

## ИННОВАЦИОННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ КАК СПОСОБ ДОСТИЖЕНИЯ БИЗНЕС-ЦЕЛЕЙ

Г.Г. Руденко<sup>1</sup>, В.Н. Сидорова<sup>1</sup>, Н.В. Сидоров<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова (Москва, Россия)

<sup>2</sup> Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Москва, Россия)

### Информация о статье

Дата поступления  
15 октября 2020 г.

Дата принятия в печать  
1 сентября 2021 г.

### Тип статьи

Обзорная статья

### Ключевые слова

Инновационная экономика, изменения, организационная культура, корпоративная культура, бизнес-цели организации, экосистема в бизнесе, конкурентоспособность организации

**Аннотация.** Рассматривается современная ситуация в социально-экономической сфере, которая предполагает динамизм и внедрение цифровизации. В этих условиях особое значение приобретает организационное развитие компании, которое в условиях инновационной экономики должно носить инновационный характер. Важнейшей составляющей организационного развития является корпоративная культура. Анализируются основные этапы изменения и развития организационной культуры компании. Выявлены направления изменений организационной культуры, в том числе через личность руководителя, через изменение системы мотивации и стимулирования труда, отбора и продвижения персонала, через негативные и позитивные истории, мифы, легенды и др., которые могут как ослабить, так и усилить корпоративную культуру компании. Анализируется опыт компании, которая в условиях инновационной экономики и перехода на цифровизацию осуществила ребрендинг и переход на «экосистему» в бизнесе. Раскрывается история толкования понятия «экосистема» в бизнесе. Сделан вывод о необходимости организационного развития компании, изменений в корпоративной культуре, которые должны быть своевременны, качественны, адекватны изменениям в окружающей внешней среде, быть инновационными и способствовать достижению бизнес-целей организации.

## INNOVATIVE CHANGE IN CORPORATE CULTURE AS A WAY TO ACHIEVE BUSINESS GOALS

G.G. Rudenko<sup>1</sup>, V.N. Sidorova<sup>1</sup>, N.V. Sidorov<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Plekhanov Russian University of Economics (Moscow, Russia)

<sup>2</sup> Financial University under the Government of the Russian Federation (Moscow, Russia)

### Article info

Received  
October 15, 2020

Accepted  
September 1, 2021

### Type paper

Review

### Keywords

Innovative economy, changes, organizational culture, corporate culture, the business goals of the organization, ecosystem in business, competitiveness of the organization

**Abstract.** The article examines the current situation in the socio-economic sphere, which presupposes dynamism and the introduction of digitalization. In these conditions, the organizational development of the company acquires special importance, which in an innovative economy should be innovative. The most important component of organizational development is corporate culture. The main stages of changes and development of the organizational culture of the company are analyzed. The directions of changes in the organizational culture, including through the personality of the head, through a change in the system of motivation and stimulation of labor, selection and promotion of personnel, through negative and positive stories, myths, legends, which can both weaken and strengthen the corporate culture of the company, have been identified. The article analyzes the experience of a company that, in the context of an innovative economy and the transition to digitalization, has carried out a rebranding and transition to an "ecosystem" in business. The history of the interpretation of the concept of ecosystem in business is revealed. The conclusion is made about the need for organizational development of the company, changes in the corporate culture, which should be timely, of high quality, adequate to changes in the external environment, be innovative and contribute to the achievement of the organization's business goals.

**1. Введение.** Корпоративная культура – важнейший фактор эффективности развития компании, что было определено еще в 1970-е гг. американскими специалистами. Но ее формирование и развитие непосредственно связано с внедрением инноваций, которые должны способствовать реализации целей бизнеса, а также способствовать повышению конкурентоспособности организации.

Ассоциацией менеджеров было проведено исследование, целью которого стало определение лиц компании, которые занимаются внедрением инноваций. Полученные результаты свидетельствуют о том, что специальный целевой департамент существует только в 23 % случаев. В основном подобными вопросам занимается либо высшее руководство организации (83 % случаев), либо заместители. В ряде случаев внедрением инноваций занимаются топ-менеджеры. К сожалению, пока нет каких-то методик, которые были бы достаточно формализованы для внедрения инноваций в организационную культуру компании. Чаще всего предлагается внедрение изменений либо высшим руководством, либо HR-службой.

Значительный интерес к такому явлению, как организационная культура, связан со всё возрастающим значением человеческого капитала для достижения бизнес-целей организации, а также с назревшей необходимостью пользоваться грамотными социальными технологиями управления человеческими ресурсами.

**2. Обзор литературы.** Организационной и – ее разновидности – корпоративной культуре посвящены работы многих современных специалистов. Так, следует отметить работу Т.О. Соломанидиной, которая сделала успешную попытку выяснения роли организационной культуры в системе управления человеческими ресурсами компании, а также уточнить ее важнейшие элементы, цели и ценности.

С позиции выявления «теоретико-методологических основ и концептуального аппарата изучения инновационной культуры как типа культуры современного западного общества» следует выделить исследования, проведенные Н.Н. Малаховой. Автор считает, что «инновационная культура по своему происхождению является экономической культурой современного общества, возникшей в связи с необходимостью институтов инновационной экономики в определенной социокультурной среде, обеспечивающей их эффективное функционирование

и развитие. В то же время инновационная культура, являясь саморегулируемой системой, реализуется в определенных модусах своего существования: личность – деятельность – результаты деятельности, что приводит к значительным изменениям в различных сферах общественной жизни» [1, с. 2].

Непосредственно корпоративной культуре посвящены исследования В.А. Спивака. В частности, автор делает успешную попытку рассмотреть сущность корпоративной культуры, ее структуру, вопросы управления корпоративной культурой.

Для каждой организации, а особенно промышленного предприятия, актуальным является формирование его инновационно-инвестиционной стратегии. Через проведенные разработки Д.С. Линиченко доказывает, что в качестве инновационного механизма компании может служить организационное культуростроение, что повышает инновационный потенциал фирмы [2].

Интересный подход к исследованию корпоративной культуры предлагается Д. Деминым, который основан на выявлении самых распространенных заблуждений по поводу этого явления, что, несомненно, поможет в решении практических задач компаний.

Свой взгляд на высокоэффективную культуру организации предложила М.И. Бодрова, согласно которой существует два ее основных источника: социальная ответственность и человеческий капитал. Ее мнение: «Мы видим высокую вероятность синергетического эффекта обоих составляющих в целях формирования высокоэффективной организационной культуры в частности, и развития предприятий в Российской Федерации в целом...» [3, с. 1645].

Актуальным можно считать исследование организационной культуры не только в производственной компании или в банковской сфере, но и в вузовской среде, в том числе студенческой, чему посвящена монография С.Д. Резника и М.В. Черниковской [4]. Авторы сделали успешную попытку разработки системы управления развитием организационной культуры в студенческой среде, а также принципов и механизмов ее реализации.

Необходимо отметить особую актуальность исследований, посвященных развитию механизмов управления организационной культурой в условиях преодоления последствий глобального кризиса, вызванного пандемией COVID-19

(см., напр., исследования Н.О. Столярова), в том числе значимость формирования новых подходов к управлению организационной культурой персонала, используемого на условиях удаленной занятости, а также развитию методического инструментария оценки эффективности организационной культуры управления [5; 6].

Следует отметить, что и зарубежные специалисты активно изучают корпоративную культуру как в теоретическом, так и практическом планах. В частности, можно отметить анализ корпоративной культуры компании *Toyota* М. Хосеуса и Дж. Лайкера.

Вопросам трансформаций корпоративной культуры посвящена работа Д. Катценбаха, Д. Томаса, Г. Андерсена.

Диагностика организационной культуры, ее типология представлены в известной работе К. Камерона и Р. Куинна. В их работе дана методика, которая позволяет выделить два измерения: во-первых, гибкость, дискретность и динамизм в сравнении с уровнем стабильности, порядка и контроля; во-вторых, уровень внутренней ориентации, интеграции и единства наряду с уровнем внешней ориентации и соперничества. В результате сочетания критериев авторы выделили четыре типа организационной культуры: иерархическая (бюрократическая), рыночная, клановая и адхократическая [7].

В условиях инновационной экономики возникает проблема консерватизма корпоративной культуры, препятствующей достижению бизнес-целей организации, в связи с чем появляется необходимость внедрения инновационной организационной культуры.

Методологической базой исследования являются анализ причинно-следственных связей, сравнение и группировка, а также использование индуктивного и дедуктивного методов научного познания.

**3. Гипотезы и методы исследования.** Гипотеза настоящего исследования заключается в том, что организационные изменения, в том числе изменения в организационной культуре, должны быть инновационными и способствовать достижению бизнес-целей компании. Основные используемые методики – критического анализа научной и методической литературы, а также практического опыта различных компаний.

Информационной базой исследования являются такие информационные источники, как данные и сведения из отечественных и зару-

бежных работ (книг и журнальных статей), отчетов реальных компаний, отечественных и зарубежных статистических материалов.

**4. Результаты исследования.** Традиционно основными бизнес-целями компании в долгосрочной перспективе являются увеличение доли рынка, повышение качества изготавливаемой продукции, снижение издержек производства по сравнению с основными конкурентами, повышение конкурентоспособности на рынке и др. В качестве средне- и краткосрочных целей обычно выступают увеличение пределов поступления прибыли, ускоренный рост доходов, рост прибыли на вложенный капитал, прочное финансовое положение компании, повышение цены акций для корпораций и др.

Но для достижения указанных выше бизнес-целей кроме представленных в современной отечественной и зарубежной литературе (см. выше) типов организационной культуры, на наш взгляд, наиболее перспективным следует считать деление организационной культуры на консервативную и инновационную и развитие именно инновационной организационной культуры.

Речь идет о том, что одной из важнейших характеристик организационной культуры является ее устойчивость, поскольку именно организационная культура формирует правила, традиции, нормы поведения и т. д., которые разделяются и бездоказательно принимаются сотрудниками. Естественно, что эти правила, традиции, нормы поведения и др. складываются достаточно длительное время, требуют большой разъяснительной работы со стороны менеджмента компании, со стороны сотрудников. Часто они закрепляются в кодексе корпоративной культуры организации. Характеристиками консервативного типа организационной культуры можно назвать ответственность, дисциплину, стабильность.

Но в современной, быстро меняющейся и нестабильной, рыночной ситуации, когда внедрение инноваций жизненно необходимо практически любой компании, подобная «застывшая» организационная культура становится консервативной и является тормозом в развитии организации и достижении ее бизнес-целей. Это подтверждается статистикой. Так, специалисты отмечают, что если в XX в. жизненный цикл бизнес-модели организации был равен примерно 75 годам, то в наши дни сократился в среднем до 7 лет.

Таким образом, особо значимым становится формирование инновационного типа организационной культуры, в которой новаторство, инициативность, креативность и творчество являются внутриорганизационными ценностями. Следует отметить, что подобная организационная культура, ее формирование и внедрение являются инновацией и для самой фирмы. Это, в свою очередь, требует от компании определенных затрат, в том числе материальных, временных и др. Необходимо иметь в виду, что, как любое изменение, внедрение подобной культуры скорее всего вызовет сопротивление персонала, который должен будет работать в поле инновационной культуры.

На наш взгляд, внедрение инновационной организационной культуры требует изменений и организационной структуры управления. Основой такой структуры должны быть следующие позиции: гибкость реагирования на внешние и внутренние изменения, адаптивность к ним, восприятие и оценка новаций. Инновационная организационная структура предполагает способность и возможность компании выявлять потребность и инициировать внедрение новшеств как с позиции управления фирмы, так и с позиции производства и реализации новой продукции. Опыт показывает, что такими инновационными структурами, в частности, являются проектные или программно-целевые структуры.

Формирование инновационной организационной культуры предполагает изменение существующей организационной культуры. Рассмотрим, каким образом осуществляются ее изменения.

Изменения организационной в целом или корпоративной культуры в частности должны осуществляться в рамках организационного развития компании, которое в условиях инновационной экономики должно носить инновационный характер.

Инновационную природу организационного развития отмечал еще Й. Шумпетер, подчеркивая значение феномена разрушения в созидательных целях [8].

Суть феномена в том, что творческое разрушение в конкретной организации предполагает необходимость постоянного введения инноваций при отмирании устаревшего в целях выживания на рынке. При этом и группы, и отдельные индивиды, являющиеся жизненно важными фрагментами каждой компании, должны меняться, но это достаточно трудная задача.

Современные специалисты также подчеркивают значение развития для организации и определяют основные факторы этого с позиции организационной культуры.

Развитие – это тот аспект, на котором акцентируется внимание исследователей. Наиболее актуальный вопрос при этом – результат развития.

На наш взгляд, сегодня в условиях динамично меняющейся социально-экономической обстановки, в условиях цифровизации экономики значимым фактором существования инновационной культуры компании становится адаптивность. Адаптивность предполагает умение организации приспосабливаться и выживать в быстро меняющейся рыночной среде, для чего компания должна уметь предвидеть возможные изменения в бизнес-среде и не только оперативно на них реагировать, но и превентивно внедрять современные технологии, в первую очередь цифровые.

Рассмотрим основные этапы деятельности по внедрению инновационных изменений организационной культуры компании.

Первый этап предполагает аргументацию причин необходимости внедрения изменений в организационную культуру. Он может включать:

1) определение целей, стратегии, возможного результата изменений организационной культуры;

2) анализ уже имеющейся организационной культуры, что предполагает:

– формирование команды специалистов, которые будут наделены особыми полномочиями и снабжены необходимой информацией;

– обследования в компании, состоящие из опроса (анкетирование и интервьюирование), социометрии и расчета социометрических индексов (социометрического статуса и эмоциональной экспансивности);

– определение символического менеджмента компании;

– выявление легенд и мифов организации;

– определение влияния имеющейся и будущей культуры на эффективность работы фирмы.

Следует отметить, что исследования ведущих специалистов в области организационной культуры, таких как К. Камерон, Р. Куинн, Д. Денисон, В. Нил, Т. Питерс, Р. Уотерман, Т. Парсонс и др., позволяют сделать вывод о том, что эффективность деятельности компа-

ний, возможность достижения бизнес-целей в большой степени определяется их организационной культурой.

Так, исследования Д. Денисона показали взаимосвязь организационной культуры с такими значимыми бизнес-показателями, как прибыльность, удельный вес компании в обороте рынка, качество продукта или услуги, рост продаж, инновации, удовлетворенность работников и т. д. [9].

Исследование, проведенное Д. Денисоном и Э. Мишрой в США [10], показывает, что доходность компании наиболее тесно связана с ее согласованностью и миссией. Высокие показатели по вовлеченности и адаптивности связаны с инновационностью компании, а развитая адаптивность и миссия – с объемом продаж. Кроме того, по данным исследования, проведенного Д. Денисоном и К. Феем, ключевыми факторами доходности, инновационности, а также качества продукции и услуг являются вовлеченность и адаптивность [11]. Согласно положениям Т. Парсонса, если ценности организации (как известно, это элемент организационной культуры) помогают последней интегрироваться, адаптироваться, взаимодействовать с партнерами в рамках закона и достигать желаемых результатов, значит, они влияют на нее в направлении успеха [12].

Следует отметить, что введение изменений в организационную культуру должно сопровождаться ростом ее эффективности, поскольку только в этом случае она может способствовать достижению бизнес-целей компании.

Еще один важный момент – это изменение отношения предпринимателей через изменение организационной культуры к человеческому фактору. И именно этому должна способствовать инновационная организационная культура.

Ярким примером внедрения инновационной организационной культуры, использования возможностей инновационных изменений корпоративной культуры на практике является ребрендинг Сбербанка в 2020 г. В процессе ребрендинга произошли существенные изменения в некоторых элементах корпоративной культуры.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что инновационная организационная культура предполагает обязательность следующих аспектов деятельности компании:

– социальное информирование сотрудников о стратегических целях, миссии, видении, месте компании на рынке;

– в организации поощряется обмен идеями и информацией;

– мотивируется и стимулируется инновационное проектное управление и экспериментирование;

– важнейшая идея: подбор персонала с инновационным мышлением.

**5. Заключение.** Можно сделать следующие выводы.

Организационная и, в частности, корпоративная культура является важным фактором повышения эффективности деятельности компании.

В современной, быстро меняющейся и нестабильной, рыночной ситуации, когда внедрение инноваций жизненно необходимо практически любой компании, особое значение для достижения бизнес-целей компании имеет выделение консервативной и инновационной организационных культур, изменение организационной культуры фирмы в сторону инновационной.

Изменения организационной в целом или корпоративной культуры в частности должны осуществляться в рамках организационного развития компании, которое в условиях инновационной экономики должно носить инновационный характер.

Важнейшей характеристикой инновационной организационной культуры является адаптивность, которая предполагает умение организации приспосабливаться и выживать в быстро меняющейся рыночной среде.

Работа по внедрению инновационных изменений организационной культуры компании должна осуществляться в соответствии с определенными этапами по разным направлениям деятельности фирмы.

Исследования отечественных и зарубежных специалистов показали значение организационной культуры для достижения бизнес-целей компании, увеличения показателей ее деятельности. Особое место при формировании и внесении изменений в организационную культуру компании занимает определение ее эффективности.

Ярким примером внедрения инновационной организационной культуры, использования возможностей инновационных изменений корпоративной культуры на практике является ребрендинг Сбербанка в 2020 г.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что инновационная организационная культура предполагает обязательность

таких аспектов деятельности компании, как социальное информирование, обмен идеями и информацией, открытость экосистемы и др.

В результате можно сделать вывод, что перемены в организации, в том числе в корпо-

ративной культуре компании, необходимы, но они должны быть своевременны, качественны, адекватны изменениям внешней среды, быть инновационными и способствовать достижению бизнес-целей организации.

### Литература

1. Малахова Н. Н. Инновационная культура как фактор изменений современного общества. – М. : БИБЛИО-ГЛОБУС, 2017. – 340 с.
2. Линиченко Д. С. Модель организационного культуростроения как инновационного механизма промышленного предприятия // Российское предпринимательство. – 2011. – Т. 12, № 9. – С. 36–42.
3. Бодрова М. И. Человеческий капитал и социальная ответственность – источники для формирования высокоэффективной организационной культуры // Креативная экономика. – 2019. – Т. 13, № 9. – С. 1635–1650. – DOI: 10.18334/ce.13.9.41012.
4. Резник С. Д., Черниковская М. В. Организационная культура российского студенчества в условиях изменений социально-экономической среды : моногр. – М. : Инфра-М., 2018. – 176 с.
5. Столяров Н. О. Развитие методического инструментария оценки эффективности организационной культуры управления // Лидерство и менеджмент. – 2020. – Т. 7, № 2. – С. 247–256. – DOI: 10.18334/lim.7.2.100970.
6. Столяров Н. О. Развитие механизмов управления организационной культурой в условиях преодоления последствий глобального кризиса, вызванного пандемией COVID-19 // Лидерство и менеджмент. – 2020. – Т. 7, № 3. – С. 393–404. – DOI: 10.18334/lim.7.3.110861.
7. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры / пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой. – СПб. : Питер, 2001. – 121 с.
8. Шумпетер И. Теория экономического развития. – М. : Прогресс, 1992. – 215 с.
9. Денисон Д., Лиф К., Лэйн Н. Изменение корпоративной культуры в организациях. – СПб. : Питер, 2013. – 192 с.
10. Denison D. R., Mishra A. K. Toward a Theory of Organizational Culture and Effectiveness // Organization Science. – 2006. – Vol. 6, iss. 2. – P. 204–223.
11. Fey C. F., Denison D. R. Organizational Culture and Effectiveness: Can American Theory Be Applied in Russia? // Organization Science. – 2003. – Vol. 14, iss. 6. – P. 686–706
12. Шакурова А. В. К вопросу о связи типа организационной культуры и организационной эффективности // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2008. – № 4. – С. 270–277.

### References

1. Malakhova N.N. *Innovatsionnaya kul'tura kak faktor izmenenii sovremennogo obshchestva* [Innovative culture as a factor of changes in modern society]. Moscow, BIBLIO-GLOBUS publ., 2017. 340 p. (in Russian).
2. Linichenko D.S. Model of organizational culture-building as an innovative mechanism of industrial enterprise. *Russian Journal of Entrepreneurship*, 2011, Vol. 12, no. 9, pp. 36-42. (in Russian).
3. Bodrova M.I. Human capital and social responsibility are the sources for the formation of a highly effective organizational culture for the development of enterprises in the Russian Federation. *Journal of Creative Economy*, 2019, Vol. 13, no. 9, pp. 1635-1650. DOI: 10.18334/ce.13.9.41012. (in Russian).
4. Reznik S.D., Chernikovskaya M.V. *Organizatsionnaya kul'tura rossiiskogo studenchestva v usloviyakh izmenenii sotsial'no-ekonomicheskoi sredy* [Organizational culture of Russian students in the context of changes in the socio-economic environment], Monograph. Moscow, Infra-M publ., 2018. 176 p. (in Russian).
5. Stolyarov N.O. Development of methodological tools for evaluating the effectiveness of organizational management culture. *Leadership and Management*, 2020, Vol. 7, no. 2, pp. 247-256. DOI: 10.18334/lim.7.2.100970. (in Russian).

6. Stolyarov N.O. Development of organizational culture management mechanisms in the context of overcoming the consequences of the global crisis caused by the COVID-19 pandemic. *Leadership and Management*, 2020, Vol. 7, no. 3, pp. 393-404. DOI: 10.18334/lim.7.3.110861. (in Russian).
7. Kameron K.S., Quinn R.E. *Diagnosing and Changing Organizational Culture*. St. Petersburg, Piter publ., 2001. 121 p. (in Russian).
8. Schumpeter J. *The Theory of Economic Development*. Moscow, Progress publ., 1992. 215 p. (in Russian).
9. Denison D., Lief C., Lane N. *Leading Culture Change in Global Organizations: Aligning Culture and Strategy*. St. Petersburg, Piter publ., 2013. 192 p. (in Russian).
10. Denison D.R., Mishra A.K. Toward a Theory of Organizational Culture and Effectiveness. *Organization Science*, 2006, Vol. 6, iss. 2, pp. 204-223. (in Russian).
11. Fey C.F., Denison D.R. Organizational Culture and Effectiveness: Can American Theory Be Applied in Russia? *Organization Science*, 2003, Vol. 14, iss. 6, pp. 686-706.
12. Shakurova A.V. On the relations between the type of organizational culture and organizational efficiency. *Vestnik of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod*, 2008, no. 4, pp. 270-277. (in Russian).

#### **Сведения об авторах**

**Руденко Галина Георгиевна** – д-р экон. наук, профессор базовой кафедры торгово-промышленной палаты «Развитие человеческого капитала»  
 Адрес для корреспонденции: 117997, Россия, Москва, Стремянный пер., 36  
 E-mail: Rudenko.GG@rea.ru  
 РИНЦ AuthorID: 423248

**Сидорова Вера Николаевна** – канд. экон. наук, доцент, профессор кафедры организационно-управленческих инноваций  
 Адрес для корреспонденции: 117997, Россия, Москва, Стремянный пер., 36  
 E-mail: veras2013@mail.ru  
 РИНЦ AuthorID: 572612

**Сидоров Николай Владимирович** – канд. экон. наук, доцент департамента психологии и развития человеческого капитала  
 Адрес для корреспонденции: 125993, Россия, Москва, Ленинградский пр., 49  
 E-mail: nikolaysidorov630@gmail.com  
 РИНЦ AuthorID: 670176

#### **Вклад авторов**

**Руденко Г.Г.** – разделы 1, 2  
**Сидорова В.Н.** – раздел 3, 0,5 раздела 4  
**Сидоров Н.В.** – 0,5 раздела 4, раздел 5

#### **Для цитирования**

Руденко Г. Г., Сидорова В. Н., Сидоров Н. В. Инновационные изменения корпоративной культуры как способ достижения бизнес-целей // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2021. – Т. 19, № 3. – С. 70–76. – DOI: 10.24147/1812-3988.2021.19(3).70-76.

#### **About the authors**

**Galina G. Rudenko** – Doctor of Economic Sciences, Professor of the Basic Department of the Chamber of Commerce and Industry "Development of Human Capital"  
 Postal address: 36, Stremyanniy per., Moscow, 117997, Russia  
 E-mail: Rudenko.GG@rea.ru  
 RSCI AuthorID: 423248

**Vera N. Sidorova** – PhD in Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Organizational and Management Innovations  
 Postal address: 36, Stremyanniy per., Moscow, 117997, Russia  
 E-mail: veras2013@mail.ru  
 RSCI AuthorID: 572612

**Nikolay V. Sidorov** – PhD in Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Psychology and Human Capital Development  
 Postal address: 49, Leningradskii pr., 125993, Moscow, Russia  
 E-mail: nikolaysidorov630@gmail.com  
 RSCI AuthorID: 670176

#### **Authors' contributions**

**Rudenko G.G.** – sections 1 and 2  
**Sidorova V.N.** – section 3, half of the section 4  
**Sidorov N.V.** – half of the section 4, section 5

#### **For citations**

Rudenko G.G., Sidorova V.N., Sidorov N.V. Innovative change in corporate culture as a way to achieve business goals. *Herald of Omsk University. Series "Economics"*, 2021, Vol. 19, no. 3, pp. 70-76. DOI: 10.24147/1812-3988.2021.19(3).70-76. (in Russian).