

С точки зрения экономики

DOI: 10.31249/kgt/2022.04.08

VIP-туризм в Африке: история, развитие, проблемы и перспективы после пандемии COVID-19

Любовь Ярославовна ПРОКОПЕНКО

кандидат исторических наук, старший научный сотрудник Центра изучения стран Тропической Африки

Институт Африки РАН

ул. Спиридоновка, д. 30/1, г. Москва, Российская Федерация, 123001

E-mail: skole60@mail.ru

ORCID 0000-0002-1121-8828

ЦИТИРОВАНИЕ: Прокопенко Л.Я. VIP-туризм в Африке: история, развитие, проблемы и перспективы после пандемии COVID-19 // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2022. Т. 15. № 4. С. 137–158.

DOI: 10.31249/kgt/2022.04.08

Статья поступила в редакцию 15.06.2022.

Исправленный текст представлен 26.09.2022.

АННОТАЦИЯ. В статье анализируется развитие VIP-туризма в Африке, которая с начала XXI в. является одним из самых быстроразвивающихся туристических регионов. VIP-туризм дает львиную долю валютных поступлений в государственный бюджет, поэтому правительства ряда стран уделяют его развитию особое внимание. Представляя собой экономически выгодную сферу для инвестиций местного и иностранного капитала, он развивается как в традиционных местах притяжения иностранных туристов (например, Египет, Маврикий, Сейшельские Острова, Тунис, ЮАР), так и в странах, недавно начавших развивать этот сегмент туристической индустрии.

Автор отмечает главные характеристики элитного туризма в Африке,

сходные с его характеристиками в других частях света: максимально высокое качество оказываемых услуг, в основе которых заложены комфорт и безопасность клиентов, эксклюзивность предлагаемых туров, индивидуальный подход к клиенту, давние и крепкие связи с туроператорами большого количества стран. Богатство и самобытность культур многочисленных народов континента, разнообразие природных ландшафтов, во многом эндемичные флора и фауна являются дополнительными преимуществами для выбора туристом Африки для отдыха.

Многие страны континента по-прежнему остаются в числе самых бедных в мире, поэтому развитие туристической индустрии в Африке, включая его элитный сегмент, прямо и косвенно влияет на занятость и открытие

новых рабочих мест, что помогает решить одну из важных современных социальных проблем безработицы.

Сделан вывод о том, что прогресс отрасли тормозят недостаточное развитие инфраструктуры, малочисленность специализированных кадров и учебных заведений для их подготовки. Дальнейшее устойчивое развитие туризма в Африке, в том числе элитного, зависит от стабильности внутриполитической обстановки на континенте, борьбы с криминальностью и инфекционными болезнями, способов решения визовой проблемы.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: VIP-туризм, Африка, потребители услуги класса люкс, отели, комфорт, эксклюзивность, конкурентоспособность, проблема кадров, политика государства, устойчивое развитие, COVID-19, перспективы.

В плане туризма Африка представляет большой интерес по причине многообразия природных ландшафтов, уникальных флоры и фауны, а также самобытной культуры многочисленных местных народов. В последнее десятилетие она была одним из самых быстроразвивающихся туристических регионов. Ряд стран континента по-прежнему остаются в числе самых бедных в мире, поэтому правительства особое значение уделяют развитию туристической отрасли экономики, которая становится существенным источником доходов. Большая их часть поступает от VIP-туризма, так как высокие доходы от вложенных средств именно в этот сегмент туризма экономически выгодны как инвесторам и местным бизнесменам, так и самому государству. Некоторые аспекты данной темы нашли свое отражение в ряде работ зарубежных, в том числе африканских, исследователей [Marshalls, 2010; Saay-

man M., Saayman A., 2012; Onikoyi, 2018; Cleveland, 2021; Gheorghe, Rosu, 2021].

Представляется важным определить особенности развития VIP-туризма в Африке, его влияние на развитие туристической индустрии и экономики стран в целом, трудности и препятствия становления этого сегмента туризма, а также его негативные последствия для окружающей среды и общества. При написании статьи автор использовал документы Всемирной туристской организации ООН ЮНВТО (World Tourism Organization, UNWTO), а также отчеты и рекламные материалы международных и национальных туристических компаний, предоставляющих услуги класса люкс.

Из истории вопроса

Туризм имеет древние исторические корни и был тесно связан с предметами роскоши. В Древнем Риме среди патрициев была распространена практика *rusticatio*, что на латыни означает «периодическое пребывание в загородном доме». Роскошь окружала царицу Египта Клеопатру во время ее помпезного путешествия по Нилу к римскому полководцу Марку Антонию. В какой-то мере можно назвать началом международного туризма походы в Африку римского императора Септимия Севера (146–211 гг. н. э.), родившегося в африканском городе Лептис-Магна (Ливия). В этом путешествии его окружали жена Юлия Домна, сыновья и многочисленные родственники, и их жизнь была наполнена предметами роскоши.

С середины XIX в. аристократия и буржуазия Европы начали практиковать малоподвижный отдых в курортных городах или на берегу моря; во Франции даже появился специальный термин *villégiature*. Тогда же американские элиты, подражая поведению

британских аристократов и буржуазии, начали проводить время на спа-курортах, которых в стране тогда насчитывалось около двадцати, некоторые выезжали отдыхать в Европу. В орбиту путешествий состоятельных клиентов входит и далекая Африка. С 1882 г., когда Египет попал под протекторат Великобритании, он стал важным направлением деятельности для туристического агентства Томаса Кука, основоположника современного туризма. В начале XX в. популярным местом отдыха состоятельных европейцев, прежде всего французов, стал Тунис.

Таким образом, элитный туризм (индивидуальный и групповой), или VIP-туризм (*elite tourism, luxury tourism, luxury travel*), – начало туризма как такового. До 60-х гг. XX в., когда в странах Запада в условиях становления общества потребления началось развитие массового туризма, путешествия в дальние экзотические места могли позволить себе только очень состоятельные люди. И Африка, прежде всего Египет, традиционно была пунктом назначения богатых европейцев. В отеле *Mena House* (г. Эль-Гиза, Египет, открыт в 1886 г.), расположенном недалеко от знаменитых пирамид египетских фараонов, отдыхали многие британские королевские особы, Чарли Чаплин, Фрэнк Синатра и др. Отель *La Mamounia* (г. Марракеш, Марокко) премьер-министр Великобритании Уинстон Черчилль после первого посещения в 1935 г. выбрал в качестве своеобразной резиденции в зимний период года. Английская писательница Агата Кристи написала роман «Смерть на Ниле» о трагическом путешествии молодой миллионерши в Египте, отдыхая в отеле *Winter Palace* в г. Луксор. А королева Великобритании Елизавета II узнала о том, что стала монархом, в Кении, где в феврале 1952 г. вместе с супругом принцем Филиппом от-

дыхала в отеле *Treetops*, расположенном в национальном парке Абердэр (в 165 км от г. Найроби, гостиничные номера там обустроены в виде маленьких домиков из жердей на деревьях). Гостями *Treetops* позже были Чарли Чаплин и американская кинозвезда Джоан Кроуфорд. А в отеле *Old Cataract* (г. Асуан, Египет) отдыхала в свое время принцесса Диана.

В Южной Африке времен апартеида в 1979 г. недалеко от г. Йоханнесбург были построены роскошный курорт и казино *Sun City*. В разное время здесь отдыхали и выступали мировые звезды Фрэнк Синатра, Род Стюарт, Элтон Джон, Тина Тёрнер, группа *Queen*.

В ряде государств Африканского континента, получивших независимость в 1960–1970-е годы, развитие туризма началось именно с приема VIP-путешественников, которые были источником быстрого получения валюты, так необходимой для решения острых социально-экономических проблем: безработицы, низкого уровня жизни, необходимости модернизации экономики. В категории VIP-туристов, ранее состоявшей из людей старшего возраста, появилось много молодых и состоятельных из так называемого поколения бэби-бумеров (люди в странах Запада и США, родившиеся в период с 1943 по 1962 г.). С 1971 г. начал активно развиваться, переходя постепенно в частные руки, туристический бизнес на Сейшельских островах (наиболее интенсивно на островах Маэ, Ла-Диг и Праслен), где благоприятный климат позволяет отдыхать в течение всего года.

За вторую половину XX в. туристическая индустрия в мире стала одним из самых быстрорастущих секторов экономики. Традиционными рынками, генерирующими международные туристские потоки, были страны Европы и США. В последней четверти XX в.

значительные достижения в области развития авиасообщения сделали доступными для более широкого посещения Африканский континент, прежде всего Марокко и Тунис. Волонтаристская политика ряда африканских стран по развитию туризма привела к быстрому увеличению там количества отелей.

В нормативных актах отечественной индустрии туризма и стран мира термин *VIP*-туризм конкретно не определяется. Как правило, он означает максимально высокое качество туристического продукта с упором на индивидуальный подход к клиенту. Это влияет на цену услуги, которая во многом превышает стоимость услуги для обычного среднестатистического туриста. Таким образом, элитный туризм – это не отдельный вид туризма, а его сегмент, который определяется на уровне качества и стоимости туристического продукта.

Сегодня слова «элитный» и *VIP* часто присутствуют уже в самих названиях компаний мира, в том числе туристических: в ЮАР в г. Кейптаун работают *Africa Elite Travel*, *Luxury Africa Destination Management*, *Luxury Africa*, а в г. Дурбан – *Elite Promotions*, *Elite Voyage Mauritius* (Маврикий), *VIP Express Tourism* (Нигерия), *Luxury Africa Safaris* (г. Кампала, Уганда), *Africa VIP Travel* (г. Аруша, Танзания), *Elite Tourism* (Индия), *Elite Travel & Tourism* (Оман), *Elite Tourism* (ОАЭ, г. Дубай), международная компания *VIP Express Tourism Limited* и др.

Потребители туристических услуг класса люкс (*luxury*)

Английская аббревиатура *VIP* (*Very Important Person* – «очень именитая, важная персона»), которая появилась

в Великобритании в 1940-е годы для обозначения требующих особого внимания клиентов авиарейсов, давно стала международным понятием и в других сферах жизни¹. В индустрии туризма приставка *VIP* означает одно – клиент с неограниченным бюджетом или большими возможностями влияния, с которым нужно обращаться «в мягких лайковых перчатках», то есть очень уважительно и осторожно. *VIP*-персоны делятся на две категории: важные люди, обладающие весом в политике и бизнесе (например, политики, бизнесмены, финансисты, главы международных организаций), и звезды кино, телевидения, шоу-бизнеса, супермодели, которые по причине внушительного состояния и высокого самомнения считают себя важными членами общества. И те и другие очень требовательны и хотят получить в путешествии, которое у многих составляет большую часть жизни, максимальный комфорт.

Как и в индустрии моды или производстве автомобилей, в индустрии туризма широко распространено сегментирование рынка по ценовой категории, что напрямую создает эксклюзивность туристической услуги. В Африке подобную стратегию ведет ряд крупных гостиничных компаний, например *Radisson Hotel Group*, пришедшая на африканский рынок в 1999 г. и открывшая первый отель в г. Кейптаун.

Подобно элите начала XX в., растущее число новых магнатов и очень состоятельных клиентов предпочитает отдых высокого класса, который предполагает не только обязательный комфорт, но и достойную палитру разнообразных и эксклюзивных впечатлений от самого места путешествия. Для элитного туризма в Африке (где не все страны отличаются стабильной политиче-

1 Хотя в некоторых областях, например в медицине, это сокращение далеко от общепринятого и является названием гормона – вазоактивный интестинальный пептид (*Vasoactive Intestinal Peptide*).

ской обстановкой, остаются реальными угроза терроризма, заражения опасными инфекционными болезнями), помимо перечисленных стандартных требований, крайне важным является фактор безопасности клиента во всех ее проявлениях (перелет, трансфер, качество еды, медицинское обслуживание, по необходимости – пребывание инкогнито и даже вооруженная охрана)².

Большинство аналитиков выделяют три типа потребителей предметов роскоши, к которым относятся также туристические услуги класса люкс: сверхбогатые, высший класс и обеспеченный средний класс. Появилась новая категория – сверхбогатые, или состоятельные, так называемые миллениалы³.

С 1990-х годов происходит своеобразная «массовизация» процесса потребления товаров роскоши. Например, во Франции дорогое шампанское, обычно считающееся роскошным и праздничным вином, теперь производится также для массового рынка. В этом плане наметились контуры трансформаций и в сфере африканского *luxury* туризма. Глобальное распространение западной традиции проведения медового месяца молодоженов за рубежом приводит к тому, что всё чаще пары не только из Европы и США, но также из Азии выбирают для этого важного события жизни дорогие африканские курорты и отели, постояльцами которых раньше были исключительно клиенты с гораздо большим финансовым статусом⁴. На это копят деньги или используются кредитные средства, которые охотно предоставляют различные банки. Некоторые туристы берут их для того, чтобы свое сва-

дебное путешествие провести в огромном роскошном люксе с ванной комнатой в *Rovos Rail* (ЮАР), который стал африканским аналогом поезда «Восточный экспресс», или провести его в расположенном на краю потухшего вулкана Нгоронгоро в отеле *Beyond Ngorongoro Crater Lodge* (Танзания), в архитектуре которого причудливым образом сочетаются черты французского замка и дворца в африканском стиле.

Африка как рынок для роскошного туризма

Африканский континент для любого приезжающего туриста – это гармоничное сочетание уникальных природных ландшафтов, во многом эндемичных флоры и фауны, а также самобытной культуры многочисленных местных народов. Наряду с традиционными направлениями (пляжный отдых на островах, сафари, национальные парки ЮАР, Кении и Танзании) появляются новые маршруты в менее известные для туристов места (например, в Руанду, где есть места естественного обитания горилл). При этом для VIP-клиентов создаются условия, при которых максимально сохраняется привычный уровень комфорта.

Во многих африканских странах приняты национальные стратегии развития туризма (например, в ЮАР, Кении, Танзании, Кабо-Верде) как важной отрасли экономики. Развитию туризма на континенте способствовало принятие ряда важных документов континентального уровня. Африканский союз (АС) в 2004 г. утвердил План дей-

2 К тому же необходимо учитывать, что понятия «отдых» или «отпуск» для каждого клиента могут означать разное: пляж, плавание, катание на горных лыжах, шопинг, рыбалка, походы, катание на лошадях, осмотр достопримечательностей и пр.

3 Родившиеся между 1980 и 1995 гг.

4 Например, на Сейшелах, которые часто называют «райскими островами» или «земным раем», в 2002 г. провел свой медовый месяц музыкант и член знаменитой группы *The Beatles* Пол Маккартни.

ствий по развитию туризма»⁵, в 2015 г. принял «Повестку дня – 2063»⁶, в которой туризм был закреплен в качестве приоритетного направления экономики, в 2019 г. утвердил «Стратегическую рамочную программу по развитию туризма (2019–2028)»⁷.

В 2012 г. континент посетили 33,8 млн туристов (для сравнения: 6,7 млн в 1990 г.)⁸. В тот период наибольшее число туристов принимали Египет, ЮАР, Марокко, Тунис, Танзания и Маврикий [Africa Tourism Monitor, 2013, p. 7].

Доходы от туризма, в том числе его элитного сегмента, стали основой экономики в целом ряде стран. В середине 2010-х годов туризм обеспечивал около 50% ВВП Сейшельских Островов, 30% – в Кабо-Верде, 25% – на Маврикии, 16% – в Гамбии. В 2012 г. генеральный секретарь Всемирной туристской организации ООН (ЮНВТО) Талеб Рифаи говорил, что «в Африке при правильных инвестициях количество туристов будет расти, инвесторы увидят отличную прибыль, будут созданы рабочие места, от чего экономика выиграет» [Ighobor, Haidara, 2012].

Примером успешного развития элитного туризма в Африке является Маврикий. Это островное государство называют «зеленой жемчужиной Индийского океана», а американский писатель Марк Твен, побывав на Маврикии в 1896 г., процитировал слова одного из местных жителей: «Сначала был сотворен Маврикий, а потом рай; и со-

творен был рай по подобию Маврикия»⁹. На протяжении многих лет эту безвизовую страну посещали в основном европейские туристы, ее экономический рост стал результатом расширения именно сектора туризма класса люкс. После экономического кризиса 2008 г. правительство пошло на диверсификацию национального рынка. Были открыты прямые авиарейсы в страны Азии и Африки, что увеличило приток туристов из этих регионов. В 2018 г. на острове отдыхали более 960 тыс. туристов из стран Европы, Азии (например, 60 тыс. туристов из Китая), Африки (317,4 тыс. туристов из ЮАР, Кении, Мадагаскара, Реюньона и Сейшельских Островов), а также из США и Австралии. В числе туристов были также 2,13 тыс. россиян¹⁰.

Согласно данным ЮНВТО, в 2017 г. доля туристических прибытий в Африку составляла 5% от мирового объема [UNWTO Tourism... 2018, p. 2]. По данным Африканского банка развития (*African development bank group*), в 2016 г. континент получил доходы от туризма в объеме 36,2 млрд долларов США¹¹. Главными направлениями туристической отрасли в Африке являются сафари (Кения, Танзания, Ботсвана), природные ландшафты (ЮАР, Намибия, Ботсвана, Замбия, Зимбабве) и пляжный отдых (Марокко, Маврикий, Сейшельские Острова, Реюньон, Египет, Тунис).

В 2018 г. выделялись пять главных направлений туризма, в том числе клас-

5 Tourism Action Plan.

6 Agenda 2063.

7 African Tourism Strategic Framework (2019–2028).

8 Harnessing Tourism for Jobs, Growth and Opportunity in Africa // World Bank Fact Sheet. – 2013. – URL: <https://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/Africa/Report/africa-tourism-report-2013-factsheet.pdf> (дата обращения: 09.06.2022).

9 Time. 15.06.1970. – URL: <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,909384,00.html> (дата обращения: 11.06.2022).

10 International Travel and Tourism. January to September 2018 // Statistics Mauritius. – URL: http://statsmauritius.govmu.org/English/Publications/Documents/2018/EI1420/Tourism_Jan-sep18.pdf (дата обращения: 04.06.2022).

11 World Tourism Day 2018: Africa sees rise in tourism, new countries emerge as players. – URL: <https://www.afdb.org/en/news-and-events/world-tourism-day-2018-africa-sees-rise-in-tourism-new-countries-emerge-as-players-18527> (дата обращения: 12.06.2022).

са VIP. Во главе списка были Марокко (с 2014 г. – более 10 млн посетителей), ЮАР (с 2016 г. – 10 млн туристов), Тунис (5,72 млн), Египет (5,26 млн), Зимбабве (2,17 млн)¹². Большинство приезжающих туристов были из стран Европы и США, среди европейцев лидировали французы и англичане. По данным аналитических обзоров, французы любят отдыхать в Марокко, Тунисе, Сенегале, на Маврикии и Мадагаскаре, англичане предпочитают Египет, ЮАР, Маврикий и Гамбию, а американцы – ЮАР, Танзанию, Гану, Руанду и Эфиопию.

В 2018 г. доходы от индустрии туризма по регионам составляли: Восточная Африка – 8,9% от ВПП, Северная Африка – 7,2%, Западная Африка – 5,6%, Южная Африка – 3,9%, Центральная Африка – 1%¹³.

Одной из причин быстрого развития элитного сегмента туризма в Африке глава африканского подразделения холдинга *Africa Hotels and Hospitality at JLL* Ксэндер Ниджненс называет то, что «африканский туризм значительно развился за последнее десятилетие благодаря новой волне молодых, состоятельных путешественников, а также так называемого поколения бэби-бумеров, которые подпитывают спрос на элитные путешествия»¹⁴.

До начала пандемии COVID-19 в качестве генерирующих международные туристские потоки рынков для элитного туризма в Африку рассматривались Россия и Китай. Первые советские туристы посетили Маврикий в 1963 г. С начала 1990-х наши соотечественники (политики, высокопоставленные чиновники, звезды шоу-бизнеса и так на-

зываемые новые русские) стали частыми гостями на дорогих курортах ЮАР, Маврикия и Сейшельских островов. Например, в 2000 г. на Маврикии отдыхали 2,5 тыс. российских туристов. В 2015 г. специалисты Министерства туризма ЮАР включили Россию в список приоритетных туристических рынков, в которые стоит инвестировать. В 2018 г. около 6 тыс. россиян посетили Кению. На российском рынке элитные путешествия в Африку предлагали/предлагают не только туристические компании Москвы и Санкт-Петербурга (например, *Coral Travel*, *Alba Club*, *JetSet Travel*, «Даймонд Турс», «Килиманджаро»), но и в регионах. Например, в Красноярске с 1991 г. работает компания «Дюла-тур», которая продает VIP-туры в ЮАР, Кению и на Сейшельские острова. «ВИП Трэвел» (Нижний Новгород, создана в 2004 г.) предлагает туры в Египет. Вопросы развития российско-африканских отношений в сфере туризма обсуждались на первом саммите и экономическом форуме «Россия – Африка», который состоялся 23–24 октября 2019 г. в г. Сочи при активном участии Института Африки РАН во главе с членом-корреспондентом РАН И.О. Абрамовой.

Постепенно одним из крупных мировых рынков, генерирующих международные туристские потоки, становится Китай, интенсивное развитие экономики которого способствует росту благосостояния части населения и открывает ей возможность для международного туризма. Многие китайские путешественники¹⁵, уже побывавшие в странах Европы, США или Австра-

12 International Travel and Tourism. January to September 2018 // Statistics Mauritius. – URL: http://statsmauritius.govmu.org/English/Publications/Documents/2018/EI1420/Tourism_Jan-sep18.pdf (дата обращения: 04.06.2022).

13 International Travel and Tourism. January to September 2018 // Statistics Mauritius. – URL: http://statsmauritius.govmu.org/English/Publications/Documents/2018/EI1420/Tourism_Jan-sep18.pdf (дата обращения: 04.06.2022).

14 How African luxury tourism is heading off the beaten track. – URL: <https://www.jll.com/hk/en/trends-and-insights/investor/how-african-luxury-tourism-is-heading-off-the-beaten-track> (дата обращения: 06.06.2022).

15 К ним также относятся проживающие и работающие в африканских странах.

лии, хотят получить впечатления, отличные от исторических достопримечательностей и урбанистических пейзажей. Именно Африка может им предложить новые, экзотические впечатления от разнообразных ландшафтов и богатой природы. В 2004 г. Ангола, Кения, ЮАР и Зимбабве получили статус утвержденного пункта назначения для выездных китайских туристических групп, в 2007 г. в этот список вошли также Замбия, Маврикий, Сейшельские Острова, Танзания, Тунис и Эфиопия.

В середине 2010-х годов большинство туристов из Китая приезжали в ЮАР, их число увеличилось в четыре раза [Ayenagbo, 2015, p. 176]. Как отмечает российский исследователь Т.Л. Дейч, на тот момент «КНР заняла четвертое место по количеству туристов в ЮАР» [Дейч, 2014, с. 232–233]. В 2012 г. китайцы отдыхали в Египте (172 тыс. человек), ЮАР (146 тыс.), Эфиопии (129 тыс.), Алжире (83 тыс.) и Кении (44 тыс.) [Africa Tourism Monitor, 2013, p. 20]. Эпидемия Эболы, теракты в Нигерии и Кении, события в Тунисе, отпугнувшие (с вескими на то основаниями) европейских туристов, не стали препятствием для гостей из Китая: к 2017 г. их число увеличилось почти до 800 тыс. Для африканской индустрии туризма привлечение китайских покупателей – это не столько вопрос маркетинга, сколько вопрос адаптации предлагаемого продукта. Например, в отличие от европейских и американских туристов, китайцы отдают предпочтение групповым турам. Это объясняется не только национальным менталитетом, но и соображениями безопасности. Многие африканские компании уже учитывают потребности китайских туристов, ряд отелей класса люкс адаптируют свою инфраструктуру, например, рестораны открывают новые площади для их комфортного питания. Разработана даже специ-

альная учебная гостиничная программа «Встреча китайских туристов».

Одним из препятствий для дальнейшего расширения потока туристов из КНР, который, по оценкам аналитиков, в обозримом будущем вполне может конкурировать с туристическим потоком из США, является визовая проблема.

Одним из лидеров в индустрии путешествий класса люкс является ведущая глобальная сеть туристических агентств *Virtuoso*, которая специализируется на роскошных и экспериментальных путешествиях, в том числе в Африку. Согласно ее отчету за 2018 г., Африка (прежде всего ЮАР, Ботсвана, Кения и Марокко) вошла в топ пяти главных туристических направлений. Одним из давних традиционных направлений остается Египет, прежде всего 11-дневный круиз по Нилу.

Гостиницы класса люкс: связь времен и культур

В 2021 г. в странах Африки были представлены следующие международные гостиничные бренды и сети: *Hard Rock Hotel* (Египет, Нигерия, Тунис, ЮАР), *Le Méridien* (Алжир, Египет), *Mövenpick Hotels & Resorts* (80 гостиниц), *One & Only* (Маврикий, ЮАР, Руанда), *Six Senses Resorts* (Сейшельские Острова), *Sofitel Hotels & Resorts* (Буркина-Фасо, Египет, Маврикий, Мадагаскар, Марокко, Кот-д'Ивуар, Экваториальная Гвинея), *Taj* (ЮАР, Замбия).

Международная сеть отелей класса люкс *Sofitel Hotels & Resorts* знаменита своей непревзойденной французской атмосферой. Над созданием вычурных отелей этой сети работали известные дизайнеры. Например, над интерьерами отеля *Sofitel So Mauritius* работал известный японский модельер и дизайнер Кензо Такада, основатель бренда и дома моды «Кензо» (скон-

чался от последствий ковида в Париже в октябре 2020 г.). Он создал эксклюзивный дизайнерский проект, выполненный в белой гамме с использованием зеленого и оранжевого цветов, напоминающих яркие краски природы острова. Основным декоративным элементом Кензо выбрал цветок гибискуса, который присутствует на всех декоративных элементах отелей (подушках, вазах, блюдах, пляжных сумках, униформе сотрудников).

В марте 2022 г. *Marriott International* (управляет более чем 120 объектами недвижимости в Африке) объявил об открытии в Кении в 2023 г. роскошного отеля *Marriott Masai Mara Lodge*¹⁶. Он будет расположен в национальном заповеднике Мара, но заявлено, что сохранение экологии и среды обитания местных жителей будут в центре внимания проекта. При этом планируется нанять около 50 человек из общины масаев, которые будут помогать создавать эксклюзивную, экзотическую атмосферу отеля.

Состоятельные туристы могут насладиться отдыхом не только в новых фешенебельных отелях, но и в изысканных отелях, имеющих давнюю историю. К ним относятся египетские отели *Mena House* (г. Эль-Гиза, открыт в 1886 г.), *Windsor Hotel* (г. Каир, построен в 1893 г.), *Villa Belle Epoque* (г. Каир, открыт в 1920 г.), *Cecil Hotel* (г. Александрия, открыт в 1929 г.), *Auberge Fayoum* (построен в оазисе в 1937 г.). В Марокко в числе таких отелей следует назвать элитный отель *La Mamounia*, который находится в бывшем дворце XII в., и *Royal Mansour* (оба находятся в г. Марракеш). Последний из отелей расположен на пяти гектарах садов, номера-люкс украшены

мрамором, шелковыми коврами, зеркалами с гравировкой, шторами с местной вышивкой и хрустальными люстрами знаменитой французской фирмы *Vaccarat*. Стоимость номеров начинается от 1 тыс. фунтов стерлингов.

В новых и «зрелых» отелях активно используются современные информационные технологии. Например, некоторые предоставляют своим клиентам айпады с закачанными в них программами гида и сервиса отеля.

Сегодня для многих элитных путешественников понятие «роскошь» означает не только икру во французской хрустальной розетке, дорогие апартаменты и прочие атрибуты яркой демонстрации богатства. Часто роскошь в путешествиях они понимают как незабываемые впечатления, конфиденциальность и уникальные воспоминания. Ряд отелей Африки сегодня предлагают VIP-туристам и то и другое.

Гостиничные операторы внедряют инновации: наряду с роскошными отелями (в комплексе с бутиками мировых брендов, полями для гольфа, салоны красоты, теннисными кортами, бассейнами и пр.), уже завоевавшими признание у искушенных VIP-потребителей, открываются эксклюзивные отели. Например, в Руанде отель *Bisate Lodge*, открытый в 2017 г. в Национальном парке вулканов (шесть двухспальных круглых вилл и ресторанно-рекреативный комплекс), встроен в кратер одного из них. Стоимость проживания на такой вилле – от 2,3 тыс. в межсезонье и от 2,9 тыс. долларов США в разгар сезона¹⁷. Одной из достопримечательностей там стала могила известного американского ученого Дайан Фосси, которая изучала го-

16 Maude Mainguy. Marriott annonce son premier pavillon safari de luxe en Afrique. – URL: <https://voyagesdaujourd'hui.com/2022/03/22/marriott-annonce-son-premier-pavillon-safari-de-luxe-en-afrique> (дата обращения: 05.06.2022).

17 Bisate Lodge. Ruhengeri, Rwanda // The Telegraph. – 2021. – URL: <https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/africa/rwanda/hotels/bisate-lodge-hotel> (дата обращения: 12.06.2022).

рилл в Руанде, была активным популяризатором дикой природы и борцом с браконьерством. А в Ботсване владельцы отеля *Jack's Camp*, построенного в полупустыне 25 лет назад, поставили кемпинговые палатки с роскошными ванными комнатами. Отмечается также тенденция открытия небольших отелей-бутиков, например *Silo Hotel* в Кейптауне (ЮАР), *Saxon Hotel* в Йоханнесбурге (ЮАР) и *Hemingways* в Найроби (Кения).

Элитный туризм неразрывно связан с элитной гастрономией. Их «священный союз» сложился исторически и присущ некоторым европейским странам с признанным гастрономическим наследием – прежде всего Франции, Италии и Испании. На некоторых курортах, в отелях или туристических объектах работают шеф-повара, обладающие звездами Мишлен. Например, в ЮАР на курорте *One & Only* (г. Кейптаун) им является шеф-повар ресторана *Reuben's* Ройбен Рифель. А в большом частном охотничьем заказнике *Tswalu Kalahari* (ЮАР), куда можно добраться только на частном самолете, работает Ян Хендрик ван дер Вестхейзен. В 2020 г. по мнению аналитиков туристического сайта *TripAdvisor* ресторан *La Colombe* (г. Кейптаун) вошел в рейтинг 15 лучших ресторанов мира.

Еще один «вечный спутник» элитного отдыха – игорный бизнес. В ряде африканских стран работают казино, а в ЮАР открыты отели-казино (*Sun City*, *The Palace of the Lost City*, *The Palazzo Montecasino*, *SunSquare Montecasino*, *Club Mykonos Langebaan*). В Анголе Министерство туризма активно продвигает идею организации в стране игорного бизнеса.

Объемы участия африканского капитала в элитном сегменте индустрии разнятся по странам, в некоторых в нем участвует государство. При этом в корпоративном пейзаже часто происходит

смена владельцев (или долей во владении) и управления отелями.

Благодаря развитию элитного туризма появляются новые рабочие места, в том числе для молодежи, составляющей большую часть населения Африки. Например, в 2017 г. на Сейшельских островах новые рабочие места (26,5% от общего числа) были созданы за счет прямой занятости в индустрии туризма. На Маврикии в 2012 г. эта цифра составила 7,2%, в Марокко – 7,1%. Однако, за исключением нескольких стран, таких как Маврикий и Сейшельские Острова, где доля сектора туризма в экономике особенно велика, туризм в Африке всё еще находится на ранней стадии развития.

Несмотря на обилие достопримечательностей природного («лунные» пейзажи в Тунисе и Намибии, эндемики Мадагаскара (например, лемуры) и других островов) и культурного характера (на континенте – целый ряд объектов, которые входят в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, только на Мадагаскаре их четыре), Африка по объему посещающих ее гостей пока не заняла достойную нишу в международном туризме. В 2015–2017 гг. африканские страны в качестве места своего отдыха (в том числе клиенты VIP-услуг) избрали только 4,2% туристов [Collins, 2018]. В пространственной структуре мирового туризма исследователи причисляют Африку (наряду со странами Южной Азии) к группе так называемой Глубокой периферии [Александрова, 2009, с. 24]. В этом регионе туризм, прежде всего элитный, носит анклавный характер. К тому же роскошь фешенебельных курортов, построенных с привлечением иностранного капитала, часто резко контрастирует с окружающей их социально-экономической средой, которую характеризуют патриархальный уклад жизни местного населения и отсталая экономика.

Выездной африканский туризм

В Африке превалирует въездной элитный туризм, так как высокие доходы от вложенных средств именно в этот сегмент экономически выгодны как инвесторам, так и местным бизнесменам и государству. В меньшей степени развит выездной туризм. Несколько десятилетий назад роскошный вид отдыха за рубежом был прерогативой лидеров стран и их близкого окружения, крупных бизнесменов (в странах с частным капиталом). С либерализацией экономики в начале 1990-х годов, получением крупных траншей от Всемирного банка (ВБ) и Международного валютного фонда (МВФ) категория туристов значительно расширилась. Это не всегда было связано с успешным бизнесом, так как во многих африканских странах представителей крупного бизнеса, как и политические элиты, затронула коррупция. За коррупцию и расхищение государственных средств преследовались с разными результатами главы государств и первые леди Бен Али и Лейла Трабелси (Тунис), Хосни и Сюзанна Мубарак (Египет), Хиссен Хабре (Чад), Фредерик и Регина Чилуба (Замбия), Пейшенс Джонатан, Стелла Обасанджо (Нигерия), обвинения в коррупции часто звучали также в адрес Грейс Мугабе, супруги бывшего президента Зимбабве Роберта Мугабе [Прокопенко, 2022, с. 80–92]. Поэтому их дорогостоящие зарубежные вояжи вызывали справедливую критику у сограждан, уровень жизни большинства которых невысок.

Сегодня состоятельные африканцы стали крупными и постоянными потребителями на мировом рынке предметов роскоши, в том числе элитных путешествий. Нигерия, экономика которой фактически базируется на добыче

и экспорте нефти, «...обладает огромным туристическим потенциалом» [Денисова, 2020, с. 230], там существует богатая клиентура. С 2008 г. в стране работает компания *VIP Express Tourism*, которая предоставляет состоятельным нигерийцам возможность эксклюзивного отдыха на более чем 5 000 курортах в более чем 100 странах¹⁸.

Появились африканские пропагандисты развития элитного сегмента. Например, с 2016 г. Корали Омгба – молодой девелопер (получила образование в области финансов), консультант и разработчик бизнеса в секторе предметов роскоши в Африке, в том числе в сфере элитного туризма, – провела несколько мероприятий под названием *Africa in a New Era* (в Париже, Женеве), посвященных теме нишевой роскоши в странах Африки южнее Сахары.

Однако в условиях низкого уровня жизни населения во многих странах континента развитие выездного туризма, тем более элитного, весьма проблематично.

Конкурентоспособность элитного туризма, тема устойчивого развития

На конкурентоспособность страны на туристическом рынке значительно и непосредственно влияет ее имидж. По мнению экономистов, он выступает «...материальным фактором, стимулирующим социально-экономическое развитие территории путем привлечения капитала, инноваций и экономически активного населения» [Ползунова, Васильева, 2020, с. 154]. В этом плане большое значение имеют внешняя политика властей, направленная на открытость, политическая обстановка

18 Onikoyi A. VIP Express Tourism Nigeria announces 10th year anniversary // Vanguard. – 2018. – March 25. – URL: <https://www.vanguardngr.com/2018/03/vip-express-tourism-nigeria-announces-10th-year-anniversary> (дата обращения: 10.06.2022).

в стране, отсутствие или минимизация криминогенности, свободные СМИ, дающие достоверную информацию, в том числе о местной культуре и достопримечательностях. Некоторые исследователи [Rajesh, 2013; Marshalls, 2010] предлагают странам континента модели туристического маркетинга и ребрендинга. Расширению знаний о континенте способствуют выставки разного уровня, поэтому Африка стала местом проведения престижных международных выставок в сфере туризма. С 2014 г. под эгидой недели путешествий по Африке (*Africa Travel Week, ATW*), которая проводится в ЮАР, на континенте начала свою деятельность международная выставочная компания *World Travel Market (WTM)*. В выставке *WTM Africa 2019*, проходившей в г. Кейптаун (ЮАР), участвовали 6 263 профессионала индустрии туризма со всего мира, в числе которых были 914 активных, хорошо зарекомендовавших себя покупателей. Главными направлениями были названы приключенческие путешествия, сафари-отпуск, деловой туризм и отдых в городах.

В расширение знаний об Африке свою лепту вносит Россия; их связывает многолетняя история помощи молодым независимым странам и развития партнерских отношений. В этом значимая роль принадлежит российским африканистам, прежде всего ученым из Института Африки РАН – «главного мозгового центра российской африканистики» [Абрамова, 2019, с. 7]. Необходимо повышать качественный уровень работ страноведческого характера, чтобы избежать ситуации, когда, как отмечает российский ученый А.В. Кузнецов, «...глубокие страноведческие исследования всё чаще

подменяются в России подготовкой путеводителей по зарубежным государствам...» [Кузнецов, 2021, с. 7].

Многие туристические компании давно работают в элитном сегменте туризма по африканскому направлению. Некоторые разработали специальные схемы, например по обеспечению комфортного и безопасного отдыха одиноким состоятельными VIP-клиентам, людям с ограниченными физическими возможностями. Ориентированные на VIP-клиентуру африканские туристические фирмы работают, используя мировой опыт маркетинга в данной отрасли экономики.

К традиционным видам элитного туризма (сафари, пляжный и круизный отдых) добавились новые направления, например элитный экологический туризм (очень перспективное направление для региона), свадебные туры и велнес-туризм, ставящий целью самосовершенствование, физическое омоложение, гармоническое развитие тела и души, а также авторские туры, разработанные в том числе местными специалистами.

Но иногда слоганы и рекламные тексты некоторых специализирующихся на путешествиях в Африку туркомпаний, в том числе с хорошей репутацией, грешат громкими эпитетами и избыточной хвалебностью. Например, британская туристическая фирма *Mahlatini*¹⁹ прямо заявляет о своей уникальности: «Узнайте, что делает нас уникальными и почему Махлатини – ваш идеальный партнер по путешествиям в Африке. Мы работаем только с лучшими поставщиками и гидами»²⁰. Слоган российской фирмы «Африка Трэвел» (работает на рынке с 2012 г.) гласит: «"Африка Трэвел" – Ваш надежный партнер

19 В переводе с зулусского языка – «любитель африканской дикой природы», работает с 2002 г., имеет представительство в г. Кейптаун.

20 Mahlatini. Our Story. – URL: <https://www.mahlatini.com/about-mahlatini> (дата обращения: 07.06.2022).

по Африканскому континенту, предоставляющий самые выгодные условия!»²¹. А на сайте южноафриканской *Africa Elite Travel* (создана в 2001 г.) заявляется: «Удовлетворенность наших клиентов – это свидетельство того, что наше стремление к совершенству не имеет себе равных»²².

В то же время некоторые фирмы обходятся без громких, многообещающих слоганов и рекламных текстов опытных копирайтеров. Например, ёмкая и четкая информация на сайте московской туристической компании «Килиманджаро» подается без лишних эпитетов в превосходной степени, а о предоставлении VIP-услуг говорится следующим образом: «Компания «Килиманджаро» предоставляет большой выбор туров по Африке, учитывая пожелания и возможности клиентов»²³. При этом созданная в 2004 г. компания продолжает работать, в числе ее сотрудников есть те, кто посвятил многие годы профессиональному изучению Африки.

В XXI в. развитию туристической индустрии, в том числе в африканских странах, значительно способствуют информационные технологии. Интернет создает условия для продвижения новых, менее известных мест на Африканском континенте. Обмен опытом в социальных сетях привнес новый элемент в VIP-путешествия по Африке, а туристическим фирмам это позволяет экономить средства бюджета на маркетинг. Исследователи из Маврикия, изучавшие развитие отрасли там за период с 1995 по 2017 г., отмечают, что социальные сети, в частности *Facebook* (запрещен в России), благодаря рекламе и отзывам побывавших на острове гостей, внесли весомый положительный

вклад в развитие туризма [Fauzel, Tanderayen-Ragoobur, 2022, p. 464]. В то же время информационные технологии выполняют не только функцию передачи и обмена информацией – с их помощью ведется сама коммерческая деятельность в туристической отрасли.

Туризм играет важную роль для устойчивого развития африканских государств. Работающая в Африке глобальная сеть турагентств *Virtuoso* в свою миссию устойчивого развития включила три пункта предлагаемых VIP-путешествий: они должны «защищать планету, поддерживать местную экономику и сохранять культурное наследие тех стран, которые посещают клиенты»²⁴ [Sustainability, 2022]. Однако не все международные и национальные компании придерживаются подобных принципов.

Устойчивый туризм часто ассоциируется с «экотуризмом», в основе которого лежит ответственное путешествие в природные зоны и среду местных жителей. Некоторые пожелания богатых туристов могут идти вразрез или не полностью соответствовать понятию устойчивого туризма, поэтому встает проблема информированности туристов об ответственности за возможные нарушения местного законодательства.

Среди экологов, культурологов и представителей различных НПО ведутся споры о балансе пользы и вреда для дикой природы Африки такого вида элитного отдыха, как сафари. Современное сафари по уровню комфорта значительно отличается от условий, в которых оказался герой рассказа Эрнста Хемингуэя «Снега Килиманджаро» Гарри, да и условий самого пистолета, любившего охотиться в Африке

21 О компании Африка Трэвел. – URL: <https://africatravel.africa/o-kompanii> (дата обращения: 12.06.2022).

22 Africa Elite Travel. Southern Africa DMC and Tour Operator. – URL: <https://africaelitetravel.com> (дата обращения: 12.06.2022).

23 Килиманджаро. – URL: <http://www.kiliman.info/o-kompanii> (дата обращения: 08.06.2022).

24 Virtuoso. Sustainability. – URL: <https://www.virtuoso.com/why-virtuoso/Sustainability> (дата обращения: 07.06.2022).

(на севере Танзании). Сегодня сафари класса люкс по желанию гостя окутано флером роскоши и комфорта. Но подобный отдых мало сопряжен с познанием континента. Африканское сафари в большинстве случаев представляет собой изолированную форму взаимодействия гостей с Африкой, так как они прибывают из аэропортов на курорты или в прилегающие к ним охотничьи угодья и взаимодействуют там только с узким кругом местного обученного персонала. Поэтому, как отмечают некоторые западные исследователи, например, Тодд Кливленд (США), сафари являются «неподлинной и поверхностной формой общения туристов с Африкой» [Cleveland, 2021, p. 18]. Тем не менее многие туристы со всего мира воспринимают этот вид отдыха как путешествие всей жизни.

Развитие индустрии туризма, которая развивает общество и его жизненную среду, а не наносит им вред, – вот важная задача, в которой немалая роль принадлежит и государству.

Трудности, препятствия, негативные последствия развития индустрии

Становление и дальнейшее развитие элитного туризма сопряжено с целым рядом трудностей. В числе главных факторов, мешающих его развитию, следует назвать проблему безопасности (неблагоприятная политическая обстановка, терроризм, нападения на морские суда, захваты заложников, межэтнические конфликты, уличная преступность). К резкому сокращению притока иностранных туристов, например, привели события «арабской весны» в Египте (14,7 млн человек в 2010 г. –

9,5 млн человек в 2013 г.) [UNWTO Tourism..., 2016] и Тунисе, а также *террористические акты* в Кении. Отпугивающим фактором является и состояние санитарно-эпидемиологической обстановки в странах континента.

Важным препятствием является неразвитость инфраструктуры, в первую очередь авиасообщения, ограниченность контингента подготовленных кадров. Аналитики отмечают, что в некоторых развивающихся странах, в том числе в Африке, «...туристский пропускной потенциал оказался ниже реальных нагрузок, и там стали проявляться определенные негативные последствия – экономические, социальные и экологические» [Экономика туризма, 2014, с. 276]. По некоторым оценкам, из 3,9 млн гостиничных номеров в странах Африки южнее Сахары только 10% соответствуют международным стандартам. Расходы на открытие и развитие отелей остаются высокими, например, в Нигерии в 2013 г. на номер в отеле среднего класса с полным комплексом услуг расходовалось 400 тыс. долларов США, в Гане – 250 тыс. долларов, что выше средней стоимости (200 тыс. долларов США) на подобный номер в других странах мира²⁵. В числе причин следует также назвать коррупцию, так как подарки и взятки местным чиновникам традиционно становятся необходимым условием для успешного ведения бизнеса.

Одним из препятствий для дальнейшего расширения потока туристов является визовая проблема. Понимая это, за последние годы 13 африканских стран ввели электронные визы.

Базой для элитного туризма в Африке стал интерес иностранцев к континенту, который с успехом использовали пионеры отрасли и построили

25 Harnessing Tourism for Jobs, Growth and Opportunity in Africa // World Bank Fact Sheet. – 2013. – URL: <https://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/Africa/Report/africa-tourism-report-2013-factsheet.pdf> (дата обращения: 09.06.2022).

свою туристическую империю. Пре-валирование этого сегмента туризма критикуют некоторые африканские специалисты. В 2017 г. в г. Найроби (Кения) прошел семинар «Устойчивый туризм в Африке». Основатель и исполнительный директор Программы устойчивого туризма и путешествий (*Sustainable Travel & Tourism Agenda, STTA*) Джуди Кепхер-Гона (африканка из Кении), говоря об элитном туризме в Африке, прямо назвала сложившуюся ситуацию «захватом отрасли», что является «препятствием для роста других сегментов туризма, прежде всего внутреннего»²⁶.

В странах Африки для дальнейшего развития VIP-туризма, как и отрасли в целом, важным фактором является привлечение богатых представителей африканской диаспоры, которая также может инвестировать в отрасль и пропагандировать преимущества местного отдыха. Но для эффективного развития туризма класса люкс недостаточно участия только частного капитала. Как отмечает российский исследователь С.В. Костелянец, «...рост туристической индустрии невозможен без согласованной и скоординированной государственной политики развития не только самого туризма, но и смежных отраслей – транспортной инфраструктуры, сельского хозяйства, торговли и других секторов национальной экономики» [Костелянец, 2020, с. 284]. Развитию авиаперевозок способствуют местные частные компании, например, *South African Airways* запустила собственный бренд лоукостеров *Mango*, авиакомпания *Jambo Jet*, принадлежащая *Kenya Airways*, предлагает услуги по поездкам в Эфиопию.

Развитие туризма, несомненно, стимулирует экономический рост и социальное развитие страны, однако у этого процесса есть и обратная сторона. Постепенно туристический сектор экономики начинает негативно воздействовать на окружающую среду за счет истощения местных природных ресурсов, увеличения выбросов углекислого газа, шумовых загрязнений, мусора и твердых отходов, а также сильного загрязнения воздуха. Исследователи из Маврикия, проводившие анализ этого процесса в стране за период 1980–2018 гг., отмечают, что «...опция развития туризма является фактором, способствующим деградации окружающей среды» [Fauzel, Tandrayen-Ragoobur, 2021, p. 9], отмечая при этом эффективные меры правительства по борьбе с негативными последствиями развития индустрии туризма.

У развития туризма, в том числе класса люкс, есть еще одна обратная негативная сторона – рост рынка торговли секс-услугами²⁷, главные потребители которого – туристы (в том числе VIP-туристы) из Европы и США. Основной причиной роста этого рынка является низкий уровень жизни населения. При этом ряд африканских исследователей, например Ваньохы Кибичо (Кения), отмечают фактор значительного омоложения местных «кадров» коммерческих секс-работников [Kibicho, 2009, p. 76]. Развитие рынка секс-услуг подрывает устойчивости традиционного африканского общества, в котором секс, как правило, коррелируется с браком. Это не только морально-этическая, но и социальная проблема, так как проституция тесно связана с ВИЧ/СПИД, который по-прежнему

26 Sustainable Tourism in Africa MKTE 2017 by Judy Kheper-Gona. – URL: <https://traveldiscoverkenya.com/ru/sustainable-tourism-in-africa-mkte-2017-by-judy-kepher-gona> (дата обращения: 08.06.2022).

27 До независимости в африканских странах рынок секс-услуг существовал в зачаточном состоянии и в подавляющем большинстве был ориентирован на охотников сафари.

представляет угрозу развитию многих африканских стран.

Проблема подготовки кадров

Туристическим компаниям Африки, работающим с VIP-клиентурой, необходимо повышать свое соответствие отраслевым международным стандартам деятельности и корпоративным управлению. Для этого необходимы профессиональные кадры. В странах Магриба, ЮАР и островных африканских государствах (Маврикий, Сейшельские Острова, Реюньон) существует исторически сложившаяся школа по приему VIP-гостей, что позволяет там работать с клиентами класса люкс по высоким стандартам качества²⁸. Профессиональная подготовка кадров особенно актуальна для «новых» участников элитного сегмента сектора, например, для Руанды и Кот-д'Ивуара. Первые успехи в этом направлении делают, например, профессиональные учреждения Мали (школы гостиничного бизнеса *Grand Bassam*, *Vatel*, *Cheick Cissé*) и Кот-д'Ивуара.

В подготовке кадров для африканской туристической индустрии оказывают помощь иностранные партнеры. Так, *Starwood Hotels & Resorts Worldwide* и девять других глобальных компаний присоединились к инициативе Глобального партнерства в сфере путешествий и туризма (*The Global Travel & Tourism Partnership*, *GTTP*), чтобы ознакомить африканских учащихся средних школ с возможностями карьерного роста в сфере путешествий и туризма. Программы *GTTP* реализуются в шко-

лах ЮАР, Кении и Танзании, а в ЮАР эта программа стала частью национальной учебной программы. В плане подготовки кадров для африканской туриндустрии активно действуют также глобальные компании *Amadeus*, *American Express*, *Carlson Wagonlit Travel*, *Enterprise Holdings*, *Hertz*, *Lufthansa* и *Travelport* [Africa Tourism Monitor, 2013, p. 9].

Определенный вклад в подготовку кадров для африканской индустрии туризма вносят различные НПО, например некоммерческая ассоциация *OKIRI* (в переводе с одного из языков группы банту означает «увидимся завтра»), которую возглавляет Корали Омгба. Организация работает над расширением доступа к специализированному обучению в странах Африки, пропагандирует разработку национальных программ подготовки специалистов на базе международных нормативов, но с учетом местных культурных кодов. К. Омгба удалось установить партнерские отношения с университетом гостиничного менеджмента в г. Лозанна (Швейцария) (*Ecole Hôtelière de Lausanne*), одного из лучших учебных заведений мира в этой области.

Перспективы развития элитного туризма после пандемии COVID-19

На индустрии туризма в Африке, которая отличается от других регионов в основном дальними поездками, пандемия COVID-19 отразилась особенно остро. В 2020 г. падение числа прибывших в африканские страны по сравнению с 2019 г. составило 64%²⁹. Это при-

28 Эффективный прием VIP-клиентов – это не только высокое качество перелета, отелей и питания, но и создание полного комфорта, благодаря информации об их вкусах, привычках, аспектах здоровья. Это помогает избежать конфликтов или даже угрозы жизни клиента, например при наличии у него аллергии на арахис или морепродукты.

29 Tourism Grows 4% in 2021 but Remains Far Below Pre-Pandemic Levels // UNWTO. – 2022. – 18 January. – URL: <https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels> (дата обращения: 12.06.2022).

вело к резкому сокращению ВВП тех стран, экономика которых существует в основном за счет доходов от туризма, главным образом элитного (например, Маврикий и Сейшельские Острова). Как отмечает российский ученый И.О. Абрамова, «...в Африке был реализован целый комплекс мер, направленных на стабилизацию социально-экономической ситуации» [Абрамова, 2020, с. 52]. К ним она относит государственную поддержку важнейших секторов экономики, в том числе туризм. В результате в 2021 г. ситуация несколько улучшилась и, согласно данным ЮНВТО, число туристов, прибывших в африканские страны, увеличилось на 12%³⁰.

В 2021 г. основным сдерживающим фактором возобновления туризма в Африку, в том числе элитного, было требование дорогостоящих ПЦР-тестов на COVID-19 (72 часа до въезда) для вакцинированных иностранных туристов. Их отмена в феврале-марте 2022 г. Ботсваной, Кенией, Маврикием, Намибией, Танзанией и ЮАР стала шагом к возрождению туризма.

В апреле 2022 г. в г. Кейптаун (ЮАР) прошла очередная конференция *Africa Travel Week*, которую официально открыл мэр города Джорджин Хилл-Льюис. Среди докладчиков был главный эксперт ЮНВТО по коммуникациям в Африке Коджо Бентам-Уильямс, основатель и издатель африканского издания о путешествиях и туризме *Voyages Afriq*. Многие докладчики отмечали, что 2022-й – важный и значимый год для африканского туризма. В отчете меро-

приятия были выделены десять важных тенденций, которые будут определять путешествия и туризм в Африку после пандемии COVID-19, в том числе признание африканской кухни, разнообразие предоставляемых туристических услуг, развитие технологий и межличностных коммуникаций, расширение и совершенствование обслуживающего персонала, развитие семейного отдыха одновременно для нескольких поколений. Одной из тенденций было также названо то, что в сегменте VIP-туризма главный упор будет делаться «на интересные направления и маршруты, эксклюзивное «бегство от окружающих» в отдаленные места»³¹.

А в мае 2022 г. в том же Кейптауне прошла очередная выставка *WTM Africa*. В докладе организаторов выставки отмечалось, что «восстановление туризма в Африке происходит в основном за счет бизнес-туристов и VIP-путешественников из Франции, США и Великобритании»³². Комментируя результаты выставки, журналист и аналитик африканской туристической индустрии Дорин Рейнштейн (ЮАР), отметила «заметный рост интереса со стороны путешественников из США, желающих посетить ЮАР»³³. Это подтверждает последняя информация о возобновлении и развитии авиа-сообщения между этими странами.

Один из главных выводов исследования: важной особенностью VIP-туризма в Африке является то, что вы-

30 Tourism Grows 4% in 2021 but Remains Far Below Pre-Pandemic Levels // UNWTO. – 2022. – 18 January. – URL: <https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels> (дата обращения: 12.06.2022).

31 Africa Travel Week shares top 10 trends for tourism to Africa. – URL: https://media.bigambitions.co.za/press_release/africa-travel-week-shares-top-10-trends-for-tourism-to-africa (дата обращения: 12.06.2022).

32 Workcation and luxury trends will lead tourism recovery. – URL: <https://thenewspaper.co.za/workcation-and-luxury-trends-will-lead-tourism-recovery> (дата обращения: 11.06.2022).

33 Reinstein D. America leads a tourism comeback in Africa. – URL: <https://www.travelweekly.com/Middle-East-Africa-Travel/Insights/African-officials-credit-US-for-tourism-rebound> (дата обращения: 10.06.2022).

сокие стандарты обслуживания, которые формируются в его сфере, с течением времени распространяются на другие сегменты туристского рынка и в целом способствуют его подъему. Таким образом, элитный туризм становится туристским катализатором.

Развитие элитного сегмента туризма при поддержке государства может обеспечить африканским странам дальнейший приток иностранных инвестиций, получение значительных валютных доходов в госбюджет, открытие новых рабочих мест, что позволит эффективнее решать социально-экономические проблемы и идти по пути устойчивого развития.

Список литературы

- Абрамова И.О. Институт Африки РАН – главный мозговой центр российской африканистики // Ученые записки Института Африки РАН. – 2019. – № 4 (49). – С. 7–13. – DOI: 10.31132/2412-5717-2019-49-4-7-13.
- Абрамова И.О. Коронавирус в Африке: социально-экономические и политические последствия // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2020. – Т. 13, № 5. – С. 38–56. – DOI: 10.23932/2542-0240-2020-13-5-3.
- Александрова А.Ю. Структурно-функциональный анализ туристического пространства мира // Вестник Московского университета. Серия 5 : География. – 2009. – № 4. – С. 21–26.
- Дейч Т.Л. Китай «завоевывает» Африку. – Москва : Институт Африки РАН. – 2014. – 380 с.
- Костелянец С.В. Заключение // Туризм в Африке: проблемы и перспективы / отв. ред. Н.В. Гришина и С.В. Костелянец. – Москва : Институт Африки РАН. – 2020. – С. 284–288.
- Кузнецов А.В. Кризис страноведения в России на фоне растущего спроса на знания о зарубежных странах и регионах // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2021. – Т. 14, № 6. – С. 6–25. – DOI: 10.23932/2542-0240-2021-14-6-1.
- Ползунова Н.Н., Васильева А.Д. Имидж территории как конкурентное преимущество // Международный и российский туризм в условиях новых вызовов : сб. ст. – Москва : МГУ, 2020. – С. 148–157.
- Прокопенко Л.Я. Супруги на олимпе власти: роль «первой пары» в Африке, влияние ее имиджа на имидж страны // Ученые записки Института Африки РАН. – 2022. – № 1 (58). – С. 82–100. – DOI: 10.31132/2412-5717-2022-58-1-82-100.
- Экономика туризма : учебник / Морозов М.А., Морозова Н.С., Карпова Г.А., Хорева Л.В. – Москва : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 320 с.
- Africa Tourism Monitor. – 2013. – Vol. 1, N 1. – 26 p. – URL: https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/September_2013_-_Africa_Tourism_Monitor.pdf (дата обращения: 12.06.2022).
- Ayenagbo K. Sino-Africa Economic and Chinese Foreign Direct Investment in Africa on Bilateral Trade Relations // Journal of African Studies and Development. – 2015. – Vol. 7, N 7. – P. 172–182. – DOI: 10.5897/JASD2015.0339.
- Cleveland T. A History of Tourism in Africa Exoticization, Exploitation, and Enrichment (Africa in World History). – Ohio University Press, 2021. – 216 с.
- Fauzel S., Tandrayen-Ragoobur V. Sustainable development and tourism growth in an island economy: a dynamic investigation // Journal of Policy Research in Tourism Leisure and Events. – 2021. – DOI: 10.1080/19407963.2021.1958825.

Fauzel S., Tandrayen-Ragoobur V. Social media and tourism development in Africa: an empirical investigation // *Geography, Planning and Tourism*. – 2022. – P. 464–474. – DOI: 10.4337/9781800371415.00046.

Gheorghe C.-M., Rosu T. Developing Africa as a luxury destination // *Romanian Economic Business Review*. – 2021, – Vol. 16, N 2. – P. 124–130. – URL: <http://www.rebe.rau.ro/RePEc/rau/journal/SU21/REBE-SU21-A11.pdf> (дата обращения: 15.09.2022)

Ighobor K., Haidara A. Tourism in Africa is slowly coming of age // *Africa Renewal*. – 2012. – August. – URL: <https://www.un.org/africarenewal/magazine/august-2012/tourism-africa-slowly-coming-age> (дата обращения: 08.06.2022).

Kibicho W. Sex Tourism in Africa: Kenya's Booming Industry. – Ashgate Publishing Ltd., 2009. – 248 p.

Marshall M. Country Image and Its Effects in Promoting a Tourist Destination: A Case Study of South African Im-

age. – Saarbrücken : Lambert Academic Publishing, 2009. – 92 p.

Rajesh R. Impact of tourist perceptions, destination image and tourist satisfaction on destination loyalty: A conceptual model // *Pasos Journal of Tourism and Cultural Heritage*. – 2013. – Vol. 11, N 3. – P. 67–78. – DOI: 10.25145/j.pasos.2013.11.039.

Saayman M., Saayman A. Shopping Tourism or Tourists Shopping? A Case Study of South Africa's African Tourism Market // *Tourism Economics*. – 2012. – Vol. 18, N 6. – P. 1313–1329. – DOI: 10.5367/te.2012.0169.

UNWTO Tourism Highlight. 2016 Edition. – 2016. – 16p. – URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145> (дата обращения: 17.09.2022).

UNWTO Tourism Highlights. 2018 Edition. – 2018. – 20 p. – URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876> (дата обращения: 24.09.2022).

From the Point of Economics

DOI: 10.31249/kgt/2022.04.08

Luxury Tourism Industry in Africa: History, Development, Challenges and Prospects after the COVID-19 Pandemic

Liubov Ya. PROKOPENKO

PhD in History, Senior Researcher of the Centre for Tropical Africa Studies
Institute for African Studies of the Russian Academy of Sciences
Spiridonovka Street, 30/1, Moscow, Russian Federation, 123001
E-mail: skole60@mail.ru
ORCID: 0000-0002-1121-8828

CITATION: Prokopenko L.Ya. (2022). Luxury Tourism Industry in Africa: History, Development, Challenges and Prospects after the COVID-19 Pandemic. *Outlines of Global Transformations: Politics, Economics, Law*, vol. 15, no. 4, pp. 137–158 (in Russian). DOI: 10.31249/kgt/2022.04.08

Received: 15.06.2022.

Revised: 26.09.2022.

ABSTRACT. *The article analyzes the development of luxury tourism in Africa which became one of the fastest growing tourism continents at the turn of the 21st century. Luxury tourism industry provides the lion's share of foreign exchange earnings to state budgets, so the governments of a number of countries pay special attention to its development. Representing an economically profitable area for investment of local and foreign capital, it is developing both in traditional places of attraction for foreign tourists (for example, in Egypt, Mauritius, Seychelles, Tunisia, South Africa), and in the countries that have recently begun to develop this segment of their tourism industry.*

The author acknowledges main characters of luxury tourism in Africa similar to that in other parts of the world: the highest quality of services provided focused on the comfort and the safety of customers, the exclusivity of the tours offered, an individual approach to the client, long-standing and

strong ties with tour operators in a large number of countries. The richness and originality of the cultures of numerous peoples of the continent, the diversity of natural landscapes, endemic flora and fauna are additional advantages for the tourists choosing Africa for recreation.

Many countries of the continent still remain among the poorest in the world, so the development of the tourism industry in Africa, including its luxury segment, affects employment and creation of new jobs directly and indirectly, and it helps to solve one of the most important social problems, that is of the unemployment.

The conclusion is made that the progress of this branch is hampered by the insufficient development of infrastructure and the lack of specialized personnel and educational institutions for their training. Further sustainable development of tourism in Africa, including luxury tourism, depends on the stability of the internal political sit-

uation there, the fight against crime and infectious diseases, and the solution of the visa problems.

KEYWORDS: *luxury tourism industry, Africa, luxury service consumers, hotels, comfort, exclusivity, competitiveness, problem with qualified personnel, government policy, sustainable development, COVID-19, prospects.*

References

- Abramova I.O. (2019). The Main African Studies Think Tank in Russia. *Journal of the Institute for African Studies*, vol. 4, no. 49, pp. 7–13 (in Russian). DOI: 10.31132/2412-5717-2019-49-4-7-13.
- Abramova I.O. (2020). Coronavirus in Africa: Social, Economic and Political Consequences. *Outlines of global transformations: politics, economics, law*, vol. 13, no. 5, pp. 38–56 (in Russian). DOI: 10.23932/2542-0240-2020-13-5-3.
- Africa Tourism Monitor* (2013). Vol. 1, no. 1, 26 pp. Available at: https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/September_2013_-_Africa_Tourism_Monitor.pdf, accessed 12.06.2022.
- Alexandrova A.Yu. (2009). Structural-facial analysis of the world touristic space. *Vestnik MGU. Series 5: Geography*, no. 4, pp. 21–26 (in Russian).
- Ayenagbo K. (2015). Sino-Africa Economic and Chinese Foreign Direct Investment in Africa on Bilateral Trade Relations. *Journal of African Studies and Development*, vol. 7, no. 7, pp. 172–182. DOI: 10.5897/JASD2015.0339.
- Cleveland T. (2021). *A History of Tourism in Africa Exoticization, Exploitation, and Enrichment (Africa in World History)*. Ohio University Press, 216 pp.
- Deych T.L. (2014). *China “Conquers” Africa*, Moscow: Institute for African Studies of the RAS, 380 pp. (in Russian).
- Ekonomika turizma... (2014). Morozov M.A. [et al.]. *Tourism Economy: textbook*. Moscow : Federal Agency for Tourism, 320 pp. (in Russian).
- Fauzel S., Tandrayen-Ragoobur V. (2021). Sustainable development and tourism growth in an island economy: a dynamic investigation. *Journal of Policy Research in Tourism Leisure and Events*. DOI: 10.1080/19407963.2021.1958825.
- Fauzel S., Tandrayen-Ragoobur V. (2022). Social media and tourism development in Africa: an empirical investigation. *Geography, Planning and Tourism*, pp. 464–474. DOI: 10.4337/9781800371415.00046.
- Gheorghe C.-M., Rosu T. (2021). Developing Africa as a luxury destination. *Romanian Economic Business Review*, vol. 16, no. 2, pp. 124–130. Available at: <http://www.rebe.rau.ro/RePEc/rau/journal/SU21/REBE-SU21-A11.pdf>, accessed 15.09.2022.
- Ighobor K., Haidara A. (2012). Tourism in Africa is slowly coming of age. *Africa Renewal*. Available at: <https://www.un.org/africarenewal/magazine/august-2012/tourism-africa-slowly-coming-age>, accessed 08.06.2022.
- Kibicho W. (2009). *Sex Tourism in Africa: Kenya's Booming Industry*. Ashgate Publishing Ltd., 248 pp.
- Kostelyanets S.V. (2020). Conclusion. In: Grishina N.V., Kostelyanets S.V. (eds.). *Tourism in Africa: problems and prospects*. Moscow : Institute for African Studies of the RAS, pp. 284–288 (in Russian).
- Kuznetsov A.V. (2021). The Crisis of Country Studies in Russia amid the Growing Demand for Knowledge about Foreign Countries and Regions, *Outlines of global transformations: politics, economics, law*, vol. 14, no. 6, pp. 6–25 (in Russian). DOI: 10.23932/2542-0240-2021-14-6-1.
- Marshall M. (2009). *Country Image and Its Effects in Promoting a Tourist Destination: A Case Study of South African*

Image. Saarbrücken : Lambert Academic Publishing, 92 pp.

Polzunova N.N., Vasilyeva A.D. (2020). The Image of a Territory as a Competitive Advantage. *International and Russian Tourism in the Context of New Challenges. Digest of articles*. Moscow University, pp. 148–157 (in Russian).

Prokopenko L.Ya. (2022). Spouses on the Olympus of power: the role of the “First Couple” in Africa, influence of its image on the image of the country. *Journal of the Institute for African Studies*, vol. 1, no. 58, pp. 82–100 (in Russian). DOI: 10.31132/2412-5717-2022-58-1-82-100.

Rajesh R. (2013). Impact of tourist perceptions, destination image and tourist satisfaction on destination loyalty: A con-

ceptual model. *Pasos Journal of Tourism and Cultural Heritage*, vol. 11, no. 3, pp. 67–78. DOI: 10.25145/j.pasos.2013.11.039.

Saayman M., Saayman A. (2012). Shopping Tourism or Tourists Shopping? A Case Study of South Africa's African Tourism Market. *Tourism Economics*, vol. 18, no. 6, pp. 1313–1329. DOI: 10.5367/te.2012.0169.

UNWTO Tourism Highlight 2016 Edition. (2016). 16 pp. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>, accessed 17.09.2022.

UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition. (2018). 20 pp. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>, accessed 24.09.2022.