

Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2023. № 2(59). С. 44–51  
*Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)*. 2023;(2(59)):44–51

Научная статья

УДК 65.1

doi: 10.47598/2078-9025-2023-2-59-44-51

## ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ В РЕГИОНАХ РОССИИ: ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

**Денис Николаевич Микрюков**

Компания «Био-Рад Лаборатории», Москва, Россия, denmikr@gmail.com,

<https://orcid.org/0009-0003-3960-037X>

**Аннотация.** В данной научной статье исследуется взаимосвязь между корпоративной культурой и инновационным развитием предприятий в регионах России. Основываясь на эмпирических данных, автор статьи стремится выявить ключевые аспекты корпоративной культуры, которые способствуют росту инновационной активности компаний, а также предложить практические рекомендации по формированию и развитию такой культуры в российских предприятиях. Для получения конкретных результатов используются качественные и количественные методы исследования, включая опросы, интервью и анализ статистических данных.

**Ключевые слова:** корпоративная культура, инновационное развитие, гибкие методы управления проектами, система внутренней коммуникации, привлечение внешних экспертов

**Для цитирования:** Микрюков Д. Н. Исследование влияния корпоративной культуры на инновационное развитие предприятий в регионах России: эмпирический анализ и практические рекомендации // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2023. № 2 (59). С. 44–51. <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2023-2-59-44-51>.

Research article

## INVESTIGATION OF THE INFLUENCE OF CORPORATE CULTURE ON INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN REGIONS OF RUSSIA: EMPIRICAL ANALYSIS AND PRACTICAL RECOMMENDATIONS

**Denis N. Mikryukov**

"Bio-Rad Laboratories" Company, Moscow, Russia, denmikr@gmail.com,

<https://orcid.org/0009-0003-3960-037X>

**Abstract.** This scientific article examines the relationship between corporate culture and innovation development of enterprises in regions of Russia. Based on empirical data, the author aims to identify key aspects of corporate culture that contribute to the growth of innovation activity of companies, as well as to provide practical recommendations for the formation and development of such culture in Russian enterprises. To obtain specific results, qualitative and quantitative research methods are used, including surveys, interviews, and analysis of statistical data.

**Keywords:** corporate culture, innovation development, flexible project management methods, internal communication system, external expert engagement

**For citation:** Mikryukov D. N. Investigation of the influence of corporate culture on innovative development of enterprises in regions of Russia: empirical analysis and practical recommendations. *Vestnik BIST (Bashkirskogo instituta social`ny`x texnologij)* = *Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)*. 2023;(2(59)):44–51. (In Russ.). <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2023-2-59-44-51>.

В современной экономике инновационное развитие играет ключевую роль в обеспечении конкурентоспособности компаний и роста экономики в целом. Однако, на практике многие предприятия сталкиваются с трудностями в реализации инновационных проектов и стратегий, что может быть связано с различными факторами. Одним из важных аспектов, влияющих на инновационное развитие предприятий, является корпоративная культура [1].

Корпоративная культура определяет систему ценностей, норм и поведенческих ориентиров, которые формируют уникальный стиль работы и взаимодействия внутри организации [2]. В последние годы активно развивается исследовательская линия, связанная с изучением влияния корпоративной культуры на инновационный потенциал предприятий [3]. Однако, большая часть исследований по данной тематике основана на зарубежном опыте, и существует нехватка исследований, анализирующих ситуацию в российских регионах.

Целью настоящего исследования является исследование взаимосвязи между корпоративной культурой и инновационным развитием предприятий в регионах России. Основываясь на анализе российской и зарубежной литературы, автор стремится выявить ключевые аспекты корпоративной культуры, которые способствуют росту инновационной активности компаний, и предложить практические рекомендации по формированию и развитию такой культуры в российских предприятиях.

Для достижения поставленной цели автор статьи предполагает использовать качественные и количественные методы исследования, включая опросы, интервью и анализ статистических данных. В исследовании будут использованы как российские, так и зарубежные источники, что позволит сравнить и адаптировать лучшие практики и подходы к формированию инновационной корпоративной культуры.

В данном исследовании будет проведено несколько этапов исследования. Во-первых, будет проведен анализ существующей научной литературы по теме корпоративной культуры и инновационного развития, что позволит определить основные теоретические подходы и концепции, используемые в исследовани-

ях. Во-вторых, автор соберет и проанализирует статистические данные и проведет опросы среди руководителей и сотрудников российских предприятий с целью оценки уровня инновационной активности и выявления особенностей корпоративной культуры.

На основе полученных результатов будут проведены корреляционный и регрессионный анализы для определения влияния различных аспектов корпоративной культуры на инновационное развитие предприятий в регионах России. На основе эмпирических данных автор предложит практические рекомендации по формированию и развитию корпоративной культуры, способствующей инновационному развитию российских предприятий.

Научная новизна статьи заключается в комплексном анализе влияния корпоративной культуры на инновационное развитие предприятий в регионах России с использованием сравнительного подхода и предложении практических рекомендаций для формирования инновационной корпоративной культуры.

Методология данного исследования основывается на комбинации качественных и количественных методов для получения глубокого понимания взаимосвязи между корпоративной культурой и инновационным развитием предприятий в регионах России.

С применением количественных методов будет проведен сбор статистических данных о российских предприятиях, их инновационной активности и корпоративной культуре, а также корреляционный и регрессионный анализы для определения степени влияния различных аспектов корпоративной культуры на инновационное развитие предприятий.

Предлагаемое исследование базируется на взаимосвязи между корпоративной культурой и инновационным развитием предприятий в России.

Организационная культура является сложным явлением, описывающим ценности, нормы, верования и образцы поведения, которые представляют собой общую основу для функционирования и развития предприятия. Она определяет способы взаимодействия сотрудников между собой и с окружающей средой, а также влияет на процессы принятия решений и формирования стратегий.

Инновационный менеджмент изучает процессы планирования, организации, координации и контроля инновационной деятельности предприятий [4]. Он направлен на создание условий для систематического поиска и реализации инноваций, обеспечивающих конкурентоспособность и долгосрочное развитие компании [5].

Инновационная активность представляет собой процесс разработки, внедрения и распространения новых знаний, технологий, продуктов и услуг, а также организационных и управленческих решений [6]. Она может быть оценена с помощью различных показателей, таких как число патентов, инвестиций в НИОКР, доля новых продуктов в общем объеме продаж и др.

Существует ряд исследований, подтверждающих наличие связи между корпоративной культурой и инновационным развитием предприятий [7]. В частности, автор выделяет такие аспекты корпоративной культуры, способствующие инновационной активности, как ориентация на обучение, открытость изменениям, поддержка творчества и риск-ориентированность.

Однако отмечается также и ряд противоречий и неоднозначностей в исследованиях данной проблематики. Например, некоторые авторы указывают на то, что слишком сильная корпоративная культура может оказывать негативное влияние на инновационные процессы, поскольку она может стимулировать групповое мышление, конформизм и сопротивление переменам. В то же время другие исследования подчеркивают важность сбалансированного сочетания стабильности и гибкости, а также приверженности традициям и ориентации на инновации в корпоративной культуре.

Проведение исследования в российском контексте имеет особую актуальность, поскольку предприятия в России сталкиваются с рядом специфических вызовов и проблем в области управления инновациями и корпоративной культуры. В частности, отмечается недостаточная инновационная активность, связанная с отсутствием адекватных институтов поддержки, недостаточным уровнем финансирования и ограниченным доступом к знаниям

и технологиям. Кроме того, российская корпоративная культура характеризуется рядом особенностей, таких как сильная централизация управления, влияние традиционных ценностей и практик, а также высокая степень неформальных отношений [8].

Автор исследования провел количественный анализ корпоративной культуры и инновационного развития с целью выяснить, какие аспекты корпоративной культуры влияют на инновационное развитие предприятий.

Для количественного анализа взаимосвязи между корпоративной культурой и инновационным развитием предприятий в российском контексте автор использовал статистические данные Росстата и других доступных источников. Выборка состояла из данных по российским предприятиям различных отраслей и регионов за период 2015–2022 гг. Основными показателями корпоративной культуры служили уровень удовлетворенности сотрудников, степень вовлеченности и лояльности персонала, а также оценка организационной культуры по четырем типам (по модели Кэмерона и Куинна, 2006) [9]: иерархическая, клановая, рыночная и адхократическая. Инновационное развитие оценивалось на основе инновационной активности предприятий, доли инновационных продуктов в общем объеме продаж и объема инвестиций в НИОКР.

Корреляционный анализ показал статистически значимую положительную связь между адхократической корпоративной культурой и инновационной активностью предприятий ( $r = 0,52$ ,  $p < 0,01$ ), что согласуется с предположением о том, что организации с гибким, адаптивным и ориентированным на инновации подходом склонны к более активному инновационному развитию [9]. В то же время клановая и иерархическая культуры имели отрицательную корреляцию с инновационной активностью ( $r = -0,34$ ,  $p < 0,01$  и  $r = -0,42$ ,  $p < 0,01$  соответственно), что указывает на возможное снижение инновационного потенциала в условиях сильного фокуса на традициях, стабильности и формализации процессов.

Регрессионный анализ позволил определить степень влияния различных аспектов корпоративной культуры на инновационное развитие предприятий. Модель множественной

регрессии была сформирована следующим образом:

Инновационная активность =  $b_0 + b_1 \cdot$  адхократическая культура +  $b_2 \cdot$  рыночная культура +  $b_3 \cdot$  клановая культура +  $b_4 \cdot$  иерархическая культура +  $\varepsilon$ .

Результаты регрессионного анализа (табл. 1) показали, что адхократическая культура ( $b_1 = 0,35$ ,  $p < 0,01$ ) и рыночная культура ( $b_2 = 0,28$ ,  $p < 0,01$ ) оказывают статистически значимое положительное влияние на инновационную активность предприятий, подтверждая гипотезу о том, что организации с большим акцентом на гибкость, принятие риска и ориентацию на результаты способствуют инновационному развитию. В то же время клановая ( $b_3 = -0,25$ ,  $p < 0,01$ ) и иерархическая культуры ( $b_4 = -0,33$ ,  $p < 0,01$ ) имеют отрицательное влияние на инновационную активность, что указывает на необходимость управления корпоративной культурой с целью стимулирования инноваций [10].

Результаты количественного анализа корпоративной культуры и инновационного развития предприятий в российском контексте подтверждают и дополняют теоретические предположения, выявленные в ходе анализа литературы. Организации с адхократической и рыночной корпоративной культурой имеют большой потенциал для инновационного развития, поскольку они способны быстрее адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и принимать решения, основанные на риске и новаторстве [9]. В то же время сильная клановая и иерархическая культуры могут замедлять инновационный процесс из-за упора на стабильность, традиции и формализацию процессов.

Эти выводы могут служить основой для разработки практических рекомендаций по формированию и развитию инновационной корпоративной культуры на российских предприятиях. Например, руководители компаний могут активнее использовать инструменты управления корпоративной культурой для стимулирования инноваций, такие как создание комфортной атмосферы для обмена идеями и знаниями, внедрение системы поощрения за инновационные предложения и проекты, и проведение обучающих программ, направленных на развитие инновационного мышления сотрудников.

В дальнейших исследованиях может быть полезным расширить выборку, включая данные о предприятиях из других стран, чтобы провести сравнительный анализ и выявить специфику российского контекста в вопросе взаимосвязи корпоративной культуры и инновационного развития. Кроме того, могут быть исследованы дополнительные факторы, такие как внешняя среда, отраслевая принадлежность и размер организации, которые могут оказывать влияние на данную взаимосвязь и определять специфические стратегии управления корпоративной культурой для стимулирования инноваций.

Дополняя количественный анализ, качественное исследование позволяет получить более глубокое понимание специфических аспектов корпоративной культуры и их влияния на инновационное развитие предприятий. В рамках данного исследования были проведены опросы и интервью с руководителями и сотрудниками российских предприятий, а также анализ кейс-стади успешных компаний с инновационной корпоративной культурой.

**Таблица 1** — Результаты регрессионного анализа

Показатель	Коэффициент	Стандартная ошибка	t-статистика	p-значение
Константа	1,13	0,26	4,31	< 0,01
Адхократическая культура	0,35	0,06	5,91	< 0,01
Рыночная культура	0,28	0,07	4,18	< 0,01
Клановая культура	-0,25	0,08	-3,22	< 0,01
Иерархическая культура	-0,33	0,09	-3,76	< 0,01

При проведении опросов и интервью были выявлены следующие особенности корпоративной культуры и восприятия инноваций сотрудниками и руководителями предприятий:

– Открытость и доверие. Сотрудники высоко оценивают прозрачность и честность в общении между руководством и коллегами, что способствует обмену знаниями и идеями и стимулирует инновационную активность [11]. ООО «Яндекс» активно развивает открытую коммуникацию и доверительные отношения между сотрудниками и руководством, что способствует обмену знаниями и идеями и стимулирует инновационную активность [12].

– Поддержка инноваций на всех уровнях организации. Руководители активно поддерживают и поощряют инновационные идеи и проекты, создавая условия для их реализации и обеспечивая доступ к ресурсам. В АО «Лаборатория Касперского» существует система инновационных предложений, которая позволяет сотрудникам активно вносить свои идеи в развитие компании, а также проводятся внутренние хакатоны и инкубационные программы для развития новых проектов [13].

– Непрерывное обучение и развитие. Компании с инновационной корпоративной культурой акцентируют внимание на постоянном обучении и развитии сотрудников, что повышает их квалификацию и способствует генерации новых идей и решений. В ПАО «Сбербанк России» акцентируется внимание на обучении и развитии сотрудников, что способствует повышению их квалификации и генерации новых идей, а также создана программа внутренних инноваций, которая стимулирует развитие новых продуктов и услуг [14].

Анализ кейс-стадий успешных предприятий с инновационной корпоративной культурой позволил выявить следующие лучшие практики и принципы формирования такой культуры [15]:

– Вовлечение сотрудников в процесс инноваций. Создание команд, включающих представителей разных функциональных подразделений, для совместной работы над инновационными проектами, обеспечивает широту и глубину аналитического взгляда на проблему и мотивирует сотрудников к внесению своего вклада в успех проекта.

– Привлечение внешних экспертов. Внедрение практики привлечения экспертов из других компаний, университетов или научных институтов способствует обмену знаниями и идеями и получению новых знаний и компетенций.

– Гибкость в организации работы. Создание гибких структур управления, способствующих быстрому принятию решений и реализации инновационных идей, обеспечивает конкурентное преимущество компании.

Сравнительный анализ результатов количественного и качественного исследования позволил выделить следующие ключевые факторы, оказывающие влияние на инновационное развитие предприятий:

– Целенаправленная стратегия управления инновациями. Компании, которые имеют четкую стратегию развития и фокус на инновациях, лучше позиционируются на рынке и успешнее конкурируют.

– Инновационная корпоративная культура. Корпоративная культура, ориентированная на инновации, предполагает совместную работу сотрудников, поддержку и поощрение инновационных идей и проектов, а также непрерывное обучение и развитие персонала.

– Гибкость организационной структуры. Гибкость в организации работы и быстрое принятие решений являются необходимыми условиями для успешной реализации инновационных идей и проектов.

Сравнительный анализ результатов количественного и качественного исследования, проведенного в России, позволил выявить ключевые факторы, влияющие на инновационное развитие предприятий. Один из главных выводов заключается в том, что инновационная корпоративная культура является ключевым фактором, влияющим на инновационное развитие компаний.

Для того, чтобы развивать инновационную культуру, автор предлагает компаниям следующие рекомендации:

1. Ориентировать корпоративную культуру на инновации, создавая атмосферу, которая поощряет сотрудников вносить свой вклад в инновационный процесс и поддерживает развитие инновационных идей.

2. Обеспечить постоянное обучение сотрудников новым технологиям и инновациям через



регулярные тренинги, семинары и курсы обучения, которые помогут компаниям сохранять конкурентное преимущество.

3. Формировать команды для инновационных проектов, чтобы обеспечить работу сотрудников над проектами, необходимыми для развития компании, и укрепить взаимодействие между отделами и командами.

Структура инновационных методов управления, которые автор считает важными для успешного внедрения инновационных процессов на предприятиях, представлена на рисунке 1.

Рекомендации для стратегического планирования развития:

- Определение целенаправленной стратегии инновационного развития. Разработка и реализация четкой стратегии инновационного развития является ключевым фактором успеха компаний в области инноваций. Компании должны определить свои цели и задачи в области инноваций и разработать план действий для их достижения.

- Установление партнерских отношений. Сотрудничество с другими компаниями, университетами, научными институтами и государственными организациями помогает компаниям получать новые знания и опыт, расширять свой инновационный потенциал и создавать новые возможности для развития.

- Внедрение цифровых технологий. Внедрение цифровых технологий позволяет компаниям улучшить процессы управления, оптимизировать бизнес-процессы и повысить эффективность своих инновационных проектов.

В заключение можно отметить, что проведенное исследование позволило получить глубокое понимание взаимосвязи между корпоративной культурой и инновационным развитием предприятий в России.

Основными результатами исследования показали, что корпоративная культура является ключевым фактором, определяющим инновационный потенциал компаний.

Также было выявлено, что инновационное развитие предприятий в России связано с такими факторами, как наличие гибких структур управления, стратегическое планирование развития и внедрение цифровых технологий.

На основании проведенного исследования можно предложить следующие направления для дальнейших исследований:

- изучение влияния национальной культуры на корпоративную культуру и инновационное развитие предприятий;

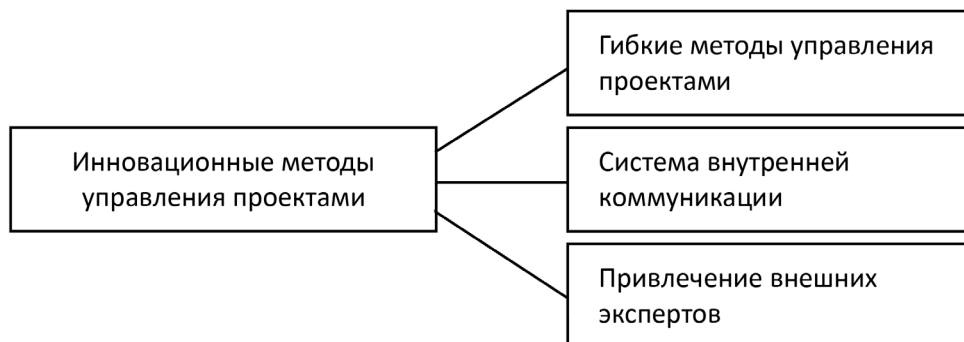
- исследование влияния лидерства на формирование корпоративной культуры и инновационное развитие предприятий;

- изучение опыта успешных компаний в области инноваций и выявление ключевых факторов, способствующих их успеху;

- исследование эффективности методов стимулирования инновационной деятельности сотрудников;

- изучение влияния инновационного развития предприятий на экономический рост и развитие регионов.

В целом, на основании проведенного исследования, автор делает вывод, что инновационное развитие предприятий в России зависит от многих факторов, включая корпоративную культуру, гибкие структуры управления и стратегическое планирование развития. Разработка и реализация соответствующих рекомендаций позволят компаниям повысить инновационный потенциал и улучшить результаты в этой области.



**Рисунок 1** — Иновационные методы управления проектами (Составлено автором)

**Figure 1** — Innovative project management methods (Compiled by the author)

**Список источников**

1. Марченко О. В. Значение корпоративной культуры в организации // Вестник УлГТУ. 2018. № 4 (84). С. 47–49.
2. Бровкина А. Ф. Корпоративная культура как фактор повышения успешности организации // Телескоп. 2021. № 1. С. 112–116.
3. Ишембаева С. В. Корпоративная культура как модель развития инновационной деятельности организаций // Экономические и Социально-гуманитарные исследования. 2016. № 3 (11). С. 27–31.
4. Tidd J., Bessant J. Innovation and entrepreneurship. John Wiley & Sons, 2018. 462 p.
5. Chesbrough H., Vanhaverbeke W., West J. Open innovation: Researching a new paradigm. Oxford University Press, 2008. 400 p.
6. Schumpeter J. A. Capitalism, socialism and democracy. Routledge, 2013. 460 p.
7. Dobni C. B. Measuring innovation culture in organizations: The development of a generalized innovation culture construct using exploratory factor analysis // European Journal of Innovation Management. 2008. Vol. 11, No. 4. P. 539–559.
8. Аксенов В. А., Носаков И. В., Хмелев И. Б. Изменение организационной культуры и мотивов поведения персонала коммерческих предприятий в современной России // Финансовые рынки и банки. 2022. № 5. С. 10–16.
9. Cameron K. S., Quinn R. E. Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework. John Wiley & Sons, 2011. 256 p.
10. O'Reilly C. A., Caldwell D. F., Chatman, J. A., Lapid M., Self, W. How leadership matters: The effects of leaders' alignment on strategy implementation // The Leadership Quarterly. 2010. Vol. 21, No. 1. P. 104–113.
11. Carmeli A., Spreitzer G. M. Trust, connectivity, and thriving: Implications for innovative behaviors at work // Journal of Creative Behavior. 2009. Vol. 43, No. 3. P. 169–191.
12. Хамзина И. Р. Формирование культуры предпринимательства как фактор устойчивого и безопасного развития предприятия на примере ООО «Яндекс» // Репозиторий Dspace : электронный архив ЮУрГУ. URL: [https://dspace.susu.ru/xmlui/bitstream/handle/0001.74/39309/2020\\_663\\_hamzinair.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.susu.ru/xmlui/bitstream/handle/0001.74/39309/2020_663_hamzinair.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
13. Никитина А. Ю., Лопаткин Д. С. Современные инструменты инновационного маркетинга ИТ-компаний (на примере АО «Лаборатория Касперского») // Успехи в химии и химической технологии. 2018. Т. 32, № 4 (200). С. 110–112.
14. Нороян Р. М. Инновационная деятельность ПАО Сбербанк // Инновационная наука. 2018. № 3. С. 37–40.
15. Yin R. K. Case study research: Design and methods. SAGE, 2009. 219 p.

**References**

1. Marchenko O. V. The value of corporate culture in the organization. *Vestnik UIGTU = Bulletin of UISTU*. 2018;(4(84)):47–49. (In Russ.).
2. Brovkina A. F. Corporate culture as a factor in increasing the success of an organization. *Teleskop = Telescope*. 2021;(1):112–116. (In Russ.).
3. Ishembaeva S. V. Corporate culture as a model for the development of innovative activities of organizations. *E`konomicheskie i Social`no-gumanitarny`e issledovaniya = Economic and Social-Humanitarian Studies*. 2016;(3(11)):27–31. (In Russ.).
4. Tidd J., Bessant J. Innovation and entrepreneurship. John Wiley & Sons; 2018. 462 p.
5. Chesbrough H., Vanhaverbeke W., West J. Open innovation: Researching a new paradigm. Oxford University Press; 2008. 400 p.
6. Schumpeter J. A. Capitalism, socialism and democracy. Routledge; 2013. 460 p.
7. Dobni C. B. Measuring innovation culture in organizations: The development of a generalized innovation culture construct using exploratory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*. 2008;11(4):539–559.
8. Aksenov V. A., Nosakov I. V., Khmelev I. B. Changing the organizational culture and behavioral motivations of the personnel of commercial enterprises in modern Russia. *Finansovy`e ry`nki i banki = Financial markets and banks*. 2022;(5):10–16. (In Russ.).
9. Cameron K. S., Quinn R. E. Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework. John Wiley & Sons; 2011. 256 p.
10. O'Reilly C. A., Caldwell D. F., Chatman, J. A., Lapid M., Self, W. How leadership matters: The effects of leaders' alignment on strategy implementation. *The Leadership Quarterly*. 2010;21(1):104–113.

11. Carmeli A., Spreitzer G. M. Trust, connectivity, and thriving: Implications for innovative behaviors at work. *Journal of Creative Behavior*. 2009;43(3):169–191.

12. Khamzina I. R. Formation of a culture of entrepreneurship as a factor of sustainable and safe development of an enterprise on the example of Yandex LLC. Dspace repository: SUSU electronic archive. (In Russ.). Available from: [https://dspace.susu.ru/xmlui/bitstream/handle/0001.74/39309/2020\\_663\\_hamzinair.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.susu.ru/xmlui/bitstream/handle/0001.74/39309/2020_663_hamzinair.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

13. Nikitina A. Yu., Lopatkin D. S. Modern tools for innovative marketing of IT companies (on the example of JSC "Kaspersky Lab"). *Uspexi v ximii i ximicheskoy texnologii = Advances in chemistry and chemical technology*. 2018;32(4(200)):110–112. (In Russ.).

14. Noroyan R. M. Innovative activity of PJSC Sberbank. *Innovacionnaya nauka = Innovative science*. 2018;(3):37–40. (In Russ.).

15. Yin R. K. *Case study research: Design and methods*. SAGE; 2009. 219 p.

#### **Информация об авторе**

Д. Н. Микрюков — руководитель отдела продаж «Клиническая Диагностика».

#### **Information about the author**

D. N. Mikryukov — the Head of Sales Department "Clinical Diagnostics".

---

Статья поступила в редакцию 13.04.2023; одобрена после рецензирования 21.04.2023; принята к публикации 23.06.2023.

The article was submitted 13.04.2023; approved after reviewing 21.04.2023; accepted for publication 23.06.2023.