

- biomechanical and informational technologies in physical education and training: Materials of the Third All-Ukrainian Electroconference], Kiev, – K. NUFVSU, June 18, 2015, pp. 72–76.
3. Dudko M. V. (2016), “Prevention of violations of the biogeometric profile of students’ posture in the process of physical education” Thesis abstract for Cand.Sc. (Physical education and sports) 24.00.02.
 4. Kashuba V.A. (2003) *Byomekhanika osanky* [Biomechanics posture], Olympyiskaia lyteratura, 2003. – P. 30– 206.
 5. Kashuba V.A (2012) “Control of the state of the spatial organization of the human body in the process of physical education: the history of the issue, the state, ways of solving , *Molodizhnyi naukovyi visnyk Volynskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky. Fizychno vykhovannia i sport : zhurnal / uklad. A. V. Tsos, A. I. Alosyna. – Lutsk : Volyn. nats. un-t im. Lesi Ukrainky*, Vol. 7, pp. 10–19.
 6. Kashuba V.A. (2014) *Tekhnolohyia yzmerenyia prostranstvennoi orhanyzatsyy tela cheloveka v protsesse zaniatyi fizycheskymy uprazhnenyiamy* [The technology of measuring the spatial organization of the human body in the process of exercising], Алматы: KazAST, T. 2. 226–229.
 7. Kashuba V.A. (2014) “On the measurement of the spatial organization of the human body in the process of physical education using computer technology”, *Sportyvnyi visnyk Prydniprovia*, №1. pp. 42–45.
 8. Kashuba V.A. (2015) “Monitoring the state of spatial organization of the human body in the process of physical education” *Teoriia i metodyka fizychnoho vykhovannia i sportu*. № 2. pp. 53–64.
 9. Kashuba V.A. (2015) “Organizational and methodological basis for monitoring the spatial organization of the human body in the process of physical education” *NAUKA Y SPORT: sovremennyye tendentsyy*, № 3, pp. 75–90.
 10. Kashuba V.A. “Formation of human motility in the process of ontogenesis” Lutsk: Vezha-Druk, pp. 232.
 11. Lopatskyi S. V. (2016) “Correction of disturbances of students’ standing in the process of physical education, taking into account the state of the biogeometric profile”, Thesis abstract for Cand. Sc. (Physical education and sports). 24.00.02, Ivano-Frankivsk.
 12. Nosova N. L. (2008) “Control of the spatial organization of the body of students in the process of physical education”, Thesis abstract for Cand.Sc. (Physical education and sports) 24.00.02.
 13. Nosova N. L. (2015) “Assessment of the state of posture of students in the process of physical education on the basis of visual screening”, *Sportyvna nauka Ukrainy*, Lviv, № 3 pp. 30–35.
 14. Serhienko K. N. “Control and prevention of violations of support and spring properties of school students’ foot in the process of physical education “Thesis abstract for Cand. Sc. (Physical education and sports) 24.00.02.

УДК 796.06

Любов Чеховська

ФРАНЧАЙЗИНГ У СФЕРІ ОЗДОРОВЧОГО ФІТНЕСУ

У статті визначено суть франчайзингу – нової бізнес-моделі, яка підтверджує свою ефективність та набуває все більшої актуальності. Розглянуто стан і перспективи розвитку фітнес франчайзингу в Україні, встановлено позитивні та негативні сторони діяльності фітнес франчайзингу. Подальший розвиток в Україні франчайзингу потребує певних дій з боку держави щодо вдосконалення правової бази в напрямку понятійного апарату, підвищення захищеності франчайзера і франчайзі; надання податкових пільг, особливо на початковому етапі створення франчайзингової системи надання фітнес-послуг тощо.

Ключові слова: фітнес, франчайзинг, фітнес клуб.

The article defines the essence of franchising - a new business model that confirms its effectiveness and becomes more and more relevant. The state and prospects of development of fitness franchising in Ukraine are considered. There are established positive and negative aspects of activity of fitness franchising. In Ukraine, further development of franchising requires certain actions by the state in improving the legal framework in the direction of conceptual apparatus, increasing the franchisor's and franchisee's security; providing tax benefits, especially at the initial stage of creating a franchise system for providing fitness services, etc.

Keywords: fitness, franchising, fitness club.

Постановка проблеми та аналіз результатів останніх досліджень. Український ринок послуг фітнесу все ще відстає від західного. Сьогоднішня світова фітнес-індустрія має оборот у 78 млрд. дол., більше ніж 160000 клубів та 140 млн. членів [24], але з кожним роком в Україні кількість фітнес-клубів і мереж фітнес-центрів збільшу-

ється [21]. Тобто фітнес-індустрія є однією із перспективних галузей для наповнення бюджету та можливістю конкурувати, має великий економічний потенціал [21]. Серед основних ознак сучасних економічних відносин є наявність конкурентного середовища, яке вимагає розвитку таких організаційних форм бізнесу, які здатні забезпечити динамічну рівновагу фітнес клубу за рахунок конкурентоспроможності, результативності та ефективності. Однією із таких форм є франчайзинг, який підтверджує свою ефективність та набуває все більшої актуальності [2, 4, 23].

Сьогодні в Україні, як і в усьому світі, важливою передумовою для інвестування та збільшення капіталу є франчайзинг. Франчайзинг – (фр. franchise – пільга, привілей) – це така організація бізнесу, за якою компанія (франчайзер) передає певній людині чи іншій компанії (франчайзі) право (франшизу) на продаж продукту чи послуг цієї компанії [22]. Франчайзі зобов'язується продавати цей продукт чи послуги по заздалегідь визначених законах і правилах ведення бізнесу, що встановлює франчайзер [16, 20].

Дослідження франчайзингу стосуються різних сфер, зокрема сфери послуг: торгівлі (Кашеева Г. В., 2004; Аборвалова О.Н., 2013), харчування, проживання (Байрамов Е.Е., 2009), туристичної діяльності (Е.Н. Егорова, Е.О. Лантух, 2013), будівництва (Ігнатенко А. В., 2008). Однак недослідженою залишається низка питань, які стосуються сутності, переваг і недоліків франчайзингу у сфері оздоровчого фітнесу.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Робота виконується відповідно до наукової теми кафедри фітнесу та рекреації ЛДУФК “Технологія залучення населення до оздоровчої рухової активності” (протокол №8 від 19.04.2016р. засідання вченої ради ЛДУФК, № державної реєстрації 0117U 003040).

Мета дослідження – обґрунтувати сутність франчайзингу в сфері оздоровчого фітнесу в Україні.

Методи дослідження: теоретичний аналіз та узагальнення наукової літератури, джерел та інформації світової мережі Інтернет, методи системного аналізу, порівняння та зіставлення, документальний метод.

Результати дослідження та їх обговорення. Так, перша компанія на ринку франчайзингу сфери послуг з'явилася у США в 1920 р. – студія танців (Arthur Murray®Dance Studios), яка і отримала свій розвиток за рахунок цієї форми співпраці. Станом на сьогодні працює близько 280 студій “Артур Мюррей” у 35 країнах світу, в тому числі й в Україні. У розвинених країнах франчайзинг сторіччями практикувався як засіб забезпечення потреб суспільства у різних послугах [13,14]. Доказом того, що це один із ефективних інструментів ведення бізнесу, є те, що такий шлях розвитку активно використовують такі визнані “монстри” світового товарного ринку, як “Coca-Cola”, “McDonald’s”, ІКЕА, “Columbia sportswear company” та інші. Серед успішних прикладів фітнес франчайзингу є “Планета Фітнес” (в Росії), “Gold’s Gym” (американська мережа, у якій відкрито 700 франшизних підприємств по всьому світу) тощо.

На українському ринку франчайзинг з'явився в середині 1990-х років. Починаючи з 2004 року кількість франчайзингових мереж щорічно збільшується в середньому на 30%. Загалом, для української економіки франчайзинг є відносно новим явищем. Разом з тим, динаміку кількості франчайзерів в Україні за роками можна прослідкувати на рис. 1.

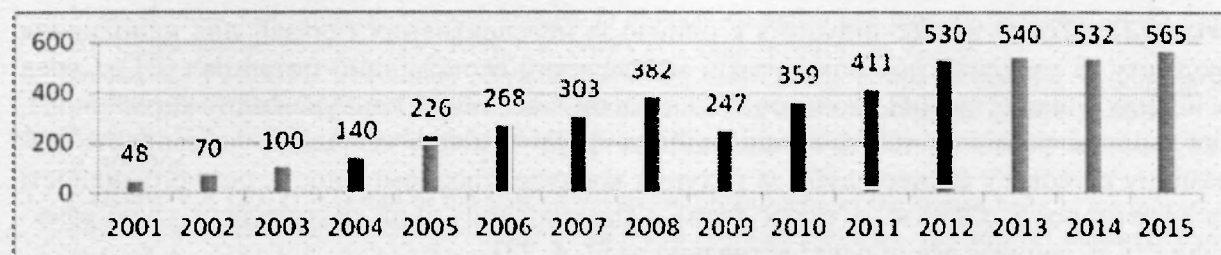


Рис. 1. Динаміка кількості франчайзерів в Україні (2001–2015 рр.) [9, 10, 12, 17].

Як бачимо з кожним роком кількість організацій, які працюють за новою формою бізнесу (франчайзингом) зростає (окрім років кризи – 2009 р. та 2014 р.). Це доводить його ефективність і така організація бізнесу користується попитом і стає престижним вид комерційної діяльності. Такий приріст франчайзерів в Україні свідчить про те, що франчайзинг є економічно вигідним інструментом провадження бізнесу, оскільки створюються нові робочі місця та збільшується економічний добробут країни в цілому.

У сучасному суспільстві франчайзинг охоплює багато сфер: громадське харчування (ресторанний бізнес займає найбільшу частку – близько 55% від усіх брендів, які розвивають франчайзинг в Україні), торгівля (ринок роздрібною торгівлі становить близько 35%), проживання (готельному бізнесу посприяло проведення футбольного Євро в 2012р. та пісенного Євробачення в 2017р. в Україні), сфера послуг, яка є досить перспективним напрямом розвитку франчайзингу. Перелік послуг, які надаються із використанням франчайзингу в Україні подано нижче (рис. 2).

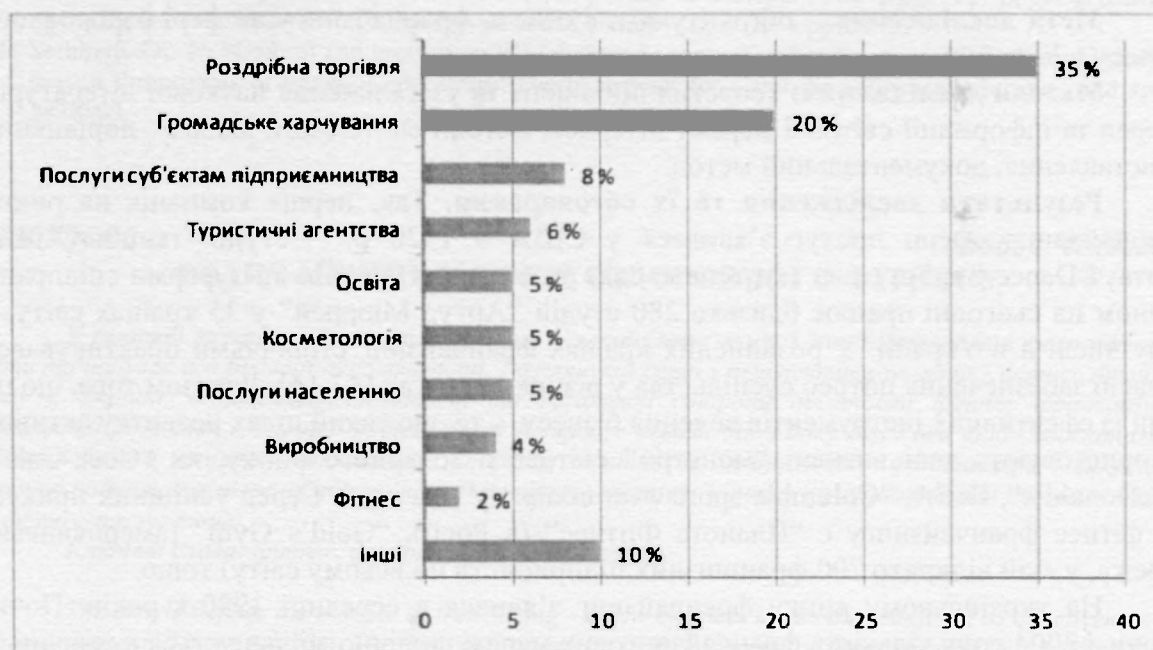


Рис. 2. Структура франчайзингу в Україні [6, 7, 10, 11].

Отож, фітнес франчайзинг в Україні не достатньо розвинений і знаходиться на стадії формування попиту. Однак його ефективність вже підтверджують такі мережі фітнес-клубів як “Sport Life” (55 клубів, більше 300 000 клієнтів), “FitCurves” (179 клубів), “Малібу” (27 клубів), Ківі-фітнес (5 клубів), “СпортЛенд” тощо. Так, група компаній “Sport Life” – визнаний лідер спортивної індустрії, оскільки має один із найбільших оборотів серед компаній, які працюють у сегменті товарів і послуг для спорту, здорового способу життя [8]. Сьогодні фітнес-клуби відвідує близько 10% українців, які живуть у великих містах з населенням від 500 тис. мешканців. За два останні роки

на територіях, на яких не відбуваються військові дії (окупація), констатується ріст на 0,5–1% залучених до занять фітнесом. Тобто ринок фітнес-послуг сьогодні є привабливим для інвестування і ведення бізнесу. За прогнозами експертів, у майбутньому ця галузь вийде на перше місце за розвитком франчайзингових відносин [8].

Саме тому, на нашу думку, законодавча база франчайзингу в Україні потребує негайного і ґрунтовного удосконалення для врегулювання всіх спірних питань. Слід зазначити, що ще у 2001 р. було розроблено проект закону України “Про франчайзинг”, де було закладено сутність поняття франчайзингу, а також правові та економічні засади його здійснення, однак цей документ не прийнятий. Відносини між суб’єктами франчайзингових взаємин регулюють окремі розділи Цивільного, Господарського кодексів України та інших законодавчих актів [1, 18]. Згідно них франчайзинг є продуктом інтелектуальної власності, який реалізується коштом національних інвесторів та дає змогу створити мережу підприємств з єдиною торговою маркою всередині та поза межами Європейського Союзу.

Разом з тим, у діловій практиці укладання договору франчайзингу (в українському законодавстві відсутнє визначення категорії “франчайзинговий договір”) використовують поняття “комерційної концесії” [1,3,5,18,19]. Отже, у сфері оздоровчого фітнесу, на нашу думку, слід розуміти, що фітнес франчайзинг – це спосіб побудови комерційної мережі, при якому всі її учасники працюють під однією торговою маркою і за загальною системою. Саме тому франчайзер (продавець – відомий фітнес-клуб) передає франчайзі (покупцю – спеціально утвореному за участю франчайзера підприємству) право/ліцензію (франшизу) на використання своєї торгової марки, свого ноу-хау та передбачає безперервне надходження необхідних активів у створенні франчайзингові підприємства. Для франчайзера – це один з найшвидших і ефективних способів створення нових незалежних фітнес клубів, об’єднаних в єдину систему, для франчайзі – можливість розвивати свій власний бізнес на базі перевіреної бізнес-моделі, а для держави – ефективний інструмент підтримки малого й індивідуального підприємництва, а отже, розвитку всієї української економіки. Окрім цього, франчайзер, у більшості випадків, бере на себе і функцію постачання спортивного обладнання, навчання персоналу (тренерів), впровадження авторських методик тощо. Франчайзер та франчайзі у сфері оздоровчого фітнесу повинні працювати як вертикально інтегрована структура, оскільки сторони взаємопов’язані й кожна надає частину послуги, яку в цілому і отримує споживач. Саме це і відрізняє цей вид (фітнес франчайзинг) від інших. Аналізуючи нормативно-правову базу щодо франчайзингу нами встановлено позитивні та негативні сторони фітнес франчайзингу. До безумовно позитивних сторін нами, зокрема, віднесено:

а) зниження комерційного ризику для франчайзі (допомога в управлінні клубом; готовий маркетинг, франчайзинговий пакет, супровід на всіх етапах запуску, фінансова підтримка (короткострокові кредити, фінансування стартових витрат франчайзі тощо), прорахунок фінансової моделі, затвердження локацій, програмне забезпечення, навчання персоналу, розробка архітектурного плану з врахуванням правильного співвідношення робочих зон і допоміжних площ клубу);

б) можливість отримання фінансових пільг за спортивне обладнання, яке постає франчайзер (поширена, але не обов’язкова умова франчайзингової угоди);

в) можливість виходу з бізнесу франчайзі до або після завершення терміну договору тощо.

До негативних слід віднести відсутність повних гарантій щодо правдивості поданих франчайзі звітів про діяльність франчайзингового фітнес клубу. Разом з тим, деякі

характеристики діяльності у рамках фітнес франчайзингу можуть мати одночасно переваги і недоліки. Їх перелік подано у таблиці (табл. 1).

Таблиця 1

Переваги та недоліки фітнес франчайзингу

№	Позитивні сторони	Негативні сторони
1	Отримання готової ніші на ринку фітнес-індустрії, що дозволяє в короткі терміни запровадити прибуткову діяльність і забезпечити високу ймовірність отримання прибутків у заплановані терміни. Купівля перевіреної і відпрацьованої бізнес-моделі, що довела свою ефективність.	Недостатня відповідність правового регулювання франчайзингу щодо розвитку комерційних відносин. Незахищеність українських франчайзі в франчайзингових договорах із іноземним франчайзером на ринку фітнес-індустрії.
2	Послуги оздоровчого фітнесу орієнтовані на місцевого споживача.	Довіра бренду, який є гарантією якості послуги, бо її не можна побачити і випробувати.
3	Зниження психологічного бар'єру перед початком нової справи.	Постійне врахування інтересів франчайзера. Залежність успіху діяльності франчайзі від репутації торговельної марки франчайзера. Обмеженість самостійності, підприємницької ініціативи (постійний контроль франчайзера обмежує самовираження у бізнесі франчайзі).
4	Перенесення проблем з надання фітнес послуг на франчайзера, який повинен інформувати своїх франчайзі про всі нововведення без пред'явлення вимог щодо зміни величини роялті (% встановлених відрахувань) на час дії франчайзингового договору.	Сплата вступного внеску (може бути від декількох тисяч до декількох сотень тисяч умовних одиниць) та роялті франчайзеру.
5	Повна відповідальність франчайзера за організацію реклами торгової марки (логотипу)	Необхідність здійснення відрахувань у централізований фонд незалежно від фактичної віддачі, що отримує франчайзі від рекламної кампанії франчайзера
6	Виняткове право франчайзі на експлуатацію франшизи на певній території.	Обмеження територіальної експансії франчайзі (закріплена у договорі).
7	Статус франчайзі як самостійної юридичної особи, власника франчайзингового підприємства.	Усвідомлення франчайзі (як самостійного суб'єкта) своєї залежності від франчайзера.
8	Єдині стандарти щодо якості послуг, їх асортименту, способів обслуговування споживачів, інтер'єру приміщення тощо у всій франчайзинговій системі на ринку фітнес-індустрії	Необхідність контролю (франчайзі) за дотриманням встановлених стандартів (франчайзером) на ринку фітнес-індустрії
9	Доступ франчайзі до комерційної інформації франчайзера	Складність збереження конфіденційності, ризик розголошення франчайзі комерційної таємниці франчайзера

На нашу думку, здатність франчайзингу бути ефективною формою значною мірою закладається на етапі вибору франчайзера та підписання з ним відповідного договору (комерційної концесії), який повинен передбачати фаховість надання фітнес послуг і їх соціальну направленість.

Отже, в сучасних умовах економічної кризи в Україні, важливим та ефективним кроком є використання франчайзингових відносин у сфері оздоровчого фітнесу.

Висновки.

1. Франчайзинг як новий вид бізнесу набуває широкої популярності серед сучасних підприємств, має великі перспективи і може розвиватися як самостійна вітчизняна система, а також із залученням іноземних компаній та підприємців. Досвід західних країн у цій сфері створює можливості для перспективного ведення бізнесу на умовах франчайзингу, який сприяє підвищенню рівня життя населення та економіки країни взагалі. Франчайзинг в Україні стрімко розвивається, але залишається недосконалим, порівняно із країнами Євросоюзу.

2. Фітнес франчайзинг – один із перспективних напрямів сучасного бізнесу. Його популярність зростає і пояснюється тим, що створює сприятливі умови для розширення мережі збуту фітнес послуг, а також уможливорює збільшення кількості представництв (фітнес-клубів) за короткий проміжок часу та з невеликими витратами. Встановлено позитивні сторони фітнес франчайзингу. До них належать: готова ніша на ринку фітнес-індустрії, купівля перевіреної й відпрацьованої бізнес-моделі, зниження комерційного ризику, можливість отримання фінансових пільг тощо. Одночасно виявлено негативні сторони франчайзингової системи, зокрема: недостатня відповідність правового регулювання франчайзингу, незахищеність українських франчайзі у франчайзингових договорах із іноземним франчайзером, постійне врахування інтересів франчайзера тощо.

3. Франчайзинг для подальшого розвитку в Україні потребує певних дій з боку держави щодо вдосконалення правової бази в напрямку понятійного апарату, підвищення захищеності франчайзера, і франчайзі; надання податкових пільг, особливо на початковому етапі створення франчайзингової системи тощо. Додатковим аргументом на користь вище зазначеного виступає той факт, що розбіжності національного та міжнародного правового забезпечення франчайзингу створюють незручності для співпраці франчайзерів України та інших країн.

Перспективи подальших досліджень будуть зосереджені на вивченні понятійного апарату франчайзингу адаптованого до оздоровчого фітнесу.

1. Господарський кодекс України № 436-IV від 16.01.2003р. // Офіційний вісник України, 2003. – № 11 (28.03.2003). – С. 462.
2. Данніков О. В. Проблеми побудови та функціонування франчайзингових систем в Україні / Данніков О. В // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 5 (51). – С. 62–69.
3. Дмитришин В. С. Договір комерційної концесії та договір франчайзингу. Співвідношення понять та правова природа / Дмитришин В. С. // Часопис Київського університету права. – 2010. – № 3. – С. 199–203.
4. Добрянська Ю. О. Дослідження сучасного стану франчайзингу в Україні та світі / Ю. Д. Добрянська, А. В. П'ясечна, Н. С. Косар // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 7. – С. 122–126.
5. Карякіна О. Ю. Франчайзинг як правова форма ведення бізнесу (аспект перспективного законодавства) / О. Ю. Карякіна // Форум права. – 2011. – № 2. – С. 370–375.
6. Коробкова Н. А. Франчайзинг как институт развития сферы услуг [Электронный ресурс] / Н. А. Коробкова, И. А. Венедиктов // Современные научные исследования и инновации. – 2014. – № 12. – Режим доступа : <http://web.spauka.ru/issues/2014/12/42041> (дата звернення: 06.11.2016).
7. Левченко Ю. Г. Проблемы и перспективы развития франчайзинга как новой формы организации бизнеса в Украине / Ю. Г. Левченко // Молодой ученый. – 2013. – № 8. – С. 211–215.
8. О группе компаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sportlifegroup.com/ru/about> (дата звернення 28.07.2017).
9. Офіційний сайт Української асоціації роботодавців в галузі франчайзингу [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://franchising.ua/> (дата звернення 28.07.2017).
10. Офіційний сайт франчайзингової групи України [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://franchisegroup.com.ua/> (дата звернення 28.07.2017).
11. Попко О. В. Франчайзинг як альтернативний інструмент ефективного ведення бізнесу / О. В. Попко // Студентський вісник Нац. ун-ту водного госп. та природокористування. – 2015. – Вип. 1 (3). – С. 122–125.

12. Романчук К. В. Операції франчайзингу: європейський досвід та українські реалії / К. В. Романчук, І. О. Кириї // Ефективна економіка. – 2016. – № 12.
13. Рынок франчайзинга в Украине [Електронний ресурс] // Harved On-line Журнал. – 2015. – №1. – Режим доступу : <http://harved.biz/articles/business/rynok-franchayzinga-v-ukraine>.
14. Ситницький М. Франчайзинг у сфері культури / М. Ситницький // Економіка. – 2013. – Вип. 145. – С. 57–59.
15. Суковатий О. В. Особливості реалізації франчайзингу в Україні / О. В. Суковатий // Проблеми науки. – 2007. – № 2. – С. 14–18.
16. Франчайзинг : навч. посіб. / О. С. Кузьмін, Т. В. Мирончук, І. З. Салата, Л. В. Марчук. – К. : Знання, 2011. – 267 с.
17. Франшизы в Украине устойчивы к кризису: Общий обзор сектора франчайзинга и его показатели на основе анкетирования [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://franchisegroup.com.ua> (дата звернення 27.07.2017).
18. Цивільний кодекс України № 435-IV від 16.01.2003р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення 27.07.2017).
19. Цират А. В. Франчайзинг и франчайзинговый договор : учебно-практ. пособие / Цират А. В. – К. : Истина, 2002. – 240 с.
20. Цират А. В. Франчайзинг от А до Я: Терминологический словарь / А. В. Цират, Е. А. Кривонос. – К. : Ассоциация франчайзинга, 2004. – 60 с.
21. Чеховська Л.Я. Фітнес-індустрія України: стан і перспективи розвитку / Л. Чеховська // Науковий часопис НПУ ім. Драгоманова. Серія 15, Науково-педагогічні проблеми фізичної культури (фізична культура і спорт) : [зб. наук. пр.]. – К., 2017. – Вип. 5К (86)17. – С. 358–363.
22. Шемшученко Ю. С. Юридична енциклопедія : у 6 т. Т. 6. – К. : Україн. енциклопедія, 2004. – 768 с.
23. Want to Buy a Franchise? Ten Reasons Not to Do It // Lawyers, Legal Forms, Law Books & Software, Free Information – Nolo [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nolo.com/legal-encyclopedia/article-29512.html> (дата звернення 27.07.2017).
24. The IHRSA Global Report 2016 [Electronic resource]. – Access mode : http://download.ihrsa.org/pubs/2016_IHRSA_Global_Report_ (Date of application 03.04.2017).

References:

1. The State Code of Ukraine (2003), *Ofitsiyni visnyk Ukrainy*, № 11 (28.03.2003), P. 462, (in Ukr.).
2. Dannikov, O.V. (2008), “The problems of incentives for the functioning of franchising systems in Ukraine”, *Marketynh v Ukraini*, №5(51), pp. 62–69. (in Ukr.).
3. Dmytryshyn, V. S. (2010.), “Commercial concession agreement and franchising agreement. The correlation of concepts and legal nature”, *Chasopys Kyivskoho universytetu prava*, № 3, pp.199–203, (in Ukr.).
4. Dobrianska, Іu.O. A.V. P'iasechna, &N.S. Kosar (2015), “Research of the current state of franchising in Ukraine and in the world”, *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, Vol. 7, pp.122–126, (in Ukr.).
5. Kariakina, O. Іu. (2011), “Franchise as a legal form of doing business (aspect of promising legislation)”, *Forum prava*, № 2, pp. 370–375, (in Ukr.).
6. Korobkova, N. A. & Venedyktov, Y. A. (2014.), “Franchising as a service development institution”, *Sovremennye nauchnye yssledovaniya y ynnovatsyy*, № 12, available at: <http://web.snauka.ru/issues/2014/12/42041> (accessed 06.11.2016).
7. Levchenko, Yu. G. (2013), “Problems and perspectives of franchising development as a new form of business organization in Ukraine”, *Molodoy uchenyy*, №8, pp. 211–215, (in Russ.).
8. About the group of companies (2017), available at : <http://sportlifegroup.com/en/about> (accessed 28 July 2017), (in Russ.).
9. Official website of the ukrainian association of automobiles in frontiers (2017), available at : <http://franchising.ua/> (accessed 27 July 2017), (in Ukr.).
10. The site of franchise companies in Ukraine (2017), available at : <http://franchisegroup.com.ua> (accessed 27 July 2017), (in Ukr.).
11. Popko, O.V. (2015), “Franchising is alternative tool for the effective lead to business”, *Studentskyi visnyk Nats. un- tu vodnoho hosp. ta pryrodokorystuvannia*, Vol. 1 (3), pp. 122–125, (in Ukr.).
12. Romanchuk, K. V. (2016), “Franchise operations: European experience and Ukrainian realities”, *Efektivna ekonomika*, № 12, (in Ukr.).
13. The market of franchising in Ukraine (2015), *Harved On-line Zhurnal*, №1, available at : <http://harved.biz/articles/business/rynok-franchayzinga-v-ukraine>, (accessed 27 July 2017), (in Russ.).
14. Sytnytskyi, M. (2013), “Franchising in the field of culture”, *Ekonomika*, Vol. 145, pp. 57–59, (in Ukr.).
15. Sukovatyi, O. V. (2007), “Specializing in realizing franchising in Ukraine”, *Problemy nauky*, № 2, pp. 14–18, (in Ukr.).

16. Kuzmin, O. Ie., Myronchuk, T. V., I. Z. Salata, & Marchuk, L. V. (2011), *Franchaizynh : navch. posib.* [Franchising], Kyiv, Znannia, 267 p., (in Ukr.).
17. Franchises in Ukraine are resistant to the crisis: General overview of the franchising sector and its indicators based on the questionnaire, (2017), available at : <http://franchisegroup.com.ua> (accessed 27 July 2017), (in Russ.).
18. "The Civil Code of Ukraine" (2003), available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
19. Tsirat, A. V. (2002), *Franchayzing i franchayzingovyy dogovor: uchebno-prakt.posobie* [Franchising and franchising agreement], Kiev, Istina. 240 p., (in Russ.).
20. Tsirat, A. V. & Krivonos Ye. A., (2004), *Franchayzing ot A do Ya: Terminologicheskii slovar*, [Franchising from A to Z: Terminological dictionary], Kiev : Assotsiatsiya franchayzinga, 60 p., (in Russ.).
21. Chekhovska, L. Ia. (2017), "Fitness industry in Ukraine: the state and prospects of development", *Naukovyi chasopys NPU im. Drahomanova, Seriiia 15, Naukovo-pedahohichni problemy fizychnoi kultury (fizychna kultura i sport)*, Kyiv, Vol. 5K (86)17, pp. 358–363, (in Ukr.).
22. Shemshuchenko, Iu. S. (2004), *Yurydychna entsyklopediia* [Legal encyclopedia], T. 6, Kyiv, Ukrainska entsyklopediia, 768 p., (in Ukr.).
23. Want to Buy a Franchise? Ten Reasons Not to Do It, (2017), available at : <http://www.nolo.com/legal-encyclopedia/article-29512.html> (accessed 27.07.2017).
24. The IHRSA Global Report 2016, (2016), available at : http://download.ihrsa.org/pubs/2016_IHRSA_Global_Report_ (accessed : 03.04.2017).