

„Kupujący nie płaci wynagrodzenia” - naruszenie prawa czy racjonalne działanie zgodnie z przepisami!?

Od pewnego czasu w środowisku przetacza się burzliwa polemika na temat określeń marketingowych dozwolonych w naszym zawodzie. Filozoficzny czy prawny dylemat jakim jest hasło „kupujący nie płaci prowizji” czy też „prowizję płaci sprzedający” . Dylemat iście szekspirowski w swojej wymowie i wydaje się trudny do rozstrzygnięcia bez zacytowania argumentów, jak i przedstawienia genezy.

Dla niewtajemniczonych przypomnę tylko, że slogan marketingowy „kupujący nie płaci prowizji” ferowany przez jedną z firm został uznany za naruszenie § 25 Standardów Zawodowych, który brzmi „**Pośrednikowi nie wolno oferować usług poniżej kosztów ich świadczenia lub przedstawiać je jako wolne od wynagrodzenia**” w zbiegu z § 26 w brzmieniu; „**Ogłoszenia o pobieraniu wynagrodzenia z jednej strony opatruje się wyjaśnieniem, która ze stron pokrywa wynagrodzenie pośrednika**” .

Czy jest to jednak jasne? Dla wielu tak!

Kiedy powstawał ten zapis, a przynajmniej §25 Standardów Zawodowych istniały firmy, które działały w specyficzny sposób. Ogłaszały one, że KLIENT nie płaci prowizji, a faktycznie kiedy zgłaszał się kupujący, mówiły że dotyczy to sprzedających, natomiast w przypadku sprzedającego wyjaśniały, że dotyczy to kupujących. Okresowo zmieniały taktykę w zależności od ilości ofert lub klientów. W rzeczywistości taktyka nie dawała oczekiwanych rezultatów, a jedynie kłopoty i konflikty.

Wtedy to właśnie tworzyły się w PFRN standardy zawodowe i postanowiono wprowadzić taki zapis. Nie pamiętam kiedy pojawił się § 26, ale niewątpliwie jest on konsekwencją § 25.

Byłem przy jego tworzeniu i pamiętam dyskusje na temat standardów. Pamiętam argumenty jakimi członkowie Rady Krajowej posługiwali się w kwestii braków zapisów w standardach dotyczących zakresu czynności pośrednictwa. Obawiano się sytuacji, w której klient przed sądem będzie udowadniał, że nieruchomości została sprzedana przed wykonaniem wszystkich czynności np. przed daniem ogłoszenia w prasie, co miało powodować przegrane w procesach sadowych. Konsekwencją tych decyzji jest dzisiaj między innymi przyjmowanie przez Internet bez oglądania nieruchomości, a jedyną czynnością jaką pośrednik powinien wykonać jest podpisanie umowy, co może być zrealizowane wówczas gdy znajdzie się klient (zaistnieją przesłanki o skojarzeniu). Jedynie System Zarządzania Jakością ISO określa w niewielkim zakresie katalog czynności.

Jasno trzeba sobie jednak powiedzieć, że jest to prawo obowiązujące pośredników i choć niedoskonałe, powinno nas obowiązywać. Z drugiej zaś strony wiemy z doświadczenia, że niezyciowe prawo jest omijanie - nie zawsze w złej intencji, a jeśli w złej - to wynika ono jedynie z marnej możliwości egzekwowania. Nie zwalnia nas jednak od ciągłej polemiki,

szukania bardziej dojrzałych rozwiązań prawnych i interpretacji dostosowanych do zmieniających się warunków rynkowych i powstających zagrożeń.

To na podstawie powyższego część osób uznaje, że sformułowanie, iż „kupujący nie płaci prowizji” nie sugeruje, kto rzeczywiście ponosi koszty wynagrodzenia. Tak ujęty temat – ich zdaniem - nie spełnia wymogów standardów. Czy w związku z tym pozostali nie mają racji używając tego hasła marketingowego?

Jeśli opatrzą, zgodnie z § 26 wyjaśnieniem informującym o fakcie **która ze stron pokrywa wynagrodzenie pośrednika**, to zaczyna się kolejna dyskusja - w którym miejscu? jaką czcionką? jaki kolor czcionki? co i tak nie wyczerpuje możliwości omijania zapisów standardów.

Kiedy tworzono standardy nikt nie przypuszczał, że licencje zawodowe staną się tak popularne, a do ich zdobycia wystarczą studia podyplomowe. Istniała doktryna wynikająca ze składu Rady Krajowej, że to pośrednik powinien być przedsiębiorcą prowadzącym działalność gospodarczą, a agenci działają pod jego nadzorem. Wygodne – nieprawdaż !

Tak faktycznie inne formy były w ówczesnym czasie marginesem. Pierwszym sygnałem było tworzenie się „szarej strefy”, co kazało Radzie Krajowej zarekomendować konieczność zatrudnienia pośrednika w danym biurze bez możliwości nadzoru na odległość. W miarę rozwoju rynku to przedsiębiorcy nie posiadający licencji zaczęli zatrudniać jedynie pośredników co staje się coraz bardziej popularne. W tym właśnie momencie powstała kwadratura koła.

Z jednej strony przedsiębiorca, którego obowiązuje Ustawa o Swobodzie Działalności Gospodarczej, dla którego zakaz używania tego sformułowania w marketingu jest niezrozumiały i niezgodny z ustawą. Z racji, że nie chodzi tu o bliżej nieokreślonego klienta a konkretnie o KUPUJĄCEGO. Również i ustawa o Zwalczaniu Nieuczciwej Konkurencji milczy na ten temat. Nawiasem mówiąc w bardzo wyraźny sposób odnosi się do kopiowania ofert w Internecie, informowania klienta, że nie musi podpisywać umowy a nawet reprezentowania dwóch stron transakcji.

Z drugiej strony pośrednik, który zgodnie z doktryną, (pomimo że swoje czynności wykonuje za wynagrodzeniem zgodne z zapisem standardów) miałby narzucać swoją wolę przedsiębiorcy, ograniczając mu jego prawa!? To z pewnością reguluje zapis § 11 Standardów Zawodowych odnoszący się chyba jako jedyny do UoZNK i zamyka temat. *(Pośrednik nie może postępować w sposób godzący w interesy zatrudniającego go przedsiębiorcy.....)*

Argumenty te, nie bez racji, stawiają pod znakiem zapytania dotychczasową wykładnię i siłą rzeczy wywołują następne kontrowersje i pytania.

Jeśli powyższa teza jest w świetle obowiązującego prawa „do obrony”, to jakie czynności należą do pośrednika, a jakie do przedsiębiorcy? Czy nie należy tych ról od siebie oddzielić dla przejrzystości sytuacji, nawet wtedy gdy dotyczy to firmy jednoosobowej?

Odpowiedź narzuca się sama jeśli przyjmiemy, że klientem Pośrednika w rozumieniu umowy pośrednictwa jest jedynie SPRZEDAJĄCY, to Kupujący „związany” może być co najwyżej umową zlecenia. Wtedy czynnościami pośrednictwa dotyczą samej nieruchomości i są np: przyjęcie nieruchomości, sprawdzenie stanu prawnego, opisanie, wykonanie zdjęć, być może nawet określenie stanu technicznego zgodnego z rzeczywistością (na podstawie powołanego eksperta) i domaganie się od przedsiębiorcy by opisany stan nie był przedmiotem manipulacji przez dającego ogłoszenia przedsiębiorcę, a przynajmniej nie w MLS.

Z drugiej zaś strony przedsiębiorca tworzący marketing firmy winien wymagać od pośrednika bezpieczeństwa transakcji swoich klientów poprzez jej prawne zabezpieczenie. To przedsiębiorca tworzy warunki techniczne i finansowe, dostarcza coraz bardziej zaawansowanych narzędzi do pozyskania klienta i tworzy marketing firmy. To on może zwolnić kupującego od zapłaty wynagrodzenia, jeśli ten sam dotarł do oferty np. z Internetu a nie zlecił specjalnego wyszukiwania, czy też porównania cen transakcyjnych na rynku.

Zmieniająca się sytuacja rynkowa, ogranicza znacznie liczbę firm jednoosobowych będących podstawą dotychczasowej doktryny na rzecz firm dużych i średnich, co jest uzasadnione z racji trudnych do pogodzenia obowiązków przedsiębiorcy i pośrednika w jednej osobie. Oznacza to, że coraz więcej pośredników woli pójść do pracy do przedsiębiorcy i nie zajmować się papierami, programami informatycznymi, marketingiem itp. Czy rozdzielenie ról nie zmieni relacji ustawiając je we właściwy sposób? Czy Stowarzyszenia wtedy nie staną się rzeczywiście stowarzyszeniami osób, a MLS systemem ich pracy. Jaki przedsiębiorca ośmieli się wtedy łamać prawo i zakazać etycznie działającemu pośrednikowi współpracować z innymi kolegami w systemie MLS, będącym pod społecznym nadzorowanym. Dziś usłyszałem, że za ogłoszenie jednego z przedsiębiorców będą odpowiadali przed KOZ legalnie zatrudnieni pośrednicy. Czy nie posuwamy się za daleko? Czy sprawa sądowa przy okazji dużego odszkodowania nie obnaży słabości standardów?

W artykule „Odpowiedzialność zawodowa za czynności pośrednictwa – uwagi na tle przepisów i „orzeczeń” w C.H. Beck z maja 2009r autor będący prawnikiem między innymi argumentuje „Wykonywanie czynności pośrednictwa jest dopuszczalne jedynie po zawarciu pisemnej umowy pośrednictwa. Zamieszczenie ogłoszenia „kupujący nie płaci wynagrodzenia” nie wskazuje w żadnym przypadku na wolę zawarcia umowy pośrednictwa w nabyciu nieruchomości, w której nie zostanie określone wynagrodzenie za czynności pośrednictwa. Ogłoszenie tej treści nie można także uznać za przyrzeczenie oferowania

usługi pośrednictwa bezumownie. Zamieszczenie tej treści ogłoszenia wskazuje na brak woli zawarcia umowy pośrednictwa z nabywcą i wykonywania na jego rzecz czynności pośrednictwa.” Nic dodać nic ująć!

Sformułowanie „Kupujący nie płaci prowizji” ma jeszcze jeden ważny aspekt – aspekt psychologiczny.

Nie trzeba znakomitego psychologa, aby dowieść, że jest skierowane bezpośrednio do „kieszoni” kupującego, który traci zainteresowanie omijaniem przedsiębiorcy i pośrednika. Już wiele lat temu na Kongresie w Warszawie Charles Tarbey nauczał „jeśli kontrolujesz sprzedającego kontrolujesz transakcję”, co oznacza że Twoim klientem, związanym z czystą formą pośrednictwa, jest tylko sprzedający. Potwierdza to cały cywilizowany „świat pośredników” i choć oczywiście kupujący wykorzystuje również pośrednika to forma relacji jest odmienna.

A jakie przesłanie niesie hasło „Twoje wynagrodzenie pośrednika pokrywa sprzedający”. „Twoje” w domyśle!

Znawcy psychologii jednoznacznie stwierdzają, że może być nośnikiem niejednoznacznego przekazu nastroczającego wiele wątpliwości i rodzi myśli, których żaden szanujący się pośrednik z pewnością nie chciałby usłyszeć.

Po pierwsze - co kupującego interesuje płacenie przez kogokolwiek wynagrodzenia, które go nie dotyczy – to nie jego problem! Jego interesuje jedynie własny portfel!

Jednak to tylko werbalny przekaz. Niewerbalny jest bardziej skomplikowany i rodzi się poza świadomością człowieka, niezależnie od jego rozumowania „nakazując” świadomości reakcje odwrotne od zamierzonych. To efekt tworzenia „map” w podświadomości zbierających doświadczenia. A to kilka myśli wywołanych niewerbalnym przekazem tej wiadomości.

- Czy nieruchomości nie ma ukrytych wad, przecież wszyscy pośrednicy, których spotkałem chcieli ode mnie prowizje?
- Prawdopodobnie sprzedający płaci pośrednikowi podwójne wynagrodzenie, co oznacza że jeśli dotrę do sprzedającego indywidualnie uzyskam duży upust na nieruchomości.
- Prawdopodobnie właścicielowi bardzo zależy na sprzedaży, bo nie może od dłuższego czasu sprzedać i dlatego decyduje się na tak desperacki krok. Pomoże mi ta sytuacja w zdobyciu dużego upustu cenowego, a bez udziału pośrednika będzie jeszcze większy.
- Jeśli firma pobiera od sprzedającego, to nie mam pewności czy firma będzie chroniła mnie w należyty sposób moje interesy.

To kilka tylko argumentów psychologa, które potwierdzają badania przeprowadzone na próbie 50 dobrze zaprzyjaźnionych potencjalnych nabywców w mojej firmie.

Oznacza to, że używając haseł zgodnych ze standardami, świadomie „strzelamy sobie w kolano” niszcząc zawód pośrednika i swoją firmę. Czy twórcom o to chodziło? Z pewnością

nie, lecz w ówczesnym czasie nie myślano zbyt o kliencie tylko o zabezpieczeniu pośredniaka a tworzące się reguły wynikały z ówczesnych doświadczeń.

Brak zapisów dotyczących czynności pośrednika i oddzieleniu od przedsiębiorcy skutkuje obecnie między innymi „desperacją” w wysokości wynagrodzenia 2% a nierzadko i 1%, gdyż pomieszane role w połączeniu z niskim standardem (przejmowanie przez Internet) dają jeszcze jakieś możliwości.

Na marginesie ostatni raz prowizje takie widziałem w czasie misji do Holandii.

Kiedy jednak na pytanie naszej grupy - jak jest możliwe utrzymanie firmy za 1% prowizji? - wytłumaczono mam, że Pośrednik nie jest „taksówkarzem” aby spotykać się z zainteresowanym w mieszkaniu, tylko daje mu opis, analizę porównawczą i skierowanie adresowe. W biurze ewentualnie umawia z właścicielem, zaś właściciel przy podpisaniu umowy pokrywa zaliczkowo (np. 1000 EUR) wydatki przeznaczone na marketing oferty, gdzie jedno ogłoszenie w FUNDA.NL, portalu stworzonym przez stowarzyszenia, kosztuje ponad 100 EUR za miesiąc. Marketing jest osobno rozliczany, niezależnie od wynagrodzenia pośrednika, a właściciel jest żywotnie zainteresowany w okresie sprzedaży. Jednak rolą pośrednika jest przygotowanie między innymi wszelkiego rodzaju dokumentów i sporządzenie informacji, za której treść odpowiada. Nie istnieje również żaden problem w podziale wynagrodzenia pomiędzy pośrednikami. Dodatkowe dochody firmy to znaczny procent „money back” z ogłoszeń w portalu.

Oj!!! ! Chciałoby się powzdychać do takiej pracy! Jednak nasze działania już ukształtowały rynek i powrót do normalności wymaga czasu i długiego kryzysu lubradykalnych działań i jasnych prokonsumenckich komunikatów.

Wracając jednak do naszej rzeczywistości, problemem który występuje przy okazji naszych dylematów jest fakt braku współpracy pośredników, którzy nierzadko są przedsiębiorcami nie potrafiącymi rozdzielić tych ról. Rozumiem ich – jak pozbyć się określenia „cudowna nieruchomość w cichym miejscu” , jeśli odpowiadam za marketing. Tylko to nic nie mówi drugiemu pośrednikowi. Z pewnością nie istniałby w ogóle ten temat, gdyby zostały przyjęte zasady współpracy pomiędzy pośrednikami i podziału wynagrodzenia, choć temat wydaje się trudny i prędzej rozstrzygnie go rynek lub sąd.

Jest wiele firm, które nie współpracują z innymi pośrednikami, nie z powodu chęci pobrania wynagrodzenia z obu stron, lecz z powodu braku ofert przyjętych w prawidłowy sposób. To strach przed utratą wynagrodzenia podpowiada takie działanie co nie znaczy że klientowi przekażą informacje wystarczające do odnalezienia nieruchomości. To bardzo „kształćące” rynek!.

Jednak muszę stwierdzić, że jest coraz więcej firm, którym współdziałanie przynosi wymierne efekty, a stopień zaufania do kolegów wzrasta z dnia na dzień. To z pewnością sytuacja rynkowa i MLS przyczyniły się do tego zjawiska. Jednak najważniejszym czynnikiem

przy współpracy jest powszechnie znana „zasada wzajemności”, która każe odwdzińczyć się tym samym co dostajesz. Jeśli część firm nie dostosuje się do coraz powszechniejszej współpracy będzie musiała albo zwiększyć koszty marketingu albo „zejdzie” z rynku, gdyż współpraca wykorzystująca polecenie jest wielokrotnie tańszym i pewniejszym sposobem pozyskania kupującego niż jakikolwiek marketing oferty. Przekonali się o tym dawno Amerykanie, których koszt pozyskania klienta z MLS stanowi ułamek naszych kosztów. Przekonują się o tym również nowi adepci pośrednictwa wstępujący do stowarzyszenia, z równoczesnym przystąpieniem do MLS WSPON.

Z pewnością artykuł ten wywoła polemikę i wzbudzi wiele wątpliwości.

Taki był jego cel. Nie przesadzam w nim kto ma rację, gdyż tylko Państwa ocena i argumentacja będzie się liczyła w ogólnym rachunku. Przytaczając argumenty różnych stron będziemy chcieli zapytać Państwa w ramach nowo powstałej Komisji Badań Opinii o zdanie w jednej z ankiet. Jak zwykle świadoma opinia Państwa będzie wytyczną albo dla Komisji Etyki albo dla grupy pracującej nad standardami zawodowymi w PFRN i Prezydenta PFRN. A może ktoś w PFRN pochyli się jeszcze raz nad standardami zanim pochyli się nad nimi sąd.