

**رویکرد مالی و بازاریابی
مدیریت مالکیت زمانی**

تألیف و ترجمه: امید میرچولی

سرشناسه	: میرچولی، امید، ۱۳۵۵ -
عنوان و نام پدیدآور	: رویکرد مالی و بازاریابی مدیریت مالکیت زمانی/ تألیف و ترجمه امید میرچولی.
مشخصات نشر	: تهران: نوای مدرسه، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	: ۳۰۴ ص.: جدول، نمودار.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۱۸۵-۰۶۰-۸ : ۱۵۰۰۰۰ ریال .
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: مالکیت محدود به زمان (اموال غیر منقول)
موضوع	: صنعت مهمانداری -- مدیریت
موضوع	: تفریحگاه‌ها -- مدیریت
موضوع	: بازاریابی -- امور مالی
رده بندی کنگ	: ۱۳۹۲ / ۹۹ / م / ۷۲۰ / K۷۲۰
رده بندی نیوی	: ۳۴۶ / ۰۳۲۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۳۰۳۷۶۱



- ❖ نام کتاب: رویکرد مالی و بازاریابی مدیریت مالکیت زمانی
 - ❖ تألیف و ترجمه: امید میرچولی
 - ❖ نوبت چاپ: اول
 - ❖ سال چاپ: ۱۳۹۲
 - ❖ تیراژ: ۱۱۰۰ جلد
 - ❖ شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۸۵-۰۶۰-۸
 - ❖ صفحه‌آرایی و طرح جلد: آبنوس (مصطفی حیدری)
 - ❖ قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان
- ناشر: مؤسسه انتشاراتی نوای مدرسه با همکاری شرکت تأمین سرمایه امین
 همه حقوق این اثر برای شرکت تأمین سرمایه امین محفوظ است.

نشانی: تهران - خیابان ایرانشهر شمالی - نرسیده به طالقانی - روبه‌روی سازمان ترافیک - شماره ۱۴۰
 طبقه دوم - واحد ۵ تلفن: ۸۸۸۲۰۵۸۳ فکس: ۸۸۸۲۲۸۴۵
 تهران - خیابان ولی‌عصر - بالاتر از میرداماد - خیابان قبادیان - پلاک ۵۱ - شرکت تأمین سرمایه امین
 تلفن ۸۷۸۴۴۵۰-۱

فهرست

شماره صفحه

۹	مقدمه
۱۱	پیشگفتار مترجم

فصل اول

مقدمه‌ای بر ظهور پدیده مالکیت زمانی در اقامتگاه‌های تفریحی - گردشگری

۱۵	مقدمه
۱۶	مالکیت زمانی چیست؟
۱۶	رشد مالکیت زمانی
۲۲	پیشرفت خدمات قابل ارائه در صنعت مالکیت زمانی
۲۶	تفاوت‌های سیستم هفته ثابت، هفته شناور، و سیستم اجتنابی
۲۶	تدوین رویکردهای قانونی
۲۸	خدمات مبادله
۲۹	فروش مجدد
۳۰	مدیریت مرکز تفریحی - اقامتی
۳۳	فعالیت‌ها و دستاوردها
۳۳	طرح‌های مورد تقاضا
۳۵	بهبود استانداردهای صنعت
۳۶	جمع‌بندی

فصل دوم

مالکیت زمانی مجتمع‌های تفریحی و اقامتی

۳۹	مقدمه
۴۰	موقعیت‌های مکانی مالکیت زمانی
۴۲	انواع مراکز اقامتی - تفریحی
۴۳	محصولات مالکیت زمانی
۴۷	بخش‌بندی بازار مالکیت زمانی
۴۷	بخش‌بندی جمعیت‌شناسی
۵۳	بخش‌بندی مناسبی

۵۳	مناسبت‌های خانه به خانه
۵۴	مناسبت‌های معاوضه‌ای
۵۵	مناسبت‌های فعالیتی
۵۵	مناسبت‌های مربوط به تعطیلات خانوادگی
۵۶	جمع‌بندی

فصل سوم

پارامترهای کلان‌تأثیرگذار بر صنعت مالکیت زمانی

۶۱	مقدمه
۶۲	اثرات صنعت مالکیت اقامتگاه تفریحی برای گذرانیدن تعطیلات
۶۶	رفتار بازدیدکننده‌ها و تأثیر مالکان زمانی بر اقتصاد محلی
۷۷	تأثیر صنعت مالکیت زمانی بر اشتغال زایی

فصل چهارم

بازاریابی اقامتگاه‌های تفریحی

۸۷	مقدمه
۸۸	آمیزه بازاریابی
۸۹	بازاریابی مالکیت زمانی
۸۹	بازاریابی درونی
۸۹	بازاریابی برونی
۹۰	تصویری از سال ۱۹۸۰
۹۰	تصویری از سال ۲۰۰۸
۹۲	دستورالعمل‌هایی برای بازاریابی اقامتگاه تفریحی
۹۳	مشاوره خارج از محل
۹۳	صندوق‌های برگه‌های قرعه‌کشی
۹۴	بازاریابی از راه دور
۹۵	اینترنت
۹۵	پست مستقیم
۹۶	تبلیغ در مطبوعات
۹۶	تبلیغات تلویزیونی
۹۶	تبلیغات روی بیلبرد
۹۷	بازاریابی با استفاده از روابط عمومی
۹۸	بازاریابی توسط مالکان قبلی
۹۸	برنامه‌های معرفی مالک

۹۹	تور بدون خرید.....
۹۹	برنامه‌های آزمایشی.....
۹۹	چرا مشتریان خرید نمی‌کنند؟.....
۱۰۲	چرا مصرف‌کنندگان خرید می‌کنند.....
۱۰۴	جمع بندی.....

فصل پنجم

فرآیند ۱۲ مرحله‌ای فروش

۱۰۷	مقدمه.....
۱۰۷	فرآیند فروش ۱۲ مرحله‌ای.....
۱۲۳	جمع بندی.....

فصل ششم

فرآیند ۱۲ مرحله‌ای (ادامه)

۱۲۷	مقدمه.....
۱۲۸	ارائه و کشف مساله.....
۱۳۰	امکانات محصول.....
۱۳۴	بازدید از مکان.....
۱۳۵	نشان دادن آشپزخانه.....
۱۳۶	عبور از کنار میز پذیرش.....
۱۳۷	حل مساله.....
۱۳۸	بستن معامله.....
۱۳۹	بازگشت به عقب.....
۱۴۱	کمک‌گرفتن از مدیر فروش.....
۱۴۲	تشویق و ترغیب.....
۱۴۴	جمع‌بندی.....

فصل هفتم

سیستم امتیازی در مقابل سیستم هفته‌ای

۱۴۷	مقدمه.....
۱۴۷	هفته‌های ثابت.....
۱۴۸	نوع مالکیت: قولنامه ای و حق استفاده (سرقفلی).....
۱۴۹	استفاده با هفته‌های شناور.....
۱۵۰	حق استفاده دوسالانه.....
۱۵۱	هفته‌های قسمت شده.....

۱۵۱.....	واحدهای بدون قفل
۱۵۳.....	استفاده محل اقامت مالکان برای اقامتگاههای تفریحی
۱۵۳.....	ذخیره حق استفاده از اقامتگاه تفریحی در مقابل قرض گرفتن
۱۵۴.....	طرح های مبادله
۱۵۵.....	گزینه‌های استفاده از مالکیت زمانی
۱۵۶.....	مالکیت زمانی در مقابل امتیاز: کلیات
۱۵۷.....	مزایای عضویت در باشگاه سیستم امتیازی
۱۵۸.....	باشگاه تعطیلات دریایی
۱۶۰.....	باشگاه بزرگ تعطیلات هیلتون
۱۶۱.....	امتیازات RCI
۱۶۳.....	جمع بندی

فصل هشتم

نقش و جایگاه شرکت‌های مبادله‌ای

۱۶۷.....	مقدمه
۱۶۸.....	شرکت بین‌المللی با مالکیت اقامتگاههای تفریحی با بصورت مشاع
۱۶۸.....	کلوپ‌های اختصاصی دارای برند خاص
۱۶۹.....	شرکت مشاوره ای اقامتگاههای تفریحی نورت کورت
۱۶۹.....	هفته‌ها و امتیازها RCI
۱۷۰.....	سیستم امتیازی RCI چگونه کار می‌کند؟
۱۷۱.....	اینتروال اینترنشنال
۱۷۲.....	مشاوره، پژوهش و مشارکت های استراتژیک
۱۷۲.....	پشتیبانی فروش
۱۷۳.....	اینتروال طلایی
۱۷۳.....	گذرنامه اوقات فراغت
۱۷۳.....	گواهینامه تعطیلات
۱۷۴.....	اقامتگاههای تفریحی اینتروال و خدمات مالی
۱۷۴.....	خدمات اجرایی و عملیاتی
۱۷۴.....	فروش در محل و آموزش کاربردی
۱۷۴.....	کلوپ خبرگان صنعت اقامتگاههای تفریحی (VIP)
۱۷۵.....	VIP طلایی
۱۷۵.....	حمایت از انجمن صاحبان خانه (HOAs)
۱۷۵.....	سیستم دسترسی به مبادله

۱۷۶ سرویس‌دهی تک‌تماسی IRFS
۱۷۸ شرکت‌های خرده فروشی خدمات مجتمع‌های اقامتی ، تفریحی
۱۸۲ جمع بندی

فصل نهم

سرمایه گذاری در صنعت مالکیت زمانی

۱۸۵ مقدمه
۱۸۶ سرمایه‌گذاری سازندگان
۱۸۷ تأمین مالی از طریق آورده نقدی سهامداران
۱۸۷ تأمین مالی از طریق تملک دارایی
۱۸۸ تأمین مالی از طریق وام طرح‌های توسعه
۱۸۸ تأمین مالی از طریق وام ساخت
۱۸۹ تأمین مالی از طریق وام مرحله نهایی
۱۹۱ تأمین مالی برای مشتری
۱۹۴ جمع‌بندی

فصل دهم

معرفی ابزار تأمین مالی در بخش مالکیت زمانی

۱۹۷ مقدمه
۱۹۸ عمده فعالیت‌ها در مجتمع اقامتی - تفریحی
۱۹۸ عمده علل خرید مجتمع‌های اقامتی - تفریحی
۱۹۸ عمده هزینه‌های جاری و ثابت مجتمع‌های اقامتی - تفریحی
۱۹۹ مقایسه مالکیت زمانی با سایر روش‌های فروش
۱۹۹ اوراق بهادار با پشتوانه دارایی
۲۰۲ اوراق بهادار با پشتوانه وام‌های رهنی
۲۰۴ فرآیند کلی تبدیل داراییهای بانک به اوراق بهادار
۲۰۵ فواید استفاده از اوراق مشارکت رهنی
۲۰۶ اوراق مشارکت رهنی در ایران
۲۰۷ جمع‌بندی

فصل یازدهم

مدیریت کیفیت خدمات در صنعت مالکیت زمانی

۲۱۱ مقدمه
۲۱۵ کیفیت خدمات مالکیت زمانی

۲۱۹.....	سیستم‌های مدیریت کیفیت خدمات.....
۲۲۴.....	مدیریت کیفیت و گرداندن مالکیت زمانی.....
۲۲۶.....	مدیریت کیفیت جامع واحد.....
۲۲۹.....	مهمان‌نوازی.....
۲۳۲.....	جمع‌بندی.....

فصل دوازدهم

هتل آپارتمان‌ها

۲۳۷.....	مقدمه.....
۲۳۸.....	هتل آپارتمان‌ها.....
۲۴۳.....	رشد در بهره‌وری و برندهای خارجی.....
۲۴۴.....	جذابیت هتل‌های آمریکا برای سرمایه‌گذاران خارجی.....
۲۴۵.....	تأمین مالی هتل آپارتمان.....
۲۴۶.....	پایه و اساس تحلیل مالی هتل آپارتمان.....
۲۴۷.....	گام اول: برآورد درآمد.....
۲۴۷.....	گام دوم: برآورد هزینه.....
۲۵۴.....	جمع‌بندی.....

فصل سیزدهم

طرح توجیهی اقتصادی، مالی مجتمع‌های اقامتی، تفریحی به روش مالکیت زمانی

۲۵۹.....	مقدمه.....
۲۶۴.....	توزیع جمعیتی، سنی، و درآمدی مشتریان.....
۲۶۵.....	روند و چشم‌انداز صنعت مالکیت زمانی در جهان.....
۲۷۰.....	عوامل مؤثر در اندازه عرضه و تقاضای بازار.....
۲۷۱.....	شرکت‌های خارجی فعال در مالکیت زمانی.....
۲۷۴.....	محصولات یا خدمات جایگزین.....
۲۷۶.....	مدل کسب‌وکار مالکیت زمانی.....
۲۷۷.....	ارکان مالکیت زمانی.....
۲۸۳.....	منابع و ماخذ.....
۲۸۶.....	واژه‌نامه اصطلاحات انگلیسی.....

مقدمه

صنعت مالکیت زمانی که به حق بهره‌برداری از مجتمع‌های اقامتی و تفریحی طی دوره معین اطلاق می‌شود، یکی از حلقه‌های مهم زنجیره خلق ارزش افزوده در صنعت هتلداری و گردشگری است، به گونه‌ای که امروزه مباحث پیشرفته و پیچیده‌ای در این زمینه در دنیا مطرح شده است. این صنعت به استناد آمار و اطلاعات ارائه‌شده در این کتاب، موفق شده است در دوران‌های مختلف رونق و رکود بازار از امکانات و ظرفیت‌های موجود بیشترین بهره‌برداری ممکن را داشته باشد. هتلداران بزرگ و مطرح بین‌المللی نیز با حضور خود موجب رونق بخشیدن به این صنعت شده‌اند.

بر اساس آمارهای ارائه‌شده در فصل سیزدهم، صنعت مالکیت زمانی طی ۲۰ سال اخیر همواره روندی رو به رشد داشته است، به طوری که از ابعاد مختلف به‌ویژه سازندگان، توسعه‌دهندگان صنعت و مشتریان در حال رشد شتابان بوده و موفق شده است در بازار رقابتی در مقایسه با سایر خدمات گردشگری، به جایگاه مناسبی دست یابد.

کتاب حاضر، نگاه عمیق و جامعی به موضوعات اساسی صنعت مالکیت زمانی دارد و به‌نحو مناسبی به ابعاد مالی و بازاریابی این صنعت می‌پردازد. این کتاب، نخستین کتاب تألیفی - ترجمه‌ای به زبان فارسی است که می‌تواند نقطه سرآغازی برای فعالیت‌های آتی علاقه‌مندان به سرمایه‌گذاری و فعالیت در این صنعت باشد. در این کتاب، همچنین تمرکز ویژه‌ای به‌نحوه تأمین مالی در این صنعت صورت گرفته است

که می‌تواند مقدمه‌ای برای ورود صنعت هتلداری و مالکیت زمانی به موضوعات تأمین مالی در قالب چارچوب‌ها و سازوکارهای موجود بازار پول و سرمایه باشد.

یکی از ابزارهای تأمین مالی در دنیا که به‌طور خاص نیز در صنعت مالکیت زمانی نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد، اوراق مشارکت با پشتوانه دارایی یا اوراق مشارکت رهنی است که در فصل دهم به سازوکار و کلیات فرآیندهای عملیاتی این ابزار تأمین مالی با توجه به ویژگی‌های خاص این صنعت پرداخته شده است. تأمین مالی از طریق اوراق بهادار با پشتوانه دارایی در صنعت مالکیت زمانی به فرآیندی اطلاق می‌شود که در آن دارایی‌های مالی از قبیل انواع وثایق بانکی و وام‌ها به نهاد واسط فروخته می‌شود و اوراق مشارکت رهنی جدید بر اساس دارایی‌های مالی تأییدشده به سرمایه‌گذاران ارائه می‌شود. بازپرداخت سود و اصل اوراق نیز از محل طرح‌های توسعه و وام‌گرفته‌شده طرح یا سایر منابع انجام می‌شود. مطالب این فصل نیز می‌تواند زمینه لازم برای استفاده از این ابزار را در تأمین مالی صنعت مالکیت زمانی فراهم کند.

در پایان ضمن تشکر از همکار خوبم آقای امید میرچولی برای تدوین این کتاب، یادآور می‌شود شرکت تأمین سرمایه امین با توجه به برخورداری از توان فنی و کارشناسی لازم و همچنین اجرای پروژه‌های پایلوت، آماده است در کنار خدمات گسترده خود، خدمات حرفه‌ای به‌طور خاص در حوزه مالکیت زمانی و به‌طور عام در صنعت هتلداری و گردشگری به شرکت‌های ایرانی ارائه کند.

آبان ماه ۱۳۹۲

علی سنگینیان

مدیرعامل تأمین سرمایه امین

پیشگفتار

شالوده اصلی کتاب برگرفته از کتاب مدیریت مالکیت زمانی آقایان کافمن و لاشلی، و خانم اشرایر^۱ است و عمدتاً مباحث مربوط به ساختارها و نظام حاکم بر آن در خارج از کشور را تبیین می‌کند و فصل‌های دهم و سیزدهم به‌علت اهمیت موضوع تأمین مالی و نحوه ساختارهای ارائه طرح کسب‌وکار مرتبط با مالکیت زمانی به‌دست اینجانب به این کتاب اضافه شده است. همچنین، مطالبی به بخش‌هایی از کتاب افزوده و سعی شده است موضوعاتی که چندان با فضای اقتصاد ایران سازگار نیست حذف یا به‌طور خلاصه آورده شود.

هرچند در به‌کار بردن معادل فارسی واژه *Time sharing* بررسی‌های فراوانی انجام شده است، ولی برای معادل فارسی آن بایستی دقت خاصی کرد؛ چراکه معادل فارسی آن به نوعی مالکیت در زمان نزدیک‌تر است و از این منظر، بیشتر با مبانی فقهی و حقوقی منطبق با قوانین کشور تطبیق دارد. بدین‌جهت کوشیده‌ایم در تمامی مطالب کتاب، واژه مالکیت زمانی را معادل عبارت لاتین آن به‌کار

بریم.

اگرچه برخی آمارهای این کتاب مربوط به سال‌های گذشته است، ولی به‌علت اهمیت موضوعات مطرح‌شده به‌نظر می‌رسد کلیات آنها با شرایط فعلی مراکز و مجتمع‌های اقامتی و تفریحی در دنیا منطبق است و می‌تواند مبنای آغاز فعالیت‌ها و محاسبات احتمالی قرار گیرد.

این کتاب، به‌طور جامع به ابزارهای متداول بازاریابی برای واحدهای مالکیت زمانی و نحوه استفاده از آنها با شرح و جزئیات بسیار و مثال‌های گوناگون می‌پردازد و نمونه‌های ممتازی از آموزش بازاریابی در این صنعت را ارائه می‌کند. همچنین، ابزارهای مالی، که برای تأمین مالی این صنعت استفاده می‌شود نیز به‌اجمال معرفی می‌شود.

در پایان کتاب، واژه‌نامه این معادل‌های به‌کار رفته در این کتاب و اساساً صنعت مالکیت زمانی در دنیا آورده شده است؛ به‌طوری‌که بسیاری از پژوهشگران علاقه‌مند در این حوزه را با مفاهیم مرتبط آشنا می‌سازد.

بی‌شک یکی از مهمترین فرآیندهای انجام کار ویراستاری ادبی کتاب حاضر است که این مهم به همت قلم توانای سرکار خانم عاطفه تاجیک به اتمام رسید که صمیمانه از زحمات ایشان تشکر می‌نمایم. از کلیه همکارانی که بنده را در این راه طولانی و طاقت فرسا کمک و همراهی نمودند کمال امتنان و تشکر را دارم، بخصوص سرکار خانم فاطمه ایمانی، سرکار خانم علمی و همچنین آقایان پارسا ایمان فرد و اشرف زاده که در آماده شدن این کتاب اینجانب را همراهی نمودند، سپاسگزارم.