



STATE AND PROBLEMS OF TOURISM IN KENYA. THE CASE OF THE BLUE MARLIN BEACH HOTEL

Abstract: The study presents the state and trends in the development of domestic and international tourism in Kenya, formed in the second decade of the twentieth century. Current problems arising from the Covid 19 crisis and the search for ways to solve them are analyzed, interpreted through the experience of the Blue marlin beach hotel, Kenya.

Author information:

Veliko Velikov

Prof. PhD

Higher School of Agribusiness and Regional Development,
Plovdiv

✉ v.d.velikov@abv.bg

🌐 Bulgaria

Krasimir Levkov

Assoc. Prof., PhD

Higher School of Agribusiness and Regional Development,
Plovdiv

✉ klevkov@uad.bg

🌐 Bulgaria

Plamen Lakov

Prof. PhD

Higher School of Agribusiness and Regional Development,
Plovdiv

✉ plakov@uad.bg

🌐 Bulgaria

Keywords:

tourism in Kenya, international tourism,
domestic tourism, Blue marlin beach hotel.

Увод

Основна цел на изследването е да се анализират тенденциите, съвременното състояние и проблемите на туризма в Кения, произтичащи от пандемията, причинена от Ковид 19. Използваните методи включват анализ на количествена информация, метод на конкретните ситуации (изследване на случай – Case study) и интервю.

Резултати и дискусия

С територия от 580 хил. кв. км и население около 50 млн. души Кения е средно голяма за африканските мащаби страна. Тя е утвърдена туристическа дестинация и е една от водещите в субрегиона на Източна Африка. Страната разполага с разнообразни и в голяма степен усвоени ресурси за развитие главно на природно базиран туризъм - ловен, екологичен, морски и др. (Великов, 2011) Има условия и за развитие на културен туризъм, базиран преди всичко върху голямото етно-културно разнообразие. В резултат туризмът е втори по значение в националната икономика след земеделието. Той осигурява над 15% от кенийския износ (на стоки и услуги общо) и над 10% от текущия платежен баланс на страната. (Compendium, 2020)

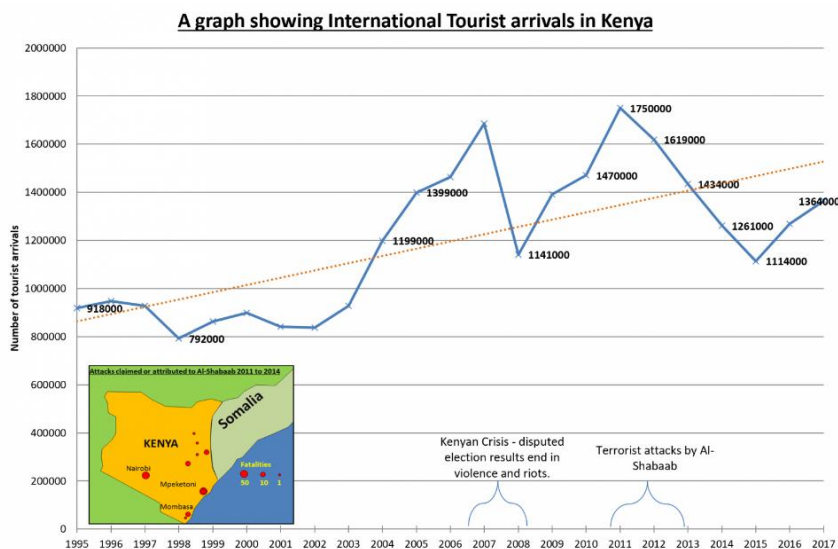
Развитие на туризма. Това, с което Кения става известна туристическа дестинация още като британско владение (1888 – 1962 г.), безспорно е ловният туризъм, наричан тук сафари

туризъм. Богатите ловци от Западна Европа и Америка са привлечени от изобилието на едър дивеч, включително и на т.нар. big 5 (петте големи): лъв, леопард, бивол, носорог и слон.

След получаването на независимост (1963 г.) туризмът в страната запазва за дълго своята специализация. В края на 80-те г. на XX в. Кения приема близо 1 млн. чуждестранни туристи и формира 8% от входящия международен туристически поток към Африка. (Akama, 1999) В същото време се наблюдават признаци на сериозен спад в популациите на животинските видове, обект на ловен туризъм, както и на браконьерски лов и нелегална търговия.

Междувременно туристическата инфраструктура се обогатява, както в районите на сафари туризъм, така и по крайбрежието на Тихия океан. Развива се и системата от защитени територии, която е предпоставка за трансформиране на класическия ловен туризъм в нови форми – екотуризъм, фотосафари и др. Към 2019 г. в Кения има над 400 защитени територии, които обхващат 12% от сушата и 1% от морската акватория на страната. В това число се включват 23 национални парка, 28 национални резервата, 4 морски национални паркове, 5 морски национални резервати и 4 национални светилища. (The Economic Impact of Global Wildlife Tourism. World Travel and Tourism Council, 2019) Освен популярните национални паркове Амбосели и Цаво и резервати като Масаи Мара, сред водещите туристически атракции на дивата природа в Африка са Национален резерват Самбуру и горският резерват Мукодого.

Неустойчивото, макар и като цяло възходящо развитие продължи и през последните две десетилетия (фиг. 1).



Фигура 1. Брой на международните туристически пристигания в Кения в периода 1995 – 2017 г.

Източник: https://www.coolgeography.co.uk/gcsen/EW_Tourism_in_Kenya.php

През това време, въпреки периодичните икономически и политически кризи, терористични атаки и епидемии (Ебола, Ковид) страната успешно валоризира туристическите си ресурси.

Примерът на Кения беше последван от още страни в Източна Африка, което засили конкуренцията в субрегиона. Като основен конкурент тук се издвоява Танзания (табл. 1).

Таблица 1. Данни за туризма в Кения и Танзания през 2019 и 2020 г.

Показател	Кения			Танзания		
	2019	2020	Изменение (%)	2019	2020	Изменение (%)
Работни места в туризма (млн.)	1,548	1,109	-28,4	1,537	1,126	-26,8
Дял от трудовата заетост в страната (%)	8,5	6,4		6,2	4,5	

Туристически продукт (млрд. US\$)	8,074	4,182	-48,2	6,741	3,498	-48,1
Дял на туристическия продукт в БВП (%)	8,1	4,2		10,7	5,3	
Приходи от международен туризъм (млрд. US\$)	1,826	0,581	-68,2	2,756	0,964	-65,0
Дял на международния туризъм в националния износ (%)	15,2	5,9		27,4	11,0	
Приходи от вътрешен туризъм (млрд. US\$)	3,935	2,069	-47,4	1,238	0,823	-33,5

Източник: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact 2021>

Въпреки неголемия брой на пристиганията (1,5 млн. през 2018 г. и 2 млн. през 2019 г.), ефективността на международния туризъм в Кения е висока. Това се обуславя от голямата продължителност на туристическия престой, която през последните години е около 13 денонощия. Средният приход от един чуждестранен турист през 2018 г. по данни на СТО е 730 US\$. (<https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>) Ниската заетост на хотелските легла (едва 30%), която не може да се обясни само с влиянието на сезонността, е косвен показател за наличие на свръхпредлагане. (Compendium of Tourism Statistics. WTO 2020)

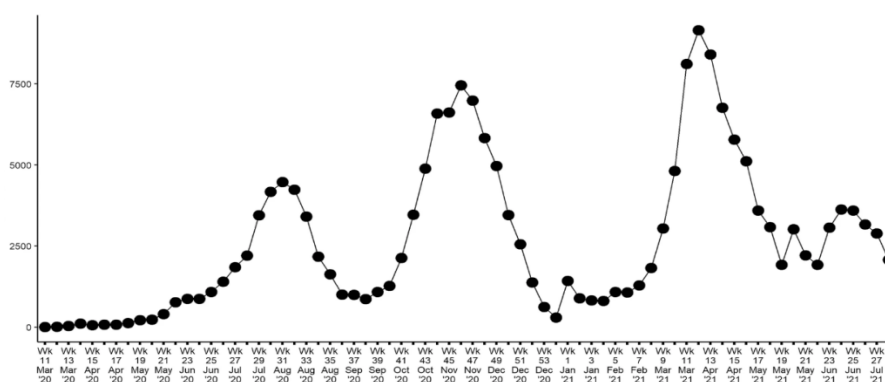
Водещи емитивни пазари за кенийския международен туризъм през 2020 г. са: Великобритания с 16% от пристиганията, Германия – 10%, Италия – 8%, САЩ – 7%, Индия – 6%. Както и в предишни години, тези 5 страни формират почти половината от входящия туристически поток. (<https://wtcc.org/Research/Economic-Impact 2021>)

Още по-висока е концентрацията на изходящите международни пътувания на кенийските граждани, насочени главно към съседните страни. През 2020 г. те се разпределят както следва: Уганда – 40%, Танзания – 16%, Руанда – 7%, ОАЕ – 6%, Етиопия – 4%. Петте страни формират близо 3/4 от изходящия туристически поток на Кения. (<https://wtcc.org/Research/Economic-Impact 2021>)

Паралелно с безспорните икономически ползи в страната се проявяват и редица негативи – висококвалифицираната работа в туризма (и не само) се извършва главно от чужденци; печалбите на големите компании се инвестират преобладаващо в чужбина; правителството влага средства в туристическата инфраструктура, но често пренебрегва важни проекти за местните общности; замърсяват се местообитанията на дивата природа, включително и на кораловите рифове в района на Момбаса.

Пандемията от Covid 19 се отрази неблагоприятно върху състоянието на кенийския туризъм, особено на международния. Кения съобщи за първия си случай на заразяване на 13 март 2020 г., а към 31 април 2021 г. (в пика на третата вълна) са установени 159 хил. заразени и 2724 смъртни случая. В сравнение с Европа и САЩ, пандемията в страната се характеризира с висок дял на асимптоматичните случаи и по-ниска честота на тежко прекарване на заболяването, хоспитализация и смърт. (Varasa *et al*, 2021)

Фигура 2 показва броя на заразените в Кения по седмици от март 2020 г. до 24 април 2021 г.



Фигура 2. Брой на заразените с вируса на Sars-CoV-2 в Кения

Източник: Barasa *et al*, 2021

Вижда се, че броят на заразените преди четвъртата вълна е по-малък от този в България, при 7 пъти по-многобройно население в Кения. Броят и относителният дял на смъртните случаи е несравнимо по-малък. Въпреки това кенийските власти въведоха строги ограничителни мерки. От 1.04.2020 г. до 1.07.2021 г. е наложен пълен локдаун. Затворени за туристи са въздушните и сухопътните граници, затворени са също местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения. Обявен е списък на хотели, предназначени за задължителна 14 дневна карантина (за собствена сметка) на кенийски граждани и резиденти, желаещи да влязат в Кения. (интервю ...)

Данните в табл. 1 показват, че през 2020 г. в сравнение с 2019 г. приходите от вътрешния туризъм в страната са спаднали около 2 пъти, а тези от международен туризъм – над 3 пъти. Значително е намалението и в броя на работните места – с 28%. (<https://wtcc.org/Research/Economic-Impact> 2021)

Актуалният документ, регламентиращ работата на туристическите обекти в Кения от 1.07.2021 г., е Протокол за безопасност при работа и насоки за управление на туристически обекти в условия на КОВИД 19. На всеки 14 дни се прави инспекция и съответно лицензиране на обектите, отговарящи на изискванията (PSR тестове на персонала на всеки 14 дни, обособяване на стаи за карантинирани и т.н.). Разрешение за продажба на алкохол има само в хотелите. Наблюдава се подем в местния туризъм. (интервю ...)

От 1.08.2021 г. границите на страната са отворени, като на влизащите е наложена 14 дневна карантина в избрани места за настаняване. По-късно тя е ограничена само до влизащите от определени държави, като списъците непрекъснато се актуализират. Влизането в страната и излизането от нея става със задължителен PSR тест. Вечерният час е отменен. Работното време на ресторантите и баровете е до 23.00. За персонала на туристическите обекти ваксинацията е задължителна. Задължителни са и маските на публични места. (интервю ...)

Въведените мерки явно дават резултати. Четвъртата вълна на пандемията се проявява в Кения само през август т.г., когато дневният брой на заразените надхвърля 1000 души, за да спадне през първите дни на ноември на по-малко от 100 души. Август 2021 г. е и единственият месец от началото на пандемията досега, през който дневният брой на смъртните случаи е над 30. (<https://ourworldindata.org/coronavirus/country/kenya>)

В тези динамични и нелеки условия е добре да се избере един конкретен туристически обект и да се анализират неговото състояние и проблеми, както и начините за справяне със ситуацията. Избраният от нас обект е Blue Marlin Beach hotel. Основната част от информацията ни е любезно предоставена от неговия управител Станислава Великова.

Blue marlin beach hotel е четиризвезден бутиков хотел. Намира се в района Diani Beach, в най-южната част на кенийското крайбрежие, между Момбаса и границата с Танзания.

Хотелът е изцяло частна собственост. Съществува от 2008 г.

Капацитетът му е 33 легла в общо 20 стаи, всички с изглед към океана. Към него функционират ресторант с 80 места, спортен бар и ресторант с 30 места и лобибар с 10 места. Има също открит плувен басейн, спа център и фитнес зала.



Снимка 1. Ресторантът на Blue marlin beach hotel
Източник: <https://www.blumarlinbeachhotel.com>

Партньори и доставчици на услуги. Тъй като хотелът е малък, разчита главно на собствен дигитален маркетинг и реклама. Листван е в Booking.com, Agoda, Expedia, Airbnb. Възможни са и директни резервации през сайта на хотела, също така и през Google.

Главни конкуренти на Blue marlin beach hotel са хотели в същия район, с подобен капацитет и категория.

Диани бийч е известна кайт сърф дестинация, затова клиентелата на хотела е предимно в активна спортна възраст (между 20 и 50 г.). Предпочитаните атрактивности са:

- кайтсърфинг;
- дайвинг;
- спортен риболов;
- плуване с китови акули.

Популярни са едnodневните екскурзии до Уасини Айланд и националния резерват Симба хилс с водопадите Шелдрик.

Разпределението на гостите на хотела в периода юли 2020 – юли 2021 г. по националности е следното:

- Русия - 20%;
- Кения - 19%;
- САЩ - 10%;
- Обединено кралство - 8%;
- Германия - 6%;
- РЮА – 2,9%;
- Италия – 2,7%;
- Беларус – 2,1%.

Мерките за справяне с последиците от пандемията, предприети от управленския екип на Blue marlin beach hotel включват:

- възстановяване на средствата на всички отменени резервации по времето на локдауна. Приемане на резервации без предплащане.
- увеличение на цените и намаление капацитета на настаняване, както и повишение на категорията на хотела.
- спазване на всички протоколи за безопасност, дезинфекция, стаи за сомоизолация и т.н.
- периодично обучение на персонала по мерки за безопасност в условия на ковид пандемията.
- дигитализация на ежедневните дейности, безкасови разплащания, доколкото е възможно.
- увеличаване на сеящите места на открито.
- намаляване на персонала до минимум.

- намаление на заплатите, увеличение на % такса обслужване (service charge).

Заклучение. Основни изводи

Туризмът е структуроопределящ отрасъл на кенийската икономика. Под влиянието на вътрешни и външни фактори неговата специализация се променя и обогатява. Развитието му през последните десетилетия е неустойчиво, въпреки положителния като цяло тренд. В условията на пандемия той се оказа между най-засегнатите от рестрикции, особено входящият международен туризъм. Местните туристически обекти преживяха тежък период. Това ги принуди на свой ред да въведат строги мерки за икономии, за да оцелеят. В същото време националната политика за управление на Ковид кризата може да се оцени като успешна с оглед на ограничаване на броя на заразените и починалите лица. Благодарение на това доверието на международните партньори е запазено и през последните месеци работата на туристическите обекти в страната е възобновена.

References:

1. Velikov, V. *Mezhdunaroden turizam. Sastoyanie, tendentsii, osnovni destinatsii*. Sintagma, V. Tarnovo, 2011.
2. Akama, John. S., 1999. *The Evolution of Tourism in Kenya*. <http://library.kisiiuniversity.ac.ke:8080/xmlui/handle/123456789/106>.
3. Barasa, E., Kazungu, J., Orangi, S. *et al.* Indirect health effects of the COVID-19 pandemic in Kenya: a mixed methods assessment. *BMC Health Serv Res* **21**, 740 (2021). <https://doi.org/10.1186/s12913-021-06726-4>.
4. *Compendium of Tourism Statistics*. WTO 2020.
5. *The Economic Impact of Global Wildlife Tourism*. World Travel and Tourism Council, 2019.
6. <https://www.blumarlinbeachhotel.com>.
7. https://www.coolgeography.co.uk/gcsen/EW_Tourism_in_Kenya.php.
8. <https://ourworldindata.org/coronavirus/country/kenya>.
9. <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact> 2021.
10. <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>.
11. Intervyu sas St. Velikova - upravitel na Blue marlin beach hotel.