

ТАЙМШЕЪР – ИНВЕСТИЦИЯ И ЕФЕКТИВНО УПРАВЛЕНИЕ НА СОБСТВЕНОСТТА

Виолета Башова

TIMESHARE – INVESTMENT AND EFFECTIVE PROPERTY MANAGEMENT

Violeta Bashova

Abstract: *The dynamic development of building industry in Bulgaria, during the past 10-15 years, attracted the interest of foreign investors in the sector. The purpose of their investments is expressed in buying real estate as profitable „second or vacation home“ which caused over building in some tourism regions. Not using the buildings increases the return of investment period (ROI). Most of the authors in literature are considering timeshare as hospitality product- user’s point of view. The monetary has another side- the developer of the project. Assuming this, in this publication we suggest and consider timeshare as investment product. The accent is on timeshare as owner investment of the building and not such a recommendable investing for consumer if his expectations are related to the profit/income from this type of ownership. On the focus of our research is a mountain region in Bulgaria good for all-year-around tourism where bigger part of built buildings are not used or effectively managed as part of „shared ownership“. Differentiation in timeshare ownership could be significant for reducing the ROI period for developer and developing the economy at regional and national stages, applying effective property management of owned real estate.*

Keywords: timeshare, vacation, property management, hospitality, investment.

Въведение

Дяловата ваканционна собственост, която представлява закупуване на право за ползване на настаняване за определен период от време в годината, в продължение на определен брой години, се характеризира със значителен и постоянен растеж от възникването си до сега. Таймшеър индустрията се разраства от \$50 милиона през 1975г. до \$9,2 билиона за 2016г. Гордее се със създаването на работни места, промотирането на туризма и подпомагането на икономическия растеж. Индиректно тази индустрия в САЩ осигурява около 220 000 работни места. За последните 20 години тя регистрира 1000 % растеж като се вярва, че нейното бъдещо развитие и растеж ще продължават. Разнообразни мерки са били предприети за преодоляване на негативното възприятие на продукта и натрупване на по-голяма правдоподобност. Тези мерки са били подсилени и от участието на големи известни вериги хотели като Disney, Embassy Suits, Four Seasons, Hampton, Hilton, Hyatt, Marriott, Radisson, Ritz-Carlton, Starwood и др. Въпреки всичият вложен еfort, в някои страни индустрията е все още неразвита и страда от агресивния маркетинг и съмнителни твърдения, които нанасят нейната репутация. (Hovey, 2002).

В нашата страна разглеждаме дестинация, в която покупката на ваканционна собственост

все още не е добре популярна, но е сред препоръчителните продукти за предлагане. Бурното развитие на строителството в България доведе до презастрояване и неизползване на построените сгради особено по курортите в дестинацията. Често срещано явление е в планинските райони, като типичен пример е Банско. По данни на община Банско броят на хотелите от 2008 г. до 2017 г. е нараснал с 65%. (от 54 до 82 хотела), което намалява заетостта на всеки един от тях и ги превръща в неразумна или резултатна инвестиция. Смятаме, че един от начините да се справим с този вид неефикасно управление на собствеността е именно разработването/прилагането на таймшеър ваканционната собственост.

Редица автори в България са публикували интересни материали и разглеждат таймшеър като хотелиерски продукт, поради което няма да се спираме на тази част. Идеята тук е да подпомогнем информационната дупка с поглед към таймшеър собствеността от гледна точка на инвестиция и ползотворен начин на управление на недвижимата собственост от страна на инвеститора, както и дали е разумна инвестиция от страна на купувача на ваканция.

Обект на изследване е таймшеърът в хотелиерството и застроените жилищни сгради с поделена собственост в планински регион в България, а предмет на изследване е ефективността от

този вид продукт както за инвеститора така и за собственика на почивката. Целта на изследването е да се разгледа от гледна точка на инвеститора като инвестиционен продукт, който може да бъде по-ефективно управляван както и да се провери дали е разумно капиталовложение от гледна точка на потребителя, и какви са възможностите за развитие у нас.

Реализирането на поставената цел изисква да бъдат разработени следните задачи:

- Да бъде проучено и анализирано настоящото развитие на таймшеър по света и в България;
- Да бъдат разгледани видовете споделена ваканционна собственост и приложимите за дестинацията разновидности на разглеждания продукт;
- Да бъде изследвана ефективността на таймшеърът като инвестиционна единица;
- Да бъдат отличени тези видове таймшеър, които могат да доведат до по-ефективно използване и управление на наличните, в разглеждания планински район, апарт-хотели и споделени жилищни сгради.

Преглед на таймшеър собствеността

Предвид различната информация в литературата, се оказва трудно да се конкретизира произходът на термина таймшеър, както и да се даде еднозначна дефиниция за този продукт на споделена собственост.

Някои автори смятат, че „таймшеър“ възниква в Европа като идея още през 60-те години в Швейцария. За други началото се води от френските Алпи, а трети казват, че този вид „споделена собственост“ е бил известен още през 50-те години в Германия. Най-масово се разпространява през 90-те години на 20-ти век като най-предпочитана дестинация е била Испания (Клатева, 2013). През 70-80-те години придобива голяма популярност в САЩ. Според проучването на Houveu, историята на таймшеъра се заражда през 1960 г. във Франция сред група приятели, за всеки от които закупуването на имот в любимите Алпи е непосилно. Те решават да обединят инвестициите си и да си поделят поддръжката на закупен от всички тях имот, който да се ползва споделено от всеки един за определен период от време.

Несъмнено обаче можем да кажем, че оригиналната идея за възникването на таймшеър за всички е била една: закупуване на собстве-

ност/права за ползване на недвижимата собственост, от няколко лица, за определен период от време в годината (една, две седмици или повече), които са фиксирани за всеки собственик, с цел по-икономична поддръжка. Поделянето на разходите за поддръжка на даден имот е бил сред основните стимули не само по време на зараждането на таймшеър, но и в днешни дни. Според проучване на ARDA на въпроса „което е това, което харесвате от таймшеър услугите“, 65% от анкетирания са отговорили, че това е спестяването на парични средства.

Истинският таймшеър продукт представлява закупуване на дялове ваканционно време, т.е. поделянето на ваканционна собственост (частична собственост) с фиксирани седмици за отсядане в хотелски обекти, като притежателят е собственик на правото за пребиваване в рамките на конкретен период от време през годината в определена таймшеър единица. Това е основната концепция на таймшеър, известен още като интервали, частична или ваканционна собственост.

Луксозните кондохотели и хотелските курорти обикновено разделят своите помещения на седмици престой, като всяка седмица се продава на различен човек на различна цена в зависимост от размера и продължителността на престоя в помещението. Собственикът на таймшеър ваканция има право да ползва/обитава закупеното помещение в определения период. Например: ако е закупил 1 седмица, първата през януари, собственикът има право да ползва определеното помещение през тази седмица всяка година до изтичането на договора, който обикновено се прави с продължителност от 10-35 години, но със средна продължителност на таймшеър продукт 8 години. Видът на помещенията могат да варират от студио(стая), едностаен апартамент, двустаен и тристаен апартамент. Най-предпочитани за споделена ваканция са двустайните апартаменти(61%), следвани от едностайните и най-слабо се търсят студията(6%).

Видовете собственост и продукти

Ваканционната собственост се характеризира с множество разнообразни форми, с различни планове на ползване и права на собственост. Разнообразието в нуждите и възможностите на купувачите поражда необходимостта от вариации в таймшеринга. Видовете собственост могат да бъдат сведени до *прехвърлена недвижимата собственост (deeded property ownership)*, подоб-

на на обикновената собственост на недвижим имот и собственост от вида *право на ползване* (*the right to use ownership*). Вторият вид собственост се отличава от първия с това, че правото на ползване или на лизинг е за определен период (10-25г.), който след изтичането може да бъде подновен отново. Този вид договор има 2 основни разновидности: (1) точков кредит или точки, при което юнитите са разделени на седмици или на еквивалентни точки или/кредити, наречени „интервали“, с необходимият брой точки вариращи според размера на помещението (от студио до 5-стаен апартамент) и продължителността на престой. Точките могат да бъдат заменени за полети, хотелско настаняване или други дейности. (2) втората опция изисква от купувача да вземе на лизинг, лиценз или членство във верига от курорти. За определен период години, собственикът има право да обитава помещението, в която и да е верига хотели и/или кондохотели (апартхотели) без каквато и да е собственост върху недвижимия имот. Недвижимата собственост принадлежи на предприемача. Собствениците на този тип ваканции все пак заплащат годишна такса за поддръжка.

Диверсификацията в приходите и изискванията на купувачите определя вариациите и в предлаганите таймшеър продукти. Могат да се срещнат от *фиксирано или плаващо време, двугодишна собственост, натрупано ползване, изключване на част от предплатеното имуществено с разделящи врати, частична собственост/частни клубове на собствениците и дестинация клубове/точки*. (Powanga, A., Powanga, L., 2008)

Управлението на този вид недвижимата собственост може да се осъществява чрез:

- Продажба на дялове ваканционен престой;
- Купуване на споделена собственост;
- Наемане на споделена собственост;
- Прехвърляне (трансфериране) на собственост;
- Частична собственост.

Фазите на придобиване на таймшеър почивка се състоят от заплащане на сумата за желан период и годишни такси за поддръжка на имота, които за съжаление много често варират и се оказват от основните причини за разочарование или отказване на собствениците от таймшеър. Предприемачът на хотела, собственикът, асоциацията на жилищната сграда, или мениджърска компания поддържа собствеността/обекта, за

което собствениците заплащат годишни такси, чийто размер се определя от степента на собственост. Собственикът на тристаен апартамент ще заплати по-високи поддържащи такси от собственика на студио например.

Като потребление таймшеърът се различава от стандартните хотелски услуги с това, че при него реално се закупува престоят за по-дълъг и обикновено фиксиран период от време, а не се наема стая/имот за този определен период. (Клатева, 2013) Поради тази причина повечето автори, както български така и чуждестранни, го разглеждат като хотелиерски продукт, т.е. към потребителските, а не към инвестиционните продукти (Клатева, 2013, 2015; Христова, 2016; Илийчовски, Филипова, Кънев, 2011; Kaufman, 2007).

Според изследване на ARDA, January 2016, разглеждащо видовете споделена собственост и техните особености мотивацията на собствениците на различните видове споделена принадлежност (timeshare, fractional condo hotel, traditional fractional, private residence club, non-equity destination club) варира от едногодишна ваканция, през отдаване под наем/инвестиция, втори дом или приходи от наеми, до притежание на втори дом или луксозна почивка в различни локации. Едногодишната ваканция е в рамките на една или две седмици в едно или двуспално помещението, докато при инвестиционните продукти (2 и 3 от по-горе изброените), е между 30 дни и ¼ собственост в едно-, дву-, или три спално жилище. От тези данни можем да заключим, че всички видове споделена собственост могат да се разглеждат като инвестиция с различна мотивация за купувача и като абсолютна такава за инвеститора/предприемача.

Освен, че може да се води от самият инвеститор/хотел, курорт или собственик, вече има и т.нар. timeshare resellers, компании/агенции, които препродават този тип почивки, подпомагат обмяната на таймшеър собственост и обединяват собствениците на този вид ваканции в една голяма група. Типични примери за такива междинни фирми са Travel & Leisure Group, RCI, Redweek.com, Термалис ЕООД (за България) и др.

Според публикувано проучване на AIF Next Generation от 2015 г. бъдещата генерация на собственици на споделена ваканция имат позитивно отношение и са най-големите защитници на този продукт в сравнение с групата на младото поколение X (34-44г.) и по-възрастното поколение X (45-54г.). Доказано било, че най-

голямата потребителска група на таймшеър в САЩ за 2015г. са Милениумите (23-33г.), които са около 80 мил. и харчат около 200 билиона долара за храна и вещи годишно и се характеризират с етническо разнообразие – 14% са от испански произход (не-собственици -9%), азиатски произход 14% (при 11% не собственици) и т.н.(ARDA, Feb, 2016).

Опциите при таймшеър ваканциите са разнообразни и гъвкави. Закупуването им далеч не е единственият начин за придобиването им. В България се наблюдава тенденция за наемане на таймшеър почивка като добра опция за изпробването ѝ преди закупуване. Изборът за наемане на този вид почивка дава възможността на потребителите първо да изпробват и проверят имота, към който имат интереси. Допитване до собственици на таймшеър споделена собственост ни показва, че при невъзможност на ползване те я отдават под наем, тъй като искат да я запазят като инвестиция.

Анализирайки данните от онлайн анкета проведена от Leger през декември 2015г., сред 1006 анкетирани, можем да отбележим, че 49% от отговорилите не са били запознати с факта, че таймшеър продукта освен за продажба е достъпен и под наем. 12% от отговорилите са наемали таймшеър ваканция в миналото 47% от отговорилите са били по-позитивно настроени и 45% са си закупили частична собственост за ваканция след наемане на такава.(ARDA, January 2016)

Състояние и развитие на таймшеър продукта

По данни на доклад на State of the Vacation Timeshare Industry таймшеър индустрията в САЩ отбелязва стабилен растеж от близо 9% от \$ 7,9 билиона за 2014г., \$ 8,6 билиона за 2015г. и \$ 9,2 билиона за 2016г. Този 9%-тен растеж е вторият по големина след рецесията. Наблюдава се също така тенденция на растеж на продажбите от таймшеър през последните 5-7 години, който е 8 % годишно от 2012г. насам. 2016г. е седма последователна година на растеж. (ARDA, 2016).

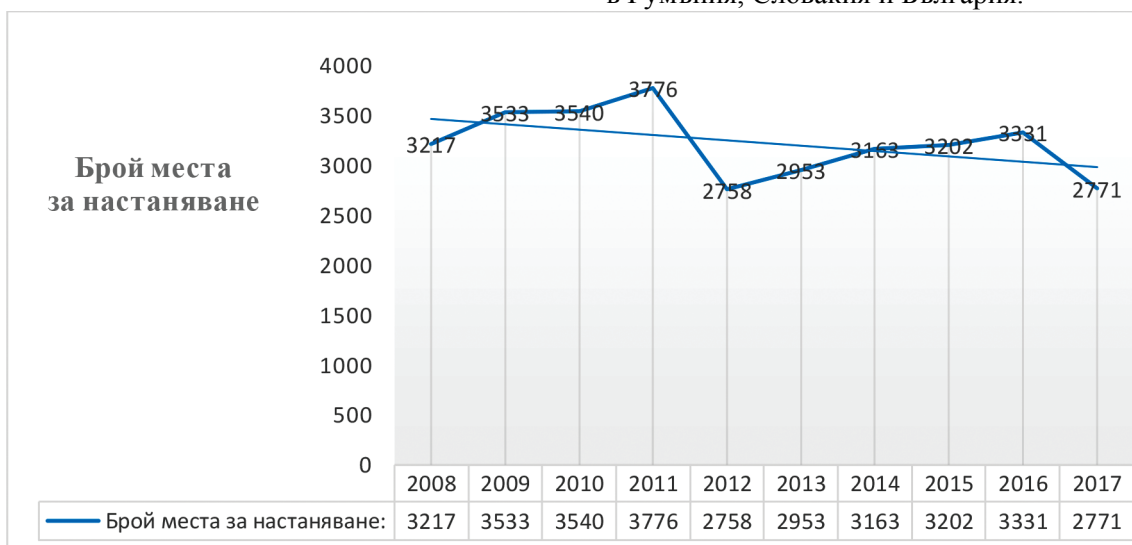
Таблица 1.

Брой курорти и реализирани продажби от таймшеър на световно равнище

	2014	2015	2016	2017
Брой курорти		1 547		31 К
Брой страни				109
Членове/ Собственици на таймшеър, милиона				3,2
Продажби, \$ билиони	7,9	8,6	9,2	

Източник: <https://www.rci.com/>

За сравнение със САЩ, по данни на RCI (RCI website) броят на курортите, работещи по системата на таймшеър в Европа са 2507. На Балканите са 7, като 4 от тях в Сърбия и по един в Румъния, Словакия и България.



Фиг. 1. Брой места за настаняване в България

Източник: НСИ, Инфостат 2008-2017 г.



Фиг. 2. Приходи от места за настаняване в България

Източник: НСИ, Инфостат 2008-2017г.

Както се вижда от графиките по горе в българското хотелиерство броят на местата за настаняване намалява през периода 2008-2017 г., а приходите от тях остават сравнително линейни. Можем да кажем, че приходите от таймшеър (като част от хотелиерството), за разглеждания период, също са линейни. Тези данни се дължат и на факта, че към тези места за настаняване се отнасят и апартаментите и кондохотелите, които са част от българския таймшеър продукт. Като се има предвид, че реалният брой на места за настаняване надхвърля този от базата данни на НСИ, то става още по трудно да се ангажираме с някаква оценка за броя на таймшеър обектите у нас. Според локацията си единствено можем да кажем, че са съсредоточени в морските и планинските ни курорти.

Инвестиционен продукт и ефективно управление на собствеността

По данни на Economic Impact of the Timeshare Industry U.S. Economy, 2016 Edition, таймшеър индустрията е генерирала приблизително \$80 билиона приходи от таймшеър потребление, разходи за ваканция и основни разходи. Директните приходи от курортите възлизат на \$13.7 билиона, а индиректни-

те – \$18.2 билиона, което формира принос към икономиката на САЩ общо \$31.9 билиона. Изходният множител (мярка за относителния размер от общото към прякото въздействие) е 2.33. **С други думи, всеки долар от директна таймшеър дейност предизвиква \$2.33 в общия икономически принос.** (ARDA, Timeshare Data share: July 2016).

Дарла Занини, Вицепрезидент на ARDA, също определя таймшеър/ваканционната собственост като инвестиция в начин на живот и ползи и протекции за собствеността върху недвижим имот.

Историята от данни за обема на продажбите, които разглежда тя, показват, че най-голям е обема през 2007г. (\$10.2 билиона), след което се наблюдава спад по време на кризата и до 2012г. отново растеж, макар и с по-леки темпове (2012г. - \$6.9 билиона). При таксите за услуги също се наблюдава повишение – от \$35.27 милиона за 2009г., \$149.70 милиона-2010г., до \$328 милиона за 2012г. Заетостта, която г-жа Занини разглежда за 2012г. в САЩ, показва, че 40% са собствениците на таймшеър, 19% – обмяна (exchange of timeshare), 14% наематели (rentals). Сравнявайки заетостта на таймшеър и хотелите за 2011, 2012, 2013 г. по квартали, виждаме, че зае-

тостта при този продукт е сравнително стабилна и е около 78% през цялото време, т.е. нямаме сезонност, докато заетостта на един хотел без таймшеър, за същият период варира от 52-62%, т.е. с 10 % пониска, при курортните хотели е в диапазона 55-63%. Данните от наемане на таймшеър пък показват, че през 2011 г. са се реализирали 10.4 милиона нощувки на средна цена от \$162 и приход от този продукт -\$1.68 милиона. Само за сравнение през 2012г. се наблюдава лек спад в потреблението на споделена ваканция под наем (9.6 милиона нощувки, \$163 средна цена на нощувка, \$1.6 милиона приходи). (ARDA, 2013, State of the Vacation Timeshare Industry).



Фиг. 3. Финансово представяне на таймшеър точки и интервали за периода 2008-2012 г.

Източник: Financial Performance 2013: A Survey of Timeshare & Vacation Ownership Resort Companies, Produced by Deloitte & Touch for ARDA International Foundation

По-горе изложената информация от данни от г-жа Занини и ARDA потвърждава нашата теза, че развитието на таймшеър споделена собственост в България би бил добър инвестиционен продукт и ефективен метод за управление на неизползваеми сгради.

Както по-горе споменахме, всеки долар от директна таймшеър дейност в САЩ предизвиква 2,33 долара в общия икономически растеж. Ако преобразим данните за България, образно кажем, че **всеки един лев от директна таймшеър дейност може да предизвиква 2,33 лв. в общия икономически принос**, което разглеждано от всички страни си е инвеститорски продукт и ефективен финансов инструмент. С добър мениджмънт, кадри и коректност, изоставените или недобре функциониращи обекти в планинския курорт могат да бъдат съживени, което би оказало и положително въздействие върху икономическият растеж на регионално и национално равнище.

Таймшеърът – разумна инвестиция

Базирайки се на данни от U.S. Shared Vacation Ownership Consolidated Owners Report, 2016 Ed., можем да отбележим етническо разнообразие сред собствениците на таймшеър в САЩ с 3/5 бели, 1/5 афроамериканци и повече от 1/10 са азиатци-американци. Средната възраст на собствениците на този тип почивки е 46.8 години, като преобладаващата част от тях (68%) са омъжени, 17% неомъжени/женени и никога не са сключвали брак. Приблизително 3 от 5 таймшеър собственици работят на постоянен договор, 3 от 10 – почасово или са пенсиониери. (ARDA, March 2017 Timeshare Datashare U.S. Timeshare Owner Profile)

Само за сравнение профильт на таймшеър собственик в България е чуждестранен гражданин (89%), семеен, със средни и/или високи доходи за страната си, инвестирал пари в закупуването на споделено жилище с цел по-ниски разходи за поддръжка и дивиденди от потребление на имота. Тези дивиденди могат да бъдат различни в зависимост от договорните отношения – от 12 до 30 % от стойността на нощувка в хотела.

В едно от своите изследвания, Клатева (2011) обяснява, че таймшеър цената често се оприличава с инвестиция предвид факта, че се заплаща еднократно и предварително, тъй като е по-висока от традиционната пакетна цена и засяга повече на брой бъдещи настанявания.

Подобно на модела на Hovey, M., който също се е опитал да даде отговор на въпроса дали таймшеър продуктът е инвестиционен такъв, и ние ще направим някои изчисления, които ще ни подпомогнат в извеждането на изводите относно таймшеър инвестиция или не. За целта разглеждаме стая/студио в хотел, при средна цена на нощувка 60 евро и реализирана заетост на хотела 30 и 80%.

Примерно, една стая в хотел споделена собственост да струва 35 кв.м. по 1000 евро на квадрат излиза 35 000 евро инвестиция.

Ако тази стая се отдава под наем 53 седмици в годината (една седмица се ползва от собственикът ѝ) и за този период се отдава за гости 200 дни в годината, предвид сезонния характер на туризма в Банско и цената на нощувката е 60 евро, следователно собственикът на стаята в хотела ще си възвърне инвестицията след 20 години и ще ползва всяка година една седмица в хотела. Ако обаче заетостта на хотела е на 80 % (при най-ниския процент от нощувка-15), то възвръщаемостта би спаднала до 13 години. При по-висок процент от нощувката – 20% цифрите сочат, че при средна стойност на но-

щувка на вечер 60 евро, 20 % за собственика, 80 % годишна заетост, възвръщаемостта на инвестицията би била 10 години. Добре, но средната годишна заетост в Банско е не повече от 30-40 % предвид нарастването на броя на хотели и леглова база през последните 5-6 години (данни от община Банско, отдел Икономическо развитие). Ако приемем, че средната годишна заетост в хотел е 30 %, 60 евро е средната цена на нощувката, а собственика на споделената собственост получава 20% от стойността на нощувката, показва, че при 109 нощувки заетост годишно стаята носи приходи в размер на 1308€ на година, следователно възвръщаемостта на инвестицията при зададените параметри е 27 години. Има курорти, в които заетостта е много по-висока, но и цената на недвижимата собственост е по-висока. Въпреки това възвръщаемостта варира между 15 и 30 години.

Според проучване на RCI най-ниската средна цена на ваканционна седмица е на Канарските острови, а най-високата в Испания, респективно 8800€ и 9900€.

Цената на таймшеър почивка за купуване при същата цена на нощувка от 60 € би излязла $7 \cdot 60 = 420$ € за седмица само за нощувки, за 10 години – 4200 €, за 20 – 8400€, а за 27 = 11340 €, което показва, че инвестирането в таймшеър ваканция е много по-икономически ефективно в сравнение на закупуването на самостоятелна недвижима собственост в апартохотел, кондохотел, резиденс клубове и др.

Освен това годишната такса за поддръжка за България е около 6 € на квадратен метър, като би означавало 210 €, което е в пъти по-малък разход от заплащането на данък имот, такси към общината, режийни разходи и т.н. По данни от ARDA в Европа и САЩ, тези стойности варират от 200 до 1000 долара за ваканционна седмица.

Друго предимство на закупуването на споделена ваканционна седмица е фактът, че хотелът може да е включен или в бъдеще да се включи в клуб за обмяна на таймшеър, което пък гарантира разнообразие от дестинации.

Трето предимство на таймшеър продуктът е възможността му да се отдава под наем, което означава, че ако собственикът на почивката няма възможност да я ползва, то той може да я отдаде под наем и реално да получи някакви дивиденди.

Предварителната продажба на ваканционни седмици и заплащането им може да се определи не само като инвестиция, но и сигурна заетост на собственика на хотела. Ако се продадат всичките 54 седмици годишно, цифрите стават = 22680€ годишно

само от една стая, по 50 стаи = 1 134 000 €, 50% гарантирана заетост. Ако инвестицията на хотела е 7 000 000 €, то това означава, че само от таймшеър 50 % гарантирана заетост, хотелиерът може да си възвърне инвестицията за 6 години, което е един много добър период.

Следователно много по-скъпо излиза закупуването на имот или споделена собственост в българския вариант, отколкото закупуването на таймшеър почивка, което може да бъде заменяна в други обекти и/или отдавана под наем. Смятаме, че таймшеър е по-добрият вариант на инвестиция и за двете страни.

Приблизително 6.9% от собствениците на жилища в САЩ притежават една или друга разновидност на споделената ваканционна собственост, включително споделени седмици, точки, частична и/или частни жилищни резиденции. (ARDA, February 2017 Timeshare Datashare Number of Timeshare Owners in the U.S.)

Разходите направени от собственици на таймшеър и гости по време на споделен престой са били оценени на \$9.98 билиона за 2015г. Около \$3.4 билиона от тях са похарчени в самите курорти, докато \$6.6 билиона са похарчени в околностите/района на курорта. Средно всеки пътуващ харчи по \$2,439 на почивка. Базирайки се на факта, че средно броят на ползващите почивка е 3.52 човека, то средните разходи на човек за таймшеър са \$649. (ARDA, May 2017 Timeshare Datashare U.S. Timeshare Owner Vacation Spending)

Профилът на таймшеър продукт за 2012 г. изглежда по следния начин:

Таблица 2.

Профил на таймшеър продукт

	2012 г.
Години собственост (средно)	8
Разпространение на продукта	
Седмици	45%
точки	46%
частична собственост	22%
множество договори	22%
Споделена собственост	
седмици	34%
точки	45%
частична собственост	21%

Източник: 2012 Vacation Ownership Owners Report, produced by The Research Intelligence Group for ARDA International Foundation

Изводи и препоръки

Систематизирайки информацията от литературата можем да изведем някои от ползите и недостатъците на разглеждания продукт.

Сред **ползите** можем да отнесем:

- **Икономически:**
 - Бърза възвръщаемост на инвестицията на продавача/предприемача и повишаване на гарантираната заетост на обекта;
 - Еднократна инвестиция, от страна на купувача, с дълготрайна възможност за почивка в „собствен“ обект на любимо/желано място;
 - По-голяма ефективност;
 - Контролиране на маркетинговите разходи;
 - Налично финансиране.
- **Социални:**
 - Преодоляване на сезонността на изследваната дестинация и превръщането ѝ в целогодишна посока за туризъм;
 - Демографско разнообразие и развитие на туристическите региони в социален аспект;
 - Социални медии;
 - Споделен фокус- едновременно икономическо и социално разнообразие и развитие.
- **Възможности:**
 - Туризъм;
 - Заплащане на услуги;
 - Ефективни канали за разпределение на разходите;
 - Продуктови възможности;
 - Смесено ползване – притежанието на таймшеър позволява и отдаване под наем (дивиденди при невъзможност за ползване) както и обмяна на дестинации и опит. Разнообразие в почивките на една и съща цена.

Сред **недостатъците** бихме могли да откروим:

- Собственикът на ваканционна собственост заплаща и всички разходи за поддръжка и ремонт, възнаграждения за персонала, режийни разноски за ползването му, чийто размер подлежи на инфлационни увеличения;
- Ползването на имот за ваканционна почивка обвързва собственика с фиксиран период, в който трябва да организира почивката си;
- Собственикът на таймшеър имот е силно зависим от имиджа на дестинацията при намирането

на ползватели на имота;

- Липса на ефективна нормативна уредба, в България, защитаваща правата на собствениците на таймшеър;
- Предплащането на почивката за години напред.

От изложеното по-горе можем да изведем следните изводи и препоръки. Всеки един хотел, резиденция клуб, жилищна сграда със споделена собственост представлява недвижима собственост. За предприемачите, построили тези недвижими имоти, таймшеър е вид инвестиционен продукт, който би намалил периода на възвръщаемост на инвестицията (ROI) и би позволил по-ползотворно управление и използване на тези имоти. Инвестиционен продукт може да се разглежда и в хотелиерството при ефективно менажиране на заетостта извън сезон и гарантиране на приходи, подпомагащи разпределянето на постоянните разходи. Продажбите от таймшеър извън сезон водят до повишаване на заетостта на обекта, гарантира постоянна заетост за периода на закупуване на „споделената собственост“ и се бори със сезонността в туризма, подобрявайки целогодишната заетост на туристическите региони.

От друга страна от гледна точка на купувач – в оригиналния вид на таймшеър смятаме, че разглежданият продукт не може да се отнесе към „добра инвестиция“, ако собственикът ѝ очаква приходи от нея, а по-скоро като разумно капиталовложение и икономически изгодно закупена почивка, която може да се заменя, отдава под наем и т.н. Изхождайки от това, покупката на таймшеър несъмнено може да се отнесе към инвестиционен продукт и за потребителя.

Освен това смятаме, че таймшеър в оригинален вид и концепция е все още неприложим за България в близките 5 години, предвид народопсихологията на народа и икономическото състояние на държавата и населението, но пък това е инвестиционният продукт, който всеки един предприемач в хотелиерството би искал да развие успешно.

За Банско бихме препоръчали:

- Развитие на ефективен и честен мениджмънт на жилищните сгради и апартхотели със споделена собственост;
- Премахване на порочните практики за измама чрез таймшеър и укриване на приходи от купувача на собствеността;
- Нормативна уредба в страната и подобряване на договорните отношения между клиент и собственик на таймшеър собствеността;

- По-гъвкаво предлагане на таймшеър продукт, примерно за 3 или 5 години, за да бъде по-достъпен за повече потребители; сформирани на клубове/организации, в които да може да се обменя закупената ваканционна почивка, така че клиентът да получава разнообразие при ползване;

- Повишаване на нивото и качеството на обслужване;

- Обучение и задържане на кадри.

Популярната и инвестиционно ефективна разновидност на таймшеър собствеността в България (в частност Банско) е закупуване на частична собственост и отдаване под наем на недвижими имоти в хотели и жилищни сгради, при което чуждестранни инвеститори са си закупили недвижим имот в действителност апартамент или жилищна сграда с цел „втори дом“. Този имот се отдава за ползване на други гости и купувачът също получава дивиденди от ползването на имота му – несъмнено може да бъде определен като **разумен инвестиционен продукт**, който скъсява периода на възвръщаемост на инвеститора (закупил имота), на инвеститора построил имота, поделен разходите за поддръжка на имота, получава дивиденди от ползването на имота, които освен да покрият постоянните разходи и годишна поддръжка, могат да бъдат и повече, което би довело дори и до печалба.

Заклучение

Можем да заключим, че таймшеърът е добър **инвестиционен продукт и за двете страни на ползване** (продавач/инвеститор и купувач/собственик) не само в хотелиерството, но и сред управлението на недвижимата собственост, стига да бъде дефинирана, управлявана, регулирана и контролирана честно, ясно, точно и безкомпромисно. Таймшеър предлагането може да направи по-ефективни използваните сгради да повиши заетостта на апартаменти извън сезона и подобри имиджа на дестинацията. Това би оказало положително влияние и върху икономиката на местно, регионално и национално равнище.

Литература

Илийчовски, Св., Филипова, Т., Кънев, Пл. (2011), *Управление на собствеността*, Свищов, УИ „Д. А. Ценов“;

(Iliychevski, Sv., Filipova, T., Kanev, Pl., (2011) „*Property management*“, UE „D. A. Tsenov“.)

Клатева, Е. (2013) Възможности за приложение на смесените форми на таймшеър в българското хо-

телиерство, *Управление и образование, том 9(2)*, Бургас.

(Klateva, E. (2013) Application possibilities for the timeshare mixed forms in the Bulgarian hotel industry, *Management and Education vol. 9(2)*, Bugras)

Клатева, Е. (2015) Нагласи и оценка на хотелиерските мениджъри за развитието на таймшеър по българското южно Черноморие, *Известия, УИ – Варна*, стр.73-85;

(Klateva, E. (2015) Attitudes and assessments of hotel managers about the development of timeshare ownership on the Bulgarian South Black Sea Coast, *Izvestia, IU – Varna*, p.73-85)

Христова, П. (2016) Таймшеър – иновативна форма на хотелиерството, *Списание за наука „Ново знание“ 5-2*, АИ Талант, Висше училище по агробизнес и развитие на регионите, Пловдив, стр.53-58;

(Hristova, P. (2016) Timeshare – an innovative form of hospitality, *New Knowledge Journal of Science Vol.5, No 2*, APH Talent, University of Agribusiness and Rural Development, Bulgaria, p. 53-58)

Hovey, M. (2002) *Is Timeshare Ownership an Investment Product?* University of Southern Queensland Toowoomba, Australia.

Kaufman, T. J. (2007) Vacation Ownership: Gender positioning, *Journal of Retail and Leisure Property Vol. 6*, p.8-14;

Powanga, A., Powanga, L. (2008) An economic analysis of a timeshare ownership, *Journal of Retail and Leisure Property Vol.7*, p.69-83;

Sparks, B., Butcher, K., Pan, G. (2007) *Understanding Customer-Derived Value in the Timeshare Industry*, Cornell University, Vol. 48, Issue 1, p. 28-45;

Sparks, B., Bradley, G., Jennings, G. (2011) Consumer value and self-image congruency at different stages of timeshare ownership, *Tourism Management Vol. 32*, p.1176-1185;

ARDA Timeshare Data share: September 2016 *What Do Vacationers Think About Peer-to-Peer Vacation Services*. Economic Impact of the Timeshare Industry, Available at: <http://www.arda.org/arda/aif-foundation/default.aspx?id=5698&libID=5717>;

Zanini, D. (2013) *Outlook for timeshare /Vacation Ownership, Marketing Outlook Form-Outlook 2014*, Tourism Travel and Research Association, Advancing Tourism Research Globally, University of Massachusetts – Amherst, Scholar Works @ UMass Amherst

Violeta Bashova, PhD Candidate

UNWE, Economics of Tourism Department

E-mail: v_bashova@abv.bg