

أسس ومبادئ التسويق العقاري للدكتور علي بن حبيب بن علي بوخمسين

”

كتب عنه | د. عبداﻟﺒﻄﻴﻦ

الأحد ١٢ أبريل ٢٠٢٠ م

يضاف للمكتبة العربية عموماً والسعودية خصوصاً مرجعاً هاماً وأساساً للطلاب والباحثين، وهو بصمة أحسائية بامتياز رغم إعداده من رحم معاناة أزمة كورونا استطاع إنهاء ومراجعة وتدقيق باكورة إنتاجه تحت عنوان "أسس ومبادئ التسويق العقاري".

الدكتور علي بن حبيب بن علي بوخمسين يصدر كتاب أكاديمي موجه لخدمة الطلاب والباحثين في موضوع التسويق العقاري بالمنهج العلمي، صدرت الطبعة الأولى عام ١٤٤١ هـ - ٢٠٢٠ م حيث ضم بين دفتيه ٢٠٧ صفحة من قياس ٢٤*١٧ سم، حمل غلافه صورة عصرية للعقار، ودلالة تسريقية الكترونية كما حمل ظهر الغلاف صورة للمؤلف وسطور من سيرته العلمية.

قدم د. بوخمسين كتابه بالتالي :

(وبالوالدين إحسانا) صدق اﻟﻌﻄﻴﻢ، وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا واحزهما بالإحسان إحسانا وبالسيئات عفواً وغفرانا .

إلى والدي الكريمين والدي رحمه اﻟﻠﻪ وأمي الغالية حفظها اﻟﻠﻪ

إلى زوجتي ملهمتي وشريكة نجاحي

وابنائي د. حسين، و م. مهند، ومحمد الراحل سيف الإسلام رحمه اﻟﻠﻪ

وإلى أخوتي الأعزاء جميعاً وأخص بالذكر د. بتله والتي كانت كانت لي دائماً وأبداً نوراً يستضاء به وتجسيداً لقصة كفاح ونجاح مستمرة.

وإلى كافة أفراد أسرتي الأفاضل والذين جسدوا لي مفهوم البيئة الصالحة وهم أهل العلم والأدب.

إلى أساتذتي الأفاضل وكل من علمني حرفاً وكل من حثني على طلب العلم.

أهدي للجميع هذا الجهد المتواضع والذي أرجو أن أكون قد وفقت فيه لتقديم إضافة ولو كانت ضئيلة لما

فيه فائدة الحضارة الإنسانية وإثراء الفكر الإنساني.

كتب عن هذا الإصدار د. عبدالمجيد أحمد المغلوث، وقدم الكتاب أ. د. عبدالحميد أبوناغم أستاذ كلية التجارة جامعة عين شمس حملت قائمة المحتويات على :

مقدمة حول موضوع الكتاب

مدخل تمهيدي

وتم قسم الكتاب إلى ستة فصول

١- تعريف التسويق وتطور المفهوم التسويقي.

وظائف التسويق وأهدافه، تطور المفهوم التسويقي (الفكر التسويقي)، مجالات تطبيق المفاهيم التسويقية، وظائف التسويق، أهمية ومنافع التسويق، التطور التاريخي والاتجاهات الحديثة في التسويق، دوره وعلاقته بالعلوم الأخرى، الاستراتيجيات التسويقية (التجزئة، المزيج)، تطور عناصر المزيج التسويقي.

٢- التطور التاريخي والنظرة المستقبلية للسوق العقاري بالمملكة العربية السعودية ويشمل استعراض لبعض أهم العناصر المؤثرة في السوق ولم يغفل عن توقعات سوق العقار في ظل رؤية المملكة ٢٠٣٠م.

٣- التسويق العقاري : عرفه وذكر أنماط الاستثمار العقاري القائمة وأنواع العقارات السائدة بالمملكة.

٤- سلوك المستهلك العقاري بالمملكة.

٥- بيئة النشاط التسويقي في منشآت قطاع الاستثمار العقاري وتحدث عن عناصر بيئة النشاط التسويقي، وذكر مظاهر تأثير عناصر البيئة الداخلية للنشاط التسويقي، وتطرق النظام التشغيلي بمنشآت الاستثمار العقاري بالمملكة، ثم وصف كيف تتعايش إدارة التسويق مع الضغوط.

٦- التسويق الإلكتروني منذ نشوئه وبداياته وتطوره التاريخي حتى دور التسويق الإلكتروني وناقش مفهوم مصطلح التسويق العقاري الإلكتروني والمفهوم العلمي وقام بتصويب الأخطاء الشائعة لمفهوم التسويق العقاري الإلكتروني.

أما كلمة الختام لخص د. علي بوخمسين أهدافه الشمولية للقارئ المستهدف وهي محاولة منه مشكوراً لتأسيس قاعدة علمية للانطلاق في آفاق التسويق وفق مبادئ وأسس التسويق كونه حقق الكثير للبشر في حياتهم العصرية، وحقق الأكثر للاقتصاد العالمي بما يمثل ويعبر عن رفاهية البشرية.

كتاب جاذب ذو أسلوب سهل في تناول، عميق في الدلالة، يوفر حصيلة ثقافية اقتصادية متخصصة ووعي

المرحلة والقفزة التي يعيشها المواطن السعودي في مجالات متعددة حيث تجعل المثقف الاقتصادي يتابع بعين الدكتور علي بوخمسين وبصورة صافية المشهد، هذا الكتاب سيتوفر لك عزيزي القارئ من خلال العديد من المكتبات السعودية والعربية وسيكون النشر الإلكتروني متاح في العديد من المكتبات العالمية التي سيعلن عنها المؤلف نبارك للدكتور علي بوخمسين وعائلته الكريمة والأحساء والوطن لهذا العمل الرائد آملين نوال المراد والخطوة والاهتمام في ذات المجال والتخصص.