

Особенности защиты прав потребителей в договоре об оказании коучинговых услуг.

Научный руководитель – Маслова Варвара Алексеевна

Костишина Мария Владимировна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Юридический факультет, Кафедра коммерческого права и основ правоведения, Москва, Россия

E-mail: mariya.kostishina@yandex.ru

Что такое коучинг? Коучинг - это совместный, ориентированный на решение, на результат, и систематический процесс, в котором коуч способствует повышению производительности работы, жизненного опыта, самостоятельному обучению и личностному росту подопечного [5; 9].

Можем ли мы говорить о защите прав потребителей в договоре об оказании коучинговых услуг? Мы полагаем, что подобное возможно лишь тогда, когда мы говорим о лайф-коучинге. Подобный вывод следует из Закона о защите прав потребителей [1] (далее - Закон № 2300-1) и из судебной практики.

Согласно Закону № 2300-1, потребителем является “гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности”. Особо важное значение для нас имеет цель использования товара в личных целях, не связанных с предпринимательской деятельностью. В случае лайф-коучинга основной задачей коуча является обращение к внутреннему потенциалу своего клиента для мобилизации его сил, повышения мотивации к достижению личностных целей. Перечисленное едва ли можно отнести к нуждам, связанным с осуществлением предпринимательской деятельности. Когда мы говорим о других видах коучинга, таких как бизнес-коучинг, то сущностно он направлен на преумножение дохода клиента, развитие у него профессиональных навыков и компетенций, которые имеют потенциал к коммерциализации. Тут наглядно прослеживается наличие предпринимательских целей. Следовательно, клиента, услугополучателя бизнес-коучинга или приобретателя коуч-сессий, нельзя считать потребителем. Аналогичный вывод изложен в судебной практике [3]. Подобное противоречие порождает определенные проблемы как в области законодательного регулирования, так и в области защиты прав потребителей.

Первым нарушением в области защиты прав потребителей является нарушение права потребителя на информацию об услуге коучинга. Оказание услуг коучинга имеет две отличительные особенности в виде: коучинг-технологий, лежащих в основе работы, и нематериального результата оказанной услуги. Предмет самой коучинговой услуги и соответствующего договора должен быть четко определен. Чтобы наиболее полно оценить качество услуги, степень её оказания и потенциальный результат, необходимо как можно подробнее обозначить какие услуги, в каком объеме должны быть оказаны заказчику [4; 1]. В случае нарушения права потребителя на информацию исполнителю услуги грозит административная ответственность, предусмотренная ст. 14.8 Кодекса об административных правонарушениях [2].

Вторым нарушением в области защиты прав потребителей является некачественная услуга. Деятельность коуча направлена на работу с внутренним состоянием человека, его

личностными качествами, частично с психикой человека. Такая работа имеет скрытый характер, поскольку происходит внутри самого клиента, поэтому мы можем наблюдать исключительно результат. При этом критерии оценки такого результата в законодательстве не установлены. Одним из результатов оказанной услуги является психоэмоциональное состояние человека после проведенного тренинга. Оно может быть как положительным, так и отрицательным. Ввиду отсутствия поименованного перечня критериев для оценки оказанной услуги клиент заполняет подобный законодательный пробел самостоятельно, что приводит к субъективной оценке оказанной услуги. Если настроение после тренинга положительное, услуга оказана качественно. Если отрицательное - услуга оказана ненадлежаще или вовсе не оказана. В то самое время, когда коуч сделал все необходимое. По этой причине немалое количество судебных разбирательств не увенчиваются успехом для потребителя.

Исходя из всего выше сказанного, мы хотели бы сделать вывод о том, что в случае оказания коучинговых услуг есть определенные особенности. Для того, чтобы их учесть, необходимо как можно подробнее прописать в договоре какие услуги, в каком объеме должны быть оказаны заказчику. Это позволит заказчику наиболее полно оценить качество услуги, степень её оказания и полученный результат.

Источники и литература

- 1) Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей" // СПС КонсультантПлюс.
- 2) "Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 27.01.2023) // СПС КонсультантПлюс.
- 3) Определение Восьмого кассационного суда общей юрисдикции от 20.12.2021 N 88-21592/2021 // СПС КонсультантПлюс.
- 4) Раев К., Гурин О. Описание объекта закупки (техническое задание) при закупке образовательных услуг // Прогосзаказ.рф. 2021. N 5. С. 1.
- 5) Excellence in Coaching: industry guide / Association for Coaching, Jonathan Passmore. – 2nd ed. p. 9 URL: https://books.google.ru/books?hl=ru&lr=&id=NQTdmXA7Zc8C&oi=fnd&pg=PA9&dq=coaching+is&ots=q1wHg0NEC4&sig=LnPgUuUXaZjrF-h5jeQvcKvrHt8&redir_esc=y#v=onepage&q=coaching%20is&f=false (дата обращения: 11.02.2023).