code-of-conduct-for-responsible-fisheries/ru/>

⁵ АСРФ. 2022. Кодекс устойчивого рыболовства. <https://fsarf.ru/fishing/>

ры как свойство, предопределяющее потенциал развития компаний на инновационной основе; М. Рабха, обозначившего тенденции корпоративной культуры на 2025 год, которые не потеряют своей актуальности и на последующие годы⁶;

– данные официальной статистики ФАО, Российской Федерации, Всероссийского научно-исследовательского института рыбного хозяйства и океанографии (ВНИРО) [Состояние мирового ..., 2014, 2024; Российский статистический ..., 2021, 2024; Статистические ведения..., 2022-2024^{7,8}];

– материалы официальных сайтов ведущих рыбохозяйственных компаний Российской Федерации^{9,10,11};

– результаты предыдущих авторских исследований в области устойчивого развития национального рыбохозяйственного комплекса [Яркина, 2019; Яркина, Логунова, 2023].

Теоретическая часть исследования опиралась на такие научные методы как «научный обзор», в основе которого лежат отбор, анализ, систематизация и логическое обобщение информации из различных первоисточников по проблематике корпоративной культуры и устойчивого развития, и, в частности, на: аксиоматический метод (идея которого состоит в принятии ранее установленных утверждений и характеристик относительно корпоративной культуры к определению корпоративной культуры как фактора устойчивого развития предприятий рыбного хозяйства, их уточнении и дополнении с учётом предмета исследования); дескриптивный метод (требующий выделения опорных понятий исследования, позволяющий конкретизировать ход исследования и акцентировать его ключевые моменты, такие как связь корпоративной культуры с устойчивым развитием рыбного хозяйства). Реализация выделенных методов сочетается с применением дедуктивного метода, как одного из ключевых в системе методов логического познания. Исследования прикладного характера проводились с применением таких статистических методов как простые преобразования и интерпретация.

⁶ Rabha M. 8 Corporate Culture Trends 2025. URL: <https://www.vantagecircle.com/en/blog/corporate-culture/>

⁷ АСРФ. Экспорт рыбной продукции в 2023 году. <https://fsarf.ru/analytics/eksport-rybnoy-produktsii-v-2023-godu/>

⁸ Раскинули сети. Отраслевые рейтинги. 20 крупнейших рыболовецких компаний РФ. <https://vestnikaprk.ru/articles/otraslevye-reytingi/raskinuli-seti/>

⁹ SUSTAINABLE FUTURE. NOREBO. <https://norebo-cms.khromchenkov.com>

¹⁰ INARCTICA. <https://inarctica.com>

¹¹ АО «ОКЕАНРЫБФЛОТ». <https://okeanrybflot.ru>

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Понятие «культура» как исторически сложившийся образ жизни людей, включающий в себя ценности и нормы, верования и обряды, знания и умения, обычаи и установления, технику и технологии, способы мышления, деятельности, взаимодействия и коммуникации и т. д. [Межуев, 2006], позволяет рассматривать данную категорию не только как изначально социальное явление, но и как экономический феномен, имеющий различные экономические области проявления (в частности, «корпоративная культура», «бизнес культура», «инновационная культура», «риск-культура») и соответствующие им трактования. Понятие «корпоративная культура» представляется как наиболее ёмкое, предопределяющее общий подход и ориентиры для формирования «субкультур» предприятий.

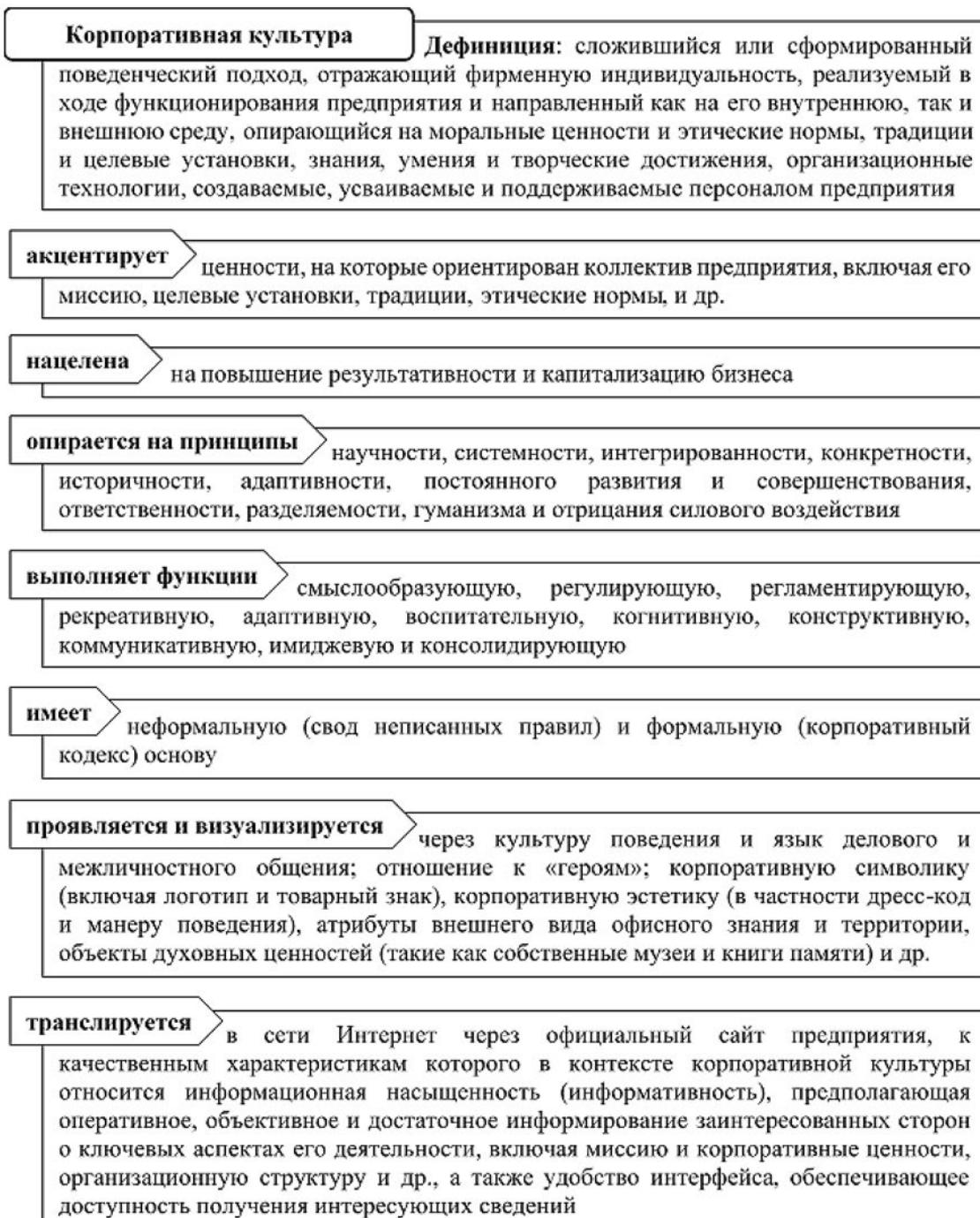
Анализ публикаций по проблематике корпоративной культуры позволил обозначить её существенное содержание и выделить основные аспекты и их характеристики, в системно-структурированном виде представленные на рис. 1.

Представленные характеристики раскрывают многогранность и функциональный потенциал корпоративной культуры как сложного явления – феномена современной экономики и значимого фактора устойчивого развития бизнеса.

«Набор» характеристик корпоративной культуры однотипен (универсален) для многих предприятий, что не относится к их содержательной стороне. На каждом предприятии действует свой культурный код, т. е. собственный набор ключевых ценностей, норм, традиций и моделей поведения, символов и целевых ориентиров, которые изменяются, уточняются с учётом складывающихся социально-экономических требований и тенденций современности.

Роль корпоративной культуры в условиях социально- и эколого-ориентированной экономики повышается, а первичный рыболовецкий сектор является значимой её составляющей.

Производители продукции из водных биоресурсов относятся к важнейшим субъектам обеспечения продовольственной и нутриционной безопасности. По данным ФАО более 3,1 млрд человек (свыше 40% населения планеты) не могут позволить себе здоровое питание. Рыбная отрасль обеспечивает в пищевом рационе мирового населения около одной шестой части животного белка (по данным 2022 года – около 15%) и пятнадцатую часть всего потребляемого белка. При этом отмечается опережающий рост потребления рыбы по сравнению с темпами роста спроса на говядину, свинину и птицу [Состояние мирового ..., 2024].

**Рис. 1.** Содержательная характеристика корпоративной культуры**Fig. 1.** Substantive characteristics of corporate culture

Россия занимает пятое место в восьмёрке стран – мировых лидеров в секторе рыболовства: Китай (14,3%), Индонезия (8,0%), Индия (6,0%), Перу (5,8%), РФ (5,4%), США (4,6%), Вьетнам (3,9%) и Япония (3,2%) (по данным ФАО за 2022 год [Состояние мирового ..., 2024]). При этом доля рыбной продукции в рационе её жителей составляет около 11% (по данным исследования медиа-

холдинга Rambler&Co¹²), со значительным отрывом от потребления птицы, на долю которой приходится 62%, и говядины, свинины и т. п., совокупно занимающих 27%.

В табл. 1 представлены данные, позволяющие оценить и сравнить уровень, динамику и структуру

¹² Rambler&Co. <https://rambler-co.ru/>

объёмов производства продукции мирового и отечественного секторов рыболовства и аквакультуры, а также уровень и динамику подушевого потребления продукции их водных биоресурсов животного происхождения (под общим названием «рыбная продукция») в Мире и России.

достиг 2,6 млн т, превысив на 16,8% итоги 2022 года,¹⁶ что в целом не является сдерживающим фактором отечественного потребления рыбной продукции населением. Потенциал отечественной рыбодобычи достаточно высок и в первую очередь это касается минтая – основной промысловой рыбы России, добыча которой

Таблица 1. Данные для сравнительной характеристики мирового и российского рыболовства и аквакультуры за 2000-2023 гг.

Table 1. Data for comparative characteristics of world and Russian fisheries and aquaculture for 2000-2023

Годы	Производство продукции в эквиваленте живого веса, млн т, всего		В том числе				Потребление рыбной продукции на душу населения, кг	
	Мир	РФ	Мир	РФ	Мир	РФ	Мир	РФ
1990	97,7	8,122*	84,6	7,862*	13,1	0,260*	14,4	20,4*
2000	126,0	4,089	93,6	4,012	32,4	0,077	14,5	9,5
2010	148,1	4,160	89,1	4,024	59,0	0,136	18,7	15,5
2020	177,5	5,375	89,8	5,084	87,7	0,291	20,2	20,0
2021	182,8	5,489	91,6	5,170	91,2	0,319	20,6	21,0
2022	185,4	5,341	91,0	4,993	94,4	0,348	20,7	19,2
2023	186,6	5,761	90,6	5,396	96,0	0,365	20,8	22,6

Источники: составлено по данным ^{13,14,15}; * – ориентировочные данные.

Отметим, что среднедушевое годовое потребление рыбной продукции в мире стабильно увеличивается. Основными факторами этого роста послужили «увеличение предложения, развитие технологий хранения и распределения, изменение предпочтений потребителей и рост доходов населения» [Состояние мирового ..., 2024].

Россия в 2023 году превысила по уровню потребления рыбной продукции среднемировые данные и только приближается к максимальному среднедушевому уровню потребления рыбной продукции, достигнутому в восьмидесятых годах прошлого столетия и составившему 23 кг на человека. Следует подчеркнуть, что в настоящее время среднедушевая годовая норма потребления рыбы и других водных биоресурсов животного происхождения в стране, рекомендованная Минздравом РФ, составляет 28 кг. Поэтому достигнутые результаты далеки от оптимистических.

Значительная доля добывших российскими рыбопромысловиками водных биоресурсов животного происхождения экспортируется, в частности, по данным анализа, проведённого Ассоциацией судовладельцев рыбопромыслового флота (АСРФ), объём экспорта рыбной продукции из России в 2023 году

может быть существенно увеличена. Соотносимо с мировыми тенденциями, доходы населения Российской Федерации растут (что позволяет «примириться» с ростом цен на рыбопродукцию), технологии рыбодобычи, аквакультуры, переработки, хранения и доведения рыбной продукции до потребителя развиваются (что способствуют повышению качества конечной продукции из живых водных биоресурсов), а что касается изменения предпочтений потребителей – это проблема! По данным Росстата, доля рыбной продукции в продуктовой корзине россиян по итогам 2023 года составила 2,1% [Российский статистический ..., 2024].

Причины потребительской «невостребованности» и «непривлекательности» рыбной продукции в стране оказались, на первый взгляд, неочевидными, связанными с недостаточностью знаний и слабой информированностью о самой рыбе и морепродуктах, их потребительской пользе и характеристиках по видовому составу и степени обработки/переработки, способах «правильного» и вкусного приготовления в домашних условиях и т. д.

О необходимости развивать и прививать культуру потребления рыбной продукции говорилось в рамках дискуссии «Барьеры и драйверы потребления рыбы в России: маркетинг и развитие здорового питания

¹³ ФАО. <https://www.fao.org/home/ru>

¹⁴ Росстат. <https://rosstat.gov.ru/>

¹⁵ ВНИРО. <http://www.vniro.ru/ru/>

¹⁶ АСРФ. Экспорт рыбной продукции в 2023 году. <https://fsarf.ru/analytics/eksport-rybnoy-produktsii-v-2023-godu/>

населения» на Восточном экономическом форуме – 2024 во Владивостоке. Отмечалось, что информирование граждан о пользе рыбопродуктов, рыбные фестивали и кулинарные мастер-классы, проекты, связанные с увеличением доступности качественной продукции во всех регионах, обеспечат рост подушевого потребления рыбной продукции в стране.

Функция популяризации рыбной продукции и повышения информированности населения о ней должна выполняться на уровне всех экономических субъектов, начиная с производителей, далее торговых и маркетинговых структур, отрасли в целом в лице Росрыболовства и государства. Но именно производители – предприятия рыболовства и аквакультуры – более чем кто-либо заинтересованы в том, чтобы результаты их деятельности дошли до конечного потребителя с максимальной для него пользой и в полном объеме, обеспечив рыбопроизводителям соответствующие экономические выгоды.

Корпоративная культура, может стать тем единственным инструментом, который через формулировку основополагающих ориентиров (предназначения – миссии) и ценностей, которым следует предприятие, будет транслировать его вклад в общественно значимое благо, создавая и поддерживая собственный репутационный статус.

В миссии предприятий РХП РФ должна отражаться значимость продукции из водных биоресурсов как фактора обеспечения здорового образа жизни и нутриционной безопасности. В ней должен быть заложен потенциал влияния на изменение потребительских предпочтений в пользу рыбопродукции, что соответствует мировым тенденциям и согласуется с второй целью в области устойчивого развития – «Ликвидация голода и обеспечение продовольственной безопасности» [ООН, 2015]. Таким образом, через формулировку миссии можно стремиться влиять на формирование спроса на продукцию предприятий РХП РФ.

Рассматривая проблему устойчивого развития предприятий РХК РФ, кроме акцентирования его потребительской компоненты, следует остановиться на ресурсной составляющей. Базовый ресурс отрасли в секторальных рамках рыболовства активно эксплуатируется, что ставит под угрозу его воспроизводственную способность не только на уровне расширенного воспроизводства, но и простого, и, соответственно, угрожает последующим поколениям в полноценном и достаточном обеспечении рыбной продукцией. Следует отметить, что воспроизводственный потенциал аквакультуры тоже ограничен. На развитие российского рыбоводства влияют как общие для миро-

вой аквакультуры стоп-факторы (удорожание кормов и снижение прироста производительности из-за внедрения более строгих экологических норм в странах-производителях, проблемы с размещением новых производственных мощностей из-за конкуренции за землю, деградация земельных угодий, отведенных под аквакультуру, деградация прибрежных акваторий, используемых для марикультуры, вследствие негативного антропогенного воздействия и деструктивных методов использования водной среды, и др.), так собственные факторы в странах (недостаток рыбохранилищ, недостаток отечественных мальков и недостаток комбикормов).

Количественные и качественные характеристики ресурсной базы рыболовства и аквакультуры напрямую зависят от состояния водных экосистем в районах промысла и рыборазведения. Соответственно, ответственное отношение к рыболовству и аквакультуре должно входить в систему ценностей, декларируемых корпоративной культурой и находить отражение в формулировке миссии рыбохозяйственных предприятий.

«Сохранение морских экосистем» – это четырнадцатая цель в области устойчивого развития, определяющая «сохранение и рациональное использование океанов, морей и морских ресурсов» как элемент устойчивого развития [ООН, 2015], реализация которой возложена и на предпринимательский уровень сектора «рыболовство и аквакультура», но при этом без сохранения морских экосистем невозможно устойчивое развитие самих предприятий РХП РФ.

Главным «ретранслятором» миссии и корпоративных ценностей является официальный сайт предприятия.

Анализ официальных сайтов ТОП-20 крупнейших рыбодобывающих компаний в РФ за 2023 год,^{17,18,19} а также сайтов других предприятий рыболовства и аквакультуры показал, что кроме «стандартного» набора сведений, дополнительная информация о предприятии на них как правило не представлена. И только на сайте ООО «Восток-рыба» (п. Усть-Камчатск), из числа рассмотренных предприятий, выложен слоган «Когда работа – произведение искусства». Тем показательнее являются примеры двух рыбохозяйственных холдингов: АО «НОРЕБО ХОЛДИНГ» (крупнейший вертикально-интегрированный рыбопромыш-

¹⁷ Раскинули сети. Отраслевые рейтинги. 20 крупнейших рыболовецких компаний РФ. <https://vestnikarp.ru/articles/otraslevye-reytingi/raskinuli-seti/>

¹⁸ SUSTAINABLE FUTURE. NOREBO. <https://norebo-cms.khromchenkov.com>

¹⁹ INARCTICA. <https://inarctica.com>

Таблица 2. Миссия и корпоративные ценности АО «Норебо холдинг» и «ПАО «ИНАРКТИКА»

Table 2. Mission and corporate values of JSC NOREBO HOLDING and PJSC INARCTICS

Компания	АО «НОРЕБО ХОЛДИНГ»	«ПАО «ИНАРКТИКА»
Сектор	Рыболовство	Аквакультура
Миссия	Мы хотим, чтобы будущие поколения наслаждались качеством и вкусом дикой рыбы и морепродуктов. Для этого мы защищаем океаны с помощью: сохранения запасов рыбы в устойчивом состоянии; минимизации нашего влияния на экосистему морей в процессе добычи; работы, нацеленной на развитие устойчивого рыболовства	Мы повышаем качество жизни людей за счёт обеспечения доступа к свежей, высококачественной и богатой питательными элементами красной рыбе
Корпоративные ценности	1. Надёжность 2. Честность 3. Инновационность 4. Лидерство	1. Здоровый лосось 2. Арктическая свежесть на вашем столе 3. Рыбный день в любой день 4. Наша рыба – ваше здоровье 5. Родная планета 6. Финансовое благополучие
Кодекс поведения	Разделы: – Политика в области устойчивого рыболовства – Положения об экипаже рыбопромыслового судна и рыболовстве – Корпоративные социальные стандарты	–

ленный холдинг, включающий в себя рыбодобывающие предприятия на северо-западе России и Дальнем Востоке) и «ПАО «ИНАРКТИКА» (вертикально-интегрированный холдинг – лидер в сегменте производства аквакультурного атлантического лосося и морской форели в России во фьордах Баренцева моря и озёрах Карелии), зарегистрированных в Мурманской области. В табл. 2 приведены формулировки их миссии и корпоративных ценностей, представленные на сайтах холдингов. Следует отметить визуальную эстетику и функциональность этих сайтов, высокий уровень информативности с детализацией и толкованием изложенного.

Формулировки миссии, определения и уточнения корпоративных ценностей и другие материалы сайтов АО «НОРЕБО ХОЛДИНГ» и «ПАО «ИНАРКТИКА» несут в себе посыл к тому, что принцип устойчивого развития на основе ответственного рыболовства и аквакультуры, а также корпоративной и социальной ответственности заложен в основу их деятельности.

Предприятия сами формулируют миссию и определяют корпоративные ценности. Тем не менее, при формулировании миссии рыбодобывающих предприятий целесообразно акцентировать «удовлетворение потребностей населения в продукции из «дикой» рыбы и других животных водного происхождения без ущерба для экосистемы Мирового океана», при формулировании миссии предприятий товарной аквакультуры – «удовлетворение общественных потребностей в живой рыбе и других объектах аквакультуры,

способствуя сохранению «диких» запасов». К корпоративным ценностям можно добавить «развитие», «партнёрство», «профессионализм», «наставничество», «ответственность» и многое другое.

Понятие «ответственность» многогранно. Корпоративная культура должна отражать в том числе и ответственное отношение к персоналу предприятия, ибо люди – это наивысшая ценность. Проявление уважения и чествование ветеранов и передовиков труда, поддержка молодёжи (что особенно важно с учётом современных возрастных демографических диспропорций и соответствующих проблем с обеспечением трудовыми ресурсами), благоприятный психологический климат, атмосфера доброжелательности, поддержки и участия и т. д., также характеризуют уровень корпоративной культуры предприятия.

Труд рыбаков очень тяжёл, при этом наблюдается дефицит квалифицированной рабочей силы в отрасли и соответственно скрытая конкуренция среди работодателей за неё, и одного высокого уровня заработной платы недостаточно, чтобы сформировалась устойчивая приверженность работников к своей компании. Следует подчеркнуть, что коэффициент текучести кадров – это один из показателей эффективности корпоративной культуры, определяющий уровень производительности труда на предприятии. По данным Росстата²⁰: рыболовство по среднему уровню оплаты труда занимает второе место среди всех видов эконо-

²⁰ Росстат. <https://rosstat.gov.ru/>

мической деятельности РФ, уступая только финансам и страхованию; в 2024 году средняя зарплата в секторе рыболовства составила 175,4 тыс. руб., в два раза превысив средний уровень заработной платы по российской экономике в целом (88 тыс. руб.).

Положительно заявить о себе, демонстрируя высокий уровень корпоративной культуры, предприятие может не только через собственный сайт, но и через такие внешние атрибуты как корпоративные символы, в частности, товарный знак или логотип предприятия на фасаде офисного здания, в изображении которого может быть явно представлен или зашифрован ключевой признак его идентификации. На авторском фото (рис. 2) изображён фасад офисного здания АО «Океанрыбфлот», в верхней части которого расположены товарный знак и одновременно эмблема предприятия – «глаз минтая» – который присутствует и на корпоративном сайте компании.²¹



Рис. 2. Офисное здание и музей АО «Океанрыбфлот»
(г. Петропавловск-Камчатский)

Fig. 2. Office building and museum of JSC Okeanrybflot
(Petropavlovsk-Kamchatsky)

Минтай является основным объектом промысла предприятия и, как отмечалось, главным объектом промысла в стране, на долю которого приходится

около 36% всех отечественных уловов. Одноэтажное здание справа от офиса – это музей истории АО «Океанрыбфлот» – первый интерактивный промышленный музей Камчатки, в котором посредством высоких технологий рассказывается не только об истории компании, её знаковых событиях и людях, о том как устроен производственный процесс рыбодобычи, специалисты каких профессий в нём задействованы и многом другом, но и о рыбе и рыбной промышленности, что значительно расширяет круг его посетителей – носителей и пользователей информации, определяющей как положительный имидж предприятия, так и привлекательность промышленного рыболовства, раскрывающей пользу рыбной продукции. Музей истории АО «Океанрыбфлот» – это один из популярных туристических объектов г. Петропавловск-Камчатский.

Корпоративная культура предприятий РХК РФ определяет организационную идентичность их персонала, формирует ощущение надёжности и чувство социальной защищённости, а также даёт понимание причастности к решению важнейших проблем современности – поддержанию надлежащего уровня качества жизни населения страны, обеспечению нутриционной безопасности и сохранению морских экосистем.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Корпоративная культура является стратегическим нематериальным активом предприятий рыбозаводского комплекса РФ и важным фактором их устойчивого развития. Выполняя ключевую роль в достижении продовольственной, нутриционной и экологической безопасности страны, корпоративная культура формирует ценности и миссию предприятий, определяет их социальную и экологическую ответственность, а также укрепляет репутационный капитал отрасли.

Корпоративная культура представляет собой детерминанту успешного, экономически эффективного бизнеса и источник конкурентных преимуществ предприятия, действующие через принцип вовлеченности, т. е. желание сотрудника внести свой вклад в достижение корпоративных целей и готовность взять на себя соответствующую ответственность. Она способствует активизации инновационного поведения, определяя возможности профессиональной самореализации и саморазвития членов трудового коллектива с высоким функциональным потенциалом.

Таким образом, корпоративная культура предприятия выполняет роль скрепы, предлагая набор методов и инструментов с помощью которых формируется коллектив единомышленников, «смотрящих в одну

²¹ АО «ОКЕАНРЫБФЛОТ». <https://okeanrybflot.ru>

сторону» – сторону устойчивого развития, ориентированного на соблюдение баланса между экономическими, социальными и экологическими целями общества.

Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Соблюдение этических норм

Все применимые этические нормы соблюдены.

Финансирование

Работа выполнена по личной инициативе, без дополнительного финансирования.

ЛИТЕРАТУРА

- Кожахметова М.К., Алиева М.М., Мадыханова К.А. 2022. Корпоративная культура как эффективный инструмент деятельности организации // Central Asian Economic Review. № . 4(145). С. 82-93. DOI: 10.52821/2789-4401-2022-4-82-93.
- Межуев В.М. 2006. Идея культуры. Очерки по философии культуры. М.: Прогресс-Традиция, 408 с.
- Развитие аквакультуры. 4. Экосистемный подход к аквакультуре. 2013. Техническое руководство ФАО по ответственному рыбному хозяйству. № 5, Приложение 4. Рим. ФАО. 76 с.
- Российский статистический ежегодник. 2021. Стат. сб. М.: Росстат. 692 с.
- Российский статистический ежегодник. 2024. Стат. сб. М.: Росстат. 630 с.
- Состояние мирового рыболовства и аквакультуры. Возможности и проблемы. 2014. Рим: ФАО. 253 с.
- Состояние мирового рыболовства и аквакультуры – 2024. 2024. «Голубая трансформация» в действии. Рим: ФАО. 264 с. DOI: 10.4060/cd0683ru
- Статистические сведения по рыбной промышленности России. 2022. М: ВНИРО. 86 с.
- Статистические сведения по рыбной промышленности России. 2023. М.: ВНИРО. 82 с.
- Статистические сведения по рыбной промышленности России. 2024. М.: ВНИРО. 84 с.
- Яркина Н.Н. 2019. Устойчивое развитие и инициатива «Голубой рост» // Вестник Керченского государственного морского технологического университета. № 3. С. 117-131.
- Яркина Н.Н., Логунова Н.А. 2023. Устойчивое развитие рыбохозяйственного комплекса Российской Федерации: факторы и тенденции // Труды ВНИРО. Т. 192. С. 192-201. DOI: 10.36038/2307-3497-2023-192-192-201
- Akramova N. 2024. Aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ madaniyatni rivojlantirish istiqbollari // Iqtisodiy Taraqqiyot va Tahlil. V. 2. No. 12. P. 24-33. (На узбекском). DOI: 10.60078/2992-877X-2024-vol2-iss12-pp24-33
- Grennan J., Li K. 2022. Corporate Culture: A Review and Directions for Future Research // SSRN Electronic Journal. DOI: 10.2139/ssrn.4095565
- Gretchenko A.A., Petrova T.A., Rafaeva A.P. 2024. The role of corporate culture in the innovative activity of the organization // Scientific and analytical journal Science and Practice of the Plekhanov Russian University of Economics. V. 16. No. 1(53). P. 32-39.
- Groysberg B., Lee J., Price J., Cheng J. 2018. The Leader's Guide to Corporate Culture // Harvard Business Review. No. 1 (January-February). P. 44-52.
- Hryhorak, M. Yu, Leha V. O. 2020. Corporate culture reengineering strategy of a multinational logistics company // Intellectualization of Logistics and Supply Chain Management. No. 3(3). P. 18-28. DOI: 10.46783/smart-scm/2020-3-2
- REFERENCES**
- Kozhakhmetova M.K., Alieva M.M., Madykhanova K.A. 2022. Corporate culture as an effective tool for organizations // Central Asian Economic Review. No. 4(145). P. 82-93. DOI: 10.52821/2789-4401-2022-4-82-93. (In Kazakh).
- Mezhuev V.M. 2006. The idea of culture. Essays on the philosophy of culture. Moscow: Progress-Tradition. 408 p. (In Russ.)
- Aquaculture development. 4. Ecosystem approach to aquaculture. 2013. FAO Technical Guidelines for Responsible Fisheries. No. 5, Suppl. 4. Rome, FAO. 76 p.
- Russian Statistical Yearbook. 2021: Stat. book. Moscow: Rosstat. 692 p. (In Russ.)
- Russian Statistical Yearbook. 2024: Stat. book. Moscow: Rosstat. 630 p. (In Russ.)
- State of world fisheries and aquaculture. Opportunities and problems. 2014. Rome, FAO. 253 p.
- State of world fisheries and aquaculture – 2024. 2024. «Blue transformation» in action. Rome, FAO. 264 p. DOI: 10.4060/cd0683ru.
- Statistical information on the fishing industry of Russia. 2022. Moscow: VNIRO Publish. 86 p. (In Russ.)
- Statistical information on the fishing industry of Russia. 2023. Moscow: VNIRO Publish. 82 p. (In Russ.)
- Statistical information on the fishing industry of Russia. 2024. Moscow: VNIRO Publish. 84 p. (In Russ.)
- Yarkina N.N. 2019. Sustainable development and the «Blue Growth» initiative // Bulletin of the Kerch State Maritime Technological University. No. 3. P. 117-131. (In Russ.)
- Yarkina N.N., Logunova N.A. 2023. Sustainable development of the fishery complex of the Russian Federation: factors and tendencies // Trudy VNYRO. V. 192. P. 192-201. DOI: 10.36038/2307-3497-2023-192-192-201. (In Russ.)
- Akramova N. 2024. Aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ madaniyatni rivojlantirish istiqbollari // Iqtisodiy Trudy VNIRO. 2025. V. 200. P. 206-216

Taraqqiyot va Tahsil. V. 2. No. 12. P. 24-33. (In Uzbek).
DOI: 10.60078/2992-877X-2024-vol2-iss12-pp24-33

Grennan J., Li K. 2022. Corporate Culture: A Review and Directions for Future Research // SSRN Electronic Journal.
DOI: 10.2139/ssrn.4095565

Gretchenko A.A., Petrova T.A., Rafaeva A.P. 2024. The role of corporate culture in the innovative activity of the organization // Scientific and analytical journal Science and Practice of the Plekhanov Russian University of Economics. V. 16. No. 1(53). P. 32-39.

Groysberg B., Lee J., Price J., Cheng J. 2018. The Leader's Guide to Corporate Culture // Harvard Business Review. No. 1 (January-February). P. 44-52.

Hryhorak, M. Yu, Leha V.O. 2020. Corporate culture reengineering strategy of a multinational logistics company // Intellectualization of Logistics and Supply Chain Management. No. 3(3). P. 18-28. DOI: 10.46783/smart-scm/2020-3-2

Поступила в редакцию 08.04.2025 г.

Принята после рецензии 15.08.2025 г.

