

Стратегии развития малого бизнеса на основе франчайзинга

*Ю.В. Гусев, кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики и менеджмента,
Университет современных знаний
economistinuk raine@gmail.com*

Методология исследования. С использованием системного анализа проведена идентификация и систематизация подходов и моделей, которые используются при формировании стратегий развития бизнеса. Благодаря методу интерпретации выявлена специфика использования базовых стратегий бизнеса при необходимости их модификации. Использование факторного анализа дало возможность установить особенности формирования стратегии развития малого бизнеса на принципах франчайзинга.

Результаты. Установлена сущность взаимосвязанных задач, составляющих основу создания и реализации стратегии малого бизнеса. Доказано, что для выработки реалистических стратегий развития малого бизнеса на основе франчайзинга необходимо, сформировав стратегическую цель предприятия, осуществить выбор базовой стратегии, а затем модифицировать ее в зависимости от избранных приоритетов, критериев эффективности и результативности, определенных ограничений.

Новизна. Раскрыты особенности использования базовых подходов и моделей стратегического менеджмента в процессе решения задачи формирования стратегии развития малого бизнеса на принципах франчайзинга.

Практическая значимость. На основании предложенного подхода для решения задач стратегического управления в условиях внедрения инновационных форм бизнеса менеджеры могут использовать как основу для планирования базовые стратегии, однако это требует конкретизации стратегической цели, выбора соответствующих приоритетов, критериев и ограничений, установления многочисленных параметров управленческих решений, с помощью которых будет достигаться определенная стратегическая цель.