

التطوير العقاري



أجندة الكورس

- مقدمة
- مفهوم التطوير العقاري
- مراحل التطوير العقاري
- المطور العقاري وتصنيفه
- البيع على الورق
- الدعاية والإعلان
- علاقة المطور بالجهة الإدارية وآثارها
- قواعد نجاح التطوير العقاري
- خريطة المخ ومتطلبات السوق

مقدمة

- التطوير العقاري أحد المصطلحات والمفاهيم الحديثة التي ترتبط بمجالات وعلوم ومهن عدة مثل الهندسة، والتشييد والبناء، والمحاسبة والقانون، الذي يرسم النظام القانوني الذي يحفظ لجميع الأطراف المتفاعلة في عملية تطوير حقوقهم، ويحدد واجباتهم والتزاماتهم تجاه بعضهم.
- والتطوير العقاري تاريخياً يرتبط بوجود الإنسانية على الأرض، فعمارة الأرض كانت المهمة الأولى التي كلف بها الإنسان منذ بداية الخلق؛ لذا فالتطوير العقاري كعملية ليست حديثة، فهي قديمة قدم وجود الإنسان على الأرض، وستظل في تطور دائم وسريع وفعال لأنها وظيفة الإنسان حتى المنتهى، وإن اختلفت أشكالها، وطرقها وتصميماتها.

مقدمة

- مع تطور الحياة الإنسانية وتزايد السكان في المعمورة، تزايد حاجة الإنسان إلى السكن بأنواعه المختلفة سواء العادية أو المتوسطة أو الفاخرة، ومن ثم انعكس ذلك في تزايد حجم الاستثمارات في المجال العقاري، الأمر الذي تظهر معه الحاجة الماسة إلى التنظيم القانوني المتطور والمواكب لكل ما هو جديد في عملية التطوير العقاري.
- ذلك التنظيم القانوني الذي مر بمراحل عدة ما بين تطبيق القواعد القانونية العامة على العلاقات الناشئة عن أعمال التطوير العقاري وما يرتبط بها، وما لحق ذلك من وضع قواعد قانونية خاصة في مجال التشييد والبناء، وملكية الأراضي والعقارات، وتنظيم المهن التي تدخل تحت مظلة التطوير العقاري بالمعنى الواسع، إلى أن أصبحت هناك قوانين وتشريعات خاصة بالتطوير العقاري بمعناه الضيق.

التطوير العقاري

المفهوم

- هو نوع من الأعمال التجارية ذات الأوجه المتعددة، والتي تشمل أنشطة تبدأ من نطاق الإصلاح والتجديد للمباني القائمة أو تأجيرها، وحتى شراء الأراضي الخالية، ثم بيع الأراضي المطورة بعد ذلك، والمطورون العقاريون هم المنسقون بين الأنشطة المختلفة السابقة والذين يقومون بتحويل الأفكار المبتكرة على الورق إلى واقع على الأرض في شكل عقارات.
- هذا المصطلح يشير إلى العملية التجارية متعددة الأوجه الذي تتولاها أحد الشركات العقارية المتخصصة لإدخال تحسينات على الوحدات العقارية المهملة للاستفادة من بيعها من جديد.

التطوير العقاري

مرحلة متعددة، لكن ليس من الضروري أن تتم بنفس الترتيب تبعاً لتغيرات السوق

- دراسة وتحليل السوق
- اختيار الموقع المناسب
- الحصول على الموافقات والتصاريح
- التخطيط والتصميم
- التمويل
- التشييد والبناء
- التسويق العقاري
- الترويج

التطوير العقاري

دراسة وتحليل السوق

قبل اتخاذ قرار البدء في مشروع التطوير العقاري، فإن تحليل السوق المحيط يعد من الخطوات الضرورية من أجل فهم السوق؛ لذا يلجأ جميع المطورون لحل من:

1- الاستعانة بالوسطاء العقاريين لما لهم من خبرات سابقة في معرفة متطلبات السوق

2- التحليل العلمي الذي يعتمد على أربع خطوات، وهي:

- تحديد منطقة التطوير
- تحديد مستوى الطلب الحالي والمستقبلي لأي منتج عقاري
- تحديد مستوى العرض الحالي والمستقبلي
- دراسة الجدوى الاقتصادية لمشروع التطوير

التطوير العقاري

تحديد منطقة التطوير

تعتمد هذه الخطوة على تحديد المنطقة الجغرافية التي يمكن أن تجذب العملاء المهتمين بالمجال العقاري، وذلك يتضمن تحليلاً للعوامل السكانية والاقتصادية والاجتماعية من أجل البحث عن البيئة الملائمة التي يمكن استغلالها.

التطوير العقاري

تحديد مستوى الطلب الحالي والمستقبلي لأي منتج عقاري

يتم عن طريق دراسة العوامل المؤثرة في الطلب، مثل مستويات العمالة، السكان، الدخل، حجم الأسرة، سماتها، تفضيلاتهم، وسائل المواصلات، وعما إذا كان المجتمع ينمو ويزداد أم يتقلص وينكمش.

التطوير العقاري

تحديد مستوى العرض الحالي والمستقبلي

- عن طريق الوقوف على حجم العقارات حديثة البناء، وكذلك العقارات التي ما زالت تحت الإنشاء فمن خلال ذلك يتبين لنا المطورين المنافسين وامكانياتهم، كذلك معدلات السكن من عدمه في الوحدات التي يتم إنشائها، ومن ثم الوقوف حول مدى التوازن بين العرض والطلب، وذلك مع الأخذ في الاعتبار عامل الزمن مع تحديد الوقت المستغرق في بناء تسليم الوحدات.
- فيجب تحري الدقة في تحديد العرض لكثرة وتنوع وتعدد المنافسين.

التطوير العقاري

دراسة الجدوى الاقتصادية لمشروع التطوير

من خلال تحليل السوق على نحو الخطوات السابقة يستطيع المطور تحديد الجدوى والعائد الاقتصادي من المشروع، بكونه مشروعاً اقتصادياً فإنه يعتبر نشاطاً استثمارياً تنفق فيه الموارد المالية خلق أصول رأسمالية تنتج منافع عبر فترة من الزمن.
(حيث تنفق فيه الأموال توقعاً للعائد الذي سيأتي في المستقبل القريب والبعيد).

التطوير العقاري

اختيار الموقع المناسب

يبدأ المطور في اختيار الموقع في ضوء المنطقة الجغرافية حيث يضع في اعتباره مجموعة من العوامل المختلفة:

- مستوى الرقي الذي يعبر عن المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمنطقة
- مدى توافر وسائل المواصلات (فكلما توافرت وسائل المواصلات على قدر مناسب كان هناك جاذبية للمنطقة، وعلى العكس إذا ما ندرت تكون طاردة للسكن)

التطوير العقاري

اختيار الموقع المناسب

- تحليل التجارب السابقة للمطورين الذين شرعوا في البناء والتشييد من قبل
- مدى قرب المدارس ومناطق الخدمات والتسوق
- العامل الجمالي ويشمل المساحات الخضراء ومساحات الشوارع
- طبوغرافية المكان (يشمل معرفة مصادر المياه، الكهرباء، نوعية التربة) حتى يتسنى له تحديد التكاليف المتوقعة لعمليات التشييد والبناء

التطوير العقاري

الحصول على الموافقات والتصاريح

- يقوم المطور بشراء الأرض التي سيتم بناء المشروع عليها والتي توافرت بها الشروط السابق ذكرها (اختيار الموقع المناسب).
- وربما نجده يدخل في شراكة مع مالك الأرض مقابل نسبة معينة، وهذه الطريقة تشهد إقبالاً من ملاك الأراضي الذين يريدون الاحتفاظ بملكيتهم للأرض أو جزء منها.
- الحصول على الأرض يمكن أن يأتي عن طريق القرعة العلنية من الجهات المختصة.
- وربما تأتي الأرض للمطور عن طريق التخصيص من خلال الجهات الحكومية التي تدخل كشريك لتأخذ حصة من الوحدات العقارية.

التطوير العقاري

التخطيط والتصميم

- يبدأ المطور في وضع التصاميم المناسبة للمشروع من حيث عدد البنايات وشكلها وحجم المساحات الخضراء وأماكن الخدمات وعرض الشوارع إذا كان المشروع كبيراً وليس مجرد عمارة سكنية.
- يلتزم المطور بلوائح البناء الخاصة بالدولة التي بها حتى لا يعرض مشروعه للمخالفات من قبل الجهات الحكومية.
- يفضل التعامل مع أصحاب الخبرة في التصميم حتى نبني ارتياحية للعميل في ضمان مستوى وواقعية المنتج عند تنفيذه على أرض الواقع.

التطوير العقاري

التمويل

هناك نوعان من تمويل المشروعات بشكل عام:

1- الاقتراض من البنوك والمؤسسات المالية.. مقابل فائدة محددة من قبل البنك، ويكون ذلك بضمان المشروع أو أصول أخرى يمتلكها المطور.

2- التمويل عن طريق الأسهم، بمعنى إشراك الغير في ملكية المشروع بتملكه أسهم ومنحه ربح منها في ضوء ما سبق يقوم المطور العقاري بالاختيار ليبدأ في تنفيذ مشروعه.

التطوير العقاري

التشييد والبناء

يمكن القول أن عملية التشييد والبناء تنقسم إلى قسمين:

- 1- تطوير الأرض (القيام بتوفير البنية التحتية وتمهيد طرق الوصول إلى الأرض، توصيل المياه، الصرف الصحي، الكهرباء، وبقية المرافق الرئيسية).
- 2- تشييد البناء (وضع الأساسات الخرسانية وتقسيم الأدوار إلى وحدات مستقلة، ومن ثم إجراء عمليات التشطيب).

التطوير العقاري

- ومن هنا يمكننا التمييز بين المطور الذي يمتلك شركة تطوير عقاري متكاملة تشمل أعمال تشييد العقارات والمباني، فقد يكون مقاول بالإضافة لعمله كمطور، ولكن يقل ذلك في المطورين الأفراد.
- الأفراد غالباً يستعينون بمقاولي التشييد، ومن هنا تبدأ علاقة قوية بينهم، وربما الاعتماد على مكتب استشاري لوضع مخطط التصميم والإشراف على أعمال المقاول، واعتماد المستخلصات وإنهاء كافة الإجراءات.



المحاضرة الثانية

التطوير العقاري

التسويق العقاري

- هو مجموعة من العمليات التي تعمل على اكتشاف رغبات العملاء وتطوير مجموعة من العقارات والوحدات ذات الاستخدامات المختلفة كالسكنية والإدارية والطبية.. إلخ.
- ويمكن القول أن التسويق العقاري عبارة عن مجموعة من الأنشطة المتكاملة التي تؤديها المنشأة لتسهيل عملية التبادل، ولكي يتحقق ذلك يجب تحديد الآتي:

1- إيجاد الطلب

2- خدمة الطلب

التطوير العقاري

1- إيجاد الطلب:

يتم ذلك من خلال تحديد الفرص التسويقية وبحوث التسويق وتخطيط المنتج والإعلان والبيع لشخص وترويج المبيعات والتسعير والتميز.

2- خدمة الطلب:

تقديم الخدمات الفنية لصاحب الطلب مثل الضمان، والخدمات اليومية والأسبوعية والشهرية ومدى قربها له، التركيز على متطلبات السوق، تغير وعدم التكرار (ويتطلب ذلك دراسة العملاء المستهدفين من حيث خصائصهم وسلوكياتهم وعاداتهم الحياتية والشرائية والتعرف على احتياجاتهم ورغباتهم وتطلعاتهم، ومن ثم توجه شركة التطوير العقاري نحو بناء العقارات التي تشبع هذه الرغبات بالكم وفي الوقت وبالجودة التي تلائم الشريحة المستهدفة من العملاء).

التطوير العقاري

الترويج

هو نشاط الاتصال التسويقي الذي يهدف إلى إخبار أو إقناع أو تذكير الأفراد بقبول أو إعادة شراء العقار وتضم عملية الترويج أنشطة عدة مثل:

1- الإعلان

2- البيع الشخصي

3- النشر

4- تنشيط المبيعات

التطوير العقاري

- 1- **الإعلان:** بأنواعه المختلفة سواء المقروء، أو المرئي، أو المسموع، وهو يهدف إلى تقديم المنتج العقاري من خلال شكل من الأشكال مدفوعة الأجر بواسطة إعلان محدد ومعروف.
- 2- **البيع الشخصي:** هي تلك العملية التي تتم من خلال محادثة شفوية مع شخص مشتري محتمل بهدف إتمام عملية البيع.

التطوير العقاري

3- النشر: أحد الأساليب الجيدة التي تخلق انطباعاً طيباً عن المنتج والمطور بين القراء والمستمعين والمشاهدين لوسائل الإعلام، فهو يساعد على توصيل رسالة المطور على نطاق أوسع وخلق الثقة.

4- تنشيط المبيعات: هي النشاط أو المواد التي تستخدم كحافز مباشر للشراء أو لتجربة منتج، وفي مجال العقارات تتجه الشركات إلى عمل عروض مقترنة بعمليات الشراء كرحلات سفر أو خصم نسبة معينة من السعر... إلخ.

التطوير العقاري

المطور العقاري:

- يعد الفاعل الرئيسي في عملية التطوير العقاري، وهو القائد والمنسق لمختلف الفاعلين الآخرين، وعرفه القانون الفرنسي عام 1954 بالشخص الذي يقوم بتمويل وبناء العمارات.
- وبمعنى آخر: هو المسؤول عن تنسيق جميع العمليات التي تدخل في إطار الدراسات والأبحاث، وكذلك تنفيذ أعمال تشييد وبناء المشروع العقاري.
- والجدير بالذكر أن هناك نوعين من المطورين: (مطور بأجر) و (مطور مضارب).

التطوير العقاري

المطور بأجر

- يقتصر دوره في تقديم الخدمات المهنية والتنسيق بينها في ضوء دوره الرئيسي لإدارة عمليات التطوير العقاري.

المطور المضارب

- هو الذي يقوم بعملية شراء الأرض ويقوم بعملية تطويرها، ومن ثم يكون صاحب القرار النهائي في عمليات التطوير العقاري، فيتحمل جميع الآثار المالية سواء من ربح أو خسارة لكافة الأعمال التي تم تحقيقها.
- كل التشريعات اهتمت بالنوع الثاني من المطورين وهو المطور المضارب، واعتبرته هو المقصود بالمطور العقاري. ونذكر على سبيل المثال بعض التعريفات للمطور العقاري في دول مختلفة.

التطوير العقاري

الهند:

- الشخص الذي يقوم بتشديد أو يسعى لإنشاء مبنى مستقل أو مكون من وحدات، أو تعديل المبنى بغرض بيعها بالكامل أو جزء منها.
- أي هيئة للتطوير أو كيان حكومي فيما يتعلق بما هو مخصص لها من (بنايات، وحدات سكنية، قطع أراضي).

التطوير العقاري

الجزائر:

- في القانون رقم 86-07 المادة 6 لسنة 1986
(يمكن لعمال المؤسسات والإدارات العمومية والمنشآت والهيئات العامة والخاصة أن يقوموا فرادى أو منتظمين لسد الحاجة من عملية التطوير العقاري).
- في القانون رقم 11-04 المادة 3 سنة 2011 في شأن تنظيم نشاط الترقية العقارية
(هو كل شخص طبيعي أو معنوي يبادر بعمليات بناء مشاريع جديدة، أو ترميم، أو إعادة تأهيل، أو تجديد، أو إعادة هيكلة بنايات تتطلب أحد هذه التدخلات).

التطوير العقاري

دبي:

- في القانون رقم 8 المادة 2 لسنة 2007
الشخص الطبيعي أو المعنوي المرخص له بمزاولة نشاط شراء وبيع العقارات بغرض تطويرها ويشمل المطور الرئيسي أو الفرعي.
- المطور الرئيسي: هو كل من يرخص لممارسة أعمال تطوير العقارات في الإمارة وبيع وحداتها للغير.
- المطور الفرعي: كل من يطور جزءاً من مشروع عقاري عائد لمطور رئيسي بموجب اتفاق بينهما.

التطوير العقاري

عجمان:

- مرسوم أميري رقم 8 المادة رقم 2 لسنة 2008
أي شخص طبيعي أو شركة تجارية أو مؤسسة عامة مرخص لها من الحاكم للقيام بتطوير وتشيد
مشروع عقاري في إمارة عجمان.

التطوير العقاري

سوريا:

- قانون رقم 15 المادة رقم 1 لسنة 2008 في شأن التطوير والاستثمار العقاري
الشخص الطبيعي أو الاعتباري السوري، ومن في حكمه، أو العربي أو الأجنبي الذي تتوفر فيه الشروط المنصوص عليها في هذا القانون وتعليماته التنفيذية.

التطوير العقاري

السعودية:

- المادة رقم 1 من اللائحة التنفيذية لنظام بيع وحدات عقارية على الخارطة في المملكة العربية السعودية الشخص ذو الصفة المعنوية المرخص له بمزاولة نشاط شراء العقارات من أجل تطويرها وبيعها.

التطوير العقاري

- ويتضح لنا مما سبق أن العمل الرئيسي للمطور هو شراء العقارات بصفة عامة سواء أكانت أراضي أو أبنية وتطويرها، وذلك بالتشييد والبناء عليها، أو بإعادة تقسيمها وإخراجها في شكل جديد عما كانت عليه ليضيف لها قيمة مضافة، ثم بيعها ليحقق من خلالها ربح.
- ويمكن أن نميز بين شكلي المطور العقاري (فرد) (شركة) كما يلي:

التطوير العقاري

المطور كشخص طبيعي (فرد)

- الشخص الذي يقوم بإرادته المنفردة بعمل نشاط اقتصادي يكون التطوير العقاري هدفاً له من أجل تحقيق الربح، وفي ضوء سعيه هذا يكون مسؤولاً مسؤولاً شخصية عن كافة الالتزامات التي تنشأ عن أعماله.

المطور كشخص معنوي (شركة)

- عبارة عن عقد يلتزم بمقتضاه شخصان أو أكثر بأن يسهم كل منهما في مشروع مالي بتقديم حصة من مال أو من عمل لاستثمار ذلك المشروع واقتسام ما قد ينشأ عنه من ربح أو خسارة.

التطوير العقاري

تصنيف المطور العقاري

رأينا أن المطور هو المايسترو لسيمفونية التطوير العقاري ووجب علينا أن نذكر تصنيفات المطورين من زوايا عدة منها:

- الشكل القانوني
- رأس المال
- حجم سابقة الأعمال
- نوعية النشاط

التطوير العقاري

الشكل القانوني

- معظم القوانين المحلية في دولة الإمارات والمنظمة لمسائل التطوير العقاري تأخذ بنظام المطور الفرد والشركة.
- ومن الناحية العملية فإن هناك مشروعات عقارية ضخمة وكبيرة تحتاج لرأس مال ضخمة، وفي تلك الحالة تعتبر المسؤولية القانونية التي تقع على شخص اعتباري تكون أفضل في المشروعات الكبيرة من المنشآت الفردية التي غالباً ما يكون رأس مالها محدود ولا تستطيع تقديم الضمانات الكافية لمثل هذه المشروعات الضخمة.

التطوير العقاري

رأس المال

- (ويتكامل مع الإطار السابق محور رأس المال الذي يكون ملازماً له حتى يمكن معرفة قوة الشركة وضماداتها من خلال قياس وزن رأس مالها الثابت والسيولة المادية التي من خلالها نستطيع أن نقرر ما إذا كانت شركة التطوير العقاري قادرة على القيام بالمشروع العقاري وتنفيذه أم لا).

التطوير العقاري

حجم سابقة الأعمال

- (تقدم فكرة وتقييم جيد فيما يتعلق بالأعمال التي قام بها من قبل، ومدى جديته في أعماله ودقته والتزامه بالتسليم أو تأخيرته وأسباب ذلك).
- (العملاء الذين تعامل معهم ومدى رضاهم عن أعماله، فهي تعكس قدرة وإمكانية المطور على نوعية وحجم المشروعات التي يمكن أن يقوم بها).

التطوير العقاري

نوعية النشاط

- (لا يقتصر التطوير العقاري على مجرد بناء وتشديد وحدات سكنية، بل بجانب التطوير العقاري السكني بل هناك تطوير تجاري، سياحي، زراعي، وصناعي.. إلخ).
- وكل نوع له متطلبات خاصة ومعينة تختلف عن النوع الآخر، فكلما كان هناك نوع من التخصص فإن ذلك يزيد من دقة ومهارة العمل وإخراجه في الصورة الملائمة والمناسبة لأذواق العملاء وعلى حسب احتياجاتهم.

التطوير العقاري

الدعاية والإعلان:

يتألف النشاط التسويقي من أربعة عناصر أساسية حددها البروفيسور جيروم ماكارتي أستاذ التسويق في جامعة متشيغان الأميركية عندما أعلن عام 1960 ما بات مشهوراً على مستوى العالم حتى اليوم بالمزيج التسويقي Marketing Mix وجميعها تبدأ بالحرف P الإنجليزي.

- السعر Price
- الترويج Promotion
- المكان Place
- المنتج Product

التطوير العقاري

السعر Price

- (لا يكفي إنتاج منتجات عقارية جيدة تحقق رغبات مطلوبة من العملاء بل يجب أن يكون السعر المحدد لها مقبولا لدى العميل، فالسعر المرتفع أو المبالغى فيه قد ينفر العميل من شراء الوحدة العقارية).
- لذا يجب على كل مطور عقاري أن يقوم بإجراء دراسة للسياسات التسعيرية دراسة متأنية بهدف الوصول إلى سعر مقبول لكل من الشركة والعميل.
- فلا يمكن البيع بسعر أقل من المنافسين لتجنب إثارة الشكوك، فيمكننا التسعير على أساس التكلفة، والتسعير على أساس الطلب، والتسعير على أساس العميل.

التطوير العقاري

الترويج Promotion

- (نشاط تكتيكي ضمن الأدوات المستخدمة من قبل إدارة التسويق في تنفيذ استراتيجيتها. وذلك لكون الشركة تستخدم هذا الأسلوب لتحقيق تأثير سريع في المستهلك ولأهداف قصيرة الأمد تنحصر أساساً في تشجيعه على الشراء).
- لذا يجب أن يحدد ابتداء حجم التحفيز المطلوب تحقيقه، إذ أن التحفيز القليل يحقق نجاحات معينة للبرنامج الترويجي، ولكن إذا ما كان كبيراً فإنه يتطلب أن يقابله تحقيق مزيد من المبيعات، وإذا لم يتحقق ذلك المستوى المطلوب من المبيعات فإنه يقلل من قيمة البرنامج الترويجي ويؤشر الخطأ في تقدير حجم العمل الذي نفذ.

التطوير العقاري

- تحديد الفترة الزمنية التي تستغرقها عملية الترويج بشكل مناسب ودقيق. حيث أن إطالة الفترة تحمل الشركة الكثير من النفقات والتي قد لا تقابل مستوى المبيعات المتحققة، وبالعكس إذا ما كانت قصيرة فقد لا تصل إلى جمهور كان من المحتمل أن يتعامل مع منتجات الشركة.
- وذلك من خلال تنفيذ فكرة التقويم السنوي وتوزيع الحملة الإعلانية على أطراف مختلفة وتحمل اسم الشركة ومعلومات مضافة عنها سوف يتم استخدامها من تلك الأطراف على مدار سنة تقريباً حتى يظل اسم المطور عالق بالأذهان.

التطوير العقاري

المكان Place

(يقصد به مكان تواجد المنتج أو بمعنى آخر أين يستطيع المستهلك أن يجد السلعة، وتشمل كافة قنوات التوزيع التي تساهم في إيصال المنتج إلى المستهلك النهائي، وعادة يكون لدى الشركات عدة خيارات منها).

- التسويق المباشر

- التسويق غير المباشر

فيجب دراسة السوق وأن يتخذ المطور القرار المناسب لتوفير المنتج المكان المناسب للمستهلك وتلك الحالة يطلق عليها (المزيج المكاني).

التطوير العقاري

المنتج Product

- (يعبر عن السلعة أو الخدمة التي ينتجها المطور لتحقيق حاجيات ورغبات العملاء، وبالإضافة إلى كل ما يتعلق بالمنتج سواء السلعة أو الخدمة).
- فإنه يشمل أيضاً على تحديد اسم السلعة والعلامة التجارية، والتي يجب أن تكون مقبولة، سهلة التذكر، وبلون مرغوب وحجم وشكل طيب.
- وينبغي مراعاة أن يكون المنتج ذات مواصفات وجودة مقبولة لدى المستهلك وضمان جيد وغيرها من القرارات الكثيرة التي يجب الاهتمام بها. وجميع القرارات المتعلقة بتصميم السلعة ومكوناتها وألوانها وغير ذلك يطلق عليها (المزيج السلعي).

التطوير العقاري

علاقة المطور بالجهة الإدارية وآثارها:

- هي علاقة تعاقدية من ناحية، وتنظيمية من ناحية أخرى لتنظيم أعمال التطوير والرقابة عليه
- آثارها إما جيدة للمطور الملتزم، وإما سيئة للمخالف المقصر
- الالتزامات

التطوير العقاري

طبيعة العلاقة بين المطور العقاري والجهة الإدارية

- (في ضوء هذه العلاقة تقوم الجهة المختصة برسم الإطار القانوني الذي من خلاله يستطيع المطور العقاري أن يعرف حقوقه وواجباته).
- فعلى الجهات المعنية الإسراع من إصدار القوانين المحفزة لدفع التشييد والبناء وحل التحديات المزمنة التي واجهت القطاع في السنوات الماضية خاصة مع الطفرة العمرانية غير المسبوقة التي تشهدها المجتمعات العربية حالياً، والتي من المتوقع تناميها في ضوء سعي القيادة السياسية وطموحها المستمر لرفع معدلات التنمية والاستثمار.

التطوير العقاري

آثار العلاقة بين المطور العقاري والجهة الإدارية

- (توضح الجزاءات والعقوبات التي قد تنتظره في حالة مخالفته لما سيتم ذكره من التزامات على المطور تجاه الجهة الإدارية وتجاه المستفيدين من منتجه العقاري).
- فربما نرى مطورين لم يلتزموا ولم يوفقوا في مشاريعهم وتكون النتيجة بشعة بالشطب أو بإلغاء المشروع أو بدفع غرامات، وتكون النتيجة هي الخسارة الفادحة في كل الأحوال.

التطوير العقاري

الالتزامات على المطور

- (تلك هي الخطوط العريضة والتي لا بديل عنها كي تصبح مطوراً محل ثقة من جانب الجهات الإدارية أو حتى من جهة المستهلكين).
- يجب على كل من يرغب في ممارسة نشاط التطوير العقاري في البداية أن يحصل على تصريح بذلك من الجهات المعنية حتى يتسنى له العمل والإنجاز.
- نقل ملكية الوحدة المباعة.

التطوير العقاري

- يلتزم المطور بالشفافية والوضوح في كافة المعلومات التي يقوم بالإعلان عنها
- الالتزام بمواصلة الإنجاز وإتمام عمليات التشييد والبناء المتفق عليها
- الالتزام بتسليم الوحدات التي سيقوم ببيعها
- الالتزام بعدم التعرض الشخصي، وذلك بعمل أي تصرف يعيق يعيق المشتري مادياً أو معنوياً
- الالتزام بضمان عدم تعرض الغير للمشتري، ومطالبتهم له بالتنازل عن حق من حقوقه كمشتري

التطوير العقاري

الالتزامات على المشتري

- دفع ثمن الوحدة المباعة طبقاً لما تم الاتفاق عليه مع المطور.
- الحضور لتسلم الوحدة التي اشتراها لأن الحياة تنقل له بتسلمه الوحدة بموجب محضر تسليم.
- عدم استخدام الوحدة المباعة لغرض غير الذي تم الاتفاق عليه.

التطوير العقاري

قواعد نجاح التطوير العقاري:

- لا يوجد ما يسمى بفشل الاستثمار في العقار لأن الحاجة إلى المسكن والمكتب ليست وليدة اليوم، ولا تنحصر بفترة زمنية، بل هي قائمة على الدوام، لكن حجم الطلب على السلعة العقارية هو الذي يختلف بين الحين والآخر بحسب عوامل مختلفة ومتنوعة وأسباب أخرى سائدة.
- يقدم الخبراء 6 قواعد للنجاح ونذكرهم كما يلي:

التطوير العقاري

- 1- إذا أردت أن تكون مستثمراً ناجحاً فإنه يجب عليك أن تكون على علم تام بما تفعله. وإذا كنت قد أمضيت عدة سنوات في منطقة معينة فاعلم أنك تتميز عن غيرك بمعرفة السوق من حولك أكثر مما تظن.
- بقاؤك في منطقتك يمنحك فرصة التعرف على سوق العقارات حق المعرفة، وهذا هو أهم عامل للحد من مخاطرتك وزيادة احتمالات تحقيق الربح.

التطوير العقاري

2- اهتم بالمناطق الحضرية الواعدة: فالمقولة القديمة التي تفيد بأن القواعد الثلاث للاستثمار في العقار هي (الموقع فالموقع فالموقع) صحيحة، كذلك إذا استطعت أن تشتري في المناطق الواعدة فأنت على موعد مع تحقيق أرباح طائلة، ولكن هناك نوعان للمواقع الرائعة تلك التي ثبت أنها مجدية فعلاً.

- المناطق المجاورة: احرص على شراء العقارات الأرخص، وبهذه الطريقة فإن أي أموال ستنفق على إصلاحها ستعود إليك بضعف إلى ثلاثة أضعاف الأموال التي استثمرتها بها.
- عندما تشتري عقاراً ليس بالجودة الكبيرة وفي مكان مميز؛ فإن ميزة المكان الرائع تدعمك وترفع سعر البيع بمجرد أن يبدو العقار في شكل مقبول.

التطوير العقاري

3- الاستثمار في الأبنية القائمة، لكن كن شديد الحذر في ما يتعلق بالعقارات التي ربما تعاني من عيوب إنشائية نتيجة الاستخدام أو التقادم الزمني.

- ومن المهم جداً الابتعاد عن الاستثمار في أي عقار يعاني مشكلات جوهرية، كالسقف الرديء أو ستلتهم الصرف السيئ أو نظام الكهرباء الفاسد، فتكلفة إصلاح هذه المشكلات أية أرباح يمكنك أن تجنيها.

التطوير العقاري

4- تعاون مع المقاولين وأصحاب الخبرة في السوق، لا سيما الحرفيين الموثوقين، إذ إنك في حاجة دوماً إلى خدماتهم ونصائحهم، شريطة أن تتحرى الدقة في اختيارك بحيث تقلل من سعر التكلفة، واستعن بعمال موثوقين يعكفون على العمل الجاد.

5- يدرك كبار المطورين في السوق العقاري أو الشركات الضخمة التي يندرج الاستثمار العقاري في صلب نشاطاتها بأن التسويق الذي يتخذ من وسائل الإعلام أهم مسرح لعملياته غالباً ما يكون العمود الفقري لنجاح أو فشل المشروع الاستثماري العقاري، فلا تغامر الشركات بإسناد هذه المهمة لغير المحترفين.

التطوير العقاري

6- تعتبر المنافسة أحد المتغيرات الرئيسية في السوق العقاري المحلي، والإقليمي، والعالمي

- والتي تؤثر في الاستراتيجيات: الإدارية، والتسويقية، والمالية، والإنتاجية للشركة العقارية. هذا بالإضافة إلى نوع وشكل ومستوى المنافسة في السوق العقاري. وهذا يعكس طبيعة التفاعل بين الشركة العقارية والبيئة الاقتصادية المحيطة والتي تعمل من خلالها.
- (احرص على أن تكون مستمعاً جيداً وصبوراً ومحباً للتدريب وللتعلم لتبدأ بشكل صحيح مشوار الاستثمار في السوق العقاري أو في إطار توسيع أعمالك العقارية، فإذا ما أخذك الغرور وجرفتك رياح النشوة فحينها لن يكون لنجاحاتك أية قيمة).

التطوير العقاري

خريطة المخ ومتطلبات السوق:

- استشارة من حولك من الأقارب والأصدقاء ودائرة معارفك وسؤالهم عن مدى اهتمامهم وحجم معلوماتهم عن السوق العقاري ربما يوضح لك الشريحة المستهدفة من مشروعك.
- من المهم جداً تحديث أسلوب العرض العقاري مع نهضة الإنترنت التي تشهدها المنطقة، ومن هذا المنطلق يعد موقع (عقار ماب) الطريقة الأحدث لعرض العقارات على الإنترنت لإعطاء صورة متكاملة لاختيار عقارك دون الحاجة إلى الذهاب إليه فعلياً.

التطوير العقاري

- احرص على عمل قياس قبلي حول مدى اهتمام العملاء بالمنطقة التي تود البدء في مشروعك بها لتقيس مدى الحاجة والطلب حول تلك المنطقة.
- العمل على أرض الواقع وليس الذهاب إلى الخيال في أفكار التطوير حتى تكون الأفكار لدى الفئات المستهدفة مقبولة بترحاب، لا بتعجب واستغراب.
- حدد احتياجك واحتياج من تخاطبه وابدأ بتقييم الخيارات المطروحة، ثم اتخذ القرار بالبدء والتطبيق على أرض الواقع، وكن على استعداد لمقابلة التغييرات على مر الزمان، ولا تنسى أو تهمل تجارب من سبقوك لتتعلم منها.

التطوير العقاري

- التقييم من العوامل المهمة لمعرفة حجمك في السوق ومتى وكيف تبدأ مشروعك مع الوضع في الاعتبار أن تكون مختلفاً عما حولك من المنافسين.
- التطوير العقاري يتدخل في جزء من حل مشكلة الإسكان من خلال استغلال الأماكن المهملة وتجديدها.
- التطوير العقاري يعود بالنفع على المجتمع وعلى المطور العقاري، وكذلك الشركات العقارية التي تقوم بهذا الأمر.

التطوير العقاري

- فكرة التطوير العقاري تمتلك أهمية بالغة في كيفية دراسة تطبيقها بشكل صحيح بعيداً عن مخاطر تقلبات السوق بعد انتهاء المشروع، كما يجب دراسة وفحص أي فكرة من كافة جوانبها بشكل جيد، وذلك من خلال التخطيط الحكيم ودراسات الجدوى الشاملة.
- المطور العقاري ليس مقاولاً بل هو مدير تطويري، يوفر الفكرة الأفضل للمشروع من خلال دراسات الجدوى المفصلة، ومصادر التمويل، وانتقاء الاستشاري الأفضل، والمقاول الأنسب، ووضع خطة تسويق المشروع واستراتيجية عملية بيعه.
- المطور العقاري يمضي وقته بين البحث عن الأماكن المناسبة للتطوير والتعامل مع المؤسسات المالية والشركات الإنشائية ومكاتب المقاولين الأفضل والأنسب لهذا العمل.



شكراً لكم