

صحة متخصصة أسبوعية  
تخدم بقطاع العقار

للتواصل  
T.orabi@alanba.com.kw  
Realestate@alanba.com.kw  
إعداد: طارق عرابي

عقار



«التجارة» أكدت عدم تخصصها في الرقابة عليها وحذرت منها

«البلوغر» و«الفاشنيستا» أحدثت أدوات التسويق العقاري في الكويت

دور «التجارة» يقتصر على التوعية والتنبيه بعدم التعامل مع هذه الوسائل

بينما بدأت وسائل التواصل الاجتماعي في لعب دور بارز في كل المجتمعات، فإن شريحة كبيرة من الشركات بدأت بالاستفادة من هذه الأدوات للترويج لسلعها ومنتجاتها، دون أن تتحمل (في بعض الأحيان) أي تكلفة تذكر، أو أنها تكلفة بسيطة إذا ما تمت مقارنة بالتكلفة الاعلانية الباهظة لوسائل الاعلام التقليدية كالقنوات الفضائية أو الصحف والمجلات اليومية والدورية.

إلى هنا والأم عادي، لكن ليس بعادي هو التأثير السلبي الذي برز من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والمتأمل في شتى الإشاعات والأخبار الكاذبة، أو الترويج لسلع ومنتجات وهمية أو غير مطابقة للمواصفات (على أقل تقدير). ولعل القطاع العقاري أحد القطاعات التي تأثرت بهذا الأمر، حيث بدأنا نرى الكثير من الأخبار الكاذبة تارة، والترويجية تارة أخرى، والمفككة تارة ثالثة، ولبت الأمر توقف عند هذا الحد، بل إن هناك ظاهرة جديدة لجات إليها بعض الشركات العقارية ألا وهي استخدام «المشاهير» أو ما أصبح يعرف بـ «البلوغر» و«الفاشنيستا» للترويج لوحات عقارية تقدر قيمتها بعشرات أو مئات آلاف الدنانير، بدون أي حساب أو رقيب، ما دفع بالكثيرين بضرورة تنظيم هذا العمل من خلال الزام الشركات المعلقة أيا كانت بالحصول على تراخيص لهذه الاعلانات، وذلك أسوة بترخيص الاعلانات المرئية والمسموعة والمقروءة حتى لا يقع المستهلك فريسة لوسائل التواصل الاجتماعي الجديدة.

وزارة التجارة

بدأنا نقاشنا بهذا الأمر مع مصدر رفيع المستوى بوزارة

Instagram & Twitter  
@AlAhmadRealEst  
أحمد عبد الحكيم الأحمد

**رأي عقاري**

فئات المستثمرين العقاريين

كثير من الراغبين في الدخول مجال العقار يقعون في دوامة الحيرة، من حيث استراتيجية التملك أو الاستثمار من جهة، ومن حيث أفضل الخطة التي يمكن أن تتماشى معهم من جهة أخرى. فالبعض يقوم بدراسة ميزانيته، والعمل وفق مموله الحقيقية، ودراسة السوق بتمعن واتخاذ الطريق الصحيح الذي يعود عليه بالمنفعة، فيما يزج البعض الآخر بأمواله في العقار بدون خبرة، ما يؤدي إلى تعرضه للخسارة المؤقتة أحياناً.

في الوقت نفسه يفتقر الكثير من سماسرة العقار المحليين إلى الحكمة ومعرفة أفتاح أو إيجاب العقار المناسب، بدورها إلى صعوب افتتاح أو إيجاب العقار المناسب، وسأذكر في مقالتي هذا أبرز فئات الباحثين عن عقار:

الشراء بغرض السكن:

هذا النوع من المشترين غالباً ما يتم التعامل معه مرة واحدة وهي فترة البحث عن عقار ليستقر فيه، وأهم نقطة برأيي الشخصي هنا، هي أن يتم تحديد رأس المال وموقع العقار، وبمجرد أتمام عملية الشراء لن يعود هذا العميل إلى لسوق مرة أخرى.

الشراء بهدف المضاربة:

يجب على هذا النوع من العملاء أن يضع بعين الاعتبار أن يكون سعر العقار المراد شراؤه هنا أقل من سعره السوقي بنسبة لا تقل عن 15٪، وأن يتم التعامل مع السماسرة المتخصصة في المنطقة المطلوب الشراء فيها، وهذا النوع من المستثمرين غالباً ما يتردد على السوق كل 6 أشهر تقريبا.

فئة صفار المستثمرين:

هذه الفئة تتراوح ميزانيتها بين 20 و 70 ألف دينار، وهم في الغالب يعتمدون على القروض الشخصية المقترضة من البنوك. وغالباً يكون استهدافهم لشقق التملك أو عقارات خارجية.

الشراء بهدف التطوير ثم إعادة البيع:

هذه الفئة من المستثمرين يكون توجهها نحو شراء الاراضي البيضاء، وأغلب هذه التوجهات تكون إما للأراضي السكنية أو الاستثمارية، حيث يقومون ببنائها ومن ثم إعادة بيعها للذين يرغبون في شراء أصول جاهزة للسكن، أو جاهزة للتأجير. ويتم تحصيل الربح من فرق سعر الأرض وتكلفة البناء.

اصحاب رؤوس الأموال الكبيرة:

هذه الفئة تتميز باستمرارية متابعتها لسوق العقار والبحث عن فرص جديدة مناسبة دائماً، وغالباً ما يكون هؤلاء من اصحاب الثروات والاملاك العقارية، حيث يعملون على استثمار رؤوس أموالهم في عقارات مدرة للدخل (كالبنائات الاستثمارية)، وذلك بهدف تحصيل أعلى عائد شهري على رأس المال.

ومن مميزات هذه الفئة انها مدركة وواعية لما يجري بسوق العقار وقد يكون حجم التداول لديهم عالياً.

التوجه نحو قطاعات محددة:

يجب على السماسر في هذه الفئة، تحديد توجه الزبون العقاري، فبعض العقاريين نراه يميل للاستثمار في القطاع الاستثماري (البنائات)، وأخرون يفضلون القسائم الصناعية، مثل (الشويخ والري)، والبعض الآخر نراه يميل لسوق العقار السكني أو الشاليهات والمزارع.

في ختام مقالتي أود ان أثنه اخواني المستثمرين والسماسرة أيضاً ان تحديد هوية المستثمر وميوله العقارية وتحديد ميزانيته، يسهل في اتمام الصفقات العقارية بشكل اسرع وأبسط ويساعد في كسب الوقت الذي يعود بالمنفعة على الجميع.

والتسويق لمنتجات مختلفة (وليس المنتج العقاري) (حسب) دون التدقيق والتأكد من جودة هذه المنتجات ومصداقيتها، بهدف تحقيق الأرباح الشخصية لا أكثر، ما قد يعرض شريحة كبيرة من المواطنين والمقيمين لمخاطر كثيرة هم في غنى عنها. وأكد أن البعض من هؤلاء المشاهير لا يعي ما المضار المباشرة الناتجة عن تسويق المنتجات المختلفة دون معرفة أو التأكد من محتواها وأثارها الاقتصادية والاجتماعية الخطيرة على المجتمع.

وأوضح أن هناك فرقاً كبيراً بين الإعلان أو الترويج والتزكية، مشيراً إلى أن مجرد ظهور الشخص المذكور في أي إعلان تجاري يعتبر تزكية لهذا المنتج، وبالتالي فإنه يجب على هذا الشخص أن يتحمل مسؤوليته الاجتماعية في هذا الخصوص، خاصة أن تزكيته لأي منتج من شأنه أن يعطي أثراً مضاعفاً يفوق كثيراً أثر الإعلان نفسه، خاصة إذا كان لدى هذا الشخص شريحة كبيرة من المتابعين والمجيبين. وشدد الملحم على ضرورة أن تكون هناك رقابة ذاتية من قبل المشاهير على ما يقومون بالترويج له، وأن تكون لديهم مهنية في طرح أي موضوع لا يفقهونه، وذلك حتى لا يؤدي عملهم في نهاية الامر إلى تضليل المتابعين أو جعلهم فريسة سهلة للشركات غير الجادة. كما أكد أن معظم اصحاب الحسابات الحالية لا ينضون تحت أي ترخيص تجاري، كما أنهم يفقدون للمعايير المهنية، ومهم الكبر هو الربح المادي لا أكثر ولا أقل. ورغم أن الملحم أكد أنه ضد فرض سلطة الدولة على هذه الحسابات، خاصة وأن السوق الكويتي هو سوق حر ومفتوح، إلا أنه طالب بأن



خالد المالكي



مشعل الملحم

الدولة ذاتها، مضيفاً «كيف لـ «التجارة» السيطرة على هذا الأمر في ظل غياب القوانين المحلية والدولية المنظمة لذلك؟». واختتم المصر بقول إن الدولة ليست مسؤولة عن أي مستهلك يقوم بالشراء عن طريق الحسابات الشخصية المنتشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، خاصة أن بعض هذه الحسابات قد تكون حسابات وهمية يصعب الوصول إلى أصحابها أو أنها قد تكون حسابات خارجية لا يمكن متابعتها وتطبيق القانون عليها داخل الكويت.

أثر كارثي

أما الرئيس التنفيذي لشركة بلوبرينت القابضة م.مشعل الملحم فقد اعتبر أن الأثر الحالي لاستغلال المشاهير في الاعلانات التجاري عبر وسائل التواصل الاجتماعي «كارثي»، و«خطير»، خاصة أن البعض ينظر إلى هؤلاء الأشخاص على أنه قوة ومثال يحتذى به. وأشار إلى أن البعض من هؤلاء اصبح يستخدم شهرته وانتشاره في الترويج

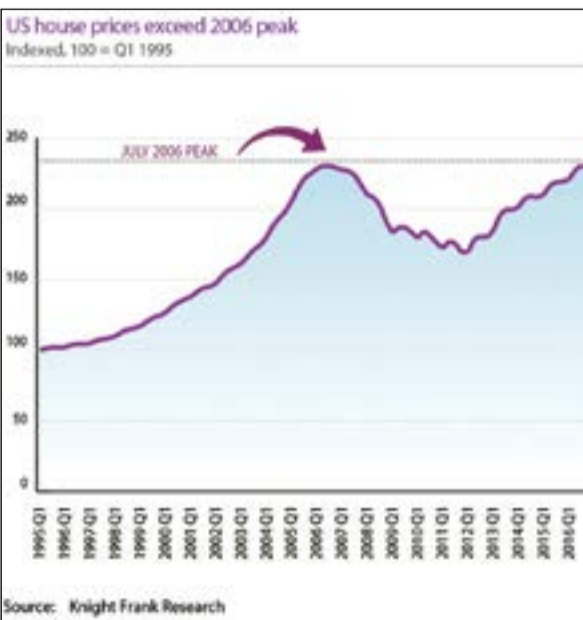
التجارة والصناعة فقال ان مسؤولية الرقابة على وسائل التواصل الاجتماعي ليست سلطة وزارة التجارة، مؤكداً في الوقت ذاته ان دور «التجارة» يقتصر في والتنبيه بعدم التعامل مع هذه الوسائل والشراء عن طريق الشركات العقارية المرخصة والمعتمدة التي لديها مقر دائم في الكويت.

وقال ان «التجارة» لا يمكنها محاسبة أو معاقبة أي شخص يقوم بالإعلان أو الترويج لأي منتج عبر حسابه الشخصي على الانترنت، خاصة أن الانترنت يعتبر بمنزلة «فضاء مفتوح» يمكن صاحب الحساب من الإعلان عبر حسابه من أي مكان حول العالم دون أي قيود أو محظورات سوى الرقابة الذاتية. وأضاف أنه حتى لو قامت وزارة التجارة باستصدار قرارات جديدة لرقابة الاعلانات الخارجية والتي المحلية، فإنها لن تكون قادرة على مراقبة ومحاسبة الحسابات الخارجية والتي هي خارج حدود وسلطة

**الملحم: معظم اصحاب الحسابات الحالية لا ينضون تحت ترخيص تجاري**

**المالكي: أن الأوان لتنظيم سوق الإعلان عبر وسائل التواصل الاجتماعي**

أسعار العقار الأميركي تعدي الذروة



أظهر تقرير عقاري نقلته شركة بلوبرينت القابضة عن شركة نايت فرانك العالمية لأبحاث أن أسعار العقار الأميركي تعدت خلال الربع الأول من العام 2016 أسعار الذروة التي وصلت إليها قبل وقوع الأزمة العالمية خلال العام 2007.

وكانت الحكومة الفيدرالية الأميركية ومؤسسات الإقراض قد بدأت باتخاذ عدد من الإجراءات لإعادة هيكلة نظام الإقراض ونفاذي تكرار مثل هذه الأزمة مرة أخرى، وذلك بعد الأزمة المالية العالمية التي ضربت السوق العقاري في الولايات المتحدة الأميركية وظهرت آثارها على مؤسسات التمويل والبنوك في عام 2007.

في الوقت الذي عززت دول العالم دور القطاع الخاص في الكويت ما زالت تلعب الدور «الأبوي» في «الرعاية السكنية»

عثرة أمام عجلة الاستثمار. وأشار إلى أن رأس المال جبان، لذا فإن الكثير من المستثمرين اضطروا إلى الخروج من الكويت والبحث عن أسواق آمنة وأقل روتينا من السوق الكويتي، خاصة أن العقبات الروتينية التي يواجهها المستثمر تتسبب له في التأخير والتعطيل، ما يعني انخفاض العوائد التي تم بناء عليها تأسيس دراسة الجدوى للمشروع منذ البداية.

وتابع يقول إن كل دولة فيها رقابة مستمرة على الاستثمار المحلي أو الأجنبي، ولدينا في الكويت كوادر مالية وقدرات عقلية تفوق كثيراً ما هو موجود بالخارج، فكل مشروع يواجه العقبات والمشاكل منذ اللحظات الأولى لتأسيس المشروع، ثم عقبات أخرى عند توصيل الخدمات، وبعد توصيل الخدمات تواجه مشاكل أخرى خلال تشغيل المشروع، سواء منها ما يتعلق بوزارة الشؤون الاجتماعية ومشاكل أخرى في توفير العمالة، أو وزارة الخواص في توفير أدوات الزيارة، حيث تعتبر هذه العقبات بمنزلة حجر

القسط الإسكاني مع تحديد سقف أدنى وأعلى للفاضة، حتى لا يقلل ذلك كاهل المواطن في ظل تذبذب الفائدة عالمياً، وكذلك في ظل ما قد تشهده مؤشرات التضخم الاقتصادي من تذبذب خلال هذه المدة الطويلة، خاصة أن العقار الخاص ليس له عوائد أو مردود تساعد مالكة على سداد الأقساط المستحقة عليه على المدى الطويل.

فرص استثمارية

إلى ذلك، قال الصايغ إن الكويت فيها الكثير من الفرص الاستثمارية الجانية، لكن المشكلة الأساسية فيها ترجع إلى البيروقراطية، فكل مشروع يواجه العقبات والمشاكل منذ اللحظات الأولى لتأسيس المشروع، ثم عقبات أخرى عند توصيل الخدمات، وبعد توصيل الخدمات تواجه مشاكل أخرى خلال تشغيل المشروع، سواء منها ما يتعلق بوزارة الشؤون الاجتماعية ومشاكل أخرى في توفير العمالة، أو وزارة الخواص في توفير أدوات الزيارة، حيث تعتبر هذه العقبات بمنزلة حجر

تحمل الدولة أو المواطن أي تكاليف إضافية. وأشار إلى ان إشراك القطاع الخاص في عمليات التطوير العقاري لن يكون له انعكاس على السكن الخاص حسب، وإنما ستعكس آثاره على الشركات والكوارر المحلية، وشركات المقاولات والبنوك وشركات التمويل والعديد من الشركات المرتبطة بهذه القضية المهمة.

التمويل العقاري

وفي تعليقه على دور البنوك المحلية في تمويل السكن الخاص، قال الصايغ انه من الضروري أن نعي أن عمليات التمويل العقاري في الكويت لم تتوقف بنسبة 100٪، بل أن ما حدث هو أن مجال التمويل اقتصر على البنوك الإسلامية فحسب، بمعنى أن البنوك الإسلامية ما زالت تقوم بعمليات التمويل العقاري حتى يومنا هذا. واستدرك قائلاً «أنا مع إعادة هيكلة نظام تمويل السكن الخاص في الكويت ليمتد أجل السداد إلى 15 أو 20 سنة حتى ننخفض قيمة



حسين الصايغ

العلمية والخبرات الكبيرة الموجودة لديها. وطالب الصايغ الحكومة بأن تتيح المجال من جديد أمام عمل شركات القطاع الخاص للمساهمة في توفير السكن الخاص للمواطنين مع مطلق الحرية، أي دون أن تفرض عليها مواصفات وشروطاً ملزمة للبناء قد لا يحتاج إليها المواطن الكويتي، بمعنى أن شركات القطاع الخاص يمكنها توفير منتجات سكنية ذات جودة عالية ودون أن

**الكويت لديها فرص استثمارية لكن مشكلتها «البيروقراطية»**

أكد رئيس مجلس إدارة شركة جيس للتطوير العقاري د.حسين الصايغ أن المعدود من العقود ما زالت تقف عائقاً أمام متطلبات التطوير العقاري في الكويت، لعل على رأسها القانون رقم 8 و9 لسنة 2008 اللذين عطلا مسيرة التطوير العقاري التي كانت تسير بشكل انسيابي تزامناً مع حركة التجارة والاستثمار في ظل أجواء من المنافسة والجودة. وأضاف أن الكثير من دول العالم المتقدم والمتوسط طرحت الكثير من المبادرات التي من شأنها أن تعزز دور القطاع الخاص في عملية التطوير العقاري، بينما انتهجت الكويت الدور «الأبوي» من خلال السيطرة على توفير البيوت السكنية لمواطنيها بشكل فردي، في حين أن واقع الحال يقتضي أن يتم إشراك القطاع الخاص للمساهمة في البناء عن طريق شركائه الإبداعية والاستثمارية والتطويرية التي كانت تعمل على تعزيز حركة البناء والتطوير في الكويت من خلال الطاقات