



الجمعية المصرية  
لمتبنى الأملاك العقارية



جامعة الأزهر  
مركز صالح عبد الله كامل  
للاقتصاد الإسلامي

**مؤتمر**

## « تنشيط السوق العقاري المصري »

**تنشيط السوق العقاري المصري  
في  
ظل أزمات الركود**

إعداد

**الأستاذ الدكتور / محسن أحمد الخضيرى**

مدير إدارة بحوث السوق

البنك الأهلى المصرى

فى الفترة من ٢٥-٢٧ يونيو ٢٠٠٢م



## مقدمة:

لكل سوق توازناته الافتراضية الكلية العامة، وهى توازنات شاملة لكافة أجزاء السوق، وفى الوقت ذاته له توازناته الخاصة الحقيقية الجزئية، وهى توازنات ترتبط بالحركة وبالتوافق مع المتغيرات والمستجدات، وكلما كانت السوق صحية، كلما كانت توازناتها تعبر عن واقع فعلى حى سواء على النطاق الكلى أو على المستوى الجزئى، وهى توازنات تتعلق بجانب أو بجزء من أجزاء السوق .... وكلما كان هناك اتساق وتوافق بين الاتجاهات العامة الكلية وبين التوجهات الخاصة الجزئية، كلما كان السوق متوازنا، سواء فى أسعاره، أو فى آليات الطلب، وكلما كانت افتراضات السوق واشكاليات تأويلها ومرجعياتها أقرب إلى الحقيقة، إن لم تكن الحقيقة ذاتها .....

وكلما كان تجاوب المشروعات والشركات لما تمليه التوازنات السوقية مرتفعاً، كلما كانت قدره هذه الشركات فى تجاوز أزماتها أكبر وأفضل وأحسن، وهو ما يحدث دائما عندما تكون إدارة المشروعات قادرة على التنبؤ بالأزمات وقادرة على التعامل معها بعقلية رشيدة قائمة على:

- التخطيط العلمى الرشيد لمواجهة الأزمة .
- التنظيم المرن لاستيعاب مستجدات ومتغيرات الأزمة .
- توجيه الحافز لتوفير الدافع للإصرار على النجاح فى معالجة الأزمة وآثارها .
- المتابعة والرقابة عن قرب سواء للوقاية من أضرار الأزمات أو لوضع نظام حمائى ووقائى منها .

إلا أن هناك من يرغب دائما فى السباحة عكس التيار، أو فى الاستمرار العاثر غير العاثر لتبقى الأوضاع على ما هى عليه والجمود والتحجر أمام الخطر .... ومن ثم تحدث الأزمة وتنفجر الكارثة ... لقد اجتاحت الأزمات الاقتصادية وغير الاقتصادية الكثير من الأسواق .... أسواق السلع والخدمات والأفكار ... أسواق الأراضى والعقارات والوحدات السكنية ... أسواق الأنشطة المرتبطة بها سواء للبناء والتشييد والتشطيبات والديكورات وأعمال التنمية وتوصيل المرافق، أسواق شركات المقاولات والمباني، أسواق شركات الأعمال الكهربائية والهندسية، والمصاعد والتجهيزات الأمنية، وخدمات المباني .... الخ .

نعم لقد تأثرت سوق العقارات فى مصر بشدة بالأزمة الاقتصادية وبمعاصر هذا التأثير الممتد والمتعدد الجوانب، وجعلت أزمات الدورة الاقتصادية فى مرحله الانكماش والكساد

والركود علامات بارزه على ضرورة معرفة التوازنات الحقيقية الواقعية الخاصة بسوق العقارات في مصر، وهى توازنات تفرض ذاتها وتأثيرها على قوى العرض والطلب، تفعل فيها وتتفاعل معها وبها، وتنتج أثرها وتأثيرها في شكل ناتج أدائى، يأخذ في التعبير عن ذاته، وفي صورته تعكس وتنعكس على السوق العقارى وبأجزائه ومكوناته وعناصره المختلفة، وعلى الذى يعمل فيه وكذلك على كل من تعامل معه ... سواء فى شكل مزيد من القلاقل والتوتر وعدم القدرة على توقع المستقبل أم مزيد من الركود والانكماش الجاسم الممتد متمثلاً في انخفاض القدرة على تسويق العقارات القائمة، وعدم وجود عمليات إنشائية جديدة، ومحدودية النشاط، وإفلاس المقاولين صغاراً وكباراً ومزيد من العاطلين وعدم القدرة على التشغيل الدائم والمستمر لهم .

ويمتد هذا التأثير ليفرض أثره على الأوضاع الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية السائدة محدداً الأولويات والمسلمات البديهية الخاصة بكل سوق منها، وبكل جزء من أجزاء السوق العقارى، ومحدداً كل من عناصر الدخل والعائد والمردود ... وإذا كان هذا بشكل عام يشمل كافة الأسواق العقارية في كثير من دول العالم، فانه يتخصص وينطبق بشكل خاص على سوق العقارات في مصر، فسوق العقارات في مصر رغم ما يبدو فيه من ركود، سوق بحق نشط، وهو سوق متطور يجمع داخله وفيه قوى تفاعله وتوازناته الحركية التى تحتاج إلى معرفتها ومعرفة العوامل المؤثرة على كل منها وحجم التأثير الذى تقوم به .

## أولاً: الأطراف الفاعلة فى السوق العقارى :

يعد سوق العقارات من الأسواق ذات الطبيعة الحركية التى تحتاج إلى إدراك ووعى شامل بكافة عناصرها ومكوناتها، وفى الوقت ذاته فإن هذا السوق يضم العديد من الأطراف ذات العلاقة المباشرة بحركة واتجاهات السوق، والتى لا يمكن بحال من الأحوال تجاهل أي طرف فيها، بل أن على الباحث المدقق تحديد تأثير كل طرف ومقدار تأثيره، ومعرفة احتياجات كل طرف منها ورغباته وقدراته، وفى الوقت ذاته معرفة وتحديد قدرة هذا الطرف التأثيرية على حركة السوق، حيث يضم السوق الأطراف التالية :

**الطرف الأول: العميل المستهلك سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا:** والذى يرغب فى الحصول على وحدة سكنيه بالإيجار أو بالتملك أو بالحيازة أو بالانتفاع و سواء كان الغرض من الحصول عليها هو الإقامة الدائمة، أو الإقامة الزمنية العارضة، وسواء كان لغرض الإسكان الإداري أو لغرض الإسكان العائلي، ومن ثم يحتاج الأمر إلى دراسة رغبات هذا الطرف، والذى تمثل جانب الطلب على العقار، والذى يتنوع ما بين :

□ الطلب النمطي العام ذى النماذج النمطية المتعاقد عليها مقدما قبل الإنشاء أو لاحقا بعد إتمام البناء والمعروضة على أفراد المجتمع، والذى يشكل فى الغالب الشكل العام لطلب أفراد الطبقة الوسطى والذين يفضلوا التعاقد على نماذج نمطية تتناسب مع طبيعة أفراد هذه الطبقة، ومن ثم كلما كان هذا الطلب فعالا، أي لديه القدرة المالية على دفع ثمن العقار، كلما كان سوق العقار منتعشا ورائجا، فالطلب النمطي للطبقة الوسطى، طلب يشكل الاتجاه العام للسوق، ويتأثر بعوامل الدخل وأولويات الإنفاق، وبحجم الادخار، وتفضيلات أفراد هذه الطبقة.

□ الطلب غير النمطي الخاص ذى النموذج الفريد الذى يتم طلبه وفقا للاحتياجات والرغبات مقدما، ويتم تنفيذه بناء على المواصفات المتعاقد عليها بخصائصه الفريدة المتميزة، والذى تكاد تختلف باختلاف الأفراد أو العملاء، وهو ما يتناسب مع احتياجات الطبقة العليا من المجتمع، والذى ترفض أن يكون هناك مجرد تشابه بينها وبين أى فرد آخر من الجيران، وهو ما يرتبط ببناء الفيلات الفاخرة ذات المساحات والتصميم الفريد ... والذى يتنوع، ويزداد ارتباطا بعوامل التشكيل والتنوع للوصول

إلى ارضاء واشباع الشريحة العليا من الطبقة الوسطى، أو الشريحة الدنيا من الطبقة الثرية العليا (الايثرياء الجدد واصحاب الاعمال الجدد) .

□ الطلب المشتق على الخصوصية، والذي يرتبط بالصفوة النوعية ذات الاحتياجات بالغة التفرد، والتي يتم التعاقد عليها وفقا لهذه المواصفات، أي من حيث بناء القصور الفارهة فى مناطق معينه بذاتها تكاد يملكها من يرغب فى بناء هذا القصر وفق لمواصفاته هو الذاتية، وفى منطقه خاصة به ولا يشاركه فيها أحد ويضع من اعتبارات الفخامة والرفاهية ما يعبر به عن اتجاهاته العقارية متعددة الجوانب والأغراض، وعادة ما يلحق بالقصر ملحقات عقاريه أخرى لخدمته ... وهذا الطلب بطبيعته يملك قدراته مالية عالية على تنفيذه وتحقيقه .

وهناك طلب آخر، طلب يختلف اختلافا تاما عن ما هو متعارف عليه من طلب، حيث لا تكون هناك فيه رغبات ومواصفات معينه للعقار، بل تكاد لا تكون هناك مواصفات أو ملامح مطلوبة من جانب العميل، بقدر ما تكون هناك فيه مجرد وجود وحدات سكنيه حتى ولو كانت تفتقر إلى مقومات السكن المناسب، وهو سكن الفقراء المعدمين الذين لا يكون لديهم سكن بقدر ما يكون لديهم وحدات أيواء، ومن ثم فان الطلب لديهم يرتبط بما هو متاح من وحدات معروضة ويطلق على إسكان هذه الطبقة إسكان المناطق العشوائية وعشش الصفيح وسكان المقابر، ومن هنا فان إشباع طلب الفقراء عادة ما يكون فى إطار برامج اجتماعيه ومساعدات دوليه ومنح تقدم لبعض التجمعات السكنية التى توفر نوع من الوحدات السكنية رخيصة التكلفة وتقدم إليهم شبه مجاني أو بأسعار رمزيه، وهو مسئوليه مجتمع اكثر منه مسئوليه شركات أو مستثمرين<sup>(١)</sup>.

ومن هنا فان طلب الطبقة العليا فى المجتمع يرتبط بإنشاء مناطق متميزة الطابع بعيدة عن المدن (الضواحي المتميزة الفاخرة)، بينما طلب الطبقة الفقيرة يرتبط أيضا بضواحي، ولكنها ملتصقة بالمدن وعلى أطرافها وفي أحيائها الفقيرة، أما الطبقة المتوسطة فيرتبط بالمدن ذاتها وداخل أحيائها ووفقا للأنماط المعتادة فيها، ومن هنا فان الطلب على الإسكان عادة ما يأخذ شكل توزيع تناسبي على النحو التالي:

(١) على الرغم من أن كثير من رجال الأعمال والمستثمرين قد قاموا بتطوير عدد من المناطق العشوائية وتوفير مساكن لائقة وصحية للعديد من الفقراء فى المناطق الفقيرة، وهو عمل يستند إلى البعد الاجتماعى لرسالة أصحاب الأعمال والمستثمرين تجاه المجتمع، وهو أمر يحتاج إلى زيادة التوعية به وبأهميته للحفاظ على الاستقرار الاقتصادى والأمن الاجتماعى والسياسى، وتحسين مناخ ممارسة الأعمال.

- ٢,٥% إلى ١٥% طلب الطبقة الثرية أو طلب الصفوة الأرسقراطية على القصور والفيلات والمناطق فائقة التميز والتي لديها من الموارد والإمكانيات ما يجعلها تفرض إرادتها وتملى شروطها وتضع من المواصفات ما ترغب فيه، بل أنها عادة ما تقوم باستئجار خدمات المقاول التي ترى انه مناسب لإقامة ما ترغب فيه من قصور ... لأنها تمتلك من الثروة المتراكمة ومن الربح والعائد والريح والمردود المتولد عنها ما يمكنها من ذلك<sup>(٢)</sup>.
- ٢,٥% الوقتية ١٥% طلب الطبقة الفقيرة المعدمة التي لا تمارس عملا منتظما إليهم لا تحصل على دخل منتظم ومواردها وعائدها منقطع ومحدود.
- ٧٠% - ٩٧,٥% طلب الطبقة الوسطى ذات الوظيفة الدائمة وشبه الدائمة والتي تتقاضى أجرا وتحصل على دخل منتظم، والتي يمكن لها بناء على هذا الدخل تحقيق ادخار متراكم، وتخطيط إنفاقها بشكل يجعلها قادرة على شراء وحدات عقارية إليهم استئجارها.

**الطرف الثانى: الشركات العاملة فى مجال العقارات :** وهى تضم العديد من الشركات أهمها شركات الاستثمار العقارى بشكل مباشر، وشركات المقاولات والموردين لاحتياجاتهم ومستلزماتها من حديد تسليح، وأسمنت ومواد بناء أخرى، والمرتبطة تصاعديا وطرديا بالطلب على العقار، ومن ثم بقدرتها على الاستجابة لهذا الطلب من خلال العرض المتوازن والموازى له، وهذه الشركات وان كانت تتأثر بسوق العقارات، إلا أنها فى الوقت ذاته تؤثر فى هذه السوق، وتعمل على تشكيل اتجاهاتها سواء الانكماشية الحادة التى تصل إلى مرحلة الركود والكساد، أو الانتعاشية المتفائلة التى تصل إلى مرحلة الرواج والانتعاش، خاصة وان السوق العقارى يحصل على كامل احتياجاته من خارجه، أى انه يؤثر على كافة الأسواق الجزئية، وبدرجات متفاوتة، ويؤثر أيضا على السوق الكلى بدرجة متناسبة، وكلما كانت التشابكات صحية ومولده للقيمة المضافة، كلما كان هذا الطرف دافعا لحسن عمل السوق، خاصة مع تصعيد تدفقات التكوين الرأسمالى، وتنمية تتابعات التراكم الرأسمالى، وتأثير كل منهما على خصائص التكنولوجيا المستخدمة فى صناعة المقاولات وبناء وتسويق العقارات ... ويمكن القول أن سوق

(٢) تمتاز هذه الطبقة بأن عوائدها وأرباح ثرواتها تتحقق بالطرفة وأن لديها تراكمات متزايدة للثروة بعد تعديها مرحلة تكوين الثروة.

يكاد يكون الترمومتر الذى يعكس حاله جميع الأسواق، والشركات العاملة فيه القاطرة التى تجر ورائها عربات قطار الاقتصاد القومى، ومن ثم فإن رفع حركتها وزيادة قدرتها يساعد على انعاش هذه الأسواق، ويحكم متدافعات وتنمية القيمة المضافة.

**الطرف الثالث: البنوك والمصارف الممولة:** وهى أهم وأخطر الأطراف الرئيسية التى تقوم بتوفير التمويل اللازم سواء لشركات الاستثمار العقارى، أو الأفراد المستفيدين النهائيين الذين تعاقدوا على شراء العقار، وسواء كان هذا التمويل متوسط أو طويل الأجل، وسواء كان مقدما من أجل امتلاك العقار أو من أجل تشطيبه وجعله صالح للسكن فيه، والبنوك فى ذلك تعتمد على استخدام سياسات ائتمانية مرنة للتعامل مع الشركات العاملة فى سوق العقارات، وهى سياسات تتيح العديد من أنواع القروض والتسهيلات الائتمانية التى تحتاج إليها هذه الشركات لحسن مباشرة نشاطها سواء:

- تمويل فجوات راس المال العامل لتوفير مستلزمات التشغيل .
- لتمويل متوسط لاستكمال الإنشاءات وإعادة بيع العقارات وكذلك لتمويل المعدات والآلات المطلوبة .

- تمويل طويل الأجل لإنشاء مناطق عقارية متكاملة ذات طبيعة متميزة.

ومن هنا فإن شركات العقارات تعتمد اعتمادا كاملا على البنوك إذا لم يكن لديها موارد تشغيلية أو سوق سندات نشطه ... وفى الوقت ذاته فإنها كبنوك ومصارف تقوم بوضع انماط من القروض متوسطة الأجل لتمكين الأفراد من شراء الوحدات السكنية، وهى بذلك تمكن الشركات من سداد القروض التى سبق ان منحت وقدمت لها ... ومن هنا فان التتابع التمويلى وتدقيقاته الموجهة بذكاء مصرفى، والمتحكم فيها من جانب البنوك والمصارف تجعل المال لا يخرج عن مجتمع البنوك، بل يكاد يتدفق داخل هذا المجتمع، ولا يتسرب شئ منه خارجه، ومن ثم يحدث الانتعاش بشكل دائم ومستمر<sup>(1)</sup> ولقد اكتسبت البنوك أهمية خاصة فى تمويل سوق العقارات نتيجة ضعف وانخفاض كفاءه أسواق المال فى توفير التمويل اللازم، خاصة مع سوق السندات التى تتمثل المجال الرئيسى لتمويل شركات التنمية العقارية بأنواعها

(1) وقعت العديد من البنوك والمصارف فى مأزق صعب نتيجة السماح لشركات المقاولات بالتوسع فى بناء وحدات عقارية فاخرة إلى درجة الإفراط اعتمادا على تسهيلات ائتمانية قدمت إلى كل من الشركة وبعض العملاء وبدلا من أن تسدها الشركات سدادا لمديونياتها طرف البنوك قامت بتوظيفها فى بناء وحدات أخرى جديدته، اعتمادا على أنها ستسد من عائد بيع هذه الوحدات، وهو ما لم يحدث، فأتجهت إلى بنوك أخرى للاقتراض ... وأدى ذلك إلى استغراق الشركات فى مستنقع ديون يصعب الخروج منه.

المختلفة ... وكما كانت البنوك لديها استعداد لتقديم التمويل وبشروط ميسره، كلما كانت السوق رائجة ومنتعشة والعكس صحيح .

#### الطرف الرابع: الحكومة (الدولة) :

تعد الدولة كيان إدارى عالى الفاعلية والقدرة غير المحدودة على الفعل، وهى طرف أصيل فى كل شىء، ولصالح كل شىء، وهى تكتسب أهمية خاصة فى سوق العقارات، أهميه تتجاوز طبيعة الطرف الداخلى فى علاقة معينه، إلى الطبيعة الحاكمة والمتحكمة فى توجيه الأطراف إلى وضع علاقات متطورة، وبذلك فالحكومة طرف ذو طبيعة خاصة، وهو الطرف المنظم للعمل وفى الوقت ذاته صاحب الأيدى الظاهرة والخفية فى تنشيط السوق، وهو الطرف الذى يملك أدوات الرقابة والمتابعة والإشراف على السوق، فضلا عن توفير القوانين والتشريعات اللازمة لحماية وحفظ الحقوق وصيانتها وفض المنازعات بين الأطراف، وفى الوقت ذاته هى أكبر مستهلك لمنتجات القطاع سواء من خلال دورها الاقتصادى كدولة، أو من خلال دورها الاجتماعى كراعى لشعب، ومن هنا فإن التناغم والانسجام ما بين الدور الاقتصادى الذى يعمل على تحقيق معدلات عالية من النمو والتنمية، وما بين الدور الاجتماعى الذى يحافظ على وحدة الأمة وانسجامها ... يجعل من الدولة طرف أصيل فى التعامل مع الأزمات التى يواجهها سوق العقارات، ومن ثم فإن المسئولية الاقتصادية والمسئولية الاجتماعية الواقعة على عاتق الدولة تجعل منها أكبر منتج، وأكبر مستهلك فى سوق العقارات إذ لزم الأمر لمعالجه أزماته.

#### الطرف الخامس: جمعيات واتحادات حماية المستهلك:

وهى جمعيات تضم العديد من الخبراء المتخصصين فى مجال البناء، والتشييد، والهندسة، والقانون، والتمويل، وكافة التخصصات التى يضمها النشاط العقارى، وهى أوجدت ذاتها بعد حدوث العديد من الكوارث التى استدعت أن يكون هناك اتحادات أو تنظيمات جماهيرية قادرة على الحد من خطورة هذه الكوارث ... ومن ثم فقد تكونت جمعيات حماية المستهلك وهى من أهم الأطراف حديثة العهد والتأثير فى سوق العقارات، والتى من المتوقع أن تمارس دورها المتزايد الأهمية وبشكل متصاعد فى المستقبل، خاصة من خلال وضع مواصفات البناء ودراسة عمليات تطويرها لتصبح أكثر أمانا وصلاحية، وأكثر توافقا مع اعتبارات الحياة العصرية، وأكثر اتساقا مع متطلبات البيئة ومن هنا كان من الضرورى وجود

كسيان يعمل على حماية حقوق المستهلك خاصة فى مجال الإشراف على صلاحية المباني، وكذلك من عمليات الصيانة الدورية لها، وكذلك من تنفيذ القانون والتشريعات وما يتصل بها من وفاء بالتعهدات والالتزامات، وعدم تضمن التعاملات على العقارات أى عمليات غش أو خداع، وقد أصبحت هذه الجمعيات من القوة بحيث تستطيع أن تؤثر على الرأى العام وتوجهاته، وأن تفرض هذا التأثير على كافة الأطراف سواء كانت: الدولة والحكومة، أو شركات العقارات، أو الأفراد والمستهلكين .

## ثانياً: خصائص سوق العقارات:

يحتاج المتعامل مع سوق العقارات إلى فهم كامل لقوى السوق، ولتفاعل هذه القوى، على الرغم من أن سوق العقارات يرتبط ارتباطاً قوياً بالاحتياجات الأساسية للإنسان باعتباره إنساناً، وباحتياجاته الاجتماعية باعتباره فرداً في مجتمع، وباحتياجاته التطلعية التمايزية باعتباره باحث عن الأفضل والأحسن والارقى... ومن هنا فإن جملة حقائق السوق تدور حول ثلاث جوانب رئيسية هي:

الجانب الأول: المأوى والمسكن الذى هو لصيق بالاحتياجات الأساسية للإنسان.

الجانب الثانى: الانتماء لمجتمع معين والذى هو مرتبط بالولاء والانتماء لهذا المجتمع .

الجانب الثالث: الارتقاء الذاتى والذى هو مرتبط بالطموح والأهداف والتطلعات الخاصة بالفرد.

إن إعادة قراءة هذه الحقائق فى إطار نسق منطقى وبنية عقلانية رشيدة تساعد على معرفة خصائص سوق العقارات، بل انه يجعل سوق العقارات المصرى له من الخصائص والمواصفات التى يتميز بها عن أى سوق آخر، فهو يجمع ما بين النقيض والنقيض الآخر حيث يجمع ما بين الوفرة وبين الندرة، بل يكاد يكون مركز التناقض الحاد ما بين الندرة باعتبارها حاله ووضعاً ظرفياً، وما بين الوفرة باعتبارها جهد وتياراً تدافعياً، وهو ما يكاد يشكل التناقض الحاد والقائم فى هذه السوق، ومن ثم اجتماعاً النقيضان معا فى تلك السوق الغريبة الفريدة، مما جعل لها طابعها الخاص الذى يشمل ما يلي:

الخاصية الأولى: ندرة شحيحة ملموسة ومحسوسة من الوحدات العقارية التى يحتاج إليها السوق وبشده وبالبحاح، وهى الوحدات الشعبية والاقتصادية وإسكان محدودى الدخل، وتمتاز هذه الوحدات بانخفاض تكلفتها وانخفاض أسعار بيعها، وازدياد معدلات الطلب عليها، خاصة أن هذا النوع من الإسكان يرتبط بشرائح متسعة من المجتمع، وهى شرائح يزداد عددها يوماً بعد يوم، وعلى الرغم من قيام العديد من الهيئات الحكومية وشبه الحكومية (التعاونيات)، وقيام العديد من أصحاب العقارات والمباني بمشروعات إسكانية مختلفة، إلا أن المعروض من هذه الوحدات محدودة للغاية أمام الطلب المتسع على هذه الوحدات<sup>(١)</sup> العقارية، ومن ثم فإن هناك طلب أكبر من العرض، خاصة وأن هذا الطلب

(١) كثيراً ما تقوم المحافظات المختلفة بالعديد من مشروعات الإسكان إلا أن قلة الاعتمادات المخصصة لها، وبطء عمليات التشييد والبناء، وبصفة خاصة عمليات التشطيب وتزويدها بالمرافق الأساسية يجعلها غير فعالة فى سد احتياجات السكان، ويجعل هناك قوائم انتظار طويلة للحصول على هذا النوع من السكن =

يرتبط بوسط المدينة أو المدينة ككل أو المناطق التقليدية للإسكان العقارى، والتي تحتاج إليها العظمى من الطبقة الوسطى في المجتمع.

الخاصية الثانية: وفرة المعروض من العقارات الفاخرة والمتميزة وفوق المتوسطة لدرجة تزيد عن الحاجة الفعلية للسكان، رغم أن هناك سيادة لاتجاه حيازة وتملك الوحدة الخامسة من الوحدات السكنية التي تقوم (الأسر) بامتلاكها، بعد أن وصل التملك فعلا للوحدة الرابعة، وأصبحت هناك عادة تعد قاسم مشترك بين أسر الطبقة الوسطى من امتلاك (وحده شاطئيه) على الأقل أو أكثر من وحده شاطئيه بشاطئى مختلف للعديد من الأسر متوسطة الدخل<sup>(١)</sup> ... إلا أن لاتزال هناك وفرة في المعروض من هذه العقارات سواء لزيادتها عن حجم الطلب أو لارتفاع ثمنها عن متناول الأسر، خاصة وأن الطلب على هذه الوحدات لم يعد ملحا، حيث أن إضافة وحدة أو امتلاك وحدة إضافية إلى مجموع ما تملكه الأسر بالفعل لذويها وأولادها سواء الحاليين أو المرتقبين، واتجاه عديد من الأسر المصرية إلى الهجرة الدائمة في الولايات المتحدة وكندا وبعض دول أمريكا الجنوبية وأستراليا ... أو إلى الهجرة المؤقتة في الدول العربية الخليجية ... وتحولها إلى هجرة شبة دائمة ... كل هذا وغيره أدى إلى زيادة المعروض بالفعل من الوحدات السكنية سواء القديمة أو الحديثة.

ويلاحظ أنه رغم ارتفاع تكلفة هذه الوحدات، إلا أن ثمنها أيضا مرتفع، وبالتالي فإنها تخاطب الشريحة العليا من الطبقات المتوسطة الدخل، والتي تتطلع دائما إلى التقدم في السلم الاجتماعى، ولكنها لا تزال أسيرة النموذج النمطى للإسكان، وهى تميل حتى في تميزها إلى استخدام القوالب الجامدة، والتي حتى عندما تتطور تتطور في الشكل العام والذى يأخذ أيضا شكلاً نمطياً، ومن ثم فإن نموذج تكرار الوحدات يصبح مناسباً لإشباع احتياجات هذه الطبقة من المجتمع في شرائها المختلفة.

الخاصية الثالثة: هناك ندرة في أماكن جغرافية ومساحات متميزة يمكن تخصيصها لسكنى الطبقة العليا من المجتمع، حيث أن للطبقة العليا من المجتمع، تلك الطبقة التي تبحث عن

---

=والذى غالبا ما يتم تخصيصه لمواجهة الكوارث وحالات انهيار المساكن اكثر من سد حاجة طبيعية للسكن.

(١) أدى هذا الأمر إلى تحول جانب كبير من الشواطئ إلى ضواحي إسكانية شاطئيه، وإلى تحول الإسكان العائلى المؤقت في هذه الضواحي خلال فصل الصيف، إلى إسكان دائم وشبه دائم، خاصة مع اتساع حالات المعاش المبكر، وحالات الحياة على الربح والعائد البنكى المتولد من ودائع ودون أى ممارسة لعمل فعلى لكثير من أرباب الطبقة الوسطى .

الانفراد والخصوصية الكاملة، وعدم الاقتراب من الآخرين، تغذيها اعتبارات الملكية الذاتية الفردية واعتبارات الحيازة والاستبواز والتفرد، واعتبارات الابتعاد عن كل ما يفقد الخصوصية الذاتية والتميز الانفرادى، والذي يجعل من السكن العقارى علامة فارقه لصاحبه عن الآخرين وكان هذا لعامل وراء إنشاء إحياء سكنيه مغلقه على ذاتها، وذات طبيعة إسكانية مختلفة، مثل الأحياء: الزمالك، المعادى، وجاردن سيتى في القاهرة ... وكانت هذه الأحياء تمثل المناطق لمتطلع إليها للطبقة الوسطى، بينما كانت تمثل الإقامة المستقرة للطبقة العليا والتي كانت تنتقل إليها، وتنتقل منها إلى الإقامة في الخارج (لندن/ باريس / روما ... ثم واشنطن ونيويورك ودالاس) ... إلا أن مع تغيير الطابع العمرانى للمناطق، وهدم القصور وبناء العمارات ... وافتقاد الخصوصية ... ومن ثم أصبحت هذه الأماكن المميزة لا تتمتع بالخصوصية اليوم، وأصبحت طارده لسكانها بعد أن ازدحمت بالسكان الجدد الذين وفدوا إليها، وقاموا بتغيير الطابع العمرانى للمنطقة، ومن ثم أصبح هناك حاجة فعلية لإنشاء أحياء جديدة ذات خصوصية مرتفعه.

الخاصية الرابعة: إن العقار مهما كان موقعه أو حجمه أو مساحته أو سعره، فانه عقار فريد، ولا يمكن أن يعامل نمطيا على اطلاق الحالة، بل ان كل عقار له خصوصيته التى تجعل منها عناصر الجذب الرئيسية له، من حيث مدى توافقه مع احتياجات ورغبات وقدرات المستهلك الشرائية ومتطلبات حياته وتفضيلاته ... ومن ثم فان المستهلك قد يقبل عقارا معينا تحت ظروف معينه، إلا أنه مع تغير الظروف فانه يبحث عن عقار آخر بعد أن انتهت ظروف الاضطرار، وقد أصبحت قدراته أو أوضاعه أو أوضاع السوق أفضل.

الخاصية الخامسة: إن العقار وإن كان يرتبط داخليا بذات الفرد وتطلعاته، إلا أنه أيضا يرتبط بحاجته الى المأوى، والانتماء لمجتمع معين والارتقاء بالسلم الحضارى، أى انه يرتبط بالحراك الاجتماعى Social Mobility وبالتنقلية الاجتماعية Social Transporty، وكلاهما فرض لأثره، ومنهج لتأثيره، ومن هنا فان إقامة أحياء متميزة جديده مع الارتقاء الحضارى بالأدبى القائمة وتطويرها وتجميلها تصبح أدوات أساسية لتشجيع الأفراد على تملك الودعات العقارية، ومن هنا فإن العقار يغطى أكثر من حاجة من حاجات الإنسان الأساسية، التى تلاصقه وترتبط به في كافة نواحي حياته، ويعيش معها ويعيش بها في كافة مراحل تطوره وارتقائه في السلم الاجتماعى والعمرى أيضا.

### ثالثاً: التوازنات الادائيه للسوق العقارى :

كلما كانت خصائص سوق العقارات واضحة، كلما كان من السهل إدراك وفهم توازناته الادائية الحركية، سواء كانت توازنات المستهلك النهائى، أو المستهلك الوسيط، ومن ثم فان الوعي العام بالخصائص يجعل من السهل تحقيق الإدراك الخاص بالتوازنات.

ومن هذه الخصائص تتحدد أبعاد وجوانب السوق العقارى، وتتحدد أيضا مؤثرات توازناته، خاصة وان هذه التوازنات، واتجاهاتها وحركتها ذات تأثير على حركة السوق وآليات العرض والطلب وتطور الأسعار، سواء في اطلاقها العام، أو في محاورها الخاصة، وبشكل واضح صريح فهناك تشابكات متداخلة بين قوى السوق، وعناصره، وبين الآليات والأدوات، والوسائل القائمة في هذه السوق تصاعدا وارتباطا وتداخلا وتشابكا، سواء لان هناك اكثر من طرف يتعامل في قضية العقار، أو لان هناك أكثر من طرف يتأثر بشكل مباشر وغير مباشر بالعقار وصناعته وأسواقه، وهو ما أكده وحدد ملامحه في التوازنات العامة الفاعلة في السوق العقارى في مصر.

ومن هنا فإن توازنات السوق وحركته واتجاه هذه الحركة هي نتاج تفاعل ما بين الأطراف السوق، وما بين القوى المؤثرة فيه، وما بين العناصر المتأثرة، ومن خلال التأثير والتأثير يمكن بذلك تحريك الثوابت العامة وتفعيل المتغيرات الخاصة لإنعاش الطلب وتنمية وتوسيع سوق العقارات، وفي إطار من استخدام ذكى لمحاور تنشيطة مكثفة.

#### رابعاً: محاور تنشيط السوق العقارى فى مصر :

لكل سوق محاور تنشيطه وكلما كان القائم على هذه المحاور محترفاً، كلما كان اقدر على زيادة فاعلية الآثار المتولدة عنها، وأهم هذه المحاور ما يلى:

##### المحور الأول: السياسات الاقتصادية اللازمة لتنشيط السوق العقارى المصرى :

لكل سوق خصائصه، ولكل سوق ظرفيات تعامل وكلما كان السوق مرتكزا على قواعد فاعلة ومتفاعلة، كلما كان يتصف بالحركة، وكلما كان قادراً على استيعاب العديد من المتغيرات والمستجدات والتكيف معها، وبشكل دائم ومستمر، ويرتبط ذلك بالسياسات المرحلية التى تعمل كإطار يضم كافة الجهود التى تقوم بها المشروعات ومن هنا فان السياسات تختلف باختلاف القائمين على النشاط العقارى حيث تتنوع وتضم ما يلى :

النوع الأول: سياسات انكماشية قائمه على تقليل المعروض من الوحدات العقارية خاصة عند تراجع الطلب أو تحوله إلى أماكن أخرى خارج البلاد أو عرض وحدات سبق بيعها إلى الجمهور، وبكميات كبيرة.

النوع الثانى: سياسات توسعيه تدافعية تتناسب مع ارتفاع الطلب وازدياده والتوسع فى المعروض من الوحدات العقارية التى يرغب السوق فى تواجدها، ويبحث عنها المستهلك راغباً فيها ومتطلعا إليها.

النوع الثالث: سياسات هجومية صانعه للسوق تعتمد على المستهلك المعنوى من الشركات والمشروعات والمنظمات والهيئات التى تمارس أعمالاً وترغب فى حيازة أو امتلاك مقر إدارى سواء للتواجد أو للتوسع أو لأى هدف آخر .

ومن هنا تحتاج سوق العقارات فى مصر إلى اعتماد سياسات توسعيه قائمه على الضخ النقدى الفعال لرفع الدخول وزيادة الجزء المخصص من الدخل للإنفاق على شراء العقارات.

##### المحور الثانى: السياسات التسويقية اللازمة لتنشيط السوق العقارى:

يقوم التسويق بدور فعال فى تنشيط الطلب على سوق العقارات ليس فقط من خلال ترويج العقارات القائمة، أو إشباع احتياجات ورغبات العملاء الحاليين وأخذها فى الاعتبار عند إنشاء وتشيد العقارات الجديدة، سواء من حيث الحجم أو الشكل أو الأدوات أو التشطيبات الداخلية ... ولكن للامتداد الطبيعى للعمل التسويقي إلى مجال صناعة العميل من خلال

صناعة مناطق إسكانية متخصصة متكاملة الخدمات والمرافق، خاصة في مجالات الإسكان الإدارى والفندقى والتجارى والتكنولوجى، ليصبح السكن المكون المزدوج الأهمية في هذا المشروع، ولكنه ليس المكون الوحيد له.

ومن هنا فان سياسات التسويق المستخدمة لتنشيط السوق العقارى تأخذ أربع مجالات

رئيسيه هى :

المجال الأول: صناعة سوق جديد واعد اكثر نشاطا وحركه وتفاعلا، وذلك من خلال ابتكار منتجات عقارية ومجمعات عقارية متكاملة يتم تسويقها سواء ذاتيا أو خارجيا، ومن خلال صناعة عميل معنوى (شركات دوليه النشاط ومتعدية الجنسيات)، مثل إنشاء مركز تمويل عالمى أو سوق لبورصات عالمية أو إقامة مناطق حرة صناعية وتجارية ومراكز تسوق فعالة<sup>١</sup>.

المجال الثانى: مجال الترويج الابتكارى القائم على استخدام فعال للإعلان والإعلام والبيع الشخصى والنشر وتنشيط التعاقدات، وزيادة الارتباط بالمجتمع، والتفاعل معه، وتفعيل الإمكانيات القائمة، وربطها بعمليات الارتباط التعاقدى للوحدات العقارية.

المجال الثالث: مجال التوزيع الحيوي الذى ييسر على العملاء الوقوف على كافة البيانات والمعلومات وفي الوقت ذاته إجراء كافة التعاقدات والتصرفات الخاصة بالبيع والشراء والإيجار والحيازة والانتفاع بالعقار المطلوب وصيانة الحقوق وأداء الالتزامات بشكل قانونى سليم ... أى موفرا عامل السرعة الفائقة والدقة الكاملة.

المجال الرابع: مجال التسعير التفاعلى الذى يتوافق بسرعة مع متغيرات ومستجدات السوق والعميل، وهو حافز ودافع للوصول إلى العميل الحدى الذى عنده يكون السوق قد وصل الى تشعبه ومنتهاه، محققا بذلك أقصى ربح ممكن الوصول إليه ... وفي واقع الأمر فإن التسعير التفاعلى يرتبط بخطط زمنية توافقيه تأخذ في معطياتها الجوانب الآتية:

١. جانب البيع بالتقسيت وعمليات التمويل المتصلة بها وما يحتاج إليه من نظام جيد للتحصيل، ومتابعة السداد، وكذلك نظام جيد للخصم المبكر وعمليات تفعيل السداد، وغيرها من عمليات التمويل وإعادة التمويل المطلوبة للعمليات المختلفة التى تجرى على العقار.

(١) تعد مدينة دبي من النماذج الفعالة في إنشاء ونشر المراكز التجارية والتي من خلالها يتم تحقيق وتسمية ونهضة عمرانية وعقارية ملموسة، وقد سبقها كثير من مناطق التسوق الرئيسية في دول جنوب شرق آسيا خاصة ماليزيا وهونج كونج .

٢. جانب التمويل التشاركى موزعا ما بين الانتفاع الدائم للوحدة العقارية وما بين إمكانية

الاستئجار والحيازة المؤقتة واستخدام العقار واستغلاله اقتصاديا وتجاريا.

٣. جانب التمويل التدريجى سواء باستخدام أنظمة التمويل بالأقساط المتزايدة أو

المتناقصة أو الأقساط الثابتة، ومدى إمكانية استخدام العائد التراكمى للودائع كوسيلة من وسائل السداد وتخفيف العبء عن العميل<sup>(١)</sup>.

هذا من ناحية ومن ناحية أخرى، أحداث تطوير في مناهج التسويق المستخدمة وفقا

وما تقتضيه طبيعة السوق، سواء كانت سوقا محليا، أو سوقا دولية ذات طبيعة خاصة، ومن

ثم يمكن أيضا استخدام سياسات تصدير العقارات كإحدى السياسات التسويقية الناجحة<sup>(٢)</sup> في مجال تسويق العقارات وزيادة النشاط البيعى للشركات العقارية.

### المحور الثالث: السياسات الإدارية اللازمة لتنشيط السوق العقارى :

يحتاج السوق العقارى إلى استخدام سياسات إدارية فعالة لتنشيط معاملات هذه السوق،

بعضها قائم على المجالات الرئيسية الإدارية الآتية:

المجال الأول: سياسات التخطيط الاستراتيجى القائم على صناعة، إيجاد مناطق

عقارية ومجمعات عقارية متكاملة ذات قدرة على الجذب والإيهار وأثاره الإعجاب لدى

العملاء والمتعاملين، وفي الوقت ذاته على التطوير والتحسين والابتكار بشكل يؤدي إلى

تحقيق تدفقات تعاقدية دائمة ومستمرة، ومحققة ومنجزة للأهداف.

المجال الثانى: سياسات تنظيميه أكثر تفاعلا وأعلى قدره على التطوير، خاصة في

مجال استخدام الهياكل التنظيمية المفتوحة التى تحقق أعلى درجات التجاوب مع طبيعة النشاط

والعمل، وبما يؤدي إلى تحقيق الانسجام في العمل.

وإيا كان نوع السياسة التنظيمية التى سيتم استخدامها في التعامل مع السوق العقارى،

فانه يتعين قبل استخدام هذه السياسة معرفة الملامح الرئيسيه للسوق الذى سوف تستعمل فيه .

المجال الثالث: سياسات التحفيز والتوجيه التى يتم من خلالها توليد الدافع الحافز نحو

إجراء تحسينات مستمرة على العقارات القائمة سواء من حيث اعتبارات تجميل المكان أو

(١) تقوم بعض الشركات باستخدام حزمة تمويلية تضم كل من الدفعة المقدمة، والوديعة البنكية ووثيقة تأمين

على الحياة وسائل تمويلية متكاملة من أجل تخفيف عبء التمويل على كاهل عملاء الطبقة الوسطى

وزيادة قدرتهم على امتلاك عقارات ووحدات إسكانية.

(٢) قد يرى البعض أن العقار غير قابل للتصدير، ولكن في الواقع هو تصدير لمنفعة العقار ذاته، أى يبعه إلى

جانب وشركات أجنبية للانتفاع به .

اعتبارات رفع جماليات المنطقة والعقارات القائمة بها، أو من خلال تحسين المحتوى والمضمون الخاص بالمنفعة العقارية.

المجال الرابع: سياسات المتابعة والرقابة على اعتبارات السلامة والأمن وإجراء الصيانة الدورية والتأكد من صلاحية وسلامة العقارات، والحفاظ على الثروة العقارية باعتبارها ثروة مترakمة تحتاج إلى الحفاظ عليها، ثم تحتاج إلى استثمارها، ثم تحتاج إلى توليد عائد ومردود مناسب منها ... ومن ثم يتعين إجراء متابعات فعالة لتحقيق هذه الأهداف في اجمالها العام، خاصة وان الثروة العقارية هي ندرة تراكمية القيمة، ودورية العائد، ودائمة المنفعة.

المحور الرابع: السياسات المالية والتمويلية اللازمة لتنشيط السوق العقارى :

وهي أهم انواع السياسات إلى تحتاج إليها سوق العقارات، سواء فيما يتصل بالعمليات الخاصة بالضرائب والرسوم المفروضة على النشاط العقارى، أو ما هو متصل بالإعفاءات الضريبية، أو المزايا والدعم المباشر أو غير المباشر الذى تقدمه الدولة للمستثمرين في مجال إنشاء عقارات معينة، أو مناطق معينة.

ومن ثم فان السياسات المالية تساعد على التعامل مع الركود في السوق العقارى وكبح جماح الانكماش وتحويله إلى انتعاش ثم إلى رواج .

المحور الخامس: السياسات الإنتاجية اللازمة لتنشيط السوق العقارى :

وهي سياسات ترتبط بعناصر الجودة والقدرة على إنتاج عقار جيد المواصفات بتكلفة مناسبة سواء لاحتياجات السوق المحلى أو لإمكانية تصدير منفعة العقارات للخارج، ومن خلال عمليات ترتبط بعدة عناصر أساسية أهمها ما يلى :

١- الوحدة السكنية العقارية للفرد وللأسرة وللعائلة الممتدة وفقا للمفهوم العقارى القائم لدى كل منهم .

٢- المجمع العقارى الذى يضم أكثر من وحدة سكنية وله استخدامات متنوعة ومتعددة.

٣- المنطقة العقارية التى تشمل أكثر من مجمع عقارى ويتوفر بها الخدمات الإدارية وغير الإدارية والمرافق الخاصة بها.

وكلما كان هذا المحور قائما على صناعة التفضيلات التناسبية للعقارات، كلما كان تسويقها افضل وأعلى كفاءة .

### المحور السادس: السياسات القومية الكلية اللازمة لتنشيط السوق العقارى :

ترتبط السياسات القومية الكلية بالبرنامج القومى لإعادة توزيع السكان على ارض مصر، وهو برنامج تم تأجيله أكثر من مرة وأكثر من اللازم نتيجة أسباب ظرفية عديدة<sup>(١)</sup>، إلا أنه قد آن الأوان لتنفيذه بعد أن أصبح الوضع الإسكانى والسكانى يندرج بخطر جسيم سواء نتيجة للكثافة الإسكانية والسكانية فى المحافظات الرئيسية التقليدية خاصة فى كل من القاهرة والإسكندرية، أو نتيجة لتفادم المباني القائمة والتي أصبحت صلاحيتها للاستمرار فى السكنى موضع شك كبير، وهنا يكون من اللازم الإسراع بتنفيذ هذا البرنامج القومى لإعادة توزيع السكان على أرض البلاد وذلك من خلال تبنى الآتى:

١- إنشاء محافظات جديدة تماما يكون لها طابعها التكنولوجى والعلمى، ويمكن ان نقترح فى ذلك إنشاء محافظة وادى التكنولوجيا المتطورة، ومحافظة التنمية المتكاملة، ومحافظة برنامج التقدم ... الخ وهى محافظات تختار ساكنيها وتختار من يقيم فيها ويعيش على خدمة هؤلاء السكان .

٢- التوسع فى برنامج توأمة المحافظات القائمة وزيادة المخطط العمرانى له واستخدام أحدث ما وصل إليه علم تخطيط وإنشاء المدن من أجل ضمان نجاحه ونقل قطاعات كاملة من السكان إلى هذه المحافظات الجديدة إلى تحمل ذات اسم المحافظات القائمة.

٣- بدء برنامج زيادة المساحات الخضراء فى العواصم التقليدية وتفرغ مناطق الازدحام السكانى من قاطنيها، وإعادة إنشاء متنزهات ومساحات خضراء كافية داخل المدن المكتظة بالعقارات والسكان مما يؤدي إلى زيادة جماليات المناطق والتخفيف من التوتر وفى الوقت ذاته معالجة التلوث البيئى بشكل فعال.

### المحور السابع: السياسات المؤسسية لتنشيط سوق العقارات :

تحتاج سوق العقارات إلى مجموعة من المؤسسات التى تساعد على الخروج من دائرة الركود، وأهمها المؤسسات التى تعمل على تحريك قوى السوق وزيادة كفاءة آلياته، والتى تحتاج إلى اتساقها مثل:

١. إنشاء بنك معلومات العقارات الذى يتيح كل المعلومات عن جميع العقارات حتى يسهل على العملاء والمتعاملين إجراء معاملاتهم العقارية.

(١) كانت أهم هذه الأسباب الحروب شبه الدائمة وما تبعها من استعداد دائم للحروب، وإزالة آثار العدوان، واستخدام سياسات إصلاحية قائمة على تكميش وتقليص دور الدولة .... الخ .

٢. إنشاء آلية للتنقلية السكانية سواء بين العقارات المختلفة، أو بين المناطق العقارية المختلفة، وبما يؤدي إلى تحسين الحراك السكاني بين العقارات المختلفة، ويساعد على انعاش السوق وتوليد حركه واتجاه فعال فيه.

٣. إنشاء آلية لتنسيق الاحتياجات العقارية بين العملاء والمتعاملين في سوق العقارات وبما يؤدي إلى حسن تدبير الوحدات العقارية وفقا لما هو مطلوب وتحتاج إليه بالفعل.

هذا من ناحية ومن ناحية أخرى يرتبط نجاح المشروعات فى تسويق العقارات فى أوقات الركود باستخدام مناهج تسويقية ابتكارية تضمها منظومة تفاعلية ذات طبيعة خاصة، تستمد خصوصيتها من خصوصية قدرتها غير المحدودة على كبح جماح الركود، وتنشيط المعاملات بجوانبها وأبعادها وهو ما يحتاج الى العرض لها بايجاز على النحو التالى :

### خامساً: دور المنظومات التفاعلية فى تنشيط السوق العقارى المصرى:

ترتبط المنظومات التفاعلية بالفكر الحدائى، وكذلك بتطوراتهِ وتداوياتهِ متمثلة فى فكر ما بعد الحدائى، وفكر العولمة الاجتياحية، والتى صاغ بنيانه وحدد إطاره فى ضرورة التحول من التعامل الجزئى القطرى إلى أفاق التعامل الكونى، ومن ثم فإن ما كان ينظر إليه على أنه محلى محض أصبح بحكم التيارات المتصاعدة للعولمة أصبح عولمى صرف ... ومن هنا فقد أدخل علم المنظومات التفاعلية إلى مجال التسويق الابتكارى، والذى أصبح المحور الرئيسى للتعامل مع أزمات الركود والكساد بشكل رئيسى، وأساسى، ويقوم عمل المنظومات التفاعلية على إدخال سوق العقارات باعتباره محور النشاط إلى داخل المنظومة ليشمل كل من العناصر الآتية:

#### العنصر الأول: مدخلات المنظومة:

أى كافة المستلزمات التى تحتاج إليها المنظومة فى عملها أو التى تدخل إلى سوق العقارات باعتبارها مدخلات رئيسية لهذه السوق، أى من أراضى وحديد تسليح، وأسمنت، ومواد بناء، وأدوات كهربائية... الخ .

#### العنصر الثانى: نظام تشغيل المنظومة:

أى المؤسسات العاملة فى مجال السوق العقارى، سواء كانت شركات للمقاولات أو للإسكان أو للتقسيم الخاص بالاراضى أو التتمية العقارية ... الخ، وهى التى تقوم على إنتاج منتجات السوق وتوفير العقارات وفقاً لنظام معين وبشكل معين تبعاً للنظام التشغيلى المعمول به بها.

#### العنصر الثالث: مخرجات نظام التشغيل :

وهو المنتجات العقارية باختلاف أنواعها، وباختلاف أشكالها وأحجامها، وباختلاف مناطقها الجغرافية، وهو ما يحتاج إلى فكر تسويقى متقدم للتعامل مع هذه المخرجات، حتى يضمن ليس فقط تصريفها أو التعاقد البيعى عليها، ولكن حتى يضمن استمرارية المنظومة سواء من حيث المدخلات أو نظام التشغيل أو المخرجات .

سادساً: أهمية استخدام شبكة المعلومات الدولية في تنشيط سوق العقارات المصرى :  
أصبحت تكنولوجيا الاتصال من أهم الأدوات والوسائل الفعالة في تنشيط الطلب على المنتجات، ولما كان التسويق العقارى يتسع مجاله ليشمل العملاء في الدول والمناطق الجغرافية المختلفة، ومن ثم فانه عن طريق شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) يمكن تسويق العقارات المصرية، ويتم ذلك من خلال إيجاد مواقع تفاعلية لشركات العقارات تمكن من عرض العقارات ومواصفاتها وأسعارها، وتمكن زائر لموقع الاليكترونى من التعرف على العقار ومشاهدته ومعرفة مكوناته والمنطقة القائم فيها، كما تمكنه أيضا من التفاوض بشأنه وكذلك من التعاقد عليه.

## الخاتمة

يحتاج معالجة الركود والكساد إلى تدخل علمى وعملى فعال وذكى، سواء باختيار مناهج التوسيع المضطرد، أو باستخدام أدوات تحقيق الانتعاش والرواج من خلال الضخ النقدى التتابعى المستمر، أو من خلال استخدام وسائل وطرق التدخل الحكومى بالأيدى الظاهرة والخفية ... إلا أنها جميعا تتوقف فى نجاحها على مدى توافر روح التعاون والولاء بين كافة الأطراف العاملة فى سوق العقارات .

أن هناك ضرورة لإدخال فكر ما بعد الحداثة إلى مجال سوق العقارات، وذلك الفكر الذى يسابق الزمن ويعمل على كسب مزيد من الفاعلية والحركة فى مجال استخدام استراتيجيات صناعة عقارات أكثر توافق مع احتياجات المستقبل، وليس فقط مع احتياجات الحاضر، فالمستقبل يشير إلى أهمية وجود عقارات مجهزة تجهيزا عاليا للتوافق مع مستجدات الحياة التى تشمل :

- العمل فى البيت ويصبح المنزل مكان العمل والإنتاج والإبداع .
- الترفيه فى البيت ويصبح المنزل مكان للترفيه والتسلية والترؤيج .
- التعليم فى البيت ويصبح معه المنزل مكان تلقى العلم والتفاعل معه والانسجام من خلاله.
- التدريب فى البيت ويصبح معه المنزل مكان تلقى التدريب واكتساب خبره ورفع القدرة والمهارة .

إن هذا يحتاج إلى تغيير مفهوم العقار ليصبح أكثر توافقا مع متطلبات الحياة فى المستقبل وبالتالي يمكن بنجاح تنشيط أسواقه إن الرواج العقارى سيسهم فى إحداث رواج عام فى كافة الأسواق، فى كافة أجزاء الاقتصاد والمجتمع، يعمل على تدعيم الاستقرار الاجتماعى، ويحقق مقتضيات التنمية الشاملة ويرفع من جوده الحياة، ويحقق الأمن بكل جوانبه وامتدادته.