

# TIMESHARING

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΙΔΕΑΣ ΤΗΣ ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ

ΚΑΙ Η ΕΦΑΡΑΣΗ ΤΗΣ ΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Εισηγητρια: Μαρία Βενιέρη – Ιγγλέση

Σπουδαστική ομάδα: Λαζαράτου Δέσποινα  
Χιώτη Δήμητρα

106

## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

Περίληψη

### **Κεφάλαιο 1**

Πρόλογος

1.1	Δομή της εργασίας .....	7
1.2	Ορισμός της χρονομίσθωσης.....	8
1.3	Σκοποί και προοπτικές.....	9

### **Κεφάλαιο 2**

Η γενική ιδέα της χρονομίσθωσης

Εισαγωγή

2.1	Η ανάπτυξη του χρονομερίσματος.....	12
2.2	Η παγκόσμια χρονομεριστική βιομηχανία.....	16
2.3	Χρονομίσθωση σε ευρωπαϊκά πλαίσια.....	24
2.4	Οι ευρωπαϊκοί κανονισμοί για τη χρονομίσθωση.....	28

### **Κεφάλαιο 3**

Η ανάπτυξη της χρονομεριστικής βιομηχανίας στην Ελλάδα

3.1	Η εισαγωγή του θεσμού της χρονομίσθωσης στην Ελλάδα... 31
3.2	Η ανάπτυξη της ελληνικής χρονομεριστικής βιομηχανίας.. 32
3.3	Νομοθετικά πλαίσια της χρονομεριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα..... 36

## Κεφάλαιο 4

### Οι Έλληνες χρονομισθωτές

#### Εισαγωγή

4.1	Δημογραφικά χαρακτηριστικά .....	43
4.1.1	Ηλικία και φύλλο ελλήνων ιδιοκτητών.....	43
4.1.2	Τύπος ιδιοκτησίας .....	43
4.1.3	Επίπεδα εκπαίδευσης, εργασιο-κοινωνικό καθεστώς.....	44
4.1.4	Τοποθεσία διαμονής .....	44
4.1.5	Εισόδημα ιδιοκτητών .....	45
4.2	Χαρακτηριστικά ιδιοκτησίας .....	45
4.2.1	Μέγεθος χρονομεριστικών διαμερισμάτων .....	46
4.2.2	Εποχή και συνολικός αριθμός εβδομάδων .....	47
4.2.3	Τιμές ελληνικών χρονομεριδίων.....	48
4.2.4	Εξοδα συντήρησης .....	49
4.3	Ταξιδιωτικά χαρακτηριστικά του έλληνα ιδιοκτήτη χρονομεριδίου.....	49
4.4	Οφέλη της χρονομεριστικής ιδιοκτησίας στον έλληνα αγοραστή.....	51

## Κεφάλαιο 5

### Η επίδραση της χρονομεριστικής βιομηχανίας στον τουρισμό

#### Εισαγωγή

5.1	Επιμήκυνση της περιόδου.....	56
5.2	Βελτίωση της ποιότητας των τουριστικών καταλυμάτων....	57
5.3	Οικονομική επίδραση του timeshare .....	60
5.3.1	Απασχόληση .....	62
5.3.2	Καταναλωτικές δαπάνες .....	63
5.3.3	Συνολική οικονομική εισφορά .....	63
5.3.4	Σταθερότητα δαπανών .....	64
5.3.5	Επαναλαμβανόμενες αφίξεις .....	64
5.3.6	Συνολικοί επισκέπτες .....	65
5.4	Περιβαντολογική επίδραση του timeshare.....	65
5.4.1	Αρνητική επίδραση.....	66
5.4.2	Θετική επίδραση.....	68
5.5	Συμβολή στην τουριστική ανάπτυξη.....	69
5.6	Οφέλη του χρονομερισμού στις τοπικές κοινωνίες.....	72
5.7	οφέλη του χρονομερισμού στην Μάλτα.....	74
5.8	Οφέλη του χρονομερισμού στον ελληνικό τουρισμό.....	75
5.9	Επιχειρηματίες - θέρετρα.....	76
5.9.1	Τα οφέλη του χρονομεριδίου στους επιχειρηματίες.....	77
5.9.2	Τα ελληνικά χρονομεριστικά θέρετρα.....	79
5.9.3	Επίπεδα πληρότητας ελληνικών χρονομεριστικών θερέτρων .....	82

5.9.4	Εθνικότητες που επισκέφτηκαν τα ελληνικά χρονομεριστικά θέρετρα.....	86
-------	---	----

## Κεφάλαιο 6

### Εταιρείες και οργανισμοί

6.1	Οι οργανισμοί ανταλλαγής .....	88
6.2	Ελληνικός χρονομεριστικός σύλλογος .....	92
6.3	Εταιρείες πώλησης και προώθησης (marketing).....	92
6.3.1	Επαναπώληση χρονομεριδίων.....	94

## Κεφάλαιο 7

### Συμπεράσματα και προτάσεις

#### Εισαγωγή

7.1	Η επανάσταση της χρονομεριστικής βιομηχανίας.....	97
7.2	Αξιολόγηση της χρονομεριστικής έννοιας στην ελληνική αγορά.....	98
7.3	Συστάσεις και μελλοντικά σχέδια.....	101

#### Παραπομπές

Παράρτημα Α .....	104
Γράφημα Α .....	106
Γράφημα Β .....	107
Γράφημα Γ .....	108
<b>Βιβλιογραφία .....</b>	<b>109</b>

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σε αυτή τη μελέτη-εργασία θα προσπαθήσουμε να προσεγγίσουμε την ιδέα της χρονομεριστικής βιομηχανίας, να αναλύσουμε την έννοια της και, διεισδύοντας στο βαθύτερο περιεχόμενο της, να αξιολογήσουμε την επίδρασή της στον παγκόσμιο τουρισμό.

Η χρονομεριστική βιομηχανία ή timesharing είναι μία από τις μεγαλύτερες και τις πιο γρήγορα αναπτυσσόμενες βιομηχανίες στον τουριστικό χώρο και παίζει σημαντικότερο ρόλο στη σημερινή αγορά. Η βιομηχανία αυτή παραμένει ακόμα και σήμερα ένας γόνιμος χώρος που προσφέρεται για ανάπτυξη και επαγγελματικές ευκαιρίες.

Αναλύοντας την ιδέα της χρονομίσθωσης καθώς και τη σταδιακή ανάπτυξή της μέσα σε παγκόσμιο πλαίσιο καταλαβαίνουμε το μέγεθος αυτής της βιομηχανίας το οποίο και συγκρίνουμε με τα ευρωπαϊκά δεδομένα. Μέσα στις ευρωπαϊκές δραστηριότητες εντάσσεται και ο κανονισμός που εκδόθηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση σχετικά με την χρονομεριστική βιομηχανία.

Η διεθνής βιομηχανία χρονομεριστικών διακοπών ήταν αδύνατον να αγνοήσει την αγορά της Ελλάδας, η οποία έτσι και αλλιώς ήταν ήδη από δεκαετίες ένας δημοφιλέστατος προορισμός διακοπών.

Αναπτύσσεται λοιπόν ο θεσμός της χρονομεριστικής βιομηχανίας και στην Ελλάδα. Για να τον μελετήσουμε, αναλύουμε τα βήματα ανάπτυ-

ξής του, καθώς και τα νομοθετικά πλαίσια στα οποία εξελίχθηκε. Επίσης σκιαγραφούμε τα χαρακτηριστικά των ελλήνων χρονομισθωτών και τα οφέλη που αποκομίζουν από την βιομηχανία. Τέλος μελετούμε την επίδραση αυτής της βιομηχανίας στον τουρισμό και την αξιολογούμε.

Για την επίτευξη αυτής της εργασίας, χρησιμοποιήσαμε βιβλία, τόσο ελληνικά όσο και ξενόγλωσσα. Βασιστήκαμε δε περισσότερο σε αναφορές από ειδικούς της χρονομεριστικής βιομηχανίας, τα οποία και προμηθευτήκαμε μέσω των ελληνικών εταιρειών ανταλλαγών.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

### 1.1 Δομή της εργασίας

Στο πρώτο κεφάλαιο, το πρόλογο, παρέχεται ο ορισμός καθώς επίσης και εξηγήσεις σχετικά με την ιδέα της χρονομεριστικής μίσθωσης

Στο δεύτερο κεφάλαιο «Η ιδέα του timesharing» αναλύεται η χρονομεριστική μίσθωση ιστορικά και επικεντρώνεται η δράση της στην Ευρώπη και την Αμερική. Στο τελευταίο μέρος αυτού του κεφαλαίου περιέχονται οι ευρωπαϊκοί κανονισμοί σχετικά με τη χρονομίσθωση.

Στο τρίτο κεφάλαιο «Ανάπτυξη του timesharing στην Ελλάδα» παρουσιάζεται η ανάπτυξη της βιομηχανίας χρονομεριστικής μίσθωσης στην Ελλάδα, το νομικό περιβάλλον που αναπτύχθηκε, καθώς επίσης και η ανάπτυξή της τα τελευταία 5 χρόνια.

Στο τέταρτο κεφάλαιο «Οι Έλληνες καταναλωτές timesharing» αναλύονται τα χαρακτηριστικά των Ελλήνων ιδιοκτητών χρονομεριδίων από κοινωνικό-οικονομικό-δημογραφικής απόψεως. Τα κίνητρά τους καθώς επίσης και το επίπεδο ικανοποίησής τους.

Στο πέμπτο κεφάλαιο «Επίδραση της χρονομεριστικής βιομηχανίας στον τουρισμό» παρέχονται πληροφορίες για τα οφέλη του χρονομε-



ρισμού στον οικονομικό, περιβαντολογικό και κατ'επέκταση στον τουριστικό τομέα διεθνώς.

Στο έκτο κεφάλαιο « Εταιρείες - οργανισμοί» παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά καθώς και ο ζωτικός ρόλος που παίζουν οι εταιρείες ανταλλαγών. Επίσης παρουσιάζονται τεχνικές προώθησης που χρησιμοποιούνται από τους marketers.

Στο έβδομο κεφάλαιο «Συμπεράσματα - συστάσεις» παρουσιάζονται τελικά συμπεράσματα και σχόλια για τις μελλοντικές προοπτικές της ελληνικής χρονομεριστικής βιομηχανίας

### *1.2 Ορισμός της χρονομίσθωσης*

Η ιδέα της χρονομεριστικής μίσθωσης είναι πάρα πολύ απλή. Τόσο απλή που μπορεί να φανεί εκπληκτικό ότι είναι μόλις 35 ετών. Χρονομεριστικές διακοπές είναι το νόμιμο δικαίωμα που αποκτά ο αγοραστής για ιδιοκτησία χρόνου σε ένα συγκεκριμένο διαμέρισμα, σαλέ, βίλα ή σπίτι για μία ή περισσότερες εβδομάδες για κάποια χρόνια. Πιο απλά ένας επιχειρηματίας κατασκευάζει ένα συγκρότημα παραθερισμού, κατόπιν ο marketer αναλαμβάνει να προωθήσει και να πουλήσει στους ενδιαφερόμενους τα χρονομερίδια που διαθέτει το συγκρότημα. Οι αγοραστές διαλέγουν τη χρονική περίοδο που προτιμούν και αγοράζουν το δικαίωμα να χρησιμοποιούν το διαμέρισμα για μία ή περισσότερες εβδομάδες κάθε χρόνο, για ορισμένο αριθμό

χρόνων. Ο αριθμός αυτός διαφέρει. Σε μερικές περιπτώσεις είναι 25 χρόνια, άλλες λιγότερο άλλες πάλι για πάντα.

Η ιδέα της χρονομίσθωσης δεν είναι και πολύ ελκυστική -παρά το ότι πολλοί αγοραστές είναι ευχαριστημένοι με τις αγορές τους- και αυτό γιατί έχει δοθεί αρνητική δημοσιότητα σχετικά με τις τεχνικές πωλήσεων. Αυτός είναι και ο λόγος που εκδόθηκε εντολή από την Ευρωπαϊκή Ένωση για σύσταση νομοσχεδίου σχετικά με τη βιομηχανία χρονομεριστικής μίσθωσης. Σε ορισμένες χώρες έχει θεσπιστεί νομοθεσία της οποίας γενικά οι σκοποί είναι οι εξής:

Να αναγνωριστεί η πραγματική ιδιοκτησία της χρονομεριστικής μίσθωσης στην πολιτεία

Να εγκαθιδρυθούν διαδικασίες για τη δημιουργία, πώληση και λειτουργία σχεδίων ανάπτυξης της χρονομεριστικής μίσθωσης

Κάθε σχέδιο που δημιουργείται ή υπάρχει, να υπόκειται στις διατάξεις του νομοσχεδίου.

Γενικά οι νόμοι διαφέρουν από χώρα σε χώρα και οι αγοραστές πρέπει να είναι ενήμεροι για αυτούς πριν προχωρήσουν στην αγορά.

### **1.3 Σκοποί και προοπτικές**

Η βιομηχανία χρονομεριστικής μίσθωσης ανά τον κόσμο, εκτός από κάποια αρνητική δημοσιότητα που αφορά τεχνικές πώλησης σε κάποιες αγορές, έχει αναπτυχθεί κατά 14% το χρόνο κατά μέσο όρο από το 1987, όσον αφορά τον αριθμό των εβδομάδων που πωλήθηκαν. Η αμερικανική και ευρωπαϊκή αγορά εξακολουθούν να βρίσκονται στην

κορυφή , ενώ νέες αγορές όπως το Μεξικό και η Ν. Αφρική έδειξαν γρήγορα ρυθμούς ανάπτυξης, αν και οι αριθμοί είναι σχετικά μικροί. Ανησυχίες σχετικά με τις τεχνικές πώλησης αποτέλεσαν στο να εκδοθεί το 1994 εντολή από την Ευρωπαϊκή Ένωση η οποία να απαιτεί από όλες τις εθνικές αρχές να έχουν εκδώσει μέχρι το 1997 σχετική νομοθεσία

Οι δύο εταιρείες ανταλλαγών χρονομεριστικής μίσθωσης R.C.I. και I.I ακόμη κυριαρχούν στο χώρο αυτής της βιομηχανίας, αν και υπάρχουν ενδείξεις (α) για παραπάνω ανταγωνισμό μεταξύ εταιριών ανταλλαγών και (β) καινούριων ιδεών που έχουν αναπτυχθεί σχετικά με τις ανταλλαγές

Στην Αμερική μερικά από τα πιο γνωστά ονόματα ξενοδοχειακής βιομηχανίας έχουν εισχωρήσει στις χρονομεριστικές επιχειρήσεις προσδίδοντας έτσι πιστότητα σε αυτές. Υπάρχουν ήδη οι πρώτες ενδείξεις ότι αυτές οι εταιρείες στρέφουν τη προσοχή τους στην Ευρώπη και ίσως δεν θα χρειαστεί πολύς καιρός για να ενδιαφερθούν επίσης ευρωπαϊκές τουριστικές μονάδες. Φαίνεται ότι οι προοπτικές για συνεχή και δυνατή ανάπτυξη είναι καλές.

Ο χρονομερισμός στην Ελλάδα έκανε την εμφάνιση του το 1988 όταν ένα θέρετρο στην Ερμιόνη, το Porto Hydra Village άρχισε να πουλά χρονομερίδια κυρίως σε αγγλική αγορά. Αν και η ιδέα της χρονομίσθωσης είναι 11 χρόνια παλιά, στην Ελλάδα η βιομηχανία χρονομεριστικής μίσθωσης γνώρισε τεράστια ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια. Το 1990 υπήρχαν 15 θέρετρα στην Ελλάδα και περίπου 1.000 οικογένε-

νειες έχουν ιδιοκτησία χρονομεριδίων. Μέχρι το 1996 υπήρχαν τουλάχιστον 32 θέρετρα και περίπου 10.000 οικογένειες έχουν αγοράσει χρονομερίδια στην Ελλάδα ή σε συγκροτήματα του εξωτερικού

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### Η ΓΕΝΙΚΗ ΙΔΕΑ ΤΗΣ ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΘΩΣΗΣ

#### Εισαγωγή

Αυτό το κεφάλαιο προβάλλει μια επισκόπηση της χρονομεριστικής βιομηχανίας - μια βιομηχανία, η οποία προσφάτως έχει αντιπροσωπεύσει τα πιο γρήγορα αναπτυσσόμενα μερίσματα των διακοπών, τουρισμού, ταξιδιού ανά τον κόσμο. Η χρονομεριστική βιομηχανία έχει μόνο 30 χρόνια ζωή, ακόμα περισσότερο από τρία εκατομμύρια οικογένειες σ' όλο τον κόσμο έχουν αυτό το προϊόν.

Η γενική ιδέα του χρονομερίσματος συχνά είναι παρεξηγημένη και ρεύματα πωλήσεων δεν είναι σωστά εκτιμημένα. Λίγοι αναγνωρίζουν τη φοβερή ανάπτυξη που αφορά τη βιομηχανία σε διεθνή επίπεδα. Επίσης ακόμα λιγότεροι είναι ενημερωμένοι από τις πρόσφατες θετικές αλλαγές στη βιομηχανία, το υψηλό κοινωνικό οικονομικό προφίλ του χρονομερίσματος των καταναλωτών και τις τεράστιες οικονομικές επιπτώσεις που γενικεύονται για εκατοντάδες κοινωνικά θέματα σ' όλο τον κόσμο.

#### 2.1 Η ανάπτυξη του χρονομερίσματος

Η γενική ιδέα του χρονομερίσματος των διακοπών άρχισε το 1963, όταν η σουηδική εταιρεία, Harimag, άρχισε να προσφέρει τα μερίδιά της προς πώληση, η πορεία των οποίων χρησιμοποιήθηκε για ν' αγοραστούν οικόπεδα στην Ευρώπη. Τα δικαιώματα της ιδιοκτησί-

ας των μερισμάτων μεταβιβάστηκαν για να χρησιμοποιηθούν οι κυριότητες των διακοπών σε μόνιμη βάση. Τρία χρόνια αργότερα ένα γκρουπ ιαπωνικών εταιρειών εδραίωσε το Γιαπωνέζικο βίλα κλαμπ στο Τόκιο. Περίπου τον ίδιο καιρό, ένας επιχειρηματίας ξενοδόχος στο Superdevolny στις Γαλλικές Άλπεις άρχισε αυτό που έχει γίνει ήδη κοινό από το χρονομέρισμα - την πώληση του δικαιώματος να χρησιμοποιείς το ξενοδοχείο ορισμένες εβδομάδες για διακοπές. Εκείνο τον καιρό, η ιδέα δεν ήταν σε άνθιση.

Στις αρχές της δεκαετίας του 1970, οι έχοντες την κυριότητα στη Φλόριδα, USA, απολάμβαναν μια άνθηση στη συνιδιοκτησία των διακοπών (διαμερίσματα για πώληση σε βάση ιδιοκτησίας) και πέρασαν στο σχεδιασμό και χτίσιμο ενός τεράστιου αριθμού συνιδιοκτησίας για τις επόμενες πωλήσεις. Η δεύτερη μεγάλη κρίση του πετρελαίου στα μέσα του 1970, χτύπησε σκληρά την αμερικάνικη οικονομία και περίπου σε μια νύχτα, οι πωλήσεις των συνιδιοκτητιών έπεσαν και οι επενδυτές έψαχναν απεγνωσμένα για καινούργιους δημιουργικούς τρόπους να πουλήσουν τις άδειες ιδιοκτησίας τους. Ανακάλυψαν το χρονομέρισμα των διακοπών και τότε άρχισε η επανάσταση ενός ειδικού μάρκετινγκ και τεχνικών πωλήσεων το οποίο απαιτεί την πώληση ενός διαμερίσματος πενήντα φορές πάνω για κάθε εβδομάδα του χρόνου.

Οι πωλητές σύντομα αντιμετώπισαν ένα σημαντικό πρόβλημα στη συμπεριφορά των πιθανών πελατών, οι οποίοι ενώ ήθελαν τη χρονομεριστική διαμονή και το θέρετρο που ήταν σε προσφορά, δεν τους

άρεσε η ιδέα του να ξαναγυρνούν στο ίδιο μέρος για διακοπές κάθε χρόνο.

Σαν αποτέλεσμα αυτού, μία αφοπλιστικά απλή ιδέα εδραιώθηκε και αναπτύχθηκε - η ευκαιρία για ένα χρονομεριστικό ιδιοκτήτη ν' ανταλλάσσει το θέρετρό του για μια εβδομάδα με έναν άλλο ιδιοκτήτη σ' ένα άλλο θέρετρο. Η RCI μια εταιρεία που ιδρύθηκε στην USA από το Jon and Christel DeHaan το 1974, συγκέντρωσε έναν αριθμό χρονομεριστικών εμφανίσεων στο πλαίσιο της ανταλλαγής και άρχισε να οργανώνει ανταλλαγές για ιδιοκτήτες χρονομερισμάτων, τόσο πολύ όσο η ανταλλαγή έχει τώρα αναπτυχθεί σε ένα αποφασιστικό και βασικό μέρος της βιομηχανίας. Αμέσως μετά, το 1975, ένας ανταγωνιστής πρόβαλε και αυτές οι δύο εταιρείες ανταλλαγής έγιναν ένας καταλύτης, ο οποίος άρχισε ν' ανθίζει στην αγορά χρονομερισματος στην USA για παραπάνω από δέκα συνεχή χρόνια.

Εν τω μεταξύ, το 1974 στην πρώτη χρονομεριστική ανάπτυξη στο U.K. άρχισε ανεξάρτητα από έναν άγγλο επιχειρηματία, Frank Charman. Αυτός πίστεψε εκείνο τον καιρό ότι είχε αρχίσει κάτι μοναδικό μέχρι που φίλοι από την USA του είπαν ότι το χρονομέρισμα είχε ήδη αρχίσει καλές πωλήσεις στη Φλόριδα. Τότε, χωρίς καμία εμφανή συνέπεια των γεγονότων, η ανάπτυξη του χρονομερισματος άρχισε ν' αναδύεται στη Γαλλία, Ιταλία και Σκανδιναβία. Η ευρωπαϊκή χρονομεριστική βιομηχανία γεννήθηκε αλλά τέλη του 1970 και αρχές του 1980 απέτυχε να αποτελέσει σημαντικό μέρος στην αγορά των διακοπών, εξαιτίας του τρόπου που είχε τοποθετηθεί και

στοχευθεί στην αγορά. Είχε πωληθεί περισσότερο σαν απόκτημα παρά σαν επένδυση στις μελλοντικές διακοπές.

Τις αρχές του 1980 η άνθιση του χρονομερίσματος στη Φλώριδα και στις άλλες αγγλικές περιοχές διακοπών έφτανε στην κορυφή - υπήρχαν πλεονάσματα πολλών πωλητών. Η βιομηχανία προσπάθησε να οργανώσει από μόνη της ένα σύλλογο εμπορίου στην προσπάθειά της να επιβάλει ένα δικό της ειδικευμένο κωδικό στις πωλήσεις, αλλά απέτυχε πριν οι αρχές της Φλώριδας ψηφίσουν θέσπισμα το οποίο περιέκοψε τις δραστηριότητες των πωλήσεων. Οι ιδρυτές τώρα έπρεπε να «πάρουν» άδεια, προβλέψεις για την προστασία του καταναλωτή είχε προταθεί και οι εταιρείες ανταλλαγής έπρεπε ν' αποκαλύψουν λειτουργικές μεθόδους και στατιστικές. Πολλές άλλες αρχές (τοπικές) ακολούθησαν.

Σαν αποτέλεσμα, η ανάπτυξη των πωλήσεων ισοπεδώθηκε, μιας και οι ιδρυτές και έμποροι επέβαλλαν καινούργιους πιο περιοριστικούς όρους. Μεγάλοι φυσικοί επιχειρηματίες, ένας αριθμός έμπειρων εμπόρων χρονομερίσματος ήρθε στην Ευρώπη και έπεισε τους ιδιοκτήτες των τουριστικών θερέτρων στην Πορτογαλία (Algranve) και Ισπανία (Tenerife) να προσπαθήσουν τη χρήση του χρονομερίσματος. Η εμφάνιση της προσπάθειας και εφαρμογής «Τεχνικές πώλησης Φλώριδας» επιλέχθηκε σαν αρχικός στόχος, για το λόγο ότι οι αμερικάνοι βρήκαν τους εαυτούς τους ικανούς να εργαστούν στην αγορά χωρίς την υποχρέωση της χρήσης ξένης γλώσσας.



## 2.2 Η παγκόσμια χρονομεριστική βιομηχανία

Το θέρετρο της χρονομεριστικής ιδέας είναι μόνο 30 χρόνων. Η χρονομεριστική βιομηχανία ήταν έτοιμη να «ξεσπάσει» κυρίως σε σφαιρική βάση. Τα τέλη του 1980 μόνο περίπου 155.000 ιδιοκτήτες σ' όλο τον κόσμο κατείχαν χρονομεριστικό διάστημα περίπου 500 θερέτρων. Το 1980 εκτιμάται ότι περίπου 100.000 διαστήματα πουλήθηκαν για \$500 εκατομμύρια (πίνακας 2.1).

Πάνω από τα τελευταία 15 χρόνια, ενώ το χρονομεριστικό θέρετρο έχει γίνει ένα από τα πιο αναπτυσσόμενα τμήματα στο σύνολο των διακοπών ταξιδιού, τουρισμού και της βιομηχανίας ακίνητης περιουσίας στον κόσμο. Ελάχιστοι γνωρίζουν τη φοβερή ανάπτυξη της βιομηχανίας ανά τον κόσμο. Η τεράστια ανάπτυξη της χρονομεριστικής βιομηχανίας κατά τη διάρκεια του 1980 φαίνεται στον πίνακα 2.1

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ TIMESHARE 1980-1994

<u>ΕΤΟΣ</u>	<u>ΘΕΡΕΤΡΑ</u>	<u>ΙΔΙΟΚΤΗΤΕΣ</u>	<u>ΧΡΟΝΟΜΕΡΕΤΑ ΠΟΥ ΠΩΛΗΘΗΚΑΝ</u>	<u>ΥΨΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (ΔΕΚΑΤΟΜΕΡΙΑ)</u>
1980	506	155.000	100.000	490
1981	631	220.000	175.000	965
1982	950	335.000	205.000	1.165
1983	1.200	470.000	225.000	1.340
1984	1.550	620.000	275.000	1.735
1985	1.774	805.000	245.000	1.580
1986	1.779	970.000	240.000	1.610
1987	1.822	1.125.000	280.000	1.940
1988	1.899	1.310.000	330.000	2.390
1989	2.132	1.530.000	295.000	2.970
1990	2.357	1.800.000	405.000	3.240
1991	2.687	2.070.000	440.000	3.740
1992	3.050	2.422.000	515.000	4.500
1993	3.250	2.833.000	625.000	5.625
1994	4.145	3.144.000	560.000	4.760

ΠΗΓΗ: Ragatz Associates, 1994

Με συγγενικούς όρους, η πιο σημαντική ανάπτυξη στον αριθμό των θερέτρων και ιδιοκτητών έλαβε χώρα τα πρώτα τρία χρόνια της

δεκαετίας του 1980 εξαιτίας βασικής μετατροπής εκατοντάδων ιδιοκτητών θερέτρων στην USA που έχει σαν στόχο τις εργασίες χρονομερίσματος και στην επέκταση δημόσιας επίγνωσης και καμπάνιες εμπορίου. Κατά τη διάρκεια αυτών των τριών χρόνων, ο αριθμός των χρονομεριστικών θερέτρων σ' όλο τον κόσμο έχει αυξηθεί από 506 στους 1200, χρονική άνοδο 33,8%. Ο αριθμός των νέων ιδιοκτητών αυξήθηκε από 155.000 σε 470.000, χρονική άνοδο 44,4%.

Τα επόμενα λίγα χρόνια παρατηρήθηκε χαμηλότερη ανάπτυξη εξαιτίας της ανάρρωσης από την οικονομική κρίση της Αμερικής και των αξιοσημείωτων αποβλήτων αυτής της χώρας με μέτρια θέρετρα τα οποία ίδρυσαν οι ιδρυτές. Από το 1984 ως το 1986, ο αριθμός των νέων θερέτρων αυξήθηκε μόνο από 1550 σε 1779 για χρονική μέσο όρο αύξηση 13%. Ο αριθμός νέων ιδιοκτητών αυξήθηκε από 350.000 για χρονική μέσο όρο ανάπτυξη 27,7%.

Από το 1987, ο αριθμός των νέων θερέτρων που έρχονται στην αγορά των Ηνωμένων Πολιτειών έχει συγκριθεί στο μίνιμουμ με τα τρία πρώτα χρόνια της δεκαετίας. Ενώ, ο μέσος όρος των καινούργιων θερέτρων έχει αυξηθεί τεράστια και τώρα αρχίζουν ν' αναπτύσσονται καλύτερα. Η χρονομεριστική πώληση στην USA έχει αρχίσει ν' αναπτύσσεται συνεχώς παρόλο που καινούργια θέρετρα έχουν αρχίσει να ξεπροβάλλουν σε σχέση με τα παλιά, τα οποία δεν υφίστανται στην αγορά πλέον.

Η αύξηση της χρονομεριστικής βιομηχανίας έχει τεράστια ανάπτυξη από την αρχή αυτής της δεκαετίας (πιν. 2.1). Κατά της διάρκειας αυτής της περιόδου

- 1) 1.788 καινούργια θέρετρα δημιουργήθηκαν (+75,9%)
- 2) 1.244.000 περισσότεροι ιδιοκτήτες αγόρασαν χρονομεριστικό διάστημα (+74,7%) και
- 3) 2 εκατομμύρια περισσότερα μεσοδιαστήματα πουλήθηκαν για το ύψος αγορών πάνω από \$17 (δισ.).

Αναλύοντας τους όρους από το 1992 και 1994, βρίσκουμε ότι σ' αυτήν την περιοχή η μεγαλύτερη αύξηση ήταν στην Αμερική, Ευρώπη και Νότια Αμερική. Αυτές οι τρεις περιοχές έχουν ποσοστό 66,4% (727) από τα καινούργια θέρετρα, 75,5% (590.000) των καινούργιων ιδιοκτητών της περιοχής, και 75,7% (591.000) των καινούργιων ιδιοκτητών που κατοικούν στην περιοχή (Ragatz Associates 1995)

Πάνω από το 1/3 (36,0%) των 1.095 καινούργιων θερέτρων που υπήρχαν στην Ευρώπη, με 394. Αυτή η περιοχή έφτασε στο 47,0% σε αριθμό χρονομεριστικών θερέτρων. Ενώ, η μεγαλύτερη συγγενική αύξηση ήταν στη Νότια Αμερική 100,9% (από 115 σε 231 θέρετρα). Οι Ηνωμένες Πολιτείες συγκέντρωσαν 217 καινούργια θέρετρα, ενώ σε άλλες περιοχές η συγκέντρωση πάνω από 50 θερέτρων ήταν στο Μεξικό (90), στην Καραϊβική (71) και Ιαπωνία / Νότια Ασία (68). Το άλλο άκρο της επεκτατικής ανάπτυξης ήταν ο Καναδάς και η Αυστραλία, με μόνο 9 και 7 καινούργια θέρετρα.

Κοιτάζοντας την αύξηση καινούργιων ιδιοκτητών στην περιοχή, μέχρι τότε οι δύο άρχουσες περιοχές ήταν τα Ηνωμένα Έθνη (+280.000) και η Ευρώπη (+230.000). Τα όρια αύξησης σ' αυτές τις δύο περιοχές ήταν 22,3% και ένα πολύ υψηλό 53,7%.

Ενώ φαινομενικά τα κέρδη ήταν σοβαρά χαμηλά, συγκριτικά μεγαλύτερα κέρδη παρατηρήθηκαν στη Νότια Αμερική (333,3%) και Καναδά (50,5%). Εξαιτίας της συνεχιζόμενης κρίσης, η ανάπτυξη ήταν μικρότερη στην Αυστραλία μόνο 9,1% και 7.000 καινούργιοι ιδιοκτήτες φανερώθηκαν στην περιοχή.

Κοιτάζοντας την αύξηση των καινούργιων ιδιοκτητών που διαμένουν στην περιοχή, η Ευρώπη ξεπερνά τα Ηνωμένα Έθνη σαν αρχηγός. Κατά τη διάρκεια των τελευταίων δύο ετών, 245.000 ιδιοκτήτες της περιοχής στην Ευρώπη αγόρασαν το χρονομερίδιο σε σχέση με 237.000 στα Ηνωμένα Έθνη. Συλλεκτικά, αυτές οι δύο περιοχές έχουν το 61,7% όλων των ιδιοκτητών που διαμένουν στη συγκεκριμένη περιοχή (Ragatz Associates 1995)

Φαινομενικοί όροι, η τρίτη μεγαλύτερη συλλεκτική περιοχή ήταν η Νότια Αμερική, με 109.000 καινούργιους τοπικούς ιδιοκτήτες, ακολουθεί το Μεξικό με 48.000 και η Νότια Αφρική με 42.000. Η Νότια Αμερική αναγνωρίστηκε πάλι σαν το υψηλότερο όριο 375,9%. Δύο άλλες περιοχές έδειξαν μεγαλύτερη αύξηση από το 50%, συμπεριλαμβανομένης της Ευρώπης στο 57,8% και της Καραϊβικής σε 80,0%. Απ' την άλλη μεριά, η ανάπτυξη στην Αυστραλία ήταν μόνο 7,7%.

Το όριο εισχώρησης είναι πάνω από 50 ιδιοκτήτες για 10.000 κατοίκους σε δύο χώρες - Νέα Ζηλανδία σε 79,4:10.000 και τα Ηνωμένα Έθνη στα 63,2. Είναι υψηλότερο από 35:10.000 σε τέσσερις άλλες χώρες συμπεριλαμβανομένης της Μ. Βρετανίας (49,2) Καναδάς (45,2), Νότιας Αφρικής (37,0) και Φινλανδίας (35,2). Οι υπόλοι-

πες 15 χώρες είναι: Βενεζουέλα, Ισραήλ, Αυστραλία, Πορτογαλία, Νορβηγία, Αργεντινή, Σιγκαπούρη, Ισπανία και Βέλγιο. Για το μεγαλύτερο μέρος, αυτές οι 15 χώρες είναι περισσότερο βιομηχανοποιημένες. Μερικές είναι επίσης σε κρύα βόρεια κλίματα. Πολλοί ιδιοκτήτες χρονομερίσματος σ' αυτές τις πρόσφατες χώρες έχουν αγοράσει τα χρονομεριστικά μεσοδιαστήματά τους κάπου αλλού. Χώρες με ποσοστά μικρότερης διείσδυσης έχουν λίγο εισόδημα - νόμιμους ιδιοκτήτες και παροντικούς ή παρελθοντικούς περιορισμούς (Ragatz Associates, 1995).

Το ποσοστό για όλες τις χώρες είναι 8,9 ιδιοκτήτες χρονομερίσματος για 1.000 τουρίστες από το εξωτερικό. Ενώ αυτή η αναλογία είναι σημαντικά υψηλή σε διαφορετικές χώρες. Όπως ίσως είναι αναμενόμενο, αυτές οι χώρες τείνουν να είναι περιοχές με ήλιο και κατάλληλες για σερφ όπως το Μεξικό, η Καραϊβική, η Νότια Ευρώπη κ.λπ. (Ragatz Associates, 1995).

Μερικές σημαντικές ανακαλύψεις από τον πίνακα 2.1 τοποθετούν το μέγεθος της παγκόσμιας χρονομεριστικής βιομηχανίας θέρετρων με κατάλληλη προοπτική.

- Περίπου 4.145 χρονομεριστικά θέρετρα υπάρχουν.
- Περίπου 3.144.000 ιδιοκτήτες έχουν ένα χρονομεριστικό μεσοδιάστημα το 1994.
- Περίπου 560.000 χρονομεριστικά μεσοδιαστήματα πουλήθηκαν το 1994, περίπου 460% περισσότερα από το 1980 (περίπου 100.000).

- Συνολικές πωλήσεις το 1994 ήταν περίπου \$4,76 δισ. πάνω από 870% περισσότερα από το 1980 (\$490 εκ.).
- Πάνω κάτω 4,9 εκατομμύρια χρονομεριστικά μεσοδιαστήματα έχουν αγοραστεί από το 1980 για πώληση πάνω από \$36 δισ.
- Πάνω από 780.000 ιδιοκτήτες έχουν αγοράσει ένα συνολικό για περίπου 1,2 εκατ. χρονομεριστικών μερισμάτων από το 1992 ως το 1994, εκπροσωπώντας αγορές πάνω από \$9 δισ.
- Το 1994 ήταν μία σημαδιακή χρονιά για τη χρονομεριστική βιομηχανία, με 384.000 νέους ιδιοκτήτες ν' αγοράζουν 560.000 χρονοδιαστήματα για πωλήσεις περίπου \$4,76 δισ.

Μια σημαντική ανακάλυψη από πρόσφατες κατευθύνσεις είναι η σταθερότητα ετησίως στην παγκόσμια αύξηση σε χρονομεριστικούς ιδιοκτήτες τα τελευταία 8 χρόνια. Αυτή έχει ποσοστό 15,8%, ξεκινώντας από μόνο 13,9% ως 17,8%. Αυτό φαινομενικά οδηγεί σε μια σταθερή και ώριμη βιομηχανία. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι οι απόλυτες αυξήσεις τα τελευταία τέσσερα χρόνια είναι οι μεγαλύτερες στην ιστορία της βιομηχανίας.

Χρονομεριστικά θερέτρα υπάρχουν σε 81 χώρες και χρονομεριστικοί ιδιοκτήτες διαμένουν σε 174 χώρες. Όπως φαίνεται στον πίνακα 2.2, τα Ηνωμένα Έθνη είναι ο αρχηγός σ' όλη την παγκόσμια αγορά χρονομεριστικού θερέτρου, περιέχει 37,3% (1.546) των θερέτρων 48,9% (1.538.000) των «ιδιοκτητών που κατέχουν στη περιοχή» και 52,4% (1.648.000) από τους «ιδιοκτήτες που διαμένουν στην περιοχή».

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2

ΑΓΟΡΑ ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΩΝ ΘΕΡΕΤΡΩΝ ΑΝΑ ΤΟ ΚΟΣΜΟ (Δεκ. 1997)

ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΔΙΩΝ		ΙΔΙΟΚΤΗΤΕΣ ΠΟΥ ΚΑΤΕΧΟΥΝ		ΙΔΙΟΚΤΗΤΕΣ ΠΟΥ ΔΙΑΜΕΝΟΥΝ ΕΝΤΕΡΗ ΠΕΡΙΟΧΗ		
ΠΕΡΙΟΧΗ	ΝΟΥΜΕΡΟ	% ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ	ΝΟΥΜΕΡΟ	% ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ	ΝΟΥΜΕΡΟ	% ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ
Η.Π.Α	1.546	37,3	1.538.000	48,9	1.648.000	52,4
ΕΥΡΩΠΗ	1.233	29,7	658.000	20,9	669.000	21,6
ΜΕΣΙΚΟ	291	7,0	319.000	10,1	172.000	5,5
Ν. ΑΜΕΡΙΚΗ	231	5,6	104.000	3,3	138.000	4,4
ΚΑΡΑΙΒΙΚΗ	202	4,9	139.000	4,4	9.000	0,3
Ν. Α ΑΣΙΑ						
Ν. ΑΦΡΙΚΗ	142	3,4	161.000	5,1	162.000	5,2
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	117	2,8	84.000	2,7	84.000	2,7
ΚΑΝΑΔΑΣ	93	2,2	57.000	1,8	127.000	4,0
ΙΑΠΩΝΙΑ	160	3,9	39.000	1,2	82.000	2,7
ΑΛΛΟΥ	130	3,1	45.000	1,4	53.000	1,7
ΣΥΝΟΛΟ	4.145	100	3.144.000	100	3.144.000	100

ΠΗΓΗ: Ragatz associates. 1998

Η δεύτερη πιο επικρατέστερη περιοχή για χρονομέρισμα στην Ευρώπη, συμπεριλαμβάνει το 29,7% των θερέτρων, 20,9% των ιδιοκτητών που επενδύουν στην περιοχή και 21,6% των ιδιοκτητών που διαμένουν στην περιοχή. Συλλεκτικά, τα Ηνωμένα Έθνη και η Ευρώπη περιέχουν 67,0% των θερέτρων, 69,8% των ιδιοκτητών που επενδύουν στην περιοχή και 74,0% των ιδιοκτητών που διαμένουν στην περιοχή. Τέτοια μοιράσματα φαινομενικά συγγενεύουν με το μέγεθος του πληθυσμού, συνολικό εθνικό προϊόν και εισόδημα ιδιοκτήτη.



Μερικές περιοχές στον κόσμο έχουν ακριβώς τον ίδιο αριθμό χρονομεριστικών ιδιοκτητών που επενδύουν στην περιοχή και μένουν στην περιοχή. Αυτή είναι η αλήθεια για τα Ηνωμένα Έθνη, Ευρώπη, Νότια Αφρική, Αυστραλία, Ιαπωνία, Νοτιοανατολική Ασία και Νότια Αμερική. Αυτές οι περιοχές είναι περισσότερο ή λιγότερο απομονωμένες, ως εκ τούτου χρήζουν περισσότερης συνεισφοράς και απαιτούν προϋποθέσεις. Απ' την άλλη μεριά, αυτή η κατάσταση είναι λίγο διαφορετική στο Μεξικό, την Καραϊβική και Καναδά.

### **2.3 Χρονομίθωση σε ευρωπαϊκά πλαίσια**

Ανεξάρτητα από την εναντίωση του κοινού και τις τεχνικές των επιχειρηματικών πωλήσεων σε μερικές αγορές, το χρονομερίσμα συνεχίζει να αναπτύσσεται γρήγορα από την αγορά του ταξιδιού. Μέχρι το τέλος του αιώνα, ανεξάρτητες προβλέψεις προτείνουν ότι 1,5 εκατομμύριο χρονομεριστικών ιδιοκτητών θα υπάρχουν στην Ευρώπη. Η διαδρομή των χρονομεριστικών διακοπών μπορεί να αναλογεί με 15-20% για το πακέτο διακοπών μέχρι εκείνη τη μέρα. Αυτό είναι καθαρά ένα μερίδιο της ευρωπαϊκής αγοράς το οποίο δεν μπορεί ν' αγνοηθεί.

Η μεγαλύτερη ανάπτυξη της χρονομεριστικής ιδιοκτησίας στην Ευρώπη και η πλατιά συνεισφορά, και οι δύο όροι της τοποθεσίας θερέτρου και τοποθεσία διαμονής των ιδιοκτητών απεικονίζεται στον πιν. 2.3.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.3

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ (1990-1997)

	ΟΥΝ ΟΙ ΙΔΙΟΚΤΗΤΕΣ				ΟΥ ΚΑΤΕΧΟΥΝ ΟΙ ΙΔΙΟΚΤΗΤΕΣ				ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΑ ΘΕΡΕΤΡΑ			
	- % ΑΛΛΑΓΗ		ΝΟΥΜΕΡΑ - % ΑΛΛΑΓΗ		- % ΑΛΛΑΓΗ		ΝΟΥΜΕΡΑ - % ΑΛΛΑΓΗ		- % ΑΛΛΑΓΗ		ΝΟΥΜΕΡΑ - % ΑΛΛΑΓΗ	
	1990	1994	1997	90/97	1990	1994	1997	90/97	1990	1994	1997	90/97
	120	220	306	155,0	35	50	63	80,0	60	85	115	91,7
	50	60	94	88,0	45	55	60	33,3	50	84	143	186,0
	30	40	87	190,0	30	40	72	140,0	60	75	152	153,3
ΜΑΝΙΑ	40	70	165	312,5	20	30	86	330,0	50	87	122	144,0
Α												
ΒΙΑ	20	40	58	190,0	15	20	23	53,3	30	45	60	100,0
	1	3	51	500,0	107	200	327	205,6	110	213	407	270,0
ΙΑ	2	15	29	1300,0	10	50	75	650,0	30	78	118	293,0
	1	3	72	6600,0	5	19	67	1240,0	15	53	131	773,3
	267	460	880	223,2	267	464	774	189,9	405	722	1255	209,9

ΠΗΓΗ: Ragatz associates.1998

Ένας αριθμός στοιχείων φαίνεται στον πίνακα 2.3.

- Υπήρχαν 1.255 χρονομεριστικά θέρετρα το 1997 στην Ευρώπη 209,9% περισσότερα απ' ό τι το 1990 (405).
- Περίπου 880.000 ευρωπαίοι ιδιοκτήτες κατείχαν ένα χρονομέρισμα το 1997, 223,2% περισσότερο από το 1990.
- Τα Ηνωμένα Βασίλεια εξουσιάζουν ακόμη στα νούμερα πωλήσεων.

- Οι πωλήσεις στις σκανδιναβικές αγορές έχουν δείξει αξιόλογες αυξήσεις (ιδιαίτερα την περίοδο 1990 μέχρι 1997) όπως έχουν αποκαλύψει οι έμποροι στην Ισπανία και Πορτογαλία, έχουν αυξηθεί οι ευκαιρίες.

Όπως είναι αναμενόμενο, η αύξηση στα χρονομεριστικά θέρετρα είναι μεγαλύτερη στην Ισπανία και Πορτογαλία, οι παραδοσιακές τουριστικές αποστάσεις για τους βόρειους ευρωπαίους. Παρ' όλα αυτά, υπάρχει σημαντική ανάπτυξη στα θέρετρα στα Ηνωμένα Βασίλεια, Γαλλία, Ιταλία και Γερμανία.

Μέχρι τώρα, η πλειοψηφία των χρονομεριστικών μεσοδιαστημάτων στην Ευρώπη έχει πουληθεί σε ιδιοκτήτες που κατοικούν στη χώρα, στην οποία υπάγονται τα θέρετρα. Αυτή η αναλογία είναι πάνω από 90% στο Βέλγιο, Φινλανδία, Γερμανία, Ελλάδα και Ιταλία. Ενώ είναι λιγότερο από το 20% στην Αυστρία, Κύπρο, Μάλτα, Πορτογαλία, Ισπανία και Ελβετία.

Οι περισσότεροι ιδιοκτήτες που διαμένουν στην Ευρώπη έχουν αγοράσει στη δική τους χώρα. Ενώ πολλοί ιδιοκτήτες στο Βέλγιο, Δανία, Γαλλία, Γερμανία, Ουγγαρία, Ολλανδία, Νορβηγία, Σουηδία και Ελβετία έχουν αγοράσει στα Κανάρια νησιά απ' ότι έχουν αγοράσει στη δική τους χώρα.

Σκάρτα το 0,9% όλου του εισοδήματος - εκλέξιμων ιδιοκτητών στην Ευρώπη με χρονομεριστικό θέρετρο. Αυτό το όριο της υπάρχουσας διείσδυσης είναι κυρίως υψηλό στην Πορτογαλία 3,9% και στα Ηνωμένα Βασίλεια 3,0%. Άλλες χώρες με όριο 1,0% ή υψηλότερο είναι η Φινλανδία (1,5), Ελλάδα (1,3), Λουξεμβούργο (1,3), Ιταλία

(1,0) και Ισπανία (1,0). Σε σύγκριση αυτό το όριο είναι περίπου 3,0% στα Ηνωμένα Έθνη (Ragatz Associates, 1996).

Ενώ η πλειοψηφία των χρονομεριστικών ιδιοκτητών είναι μέλη ενός από τους μεγαλύτερους οργανισμούς ανταλλαγής, υπάρχουν σημαντικά μέλη ιδιοκτητών στη Γαλλία, Ιταλία, Τουρκία και Σκανδιναβία που, για ιστορικούς λόγους, έχουν γίνει μέλη ενός οργανισμού ανταλλαγής. Επιπλέον, υπάρχουν μερικές χρονομεριστικές εταιρείες (αξιοσημείωτη η ελβετική Harimag με 110.000 ιδιοκτήτες και η Αγγλική Holiday Property Bond, με 20.000 ιδιοκτήτες) που δεν έχουν αναλυθεί από τις έρευνες του Ragatz Associates. Αυτός είναι ο λόγος γιατί η λεπτομερής ανάλυση του Ragatz από τα στοιχεία εταιρείας ανταλλαγής φτάνει στους 665.000 ιδιοκτήτες που κατέχουν χρονομέρισμα. Σ' αυτό το σύνολο πρέπει να προστεθούν οι 215.000 ιδιοκτήτες που δεν έχουν «υπολογιστεί».

Για την ακριβή καταμέτρηση αυτής της αγοράς είναι σημαντικό να θυμόμαστε αυτό, κατά προσέγγιση, σε κάθε ιδιοκτήτη αναλογούν διακοπές με 3,5 άνθρωποι.

Συμπεραίνουμε ότι πάνω από 3 εκατομμύρια ευρωπαίοι χρησιμοποίησαν την ιδιοκτησία του χρονομερισματός τους για να κάνουν διακοπές το 1997, συγκρίνοντας το ποσοστό του 1990, που ήταν λιγότερο από 1 εκατ. (Haylock, 1995).

Παρά τη φοβερή πρόσφατη αύξηση της βιομηχανίας του χρονομεριστικού θερέτρου στην Ευρώπη, η εγδεχόμενη σταθερή αγορά είναι μεγάλη.



#### 2.4 Οι ευρωπαϊκοί κανονισμοί για τη χρονομίσθωση

Η συνεχιζόμενη ανάπτυξη της χρονομεριστικής βιομηχανίας στην Ευρώπη, έχει λάβει μέρος παρά τα συνεχιζόμενα προβλήματα της εικόνας και της αντίληψης του αριθμού του χρονομερίσματος στην αγορά. Η βιομηχανία στην Ευρώπη αποτελείται από μικρούς πωλητές των θερέτρων και ειδήμονες του marketing που είναι ουσιαστικά επιχειρηματίες. Ο τυπικός χρονομεριστικός αγοραστής συνδέεται με τη διακριτική δαπάνη μερικών χιλιάδων δολαρίων και λίγοι πιθανοί αγοραστής πείθονται εύκολα να πάρουν απόφαση για χρονομεριστική αγορά. Σαν αποτέλεσμα, οι εταιρείες πώλησης χρησιμοποιούν σκληρές μεθόδους για να <<πείσουν>> τους αγοραστής.

Τ' αθροιστικά αποτελέσματα όλης αυτής της σκληρής πώλησης ήταν να «έρθει» το χρονομέρισμα στην αντίληψη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΥ) στις Βρυξέλλες. Η πιθανότητα της εισαγωγής του χρονομερίσματος στην κυβέρνηση ανακοινώθηκε το 1987, όταν επιθετικές τεχνικές πώλησης στα Κανάρια νησιά, το Κόστα Ντελ Σολ και το Αλγκρέιβ είχαν περισσότερη δημοσιότητα από τα Ηνωμένα Βασίλεια, Βενεζουέλα και Γερμανία.

Η ευρωπαϊκή χρονομεριστική βιομηχανία αντέδρασε πολύ αργά στο φόβο της νομοθεσίας των Ην. Βασ., περισσότερο επειδή πολύ λίγοι σύλλογοι εμπορίου ιδρύθηκαν για να προστατέψουν τα ενδιαφέροντα της βιομηχανίας. Το 1987, υπήρχαν μόνο δύο διεθνείς σύλλογοι στα Ην. Βασ. και την Πορτογαλία (Haylock, 1995).

Οι δύο μεγάλοι οργανισμοί ανταλλαγής RCI και II συνεργάστηκαν για να ενθαρρύνουν τις πρακτικές του χρονομερίσματος στην

αγορά. Αυτοί οι σύλλογοι συναντήθηκαν στις Βρυξέλλες το 1991 για να φτιάξουν την Ευρωπαϊκή Χρονομεριστική Ομοσπονδία (ETF) της οποίας η πρωταρχική λειτουργία είναι να αντιπροσωπεύσουν τη βιομηχανία στις αρχές των Ην. Βασ., καθώς εργάστηκαν στην ανάπτυξη της χρονομεριστικής καθοδήγησης.

Ένας οδηγός των Ηνωμένων Βασιλείων λειτούργησε τον Οκτώβριο του 1994, ο οποίος απαιτεί μέλη της κυβέρνησης να εισάγουν ειδική νομοθεσία μέχρι τον Απρίλη 1997 που να αφορά ειδικά θέματα της χρονομεριστικής πώλησης.

Ουσιαστικά, τα χρονομεριστικά συμβόλαια να συμπεριλαμβάνουν μια περίοδο υπαναχώρησης δέκα ημερών, κατά την οποία ο αγοραστής μπορεί ν' ακυρώσει το συμβόλαιο, χωρίς πρόστιμο. Επίσης, υπάρχει απαγόρευση στη συλλογή των εκ των προτέρων πληρωμών κατά τη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης. Χωρίς αμφιβολία μια μεγάλη προσπάθεια θα καταβληθεί για τη νόμιμη ερμηνεία της προκαταβολής, ώστε να ενσωματωθεί στο διεθνή κανονισμό. Νομικοί πραγματογνώμονες και ευφυείς του marketing θα χρησιμοποιηθούν για να ελαχιστοποιήσουν την ενδεχόμενη καταστροφή από προωθήσεις υψηλών πωλήσεων (Haylock, 1995).

Ο οδηγός δεν επιδιώκει να επηρεάσει τη μέθοδο των πωλήσεων, ούτε φαίνεται να προβάλλει καταναλωτική προστασία του προϊόντος. Φαίνεται απλά να κατευνάζει τις χειρότερες υπερβολές της σκληρής πώλησης δίνοντας στον καταναλωτή το δικαίωμα ν' αλλάξει τη γνώμη του χωρίς οικονομικό πρόστιμο.

Κυβερνητικά μέλη προετοιμάζουν λεπτομερή νομοθεσία της αρμοδιότητάς τους, και μπορούν οι κυβερνήσεις προσωπικά να εισάγουν σκληρότερη νομοθεσία από το να επικαλεσθούν τον οδηγό. Ο ETF, αντιπροσωπεύει τώρα την ευρωπαϊκή βιομηχανία, η οποία θα εστιάζει την προσοχή της στην πρόοδο κάθε χώρας και να προβάλλει βοήθεια σε κάθε διεθνή σύλλογο που επηρεάζει τα έξοδα της αγοράς τους.

Δεν είναι ακόμα εμφανές το αποτέλεσμα της ευρωπαϊκής νομοθεσίας που έχει στη βιομηχανία. Τα Ην. Βασ. μπορεί να έχουν στοιχεία. Το 1992, αποτέλεσμα κάποιου μπαράζ κακής δημοσιότητας από τα ΜΜΕ (media), τα Ην. Βασ. συμφώνησαν να εισάγουν ένα ειδικό νόμο χρονομερίσματος ο οποίος αποτελείται από 14-μέρες υπανάχωρησης. Ενώ αυτό αναφερόταν μόνο στις πωλήσεις των Ην. Βασ. είχε ένα δραματικό αποτέλεσμα στις πωλήσεις και στον αριθμό πωλήσεων εταιρειών. Τα Ην. Βασ. έκλεισαν τις πόρτες στα χρονομερίσματα. Πήρε λίγο καιρό για τις χρονομεριστικές εταιρείες να υιοθετήσουν τις πρακτικές αγορών και να συμβιβαστούν με τα καινούργια δικαιώματα του καταναλωτή, να σκεφτεί αν θα αγοράσει σε 14 μέρες.

Οι εταιρείες χρονομερίσματος στα Ην. Βασ. αναρρώνουν ακόμα από τη νομοθεσία και τις πωλήσεις, οι οποίες δεν έχουν ξαναγυρίσει στα όρια της προνομοθεσίας (Haylock, 1995).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΣΤΗΝ

### ΕΛΛΑΔΑ

#### 3.1 Η εισαγωγή του θεσμού της χρονομίσθωσης στην Ελλάδα

Το χρονομέρισμα στην Ελλάδα πρωτοεμφανίστηκε το 1985, με το θέρετρο του Πόρτο Υδρα που βρίσκεται στην Πελοπόννησο. Το Πόρτο Υδρα άρχισε πειραματικά εκείνη τη στιγμή να πουλά, μέρος από τα διαμερίσματά του σαν χρονομέρισμα, βασικά στους βρετανούς παραθεριστές. Αμέσως μετά το 1986, ένα νομικό πλαίσιο με αναφορά στον νόμο 1652/86 αναφέρθηκε στο χρονομέρισμα στην Ελλάδα. Ενώ μέχρι εκείνη τη στιγμή έστω και ιδέα του χρονομερίσματος στην Ελλάδα δεν ευδοκίμησε.

Ο κύριος λόγος για την αύξηση της βιομηχανίας ήταν η ίδρυση των ελληνικών γραφείων των RCI και II στην Αθήνα. Ο κύριος σκοπός των δύο γραφείων, ήταν να προβάλουν μια ποικιλία υπηρεσιών στα χρονομεριστικά θέρετρα και τους καταναλωτές, καθώς επίσης και να οργανώσουν, σύμφωνα με τη διεθνή εμπειρία, τη παραπέρα ανάπτυξη της χρονομεριστικής βιομηχανίας στην Ελλάδα. Τα επόμενα χρόνια ένας αριθμός εταιρειών marketing and promotion εμφανίστη-



κε για να πουλήσει χρονομεριστικά μεσοδιαστήματα, αρχικά στα ελληνικά χρονομεριστικά θέρετρα. Ενώ παράπονα από καταναλωτές για σκληρή τεχνική πώλησης και ασαφείς πληροφορίες της ιδέας, έφτασαν στ' αυτιά του Ελληνικού οργανισμού τουρισμού (Ε.Ο.Τ.). Σαν αποτέλεσμα ο Ε.Ο.Τ., δημοσίευσε μια εντολή, για να κεντράρει τις εταιρείες marketing και περισσότερο μέχρι το τέλος του 1996, η Ελλάδα να ακολουθήσει την εντολή που δημοσιεύτηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση τον Οκτώβριο του 1994.

Από το 1991 το χρονομέρισμα στην Ελλάδα έχει μια φοβερή ανάκαμψη σε σχέση θερέτρων με τους χρονομεριστικούς ιδιοκτήτες. Σήμερα ένας αριθμός 32 χρονομεριστικών θερέτρων είναι πλατιά διαδεδομένοι στην Ελλάδα και περίπου 9.500 έλληνες ιδιοκτήτες έχουν ένα χρονομέρισμα.

Παρά τα προβλήματα της εικόνας και της δημόσιας διείσδυσης των χρονομεριστικών διακοπών, η βιομηχανία έχει αρχίσει την άκαμπτη αύξηση στην Ελλάδα και τώρα συνιστάται ένα μεγάλο κομμάτι του ελληνικού τουρισμού το οποίο δεν μπορεί να αγνοηθεί.

### **3.2 Η ανάπτυξη της ελληνικής χρονομεριστικής βιομηχανίας**

Όπως σημειώθηκε πριν χρονομεριστικά θέρετρα στην Ελλάδα υπάρχουν από το 1985. Η ελληνική χρονομεριστική βιομηχανία έχει εξαπλωθεί αργά, ειδικά ανάμεσα 1990 και 1996. Το 1990 μόνο 8 χρονομεριστικά θέρετρα υπήρχαν στην Ελλάδα και 419 ιδιοκτήτες αγόρασαν ένα χρονομεριστικό μεσοδιάστημα (πιν. 3.1).

Τα τελευταία 5 χρόνια, το χρονομεριστικό θέρετρο έχει γίνει ένα από τα πιο γρήγορα εξαπλώμενα τεμάχια του ελληνικού τουρισμού. Η εξαπλωση της ελληνικής χρονομεριστικής βιομηχανίας κατά τη διάρκεια των τελευταίων 5 χρόνων παρουσιάζεται στον πιν. 3.1.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1**

**ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ  
(1990-1996)**

<b>ΕΤΟΣ</b>	<b>ΑΡΙΘΜΟΣ ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΩΝ ΘΕΡΕΤΡΩΝ</b>	<b>ΑΡΙΘΜΟΣ ΙΔΙΟΚΤΗΤΩΝ</b>
<b>1990</b>	8	419
<b>1991</b>	9	920
<b>1992</b>	12	1.875
<b>1993</b>	13	3.325
<b>1994</b>	21	4.855
<b>1995</b>	28	7.643
<b>1996</b>	32	9.125

ΠΗΓΗ: R.C.I. 1996

Όπως φαίνεται στον πίν. 3.1 από το 1991 η ανάπτυξη της ελληνικής χρονομεριστικής βιομηχανίας έχει γίνει τεράστια. Κατά τη διάρκεια της πενταετούς περιόδου ο αριθμός των νέων ιδιοκτητών χρονομερισμάτων αυξήθηκε από 1.875 σε 9.125, αύξηση περίπου 386%, χρονική αύξηση 77,2%. Ο αριθμός των καινούργιων χρονομεριστικών θερέτρων αυξήθηκε από 12 σε 32, αύξηση 166%, χρονική αύξηση 33,2%.

Η μεγαλύτερη ετήσια απόλυτη και συγγενική αύξηση με στοιχεία καινούργιων θερέτρων υποδείχθηκε το 1994 όταν 8 καινούργια θέρετρα εισέβαλαν στη χρονομεριστική βιομηχανία, μετρώντας 61,5% περισσότερο από το 1993. Απ' την άλλη μεριά η μικρότερη ανάπτυξη ήταν το 1991 και 1993, όπου κανένα καινούργιο θέρετρο δεν είχε εισαχθεί εκείνο το χρόνο, στο χρονομεριστικό θέρετρο της βιομηχανίας.

Μέσα στα πλαίσια των καινούργιων ιδιοκτητών που διαμένουν στην Ελλάδα, σημαντική ανάπτυξη συνέβη το 1995 με 2608 καινούργιους ιδιοκτήτες, όπου η μικρότερη ανάπτυξη ήταν το 1991 με μόνο 501 καινούργιους ιδιοκτήτες. Ενώ το 1991 η μεγαλύτερη ετήσια αύξηση, με 119% περισσότερους καινούργιους ιδιοκτήτες παρατηρήθηκε το 1990.

Είναι αξιοσημείωτο ότι ανάμεσα στις μεγαλύτερες χώρες του κόσμου μεταξύ 1992 και 1994, η Ελλάδα ήταν 4<sup>η</sup> στην αύξηση ιδιοκτητών που είχαν ιδιοκτησία στην περιοχή και 3<sup>η</sup> στον κόσμο, στους καινούργιους ιδιοκτήτες που διέμεναν στην περιοχή.

Υπάρχουν 32 χρονομεριστικά θέρετρα στην Ελλάδα τα οποία συνεταιρίστηκαν με τις δύο μεγαλύτερες εταιρείες ανταλλαγής και είναι ενεργά στις πωλήσεις. Αυτά τα θέρετρα συμπεριλαμβάνουν έναν αριθμό 3.264 κρεβατιών, που αντιστοιχούν 100 κρεβάτια για κάθε θέρετρο (πιν. 3.2).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΩΝ ΘΕΡΕΤΡΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ  
(1991-1998)

ΕΤΟΣ ΕΝΤΑΞΗΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΙΝΟΥΡΓΙΩΝ ΘΕΡΕΤΡΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΡΕΒΑΤΙΩΝ ΠΟΥ ΕΝΤΑΧΘΗΚΑΝ
1991	3	831
1992	5	536
1993	1	167
1994	3	360
1995	1	65
1996	8	687
1997	7	369
1998	4	249
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>32</b>	<b>3.264</b>

ΠΗΓΗ:Καλι 1998

Έντεκα θέρετρα περιλαμβάνουν παραπάνω από 100 κρεβάτια (3 απ' αυτά συμπεριλαμβάνουν παραπάνω από 200 κρεβάτια) ενώ άλλα 21 περιλαμβάνουν λιγότερα από 100 κρεβάτια.

Από το 1996 ο αριθμός των καινούργιων θερέτρων που εισέβαλαν στην αγορά της Ελλάδας, είναι ο μεγαλύτερος συγκριτικά από το 1991 ως το 1996. Ενώ ο αριθμός των κρεβατιών μεγάλωνε, ήταν 1.959 ανάμεσα το 1991 και 1996 και μόνο 1.305 από το 1996 και μετά. Οπότε μπορεί να παρατηρηθεί ότι ο αριθμός των θερέτρων μεγαλώνει, ενώ ο αριθμός των κρεβατιών μειώνεται. Μπορεί συνεπώς να δηλωθεί, ότι η πρόσφατη κατεύθυνση της ελληνικής χρονομεριστικής βιομηχανίας, είναι ότι πολλές καινούργιες εμφανίσεις εισβάλουν



αβάλουν στη χρονομεριστική αγορά, ενώ αυτές οι εμφανίσεις δεν αξίζουν μεγάλο αριθμό λειτουργίας του χρονομερίσματος.

### **3.3 Νομοθετικά πλαίσια της χρονομεριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα**

Η χρονομεριστική βιομηχανία παρουσιάστηκε στην Ελλάδα το 1986 με την πρόβλεψη του νόμου 1652/86. Η εκμίσθωση χρονομεριστικών συμφωνιών και κανονισμών για συγγενικά θέματα πρωτοανακοινώθηκε στο κυβερνητικό συμβούλιο Νο 167/A 86 και περισσότερο κάτω από την §2 του άρθρου 4. Η ίδρυση του παραπάνω νόμου ακολούθησε τη χρήση των διακοπών με χρονομεριστικό σύστημα στην Ελλάδα. Το χρονομέρισμα θεωρήθηκε σαν βελτιωμένη συνεισφορά των τουριστικών υπηρεσιών.

Από την εξέταση διεθνών εμπειριών, βρέθηκε ότι στις περισσότερες ευρωπαϊκές και αμερικάνικες χώρες δεν υπήρχε ειδική νομοθεσία για το χρονομέρισμα που υπάρχει. Το μεγαλύτερο μέρος των μισθωτών αναπτύχθηκε στις εταιρείες, οι οποίες μετά από πώληση ή ενοικίαση, δεν είχαν θεσμικές υποχρεώσεις, όσον αφορά την ανάπτυξη του χρονομερίσματος. Σαν αποτέλεσμα, το κύριο μέλημα του νομοθέτη ήταν να προβάλλει καινοτομίες για χρονομέρισμα μόνο σε περιοχές με άδεια διαμονής. Επίσης, άλλες αιτίες όπως η εποχιακή ζήτηση και η άνιση γεωγραφική συνεισφορά της τουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα, έχει προωθήσει την εισαγωγή της χρονομεριστικής βιομηχανίας στην Ελλάδα (Καθημερινή 1995).

Τουριστικά θέρετρα, τα οποία ανήκουν στη συμφωνία της χρονομεριστικής συμφωνίας, μπορούν να έχουν ξενοδοχειακές μονάδες και τουριστικές εγκαταστάσεις οι οποίες έχουν τις παρακάτω λειτουργικές αξίες:

- ξενοδοχεία συνηθισμένου τύπου
- επιπλωμένα διαμερίσματα για τουρίστες
- μικτοί τύποι ξενοδοχειακών θερέτρων (τουριστικά χωριά)
- βίλες για τουρίστες
- επιπλωμένα σπίτια για τουρίστες.

Τα τουριστικά θέρετρα των παραπάνω τύπων μπορούν να υποβληθούν κάτω από τις προβλέψεις του νόμου 1652/86 και κάτω από τις ακόλουθες προϋποθέσεις και όρους:

- 1) Να είναι τουλάχιστον τριών αστέρων, ανεξάρτητα από τον τύπο λειτουργίας τους.
  - 2) Να λειτουργούν σύμφωνα με αυτά που ζητούνται από το νόμο Ε.Ο.Τ. (άδεια λειτουργίας και κτιρίου).
  - 3) Το ποσοστό των κρεβατιών πρέπει να είναι ανάλογο με το χρονομεριστικό σύστημα και να μην ξεπερνά τη χωρητικότητα κρεβατιών που προαναφέρθηκε στις 2 παραπάνω παραγράφους.
- Για τα ήδη υπάρχοντα δωμάτια πάνω από το 49% της συνολικής χωρητικότητας. Για το ποσοστό που ήδη παραμένει να υφίσταται, θα συνεχιστεί να είναι υπό πίεση. Για τους σκοπούς αυτής της απόφασης «τα ήδη υπάρχοντα διαμερίσματα» είναι εκεί-

να που άρχισαν να κατασκευάζονται από την ημερομηνία θέσπισης της απόφασης.

- Για τα καινούργια διαμερίσματα, πάνω από το 70% της χωρητικότητας κρεβατιών.

Με τη συμφωνία χρονομεριστικής μίσθωσης μόνο η χωρητικότητα δωματίων η οποία σχεδιάστηκε για παραμονή μιας νύχτας - όπως δωμάτια, σουίτες, μικρά σπίτια, επιπλωμένα διαμερίσματα - μπορεί να νοικιαστούν. Χρήση κενών χώρων για ειδικές λειτουργίες - όπως σάουνα, αθλητικές δραστηριότητες, τραπεζαρία, εξαιρούνται από τη συμφωνία ενοικίασης.

Επίσης, το χρονομέρισμα μπορεί ισοδύναμα να καλύψει, γιωτς και κρουαζιέρες, δεδομένου ότι πληρούν τα προαπαιτούμενα (Scoulias, 1987:7532).

Εύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία, η κυριότητα δεν μπορεί να μοιραστεί σε πολλά μέρη ή να πουληθεί στην αιωνιότητα, παρ' όλ' αυτά οι επιχειρηματίες πρέπει να βασίσουν τις απόψεις τους «στο δικαίωμα χρήσης» του χρονομερίσματος. Αυτός ο τύπος του χρονομερίσματος δεν δίνει στον αγοραστή ένα μερίδιο ντοκουμέντο με χρηματοδότηση αλλά το δικαίωμα να χρησιμοποιήσουν ενέργεια η οποία υπάρχει για κάποιο χρονικό διάστημα. Αυτού του τύπου τα χρονομερίσματα ούτε αυξάνουν την αξία τους ούτε δίνουν οικονομικά εφόδια στους αγοραστής, ενώ η απλή ιδιοκτησία δίνει.

Αν και ο ορισμός του χρονομερίσματος παρουσιάστηκε από το πρώτο κεφάλαιο, οι διαφορετικές νομικές διαφορές που επικρατούν



από χώρα σε χώρα, συνεισφέρουν στην ανομοιογένεια. Ένας ορισμός ο οποίος εκφράζει το χρονομέρισμα μπορεί να είναι ο ακόλουθος.

Χρονομέρισμα θεωρείται η αγορά και η χρήση για διαμονή στις διακοπές για έναν προκαθορισμένο χρόνο (εβδομαδιαία πολλαπλασιαζόμενο), για κάθε χρόνο για ένα συγκεκριμένο αριθμό χρόνων. Στην Ελλάδα μια τέτοια συμφωνία ισχύει για μια περίοδο από 5 έως 60 χρόνια. Ο αγοραστής διασφαλίζει το δικαίωμα αγοράς, ενοικίασης ή χρήσης του δικαιώματος από τους κληρονόμους του. Αυτός μπορεί επίσης ν' αγοράσει διαφορετικές διαδοχικές περιόδους, ή εβδομαδιαίες περιόδους, διαφορετικές στιγμές του χρόνου. Η ελληνική νομοθεσία εξαπλώνεται στην έννοια του γιοτ και κρουαζιέρων (self-catering και διαμονή). (Anonymus 1993, νόμος 1652/86).

Το Μάιο του 1995, μια άλλη σημαντική απόφαση για το μέλλον της βιομηχανίας πάρθηκε από τον Ε.Ο.Τ., για να κεντράρει τη λειτουργία του χρονομεριστικού μάρκετινγκ στις ελληνικές εταιρείες. Από το Φεβρουάριο του 1986 οποιοσδήποτε πουλά χρονομέρισμα, δεν έχει σημασία που βρέθηκε το διαμέρισμα, πρέπει να ταιριάζει στα κριτήρια όμοια μ' εκείνα του ελληνικού τουριστικού γραφείου. Όμοια κάθε πωλητής χρονομερίσματος, ή promoter πρέπει να έχει ένα γραφείο, έναν διευθυντή και πρέπει να προμηθεύεται από τον Ε.Ο.Τ. το εγκεκριμένο έμβλημα. Ιδιώτες ή εταιρείες που πουλούν χρονομέρισμα χωρίς να έχουν το έμβλημα ρισκάρουν ένα πρόστιμο των 5.000.000δρχ. Αυτή η απόφαση πάρθηκε, μετά από παράπονα από έναν αριθμό ουσιαστικών αγοραστών για σκληρές μεθόδους πώλησης και ασαφείς πληροφορίες που δόθηκαν για τη γενική ιδέα του χρο-



νομερίσματος. Μέχρι την προσαρμογή της απόφασης δύο εταιρείες μάρκετινγκ έκλεισαν καθώς φάνηκε να λείπουν τ' απαιτούμενα.

Όπως αναφέρθηκε πριν, στο κεφ. 2, μια Ευρωπαϊκή εντολή συστάθηκε τον Οκτώβριο του 1994 η οποία απαιτεί οι κυβερνήσεις να εισάγουν ειδικό κανονισμό μέχρι τον Απρίλιο του 1997 για να κυβερνούνται ειδικά θέματα της χρονομεριστικής βιομηχανίας. Ο έλληνας υπουργός τουρισμού Ν. Σιφουνάκης έλαβε μέρος στην 3<sup>η</sup> ελληνική συνέλευση της RCI, η οποία αποφάνθηκε μέχρι το τέλος του 1996 «η ελληνική κυβέρνηση ν' ακολουθήσει αυτή την κατεύθυνση για να δείξει ένα νόμιμο πλαίσιο, για περαιτέρω ανάπτυξη της ελληνικής χρονομεριστικής βιομηχανίας (Anonymous, 1995).

Σύμφωνα με τον κύριο Π. Τσουκαλά, γενικό γραμματέα του Ελληνικού χρονομεριστικού συλλόγου, η Ελλάδα ενδιαφέρεται να είναι μέσα στις πρώτες χώρες στα θέματα του οργανισμού και αυτοκανονισμού της ιδιοκτησίας διακοπών.

Συμπεραίνουμε ότι, οι στόχοι της χρονομεριστικής έννοιας στην Ελλάδα, οι οποίοι έχουν προστατευθεί κάτω από τις ήδη νόμιμες εργασίες, ήταν οι ακόλουθες:

- Τα εφόδια μιας καινούργιας τουριστικής ζήτησης, η οποία ήταν ήδη διαθέσιμη από τους μεσογειακούς ανταγωνιστές.
- Η συμπαγής ποσότητα του ξένου συναλλάγματος χωρίς δυσαναλογίες - διαρροές (συσχέτιση του χρονομεριστικού λήζιγκ με ξενοδοχειακά δωμάτια και ενοικιαζόμενες τιμές).
- Τα εργαλεία της εποχιακής ζήτησης.

- Η βελτίωση της άνισης εξάπλωσης της τουριστικής δραστηριότητας στο χώρο.
- Η εξάπλωση της τουριστικής ζήτησης , κάτω από τη λογική, να ελκύει μεσαίου και υψηλού εισοδήματος τουρίστες.
- Η δημιουργία καινούργιων εργασιών, και διασφάλιση της ήδη υπάρχουσας εργασίας.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### ΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ ΧΡΟΝΟΜΙΣΘΩΤΕΣ

#### *Εισαγωγή*

Η χρονομεριστική βιομηχανία στην Ελλάδα έχει μια τεράστια αύξηση κατά τη διάρκεια των τελευταίων 5 χρόνων. Ο αριθμός της αγοράς αυξάνεται συνεχώς και το χρονομέρισμα έχει γίνει ένα σημαντικό τεμάχιο της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας. Η έννοια του χρονομερίσματος στην Ελλάδα, έχει περάσει το εμβρυακό στάδιο και έχει γίνει ισχυρό συστατικό της τουριστικής βιομηχανίας. Παρ' όλ' αυτά είναι σημαντικό για το σκοπό αυτής της μελέτης, ν' αναλυθούν τα χαρακτηριστικά των ελλήνων καταναλωτών από τη στιγμή που οι επιχειρηματίες της χρονομερισματικής βιομηχανίας βασίζονται σ' αυτά για να στοχεύσουν αποτελεσματικά. Επιπλέον, μια πρόβλεψη του υπάρχων χρονομεριστικού μεσοδιαστήματος και τιμών μπορούν να διαγράψουν τη βασική γραμμή του τύπου του οποίου οι επιχειρηματίες έχουν εκτιμήσει τα θέρετρό τους. Τέλος, οι ειδικές πληροφορίες, αξιοποιούν τα ικανοποιητικά επίπεδα του χρονομεριστικού προϊόντος και υπηρεσιών, και είναι χρήσιμες στους ε-

πιχειρηματίες, έμπορους και εταιρείες ανταλλαγών για να βελτιώσουν τις υπηρεσίες προς τους καταναλωτές του χρονομερίσματος.

#### **4.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά**

Ο πυρήνας των παρακάτω πληροφοριών βγαίνει από συνεντεύξεις ελλήνων ειδικών στην χρονομίσθωση, όπως έχουν συλλεχθεί από άρθρα και εφημερίδες στην Ελλάδα.

##### **4.1.1 Ηλικία και φύλο των ελλήνων ιδιοκτητών**

Ανάμεσα στους 8.125 έλληνες ιδιοκτήτες που είναι μέλη της RCI 4.469 από αυτούς είναι άνδρες (55%) και 3.656 είναι γυναίκες (45%).

Ο μέσος όρος ηλικίας των ελλήνων ιδιοκτητών χρονομερίσματος είναι 38 ετών, ενώ για τον υπόλοιπο κόσμο είναι 45 χρόνων. Το 70% των ελλήνων ιδιοκτητών χρονομερίσματος είναι λιγότερο από 44 ετών. Το 27% όλων των ελλήνων ιδιοκτητών είναι μεταξύ 18-34 και το άλλο 43% είναι μεταξύ 33-44. Μεταξύ 45-54 ετών, το 24% των ελλήνων ιδιοκτητών, όπου μόνο 6% είναι περισσότερο από 55 χρόνων (Γράφημα β).

##### **4.1.2 Τύπος ιδιοκτησίας**

Η απέραντη πλειοψηφία, 85% των ιδιοκτητών χρονομερίσματος είναι μέρος ενός ζεύγους το οποίο είναι πολύ κοντά στην αγγλική πραγματικότητα (86,5%). Μερικά 70% από εκείνα τα ζεύγη έχουν παιδιά (κάτω των 18) που μένουν στο σπίτι, όπου το άλλο 30% δεν

έχει παιδιά κάτω των 18. Σύμφωνα με αρκετές απόψεις, ιδιοκτήτες με παιδιά τείνουν να νοικιάζουν χρονομεριστικά μεσοδιαστήματα σε μεγαλύτερα σπίτια.

#### **4.1.3 Επίπεδα εκπαίδευσης, εργασία - κοινωνικό καθεστώς**

Τα επίπεδα εκπαίδευσης των ελλήνων ιδιοκτητών χρονομερίσματος είναι υψηλά. 59% των ιδιοκτητών έχουν πτυχίο και μόνο το 0,8% δεν έχουν ούτε απολυτήριο γυμνασίου. 84% των ελλήνων ιδιοκτητών δουλεύουν φουλ ή παρτ τάιμ (μερική απασχόληση), ένα 11% δεν εργάζεται καθόλου και μόνο 5% των ιδιοκτητών είναι συνταξιούχοι (Γράφημα β). Η μεγάλη πλειοψηφία των ελλήνων ιδιοκτητών χρονομερίσματος ανήκουν στο γκρουπ «white collar» (78%), όπου το άλλο 22% ανήκει στο γκρουπ «blue collar».

#### **4.1.4 Τοποθεσία διαμονής**

Η μεγάλη πλειοψηφία των ελλήνων ιδιοκτητών χρονομερίσματος μένουν στην περιοχή της Αθήνας. Ειδικότερα το 74% των ιδιοκτητών μένουν στην Αθήνα και το 26% είναι διαλυμένο γύρω στην Ελλάδα. Ο λόγος είναι ότι η ανάπτυξη του χρονομερίσματος στην Ελλάδα άρχισε στην Αθήνα. Ενώ, στο παρόν αυτή η κατάσταση έχει αλλάξει, επειδή πολλές από τις εταιρείες εμπορίου έχουν μετακομίσει τις λειτουργίες τους σε άλλες πόλεις εκτός Αθήνας.



#### **4.1.5 Εισόδημα ιδιοκτητών**

Το ετήσιο εισόδημα για όλους τους έλληνες ιδιοκτήτες χρονομερίσματος καλύπτει ποσά από 3.500.000 ως 10.000.000. Επίσης το μεγαλύτερο ετήσιο εισόδημα που παρουσιάζεται από τους έλληνες ιδιοκτήτες είναι 4.800.000. Οι ιδιοκτήτες που είναι στο Μιραμπέλλο (χωριό της Κρήτης) και στην Ακτή Γκόβινο (στην Κέρκυρα), ανέφεραν το μεγαλύτερο ετήσιο εισόδημα σε 5.800.000, όταν εκείνοι που έχουν ιδιοκτησία στο λιμάνι του Ρίο στην Πάτρα ανέφεραν το λιγότερο εισόδημα 3,150.000.

#### **4.2 Χαρακτηριστικά ιδιοκτησίας**

Στην Ελλάδα, λεπτομερείς πληροφορίες που αναφέρονται στα χαρακτηριστικά ιδιοκτησίας σχετικά με το καθένα από τα 32 θέρετρα δεν υπάρχουν. Ενώ η RCI στην Ελλάδα, της οποίας τα μέλη είναι 90% των ελλήνων ιδιοκτητών χρονομερίσματος, έχει κάνει μια αναφορά, στην οποία παρουσιάστηκαν οι χώρες των οποίων τα μέλη της RCI έχουν αγοράσει το χρονομεριστικό τους μεσοδιάστημα. Η πλειοψηφία των μελών της RCI της Ελλάδας (9.192) έχουν αγοράσει ένα μεσοδιάστημα στην Ελλάδα, με την επόμενη δεσπόζουσα περιοχή να είναι η Ισπανία με 851 ιδιοκτήτες (πιν. 4.1). Η υπεροχή των ελληνικών θερέτρων στις προτιμήσεις των μελών είναι αναμενόμενη, εφόσον μόνο ένας μικρός αριθμός ελλήνων μπορεί να ταξιδεύει στο εξωτερικό με την οικογένειά του μια φορά το χρόνο. Επίσης, επειδή το χρονομέρισμα είναι μια καινούργια ιδέα στην Ελλάδα, οι ιδιοκτήτες προτίμησαν ν' αγοράσουν ένα διαμέρισμα μέσα στα όρια

της Ελλάδας για να ελέγχουν καλύτερα την ιδιοκτησία τους. Η Ισπανία είναι η δεύτερη χώρα στις προτιμήσεις, σαν αποτέλεσμα των χαμηλών τιμών των μεσοδιαστημάτων και της σκληρής δουλειάς των εταιρειών μάρκετινγκ για ν' αυξήσουν τις πωλήσεις. Επόμενες χώρες στις προτιμήσεις των ελληνικών μελών της RCI είναι Πορτογαλία (158), USA (27) και Αίγυπτος (23) (πιν. 4.1).

#### ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1

**ΧΩΡΕΣ ΣΤΙΣ ΟΠΟΙΕΣ ΕΧΟΥΝ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΕΛΗ ΤΗΣ RCI. (1998)**

<i>ΧΩΡΕΣ</i>	<i>ΑΡΙΘΜΟΣ ΙΔΙΟΚΤΗΤΩΝ</i>
<i>ΕΛΛΑΔΑ</i>	9.192
<i>ΙΣΠΑΝΙΑ</i>	851
<i>ΑΙΓΥΠΤΟΣ</i>	23
<i>ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ</i>	158
<i>ΑΜΕΡΙΚΗ</i>	27

ΠΗΓΗ: RCI 1998

!Η RCI επίσης εξυπηρετεί μέλη από Βουλγαρία(930), Κύπρο(253), Αλβανία(32)

#### 4.2.1 Μέγεθος χρονομεριστικών διαμερισμάτων

Οι έλληνες ιδιοκτήτες χρονομερίσματος στη μέση ηλικία (40-60 χρόνων), τείνουν ν' αγοράζουν τα μεγαλύτερα διαμερίσματα των θερέτρων. Ένα 62% των ιδιοκτητών χρονομερίσματος έχουν αγοράσει ένα υπνοδωμάτιο, ακολουθεί ένα 37% το οποίο αγόρασε ένα στούντιο,

και μόνο 1% των ιδιοκτητών έχει αγοράσει διαμέρισμα με ένα ή περισσότερα δωμάτια.

Απ' την άλλη μεριά στην Ευρώπη, το 48,7% των ιδιοκτητών έχει αγοράσει διαμέρισμα ενός δωματίου, το 29,6% έχει αγοράσει δύο δωμάτια, το 19,2% έχει αγοράσει στούντιο και ένα 2,6% των ιδιοκτητών έχει αγοράσει διαμέρισμα 3 ή 4 δωματίων.

Ομοια με την Ευρώπη, στην Ελλάδα το σπίτι μ' ένα δωμάτιο εξουσιάζει τις προτιμήσεις των αγοραστών αλλά στην Ελλάδα ο αριθμός των ιδιοκτητών δύο ή περισσότερων δωματίων είναι πολύ μικρός (1%). Στην Ευρώπη οι ιδιοκτήτες 2,3 ή 4 δωματίων αποτελεί το 30% όλων των ιδιοκτητών. Δεύτερα στην προτίμηση των ελλήνων ιδιοκτητών είναι τα studio μ' ένα μεγάλο ποσοστό 37%. Ενώ στην Ευρώπη ιδιοκτήτες τείνουν να κατέχουν μεγαλύτερα διαμερίσματα και μόνο ένα 19,2% έχουν στούντιο (Γράφημα Α).

#### **4.2.2 Εποχή και συνολικός αριθμός εβδομάδων**

Στην Ελλάδα, με εξαίρεση ένα από τα θέρετρα κοντά στην Αθήνα και ένα άλλο θέρετρο στο κέντρο της Αθήνας τα οποία προσφέρουν και τα δύο χειμερινές και καλοκαιρινές δραστηριότητες, όλα τ' άλλα θέρετρα είναι τυπικά καλοκαιρινά. Παρ' όλα αυτά μπορεί να ειπωθεί ότι το χρονομέρισμα κατά τη διάρκεια του χειμώνα δεν έχει βελτιωθεί αρκετά αλλά ότι αυτού η ελληνική χρονομεριστική δραστηριότητα είναι εξαπλωμένη κατά τη διάρκεια των 3 εποχών. Το καλοκαίρι υπάρχει η μεγαλύτερη ζήτηση χρονομερίσματος 44% από τους ιδιοκτήτες χρονομερίσματος αγόρασαν ένα μεσοδιάστημα το κα-



λοκαίρι. Ακολουθούν η άνοιξη και το φθινόπωρο με 29% και 27% αντίστοιχα.

Στην Ελλάδα πολλαπλές εβδομάδες ιδιοκτησίας δεν είναι ένα κοινό φαινόμενο. Μόνο ένα 7% των ιδιοκτητών κατέχουν πολλές εβδομάδες. Ο μέσος όρος ελλήνων ιδιοκτητών χρονομερίσματος έχει 1,3 εβδομάδες τη σαιζόν. Σύμφωνα με διευθύνοντα στελέχη την χρονομεριστικών εταιρειών, οι έλληνες αγοραστές δεν είναι ακόμη συμβιβασμένοι με τη γενική ιδέα του χρονομερίσματος και δεν ρισκάρουν την αγορά περισσότερων μεσοδιαστημάτων. Βρίσκονται ακόμη στο πειραματικό στάδιο με την έννοια αλλά όταν θα κατανοήσουν τον αριθμό των κερδών από το χρονομέρισμα, τότε θ' αγοράσουν περισσότερες εβδομάδες.

#### 4.2.3 Τιμές των ελληνικών χρονομεριδίων

Το ποσοστό τιμής της αγοράς ενός χρονομεριστικού διαμερίσματος στην Ελλάδα είναι περίπου 1.200.000 για κάθε εβδομαδιαίο μεσοδιάστημα. Αυτό ποικίλει από την περιοχή του θερέτρου, τις ανέσεις που προσφέρει, το μέγεθος του σπιτιού και την εποχή. Για παράδειγμα, ένα στούντιο στο Μετροπόλιταν στη Ρόδο κατά τη διάρκεια της φουλ σαιζόν κοστίζει 1.600.000, ενώ για το Πόρτο Ρίο στην Πάτρα, η τιμή είναι 1.150.000 Παρ' όλα αυτά οι τιμές των διαφορετικών χρονομεριστικών σπιτιών είναι ισχυρά συνδεδεμένες με τις ανέσεις και την κατηγορία του ξενοδοχείου.

#### **4.2.4 Εξοδα συντήρησης**

Οι ιδιοκτήτες χρονομερίσματος πληρώνουν ετησίως έξοδα συντήρησης περίπου 35.000δρχ ως 70.000δρχ για κάθε χρονοδιαμέρισμα. Σχεδόν το 75% αυτών των εξόδων είναι για τη συντήρηση των θερέτρων, όπου το 25% πηγαίνει σε λειτουργικά ποσά (ηλεκτρικό, νερό κ.λπ.). Οι έλληνες ιδιοκτήτες χρονομερισμάτων πιστεύουν ότι τα ετήσια έξοδα συντήρησης είναι πολύ ακριβά και γίνονται πολλά παράπονα για το θέμα.

#### **4.3 Ταξιδιωτικά χαρακτηριστικά του έλληνα ιδιοκτήτη χρονομεριδίου**

Οι έλληνες ιδιοκτήτες χρονομερίσματος φαίνεται να προτιμούν να μένουν στη δική τους χώρα, όταν ανταλλάσσουν το χρονομεριστικό τους μεσοδιάστημα. Σύμφωνα με την αναφορά που συντάσσεται από το ελληνικό γραφείο της RCI, η πλειοψηφία των μελών προτίμησε να κάνει ένα ταξίδι στα 32 χρονομεριστικά θέρετρα (πιν. 4.2). Λεπτομερέστερα, 2.845 μέλη της ελληνικής RCI, ταξίδεψαν εντός συνόρων. Αυτό ήταν το απαιτούμενο αποτέλεσμα, καθώς το μεγαλύτερο μέρος των ελλήνων ιδιοκτητών δεν μπορεί ν' αντεπεξέλθει σ' ένα ταξίδι εκτός συνόρων για όλη την οικογένεια. Επίσης, κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, οι έλληνες προτιμούν να μένουν στη χώρα τους καθώς το κλίμα είναι ιδανικό για τις καλοκαιρινές διακοπές.

Η επόμενη χώρα στις προτιμήσεις των μελών της ελληνικής RCI για το 1998, ήταν η Ισπανία με 726 μέλη (πιν. 4.2). Η Ισπανία

ήταν υψηλή στις προτιμήσεις των μελών διότι έχει μεγάλη ποικιλία των θερέτρων και επίσης είναι γνωστή η καλοκαιρινή απόσταση για τον έλληνα καταναλωτή.

Εξι ακόμα χώρες συμπεριλαμβάνουν πάνω 100 μέλη της RCI, συμπεριλαμβανομένης της Αυστρίας (236), Ιταλίας (198), USA (195), Γερμανίας (172), Γαλλίας (133) και Ουγγαρίας (117). Οι πρώτοι 5 προορισμοί ήταν αναμενόμενοι καθώς είναι στις πρώτες προτιμήσεις των ελλήνων παραθεριστών. Ενώ η Ουγγαρία, είναι ένας καινούργιος προορισμός ο οποίος δημιουργήθηκε μετά την πτώση του ανατολικού μπλοκ το 1989. Πολλοί παραθεριστές στην Ελλάδα φαίνεται να θέλουν να εξερευνήσουν αυτούς τους καινούργιους προορισμούς του ανατολικού μπλοκ όπως Ουγγαρία, Ρωσία, Βουλγαρία και επίσης εξωτικούς προορισμούς όπως η Καραϊβική, το Μεξικό και η Ινδονησία.

Οι υπόλοιπες 9 χώρες των οποίων τα μέλη της RCI Ελλάδας έχουν επισκεφθεί είναι: Κύπρος (69), Φινλανδία (48), Αγγλία (44), Μεξικό (42), Σκοτία (42), Μάλτα (40), Ελβετία (33), Ινδονησία (22) και Αίγυπτος (21).

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2

RCI ΕΛΛΑΔΑΣ, ΜΕΛΗ ΑΝΑ ΧΩΡΑ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ 1998

ΧΩΡΕΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΕΛΩΝ	ΧΩΡΕΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΕΛΩΝ
ΕΛΛΑΔΑ	2.845	ΚΥΠΡΟΣ	69
ΙΣΠΑΝΙΑ	726	ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	48
ΑΥΣΤΡΙΑ	236	ΑΓΓΛΙΑ	44
ΙΤΑΛΙΑ	198	ΜΕΞΙΚΟ	42
ΑΜΕΡΙΚΗ	195	ΣΚΟΤΙΑ	42
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	172	ΜΑΛΤΑ	40
ΓΑΛΛΙΑ	133	ΕΛΒΕΤΙΑ	33
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	117	ΙΝΔΟΝΗΣΙΑ	22
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	90	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	21

ΠΗΓΗ: RCI 1998

#### 4.4 Οφέλη της χρονομεριστικής ιδιοκτησίας στον έλληνα αγοραστή

Μερικές φορές, οι καταναλωτές αγοράζουν διακριτικά τα προϊόντα βρισκόμενοι σε παρόρμηση και μετά αποσπώνται με τις αγορές τους εξαιτίας της έλλειψης της χρήσης αλλαγής στην οικογενειακή ζωή κ.λπ. Αυτό δεν φαίνεται να συμβαίνει με το χρονομεριστικό θέρετρο, το οποίο σαν προϊόν έχει διαφορετικά πλεονεκτήματα και σαν αποτέλεσμα κάθε τύπος παραθεριστή μπορεί να ωφεληθεί απ' αυτή την αγορά. Στην Ελλάδα έχουν γίνει πολλά για την πληροφόρηση των αγοραστών για τα οφέλη του προϊόντος χρονομερίσματος:



- α) Προσφέρει ευκαιρία διακοπών σε λουξ θέρετρο (σπίτι, βίλα, διαμέρισμα, δωμάτιο ξενοδοχείου, σουίτα κ.λπ.), χωρίς το υψηλό κόστος του αποκτήματος, συντήρησης και λειτουργίας μιας εξοπλισμένης κατοικίας (Kelaïditis, 1989).
- β) Η τιμή μιας χρονομεριστικής βίλας ή διαμερίσματος θα βγάξει τα χρήματά της για 7 έως 10 χρόνια, σε σχέση με το κόστος της διαμονής των συμβατικών διακοπών. Αγοράζοντας κάποιος χρονομερίσματα, αποταμιεύει τα λεφτά του για μελλοντικές διακοπές (Haylock, 1988).
- γ) Προστατεύει τη διαμονή κάποιου για τις διακοπές του χωρίς στρες ή ρίσκο ότι συνεπάγεται η υποχρεωτική συλλογή του παραδοσιακού συστήματος (Parraïris 1984).
- δ) Η ιδέα προσφέρει μια σημαντική ευχρηστία στη χρήση των μεσοδιαστημάτων, όσον αφορά τους ανθρώπους και τις υπηρεσίες. Ο ιδιοκτήτης του χρονομερίσματος μπορεί να το χρησιμοποιήσει μόνος του και να ελαχιστοποιήσει το συνολικό κόστος κατά τη διάρκεια των διακοπών. Μπορεί να το χορηγήσει στους φίλους του ή ακόμη κάποιου άλλου ξένου χρονομεριστικού ιδιοκτήτη για την περίοδο που θα κατέχει το λήξιγκ, μεταφέροντας ή ανταλλάσσοντας πιθανότητες (Kelaïditis, 1989).
- ε) Συμπλήρωμα σ' όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, η ευκαιρία συναλλαγών προσφέρει στους έλληνες ιδιοκτήτες χρονομερίσματος την ευκαιρία να κάνουν διακοπές στο εξωτερικό χωρίς να τους απασχολεί το κόστος της διαμονής (Parraïris, 1984).

- ζ) Το χρονομέρισμα είναι μια λογική επένδυση - όχι οικονομική. Δεν προϋποθέτει την ελευθέρωση της μεγάλης πρωτεύουσας. Την ίδια στιγμή η επένδυση αναπτύσσεται με το πέρασμα των χρόνων, απ' όταν η έννοια είναι αντίθετη στη διόγκωση της τιμής των διακοπών (Pargrairis, 1984).
- η) Προσφέρει επιπρόσθετη ικανοποίηση στις διακοπές, η οποία πηγάζει από το γεγονός ότι η διαμονή είναι ιδιόκτητη, τουλάχιστον για την περίοδο που έχει αγοραστεί. Επίσης, η έννοια επηρεάζει θετικά την ψυχολογία του αγοραστή χρονομερίσματος (Katenidis, 1998).
- θ) Η χρονομεριστική διαμονή είναι υψηλών απαιτήσεων και σε πολλές περιπτώσεις δεν θα ήταν ικανό το προϊόν των διακοπών να προωθηθεί μέσω τουριστικών οδηγών και τουριστικών πρακτόρων. Στην έρευνα για την αγορά, η οποία δεν τελειώνει ποτέ, οι τουριστικοί οδηγοί πιέζουν για τη μείωση των τιμών διαμονής μ' ένα αναπόφευκτο αποτέλεσμα στην ποιότητα διαμονής και υπηρεσιών (Haylock, 1988).

Ενώ, στο χρονομέρισμα συμπεριλαμβάνονται ειδικές περιοχές όπου μπορούν να εμφανιστούν μειονεκτήματα, του τύπου:

- α) Η διεύθυνση και η συντήρηση όλων των τοποθεσιών διαμονής συνιστούν το πλάνο του χρονομερίσματος. Εάν οι συμφωνίες για τη συντήρηση και την καθαρότητα της περιουσίας και της

αντικατάστασης και ανανέωσης δεν επιτευχθεί, τότε η εμπειρία των διακοπών θα διεφθαρθεί (Pargairis, 1984).

β) Η ασφάλιση του κόστους λειτουργίας σε λογικά επίπεδα, για να δικαιολογήσουν τα ετήσια χρέη για λειτουργία και συντήρηση (Pargairis, 1984).

γ) Η αντοχή των διαφορετικών κτιρίων έχουν σχέση με το πλάνο χρονομερίσματος κατά τη διάρκεια των χρόνων. Είναι αρκετά φανερό ότι μεγάλος αριθμός αγοραστών που μοιράζεται το ίδιο μέρος κάθε χρόνο, συνεισφέρει στην επιδείνωση του θερέτρου με γοργά βήματα (Hatzinikolaou, 1989).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

#### Εισαγωγή

Μια θεμελιώδης πτυχή της τουριστικής βιομηχανίας, είναι η ικανότητά της να επιδρά πάνω στην τοπική, κοινωτική, ή εθνική οικονομία, μία δύναμη που αναγνωρίζεται ολοένα και περισσότερο από τις κυβερνητικές αρχές.

Με την ίδια λογική, είναι σημαντικό να αναγνωριστεί ότι η χρονομεριστική βιομηχανία είναι επίσης το μέσο για να επιτύχουν οι αρχές τους στόχους που έχουν επιβάλει στον τουρισμό.

Αυτοί οι στόχοι είναι:

- Η επιμύκηση της εποχής και η μείωση της εποχικότητας στους προορισμούς διακοπών.
- Βελτίωση της ποιότητας των τουριστικών καταλυμάτων.
- Θετική οικονομική επίδραση, μέσω:
  - της μεγαλύτερης διαμονής και συνεπώς περισσότερων δαπανών από τους τουρίστες,



- σταθερό εισόδημα και απασχόληση.

### **5.1 Επιμήκυνση της περιόδου**

Η πλοιοψηφία των χρονομεριστικών θερέτρων πουλάει 50 ή 51 εβδομάδες τον χρόνο. Ακόμα και αν ο ιδιοκτήτης δεν μπορεί να χρησιμοποιήσει εκείνο το διάστημα την ιδιοκτησία του, ή επιθυμεί να ταξιδέψει κάπου αλλού, το σύστημα ανταλλαγών δίνει την δυνατότητα σε άλλο χρονομεριστικό ιδιοκτήτη να χρησιμοποιήσει αυτό το κατάλυμα.

Ετην Αγγλία για παράδειγμα, τα επίπεδα πληρότητας στα χρονομεριστικά ξενοδοχεία, έχουν ξεπεράσει το 70%, αυτό συγκρίνεται ευχαρίστως με τα οργανωμένα καταλύματα, όπως τα ξενοδοχεία, όπου ο μέσος όρος πληρότητας μόλις και μετά βίας έφτανε το 60% την δεκαετία του '90. είναι πολύ μεγαλύτερο το ποσοστό από τα μη οργανωμένα καταλύματα, στα οποία το ποσοστό πληρότητας αγγίζει το 10 - 15% ετησίως.

Οι εταιρίες ενοικίασης καταλυμάτων, που συνεργάζονται με καλύτερης ποιότητας καταλύματα σε τουριστικές περιοχές, καθώς και οι ξενοδοχοί που βρίσκονται έξω από τα όρια δημοφιλών προορισμών, ιδίως αν δεν υπάρχουν σχετικές εγκαταστάσεις, δεν προσδοκούν πάνω από 50%.

Στην πιο ώριμη αμερικάνικη αγορά τα επίπεδα πληρότητας των χρονομεριστικών θερέτρων την δεκαετία του 1980 ξεπερνούσαν το 85% σε μια περίοδο που η παραδοσιακή ξενοδοχειακή βιομηχανία περνούσε κρίση.

Η υψηλή περίοδος μπορεί να επεκταθεί επίσης με το χρονομέρισμα. Σε αστικές περιοχές η καθ'όλο το έτος ζήτηση μπορεί να φτάσει το 100% για χρονομεριστικά καταλύματα. Στην Αγγλία σχεδόν τα 2/3 των χρονομεριστικών θερέτρων έχουν υψηλή περίοδο ζήτησης, η οποία συμπηκνώνεται στους 5 μήνες, από Μαΐο μέχρι Σεπτέμβριο. Η παροχή ενός μεγάλου αριθμού υψηλών προδιαγραφών εγκαταστάσεων, όπως κέντρα υγείας ή χαλάρωσης, μπορούν να μειώσουν τα κλιματικά εμπόδια των χειμωνιάτικων μηνών και να καθιερώσουν έτσι την ζήτηση καθ'όλο το έτος.

## **5.2 Βελτίωση της ποιότητας των καταλυμάτων**

Οι χρονομεριστικές εγκαταστάσεις συνήθως χτίζονται με υψηλότερες προδιαγραφές από ότι άλλοι τύποι ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων. Έρευνες συνεχώς μας δείχνουν ότι η ποιότητα των εγκαταστάσεων είναι ένας σημαντικός λόγος για πιθανή αγορά. Η ακόλουθη ανάλυση υποστηρίζει την γνώμη των ειδικών της βιομηχανίας, ότι

δηλαδή το χρονομέρισμα αντιπροσωπεύει μία ανώτερη μορφή τουριστικών καταλυμάτων.

Το χρονομεριστικό προϊόν δημιουργείται με τρεις τρόπους:

- Αλλαγή των μόνιμων κατοικιών που χρησιμοποιούνται ως εξοχικά.
- Αλλαγή του στυλ των εγκαταστάσεων σε ξενοδοχεία - διαμερίσματα.
- Δημιουργία νεόχτιστων εγκαταστάσεων με σκοπό το χρονομέρισμα.

Στην ώριμη χρονομεριστική αγορά, το χρονομέρισμα φαίνεται σαν ο τρόπος να πουλήσεις απώλητα, τύπου θερέτρων ακίνητα. Στις περισσότερες περιπτώσεις η αλλαγή συνίσταται στο να προστεθεί *recreation*, κέντρα διασκέδασης και εγκαταστάσεις για χαλάρωση και γυμναστική. Δημιουργώντας έτσι επίπεδα άνεσης, διασκέδασης και εξυπηρέτησης, ενώ ταυτόχρονα δημιουργούν μία κοινωνία θερέτρων όπου σε άλλη περίπτωση θα λειτουργούσε ως ιδιαίτερα εξοχικά του κάθε ιδιοκτήτη.

Η αλλαγή σε μονάδες τύπου ξενοδοχείο - διαμέρισμα θα πραγματοποιηθεί με βελτιώσεις τόσο στην εξυπηρέτηση όσο και στην κατασκευή των μονάδων. επιπρόσθετα ανακαινίζεται ο χώρος, μεγαλώνοντας πολλές φορές το διαμέρισμα και φυσικά εγκαθίστανται ανώτερης επίπλωσης αντικείμενα.

Τέλος οι νεόχτιστες εγκαταστάσεις για χρονομέρισμα κατασκευάζονται σύμφωνα με τις ανάγκες των καταναλωτών για ιδιαιτερότητα, ησυχία, χώρο, άνεση και ανεξαρτησία, σε γενικά χαμηλά επίπεδα, επαρχίες μακριά από οικοδομικά τετάρωνα ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων. Τα νέα χρονομεριστικά θέρετρα δεν διατηρούν μόνο τις επιθυμίες των καταναλωτών, αλλά συχνά χτίζονται σε αποκλειστικές περιοχές, σχεδιασμένα να ταιριάζουν στην γύρω τοποθεσία και σχεδόν πάντα με υψηλών προδιαγραφών επίπλωση και εγκαταστάσεις.

Η αγορά χρονομεριδίων είναι στις περισσότερες περιπτώσεις το τρίτο ακριβότερο αντικείμενο που θα αγόραζαν οι περισσότερες οικογένειες μετά από το σπίτι και το αυτοκίνητο. Εάν ιδιοκτήτες λοιπόν περιμένουν να λάβουν αξία για τα χρηματά τους, η οποία συνίσταται στην ποιότητα των εγκαταστάσεων, κάτω από τα επόμενα κριτήρια:

- Μέγεθος της μονάδας - συγκρινόμενο με δωμάτιο ξενοδοχείου
- Αρχιτεκτονικό στυλ
- Τοποθεσία και διακόσμηση
- Ξετρα εγκαταστάσεις

Επιπρόσθετα πρέπει να ειπωθεί ότι οι χρονομεριστικοί επιχειρηματίες, οι ιδιοκτήτες και οι εταιρείες ανταλλαγών, όλοι έχουν ως κύριο σκοπό να διατηρήσουν την ποιότητα των θερέτρων,



όχι μόνο για να προστατεύσουν την επένδυσή τους, αλλά επίσης για να εξασφαλίσουν την πρόσβαση στις υπηρεσίες του δικτύου ανταλλαγών.

Επίσης πρέπει να ειπωθεί ότι το χρονομερίδιο είναι ένα μείγμα καταλύματος ξενοδοχειακού τύπου και εξοχικού, εξαλείφοντας τα αδύνατα σημεία των δύο αυτών επιλογών και τονίζοντας τα οφέλη.

### **5.3 Οικονομική επίδραση**

Αδιάσπιστα στοιχεία μας δείχνουν ότι η χρονομεριστική βιομηχανία επιδρά θετικά στους επιχειρηματικούς κύκλους. Το χρονομέρισμα δημιουργεί θέσεις εργασίας, τόσο στην κατασκευαστική, όσο και στην λειτουργική φάση των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων και «τραβά» στην περιοχή σχετικά εύπορους και πρόθυμους να ξοδέψουν επισκέπτες.

Τα οικονομικά οφέλη από το χρονομέρισμα περιλαμβάνουν πωλήσεις χρονομεριδίων, έξοδα συντήρησης, τοπικούς φόρους και έξοδα από τις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου. Μία χρονομεριστική επιχείρηση δημιουργεί μόνιμες θέσεις εργασίας, ολικής ή μερικής απασχόλησης μέσα στις χρονομεριστικές εγκαταστάσεις και δημιουργούνται προσωρινές μέσα στα πλαίσια της κοινότητας. Οι χρήστες του χρονομεριδίου αποφέρουν μια σημαντική οικονομική συνεισφορά σε μία περιοχή:

- Οι χρονομεριστικές επιχειρήσεις προωθούν τεράστιες πωλήσεις και λειτουργικές εγκαταστάσεις για την περιοχή.
- Τα χρονομεριστικά θέρετρα προσελκύουν επισκέπτες με υψηλό εισόδημα, στους τουριστικούς προορισμούς
- Ο μέσος όρος δαπανών από έναν χρονομεριστικό ιδιοκτήτη υπερέρχει αυτών από έναν τυπικό τουρίστα.

Αντίθετα με τον τυπικό ταξιδιώτη, ένας χρήστης χρονομεριδίου δεν χρειάζεται να λάβει υπ'όψιν του το κόστος διαμονής όταν προγραμματίζει τις διακοπές του, καθώς αυτό έχει ήδη καλυφθεί από την αρχική συμφωνία όταν έγινε η αγορά.

Κάθε είδους αναλύσεις χρησιμοποιήθηκαν για να μπορέσει να υπολογιστεί η οικονομική επίδραση της χρονομεριστικής βιομηχανίας. Το 1991. Μία μελέτη από τους συγγραφείς Ernst και Young με τίτλο «οικονομική επίδραση από το timeshare» βρήκε ότι:

Περίπου 42.000 χρονομεριστικές διακοπές πήραν μέρος σε βρετανικά χρονομεριστικά θέρετρα, αποφέροντας 30 εκατομύρια δολάρια από δαπάνες των επισκεπτών. Σύμφωνα με την έρευνα - κατά την οποία, μια ολικής απασχόλησης εργασία δημιουργείται για κάθε 20.000 δολάρια δαπανών - φαίνεται ότι το χρονομέρισμα δημιούργησε 1500 ολικής απασχόλησης θέσεις εργασίας στην Βρετανία.

Υπολογίζεται ότι τα τελευταία δέκα χρόνια έχουν προστεθεί 13.400 θέσεις ολικής απασχόλησης οι οποίες σχετίζονται με τα χρονομεριστικά θέρετρα, και αυτό το νούμερο θα συνεχίζει να αυξάνει κατά 3000 θέσεις το χρόνο, σαν αποτέλεσμα της αγοράς καινούριων θερέτρων . Υπό αυτές τις συνθήκες η χρονομεριστική βιομηχανία θα είναι υπεύθυνη για την υποστήριξη 50.000 θέσεων εργασίας ολικής απασχόλησης στην Βρετανία μέχρι το 2005 .

Δυστυχώς δεν υπάρχουν στοιχεία για μια σύγκριση με τις άλλες μορφές τουρισμού.παρ'όλα αυτά αποδύκνείται ότι το timeshare είναι μία πολύ σημαντική πηγή εσόδων και ένας θετικός οικονομικός παράγοντας για τον τουρισμό.

Αποτελέσματα απο επτά πρόσφατες μελέτες στην βόρεια Αμερική αποκαλύπτουν τα επόμενα:

### **5.3.1 απασχόληση**

Περιλαμβάνοντας την μερική και την ολική καθώς επίσης και την άμεση και έμμεση απασχόληση, υπολογίζεται ότι η χρονομεριστική βιομηχανία ευθύνεται για:

- 35.000 θέσεις εργασίας στις Ηνωμένες Πολιτείες
  
- 9.350 θέσεις εργασίας στην Καραϊβική



➤ 16.000 θέσεις εργασίας στο Μεξικό

### 5.3.2 καταναλωτικές δαπάνες

Συγκρίνοντας τα αποτελέσματα των επτά μελετών με τις τουριστικές μελέτες στις ίδιες περιοχές, υπολογίζεται ότι οι χρονομεριστικοί ιδιοκτήτες ξεοδεύουν περίπου 20% περισσότερο στις διακοπές τους από ότι οι πελάτες ξενοδοχείου ή άλλοι τύποι τουριστών. Ετησίως οι καταναλωτικές δαπάνες που προέρχονται από τους ιδιοκτήτες χρονομεριδίων ανέρχονται στα 3 δις δολάρια στο Μεξικό και πάνω από 6 δις δολάρια στην αμερική.

### 5.3.3 συνολική οικονομική εισφορά

Περιλαμβάνοντας έξοδα από τις τεχνικές προώθησης και πώλησης, φόρους ιδιοκτησίας κ.λ.π, υπολογίζεται ότι τα θέρετρα της χρονομεριστικής βιομηχανίας συνεισφέρουν ετησίως περίπου 8,6 δις δολάρια στην οικονομία των Ην.Πολιτειών. Αυτό αντιπροσωπεύει μία ετήσια εισφορά περίπου 180.000 δολαρίων για κάθε υπάρχον θέρετρο στην χώρα.

Τέτοια νούμερα είναι ακόμα πιο δραματικά όταν αναλύονται σε κοινωνική βάση. Για παράδειγμα κάθε χρονομεριστική μονάδα στο Puerto Vallarta στο Μεξικό, ετησίως συνεισφέρει 240.000 δολάρια στην τοπική και εθνική οικονομία.

#### 5.3.4 σταθερότητα των δαπανών

Τα χρονομεριστικά θέρετρα στην βόρεια Αμερική έχουν κατά μέσο όρο 85% πληρότητα το χρόνο, συγκρινόμενο με 55 - 60% στα ξενοδοχειακά θέρετρα. Υψηλή πληρότητα καθ'όλο το χρόνο σημαίνει περισσότερη σταθερότητα για το εργατικό δυναμικό της ιδιοκτησίας, και στον τοπικό κοινοτικό φορέα, όπως μαγαζιά και άλλες υπηρεσίες.

#### 5.3.5 επαναλαμβανόμενες αφίξεις

Είναι επίσης σημαντικό να σημειωθεί ότι η τοπική οικονομική επίδραση από την χρονομεριστική βιομηχανία δεν είναι βραχυπρόθεσμη. Επιπρόσθετα η συχνή επιστροφή αναφέρεται στους εξής τρόπους

- Οι χρονομεριστικοί τουρίστες φέρνουν μαζί τους φίλους και συγγενείς, παρουσιάζοντας έτσι το θέρετρο σε περισσότερους ανθρώπους .
  
- Συνιστούν την περιοχή σε άλλους όταν επιστρέφουν σπίτι τους.

- Οι τοπικές αρχές ξοδεύουν λιγότερα χρήματα στο marketing για τους νέους τουρίστες, κατευθύνοντας έτσι τα έξοδα τους στην βελτίωση των εγκαταστάσεων.

#### **5.3.6 συνολικοί επισκέπτες**

Στην Αμερική ο μέσος όρος χρονομεριστικών ομάδων διακοπών, ξοδεύει 8,1 νύχτες κάνοντας χρονομεριστικές διακοπές, περιλαμβάνοντας την πληρότητα των χρονομεριστικών μονάδων και άλλων μορφών διανυκτέρευσης, πριν και μετά απο το μερίδιό τους. Το σύνολο είναι 3,6. Αυτό σημαίνει ότι η χρονομεριστική βιομηχανία στην Αμερική προσφέρει 60 εκατομμύρια μέρες διακοπών το χρόνο. Συνολικά είναι περίπου 6 εκατομμύρια στην Καραϊβική, 25 εκατομμύρια στο Μεξικό, 2,5 εκατομμύρια στη Χαβάη ( 2,6 εκκατομμύρια στο Puerto Vallarta μόνο)

#### **5.4 Περιβαντολογική επίδραση**

Η περιβαντολογική επίδραση της χρονομεριστικής βιομηχανίας είχε παντελώς αγνοηθεί μέχρι τις μέρες μας. Ίσως γιατί κατά το πλείστον χτίζονταν χρονομεριστικές ιδιοκτησίες σε πυκνοκατοικημένες περιοχές όπως Φλόριδα, Αμερική, Μεξικό ή Ισπανία. Πάντως

το timeshare έχει επίσης εξαπλωθεί σε περιοχές όπως οι Γαλλικές Άλπεις ή η Αγγλική Lake District.

Στην Αγγλία σχεδόν τα τρία τέταρτα των χρονομεριστικών επενδύσεων τοποθετούνται σε εθνικά πάρκα, παρθένες ακτές και περιοχές απίστευτης φυσικής ομορφιάς. Είναι οι χρονομεριστικές επιχειρήσεις αντάξιες για αυτές τις προστατευμένες περιοχές!!

Γενικά οι χρονομεριστικές εγκαταστάσεις προσφέρουν ένα πολυτελές προϊόν: Υψηλής ποιότητας διαμονή, μέσα σε ένα συγκρότημα ανάπαυσης που προσφέρει τόσο εσωτερικές, όσο και εξωτερικές δυνατότητες αναψυχής. Η αρχιτεκτονική τοπίου καθώς και η διακόσμηση του χώρου είναι πολύ καλών προδιαγραφών και συνήθως τοπικά υλικά χρησιμοποιούνται για την κατασκευή των κτηρίων.

#### **5.4.1 Αρνητική επίδραση**

Η αρνητική πλευρά του χρονομερίσματος είναι ότι προσμένεται μεγάλη κλίμακα ανάπτυξης. Για παράδειγμα σε ένα θέρετρο 80 μονάδων που πωλούνται 50 εβδομάδες το χρόνο με μέση πληρότητα τεσσάρων ατόμων την εβδομάδα θα σήμαινε 16.000 τουρίστες το χρόνο και 650 άτομα ανά σαββατοκύριακο σύμφωνα με τα κυκλοφορικά ρεύματα εξόδου. Αυτό είναι κάτι που ίσως δεν θα άντεχε μία προστατευόμενη περιοχή.



Η κατασκευή για τουριστικούς λόγους και η ανάπλαση είναι συνήθως αποδεκτές λόγω της προοπτικής του κέρδους υπό τη μορφή διαφήμισης της γης, ανακαινίσης παλαιών κτηρίων και προσφοράς δυνατοτήτων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους ντόπιους. Με την απουσία της εθνικής οργανωτικής πολιτικής για την χρονομεριστική βιομηχανία, κάθε συμφωνία γίνεται μέσα στα στενά τοπικά όρια. Αν δηλαδή μία άδεια σχεδιασμού συγκροτήματος έχει εγκριθεί, τότε οι επιχειρηματίες έχουν πρόσβαση στο να αιτηθούν για επέκταση, πολλές φορές χωρίς να χρειαστεί να πάρουν την γραφειοκρατική οδό.

Μόνο οι τοπικές αρχές φαίνεται να πιέζονται με αιτήσεις σχετικά με την μορφή της χρονομεριστικής πολιτικής. Η χρονομεριστική οικονομία προσφέρει εισόδημα, όχι μόνο από τουρίστες που έρχονται να απολαύσουν τις προστατευόμενες περιοχές και το τοπίο, αλλά επίσης από επισκέπτες που έλκονται αποκλειστικά και μόνο από τις εγκαταστάσεις, για τους οποίους η τοπική φυσική ομορφιά και τα αξιοθέατα δεν είναι ένα σημαντικό επιπρόσθετο προσόν. Εφόσον οι ιδιοκτήτες χρονομεριδίου προτιμούν περισσότερο τις εντός εγκαταστάσεων δυνατότητες αναψυχής και διασκέδασης από ότι τις εξωτερικές, θα μπορούσε να συμφωνηθεί ότι τέτοιου είδους τεχνικές δυνατότητες να τοποθετούνται οπουδήποτε. Με αυτόν το τρόπο οι οργανωτικές αρχές θα μπορούσαν να αποθαρύνουν καινούρια χρονομεριστικά θέρετρα να χτίζονται σε συγκεκριμένες περιοχές

και να τα προωθούν προς άλλες, λιγότερο ευαίσθητες κάπου εκεί κοντά.

#### **5.4.2 Θετική επίδραση**

Από την άλλη πλευρά, το χρονομεριστικό προϊόν θα μπορούσε να αποδειχθεί καλό για το περιβάλλον. Τα χρονομεριστικά θέρετρα με το σύστημα των πολλών συν-ιδιοκτητών σημαίνει ότι χτίζονται λιγότερες τουριστικές εγκαταστάσεις. Ενώ σε ένα σύστημα ολικής ιδιοκτησίας θα χτίζονταν πολύ περισσότερα «εξοχικά σπίτια» σύμφωνα πάντα με τις απαιτήσεις του κάθε ιδιοκτήτη. Σε αυτήν την δεύτερη περίπτωση θα είχαμε μία πληθώρα κτηρίων σε περιοχές πολύ υψηλής ζήτησης, το οποίο και θα ήταν καταστροφικό για το περιβάλλον.

Επιπλέον τα παραδοσιακά διαμερίσματα και οι βίλλες δεν χρησιμοποιούνται συχνά, αντίθετα μένουν κλειστά το περισσότερο χρόνο. Η προώθηση των χρονομεριστικών ιδιοκτησιών οδηγεί σε μια επαρκή χρήση των πηγών της φύσης που προορίζονται για τον τουρισμό

Συγκρίνοντας το χρονομέρισμα με τα παραδοσιακά πακέτα διακοπών, το τουριστικό ρεύμα φαίνεται το ίδιο σε περίοδο υψηλής ζήτησης. Όμως στην περίπτωση του χρονομερίσματος, τα νεόχτιτα

θέρετρα συνήθως χτίζονται σε περιοχές λιγότερο ευαίσθητες, ενώ οι ξενοδοχειακές ιδιοκτησίες σε όμορφα τοπία για να προσθέσουν και την αισθητική στις εγκαταστάσεις τους. Το χρονομέρισμα έλκει πελάτες οικογενειακού στυλ με σταθερές αξίες, αντίθετα από τους νέους που έλκονται περισσότερο από τα τουριστικά γραφεία. Οι χρονομεριστικοί πελάτες (όπως είπαμε και στο 4 κεφάλαιο) είναι συντηρητικοί, μορφωμένοι και σαν ιδιοκτήτες που θα επιστέφουν ξανά και ξανά στην ιδιοκτησία τους, εννοείται ότι θα έβονται πιο πολύ το περιβάλλον και την τοποθεσία από έναν περιστασιακό τουρίστα.

Δυστυχώς τα περιβαντολογικά θέματα δεν έχουν εξεταστεί εκτενώς από τις αρμόδιες αρχές και παραμένουν ένα σημαντικό ζήτημα όσον αφορά τον τουρισμό, το οποίο θα πρέπει να μελετηθεί για να λειτουργήσει προς όφελος του τουρισμού και της χώρας.

### 5.5 Συμβολή στην τουριστική ανάπτυξη

Η συμβολή της χρονομεριστικής μίσθωσης στην τουριστική ανάπτυξη κάποιας περιοχής η οποία φιλοξενεί συγκροτήματα ενταγμένα στο timeshare είναι πραγματικά καταλυτική. Τέτοιο παράδειγμα είναι τα Κανάρια Νησιά τα οποία οφείλουν σε μεγάλο βαθμό την τουριστική τους ανάπτυξη στην ύπαρξη πολλών συγκροτημάτων timesharing.



Ορισμένα μόνο οικονομικά αποτελέσματα της παγκόσμιας χρονομεριστικής βιομηχανίας είναι ικανά να μας πείσουν για το ρόλο της βιομηχανίας στην παγκόσμια τουριστική αγορά. Σύμφωνα λοιπόν με μία έρευνα της Ragatz Associates μερικά από τα οικονομικά αποτελέσματα της παγκόσμιας χρονομεριστικής βιομηχανίας είναι τα εξής:

- 3 δις δολάρια ετησίως σε καταναλωτικές δαπάνες στα συγκροτήματα timeshare.
- 6 δις δολάρια ετησίως λαμβάνουν οι περιοχές που φιλοξενούν χρονομεριστικά συγκροτήματα
- 1,2 δις δολάρια ετησίως σε ταξιδιωτικά έξοδα.
- 30.000 μόνιμες θέσεις εργασίας στα λειτουργικά και διευθυντικά τμήματα των συγκροτημάτων.
- 10.000 έκτακτες θέσεις εργασίας στα λειτουργικά και διευθυντικά τμήματα των συγκροτημάτων.
- 45.000 πρόσθετες μόνιμες θέσεις εργασίας στους διάφορους σχετικούς με το τουρισμό τομείς των περιοχών που φιλοξενούν συγκροτήματα.

Πρόσθετα οικονομικά οφέλη απορέουν από επενδυτικά και κατασκευαστικά έξοδα από δαπάνες για marketing και πωλήσεις, και από λειτουργικά έξοδα των συγκροτημάτων (προμήθειες, φόροι, άδειες κ.λ.π.)

Αποδुकνεΐεται λοιπόν ότι η χρονομεριστική βιομηχανία είναι ένας πολύ θετικός ειασφορέας στην οικονομική ευμάρεια εκατοντάδων περιοχών στον κόσμο οι οποίες φιλοξενούν χρονομεριστικά συγκροτήματα.

Η χρονομεριστική μίσθωση προσδίδει ακόμα οφέλη στις τοπικές κοινωνίες αφού δημιουργεί μία πιο μόνιμη αγορά στην περιοχή όπου υπάρχουν συγκροτήματα. Οι περισσότεροι ιδιοκτήτες χρονομεριδίου λένε ότι θα επιστρέψουν στην περιοχή πουέχουν χρονομερίδιο σχεδόν 7 φορές μέσα στα επόμενα 10 χρόνια, σε αντίθεση με 3 φορές στα 10 χρόνια αν δεν είχαν χρονομερίδιο. Μόνο το 17% λέει ότι δεν θα επιστρέψει ποτέ στην περιοχή τα επόμενα 10 χρόνια, ενώ ένα 54,8% των ιδιοκτητών δεν θα επεστρεφαν ποτέ αν δεν είχαν χρονομερίδιο στην περιοχή.

Η χρονομεριστική ιδιοκτησία ενθαρύνει ακόμα την παραμονή περισσότερου χρόνου στις περιοχές συγκροτημάτων. Σύμφωνα με την έρευνα της Ragatz Associates, οι ιδιοκτήτες χρονομεριδίων πριν αγοράσουν την ιδιοκτησία τους παρέμεναν στα συγκροτήματα διακοπών κατά μέσο όρο 13,2 ημέρες, ενώ αφού αγόρασαν χρονομερίδιο παρέμεναν κατά μέσο όρο 17,7 ημέρες. Επιπρόσθετα το 62% των ερωτηθέντων παίρνουν περισσότερες διακοπές τώρα ως ιδιοκτήτες, παρά πριν την απόκτηση χρονομεριδίου.

## 5.6 Οφέλη του χρονομερισμού στις τοπικές κοινωνίες

Έχουν γίνει πολλές έρευνες τα τελευταία χρόνια, σε περιοχές όπου έχει αναπτυχθεί ιδιαίτερα ο θεσμός της χρονομεριστικής μίσθωσης. Δυστυχώς μία τέτοια έρευνα δεν έχει εκπονηθεί για την Ελλάδα, όπου θα μπορούσε να μαρδώσει μια πιο ξεκάθαρη ματιά στα οφέλη που απορέουν από τις χρονομεριστικές διακοπές.

Μία έρευνα που εκπονήθηκε το 1990 από την εταιρία Ernst and Young για λογαριασμό της Ενώσεως Συγκροτημάτων Χρονομεριδίων των Καναρίων Νησιών, εκθέτει με πολύ καθαρή ματιά τα οικονομικά οφέλη του χρονομερισμού στα νησιά, τόσο στο θέμα δαπανών για κατασκευή συγκροτημάτων και διαμερισμάτων, όσο και στο θέμα των δαπανών που κάνουν οι ιδιοκτήτες χρονομεριστικών διακοπών στα Κανάρια Νησιά.

Η έρευνα λοιπόν έδειξε ότι υπήρχαν 85 συγκροτήματα χρονομερισμού στα κανάρια νησιά την 1η Απριλίου του 1990. Σε αυτά τα συγκροτήματα, 7.985 διαμερίσματα χρονομερισμού είχαν ολοκληρωθεί ή είχαν προγραμματιστεί να γίνουν, αντιπροσωπεύοντας μια συνολική επένδυση της τάξης των 67.273 εκ. Πεσέτων (373 εκ λίρες). Περίπου 10 εκ. Πεσέτες ξοδεύτηκαν για κάθε διαμέρισμα για την προώθηση της πώλησής του και για διαφημιστικές δαπάνες, αποδίδοντας συνολική επένδυση κόστους 79.850 εκ. Πεσέτες (343 εκ.λίρες)

Περίπου 239.550 οικογένειες αγόρασαν σε συγκροτήματα στα Κανάρια Νησιά. Ο μέσος αριθμός οικογενειών που είχαν εβδομάδα σε κάθε ένα διαμέρισμα ήταν 30. Αν αναλογιστούμε ότι το μέγεθος κά-

θε παρέας που επισκεπτόταν την κάθε χρονομεριστική εβδομάδα ήταν κατά μέσο όρο 2,5 άτομα αυτό σημαίνει ότι 598.875 επισκέπτες ταξίδεψαν στα Κανάρια Νησιά μέσω των χρονομεριστικών διακοπών.

Η έρευνα αναφέρει ότι κάθε παρέα τουριστών ξόδευε περίπου 105.000 Πεσέτες κατά τη διάρκεια της επίσκεψής της. Αυτά τα έξοδα αναλύονται ως εξής:

### ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1

#### ΔΑΠΑΝΕΣ ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

(ΚΑΝΑΡΙΑ - 1990)

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΠΟΣΟΣΤΑ ΛΙΡΕΣ	% ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ
Ενοίκιαση Αυτοκινήτου	111.64	19,17
Εκδρομές	78.19	13,43
Δώρα	81.63	14,02
Καρτ ποστάλ	3.29	0,57
Τρόφιμα-Αναλώσιμα	120.85	20,76
Εστιατόρια- Μπαρ	186.63	32,05
ΣΥΝΟΛΟ	582.23	100,00

ΠΗΓΗ:R.C.I. 2001

Οι συνολικές δαπάνες από επισκέπτες μέσω χρονομεριστικών διακοπών στα Κανάρια Νησιά ήταν ίσες με 25.152 εκ. Πεσέτες (139 εκ. Λίρες) το 1990. Συμπληρωματικά ένα συνολικό ποσό ύψους 7.330 εκ. Πεσέτων (40 εκ. Λίρες) πληρώνεται κάθε χρόνο υπό μορφή κοινοχρήστων για την συντήρηση των συγκροτημάτων.



Να σημειώσουμε βέβαια ότι τα στοιχεία αυτά είναι για το 1990 και αντιλαμβανόμενοι την ανάπτυξη της χρονομεριστικής βιομηχανίας από τότε μέχρι σήμερα μπορούμε να καταλάβουμε τη μεγιστοποίηση των μεγεθών σε όλους τους τομείς των κοινωνιών που φιλοξενούν συγκροτήματα.

### 5.7 Οφέλη του χρονομερισμού στη Μάλτα

Η Μάλτα αντιμετώπιζε σοβαρό πρόβλημα τουριστικής ανάπτυξης στα τέλη της δεκαετίας το '70 και στις αρχές της δεκαετίας του '80. Τα περισσότερα ξενοδοχεία της Μάλτας είχαν υπερβολικά μικρό ποσοστό πληρότητας ενώ και οι παρεχόμενες υπηρεσίες προς τους τουρίστες - πελάτες ήταν χαμηλότατου επιπέδου. Για να βγουν από τη δυσάρεστη αυτή κατάσταση, κάποιοι ξενοδόχοι μετέτρεψαν τα διαμερίσματά τους σε πιο υψηλά επίπεδα ποιότητας και εισχώρησαν στη χρονομεριστική μίσθωση. Σαν αποτέλεσμα τα περισσότερα συγκροτήματα έχουν τώρα πληρότητα 70% και ακόμα, η πληρότητα αυτή διαρκεί όλο το χρόνο με ταυτόχρονα οικονομικά οφέλη και στην τοπική κοινωνία.

Αριθμητικά αυτή η εναλλαγή έχει ως εξής:

- Οι αφίξεις τουριστών αυξήθηκαν κατά 34% από 746.000 το 1987 σε 1 εκατομμύριο το 1992.

- Οι πωλήσεις 574 χρονομεριστικών διαμερισμάτων αντιστοιχούν σε πάνω από 209.000 διανυκτερεύσεις. Με 70% πληρότητα και με δύο επισκεπτόμενα άτομα, αυτό σημαίνει 293.000 τουρίστες χρονομεριστικών διακοπών το χρόνο, περίπου δηλαδή το 30% όλων των τουριστικών αφίξεων στη Μάλτα.
- Η πληρότητα δε περιορίζεται μόνο στους καλοκαιρινούς μήνες αλλά κυρίως σε μια περίοδο 5 μηνών όπου η πληρότητα βρίσκεται σε υψηλότερα επίπεδα.

Είναι λοιπόν σίγουρο, ότι η χρονομεριστική βιομηχανία στέκεται ως σημαντικός αρωγός στις προσπάθειες ορισμένων περιοχών να αναπτυχθούν τουριστικά με γνώμονα πάντα την ποιότητα τόσο των παρεχόμενων υπηρεσιών όσο και των εισερχόμενων τουριστών.

### **5.8 Οφέλη του χρονομερισμού στον ελληνικό τουρισμό**

Η βιομηχανία χρονομερισματος συνίσταται από τρία στοιχεία που περιβάλλουν τον καταναλωτή. Πρέπει να παρουσιαστούν όλοι για να επιβεβαιωθεί ότι το χρονομέρισμα θα μπορεί να προσφέρει αύξηση του προϊόντος, των υπηρεσιών προς τον καταναλωτή. Τα στοιχεία αποτελούνται από τους επιχειρηματίες τους υπεύθυνους marketing



και τις εταιρείες ανταλλαγών. Όλα αυτά είναι συνδεδεμένα ευθέως με τον καταναλωτή. Το χρονομέρισμα μπορεί να είναι επιτυχημένο αν τα παραπάνω 4 συστατικά λειτουργούν σύμφωνα με τις απαιτήσεις του καταναλωτή. Εάν κάποιο απ' τα συστατικά δεν λειτουργεί σωστά, τότε τα ποσοστά ικανοποίησης θα μειωθούν. Οντας το χρονομέρισμα μια καινούργια έννοια, πρέπει να είναι πολύ εμφανίσιμο για να κάνει τον αγοραστή να υπερνικήσει τους αρχικούς δισταγμούς.

### **5.9 Επιχειρηματίες - Θέρετρα**

Αρχικά το χρονομέρισμα αγοράστηκε και πουλήθηκε από επιχειρηματίες που, για τον ένα λόγο ή τον άλλο, βρήκαν ότι όλη η αγορά ιδιοκτησίας, είχε γίνει ένα σκληρό περιβάλλον μέσα στο οποίο έπρεπε να επηζήσουν. Αυτός είναι ένας λόγος γιατί ένας μεγάλος αριθμός γνωστών κατασκευαστικών εταιρειών άρχισαν τις χρονομεριστικές δραστηριότητές τους - είδαν ότι είναι μια επέκταση στα ενδιαφέροντα των ιδιοκτησιών τους. Αργότερα, ενώ η φιλοξενία τελείωσε, η πολυτελής βιομηχανία έχει αρχίσει ν' αναπτύσσει και να πουλά αξιοσημείωτα χρονομερίσματα, Marriot, Sheraton, Holiday Inn, Granada, Stakis και άλλα. Πολλοί ξενοδόχοι βρίσκουν την ανάπτυξη δύσκολη να επανέλθει στα αρχικά συμβατικά πακέτα διακοπών στην αγορά του εμπορίου διακοπών όπου οι τουριστικοί λειτουργοί, συνεχίζουν να πιέζουν για μείωση τιμών στην ανταγωνιστική αγορά. Τα κτίρια καινούργιων ξενοδοχείων για την αγορά των διακοπών έχουν παρακμάσει σε πολλές περιοχές της Ισπανίας για χάρη της ανάπτυξης και του κάτερινγκ (Haylock, 1988).

Πολλοί επιχειρηματίες έχουν απορροφηθεί από το χρονομέρισμα, γιατί έχουν αντιληφθεί την ποιότητα του προϊόντος. Βλέπουν την ανάπτυξη της αγοράς και κερδών.

### **5.9.1 Τα οφέλη του χρονομεριδίου στους επιχειρηματίες**

Βλέποντας τους δύσκολους καιρούς που αντιμετωπίζει η ελληνική βιομηχανία ξενοδοχείων, η έννοια του χρονομερίσματος προσφέρει ενδιαφέρουσες ευκαιρίες στους ξενοδόχους και τους ενοικιαστές για ν' αυξηθεί το εισόδημά τους και να καλυφθούν τα δάνειά τους. Η κατασκευή των χρονομεριστικών αναπτύξεων δεν παράγει προβλήματα διαφορετικά από εκείνα που παρουσιάζονται στην κλασική αγορά διακοπών. Ενώ, η ανάπτυξη του χρονομερίσματος πρέπει να σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να πληροί τις υψηλές απαιτήσεις της αρχιτεκτονικής, της γλυκύτητας και της ποιότητας των υπηρεσιών. Στην Ελλάδα κανένα από τα 32 θέρετρα, δεν σχεδιάστηκε για να λειτουργήσει σαν θέρετρο χρονομερίσματος, λειτουργούσαν σαν τυπικά λουξ ή α' κατηγορίας ξενοδοχεία.

Το χρονομεριστικό θέρετρο έχει σαν αποτέλεσμα πολλά πλεονεκτήματα για τον επιχειρηματία.

- α) Συνεχιζόμενη λειτουργία του διαμερίσματος μαζί με την αύξηση της ετήσιας πληρότητας. Αυτό υπονοεί καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών, η οποία μπορεί να προσφερθεί σύμφωνα με τις χαμηλότερες τιμές (Parrairis, 1984).

β) Βελτίωση των προβληματικών επιχειρήσεων, πολλά απ' αυτά τα ξενοδοχεία των οποίων οι λειτουργίες τους δεν ήταν κερδοφόρες μέχρι να γίνουν χρονομεριστικά.

Κάτω από τη λειτουργία του χρονομερίσματος ο επιχειρηματίας μπορεί να σκεφθεί:

- γρηγορότερη ξεπλήρωση του δανείου
- ουσιαστική λειτουργία για το διάστημα χρόνου
- ανάπτυξη των παροχών των θερέτρων και υιοθεσία των καινούργιων τουριστών που απαιτούν
- απόκτηση ενός μεγάλου αριθμού full time εργαζόμενων και μείωση την ίδια ώρα, των εποχιακών έχοντας σαν αποτέλεσμα τη βελτίωση των υπηρεσιών (Anonymous, 1993).

γ) Αποφυγή των πιέσεων που πηγάζει από τους tour operators, για παράδειγμα, διατήρηση χαμηλών τιμών (Parpairis, 1984).

δ) Πλεονεκτική θέση του επιχειρηματία χρονομερίσματος απέναντι στους ανταγωνιστές τους εφόσον η έννοια της χρονομεριστικής βιομηχανίας προσφέρει σταθερή ζήτηση (Kelaiditis, 1989).

ε) θεωρητικά ευκολότερη διεύθυνση και διατήρηση λειτουργιών σε μία ανάπτυξη χρονομερίσματος η οποία είναι μέσα στην περιφέρεια του ξενοδοχείου απ' τη στιγμή που όλα προσφέρονται από το ξενοδοχείο (Anonymous, 1993).

Ενώ το χρονομέρισμα συμπεριλαμβάνει ειδικές περιοχές μπορεί

ν' αναπτυχθούν μειονεκτήματα όπως:



- α) Η απορρόφηση ουσιαστικού αριθμού τουριστών από παραδοσιακές διαμονές. Αυτό μπορεί να έχει σαν αποτέλεσμα τη μη καλύτερη εξυπηρέτηση των χρονομεριστικών πελατών του ξενοδοχείου.
- β) Ο κίνδυνος ο οποίος πηγάζει από τη μεταβίβαση της ιδιοκτησίας διαμονής σε ξένους, καθώς αυτό μπορεί να είναι μεγάλη εξάρτηση από τους ιδιοκτήτες (Απονημους, 1993).

Από συνεντεύξεις με έλληνες επιχειρηματίες θερέτρων ήταν φανερό ότι ήταν πολύ ικανοποιημένοι με τη λειτουργία των χρονομεριστικών διαμερισμάτων. Ο κύριος στόχος πίσω από κάθε χρονομεριστική ανάπτυξη είναι τα οικονομικά οφέλη, τα οποία προκύπτουν από την χρονομεριστική έννοια. Πιστεύεται ότι μέσα στον ίδιο χρόνο η λειτουργία του ξενοδοχείου σαν χρονομεριστικό θέρετρο, θα υποβιβαστεί από τον επενδυτή του. Επίσης ο επιχειρηματίας πρέπει να φροντίσει για τη δημιουργία εξοπλισμένων διαμερισμάτων. Αυτά τα είδη της βελτίωσης θα δημιουργήσουν επιπρόσθετες απαιτήσεις και τα θέρετρα θα είναι πιο ανταγωνιστικά, σεβόμενα αυτά που ήδη υπάρχουν. Τέλος, θεωρείται ότι οι επιχειρηματίες είναι απελευθερωμένοι από τα χρέη συντήρησης μεταφέροντάς τα στους ιδιοκτήτες χρονομερίσματος.

### **5.9.2 Τα ελληνικά χρονομεριστικά θέρετρα**

Στην Ελλάδα, όπου η βιομηχανία πρωτοϊδρύθηκε περίπου 10 χρόνια πριν, υπάρχουν 32 χρονομεριστικά θέρετρα σε λειτουργία

(στον πίνακα 5.1 φαίνονται μόνο μερικά). Η πλειοψηφία τους είναι στην Κρήτη (5) ακολουθεί η Ρόδος (4) και η Κέρκυρα (3). Αυτοί οι προορισμοί είναι οι πιο γνωστοί στην Ελλάδα και μπορούν να ελκύσουν τους παραθεριστές από το εξωτερικό, όπως επίσης και τους τουρίστες εντός των συνόρων. Σύμφωνα με τον κύριο Μανίκη, (Διευθυντή της RCI Ελλάς) η ελληνική RCI προσδοκά 8 ακόμη θέρετρα να προστεθούν στη χρονομεριστική βιομηχανία μέχρι το 2004 - ενώ θα διακοπεί η συνεργασία με όσα χρονομεριστικά θέρετρα δεν πληρούν τις προϋποθέσεις ένταξης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2

ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΑ ΘΕΡΕΤΡΑ

ΘΕΡΕΤΡΑ	ΠΕΡΙΟΧΗ	ΑΡ.ΚΡΕΒΑΤΙΩΝ	ΧΡΟΝ.ΚΡΕΒΑΤΙΑ	ΕΤΟΣ ΕΝΤΑΞΗΣ
<i>PORTO HYDRA</i>	ΕΡΜΙΟΝΗ	506	244	1988
<i>GOLDEN COAST</i>	ΑΘΗΝΑ	993	487	1988
<i>PORTO RIO</i>	ΠΑΤΡΑ	383	78	1989
<i>AEOLUS CLUB</i>	ΚΕΡΚΥΡΑ	673	260	1989
<i>GOLDEN BEACH</i>	ΡΟΔΟΣ	60	42	1989
<i>VILLAGE INN</i>	ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ	2.045	167	1990
<i>MONTANA</i>	ΚΑΡΠΙΕΝΗΣΙ	207	94	1991
<i>SUN BEACH</i>	ΡΟΔΟΣ	300	96	1991
<i>NOSTOS</i>	ΣΚΙΑΘΟΣ	350	170	1991
<i>CANDIA PARK</i>	ΚΡΗΤΗ	387	190	1993
<i>METROPOLITAN</i>	ΡΟΔΟΣ	1.288	180	1993
<i>VILLEA VILLAGE</i>	ΚΡΗΤΗ	116	82	1993
<i>MIRABELO</i>	ΚΡΗΤΗ	251	123	1993
<i>VILLA OLYMPIA</i>	ΓΑΛΛΞΙΔΙ	28	19	1994
<i>KAVIRIA PALACE</i>	ΛΗΜΝΟΣ	602	86	1994
<i>GOVINO BAY</i>	ΚΕΡΚΥΡΑ	154	96	1994
<i>DAFNI HOLIDAY</i>	ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ	125	86	1994
<i>PORTO HELLI</i>	ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣ ΟΣ	351	64	1996
<i>PEFKOS</i>	ΡΟΔΟΣ	80	38	1996
<i>VILLAGE</i>				
<i>PALEROS CLUB</i>	ΑΙΤ/ΝΑΙ	86	42	1997
<i>PILIO CLUB</i>	ΠΗΛΙΟ	43	30	1997
<i>VILLAGE H CLUB</i>	ΚΡΗΤΗ	141	65	1996
<i>LEONIKI</i>	ΚΡΗΤΗ	72	50	1997
<i>LAOKASTI</i>	ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ	65	46	1996
<i>IRIA MARE</i>	ΝΑΥΠΛΙΟ	36	34	1997
<i>CLUB MYKONOS</i>	ΜΥΚΟΝΟΣ	42	28	1998
<i>ANEZINA</i>	ΠΑΡΟΣ	43	30	1998
<i>ALKION CLUB</i>	ΚΟΡΙΝΘΟΣ	24	12	1994
<i>CAVO BLANKO</i>	ΚΕΡΚΥΡΑ	224	106	1995



Άλλο χαρακτηριστικό που παρουσιάζεται στον πιν. 5.2, είναι ότι πολλοί μικροί επιχειρηματίες εισβάλλουν στη χρονομεριστική βιομηχανία για να κερδίσουν τα πλεονεκτήματα που αναφέραμε παραπάνω. Σημειωτέο, ότι μόνο 9 θέρετρα έχουν περισσότερα από 120 κρεβάτια για τη λειτουργία του χρονομερίσματος. Όλα τ' άλλα θέρετρα, συμπεριλαμβάνουν λιγότερα από 100 κρεβάτια για το χρονομέρισμα. Ενώ υπάρχουν 3 θέρετρα τα οποία έχουν περισσότερα από 200 κρεβάτια. Η Χρυσή Ακτή ένα θέρετρο κοντά στην Αθήνα με 487 κρεβάτια, Πόρτο Υδρα, το θέρετρο το οποίο εισήγαγε το χρονομέρισμα στην Ελλάδα με 244 και Ακτή Αίολος στην Κέρκυρα με 260 κρεβάτια. Σύμφωνα με τον κύριο Μανίκη, εάν αλλάξει ο ελληνικός νόμος για το χρονομέρισμα, ο οποίος επιτρέπει μόνο στο 49% των διαμερισμάτων ενός υπαρκτού ξενοδοχείου (βλ. §3.3) τότε πολλά μικρά ξενοδοχεία θα αξίζουν την πλειοψηφία των διαμερισμάτων στο χρονομέρισμα.

### **5.9.3 Επίπεδα πληρότητας των ελληνικών χρονομεριστικών θερέτρων**

Στην Ελλάδα λεπτομερείς πληροφορίες, όσον αφορά τη πληρότητα, για κάθε ένα από τα 32 θέρετρα δεν είναι διαθέσιμα. Πάντως η ελληνική RCI έχει συντάξει μια αναφορά στην οποία, το ποσοστό πληρότητας 25 θερέτρων που είναι ενταγμένα στην RCI, εκτιμάται για το έτος 1997. Σύμφωνα με την αναφορά, το ποσοστό πληρότητας των 25 θερέτρων της ελληνικής RCI ήταν τεράστιο για το 1997. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον πιν. 5.2.

Το ποσοστό πληρότητας για το 1997 για τα 25 θέρετρα της ΕΛ. RCI ήταν 89,2%. Από τον Απρίλιο μέχρι τον Οκτώβριο, το ποσοστό πληρότητας των θερέτρων ήταν υψηλότερο από 90%. Η υψηλότερη πληρότητα παρατηρήθηκε τον Αύγουστο με 100%, είναι αναμενόμενη γιατί αυτός ο μήνας είναι ο προτιμότερος για τις καλοκαιρινές διακοπές στην Ελλάδα. Επίσης όπως έχει αναφερθεί πιο πάνω, τα περισσότερα από τα ελληνικά χρονομεριστικά θέρετρα συνδυάζουν άμμο - θάλασσα και ήλιο. Αυτή είναι και η αιτία γιατί τους μήνες Ιανουάριο, Φεβρουάριο και Μάρτιο παρατηρούμε τα χαμηλότερα ποσοστά πληρότητας.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 5.3

ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΘΕΡΕΤΡΩΝ ΤΗΣ RCI (ΙΑΝ-ΑΠΡ 1998)

ΜΗΝΑΣ	ΚΑΤΑΤΕΘΗΜΕΝΕΣ ΕΒΔΟΜΑΔΕΣ	ΑΝΤΑΛΛΑΓΕΣ	ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ %
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	47	23	48,9
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	236	148	62,7
ΜΑΡΤΙΟΣ	693	498	71,8
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	897	788	87,8

ΠΗΓΗ: RCI GREECE 1998

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.4

ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΘΕΡΕΤΡΩΝ ΤΗΣ RCI ΓΙΑ ΤΟ 1997

ΜΗΝΑΣ	ΚΑΤΑΤΕΘΗΜΕΝΕΣ ΕΒΔΟΜΑΔΕΣ	ΑΝΤΑΛΛΑΓΕΣ	ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	37	22	59,4
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	196	66	33,7
ΜΑΡΤΙΟΣ	455	271	59,5
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	889	824	92,7
ΜΑΙΟΣ	1063	1038	97,6
ΙΟΥΝΙΟΣ	1263	1255	99,3
ΙΟΥΛΙΟΣ	1073	1056	98,4
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	930	930	100,0
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	1521	1473	96,8
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	966	913	94,5
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	505	230	45,5
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	381	195	51,2
ΣΥΝΟΛΟ	9279	8276	89,2

ΠΗΓΗ: RCI GREECE 1998

Σύμφωνα με την αναφορά, είναι πολύ δύσκολο για ένα συμβατικό ξενοδοχείο να διατηρήσει αυτά τα επίπεδα πληρότητας κατά το Μάιο, Ιούνιο και Σεπτέμβριο και περισσότερο κατά τη διάρκεια του Φθινοπώρου και της Άνοιξης. Αυτό είναι ένα όφελος που αποκτάται από το χρονομέρισμα, η αντιμετώπιση της εποχιακής ζήτησης. Επί-

σης πιστεύεται ότι δεν υπάρχουν συμβατικά θέρετρα καλοκαιρινά στην Ελλάδα, τα οποία έχουν υψηλότερη πληρότητα κατά τη διάρκεια του χειμώνα από ότι στα χρονομεριστικά θέρετρα. Πρέπει ν' αναφερθεί ότι τα πιο πολλά καλοκαιρινά θέρετρα στην Ελλάδα κλείνουν κατά τη διάρκεια των 3 μηνών του χειμώνα και μόνο ένας μικρός αριθμός θερέτρων λειτουργεί, γι' αυτό μια σύγκριση γι αυτούς τους μήνες είναι ανεπαρκής.

Στον πίνακα 5.3 παρουσιάζονται τα ποσοστά πληρότητας, των θερέτρων που είναι ενταγμένα στην RCI, τον Ιανουάριο 1998 και Απρίλιο 1998. Μερικές ανταλλαγές έχουν συγκριθεί με τους ίδιους μήνες του 1997. Τον Ιανουάριο του 1998 το ποσοστό πληρότητας ήταν χαμηλότερο (48,9%), συγκρινόμενο με το 1997 (59,4%) και το ίδιο για τον Απρίλιο (-4,9%). Ενώ το Φεβρουάριο (62,7%) και Μάρτιο (71,8%) του 1998 ήταν υψηλότερα τα ποσοστά πληρότητας από τον προηγούμενο χρόνο. Φαίνεται ότι το κενό στις πληρότητες μεταξύ αυτών των 3 μηνών γίνεται μικρότερο για να λειτουργήσουν σε σταθερότερη βάση τα θέρετρα.

Σύμφωνα με τον κύριο Μακρόπουλο, ο οποίος έχει το Club Mycos, το οποίο μένει ανοικτό από τον Απρίλιο μέχρι το Νοέμβριο, το χρονομέρισμα του επιτρέπει να λειτουργεί το θέρετρό του για τόσο μεγάλη περίοδο και να έχει κέρδη από τις επιπρόσθετες υπηρεσίες που προσφέρει στους παραθεριστές του χρονομερίσματος. Επίσης η αύξηση της πληρότητας κατά τη διάρκεια αυτών των μηνών είναι ανάλογη με το χρονομέρισμα, και αυτό οδηγεί σε καλύτερη διεύθυνση του προσωπικού και των πηγών.



#### 5.9.4 Εθνικότητες που επισκέφθηκαν τα ελληνικά χρονομεριστικά θέρετρα

Σύμφωνα με τις στατιστικές της ελληνικής RCI, 7.904 παραθεριστές χρονομερίσματος επισκέφθηκαν ένα από τα 32 ελληνικά θέρετρα κατά τη διάρκεια του 1998. Η πλειοψηφία τους ήταν έλληνες (2.883) ακολουθούν οι Άγγλοι (982) και μετά οι Αμερικάνοι (727). Άλλες εθνικότητες με πάνω από 500 επισκέπτες ήταν Ιταλία (618), Γερμανία (594) και Γαλλία (590). Είναι λογικό ότι οι Έλληνες είναι η πλειοψηφία των επισκεπτών των ελληνικών ξενοδοχείων γιατί όπως αναλύσαμε στην παρ. 4.3, ο κύριος στόχος τους είναι να επισκεφθούν την Ελλάδα το καλοκαίρι.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.5

ΑΝΤΑΛΛΑΓΕΣ ΤΗΣ RCI ΣΕ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΧΡ.ΘΕΡΕΤΡΑ  
(ΑΝΑ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ. 1998)

ΧΩΡΑ	ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	ΧΩΡΑ	ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	ΧΩΡΑ	ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ
ΕΛΛΑΔΑ	2883	ΒΕΛΓΙΟ	122	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	48
ΑΓΓΛΙΑ	982	ΕΟΥΗΔΙΑ	117	ΜΕΣΙΚΟ	44
ΑΜΕΡΙΚΗ	727	ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	108	ΟΥΑΛΙΑ	40
ΙΤΑΛΙΑ	618	ΦΙΛΑΝΔΙΑ	103	ΑΥΣΤΡΙΑ	35
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	594	ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	78	ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ	34
ΓΑΛΛΙΑ	590	ΟΥΓΓΑΡΙΑ	68	ΔΑΝΙΑ	32
ΙΣΡΑΗΛ	154	ΟΛΛΑΝΔΙΑ	62	ΤΟΥΡΚΙΑ	22
Ν. ΑΦΡΙΚΗ	150	ΕΚΟΤΙΑ	59	ΜΠΑΧΡΕΙΝ	20
ΚΑΝΑΔΑ	134	ΣΕΡΒΙΑ	50	ΒΕΝΕΖΟΥΕΛΑ	12

ΠΗΓΗ: RCI 1998



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ - ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ

#### 6.1 Οι εταιρείες ανταλλαγών

Ένα από τα σημαντικότερα θέματα στις επιχειρήσεις της χρονομεριστικής βιομηχανίας έχει γίνει η ίδρυση και η ανάπτυξη 2 εταιρειών οι οποίες προβάλουν το άκαμπτο προϊόν. Η RCI και II προσφέρουν γενικά παρόμοιες υπηρεσίες στα μέλη των οργανισμών που προσφέρουν την δυνατότητα στον ιδιοκτήτη χρονομερίσματος να ανταλλάξει το μερίδιό του. (Haylock, 1995).

Πολλές εταιρείες έχουν εισαχθεί στην ανταλλαγή του χρονομεριστικού χώρου αλλά μόνο η RCI και II έχουν διασωθεί και αναπτυχθεί σημαντικά από τα πρώτα χρόνια του χρονομερίσματος στα μέσα του '70. Μερικές χρονομεριστικού τύπου εταιρείες, όπως η Harimag, ελβετική εταιρεία, και η αγγλική Property Bond, δούλεψαν σ' ένα «σύστημα πόντων», όπου ο κάθε ιδιοκτήτης μπορεί να απαιτήσει στα ίδια ή διαφορετικά μέρη κάθε χρόνο διακοπές ανάλογα με το τι ιδιοκτησία έχει εκείνος. Επίσης, η Harimag συνεργάζεται με την RCI για την εξάπλωση ανταλλαγών εκτός Ευρώπης (Haylock, 1988).

Σαν αποτέλεσμα οι εταιρείες ανταλλαγών ενεργούν σαν «tour operator» για χρονομεριστικούς ιδιοκτήτες, όχι μόνο γιατί επηρεάζουν αποτελεσματικά τις ανταλλαγές μιας εβδομάδας χρονομερι-

στικού ιδιοκτήτη, αλλά προσφέρουν ταξίδια και άλλες υπηρεσίες που απαιτούνται από τους παραθεριστές.

Για να καταλάβουμε το μέγεθος της λειτουργίας αυτών των οργανισμών, η RCI, το 1994, επηρέασε 1,4 εκατομμύρια εβδομάδες ανταλλαγής. Το ποσοστό διάρκειας χρονομεριστικών διακοπών είναι 1.3 εβδομάδες. Το ποσοστό για ανταλλαγές είναι 3.3 άτομα. Το 1994 η RCI οργάνωσε διακοπές για περίπου 3,5 εκατομμύρια ανθρώπους, κάνοντας την εταιρεία μία από τις μεγαλύτερες ταξιδιωτικές εταιρείες του κόσμου (Haylock, 1994).

Ένας αριθμός ερευνών πάνω στο marketing έχει αποδείξει ότι η πρωταρχική αιτία των καταναλωτών που αγοράζουν χρονομερίδιο συνήθως οφείλεται στο ότι οι αγοραστές μπορούν ν' ανταλλάξουν το χρονομέρισμά τους μέσω εταιρείας ανταλλαγών (Dean, 1993).

Τα δύο μεγάλα δίκτυα ανταλλαγών, άνοιξαν τα γραφεία τους στην Ελλάδα τον ίδιο χρόνο το 1989. Από τότε, δουλεύουν αποτελεσματικά για να μεταφέρουν τις καλύτερες υπηρεσίες στους πελάτες τους, όπως και να συνεισφέρουν στην περαιτέρω βελτίωση του χρονομερίσματος στην Ελλάδα.

Οι εταιρείες ανταλλαγής είναι αποφασιστικές στην ύπαρξη και στη μελλοντική ανάπτυξη της ελληνικής χρονομεριστικής βιομηχανίας διότι:

- Προσφέρουν σημαντικά εργαλεία πώλησης στους επιχειρηματίες και marketers ξεπερνώντας το εμπόδιο του να γυρνούν οι παραθεριστές στο ίδιο μέρος για διακοπές κάθε χρόνο.

- τροφοδοτούν με υλικά πωλήσεων και άλλες επινοήσεις του marketing τους επιχειρηματίες.
- Προβάλουν υπηρεσίες ανταλλαγής στον ιδιοκτήτη χρονομερίσματος και τελικά, προσφέρουν έναν αριθμό συγγενικών υπηρεσιών στον ιδιοκτήτη (π.χ. μεταφορά, ασφάλεια ταξιδιού, αεροπορική μεταφορά και ούτω καθεξής).

Τα έσοδα των εταιρειών ανταλλαγής προέρχονται από 4 πηγές: έξοδα εγγραφής ιδιοκτητών πληρωμένα από τον επιχειρηματία που «χτίζει» σε τιμή χρονομερίσματος, ετήσια έξοδα από ιδιοκτήτη που εύχονται να χρησιμοποιήσουν και άλλες παρεχόμενες υπηρεσίες, έξοδα ανταλλαγής σε συνηθισμένη βάση και εισόδημα από περιφερειακές υπηρεσίες που προβάλλονται στους επιχειρηματίες και ιδιοκτήτες (Haylock, 1988).

Η ελληνική RCI, υπηρετεί εκτός από 8.125 Ελληνικά μέλη, 930 Βούλγαρους, 253 Κύπριους και 32 Αλβανούς. Μέχρι το 1994 υπηρετούσε όλη τη Μέση Ανατολή, συμπεριλαμβανομένης και της Ινδίας. Το 1993 η ελληνική RCI εκτόξευσε ένα ταξιδιωτικό τμήμα για να δώσει λεπτομέρειες για τα ταξίδια των μελών της. Η ελληνική RCI μέχρι το 1995 είχε 25 θέρετρα. Η RCI χρεώνει για μια ανταλλαγή περίπου 40.000δρχ και για ετήσια συνδρομή μέλους 30.000δρχ.

Η ελληνική RCI, υπηρετεί περίπου 1000 ιδιοκτήτες χρονομερίσματος που είναι μέλη οργανισμών και 5 χρονομεριστικών θερέτρων. Η II δεν προβάλλει ταξιδιωτικές υπηρεσίες στα μέλη της αλλά σύμφωνα με έγκυρες πηγές, στα επόμενα 2 χρόνια η Ελλάδα θα έχει το

δικό της τμήμα ταξιδιών. Η ελληνική ΙΙ χρεώνει το ποσό των 35.000δρχ για ανταλλαγή και 28.000δρχ για συμμετοχή ενός χρόνου.

Είναι δύσκολο να υπερεκτιμηθεί η συνεισφορά και επιρροή η οποία έχουν οι εταιρείες ανταλλαγών στην εξέλιξη της ελληνικής χρονομεριστικής αγοράς. Με την απουσία μεγάλων ονομάτων από τις επιχειρήσεις, οι εταιρείες ανταλλαγής έχουν προβάει σταθερότητα και υπευθυνότητα στη βιομηχανία των επιχειρηματιών.

Στην Ελλάδα ένας μικρός αριθμός χρονομεριστικών θερέτρων έχουν κάνει βουτιά στην κρίση, καθώς οι επιχειρηματίες έχουν φαλιρίσει οικονομικά (π.χ. Kaniria Palace, στη Λήμνο). Ενώ περισσότερα είναι νόμιμες δομές οι οποίες απέτρεψαν τους ιδιοκτήτες από το χάσιμο κατοχής των χρονομεριστικών θερέτρων, παρ' όλα αυτά υπάρχει πάντοτε η περίοδος που το θέρετρο μπορεί να κλείσει προσωρινά, ενώ ο ιδιοκτήτης λύνει οικονομικά προβλήματα. Και οι δύο εταιρείες ανταλλαγής έχουν άριστα στη βοήθεια που προσέφεραν στα θέρετρα, λόγω της προσωρινής κρίσης, φυλάσσοντας τη δραστηριότητα της ανταλλαγής, συμβουλευοντας τους ιδιοκτήτες και βοηθώντας ν' αναγνωριστούν ουσιαστικοί αγοραστές (Haylock, 1994).

Οι εταιρείες ανταλλαγής επίσης παίζουν σημαντικό ρόλο στην πολιτική της βιομηχανίας. Οδηγούν δραστηριότητες του εθνικού εμπορίου GTA, έχουν επίσης προβάει αρκετές συμβουλές και πληροφορίες.

## **6.2 Ο ελληνικός χρονομεριστικός σύλλογος**

Ο ελληνικός χρονομεριστικός σύλλογος (greek timeshare association) έχει μεγάλο αριθμό μελών, επιτρέπει να αναπτυχθούν οι εταιρείες marketing και οι οργανισμοί ανταλλαγών. Τα μέλη του συλλόγου ήταν αυστηρά στους οργανισμούς, οι οποίοι μπορούσαν να συναντήσουν αυστηρά οικονομικά προβλήματα, νομικά, καθώς και κριτήρια ποιότητας. Αυτό το κυβερνών σώμα ήταν σχεδιασμένο για να αναβαθμίσει και ρυθμίσει τη χρονομεριστική δραστηριότητα στην Ελλάδα. Συμπεριλαμβανόμενοι στόχοι, είναι η περαιτέρω ανάπτυξη του χρονομερίσματος στην Ελλάδα και η θέσπιση νόμων για την προστασία του χρονομεριστικού καταναλωτή, όπως επίσης για την ομαλή λειτουργία της ελληνικής χρονομεριστικής αγοράς. Επίσης, η πρόβλεψη της υψηλής ποιότητας των σάνταρντς για όλο το φάσμα των υπηρεσιών, οι οποίες έχουν σχέση με τις χρονομεριστικές διακοπές και τελικά, την υποστήριξη των τεχνικών νομικών και άριστων υπηρεσιών.

## **6.3 Εταιρείες πώλησης και προώθησης (marketing)**

Όπως κάθε προϊόν ή υπηρεσία, το χρονομέρισμα χρειάζεται να τραβήξει την προσοχή του κοινού. Στο marketing η ανάπτυξη πολλών γεγονότων χρειάζεται να παρατηρηθεί. Τοπικές καταστάσεις, ουσιαστικό marketing, ανταγωνισμός, οικονομία, είναι μόνο μερικά από τα γεγονότα που χρειάζονται προσεκτική αναφορά πριν αποφασιστεί η μέθοδος διάδοσης. Οι εταιρείες marketing όχι μόνο επηρεάζουν το project πώλησης αλλά και ολόκληρη τη βιομηχανία.

Μέχρι το 1988, το περισσότερα χρονομερίδια πωλούνταν σε πιθανούς πελάτες που επισκέπτονταν ένα θέρετρο. Καθώς ο αριθμός των θερέτρων αυξάνεται στη Φλόριδα και αργότερα στα Κανάρια νησιά και στην Algarve, ο ανταγωνισμός είναι έντονος μεταξύ των εμπόρων για να πείσουν μεγάλο αριθμό παραθεριστών να επισκεφτούν τα θέρετρό τους. Προσωρινό προσωπικό πλήρωσε μόνο τη βασική προμήθεια, για να τοποθετούνται υπάλληλοι στις γεμάτες περιοχές και να καλούν από κει τους πιθανούς αγοραστές. Αυτή η εξέλιξη έγινε ταλαιπωρία των παραθεριστών, έχοντας σαν αποτέλεσμα αρνητική αναφορά στα media, κυρίως στην Αγγλία (Haylock, 1988).

Στην Ελλάδα, οι επιχειρηματίες οι υπεύθυνοι marketing και οι εταιρείες ανταλλαγών και κυρίως ο Ελληνικός οργανισμός τουρισμού υποστήριξαν ότι η εμπειρία της Αγγλίας θ' αποφευχθεί. Τα παράπονα για σκληρή πώληση τεχνικής που υπάρχουν στην Ελλάδα, δεν είναι αρκετά να προκαλέσουν κακή δημοσιότητα στην ιδέα της χρονομεριστικής βιομηχανίας. Αυτός είναι ο λόγος γιατί μερικές φορές οι παρεξηγήσεις συμβαίνουν μεταξύ των πελατών και των αγοραστών.

Υποστηρίζεται ότι η έννοια του χρονομερίσματος στην Ελλάδα δεν αντιμετωπίζει αρνητική δημοσιότητα από τα μέσα, κυρίως επειδή γίνονται συντονισμένες πράξεις μέσα στα όρια του Ελλ. οργανισμού τουρισμού, από τον καιρό της εγκαθίδρυσης της έννοιας στην Ελλάδα. Παρά όλα αυτά πολλά μέλη της RCI συχνά παραπονιούνται για παραπλανητικές πληροφορίες που δίνονται κατά καιρούς αγοράς από τους πωλητές. Συνήθως οι πωλητές πείθουν τους αγοραστές ότι



είναι εύκολο να ανταλλάξουν τις εβδομάδες τους ή ότι δεν υπάρχουν ετήσια έξοδα συντήρησης που πρέπει να πληρώσουν οι ιδιοκτήτες το οποίο φυσικά δεν είναι αλήθεια.

Σύμφωνα με τον κύριο Μανίκη, οι αποτελεσματικές τεχνικές απαιτούν εμπειρία και επαγγελματικότητα. Πολλοί από τους επιχειρηματίες του χρονομερίσματος κοιτάζουν για υψηλές κρατήσεις από τα εξωτερικά γκρουπ αγοράς και συμπεραίνουν ότι μπορούν να το κάνουν μόνοι τους και να σώσουν μερικά χρήματα μ' αυτή τη διαδικασία. Ενώ έχει καταστροφικά αποτελέσματα, σαν ερασιτέχνες πωλητές είναι συχνά υπεύθυνοι για την άσχημη εικόνα που έχει το χρονομέρισμα στην αντίληψη πολλών καταναλωτών. Δεν έχει αναφερθεί σ' αυτό το σημείο ότι τα έξοδα marketing αντιπροσωπεύουν περίπου το 45% της τιμής των χρονομεριστικών μεσοδιαστημάτων.

Τώρα υπάρχουν περίπου 19 εταιρείες οι οποίες πουλούν χρονομερίδια στην Ελλάδα. Ένας αριθμός απ' αυτές πουλά χρονομερίδια στα ελληνικά θέρετρα όπου άλλοι πουλούν χρονομέρισμα στο εξωτερικό και κυρίως στην Ισπανία και Πορτογαλία (παράρτημα α).

### **6.3.1 Επαναπώληση χρονομεριδίων**

Η ικανότητα του αγοραστή χρονομερίσματος να πουλά ένα προϊόν το οποίο του έχει κοστίσει κάποια εκατομμύρια δραχμές, είναι σημαντική. Θεωρητικά, πολλοί πωλητές χρονομερίσματος στην Ελλάδα υποστηρίζουν ότι η διαδικασία επαναπώλησης χρονομερίσματος είναι εύκολη. Η πραγματικότητα όμως είναι ότι επιχειρήσεις μεταπώλησης δεν έχουν αναπτυχθεί ιδιαίτερα στην Ευρώπη σε αντίθεση με την

Αμερική που είναι σημαντικό κομμάτι της χρονομεριστικής βιομηχανίας.

Τα χρονομερίσματα μπορούν να επαναπωληθούν και είναι αρκετά κάθε χρόνο. Το βασικό πρόβλημα είναι η υπεροχή της προσφοράς έναντι της ζήτησης, και ενώ υπάρχουν τόσα πολλά νέα χρονομερίδια που πωλούνται κατά κόρον, υπάρχει ένα μικρό πρόβλημα στους επιχειρηματίες και τους marketers που προτιμούν να προσφέρουν τα νέα χρονομερίδια που πέφτουν στην αγορά παρά μια ήδη πουλημένη εβδομάδα για επαναπώληση. Ενώ οι επιχειρηματίες που έχουν κάνει προσπάθειες να ξαναπουλήσουν μερίδια σαν μέρος των μικτών εμπορευμάτων τους, το έχουν καταφέρει πολύ καλά (Haylock, 1991).

Αυτή τη στιγμή στην Ελλάδα, δεν υπάρχουν εταιρείες που προσπαθούν να ξαναπουλήσουν. Εάν ένας Έλληνας θέλει να πουλήσει την εβδομάδα του, πρέπει να κάνει αίτηση σε μία από τις αγγλικές εταιρείες επαναπώλησης (παράρτημα β).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

### ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

#### Εισαγωγή

Το κύριο συμπέρασμα που μπορεί να βγει από την ανάλυση για την ανάπτυξη της χρονομεριστικής βιομηχανίας στον κόσμο, είναι ότι η ιδέα έχει γίνει πηγή έντονης συζήτησης των θεωρούμενων οφελών και για την ενοχοποίηση ενάντια του τουριστικού τομέα και τον καταναλωτή του χρονομεριστικού προϊόντος.

Απ' τη μια, η γρήγορη ανάπτυξη της χρονομεριστικής βιομηχανίας στα πρόσφατα χρόνια θα ενισχύσει την εγκυρότητα του χρονομερίσματος, καθώς ο τουρισμός θα είναι όργανο εμφάνισης. Απ' την άλλη, η αντίθετη δημοσιότητα απ' τα ΜΜΕ σε μερικές χώρες τρέφει τη μη σιγουριά των καταναλωτών χρονομερίσματος, αναφερόμενη στη μη προσφορά του καινούργιου τουριστικού προϊόντος. Το μέλλον περισσότερων ευρωπαϊκών χωρών είναι αβέβαιο στη βιομηχανία του χρονομερίσματος.

Η έρευνα στην αγορά χρονομεριστικής βιομηχανίας στην Ελλάδα έχει δείξει αντιφατικές απόψεις, όσον αφορά την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού και του καταναλωτή χρονομερίσματος.

Συμπέρασμα ότι περαιτέρω έρευνες στο ελληνικό χρονομέρισμα και στα χαρακτηριστικά καταναλωτών πρέπει να υιοθετηθούν για να ιδρυθούν οι αιτίες για τ' ανόμοια χρονομερίσματα, όπως οι παγίδες που αναφέρονται στην ανάπτυξη του χρονομερίσματος στην Ελλάδα. Τα παραπάνω πρέπει να ληφθούν υπ' όψιν για λογαριασμό του χρονομερίσματος και του μέλλοντος αυτού στην Ελλάδα.

### **7.1 Η επανάσταση της χρονομεριστικής βιομηχανίας**

Το χρονομερίδιο θεωρείται η αγορά της διαμονής των διακοπών για μια προκαθορισμένη περίοδο (εβδομαδιαία) κάθε χρόνο για ορισμένο αριθμό χρόνων.

Η ιδέα του χρονομερίσματος των διακοπών άρχισε στην Ευρώπη το 1963, ενώ στις αρχές του 1970 άνθισε η αγορά τουρισμού στην USA. Τα τελευταία 15 χρόνια, ενώ το χρονομεριστικό θέρετρο έχει γίνει ένα από τα πιο γρήγορα αναπτυσσόμενα τεμάχια για όλες τις διακοπές, ταξίδια, τουρισμό και αληθινές βιομηχανίες ανά τον κόσμο - όπως περιγράφηκε στο κεφάλαιο 2. Μία από τις μεγαλύτερες αιτίες της αξιολόγησης των διακοπών χρονομερίσματος στηρίζεται στην ανάπτυξη του τουρισμού στο εξωτερικό, πιέστηκε από την οικονομική κρίση και τις αρνητικές επιρροές. Το χρονομερίδιο ήταν ένα πρόβλημα στους χώρους των διακοπών και μείωσε τις απαιτήσεις του τουρισμού στα θέρετρα.

Ενώ το χρονομέρισμα παρουσιάστηκε σαν μεγάλη αδυναμία η οποία έχει βλαστήσει από την έννοια. Αυτό αναφέρεται στην υποχρέωση του ιδιοκτήτη χρονομερίσματος, να γυρίσει στο ίδιο μέρος,

την ίδια ώρα για τις διακοπές, κάθε χρόνο. Αυτό υπογραμμίζει την απαίτηση για περαιτέρω ανάπτυξη της χρονομεριστικής βιομηχανίας, την υιοθέτηση ορισμένων στάνταρντ, τον ανταγωνισμό και τις αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών.

Η παραπάνω ανάπτυξη είχε σαν αποτέλεσμα τη διατύπωση της παρούσας χρονομεριστικής βιομηχανίας η οποία συνθέτει 3 στοιχεία, και περιβάλλει τον καταναλωτή. Οι επιχειρηματίες, συγκεκριμένα ξενοδοχεία ή άλλους τόπους διανομής με άδεια, οι έμποροι που πουλούν χρονομεριστικά μεσοδιαστήματα στους τελικούς καταναλωτές και εταιρίες ανταλλαγών οι οποίες προσφέρουν εφόδια για τον ιδιοκτήτη που θ' ανταλλάξει τις χρονομεριστικές διακοπές με τον ιδιοκτήτη παρόμοιας ιδιοκτησίας, σε άλλο θέρετρο (Haylock, 1995:48).

## **7.2 Αξιολόγηση της χρονομεριστικής έννοιας στην ελληνική αγορά**

Το χρονομέρισμα εμφανίστηκε στην Ελλάδα σαν μέσο ανάπτυξης τουρισμού. Θεωρήθηκε σαν ένα αξιόλογο όπλο για τη διαφοροποίηση του μαζικού τουρισμού στην Ελλάδα και στην ελαχιστοποίηση των επόμενων αρνητικών αποτελεσμάτων της εμφάνισης. Η λογική ανάπτυξη των χρονομεριστικών διακοπών στην Ελλάδα, από τη μια αντιμετωπίζει τα προβλήματα του Ελληνικού τουρισμού και από την άλλη το προϊόν του χρονομερίσματος.

Ο τελευταίος αναφέρεται πρώτος στην ανταλλαγή ευκαιριών του τόπου και χρόνου, οι οποίοι προβάλλονται από τους χρονομεριστικούς ανταγωνιστικούς οργανισμούς. Η προσφορά του χρονομεριστικού



προϊόντος μπόρεσε να συνεισφέρει στην ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα (Hatzinikolaou, 1989).

Το δεύτερο στοιχείο του χρονομεριστικού προϊόντος, αναφέρεται στη διαθεσιμότητα πολυτελών θερέτρων και στη χρήση των μεσοδιαστημάτων διακοπών σε προσιτές τιμές. Η υψηλή ποιότητα διαμονής προσφέρεται στον ιδιοκτήτη χρονομερίσματος, όπως προβλήθηκε στο άρθρο του νόμου του χρονομερίσματος στην Ελλάδα, θεωρήθηκε ότι θα έχει εφευρετική επιρροή στη μείωση των εξόδων του ελληνικού τουρισμού κατ' άτομο. Δίνεται έμφαση στους χρονομεριστικούς στόχους για την Ελλάδα την εξάπλωση της τουριστικής ζήτησης, κάτω από τουρίστες με λογικό εισόδημα και τουρίστες με υψηλό εισόδημα.

Το παραπάνω κύριο συστατικό του χρονομεριστικού προϊόντος συνίσταται από τις κινήσεις του καταναλωτή για τη χρονομεριστική αγορά στην Ελλάδα. Η ανάλυση των οφελών του χρονομερίσματος ιδιοκτησίας στον έλληνα αγοραστή στο κεφ. 4, υποστηρίζει ότι οι κινήσεις του καταναλωτή είναι επίσης αλληλένδετες με τα ειδικά χαρακτηριστικά του έλληνα καταναλωτή χρονομερίσματος.

Ενώ εκτός από το σύνδεσμο των χρονομεριστικών σχεδίων με τις κινήσεις του χρονομεριστικού καταναλωτή και τους στόχους της πολιτικής του ελληνικού τουρισμού, υπάρχει επίσης ένας σύνδεσμος ανάμεσα στα προϊόντα χρονομερίσματος και στην ανάπτυξη του χρονομεριστικού προϊόντος. Η ανάλυση που έγινε στο κεφ. 5 έχει δείξει ότι πολλοί επιχειρηματίες έχουν ελκυστεί από το χρονομέρισμα, καθώς βλέπουν την καινούργια αγορά μακριά από τη νόρμα των

διακοπών. Άλλα οφέλη για τους επιχειρηματίες, όπως βγαίνουν από τις συνεντεύξεις που έγιναν με τους Έλληνες ειδικούς της βιομηχανίας, είναι η αναφορά στα εφόδια, η απαλλαγή από τα έξοδα συντήρησης, μεταφέροντάς τα στους ιδιοκτήτες χρονομερίσματος.

Ενώ, τα οφέλη των στοιχείων που περιβάλλουν την ιδέα του χρονομερίσματος στην Ελλάδα, οι επιχειρηματίες και οι ιδιοκτήτες χρονομεριδίων είναι ελάχιστα σε σχέση με τα οφέλη γενικά του τουρισμού στην Ελλάδα από την εκπλήρωση του χρονομεριδίου. Η ικανότητα της χρονομεριστικής ιδέας και η εξάπλωση της τουριστικής εργασίας είναι ελαχιστοποιημένη από το γεγονός ότι σύντομα 32 ελληνικά θέρετρα θα είναι ήδη σε τουριστικές περιοχές όπως Κρήτη, Ρόδο και Χαλκιδική.

Επίσης πολλοί καταναλωτές χρονομεριστικών προϊόντων είναι Έλληνες, σημαίνει ότι η ικανότητα του χρονομερίσματος δρα σαν όργανο ανάπτυξης του ξένου τουρισμού που απαιτείται για την Ελλάδα.

Η πιθανότητα των εργαλείων του εποχιακού προβλήματος στην Ελλάδα είναι ελαχιστοποιημένη στο γεγονός ότι τα ελληνικά χρονομεριστικά θέρετρα, είναι τυπικά θέρετρα «ήλιου και θάλασσας».

Όσον αφορά τα οφέλη από τους ιδιοκτήτες του χρονομερίσματος, μπορεί να φανεί από τις έρευνες ότι υπάρχουν υψηλά ικανοποιητικά επίπεδα για τους υπάρχοντες χρονομεριστικούς αγοραστές, παρ' όλα αυτά υπάρχουν παράπονα για σκληρές τεχνικές πώλησης από έναν αριθμό εταιρειών marketing, καθώς και για τα υψηλά ποσά για ετήσια συντήρηση. Υψηλά επίπεδα ικανοποίησης μπορούν να χαρακτη-

ριστούν, τα εφόδια για την εύκαμψία που προσφέρθηκε από τις εταιρείες ανταλλαγής στην Ελλάδα, προς τους αγοραστές χρονομερίσματος. Οι έρευνες των ελλήνων καταναλωτών χρονομερίσματος δείξει αξιοσημείωτη αντίσταση στους ουσιαστικούς αγοραστές χρονομερίσματος. Ο κύριος λόγος για την αντίσταση που προβάλλεται στη καινούργια ιδέα της χρονομίσθωσης στην Ελλάδα, είναι η αναγκαιότητα επένδυσης ενός μεγάλου αριθμού χρημάτων στην αρχή, η οποία θα καλύπτει όλη την περίοδο.

### **7.3 Ευστάσεις και μελλοντικά σχέδια / απόψεις**

Το χρονομέρισμα στην Ελλάδα έχει μια σημαντική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, ακολουθώντας την παγκόσμια εξάπλωση της χρονομεριστικής βιομηχανίας.

Παρ' όλα αυτά το ποσοστό της ετήσιας ανάπτυξης αναμένεται να πέσει καθώς η βιομηχανία κινείται στο στάδιο της ωριμότητας, υπάρχει σημαντική απόδειξη ότι το χρονομέρισμα στην Ελλάδα θα συνεχίσει να εξαπλώνεται και να συμπεριλαμβάνει καινούργια θέρετρα και χρονομεριστικούς ιδιοκτήτες.

Ενώ, για την ανάπτυξη πρέπει να επιτευχθούν οφέλη, οι παρακάτω προτεινόμενες λύσεις πρέπει να ακολουθηθούν:

- Ολοκλήρωση του χρονομερίσματος στην εθνική τουριστική πολιτική της Ελλάδας, έτσι ώστε οι στόχοι της έννοιας του χρονομερίσματος που αφορούν τον τουρισμό να ολοκληρωθούν.

- Η υποδομή των εργασιών για να ελκυστούν τουρίστες με το υψηλότερο εισόδημα, ειδικά για τους χρονομεριστικούς καταναλωτές που έχουν εμπειρία από παγκόσμια χρονομεριστικά θέρετρα.
- Το Υπουργείο Τουρισμού στην Ελλάδα, πρέπει ν' ακολουθήσει τον κανονισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης αμέσως, ο οποίος εκδόθηκε τον Οκτώβριο του 1994, έτσι ώστε να προβάλλει έδαφος για περαιτέρω χρονομεριστική ανάπτυξη.
- Σαν συνέπεια των επιχειρηματιών, θεωρείται η υπηρεσία πολιτικής που ακολουθείται από τους ιδιοκτήτες χρονομερίσματος. Αυτό έχει σχέση με το γεγονός ότι η καλύτερη μέθοδος προώθησης της έννοιας είναι οι προτάσεις των υπάρχόντων χρονομεριστικών ιδιοκτητών.
- Η διατήρηση του κόστους συντήρησης για την κατασκευή ή βελτίωση των δυνατοτήτων στα διαμερίσματα. Αυτό θα δημιουργήσει μια επιπρόσθετη απαίτηση για τα χρονομερίσματα και τα θέρετρα θα είναι σε μια πολύ ανταγωνιστική θέση με σεβασμό στις ήδη υπάρχουσες περιοχές.
- Χρήση καινούργιων δημιουργικών μεθόδων marketing, π.χ. εμμονή στους ιδιοκτήτες που πουλούν στους φίλους τους μέσω συστάσεων. Έχει κόστος ενώ είναι σημαντικά μόνο αν το θέρετρο έχει ένα μεγάλο αριθμό βάσης.

Συμπέρασμα, η ενσωμάτωση ανάμεσα στους επιχειρηματίες, τους οργανισμούς ανταλλαγής, τις εταιρείες marketing και του δημόσιου αποδέκτη, είναι ουσιαστικό για να εξασφαλιστεί η προσφορά του

χρονομερίσματος, η μεγέθυνση του προϊόντος και η υπηρεσία προς τον καταναλωτή.

Ο πρωταρχικός ρόλος του Ε.Ο.Τ. πρέπει να έχει σαν στόχο το χρονομέρισμα σαν έννοια διακοπών, όχι μόνο στην ελληνική αγορά αλλά και στο εξωτερικό. Μ' αυτό τον τρόπο μπορεί να συνεισφέρει στην εκπλήρωση του στόχου της χρονομεριστικής βιομηχανίας και να μπορεί να αναφερθεί με σιγουριά στο μέλλον της ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

**ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΔΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

• PRIME TIME S.A.

Πωλούν: village in at Porto Karas- Χαλκιδική

Nostos Beach club- Σκιάθος

Club Mykonos- Μύκονος

Govino Bay- Κέρκυρα

Candia Park Village- Κρήτη

Club Albufeira- Πορτογαλία

• ΑΚΤΗ ΠΛΕΠΗ

Πωλούν: Porto Hydra Village- Ερμιόνη

• TIMESHARE HELLAS S.A.

Πωλούν: Porto Hydra Village- Ερμιόνη

• EUROHOLIDAYS A.E.

Πωλούν: Metropolitan Capsis Holiday Club- Ρόδος

Mirabello Village- Κρήτη

• E.D.I. HOLIDAYS S.A.

Πωλούν: Vera Beach Club- Ισπανία

Pueblo Canario- Ισπανία

Club Riviera- Ισπανία

Club La Costa- Ισπανία

• FAIRWAYS CLUB GREECE LTD.

Πωλούν: Fairways club- Ισπανία

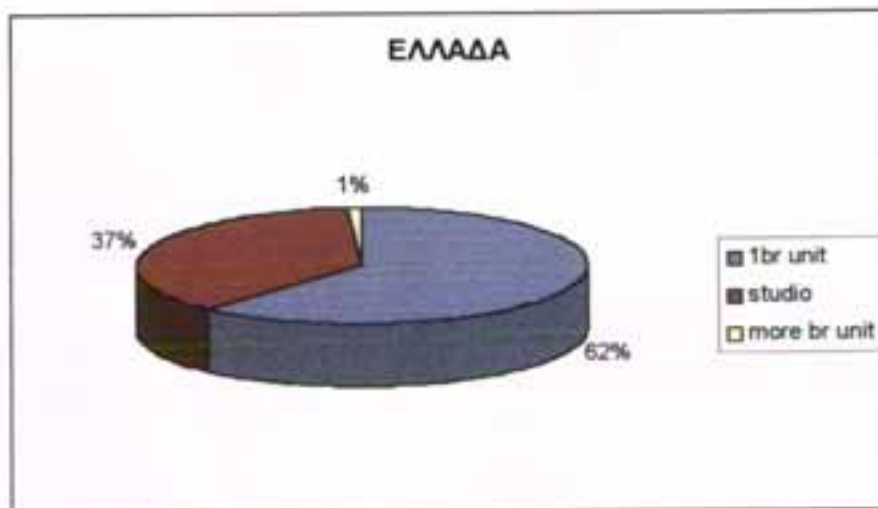
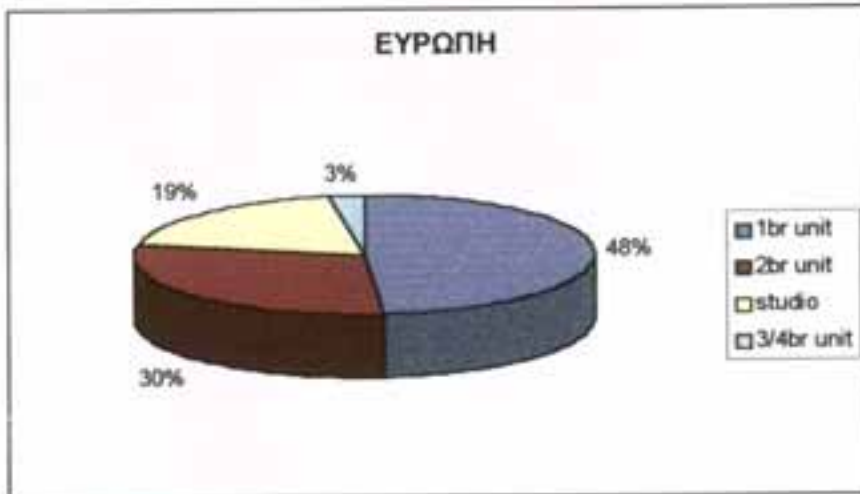
• DIORATIKOTIS E.P.E

• Πωλούν: Les Villas at Le Meridien- Κύπρος

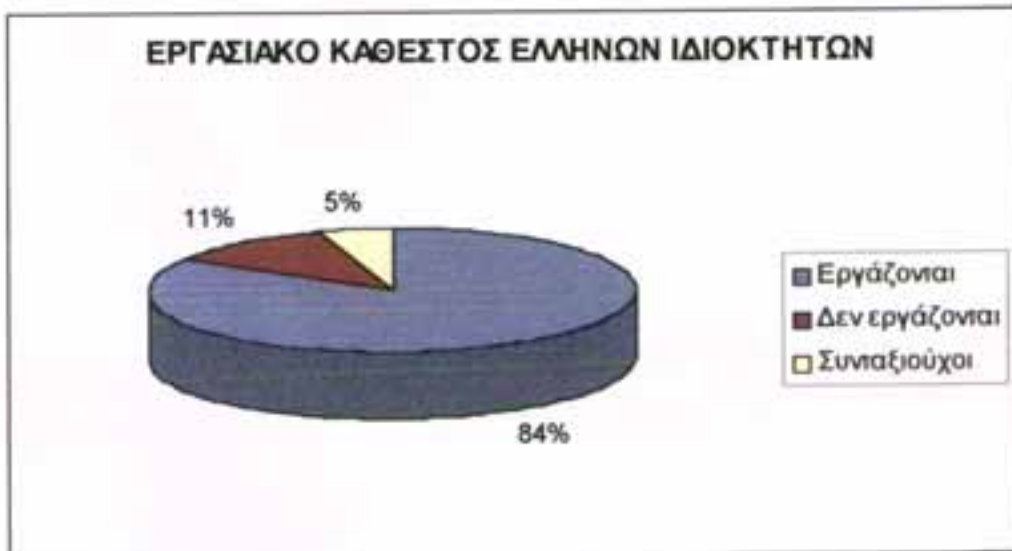


### ΓΡΑΦΗΜΑ Α

ΜΟΝΑΔΕΣ ΠΟΥ ΚΑΤΕΧΟΝΤΑΙ: ΕΥΣΧΕΤΙΣΜΟΣ ΕΛΛΑΔΑΣ-ΕΥΡΩΠΗΣ



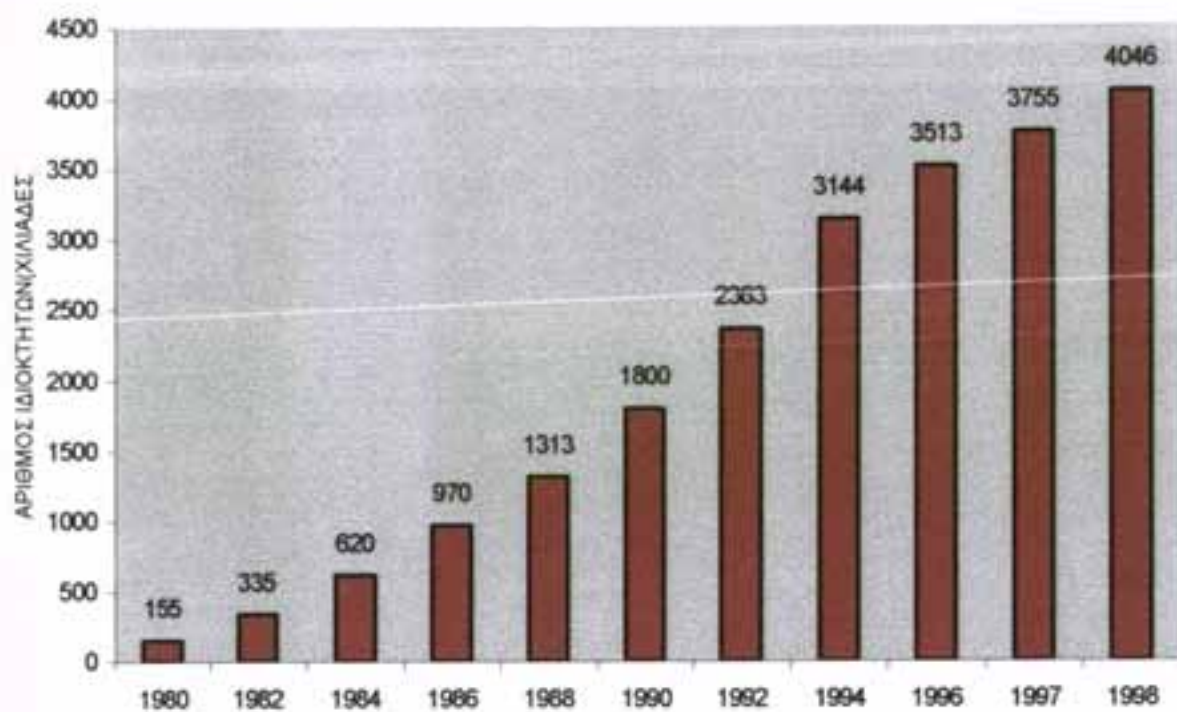
ΓΡΑΦΗΜΑ Β



ΠΗΓΗ: RCI GREECE, 1998

### ΓΡΑΦΗΜΑ Γ

#### ΙΔΙΟΚΤΗΤΕΣ ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΔΙΩΝ ΑΝΑ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ



ΠΗΓΗ: RCI, Timeshare Industry Overview 1999

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

Ναυτεμπορική (21 Φεβρουαρίου 1993, σελ. 13)

Timesharing: Νέος τύπος ποιοτικού τουρισμού.

Τουρισμός (1 Μαρτίου 1993, σελ. 47)

Timesharing: Η ανάπτυξη μιας επιτυχούς ιδέας στην Ελλάδα.

Χρήμα και τουρισμός (Ιανουάριος 1996, σελ. 93)

Επέκταση του Timesharing.

Τουριστική αγορά (Φεβρουάριος 1996, σελ. 42)

Οι σκοποί της ελληνικής ομοσπονδίας Timeshare

Τουρισμός - Οικονομία (Ιανουάριος 1996, σελ. 72)

Τρίτο συνέδριο RCI στην Ελλάδα.

Τουρισμός (Μάιος 1996, σελ. 35)

Στο 90% τα επίπεδα πληρότητας του Timeshare.

Επενδυτής (Φεβρουάριος 1996, σελ. 39)

Timesharing: πηγές ξένου συναλλάγματος στην Ελλάδα.

Ημερησία (10 Οκτωβρίου 1995, σελ. 67)

Σχέδια για την αλλαγή νομοσχεδίου για το Timesharing.

Ημερησία (1<sup>η</sup> Ιουνίου 1996, σελ. 16)

- Ξενοδόχοι στρέφονται στο Timesharing.  
Τουριστική αγορά (Δεκέμβριος 1995, σελ. 67-69)
- Timesharing διακοπές του μέλλοντος.  
Κέρδος (8 Μαρτίου 1996, σελ. 23)
- Προστασία των καταναλωτών του Timesharing.  
Καθημερινή (4 Ιουνίου 1996, σελ. 1-13)
- Το Timeshare επεκτείνεται.  
Καθημερινή (7 Δεκεμβρίου 1995, σελ. 45)
- Μέχρι το τέλος του '96 το νέο νομοσχέδιο για το  
Timeshare.
- Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία (26 Μαΐου 1996, σελ. 88)
- Μονάδες Timesharing με ποικιλία στην «θέα».  
Χρονομεριστική Μίσθωση (Χρυσάνθη Θέμελη).
- RCI Greece (RCI Report, Ιούνιος 1994).  
Greek office: market size
- RCI Greece (RCI report, Μάιος 1996)
- Timesharing: the power of numbers.  
RCI Europe (RCI Report, Ιούνιος 1998)
- Timeshare industry overview '98.  
RCI Europe (RCI report, Ιούνιος 1999)
- Timeshare industry overview '99.
- Ισοτιμία (25 Μαΐου 1996, σελ. 18)
- Χρονομίσθωση: Μία λύση για την ξενοδοχειακή  
βιομηχανία.
- Κελαϊδίτης Δ. (Οκτώβριος 1990.Ετήσιο συνέδριο RCI,  
Κρήτη)

Συμπεράσματα από την εφαρμογή της χρονομίσθωσης  
στην Ελλάδα

Kotler P. (1991, New Jersey) Marketing management,  
analysis, planning and control.

Mason B. (1988, London, Hale)  
Timeshare all you need to know.

Liberson J. (june 1993 LODGING p.25-28)  
Vacation Ownership.

Παρπαίρης Α. ( Ε.Ο.Τ. επιστημονική έρευνα, 1984)  
Μία μελέτη στα ποικίλα συστήματα της χρονομίσθωσης

Ragatz Associates (1991 world travel and tourism  
review)  
Resort timeshare industry.

Ragatz Associates (1992 an annual report of the world-  
wide resort timeshare industry)  
The alliance for timeshare excellence.

Ragatz Associates (1992 results from a nation-wide  
survey of timeshare owners)  
The alliance for timeshare excellence.

Ragatz Associates (1993 world travel and tourism  
review)  
World-wide sales of timeshare property,

Ragatz Associates (1994 Resort Condominious  
International)  
An overview of the resort timeshare industry.



Ragatz Associates (1995, the 1995 world-wide resort  
timeshare industry)

The American resort developments association.

Terry G. (1993, world travel and tourism review)

Timesharing: success against all odds.

Ragatz R. (1995, Lodging p.45-47)

A share of the dreams.

Εκουλάς Ν. (1987, Εφημερίδα της Κυβερνήσεως σελ.7352-  
7355)

Άδεια χρονομεριστικής μίσθωσης και κανονισμοί για  
σχετικά θέματα.

Terry G. (1997 Travel tourism marketing p.99-113)

Resort timesharing: Growth and situation analysis.

Ragatz Associates (1998 tourism management)

Resort timesharing: Coming of age.

Wates B. (1991, Insights P.15-19)

Timesharing at the crossroads.

Το Βήμα (2 Ιουνίου 1996, Τράτσας σελ.11)

Διακοπές με χρονομίσθωση.

Απογευματινή (28 Μαΐου 1996 ΣΕΛ. 12-13)

Timesharing: Μία καινούρια τουριστική ιδέα.

Haylock R. (1988 EIU travel and tourism analyst)

Developments in world-wide timeshare.

Haylock R. (1991 EIU travel and tourism analyst)

Prospects for the European timeshare market.

Haylock R. (1995 EIU travel and tourism analyst)

Market segments: Developments in the global  
timeshare market.