

منظومة التمويل ودورها في تحسين كفاءة التسويق العقاري

إعداد

د. حاتم أحمد جعفر

جمهورية مصر العربية

ورقة عمل مقدمة في الملتقى الخامس في التسويق الأخضر Green Marketing
والمنعقد في بيروت - الجمهورية اللبنانية، في يونيو 2006.



المقدمة:

يعتبر التسويق العقاري أحد الفروع التطبيقية لعلم التسويق ويعد علم التسويق من العلوم الأساسية في علوم الإدارة، ويساعد التسويق العقاري الفعال في تحقيق أعلى عائد على الاستثمار، من خلال إرضاء العملاء وإشباع حاجاتهم ورغباتهم وذلك بتوفير المنتجات العقارية بالأسعار المناسبة، في الأماكن التي يرغبونها، وباستخدام أساليب الترويج المختلفة.

وتطبيقاً للفكر التسويقي الحديث فإن التسويق العقاري الفعال يشير إلى أنه يتم إنتاج ما يمكن بيعه من العقارات طبقاً لدراسة حاجات ورغبات العملاء وليس بيع ما يمكن إنتاجه من العقارات، ويرتبط تسويق العقارات بالجهود المختلفة التي تبذل من أجل توليد الطلب على الوحدات العقارية. ويتم ما سبق من خلال إدارة عناصر المزيج التسويقي والتي تتمثل في المنتج، السعر، التوزيع (المكان) والترويج، ونظراً لخصوصية وتفرد التسويق العقاري، وكبر حجم الصفقة العقارية بالنسبة للعميل (مشترى، مستثمر) فإن توافر منظومة متكاملة للتمويل العقاري من شأنها أن تؤدي إلى تيسير تحقيق حاجات ورغبات العملاء، ومقابلة الطلب المتزايد على العقارات.

أولاً: الإطار العام للتسويق العقاري:

1- مفهوم وأهمية التسويق العقاري:

يمكن تعريف التسويق بأنه مجموعة من الأنشطة المتكاملة التي تؤديها المنشأة لتسهيل عمليات التبادل ولكي يتحقق ذلك في مجال العقار فإن التسويق يقوم بوظيفتين أساسيتين:

خلق الطلب:

ويتم ذلك من خلال تحديد الفرص التسويقية العقارية، وبحوث التسويق، وتخطيط المنتجات العقارية، والإعلان والبيع لشخص وترويج المبيعات، والسعير والتميز

خدمة الطلب:

وذلك من خلال التحقيق الفعلى لعملية التبادل ويتم ذلك من خلال العديد من الوظائف أهمها في مجال التسويق العقاري .. الخدمات الفنية، الضمان، منافذ التوزيع، اختيار قطاعات العملاء والتمويل.

2- الخدمات العقارية المختلفة:

1/2 الخدمات المتاحة في المجال العقاري:

أ- التسويق العقاري :

هي منظومة عمل يقوم من خلالها الجمع بين الأطراف (المشتري والبائع أو المالك والمستأجر) في صفقة عقارية. (ال وسيط العقاري) عادة يعمد وكيل عن الطرف أو الأطراف المشاركة في عملية بيع وشراء وتأجير العقارات.

1- السمسار: الشخص الذي يشارك في تعريف البائع بالمشتري والحصول على عمولة في مقابل ذلك بدون الحصول على رخصة من هيئة التمويل العقاري.

2- الوسيط العقاري: الشخص الذي يشارك في تعريف البائع بالمشتري والحصول على عمولة في مقابل ذلك، ويكون لديه رخصة من هيئة التمويل العقاري.

3- الوسيط العقاري الممتاز: هو الوسيط العقاري بعد اجتيازه دورة متقدمة في التسويق العقاري وبعد مرور ... شهر على حصوله على ترخيص التسويق العقاري (مرحلة مستقبلية).

ب- التقييم والسعير :

- **التقييم:** هو عملية تقدير القيمة السوقية للعقارات وتم عن طريق مقيم عقاري بترخيص من الهيئة العامة لشئون التمويل العقاري شعبة المقيمين العقاريين.
- **السعير:** هو عملية تقدير لسعر العقار وتم عن طريق وسيط عقاري بترخيص من الهيئة العامة المعنية بشئون التمويل العقاري قسم الوسطاء العقاريين.
- **المقيم العقاري:** هو الشخص الذي يقوم بتقييم العقارات السكنية بحد أقصى للعقار ويكون لديه رخصة من هيئة التمويل العقاري.

- **المقيم العقاري الممتاز:** الشخص الذي يقوم بتقدير العقارات السكنية بدون حد أقصى ويكون لديه رخصة من هيئة التمويل العقاري وبعد مرور شهر على حصوله على ترخيص التقييم العقاري.

ج- المستشار العقاري:

هو الشخص الذي يقوم بتقديم النصائح والاستشارات إلى الأفراد والشركات بخصوص الشراء والاستثمار في مجال العقارات (مرحلة مستقبلية).

د- التعليم:

يتضمن تعليم أصول وقواعد وأداب مهنة التسويق العقاري.

هـ- التمويل:

هو عنصر أساسي في معظم الصفقات العقارية، ففي بعض الأحيان يحتاج العميل إلى تمويل لشراء العقار الذي يرغب في امتلاكه، فيلجئون إلى بعض الوسطاء العقاريين الذي يعملون أيضاً كوسطاء تمويل.

و- التنمية العقارية:

تقسيم الأراضي والبنية الأساسية وإضافة الطرق والمرافق.

ى- إدارة الأموال:

هناك مستثمرون كثيرون يملكون مبانٍ إدارية أو سكنية وقد لا يملكون الوقت أو الخبرة للاهتمام بالعمليات اليومية لهذه المباني لذلك يتم إسنادها إلى وسيط عقاري ممتاز.

2/2 المنظمات المهنية.

- تتنمي لها عدة مؤسسات مناسبة.
- تتفاعل مع الهيئات التشريعية لوضع قوانين العقارات.
- وضع اللوائح المنظمة لحماية الجمهور (ميثاق الشرف، قانون الأخلاقيات).

3/2 تصنیف العقارات

قد تعمل شركة العقارات في واحدة أو كل من المجالات التالية:

- العقارات السكنية (الشقق، المصايف، الفيلات.. الخ).
- عقارات تجارية (محلات البيع، المراكز التجارية، المباني الإدارية، المسارح.. الخ).
- العقارات الصناعية (المصانع، المخازن... الخ).
- العقارات الزراعية (المزارع، البساتين .. الخ).
- عقارات الأغراض الخاصة (المساجد، الكنائس، الأراضي الحكومية، المستشفيات، المدارس..الخ).

3- الخواص المميزة للعقارات:

1/3 الخواص الملموسة للعقارات.

أ- الثبات:

حتى إذا تم استخراج الأملاح والمعادن والتربة من الأرض أو العقار، فإن الموقع الجغرافي للعقار يظل دائماً كما هو، ويتضح ذلك من الآتي:

- موقع العقار عنصر رئيسي في تحديد قيمته.
- تعتبر أسواق العقارات محطية، والخبراء العقاريين يجب أن يكونوا معتدلين ودارسين للسوق في منطقتهم.
- الأرضي يمكن إدارتها وتحديد سعر تقريري لها وفرض ضرائب عليها من قبل الحكومة.
- قيمة العقارات يمكن أن تتأثر بالسلب والإيجاب بحسب المنطقة التي يقع فيها العقار.
- وصف العقار يتضمن نقاط واضحة يجب توافرها عند انتقال الملكية وتكون تلك النقاط ثابتة في كل تعامل لنقل الملكية يتم على ذلك العقار فيما بعد.

ب- المثانة أو الدوام:

- لا يمكن تدمير الأرضي أو استهلاكه، وعلى الرغم أنه من الممكن تغير مظهرها إلا أنها تظل قائمة.

- ويمكن إضافة التحسينات للأرض مثل البناء أو ما شابه، والتي عادة ما يكون لديها مدة إللاكي طويلة.

- ولأن الأرض دائمة فهي تعكس الآثار التالية على السوق العقاري:

- استثمار العقارات مستقر نسبياً وطويل الأمد.
- صعوبة انخفاض قيمتها في معظم الأحيان وذلك لعدم استهلاكها.
- الأرض لا تتمتع بتأمين الملكية لأنها لا يمكن أن تدمر.

ج- عدم التجانس وتفرد العقارات:

لا يوجد عقار مثل الآخر فالمادة والشكل والحجم والتربة والمعادن مختلفين، حتى إذا بدا عقارات متشابهان في كل النواحي فسوف يكونا دائماً مختلفين بسبب موقعهما الجغرافي الفريد.

- لهذا السبب يجب أن يعمل محترفو صناعة العقارات بجد وأمانة لملائمة الملكيات أو العقارات بمشترين مناسبين.

- لأن كل عقار مختلف عن الآخر يأخذ المشترون وقتاً طويلاً لاختيار وشراء العقار المناسب لهم.

• نقطة أخرى تثبت عدم التجانس أو تفرد العقارات:

- أن المحاكم لن تسمح للبائع باستبدال عقار بعقار آخر (لاختلافهما عن بعضهما البعض) وذلك في حالة الإخلال بالعقد.

2/3 الخصائص الاقتصادية للعقارات:

أ- الندرة:

تعنى أن عدد العقارات محدود، فنتيجة لذلك إذا وجد طلب قوى في منطقة سترداد قيمة العقارات، ومالك عقار في منطقة مرغوبة جداً سيكون عنده ميزة احتكار تقريباً.

ب- التعديل:

بإمكان التعديلات التي تحدث في العقار أن تغير من قيمته إما بالإيجاب أو بالسلب.

ج- الثبات:

تعنى أن الاستثمار فى العقارات هو استثمار طويل المدى، هذا أولى بسبب الخصائص الطبيعية التي تتضمن الثبات وعدم التدمير، ولأن الأرض ثابتة فالاستثمار فى الملكية يصبح ثابتاً أيضاً، فالاستثمار العقاري شبه ثابت فلا يمكن نقل العقار من مكان لآخر إذا أصبح السوق مناسباً فى مكان آخر، وأيضاً لأن الصفقات العقارية معقدة وتتطلب مبالغ كبيرة من المال.

د- الموقع المفضل:

وهو يعتبر الخاصية الاقتصادية الأكثر أهمية لصناعة العقارات:

- المشترون المتوقعون لعقارات ما سيعطون أهمية كبيرة لموقع العقار ومحبيه وبناءً عليه سوف يحددون المبلغ الذي يبغون دفعه في هذا العقار.
- التفضيل للمناطق المعينة التي تقابل حاجة المشتري تؤثر على المبلغ الذي يرغب في دفعه في هذا العقار، على سبيل المثال عائلة تبحث عن بيت ووجدت منطقة بها مدارس ومطاعم ومعدل الجريمة منخفض فيقررون أن هذا العقار مناسب لهم ويدفعون المبلغ المطلوب فيه.

4- سوق العقارات:

1/4 خصائص سوق العقارات:

أ- العرض والطلب والسعر:

- يزيد السعر عندما يزيد الطلب ويقل العرض.
- يقل السعر عندما ينقص الطلب ويزيد العرض.
- يستقر السعر عندما يقابل العرض الطلب.

ب- السوق المحلية:

بسبب خاصية ثبات العقارات وعدم القدرة على نقلها، يعتبر سوق العقارات محلياً جداً ومحدد بحدود جغرافية، والأسواق قد تختلف بين المدن أو حتى بين الأحياء المختلفة لنفس المدينة وبسبب هذا كل سوق محلية يجب أن ينظر إليها بشكل منفصل.

ج- نوعية العقارات:

قد تتوارد نوعيات مختلفة من العقارات في منطقة واحدة، ويتمثل الاختلاف إما في النوعية أو نوع الترخيص أو نوع النشاط أو متوسط سعر العقار، ومثال على ذلك (وجود مبنى سكني في منطقة تجارية أو صناعية أو العكس) يتأثر سعر العقار بمتوسط سعر العقارات بنفس المنطقة الموجود بها.

د- التغير في السوق العقاري:

نظراً لعدم إمكانية نقل العقار وخاصية تفرد العقارات ولأن عملية الإنشاء أو التعديل في خواص العقارات تأخذ فترة زمنية طويلة فإن التغير في السوق العقاري يكون بطبيعة الحال.

4/2 العوامل المؤثرة في سوق العرض العقاري:

أ- القوى العاملة ومواد البناء:

- توافر القوى العاملة.
- سعر وتكلفة القوى العاملة.
- توافر مواد البناء.
- سعر وتكلفة مواد البناء.

ب- الضوابط الحكومية والمالية:

- التغير في الضرائب العقارية:
 - العوائد.
 - التسجيل.
- ضرائب الربح من ناتج بيع العقار.
- الإعفاءات الضريبية.
- التغير في الشروط المساحية للبناء.
- برامج الإسكان المدعمة من الحكومة.
- قيمة الفائدة البنكية.

3/4 العوامل المؤثرة في سوق الطلب على العقارات :

تنطبق العوامل المؤثرة في سوق الطلب على جميع السلع بصفة عامة ولكن يتأثر السوق العقاري أكثر بالناحية المحلية أكثر من أي سلعة أخرى وذلك لخاصية الثبات.

أ- التعداد السكاني:

- كلما زاد التعداد السكاني كلما زاد الطلب على العقارات.
- التغير في الشكل الديمغرافي يتغير معه الطلب على العقارات بالسلب أو الإيجاب، مثال على ذلك هو الهجرة من القرى إلى المدن والعكس وتأثيرها على كلا المنطقتين واحدة بالإيجاب والأخرى بالسلب على أساس ثبات باقي العوامل.
- التغيير الديمغرافي ليس فقط في عدد السكان ولكن أيضاً في السن وحجم العائلة وما له من تأثير على نوعية العقار.

ب- معدل البطالة ومستوى المرتبات:

معدل البطالة ومستوى المرتبات له تأثير مباشر على قدرة المستهلك على شراء العقارات، يوجد هناك صلة مباشرة بين الاستقرار المادي وعملية بيع وشراء العقارات، قد يفضل بعض الناس تأجيل عملية الشراء لحين استقرار وضعهم الوظيفي أو قد يضطر شخص أن يبيع العقار في حالة فقدانه للوظيفة والانتقال إلى مكان أقل في القيمة. بعض الناس قد يفضلون الإيجار بدلاً من الشراء لحين الاستقرار وزيادة المرتب.

ج- معدل الاشتغال / معدل النسب الغير المستغلة:

- **معدل الأشغال:** هو نسبة العقارات المستخدمة إلى نسبة العقارات الموجودة بالسوق.
- **معدل العقارات الغير مستغلة:** هو نسبة العقارات الغير مستخدمة إلى نسبة العقارات الموجودة بالسوق.

- يعتبر معدل العقارات الغير مستغلة معيار على حجم الطلب على السوق العقاري وقد يختلف في نفس المدينة حسب نوع العقار: مثال على ذلك:

- معدل العقارات الغير مستغلة السكنى لمدينة ما %5
- معدل العقارات الغير مستغلة التجاري لمدينة ما %10
- معدل العقارات الغير مستغلة الصناعي لمدينة ما %3

5- بعض التعريف العقارية:

- أ- **العقارات:** الأرض بكل المنشآت والآلات الملحقة بها بشكل دائم.
- ب- **الملكية العقارية:** يتضمن كل شيء في تعريف العقارات بالإضافة إلى الشق القانوني وأية حقوق أو امتيازات مرتبطة بملكية العقار.
- ج- **الملكية الشخصية:** تتضمن أي ملكية يمكن نقلها.
- د- **الثوابت العقارية:** هو شيء إضافي كان جزءاً من الأرض أو العقار فارتبط بها وأصبح جزءاً من الملكية العقارية، على سبيل المثال، المطابخ والحمامات الداخلية.
- هـ- **تحديد الثوابت العقارية:**
 - وجود عقد بين الأطراف لتحديد الملكية المستقبلية بعد إتمام عملية البيع.
 - إذا لم يكن هناك عقد بين الأطراف، فيجب على المحكمة أن تقرر نية الأطراف، على سبيل المثال، يجب على البائع أن يضع إشارة من شأنها توضيح الأشياء التي تباع مع العقار.
 - طريقة الارتباط: في حالة ما إذا كانت إزالة تلك الجزئية من العقار تلحق أضراراً دائمةً إلى العقار، في هذه الحالة سيعتبر هذا الجزء من الثوابت العقارية.

ثانياً: منظومة التمويل ودورها في تحسين كفاءة السوق العقاري:

1- التسويق والموائمة بين العرض والطلب في سوق العقارات :

تعتبر الموائمة بين العرض والطلب في مجال العقار ضرورة أساسية يتطلبتها المجتمع، فالحاجة للعقارات أمر مهم كل قطاعات المستهلكين، ويجب أن تسعى كافة القرارات في منشآت العقار على تحقيق هذه الموائمة، ويرتبط ذلك تحديد ما يلي:

- ما هي المنتجات العقارية التي يجب أن تنتج لمقابلة حاجة العملاء.
- ما هو حجم الطلب في الأجلين الطويل والقصير (التنبؤ بالطلب).
- آلية تيسير انتقال المنتجات العقارية من المنتجين المستهلكين ومن بينها توفير شروط ميسرة للتمويل.

2. التسويق وإلغاء الفوائل بين المنتج والمستهلك في سوق العقار:

تتعدد الصعوبات التي تواجه عملية التبادل وتمثل فجوات أو فوائل تقف حائلا دون تحقيق عملية التبادل بين المنتجين والمستهلكين في مجال العقار ومن أهم هذه الفوائل:

*** الفوائل المكانية:**

ويتم التغلب عليها من خلال أنشطة النقل والتخزين، وبذلك يحقق التسويق المنفعة المكانية.

*** الفوائل الزمنية:**

ويتم التغلب عليها من خلال أنشطة التخزين والنقل، التمويل وتحمل مخاطر الائتمان والتمويل لتحقيق المنفعة الزمنية.

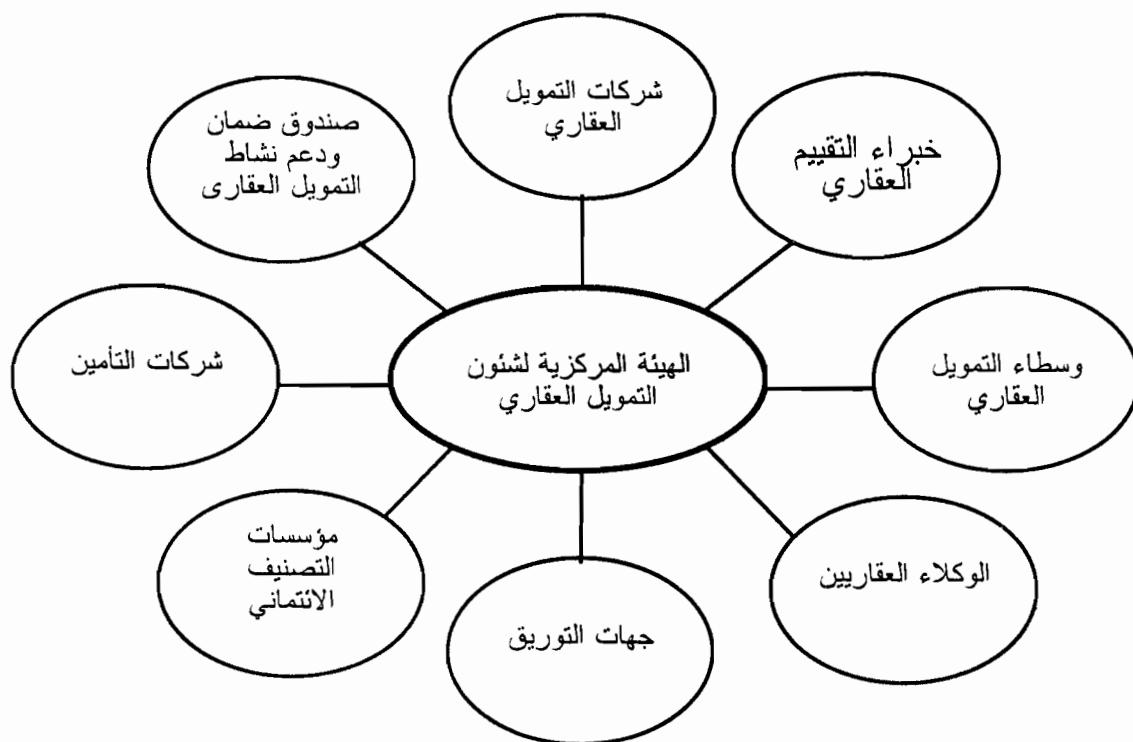
*** فوائل الإدراك:**

ويتم التغلب عليها من خلال نظم المعلومات التسويقية، والترويج لتحقيق منفعة الملك.

*** فوائل الملكية:**

ويشير ذلك إلى تسهيل نقل ملكية المنتج العقاري من المنتج للمستهلك من خلال نظم الشراء، البيع، التمويل وتحمل مخاطر الائتمان ومقدمة عن التسويق العقاري.

منظومة التمويل العقاري



3- أهداف منظومة التمويل العقاري:

الهدف الرئيسي: "ضبط إيقاع السوق العقاري"، وهذا يتضمن تحقيق الأهداف

الفرعية التالية:

الأهداف الفرعية:

1- خلق الطلب الفعال في السوق العقاري.

2- تحقيق الفائدة لكل طرف من أطراف منظومة التمويل العقاري:

• أطراف اتفاق التمويل العقاري.

- في حالة الشراء (المشتري "المستثمر" - البائع - الممول).

- وفي الحالات الأخرى (المستثمر - الممول - المقاول).

• الجهات التي تقوم بالتشييد والبناء.

• البنوك (العادية والمتخصصة).

• شركات التأمين.

- رجال الأعمال.
- جهات التوريق.
- المستثمر النهائي.
- آخرون مرتبطون بالسوق العقاري سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

3- التركيز على مبدأ التخصص، بمعنى إلغاء التداخل في الأدوار وذلك بالنسبة لكل من له صلة بالسوق العقاري: (الخبراء - شركات التمويل - شركات البناء - البنوك - شركات التأمين - رجال الأعمال ... الخ).

4- تشجيع الاقتصاد وذلك عن طريق:

- توفير السيولة النقدية (الشركات البناء - البائع).
- دعم الائتمان (التمويل) للمشتري.
- تشجيع الأنشطة والمهن المرتبطة بالسوق العقاري (حوالي 100 نشاط مرتبط بالسوق العقاري، ومئات المهن المرتبطة بهذه الأنشطة).
- تشجيع المنافسة ومنع الاحتكار.
- تحقيق المشاركة الفعالة من جميع أطراف منظومة التمويل العقاري، في شحن قاطرة النشاط العقاري، لتقوم بدورها في تنمية الاقتصاد بشكل عام.

قائمة المراجع :

- 1 احمد رجائى أنيس، السوق الأولى للتمويل العقاري، برنامج خبراء التقييم العقاري، جامعة القاهرة 2005.
- 2 أمين عبد العزيز حسن، استراتيجيات التسويق فى القرن الحادى والعشرين، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 2001.
- 3 أوبرى ويلسون، اتجاهات حديثة فى التسويق، ترجمة: د. نيفين غراب، الطبعة الثانية، القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2000.
- 4 بنك مصر، أوراق بنك مصر البحثية، السوق العقاري ودور القطاع المصرفي، العدد (10)، مركز البحث، 2000.
- 5 خالد راسخ، مقدمة عن التسويق العقاري، برنامج وسطاء التمويل العقاري، جامعة القاهرة، 2005.
- 6 طلعت اسعد عبد الحميد، التسويق الفعال، مكتبة الشقرى، الرياض، 2004.
- 7 على احمد شاكر، منظومة التمويل العقاري في مصر ، برنامج وسطاء التمويل العقاري، جامعة القاهرة، 2005.
- 8 مصطفى دسوقي كسبة، الأسس النظرية والعملية للتسويق العقاري، مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي، جامعة الأزهر، 2002.