

Основные мотивы покупателя [объекта недвижимости](#) - улучшить свои жилищные условия (или расширить свой бизнес) и обеспечить эффективное вложение своих капиталов. Исходя из этого, основной потребностью покупателя можно с уверенностью считать поиск и выбор наилучшего объекта из всех, которые в данный момент можно приобрести на рынке в подходящем покупателю ценовом диапазоне. Естественно, при этом покупатель не хочет переплатить за этот объект. Основными мотивами продавца являются обмен своего объекта на лучший, нужда в средствах или смена объекта инвестиций (выход из данного бизнеса, продажа неиспользуемых активов и т.д.). Главной потребностью собственника становится при этом продажа своего объекта по максимально возможной цене в заданные сроки. Каждый продавец хочет знать, что он не продешевил при осуществлении этой транзакции.

Обе задачи являются исключительно сложными и ответственными. Правильная оценка и подготовка объекта к продаже, эффективный маркетинг и продвижение объекта, сотни переговоров и десятки показов, уточнение пожеланий сторон, согласование условий сделки и проведение торгов – все это требует профессиональных знаний, определенных навыков, затрат большого количества времени и нервов. Решение подобных стрессовых и эмоционально насыщенных задач, связанных к тому же с большими суммами денег и, зачастую, с самым ценным активом, который есть у человека, во всем мире принято решать через [профессиональных посредников](#), агентов по недвижимости.

Исходя из этого и следует рассматривать услугу риэлтора и ее основную ценность для заказчика. Клиент заплатит большую сумму комиссионных, если будет убежден, что профессиональный посредник помог реализовать его основную потребность, а именно: собственнику объекта риэлтор помог продать как можно дороже, а инвестору помог купить лучший объект, потратив при этом минимально возможную сумму.

Очевидно, что одновременно удовлетворить эти две совершенно противоположные потребности двух сторон сделки один посредник практически не в состоянии. Один из контрагентов всегда будет чувствовать, что в результате торгов сделка состоялась в ущерб именно его интересам, и будет обвинять в этом посредника. Вот почему на первом месте большинства кодексов этики агентов по недвижимости разных стран прописано обязательство отстаивать интересы своего заказчика, действуя при этом честно по отношению ко второй стороне. А договоры на оказание агентских услуг в США начинаются с предупреждения, что агент имеет право одновременно представлять интересы обеих сторон сделки только с информированного согласия и покупателя и продавца, данного в письменном виде.

Каждый профессиональный агент хочет, чтобы клиент остался доволен его услугой и заплатил стандартные 5% от суммы сделки добровольно, с благодарной улыбкой за оказанную ему помощь в решении своей задачи, чтобы он оставил [положительные рекомендации](#)

и в

следующий раз обратился за услугой к этому же агенту. Логика оказания посреднической услуги убедительно доказывает, что такой результат агент может достичь только в том случае, если он сосредоточится на отстаивании интересов и

удовлетворении основной потребности именно своего заказчика, будучи совершенно независимым от пожеланий и указаний противоположной стороны в сделке [купли-продажи](#)

или

[аренды объекта недвижимости](#)

Очевидно, что это очень сложно сделать, если у контрагента есть выбор – соглашаться на условия сделки, на которых от имени своего заказчика настаивает агент, или обратиться к другому агенту, более сговорчивому и беспринципному, который, дабы не потерять сделку и свои комиссионные пойдет на уступки другой стороне. Риэлторская деятельность основана на психологии и знании рынка, поэтому грамотный, но не очень этический агент всегда сможет сделать соответствующую подборку данных и убедить своего собеседника принять то или иное решение. Особенно это характерно в Украине, где сегодня практически отсутствует достоверная информация о реальных ценах сделок и даже количестве транзакций, где в одном и том же СМИ можно найти несколько аналитических отчетов, обосновывающих совершенно противоположные тенденции и дающих противоречащие друг другу прогнозы.

В странах с уже сложившимися традициями уважительного отношения к риэлторам заказчик платной посреднической услуги сам помогает разрешить этот конфликт интересов – он дает агенту, которому доверяет, эксклюзивные права и полномочия на проведение переговоров, не обращаясь к другим посредникам и не вступая в прямые переговоры с контрагентом. Только в этом случае становится реальным обеспечить всю полноту информации о реальном спросе и предложении на рынке и правильно использовать ее в интересах своего заказчика во время поиска подходящего покупателю объекта или проведения торгов с целью продажи недвижимости по максимально возможной цене.

Только так можно эффективно удовлетворить покупателя, с каждым просмотром уточняя его собственные пожелания к объекту (опытные агенты знают, как тяжело порой покупателю четко сформулировать, чего же он и члены его семьи или компаньоны на самом деле хотят купить). При этом агент не дает собственникам зависить цену их объектов, «ведь у нас есть и другие варианты покупки!» Вот когда посредник честно отработал свои комиссионные!

Только так можно эффективно удовлетворить пожелания продавца, обеспечив необходимый спрос на его объект и лишив покупателя возможности торговаться на снижение цены, "ведь у нас есть и другие покупатели!" В идеале, если все проведено максимально корректно, профессионал может обеспечить аукцион и, грамотно используя азарт и здоровые амбиции, продать объект по цене, превышающей рыночную. Вот когда посредник честно отработал свои комиссионные!

Следует заметить, что понятие "эксклюзив", ассоциируемое сегодня с кабальными

условиями для собственников объектов, когда их заставляют передать агентству оригиналы документов ("а чтоб не отказались потом платить комиссионные!") ничего общего с профессиональной услугой не имеет, и, по сути, дискредитирует ее. Еще одно замечание касается порядка оплаты агентских услуг и ее ценообразования: комиссионные проценты от конечной цены продажи даже на уровне подсознания подталкивают агента продавать объект по максимальной цене, что полностью соответствует пожеланиям и ожиданиям продавца, но аж никак не отвечает потребностям покупателя. Поэтому во многих странах с покупателем сразу оговаривается фиксированная стоимость посреднической услуги.

Совершенно логичным в свете всего сказанного представляется также опыт американских и канадских риэлторов, которые взимают комиссионные (как правило – 6%) только с продавца и делят эту сумму между собой в заранее оговоренной пропорции (как правило – 50/50). Причем эта схема взаимодействия коллег работает вне зависимости от ситуации на рынке – превышает ли спрос предложение или наоборот. Вот как воистину реализуются основные потребности клиентов каждого риэлтора: собственник с помощью своего агента продает по максимальной цене, а покупатель с помощью своего агента находит и не упускает возможность купить наилучший вариант из всех, предложенных на рынке.

Верю в то, что логика и тенденции мирового развития очень интересной и востребованной профессиональной посреднической услуги на рынке недвижимости рано или поздно возьмут верх и в нашей стране. И ключ к этому не в законодательном регулировании, а в кропотливой работе над собой, шлифовке собственного мастерства и технологий работы во имя доверия клиента к своей услуге!

Артур Оганесян, Управляющий Партнер агентства недвижимости «Паркер и Оболенский», Представитель Национальной Ассоциации Риэлторов США в Украине, Вице-Президент CEREA