

## **Стратегії розвитку малого бізнесу на засадах франчайзингу**

*Ю.В. Гусев, кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки та менеджменту,  
Університет сучасних знань  
economistinuk raine@gmail.com*

**Методологія дослідження.** З використанням системного аналізу здійснено ідентифікацію та систематизацію підходів і моделей, які використовуються під час формування стратегій розвитку бізнесу. Завдяки методу інтерпретації виявлено специфіку використання базових стратегій бізнесу при необхідності їх модифікації. Використання факторного аналізу дало змогу встановити особливості формування стратегії розвитку малого бізнесу на засадах франчайзингу.

**Результати.** Встановлено сутність взаємозалежних завдань, що становлять основу створення і реалізації стратегії малого бізнесу. Доведено, що для вироблення реалістичних стратегій розвитку малого бізнесу на засадах франчайзингу необхідно, сформувавши стратегічну ціль підприємства, здійснити вибір базової стратегії, а потім модифікувати її залежно від обраних пріоритетів, критеріїв ефективності та результативності і визначених обмежень.

**Новизна.** Розкрито особливості використання базових підходів і моделей стратегічного менеджменту в процесі вирішення завдання формування стратегії розвитку малого бізнесу на засадах франчайзингу.

**Практична значущість.** На підставі запропонованого підходу для вирішення завдань стратегічного управління в умовах запровадження інноваційних форм бізнесу менеджери можуть використовувати як основу планування базові стратегії, однак це потребує конкретизації стратегічної цілі, обрання відповідних пріоритетів, критеріїв та обмежень, встановлення численних параметрів управлінських рішень, за допомогою яких буде досягатися визначена стратегічна ціль.