

## КОМПЬЮТЕРНЫЕ КЛУБЫ КАК ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Илясова София Вячеславовна<sup>1</sup>,  
e-mail: sofiaademidova3659@gmail.com

Лаврик Татьяна Михайловна<sup>1</sup>,  
канд. юрид. наук, доцент,  
e-mail: lavriktan@mail.ru

<sup>1</sup>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Тамбовский государственный технический университет», г. Тамбов, Россия

*В статье исследуется деятельность компьютерных клубов как перспективного направления инвестиционной деятельности в современных экономических условиях. Особое внимание уделяется комплексному анализу правового регулирования данного вида предпринимательской деятельности в Российской Федерации, включая выявление и систематизацию источников правового регулирования.*

*В работе проанализированы примеры действующих франшиз компьютерных клубов, представленных на российском рынке. На основе данных о динамике открытия новых точек, показателях окупаемости, оценена актуальность и экономическая целесообразность приобретения франчайзинговых моделей в сфере компьютерных клубов для потенциальных инвесторов.*

*Отдельное внимание было уделено анализу и систематизации преимуществ и рисков использования франчайзинга в сфере компьютерных клубов.*

*Результаты исследования позволяют сформировать целостное представление о правовых и экономических аспектах развития сети компьютерных клубов посредством использования такой модели ведения бизнеса, как франшиза, которые могут быть полезны как для инвесторов, так и для исследователей сферы малого и среднего предпринимательства.*

*По тексту статьи Российская Федерация сокращенно указывается – РФ.*

**Ключевые слова:** предпринимательская деятельность, коммерческая концессия, франчайзинг, франшиза, риски, инвестиции, инвестиционная деятельность, компьютерные клубы

## COMPUTER CLUBS AS AN ORGANIZATIONAL AND LEGAL FORM OF INVESTMENT ACTIVITY

Iliasova S.V.<sup>1</sup>,  
e-mail: sofiaademidova3659@gmail.com

Lavrik T.M.<sup>1</sup>,  
Candidate of Legal Sciences, Associate Professor,  
e-mail: lavriktan@mail.ru

<sup>1</sup>Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Tambov State Technical University",  
Tambov, Russia

*The article examines the activities of computer clubs as a promising area of investment activity in modern economic conditions. Particular attention is paid to a comprehensive analysis of the legal regulation of this type of business activity in the Russian Federation, including the identification and systematization of sources of legal regulation.*

*The work analyzes the current laws of computer club franchises represented on the Russian market. Based on data on the dynamics of opening new locations and payback indicators, the relevance and economic feasibility of acquiring franchise models in the computer club sector for potential investors have been assessed.*

*Special attention was paid to the analysis and systematization of the advantages and risks of using franchising in the computer field.*

*The results of the study make it possible to ensure the integrity of ideas about the legal economic aspects and aspects of the development of computer clubs through the use of business models such as franchising, which can be useful both for the economic downturn and for compliance with the regime of moderate and medium-sized entrepreneurship.*

*In the text of the article, the Russian Federation is abbreviated as RF.*

**Keywords:** entrepreneurial activity, commercial concession, franchising, franchise, risks, investments, investment activities, computer clubs

## Введение

XI век характеризуется стремительным прогрессом в области искусственного интеллекта, виртуальной реальности, роботизации и автоматизации процессов, что находит отражение не только в научно-исследовательской сфере, но и в социально-экономической практике. В условиях интенсивного развития информационных технологий и активного внедрения сегментов виртуальной реальности сфера компьютерных видеоигр демонстрирует устойчивый рост и расширяет границы потенциального применения. На сегодняшний день цифровые технологии выступают не только средством удовлетворения потребительских нужд и развлечений, но также инструментом получения прибыли. Примечательно, что деятельность, традиционно воспринимаемая как досуговая, под воздействием правового регулирования и экономических механизмов преобразовалась в перспективное направление для инвестиций.

По данным Организации видеоигровой индустрии от 106 до 110 млн человек в возрасте от 7 лет и старше играют в видеоигры, что составляет до 81 % населения страны. При этом, объем рынка видеоигры в РФ оценивается в 2,3 млрд рублей. Возглавляет рейтинг городов-миллионников по числу геймеров в видеоигры город Волгоград – играют 83 % опрошенных граждан. Указанные показатели демонстрируют востребованность видеоигрового сегмента на отечественном рынке.

Видеоигры выполняют multifunctional роль: с одной стороны, они служат средством понижения психоэмоционального напряжения (для большинства пользователей), с другой – формируют профессиональную сферу деятельности в виде киберспорта. Эта двойственность нашла отражение в развитии компьютерных клубов – площадок, где досуг пересекается с профессиональной подготовкой киберспортсменов.

Деятельность компьютерных клубов в РФ сопряжена с рядом правовых проблем, затрудняющих инвестиционную привлекательность исследуемого сегмента. Необходимо проанализировать основные правовые сложности предпринимательской деятельности по созданию и организации компьютерных клубов, и предложить направления их решения для минимизации рисков, предотвращения нарушений законодательства, защиты прав пользователей и снижения оснований для возникновения судебных споров.

## Франчайзинг, франшиза и договор коммерческой концессии: соотношение понятий

В большинстве сфер предпринимательской деятельности существуют субъекты малого и среднего предпринимательства, а также крупные предприятия. Чаще всего именно последние развивают коммерческую деятельность с помощью договора коммерческой концессии (франчайзинга), который позволяет масштабироваться и повышать прибыльность организации.

На практике не редко понятие «коммерческая концессия» заменяется термином «франчайзинг», а также определением «франшиза». Такая терминологическая неоднозначность может приводить к недопониманию среди предпринимателей, инвесторов и других участников правоотношений.

Прежде чем анализировать франшизу компьютерных клубов как инвестиционное направление, необходимо чётко определить понятийный аппарат, лежащий в основе исследования. Разграничение указанных понятий позволит корректно формулировать условия договоров, избегать экономических рисков и эффективно защищать свои права в рамках франчайзинговых отношений.

Согласно Гражданскому кодексу РФ (далее – ГК РФ), а именно главе 54, договор, по которому одна сторона обязуется предоставить другой стороне за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау) обозначается как договор коммерческой концессии. Такое определение использует законодатель, при этом в ГК РФ термин «франчайзинг» и «франшиза» отсутствуют.

Марченко М.Ю. в своей работе анализирует подходы ученых, которые делятся на несколько групп:

- 1) ученые, считающие, что понятия «франчайзинг», «франшиза», «коммерческая концессия» являются равнозначными (сторонники Трахтенгерц Л.А.);
- 2) исследователи, придерживающиеся мнения о том, что указанные понятия используются в разных сферах: термин «франчайзинг» используется преимущественно для обозначения определенной системы организации рыночных отношений, а понятие «франшиза» – для определения договорных отношений между конкретными партнерами при реализации этой системы отношений на практике (сторонники Панкратова Ф.Г. и Серegiной Т.К.);
- 3) авторы, отмечающие, что франчайзинг – это способ организации и осуществления предпринимательской деятельности, представляющий собой систему отношений, основанных на договоре франчайзинга и иных сопутствующих договорах. А франшиза – это комплекс исключительных прав, передаваемых по договору (сторонники Марченко М.Ю.) [1].

Многие авторы в своих исследованиях приравнивают понятия «франчайзинг» и «коммерческую концессию», например, Дюмина В.Э., которая использует данные термины в схожем значении. К такому выводу автор пришла на основании анализа главы 54 ГК РФ и положений международной конференции «Франчайзинг: мировой опыт и его применение в российской торговле и сфере услуг», когда многие авторы предлагали или заменить понятия, или принять отдельный, специальный закон по франчайзингу, не противоречащий ГК РФ [2].

Разделяет это мнение относительно понятий «франчайзинг» и «коммерческая концессия» исследователь Гудим Е.Р. [3]. Она поддерживает позицию профессора Витрянского В.В. о том, что понятие «коммерческая концессия» используется как наиболее подходящее по смыслу термину «франчайзинг», следовательно, можно предположить, что данные понятия являются тождественными [4].

Однако, несмотря на продолжительные дискуссии в юридической среде законодатель не изменяет нормы главы 54 ГК РФ, не приравнивает указанные термины.

Следует отметить, что в основном сравнительному анализу подлежат понятия «франчайзинг» и «коммерческая концессия», при этом термин «франшиза» реже становится предметом научных исследований. Как показывает практика, данное понятие чаще используется в экономической лексике и разговорной речи. Парфёнов К.Б. в своей работе подчеркивает, что российские предприниматели уже давно и повсеместно в отношении договора коммерческой концессии, используют понятие «франшиза». Автор считает, что данный термин воспринимается общественным сознанием проще, чем понятие, закрепленное законодателем, а также, что сложившиеся условия «...подталкивают законодателя к тому, чтобы в перспективе, откорректировать данное понятие в соответствии с установками общества, дабы избежать путаницы» [5].

В рамках исследования основным термином выступает «франшиза», при этом понятия «франчайзинг» и «коммерческая концессия» в контексте данной работы рассматриваются как синонимичные «франшизе» и употребляются как взаимозаменяемые.

Выбор обусловлен сложившейся деловой практикой: предприниматели, занимающиеся заключением договоров коммерческой концессии в области компьютерных клубов, преимущественно оперируют термином «франшиза».

Таким образом, опираясь на установленные определения, становится возможным объективно проанализировать специфику франчайзинга в сфере компьютерных клубов, в том числе оценить правовые риски, структуру затрат и потенциальную доходность.

Итак, первый раздел формирует концептуальную основу, без которой невозможно полноценно исследовать франшизу как инструмент инвестирования. Это обеспечивает целостность исследования и позволяет делать обоснованные выводы о целесообразности вложений в данный сегмент рынка.

### Источники правового регулирования деятельности компьютерных клубов

Деятельность компьютерных клубов не выделена в отдельный вид предпринимательской деятельности, поэтому она регулируется общими нормами в сфере услуг, торговли и информационных технологий. Источниками, регулирующими деятельность компьютерных клубов, являются следующие нормативно-правовые акты.

Во-первых, ГК РФ формирует правовую основу для договорных отношений (например, договор оказания услуг, договор коммерческой концессии, лицензионный договор, договор аренды и т.д.), защиты интеллектуальных прав (использование программного обеспечения, игр и других объектов интеллектуальной собственности) и общих принципов деятельности компьютерных клубов (например, положения о создании и деятельности юридических лиц, выбор организационно-правовой формы и вида деятельности).

Второй вид нормативно-правового акта – федеральные законы. Федеральный закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ (ред. от 29.12.2025) «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» – один из ключевых нормативных актов для сферы. Данный акт устанавливает требования к обороту информационной продукции, например, классификация игрового контента по возрастам (0+, 6+, 12+, 16+, 18+ (информационная продукция, запрещенная для детей) и другие положения.

Федеральный закон от 29.12.2006 г. № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты РФ» отделяет компьютерные клубы от нелегальных игорных заведений. К примеру, основной принцип деятельности компьютерных клубов – это предоставление использования ПК или консоли на определенное время за плату (принцип договора аренды). Несмотря на то, что «арендатор» вправе использовать компьютер не только для игровых целей (например, для доступа к сети Интернет, просмотра видеоконтента и другое) законодательство устанавливает ограничения в отношении определённых категорий онлайн игр: онлайн казино, виртуальные покер румы, игровые автоматы, а также иные платформы, предполагающие внесение денежных средств в целях получения выигрыша. Помимо указанного, строго запрещено принимать ставки и проводить пари на деньги внутри клуба.

В продолжение запрещающим нормам необходимо отметить положения Федерального закона от 25.07.2002 г. № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности». В РФ запрещается распространение материалов, призывающих к насилию или разжигающих рознь, среди которых видеоигры: с нацистской символикой и атрибутикой, вызывающие возбуждение социальной, расовой, национальной или религиозной розни; содержащие призывы к терроризму или оправдывающие его; призывающие к нарушению конституционного строя или территориальной целостности РФ. За нарушение запрета об ограничении игрового контента предусмотрена административная (КоАП РФ) и уголовная (УК РФ) ответственность.

Сбор, хранение и обработка информации о посетителях компьютерного клуба (ФИО, номера телефонов, паспортные данные при регистрации) регулируются Федеральным законом от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных».

Требования к обеспечению пожарной безопасности в помещениях компьютерного клуба регулируются Федеральным законом от 21.12.1994 № 69-ФЗ «О пожарной безопасности».

Третий вид источников правового регулирования деятельности компьютерных клубов – законы. Закон РФ № 2300-1 «О защите прав потребителей» – это базовый нормативно-правовой акт для сферы предоставления услуг. На его основе утверждаются правила работы клуба (публичная оферта), оформляется «Уголок потребителя» и регулируются споры о защите прав потребителей.

Региональные нормы также формируют нормативно-правовую базу в данной сфере. Например, Приложение к решению Петрозаводского городского Совета от 28.12.2004 года № XXV/XXII-83, где

содержатся Правила осуществления деятельности компьютерных клубов, которые закрепляют требования к помещениям, где располагаются компьютерные клубы. Такие требования включают в себя нормы о естественном и искусственном освещении, площади одного компьютерного места (не менее 4,5 кв. м), необходимость ведения журнала учета длительности работы на компьютере и другое. Компьютерные клубы обязаны соблюдать допустимый уровень шума и временные ограничения на его создание. Например: в Тамбовской области за нарушение тишины и покоя граждан в ночное время предусмотрена ответственность в соответствии со ст. 13 Закона Тамбовской области от 29.10.2003 № 155-З «Об административных правонарушениях в Тамбовской области». Зачастую компьютерные клубы располагаются в спальнях районах, часто на цокольных или первых этажах многоквартирных домов. Режим работы таких заведений круглосуточный, из-за чего в ночное время уровень шума возрастает: он может исходить как от посетителей компьютерных клубов, так и от звука видеоигр или проводимых турниров. Указанные обстоятельства могут послужить основанием для возникновения судебных разбирательств.

Помимо ранее отмеченных норм, на деятельность компьютерных клубов также распространяются положения, установленные Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, санитарно-эпидемиологические правила и нормативы (СанПиН 2.2.2/2.4.1340-03 о гигиене труда, технологических процессах, сырье, материалах, оборудовании и т.д.).

Говоря о правовом регулировании деятельности компьютерных клубов, можно отметить, что статьи различных законов и других нормативных актов регулируют данную область с разных сторон, что существенно усложняет процесс организации и ведения такого вида предпринимательской деятельности.

### **Преимущества франчайзинга компьютерных клубов**

Однако, данная сфера выступает инвестиционно-привлекательной, что подтверждают следующие показатели.

По мнению крупнейшего мультимедийного холдинга, в 2022 году сеть компьютерных клубов COLIZEUM занимала 7 место списка ТОП-50 франшиз. При этом данную структуру опережали преимущественно сети из более традиционных сегментов рынка – розничная сеть «Пятёрочка», маркетплейсы Wildberries и Ozon.

Анализируя данные, приведенные на официальном интернет-сайте организации, возможно установить, что франшиза COLIZEUM, обладает устойчивой бизнес моделью, которая позволяет адаптировать проект под различные рыночные условия. Высокий уровень прибыли отдельных клубов (до 6,5 млн руб. в месяц) и относительно короткие сроки окупаемости (от 15 месяцев) подтверждают экономическую эффективность модели. С точки зрения инвестиционной модели рассматриваемая франшиза компьютерных клубов демонстрирует существенные различия по уровню капиталовложений (от 4,5 млн руб. до 18 млн руб.) и срокам окупаемости (от 15 до 18 месяцев), что создаёт объективную основу для сравнительной оценки её привлекательности относительно иных франшиз. Масштабное географическое расположение сети (597 активных клубов в различных городах России, а также многочисленные компьютерные клубы, действующие более чем в 20 странах) свидетельствует о её конкурентоспособности и потенциале для дальнейшего роста на российском и международном рынках.

В качестве еще одного примера можно привести франшизу TRUE GAMERS, показатели которой уступают франшизе COLIZEUM, но при этом подтверждают актуальность и инвестиционные перспективы гейминговой сферы. Сеть компьютерных клубов TRUE GAMERS охватывает более 5 стран и включает более 160 открытых клубов. В рамках исследования рыночных предложений франшиз компьютерных клубов были выявлены следующие экономические показатели для данной сети: минимальный объём капитальных вложений составляет 9 млн руб., из которых паушальный взнос занимает от 400 тыс. руб. При прогнозируемом среднем ежемесячном обороте в 1 млн руб. период возврата инвестиций оценивается в 26 месяцев.

Полученные данные позволяют сопоставить инвестиционную привлекательность двух приведенных франшиз с учётом требуемых вложений, структуры платежей и сроков окупаемости.

Следует отметить, что ключевые показатели эффективности рассматриваемых франшиз являются отличным показателем для большинства сфер малого и среднего предпринимательства.

Авторы Сенаторов И.И. и Кусков А.Н. отмечают важность самой франчайзинговой концепции: «Отличительной чертой франшизы является не производимый товар или услуга, а качественный уровень созданной системы». Также исследователи подчеркивают, что уникальность данной формы реализации предпринимательской деятельности проявляется следующим образом: «Оценка результатов работы франчайзинга через оценку успеха его участников – это то, что отличает данную форму организации бизнеса от других бизнес-концепций» [6]. Таким образом, если учитывать ранее приведенные показатели реализации франшиз COLIZEUM и TRUE GAMERS, а также мнения исследователей в рамках вопроса преимуществ данного сегмента рынка, то становится возможным определить, что главным критерием оценки деятельности компьютерных клубов по франшизе является общая производительность франчайзинговой системы.

В сравнительном аспекте сегмент компьютерных клубов характеризуется повышенной стабильностью относительно ряда иных отраслей предпринимательской деятельности. Так, сферы общественного питания и розничной торговли одеждой в последние годы подверглись существенному внешнему воздействию, обусловленному введением санкционных ограничений. Это спровоцировало масштабные структурные изменения в данных сегментах и повлекло трансформацию их позиций в рейтингах франшиз. В отличие от указанных отраслей, направление компьютерных клубов продемонстрировало более устойчивую динамику, что позволяет рассматривать данную область как относительно надёжный объект для инвестиций.

Итак, рассмотрим перспективы и плюсы открытия компьютерного клуба по франшизе.

1. Компьютерные клубы демонстрируют высокую рентабельность благодаря стабильному спросу на игровые услуги. Начальные инвестиции окупаются в разумные сроки, что делает вид деятельности, по предоставлению компьютеров в аренду, привлекательной для инвесторов.

2. Благодаря растущему интересу к киберспорту средний срок окупаемости компьютерного клуба составляет от 15 до 26 месяцев, что значительно быстрее по сравнению со многими другими видами предпринимательской деятельности.

3. Франшиза предоставляет проверенную систему управления и стандарты работы, что снижает риски и ускоряет запуск, а также оказывает поддержку на всех этапах деятельности, что включает: обучение персонала, маркетинговую поддержку, помощь в подборе локации и организации работы. Франчайзер обеспечивает необходимыми ресурсами и технологиями, что минимизирует затраты на первоначальную настройку работы.

4. Компьютерные клубы, такие как COLIZEUM, активно развивают сотрудничество с ключевыми игроками индустрии. Например, COLIZEUM проводит COLIZEUM FEST – масштабное мероприятие, которое привлекает внимание к бренду, способствует развитию киберспортивного сообщества и позволяет установить полезные связи с партнёрами и потенциальными клиентами. Регулярные турниры по популярным играм (CS2, Dota 2 и др.) выполняют сразу несколько функций:

– монетизация: плата за участие, спонсорские взносы, продажа билетов на офлайн мероприятия, а также во время турниров растёт спрос на сопутствующие услуги – купля-продажа напитков, еды и т.д.;

– маркетинговая функция: анонсы и трансляции турниров в соцсетях и на стриминговых платформах привлекают новых игроков, а освещение мероприятий в локальных СМИ и игровых сообществах повышает узнаваемость бренда без значительных затрат на рекламу.

Приобретение франшизы известной сети позволяет минимизировать индивидуальные предпринимательские риски за счёт использования апробированной финансовой модели, сформированного рыночного имиджа и высокой узнаваемости бренда. Масштаб присутствия сети на рынке формирует эффект доверия со стороны потребителей: значительное количество действующих точек воспринимается потребителем как гарантия качества услуг и стабильности предпринимательской деятельности.

### **Проблемы и недостатки, связанные с инвестиционной деятельностью в сфере компьютерных клубов**

Однако, так же, как и другие сферы инвестиций, сфера деятельности компьютерных клубов имеет ряд рисков.

Исследователи Ходыревская С.В. и Шеметов Д.Э. под рисками понимают: «...все внутренние и внешние факторы, которые могут негативно повлиять на достижение стратегических целей предприятия в течение точно определенного отрезка времени» [7].

В качестве основных рисков выделяют зависимость от франчайзера, которая проявляется в следующих аспектах:

- 1) ограничение самостоятельности в принятии решений по вопросам ассортимента услуг, ценовой политики, дизайна помещений, униформы персонала;
- 2) обязанность по выплате франчайзеру паушального взноса при вступлении в сеть и регулярных роялти (процент от оборота или фиксированную сумму), которые могут стать обременительными, особенно если предприниматель испытывает временные трудности или рентабельность снижается, кроме того, в некоторых случаях приобретатель франшизы также обязан участвовать в маркетинговых акциях сети и оплачивать их;
- 3) договор франчайзинга обычно заключается на ограниченный срок. Франчайзер может отказаться продлевать сотрудничество, к примеру, из-за качества работы, что создаёт неопределённость в долгосрочном планировании и может привести к утрате предприятия;
- 4) если компания, владеющая брендом, уходит с рынка и оставляет местные точки без поддержки то, это может привести к закрытию сети. Например, деятельность франшизы Subway в России. После ухода американской компании в 2023 году российская сеть разделилась на три части. Франчайзи не смогли договориться с правопреемником, и часть точек переименовали в Subjoy, SBW и Subtime.

Также отдельно выделяют юридические риски: отсутствие у франчайзера зарегистрированных прав на интеллектуальную собственность, досрочное расторжение договора, что часто сопряжено с большими штрафными санкциями или в целом заключение договора на невыгодных условиях (в договоре могут быть прописаны условия об увеличении роялти при росте оборотов).

Общим источником потенциальных проблем при реализации любого вида предпринимательской деятельности является конкуренция. В данном случае, если франчайзер «продаёт» слишком много франшиз в одном городе или не разграничивает территории действия партнёров, то компьютерные клубы одной сети могут начать конкурировать друг с другом за клиентов. Поэтому перед размещением компьютерного клуба стоит уточнить географию франшизы и конкурентов на интересующей территории.

Еще одной общей проблемой в исследуемой сфере, которая охватывает все виды предпринимательской деятельности выступает недостаточная проработанность нормативно-правовой базы, регулирующей функционирование франчайзинговых моделей. Данная проблема не редко исследуется в научных работах, и многие авторы отмечают необходимость разработки и принятия специального закона «О франчайзинге». К примеру, Субач Д.А. и Авруцкая С.Г. в своем исследовании указывают, что «без закона бизнес-модель франшизы не будет работать в полную силу» [8]. Однако анализ современного состояния франчайзинговых моделей позволяет констатировать их функциональную эффективность как инструмента организации предпринимательской деятельности.

Ранее в работе была проведена систематизация нормативно-правовых актов являющихся источниками норм права в сфере компьютерных клубов, в том числе по средствам использования франшизы. Принятие нового закона усложнит настоящую систему правового регулирования. При этом объём правовых положений, подлежащих учёту при реализации франчайзинговой модели, объективно не может быть исчерпывающе закреплён в рамках одного закона: значительная часть требований содержится в специализированных подзаконных актах, в том числе в санитарных правилах и нормах (СанПиН), строительных нормах и правилах (СНиП) и иных технических регламентах. Совокупность этих документов формирует обширный массив нормативных положений, обращение к которым является обязательным при организации деятельности франшиз – в частности, при обустройстве помещений компьютерных клубов, обеспечении санитарно-гигиенических и противопожарных требований, а также соблюдении градостроительных и эксплуатационных стандартов.

Такое многоуровневое регулирование трудно будет заменить единым законом: попытка объединения норм может привести к чрезмерной детализации акта, который будет также неудобен в использовании, либо к потере необходимой гибкости регулирования.

Подводя итог, становится возможным отметить, что в настоящее время действующая нормативно правовая база в сфере франчайзинга является достаточной с точки зрения охвата ключевых аспектов регулирования. Вместе с тем значительный объём и многоуровневый характер нормативных актов активно затрудняют их практическое применение субъектами малого и среднего бизнеса.

В целях повышения правовой определённости и снижения барьеров для предпринимателей целесообразно оптимизировать регулярные обзоры правоприменительной практики и официальные разъяснения по наиболее спорным и сложным вопросам. Такие материалы позволили бы эффективнее ориентироваться в настоящих положениях и заблаговременно учитывать обязательные требования при планировании и реализации предпринимательской деятельности. Данные акты целесообразно дифференцировать по различным отраслям (в том числе применительно к деятельности компьютерных клубов). Подготовку таких материалов могли бы осуществлять представители научного и законодательного сообщества, а также опытные практики – признанные эксперты и лидеры отрасли, обладающие опытом реализации франшиз.

### Заключение

По результату проведенного исследования можно отметить следующие выводы.

Нормативно-правовое регулирование деятельности компьютерных клубов формируется из нормативных актов как федерального, так и регионального уровня и содержит множество требований и чётких критериев осуществления деятельности, что существенно усложняет процесс открытия таких заведений.

В этих условиях важную роль играет институт франшиз: он помогает преодолеть ряд административных и организационных барьеров за счёт использования готовой «бизнес модели», поддержки франчайзера и упрощённого выхода на рынок. Вместе с тем франчайзинговая модель сопряжена с определёнными рисками – финансовой нагрузкой из-за паушального взноса и роялти, ограничениями самостоятельности ведения деятельности, зависимостью от репутации сети и потенциальными юридическими проблемами.

При этом принятие отдельного специализированного закона не представляется необходимым – эффективнее сосредоточиться на подготовке регулярных обзоров правоприменительной практики, которые помогут предпринимателям грамотно ориентироваться в действующем регулировании и применять нормы на практике.

Несмотря на указанные сложности и риски, авторы считают вложение средств в деятельность компьютерных клубов перспективным направлением для инвестиций благодаря устойчивому спросу на подобные услуги, возможности масштабирования организаций, предоставляющих услуги аренды игровых компьютеров, и потенциалу получения стабильного дохода при грамотном управлении данного рода коммерческой деятельностью.

### Список литературы

1. *Марченко, М.Ю.* Договор коммерческой концессии: понятие и правовые основы / М.Ю. Марченко // Вестник магистратуры. – 2014. – №4-3 (31) [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dogovor-kommercheskoy-kontsessii-ponyatie-i-pravovye-osnovy> (дата обращения: 09.06.2026).
2. *Дюмина, В.Э.* Договор коммерческой концессии и другие соглашения в сфере интеллектуальной собственности / В.Э. Дюмина; Санкт Петербургский государственный университет. – Санкт Петербург: СПбГУ, [б. г.].
3. *Гудим, Е.Р.* Коммерческая концессия, франчайзинг, франшиза: соотношение понятий / Е.Р. Гудим // Современные инновации. – 2017. – №7 (21) [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommercheskaya-kontsessiya-franchayzing-franshiza-sootnoshenie-ponyatiy> (дата обращения: 09.06.2026).
4. *Брагинский, М.И.* Договорное право. Договоры о выполнении работ и оказании услуг. Кн. 3 / М.И. Брагинский, В.В. Витрянский. – Москва: Статут, 2005. – С. 977.

5. Парфёнов, К.Б. Сравнительно-правовой анализ договора коммерческой концессии и франчайзинга / К.Б. Парфёнов // Аграрное и земельное право. – 2024. – №3 (231) [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelno-pravovoy-analiz-dogovora-kommercheskoy-kontsessii-i-franchayzinga> (дата обращения: 09.06.2026).
6. Сенаторов, И.И. Преимущества и недостатки франчайзинга как формы бизнеса / И.И. Сенаторов, А.Н. Кусков // Научные междисциплинарные исследования. – 2020. – №2-1 [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/preimuschestva-i-nedostatki-franchayzinga-kak-formy-biznesa> (дата обращения: 29.05.2026).
7. Ходыревская, С.В. Управление рисками при открытии компьютерного клуба / С.В. Ходыревская, Д.Э. Шеметов // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2023. – №8 (74) [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-riskami-pri-otkrytii-kompyuternogo-kluba> (дата обращения: 29.05.2026).
8. Субач, Д.А. Франчайзинг как инструмент развития бизнеса производственных компаний / Д.А. Субач, С.Г. Авруцкая // Успехи в химии и химической технологии. – 2020. – №10 (233) [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/franchayzing-kak-instrument-razvitiya-biznesa-proizvodstvennyh-kompaniy> (дата обращения: 29.05.2026).

### References

1. Marchenko M. Yu. Commercial Concession Agreement: Concept and Legal Basis / M. Yu. Marchenko // Bulletin of the magistracy. – 2014. – No. 4-3 (31) [Electronic resource]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dogovor-kommercheskoy-kontsessii-ponyatie-i-pravovye-osnovy> (access date: 06/09/2026).
2. Dyumina, V.E. Commercial concession agreement and other agreements in the field of intellectual property / V.E. Dyumina; St. Petersburg State University. – St. Petersburg: St. Petersburg State University, [b. G.].
3. Gudim, E.R. Commercial concession, franchising, franchising: the relationship of concepts / E.R. Gudim // Modern innovations. – 2017. – No. 7 (21) [Electronic resource]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommercheskaya-kontsessiya-franchayzing-franshiza-sootnoshenie-ponyatiy> (access date: 06/09/2026).
4. Braginsky, M.I. Contract law. Contracts for the performance of work and provision of services. Book three / M.I. Braginsky, V.V. Vitryansky. – Moscow: Statute, 2005. – P. 977.
5. Parfenov, K.B. Comparative Legal Analysis of the Commercial Concession Agreement and the Franchise Agreement / K.B. Parfenov // Agrarian and land law. – 2024. – No. 3 (231) [Electronic resource]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelno-pravovoy-analiz-dogovora-kommercheskoy-kontsessii-i-franchayzinga> (date of access: 06/09/2026).
6. Senatorov, I.I. Advantages and disadvantages of franchising as a form of business / I.I. Senatorov, A.N. Kuskov // Scientific interdisciplinary research. – 2020. – No. 2-1 [Electronic resource]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/preimuschestva-i-nedostatki-franchayzinga-kak-formy-biznesa> (date of access: 05.29.2026).
7. Khodyrevskaya, S.V. Risk Management When Opening a Computer Club / S.V. Khodyrevskaya, D.E. Shemetov // Innovative economics: prospects for development and improvement. – 2023. – No. 8 (74) [Electronic resource]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-riskami-pri-otkrytii-kompyuternogo-kluba> (date of access: 05.29.2026).
8. Subach, D.A. Franchising as a Business Development Tool for Manufacturing Companies / D.A. Subach, S.G. Avrutsкая // Advances in chemistry and chemical technology. – 2020. – No. 10 (233) [Electronic resource]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/franchayzing-kak-instrument-razvitiya-biznesa-proizvodstvennyh-kompaniy> (date of access: 05.29.2026).

Статья поступила в редакцию: 24.06.2026

Received: 24.06.2026

Статья принята к публикации: 26.08.2026

Accepted: 26.08.2026