

DOI: <http://dx.doi.org/10.21686/2410-7395-2022-1-115-126>

РАЗРАБОТКА КОРПОРАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ ЭВОЛЮЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ОПЕРАЦИОННОЙ) СТРУКТУРЫ

А. Л. Бобков

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

В статье рассматриваются предложенная автором методика разработки корпоративной стратегии на основе результатов проведенных ранее исследований закономерностей развития производственной (операционной) структуры коммерческих организаций Чешской Республики и разработанная теоретическая модель эволюции производственной (операционной) структуры. Ключевым отличием предложенной методики разработки корпоративной стратегии является использование разработанной автором модели эволюции производственной (операционной) структуры. Данная модель предполагает статистическую группировку коммерческих организаций по уровням их организационного развития. При этом для каждой группы характерны ключевые структурные особенности организаций и значения показателей их финансово-хозяйственной деятельности. Базируясь на этих особенностях, можно более точно описать будущее желаемое состояние организации и определить, как необходимо проводить трансформацию организации для достижения этого состояния. Для иллюстрации предложенной методики в статье рассмотрен кейс по разработке корпоративной стратегии для организаций розничной торговли Чешской Республики.

Ключевые слова: организационное развитие, статистические методы исследования, кластерный анализ.

Aleksander L. Bobkov

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

DEVELOPMENT OF CORPORATE STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF RETAIL ORGANIZATIONS BASED ON THE MODEL OF EVOLUTION OF THE PRODUCTION (OPERATIONAL) STRUCTURE

The article considers the methodology of corporate strategy development proposed by the author on the basis of the results of earlier studies of patterns of development of the production (operational) structure of commercial organizations of the Czech Republic and the developed theoretical model of the evolution of the production (operational) structure. The key difference of

the proposed methodology of corporate strategy development is the use of the model of evolution of production (operational) structure developed by the author. This model assumes a statistical grouping of commercial organizations according to the levels of their organizational development. Each group is characterized by the key structural features of organizations and values of indicators of their financial and economic activities. Based on these features, it is possible to more accurately describe the future desired state of the organization and determine how to conduct the transformation of the organization to achieve this state. To illustrate the proposed methodology, the article considers a case study of corporate strategy development for retail trade organizations of the Czech Republic.

Keywords: organizational development, statistical research methods, cluster analysis.

В настоящее время разработка корпоративной стратегии предполагает реализацию таких этапов, как формулирование миссии организации, определение набора стратегических целей, разработка стратегии организации [10].

Если рассматривать первый этап разработки корпоративной стратегии – формулирование миссии и видение организации, – то интересный подход представлен Дж. Коллинзом и Дж. Поррасом [6]. Базируясь на проведенных исследованиях компаний-лидеров в разных отраслях, они делают вывод о наличии двух ключевых элементов видения организаций: базовой идеологии и образа будущего.

Базовая идеология включает фундаментальные ценности и основное предназначение организации. В свою очередь описание образа будущего охватывает долгосрочные глобальные цели (Big, Hairy, Audacious Goals – BHAG), которые могут быть реализованы при условии достижения заявленных стратегических целей [6].

Очевидно, что для формулирования глобальных целей (BHAG) и описания образа будущего организации, необходимо четкое понимание закономерностей организационного развития, а также наличие количественных ориентиров, характеризующих уровень развития организаций в соответствующей отрасли.

Несмотря на то что исследования по выявлению особенностей развития организаций на разных этапах жизненного цикла проводились разными исследователями, результаты этих исследований либо базируются на выявлении особенностей организационной структуры на определенном этапе развития без учета финансово-экономических показателей [5; 12], либо крайне ограниченно используют финансово-экономические показатели для выявления этапов жизненного цикла (например, соотношение собственного и привлеченного капитала или темпы прироста объемов продаж) [9]. В этой связи практическое значение имеют результаты исследований по выявлению закономерностей организационного развития, проводимых ранее автором совместно с И. В. Денисовым и О. В. Кучмаевой [2; 3] и базирующихся на теоретических подходах, изложенных в работах И. В. Денисова, А. Л. Бобкова [4] и В. Н. Юсима, В. Д. Свирчевского,

А. Л. Бобкова [14]. В рамках указанных исследований была выдвинута и доказана гипотеза, в соответствии с которой выделены два базовых типа производственных (операционных) структур – последовательные и параллельные – которые диалектически сменяют друг друга, качественно изменяясь в процессе роста организаций, но при этом на каждом новом уровне развития организаций сохраняют свои определяющие свойства.

Исследования проводились для различных секторов экономики в Чешской Республике. Для каждого из исследуемых секторов экономики были построены теоретические модели изменения производственной (операционной) структуры в процессе ее развития. Построенные теоретические модели изменения производственной (операционной) структуры в процессе развития организаций позволили найти подход к разработке корпоративной стратегии, который позволил на основе количественных показателей не только определить стратегию развития организации, но и спрогнозировать ее организационную трансформацию в процессе достижения поставленных стратегических целей.

На основе верифицированных теоретических моделей изменения производственной (операционной) структуры организаций в процессе их развития автором предложена методика разработки корпоративной стратегии, включающая пять этапов:

- на основе статистических данных для соответствующего сектора экономики строится модель эволюции производственной (операционной) структуры;
- определяется перечень основных показателей, характеризующих результаты хозяйственной деятельности организаций выбранного сектора экономики;
- на основе результатов распределения организаций по соответствующим кластерам определяются средние и медианные значения выбранных показателей для каждого уровня развития организации, а также верхние и нижние границы;
- определяется, к какому кластеру (т. е. к какому уровню развития) в настоящее время относится анализируемая организация;
- осуществляется оценка вариантов дальнейшего развития организации с учетом поставленных стратегических целей. При этом для каждого варианта развития организации можно точно рассчитать, каким количественным набором показателей будет характеризоваться ее деятельность в дальнейшем и как необходимо трансформировать организацию для достижения поставленных целей.

Реализация предложенной методики разработки корпоративной стратегии предполагает использование метода кластерного анализа для построения модели эволюции производственной (операционной) структуры организаций выбранного сектора экономики. Кластерный анализ

проводился методом Ворда, который часто используется при анализе экономических явлений [8; 12; 13]. В силу различных единиц измерения исследуемых показателей была проведена предварительная стандартизация данных. Все расчеты проводились в IBM SPSS Statistics [1; 11].

Как было отмечено выше, выявленные в процессе разработки модели эволюции производственной (операционной) структуры коммерческих организаций закономерности организационного развития, позволили по-новому подойти к разработке стратегии развития организаций. Поскольку каждый уровень развития организации характеризуется как определенным типом производственной (операционной) структуры, так и выявленным набором финансово-экономических показателей, которые количественно определяют средние, максимальные и минимальные значения этих показателей для соответствующего уровня развития организации, то для каждого уровня развития организации, можно не только четко определить, какой тип организационной структуры будет соответствовать будущему желаемому состоянию организации, но и определить количественные значения основных финансово-экономических показателей, соответствующих этому уровню развития.

Данный подход может быть проиллюстрирован на примере разработки стратегии развития организаций розничной торговли. Результаты ранее проведенных исследований, в рамках которых были выявлены закономерности развития организаций розничной торговли Чешской Республики и построена теоретическая модель производственной (операционной) структуры, изложены в работах А. Л. Бобкова, И. В. Денисова, О. В. Кучмаевой [2; 3]. Однако для понимания предлагаемого подхода к разработке стратегии развития организации необходимо привести результаты проведенного ранее исследования.

В табл. 1 представлена полученная по результатам проведенных ранее исследований модель эволюции производственной (операционной) структуры организаций розничной торговли Чешской Республики.

Т а б л и ц а 1

**Модель эволюции производственной (операционной) структуры
организаций розничной торговли***

Уровень развития	Тип организации	Тип производственной (операционной) структуры	Количество организаций
1	Розничный торговец / небольшой магазин (киоск)	Последовательная	1 105
2	Сеть небольших магазинов (киосков)	Параллельная	491
3	Супермаркет	Последовательная	70
4	Сеть супермаркетов	Параллельная	29

* Источник: [3].

Так, организации розничной торговли каждого уровня развития представляют собой группу (кластер) торговых организаций, характеризующихся определенным набором показателей и их количественными значениями.

Поскольку по результатам проведенных ранее исследований уже были выделены торговые организации, относящиеся к соответствующим уровням развития, то для каждого уровня развития можно определить перечень основных показателей, характеризующих результаты хозяйственной деятельности организаций розничной торговли.

Для организаций розничной торговли были выбраны такие показатели, как среднесписочная численность сотрудников (чел.), величина совокупных активов (тыс. CZK), величина выручки (тыс. CZK), добавленная стоимость (тыс. CZK), прибыль до налогообложения/убыток (тыс. CZK).

Для выбранных показателей рассчитываются средние и медианные значения, а также значения нижней и верхней границы соответствующего уровня развития. С целью исключения аномальных значений отсекаются 5% самых нижних и 5% самых верхних значений для выбранного показателя. Такой процент отсекается обусловлен количеством рассчитанных аномальных значений в выборке.

Средние и медианные значения выбранных показателей, характеризующие результаты хозяйственной деятельности организаций розничной торговли для каждого уровня развития, а также нижние и верхние границы уровней развития, представлены в табл. 2–5.

Т а б л и ц а 2

Значения показателей хозяйственной деятельности организаций розничной торговли первого уровня развития

Наименование показателя	Значения показателя			
	Среднее	Медиана	Нижняя граница	Верхняя граница
Среднесписочная численность сотрудников, чел.	5,4	2,5	2,5	15,0
Величина совокупных активов, тыс. CZK	3 896	2 790	259,2	11 151
Величина выручки, тыс. CZK	8 569	5 000	1 000	29 000
Добавленная стоимость, тыс. CZK	1 431	891	97	4 611
Прибыль до налогообложения (убыток), тыс. CZK	87	33	-699	921

Т а б л и ц а 3

**Значения показателей хозяйственной деятельности организаций
розничной торговли второго уровня развития**

Наименование показателя	Значения показателя			
	Среднее	Медиана	Нижняя граница	Верхняя граница
Среднесписочная численность сотрудников, чел.	21,3	15,0	2,5	75,0
Величина совокупных активов, тыс. CZK	24 747	17 546	3 702	75 694
Величина выручки, тыс. CZK	50 980	33 000	11 000	135 200
Добавленная стоимость, тыс. CZK	7 414	4 741	1 003	23 486
Прибыль до налогообложения (убыток), тыс. CZK	1 038	483	-2 832	5 791

Т а б л и ц а 4

**Значения показателей хозяйственной деятельности организаций розничной
торговли третьего уровня развития**

Наименование показателя	Значения показателя			
	Среднее	Медиана	Нижняя граница	Верхняя граница
Среднесписочная численность сотрудников, чел.	17,0	15,0	2,5	37,0
Величина совокупных активов, тыс. CZK	42 909	31 282	8 553	119 274
Величина выручки, тыс. CZK	173 571	102 000	54 000	551 450
Добавленная стоимость, тыс. CZK	12 402	7 519	1 565	49 217
Прибыль до налогообложения (убыток), тыс. CZK	5 655	1 357	-3 716	32 801

Т а б л и ц а 5

**Значения показателей хозяйственной деятельности организаций
розничной торговли четвертого уровня развития**

Наименование показателя	Значения показателя			
	Среднее	Медиана	Нижняя граница	Верхняя граница
Среднесписочная численность сотрудников, чел.	214,5	150,0	2,5	1 000,0
Величина совокупных активов, тыс. CZK	204 094	192 796	124 518	317 930
Величина выручки, тыс. CZK	495 276	384 000	49 500	1 605 500
Добавленная стоимость, тыс. CZK	59 362	46 871	4 437	215 383
Прибыль до налогообложения (убыток), тыс. CZK	8 872	10 815	-83 331	59 730

Для любой произвольно выбранной торговой организации можно записать текущие значения выбранных показателей хозяйственной деятельности в виде набора значений

$$A \{ \bar{C}_0, A_0, B_0, VA_0, \Pi_0 \},$$

где $\bar{C}_0$ – среднесписочная численность сотрудников;
 A_0 – величина совокупных активов;
 B_0 – величина выручки;
 VA_0 – добавленная стоимость;
 Π_0 – прибыль до налогообложения (убыток) в текущий момент времени (t_0),

Сравнивая этот набор значений с выявленными границами соответствующих уровней развития организаций, можно однозначно определить, к какому уровню развития относится данная торговая организация.

Далее, если определить целевые значения указанных показателей на выбранный горизонт планирования, то получится набор стратегических целей верхнего уровня. Указанный набор стратегических целей также может быть записан в виде набора значений

$$A \{ \bar{C}_1, A_1, B_1, VA_1, \Pi_1 \},$$

где $\bar{C}_1$ – среднесписочная численность сотрудников;
 A_1 – величина совокупных активов;
 B_1 – величина выручки;
 VA_1 – добавленная стоимость;
 Π_1 – прибыль до налогообложения (убыток) в момент времени (t_1), определяемый выбранным горизонтом планирования.

Полученный набор количественных значений стратегических целей организации сопоставляется с рассчитанными ранее границами уровней развития торговых организаций

$$\begin{cases} LLL \leq \bar{C}_1 < ULL, \\ LLL \leq A_1 < ULL, \\ LLL \leq B_1 < ULL, \\ LLL \leq VA_1 < ULL, \\ LLL \leq \Pi_1 < ULL, \end{cases}$$

где LLL – нижняя граница соответствующего уровня развития;
 ULL – верхняя граница соответствующего уровня развития.

Полученный результат сопоставления показывает один из двух вариантов:

- 1) количественные значения стратегических целей организации находятся на текущем уровне ее развития;
- 2) количественные значения стратегических целей организации находятся на более высоком уровне развития относительно текущего.

Каждый из этих вариантов предполагает разные подходы разработки стратегии развития организации.

В первом случае речь идет об эволюционном развитии организации, не требующим радикальной трансформации ее организационной структуры. Достижение поставленных стратегических целей может быть достигнуто путем повышения эффективности бизнес-процессов организации. В качестве ориентиров для выбора наиболее оптимального способа достижения поставленных стратегических целей можно использовать математическую модель роста эффективности организаций розничной торговли в процессе их развития [1].

Во втором случае речь идет о революционном развитии организации, требующим трансформации ее организационной структуры. При этом, в соответствии с построенной моделью производственной (операционной) структуры, можно определить способ ее будущей трансформации: либо трансформации последовательной производственной (операционной) структуры в параллельную, либо – параллельной производственной (операционной) структуры в последовательную. Каждая такая трансформация автоматически приводит к соответствующей трансформации организационной структуры.

Имея количественные показатели для каждого уровня развития организации, можно определить, при достижении каких количественных значений стратегических целей организации исчерпываются возможности эволюционного развития и когда необходимо приступать к трансформации организационной структуры. Кроме того, на основании количественных значений стратегических целей можно провести оценку необходимых ресурсов, требующихся для трансформации организации в будущее желаемое состояние.

Можно выделить три основных направления развития организации. Первый вариант предполагает дальнейший рост организации в рамках текущего уровня развития. Данное направление развития не требует существенной организационной трансформации организации и представляет собой ее эволюционное развитие, т. е. рост основных финансово-экономических показателей деятельности за счет наращивания объемов производства продукции или оказываемых услуг. Оценка затрат, связанных с развитием организации, может быть рассчитана как разность между рыночной стоимостью организации-конкурента, имеющей финансово-экономические показатели, соответствующие будущему желаемому состоянию и текущей рыночной стоимостью организации, скорректированные на величину положительной деловой репутации.

Второй вариант предполагает переход на более высокий уровень развития. Этого требуют не только существенное увеличение значений финансово-экономических показателей, но и кардинальные структурные изменения в организации. Второе направление развития организации можно представить в виде двухэтапной модели.

Так, на первом этапе планируется развитие организации до границы существующего уровня. На втором этапе осуществляется структурная трансформация организации, соответствующая следующему уровню развития с последующим наращиванием объемов производства продукции или оказываемых услуг. Оценка затрат, связанных с переходом организации из текущего состояния в будущее желаемое состояние может быть рассчитана как сумма затрат по развитию организации до границы существующего уровня (по аналогии с предыдущим вариантом) и затрат на структурную трансформацию организации (затраты на приобретение/формирование дополнительных структурных подразделений, обеспечивающих переход к следующему уровню развития).

Третье направление предполагает продажу бизнеса и переход в другую отрасль. Это направление основывается на модели перетока капиталов между отраслями с разными нормами прибыли.

Список литературы

1. Белл Э., Браймен А. Методы социальных исследований. Группы, организации и бизнес. – М. : Гуманитарный центр, 2012.
2. Бобков А. Л., Денисов И. В., Кучмаева О. В. Исследование организационной структуры предприятий ретейла и образования методами статистического анализа // Статистика и Экономика. – 2019. – Т. 16. – № 1. – С. 11–21.
3. Бобков А. Л., Денисов И. В., Кучмаева О. В. Развитие организационной структуры предприятий розничной торговли (на примере Чешской Республики) // Статистика и Экономика. – 2017. – Т. 14. – № 3. – С. 31–40.
4. Денисов И. В., Бобков А. Л. Управление развитием фирмы: экономико-технологический подход : монография. – М. : ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2014.
5. Иващенко Н. С. Определение этапа жизненного цикла организации // МНИЖ. – 2020. – № 12–3 (102).
6. Коллинз Дж., Поррас Дж. Формирование видения компании – Управление изменениями : пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – (Серия «Классика Harvard Business Review»).
7. Кузнецов А. С. Кластерный анализ ведущих отраслей экономики России // Научный журнал. – 2018. – № 8 (31).
8. Метляхин А. И., Малышев М. К. Применение кластеризации для анализа экономического состояния малых предприятий Вологодской области // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации : сборник статей XIII Международной научно-практической конференции : в 2 ч. – Пенза : Наука и Просвещение, 2018. – С. 22–28.
9. Окишев Е. В., Соколова Н. А. Идентификация стадий жизненного цикла компаний // Интерактивная наука. – 2018. – № 5 (27).

10. Томпсон-мл. А. А., Стрикленд III А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. – 12-е изд. : пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2007.
11. Форман Дж. Много цифр. Анализ больших данных при помощи Excel / пер. с англ. А. Соколовой. – М. : Альпина Паблишер, 2017.
12. Шевазуцкий И. Р., Зябриков В. В. Методы и инструменты идентификации стадии жизненного цикла фирмы : Молодежный научный форум. Электронный сборник статей по материалам XI студенческой международной научно-практической конференции. – М. : Изд. «МЦНО». – 2018. – № 10 (11). – URL: [http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_interdisciplinarity/10\(11\).pdf](http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_interdisciplinarity/10(11).pdf). – С. 186–197.
13. Широкова О. В., Арутюнян В. А. Модель жизненного цикла организации как инструмент ее развития // Современные тренды развития стран и регионов - 2017 : материалы Международной научно-практической конференции / ответственный ред. С. Г. Симонов. – Тюмень : Тюменский индустриальный университет, 2018. – С. 525–527.
14. Юсим В. Н., Свирчевский В. Д., Бобков А. Л. Экономико-технологический форсайт и стратегии развития фирм // Научные исследования и разработки. Экономика фирмы. – 2015. – Т. 4. – №. 4. – С. 43–54.
15. Bobkov A., Denisov I., Kuchmaeva O., Tsenina E., Velinov E. Verification of a Model of the Evolution of the Organizational Structure of Retail Enterprises, by Using Regression Analysis and Automatic Linear Modeling : Proceedings of the 13th International Days of Statistics and Economics. – Prague, 2019. – P. 164–173.

References

1. Bell E., Braymen A. Metody sotsialnykh issledovaniy. Gruppy, organizatsii i biznes [Methods of social Research. Groups, Organizations and Business]. Moscow, Gumanitarnyy tsentr, 2012. (In Russ.).
2. Bobkov A. L., Denisov I. V., Kuchmaeva O. V. Issledovanie organizatsionnoy struktury predpriyatiy reteyla i obrazovaniya metodami statisticheskogo analiza [Investigation of the Organizational Structure of Retail and Education Enterprises by Methods of Statistical Analysis], *Statistika i Ekonomika* [Statistics and Economics], 2019, Vol. 16, No 1, pp. 11–21. (In Russ.).
3. Bobkov A. L., Denisov I. V., Kuchmaeva O. V. Razvitie organizatsionnoy struktury predpriyatiy roznichnoy trgovli (na primere Cheshskoy Respubliki) [Development of the Organizational Structure of Retail Trade Enterprises (on the Example of the Czech Republic)], *Statistika i Ekonomika* [Statistics and Economics], 2017, Vol. 14, No. 3, pp. 31–40. (In Russ.).
4. Denisov I. V., Bobkov A. L. Upravlenie razvitiem firmy: ekonomiko-tekhnologicheskiy podkhod [Managing the Development of a Firm: an Economic

and Technological Approach], monograph. Moscow, Plekhanov Russian University of Economics, 2014. (In Russ.).

5. Ivashchenko N. S. Opredelenie etapa zhiznennogo tsikla organizatsii [Determining the Stage of the Life Cycle of an Organization], *MNIZH*, 2020, No. 12–3 (102). (In Russ.).

6. Kollinz Dzh., Porras Dzh. Formirovanie videniya kompanii – Upravlenie izmeneniyami [Formation of the Company's Vision – Change Management], translated from English. Moscow, Alpina Biznes Buks, 2007. (The Harvard Business Review Classics Series). (In Russ.).

7. Kuznetsov A. S. Klasternyy analiz vedushchikh otrasley ekonomiki Rossii [Cluster Analysis of the Leading Sectors of the Russian Economy], *Nauchnyy zhurnal* [Scientific Journal], 2018, No. 8 (31). (In Russ.).

8. Metlyakhin A. I., Malyshev M. K. Primenenie klasterizatsii dlya analiza ekonomicheskogo sostoyaniya malyykh predpriyatiy Vologodskoy oblasti [Application of Clustering for the Analysis of the Economic Condition of Small Enterprises of the Vologda Oblast], *Sovremennaya ekonomika: aktualnye voprosy, dostizheniya i innovatsii, sbornik statey XIII Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Modern Economics: Current Issues, Achievements and Innovations, Collection of Articles of the XIII International Scientific and Practical Conference]. In 2 part. Penza, Nauka i Prosveshchenie, 2018, pp. 22–28. (In Russ.).

9. Okishev E. V., Sokolova N. A. Identifikatsiya stadiy zhiznennogo tsikla kompaniy [Identification of the Stages of the Life Cycle of Companies], *Interaktivnaya nauka*, 2018, No 5 (27). (In Russ.).

10. Thompson-mil. A. A., Striklend III A. Dzh. Strategicheskiy menedzhment: kontseptsii i situatsii dlya analiza [Strategic Management: Concepts and Situations for Analysis]. 12th ed., translated from English. Moscow, Izdatelskiy dom «Vilyams», 2007. (In Russ.).

11. Forman Dzh. Mnogo tsifr. Analiz bolshikh dannykh pri pomoshchi Excel [Big Data Analysis with Excel], translated from English by A. Sokolova. Moscow, Alpina Publisher, 2017. (In Russ.).

12. Shevazutskiy I. R., Zyabrikov V. V. Metody i instrumenty identifikatsii stadii zhiznennogo tsikla firmy [Methods and Tools for Identifying the Stage of the company's life cycle], *Molodezhnyy nauchnyy forum. Elektronnyy sbornik statey po materialam KHI studencheskoy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Youth Scientific Forum. Electronic Collection of Articles Based on the Materials of the XI Student International Scientific and Practical Conference]. Moscow, Izd. «MTSNO», 2018, No. 10 (11). (In Russ.). Available at: [http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_interdisciplinarity/10\(11\).pdf](http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_interdisciplinarity/10(11).pdf), pp. 186–197.

13. Shirokova O. V., Arutyunyan V. A. Model zhiznennogo tsikla organizatsii kak instrument ee razvitiya [The Life Cycle Model of an Organization as a Tool for Its Development], *Sovremennyye trendy razvitiya stran i regionov* - 2017, *materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Modern Trends in the Development of Countries and Regions – 2017, Materials of the International Scientific and Practical Conference, edited by S. G. Simonov. Tyumen, Tyumen Industrial University, 2018, pp. 525–527. (In Russ.).

14. Yusim V. N., Svirchevskiy V. D., Bobkov A. L. Ekonomiko-tekhnologicheskoye foresayt i strategii razvitiya firm [Economic and Technological Foresight and Strategies for the Development of Firms], *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Ekonomika firmy* [Scientific Research and Development. The Economics of the Firm], 2015, Vol. 4, No. 4, pp. 43–54. (In Russ.).

15. Bobkov A., Denisov I., Kuchmaeva O., Tsenina E., Velinov E. Verification of a Model of the Evolution of the Organizational Structure of Retail Enterprises, by Using Regression Analysis and Automatic Linear Modeling : Proceedings of the 13th International Days of Statistics and Economics. Prague, 2019, pp. 164–173.

Сведения об авторе

Александр Леонидович Бобков
кандидат технических наук, доцент
кафедры теории менеджмента
и бизнес-технологий РЭУ им.
Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет имени
Г. В. Плеханова», 177997, Москва,
Стремянный пер., д. 36
SPIN: 6375-2310
ORCID: 0000-0002-3744-6191
E-mail: a.l.bobkov@gmail.ru

Information about the author

Aleksandr L. Bobkov
PhD, Associate Professor
of the Department of the Theory
of Management and Business
Technologies of PRUE.
Address: Plekhanov Russian
University of Economics,
36 Stremyanny Lane, Moscow,
117997, Russian Federation.
SPIN: 6375-2310
ORCID: 0000-0002-3744-6191
E-mail: a.l.bobkov@gmail.ru