



<http://uard.bg>

New Knowledge Journal of Science

Списание за наука „Ново знание“

Academic Publishing House - "Talent"
University of Agribusiness and Rural Development - Bulgaria

Академично издателство „Талант“
Висше училище по агробизнес и развитие на регионите - Пловдив

TIMESHARE – AN INNOVATIVE FORM OF HOSPITALITY

Petya Hristova

University of Agribusiness and Rural Development - Bulgaria

Key words:

timeshare
tourism
resort
vacation

Abstract

The paper examines timeshare as a hybrid form of ownership in which the use of property is distributed in time as an innovative form in hospitality. Data are presented on the distribution of the concept in the world, Europe and Bulgaria in particular, and problem areas and opportunities are outlined. The main conclusions are related to the potential of the timeshare as a multivariate and flexible hotel product, able to respond adequately to the dynamic characteristics of the holiday market.

ТАЙМ-ШЕЪР - ИНОВАТИВНА ФОРМА НА ХОТЕЛИЕРСТВОТО

Петя Христова

Висше училище по агробизнес и развитие на регионите - Пловдив

Ключови думи:

таймшеър
туризъм
курорт
ваканция

Резюме

Статията разглежда таймшеъра като хибридна форма на собственост, при която ползването на собствеността, е разпределена във времето, като иновативна форма в хотелиерството. Представени са данни за разпространението на концепцията в света, Европа и България в частност, като са очертани проблемни области и възможности за развитие. Основните изводи са свързани с потенциала на таймшеъра като многовариантен и еластичен хотелиерски продукт, способен да отговори адекватно на динамичните характеристики на ваканционния пазар.

"Не е необходимо да наемеш стая - купи хотел - той е по-евтин"

Paul Doumier



ВЪВЕДЕНИЕ

Тайм-шеър е хибридна форма на собственост, при която ползването на собствеността е разпределена във времето. Таймшеърингът¹ (timeshare - разпределено във времето ползване на собственост) представлява съвместно придобиване на права върху определена вещ, обикновено недвижим имот, от няколко лица,

като всяко лице получава правото да ползва самостоятелно имота през строго определен период от годината. Смисълът на продукта е, че купувачът получава правото да ползва определен имот в почивен комплекс за определено време – най-често между две и четири седмици годишно, за срок от 3 до 99 години, а годишната такса се определя в зависимост от качеството на самия курорт, времето на ползване, броя седмици и срока на договора. Ползата за собственика на комплекса е, че продава един и същ апартамент за седмици в годината на желаещите за временно ползване и запазва собствеността си. Споразумението за тайм-шеър на имот има и своите недостатъци, които за

¹ Илиичовски, Св., Филипова, Т., Кънев, Пл. Управление на собствеността, Свищов, УИ "Д.А Ценов" 2011.

собственика са свързани с дългия възможен срок на договора, през което време той не може да променя предназначението на комплекса, а за купувача - необходимостта да почива само на едно и също място. В САЩ ръстът на тайм-шеър индустрията има огромен дял, което кара големи компании - гиганти в хотелиерството, като Marriott, Hilton, Disney, Hayatt, Wyndham и други, да се включат активно в предлагането на този продукт.

Репутацията на тайм-шеъра се подобрява и добива голяма популярност с времето и все повече хора са привлечени от идеята за временно ползване с цел туризъм. На фиг. 1 се вижда развитието на тайм-шеъра като хибридна форма на собственост в туризма - данните са по изследване на American Resort Development Association (ARDA)² за периода 1970 – 2012 г.



Фиг. 1. Еволюция на таймшеъринга за периода 1970-2012 г.

Адаптирано по изследване на American Resort Development Association (ARDA)

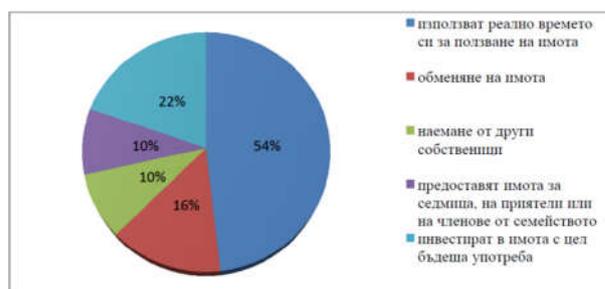
Предлагането на тайм-шеър е познато в Германия още от 50-те години на XX век, във Френския алпийски курорт SuperDevoluy - в периода 1964-1968 г., а през периода 1970-2000 г. еволюират и предпочитанията на клиентите по отношение на локационното разположение на купуваните имоти. Великобритания е водеща по брой собственици на обекти по тази схема, а най-голям брой обекти по тайм-шеъринг са регистрирани в Испания. Числото притежатели на имоти с ограничени права към днешна дата в световен мащаб възлиза на няколко милиона души и добива все по-голяма стойност.

² Американската организация за развитие на курортите се намира във Вашингтон и е професионално сдружение, което представлява собствениците на средства за почивка в туристическата индустрия. Основана през 1960 г., тя има членове в над 30 страни, които са както частни лица, така и публични дружества и международни корпорации с опит във временното ползване на собственост на недвижими имоти с цел туризъм. Сред членовете са и асоциации на тайм-шеър собственици (HOAs), дружества за управление на курорти и други собственици на курортни имоти, представени от ARDA Resort Owner Coalition (ARDA - ROC). Над 95% от собствениците на тайм-шеър имоти в САЩ са членове на асоциацията.

През 70-80-те години тайм-шеърът придобива голяма популярност в целия свят, като САЩ се очертава като водеща дестинация. Деветдесетте години са като ренесанс в тази индустрия, като от инвестиция процесът преминава в покупка на права на собственост, предимно с туристическа цел. След 2000 г. водеща в избора на имот е дестинацията и нейният имидж, поради което се наблюдава бум в тайм-шеър клубовете и клубните курорти. В практиката навлизат услуги за управление на тайм-шеър имотите и ползването им на разменни начала между членовете на клубовете.

Проучване на ARDA International Foundation (AIF) сочи, че тайм-шеърът е един от най-бурно развиващите се сектори в туристическия отрасъл, което ясно се вижда от фиг. 1. През 70-те години акцентите на покупката са за ползване през конкретна фиксирана седмица от годината, през 80-те години - акцентът е с фиксирана продължителност, но с променящ се период през годината, а след 2000 г. собствениците упражняват правото си на собственост в различни по продължителност и период от годината дни - раздробяване на почивката.

В едно от изследванията³ на ARDA 54% от собствениците на имоти тайм-шеър в САЩ реално ползват имота си, докато 22% инвестират в закупуването на такъв имот с цел бъдещата му употреба. Голяма е популярността на такъв тип имоти между членовете на тайм-шеър - собственици по целия свят, като само в САЩ те са 16% от собствениците на таймшеър имоти. На фиг. 2 е показано ползването на имоти тип таймшеър от собствениците в САЩ за 2011 г.



Фиг. 2. Ползване на имоти тип тайм-шеър от собствениците в САЩ за 2011 г.

Източник: данни на ARDA

Според проучване⁴, направено от американската консултантска фирма в областта на дяловата собственост и недвижимите имоти North Course, броят на курортите в Европа се е увеличил с близо 900 между 2008-2010 г. Според проучването 46% от участващите домакинства в Европа заявяват, че биха желали да инвестират в дялова собственост, 49% твърдят, че техният модел на пътуване няма да се

³ www.arida.org

⁴ www.investor.bg

промени в близко бъдеще и общо 35% смятат, че една от най-важните причини да им допада идеята е, че споделят задължения по поддръжка и данъци, а 28% отчитат като предимство възможността за достъп до по-скъпи имоти, които иначе не могат да си позволят.

С отварянето на пазара и съществуващите възможности тайм-шеър продуктът добива реални измерения и потенциал за развитие и в България. Тази популярна форма на собственост в туризма, както в света, така и в Европа, отвори възможности и за България, която има такава уникална природна среда - планини, сняг, море, плажове - да развива тази индустрия по Черноморските и планинските курорти.

ОСОБЕНОСТИ И СЪВРЕМЕННИ ТЕНДЕНЦИИ НА ТАЙМ-ШЕЪР

Буквалният превод на тайм-шеър - дялове ваканционно време – води до извода, че се акцентува на продажбата на времеви период ваканция в някакъв тип хотелиерско заведение. Терминът тайм-шеър не е добре изследван в специализираната литература и затова е спорен въпросът, какво точно е тайм-шеър – продукт, вид договор или форма за ползване на жилищна или ваканционна собственост.

Т. Дъбева определя тайм-шеър-а като оригинален хотелиерски продукт, представен в различни варианти – хотелска стая, студио, апартамент, вила, каюта на круизен кораб, който е собственост на клиентите или се ползва от тях за фиксиран период ваканционно време в рамките на юридически регламентиран срок.

Тайм-шеър се приема като продукт, защото притежава всички известни елементи на продукта – туристически ресурси, инфраструктура, обслужване, предназначен за определени сегменти, локализиран в курорти, туристически места или по-обширни рекреационни територии. Особеността тук е начинът на реализация. Условието за настаняване и нощувка не се наемат, както е при хотелиерство, а се купуват като недвижима собственост или право на ползване, но за определен период - минималният и най-разпространен период е една седмица. И точно тази особеност е причина повечето автори да акцентират върху правния аспект на понятието, а не върху продуктовия, и даже понякога го извеждат извън хотелиерството и туризма. Имайки предвид обаче, че тайм-шеър курортите и обектите експлоатират туристически ресурси, то по-удачно е дейността им да се наблюдава и регламентира, включително и да се категоризира, като туристически ресурс. И като допълнение тайм-шеър курортите си взаимодействат с околната среда по идентичен начин както традиционните хотели .

Развитието на тайм-шеър курортите е носител на всички позитиви и негативи, характеризиращи традиционното усвояване на туристическите

територии. Както при франчайзинга и договорите за управление и тук участват две страни. От една страна това са корпорациите, които са инвеститори и собственици на тайм-шеър обектите – корпоративен собственик, а от друга – индивидуалните собственици или ползватели. Особеностите на тайм-шеър го правят привлекателен и за двете страни.

Основна съвременна тенденция е постъпателното нарастване на продадените дялове ваканционно време, което засилва значението на тайм-шеър в световната туристическа индустрия. В периода 1995-2005 г. средногодишният темп на нарастване е 10%. Броят на курортите се е увеличил от 1550 през 1985 г. до 5450 през 2005 г. Водещи по брой курорти са: САЩ с относителен дял 31%, следва Европа с 22%, Латинска Америка – 16%, Азия – 14%.

Тази тенденция за развитие се повлиява положително от следните условия:

- навлизането в тайм-шеър бизнеса на големите хотелиерски вериги и групи като Marriott, Four Seasons, Sheraton, Hilton, Ritz Carlton - гиганти в хотелиерството с много висок имидж и престиж, което благоприятства доверието в него. Професионалният опит, високите стандарти, силната маркетингова политика, висококвалифицираните кадри, достъпът до всички резервационни системи, големите финансови възможности издигат тайм-шеър на ново качествено равнище. Още повече, че световните вериги са заинтересовани да поддържат ценността на марката и полагат усилия да намалят негативните аспекти на тайм-шеър.

- усъвършенстване на законодателството относно тайм-шеър както на национално, така и на международно равнище. Постепенно се въвеждат мерки срещу нелоялната техника на комерсиализация, срещу финансовите измами, строги правила за лицензиране, попечителство. В ЕС на база Директива 2008/122/ЕО (преди това Директива 94/47/ЕС) за защита на купувачите на тайм-шеър страните членки хармонизират законодателствата си относно задължителния срок за размисъл преди покупка (15 дни) и забрана на авансовите плащания.

- повиши се еластичността на тайм-шеър продукта. Заедно с фиксираните седмици по място и по време въведоха се плаващи, разделени по място седмици, дори има възможност всеки ден от седмицата да е на различно място. Има тенденция за увеличаване броя на закупените седмици при ползване на собствеността на ротационен принцип (силно разпространено е в Латинска Америка). Учредява се тайм-шеър собственост на лизинг или чрез специални лицензии/разрешителни. Разширява се участието във ваканционни тайм-шеър клубове, улесняващи пътуването и пребиваването на туристите. Увеличава се комплексността - с повече заведения за хранене, обслужване по стаите, разнообразяване на възможностите за настаняване, СПА. Рекреационният тайм-шеър успешно се

допълва с културно-познавателен, градски, делови, круизен, селски.

- появяват се и други видове тайм-шеър, освен класическия - съчетание на класическо хотелиерско настаняване с тайм-шеър, като обектите могат да бъдат обособени или смесени. Обособени – когато в едно курортно място има един хотел и около него има малки обекти тайм-шеър (вили). Обособените позволяват кръстосани пазари, преминаване един в друг вид, употребяване на елементи на продукта. От смесените обекти най-типичният вариант е т.нар. Condominium Hotel или Condo hotel. Той е създаден преди 14 години в САЩ от Доналд Тръмп. При него част от хотелиерските единици се закупуват от индивидуални собственици, които ги ползват по желание (без фиксиран период). Когато не ги ползват, се отдават под наем, като приходите се делят между хотела и собственика. Засега се предпочита кондо хотелите да са от по-висока категория. Те съчетават личната собственост с предимствата на хотела, гарантират професионален мениджмънт и пребиваване в атрактивна дестинация. Разширява се приложението на т.нар. частична собственост, при която има само няколко собственика годишно на обекта. Така се търгуват вили, ваканционни къщи, като собствениците ги ползват или на ротационен принцип, или по фиксирано време. Частичната собственост се приближава до т.нар. „втора резиденция“, но съчетана с предимствата на тайм-шеър. Съвременен вариант са луксозните клубове-резиденции за частична собственост, предлагащи високо качество на обслужване, СПА центрове.

Могат да се разграничат следните видове тайм-шеър:

- просто плащане: Потребителят става собственик на ваканционен имот, плаща част от данъците и може да продаде дела си;
- плаващо ползване - просто плащане, но с фиксиран срок на договора. След изтичането му потребителят губи право върху имота;
- право на ползване - потребителят купува правото да ползва част от ваканционен имот, например хотелска стая, за определен период всяка година, но без да е съсобственик. Най-разпространено е в Европа.
- точкова система - потребителят плаща за определен брой точки, които използва за купуване на ваканционно време в определен курорт за фиксиран период, но без да придобива собственост.
- частен ваканционен клуб - потребителят купува частична собственост в скъп и често луксозен ваканционен комплекс.

ТАЙМ-ШЕЪР В ЕВРОПА

Като първоначална концепция тайм-шеър възниква в Швейцария през 1966 г. Всъщност той се свързва с името на Paul Doumier, станал известен с фразата "Не е необходимо да наемеш стая - купи хотела, той е

по-евтин", изказана във френския Алпийски курорт Super Devoluy.

Някои автори считат, че тази форма на собственост е известна още от 50-те години в Германия. Практическото осъществяване на концепцията е през 1986 г. във Франция. Същата година във Флорида, САЩ и в Япония възникват подобни форми, отделно и независими една от друга.

Развитието на тайм-шеър в Европа е доста противоречиво. До средата на 80-те години има прогресивно нарастване, но с по-бавни темпове от САЩ. Следва период на забавяне и на спад поради нелоялната комерсиализация и финансово нестабилни малки фирми, които влошават имиджа му. Особеностите на туризма и териториалното разпределение на туристическите ресурси в определени места също оказват въздействие за появата на тези явления. Също и нежеланието на европейците да споделят собственост, силното развитие на „втората резиденция“ и предпочитанието към нея, забавянето на модернизацията на тайм-шеър курортите, противоречивите законови изисквания на отделните европейски страни допринасят за спада в развитието на тайм-шеър.

От 1990 г. до 2000 г. има известно покачване. През 2001 г. има спад, а през 2003 г. интересът се покачва отново. Въпреки посочената тенденция европейският тайм-шеър се променя качествено като се модернизират формите:

- навлизат смесените продукти;
 - активно се използва точковата система за размяна;
 - големите хотелиерски вериги проявяват засилен интерес и налагат известните марки.
- Най-развитият тайм-шеър в Европа е морският рекреационен, следван от планинския и градския, с акцент върху бизнес и културно-познавателен. Основният профил на купувачите на тайм-шеър в Европа е следният:
- ✓ семейства (80%);
 - ✓ със собствено жилище (90%);
 - ✓ специалисти, бизнес, свободни професии (60%);
 - ✓ среден и висок доход, средна възраст около 50 години.

Най-много собственици на таймшеър има във Великобритания и Ирландия, следвани от Германия, Австрия, Швейцария. Третата емитивна територия по пазарен дял са скандинавските страни. Добре представени са също Франция, Италия, Испания. Посоченото разпределение е с тенденция да се запази в перспектива, тъй като тези региони освен международен тайм-шеър развиват и вътрешен в най-разнообразни форми.

Основната част от европейските тайм-шеър курорти са локализиращи по Средиземноморието, което поставя Испания на първо място по брой курорти. Следва Италия – 186 бр. с 12,8%; Франция – 142 бр. с 9,8%; Великобритания – 129 бр. с 8,9%; Португалия –

124 бр. с 8,5%; Австрия – 55 бр. с 3,8%; Гърция – 45 бр. с 3,1%; Скандинавски страни – 40 бр. с 2,8%; Турция и Германия по 38 бр. с 2,6%; Швейцария – 37 бр. с 2,5%; Малта и Кипър с 35 бр. с 2,4%.

Най-голям брой тайм-шеър курорти са разположени на Канарските острови, следвани от Балеарските острови, континенталните части на испанското крайбрежие. Значителен потенциал имат Гърция, Турция, Хърватска, България, Румъния.

Предполага се, че малките компании ще бъдат изместени от големите хотелиерски вериги, които имат засилен интерес към европейския пазар.

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ТАЙМ-ШЕЪР В БЪЛГАРИЯ

Покупката на временно ползване на собственост (тайм-шеър) засега е екзотика на пазара на ваканционни имоти у нас както като предлагане, така и като търсене. За това свидетелства он лайн анкета на Investor.bg и проучване сред компании от сегмента.

На въпрос „Представлява ли интерес инвестицията във ваканционен имот с временно ползване на собствеността (timeshare) у нас?“ - основната част (73%) от общо 1340 гласували в анкетата са отговорили „Не“.

Г-н Аристард Каравидов, управител на Арика Тайм-шеър Клуб коментира пред Investor.bg – „Анкетата е показателна за настоящото ниво на търсене от страна на българския потребител. В момента няма голям интерес към почивки от типа тайм-шеър. Според него това се дължи както на икономическата криза, така и на сравнително слабото познаване на продукта. За да се развие пазарът и увеличи търсенето, е необходимо да се разясни на потребителите какво всъщност представлява тайм-шеър, както и да се създаде необходимата нормативна база, която да защитава техния интерес“, смята той.

Тайм-шеър са вид договори в областта на туризма и хотелиерството, чрез които се дава правото на ползване на даден ваканционен имот или хотелска стая за определен период от време. Наличието на такива договорни отношения изисква създаването на нормативна база, която да ги регламентира. Тъй като договорите от типа тайм-шеър са новост за България, те все още не се регулират от българското законодателство. Така взаимоотношенията между продавач и купувач на тайм-шеър могат да бъдат уредени само и единствено в договора, сключен между двете страни. За да се гарантират напълно интересите на страните, трябва се предприемат законодателни мерки в тази посока, коментира Каравидов.

Европейският парламент приема правила, които имат за цел да създадат по-добра сигурност за купувачите на тайм-шеър. Потребителят има правото на информираност, а продавачът на тайм-шеър се задължава да издаде информационни материали, в

които подробно да опише условията в предлагания ваканционен комплекс. В случай, че действителните условия не отговарят на описаните, клиентът има правото на рекламация.

На клиента се дава и правото на размисъл. В рамките на две седмици след подписване на договора клиентът може да се откаже, като през този период не се извършват плащания по договора. Регламентират се и начините, по които може да се променя годишната такса за поддръжка на имота или годишната членска такса в тайм-шеър клуба.

Купувачите допускат да бъдат подведени преди всичко поради неинформираност. Съветът на Каравидов е преди да подписват каквито и да е било договори, да се консултират с юрист, както и да се уверят лично в качеството на предлаганите условия във ваканционните комплекси.

Въпреки липсата на интерес сред по-голямата група от потребителите, все пак над една пета (21%) от участниците в анкетата на Investor.bg са посочили, че биха инвестирали в тайм-шеър.

Възможностите за това в България се оказват доста ограничени. Едва няколко са фирмите, които предлагат тайм-шеър или подобни продукти в България. В момента може да се закупи тайм-шеър в района на Несебър и Варна. Очакванията са в близко бъдеще предлагането да се увеличи значително, най-вече по планинските и черноморските ни курорти. Сред причините за това се сочи наличието на много непродадени ваканционни имоти в тези райони, при което тайм-шеър е възможност те да намерят пазарна реализация.

С популяризирането на продукта се очаква да се увеличи интересът не само от страна на българските клиенти, но и от страна на чуждестранни туристи, като например немските, които традиционно посещават България.

Въпреки ниския дял на тайм-шеър на пазара на туристически продукти в България, потенциалът за развитие е много голям, според г-н Каравидов. По данни на Pricewaterhouse Coopers за 2007 г. продажбите на тайм-шеър в САЩ възлизат на 6,7 млрд. долара. В Европа пазарът възлиза на около 10 млрд. евро годишно и осигурява работа на 40 хил. души. В света днес има над 6,7 млн. собственици на тайм-шеър, от които над 1,5 млн. живеят в Европа, сочат данни на европейската организация в сегмента Resort Development Organisation.

Купувачите на тайм-шеър са предимно хора, които традиционно посещават една и съща туристическа дестинация. Изградили са чувството за втори дом и са готови да гарантират почивката си за години напред.

Друг тип купувачи са тези, които се възползват от моментната конюнктурна ситуация. Те купуват тайм-шеър в момент на слабо търсене и занижени цени на туристическия пазар, след което го продават, реализирайки печалба.

„Очаквам предлагането на тайм-шеър постепенно да се увеличава и това да доведе до повече инвестиции в реклама и популяризиране на продукта. Предлагането на почивки от типа тайм-шеър може да се окаже изход от кризата за пазара на ваканционни имоти у нас“, прогнозира Каравидов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

От изложеното дотук може да се направи следния извод: **тайм-шеърът е многовариантен, еластичен хотелиерски продукт, чието разнообразяване ще продължава съобразно динамичните характеристики на ваканционния пазар.**

Освен с туристически мотиви придобиването на тайм-шеър се свързва със стил на живот, престиж, съвременно отношение което определя добър потенциал за този продукт.

Развитието на инвестиционната култура в България през годините на преход е обвързано с възможностите и опита - както на купувача, така и на продавача. В този ред на мисли, практиките в хотелиерството и туризма навлизат паралелно с развитието на тези фактори. Движението на капитали, откриването на нови хоризонти за тяхната реализация, добре преценения риск, мобилността, също търпят значителни промени. Влияние оказват пазарът на недвижими имоти, отношението към собствеността и утвърдените обществени изисквания. Законодателството в България има нелеката задача да хармонизира едновременно

ценностите на динамично променящото се общество у нас и изискванията на Европейската общност. Подготовката на специалисти, които да ръководят и обслужват процесите в тяхното многообразие, изисква време и усилия. Тайм-шеърът като продукт е съпроводен от всички тези специфики и неговата реализация в България е малко известна.

Литература

1. Директива 2008/122/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 14 януари 2009 година относно защитата на потребителите по отношение на някои аспекти на договорите за разпределено във времето ползване на собственост, дългосрочни ваканционни продукти, препродажба и замяна.
2. Директива 94/47/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 26 октомври 1994 г. относно защитата на купувачите с оглед на определени аспекти от договорите, свързани с придобиването на правото на временно ползване на недвижима собственост
3. Илийчовски, Св. Филипова, Т. Кънев, Управление на собствеността, Свищов, УИ "Д.А. Ценов" 2011.
4. Лаков, П., Хотелиерство, ВУАРР- ЦДО, В. Търново, 2014.
5. <http://www.arda.org>
6. <http://www.health.bg>
7. <http://www.investor.bg>
8. <http://www.pwc.com/>
9. RDO - The Resort Development Organisation for Timeshare: <http://rdo.org/>