

РАЗДЕЛ 1.
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ, СОЦИАЛЬНАЯ, ПОЛИТИЧЕСКАЯ
И РЕКРЕАЦИОННАЯ ГЕОГРАФИЯ

УДК 338.48

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНОВ ПОРТУГАЛИИ ДЛЯ
ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА:
ОСОБЕННОСТИ, ОЦЕНКА, РАЙОНИРОВАНИЕ

Борисов Д. А., Голубченко И. В.

*Российская Академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте
Российской Федерации, Москва, Российская Федерация
E-mail: boris0v.dmit@yandex.ru, iv.golubchenko@igsu.ru*

Статья посвящена гастрономическому туризму в Португалии. Описываются предпосылки развития данного туристического направления в стране. Излагаются основные подходы к понятию гастрономического туризма и история его выделения в отдельную отрасль. Дана характеристика наиболее распространенных вин и блюд национальной кухни Португалии. Представлена универсальная методика оценки гастрономического тура с подробной интерпретацией каждого критерия, что позволяет применить ее не только к Португалии, но и к любым другим странам и регионам мира. В практической части статьи представляются расчеты по регионам Португалии с подробным описанием причин того или иного положения в отрасли, выявляются основные закономерности развития гастрономического туризма в связи с факторами, влияющими на него. Приведена оценочная карта по регионам Португалии. **Ключевые слова:** гастрономический туризм, кулинарный туризм, туризм Португалии, оценка туризма, этнотуризм, методика оценки гастрономического туризма.

ВВЕДЕНИЕ

Гастрономический туризм — явление, набирающее силу в современном мире. Несмотря на коронавирусные ограничения и другие кризисные явления последних лет, сохраняется устойчивый интерес въездных и внутренних туристов к разным проявлениям кухни, формирующимся в конкретных местах и способных не только утолить любопытство приезжих, но и дать немалый экономический эффект для местной экономики.

Истоки гастрономического туризма как явления нельзя определить однозначно. Можно выделить два основных подхода. Первый основывается на исторической точке зрения: во все времена путешественники, прибывая на новые территории, пробовали пищу местного населения, о чем сообщали в описаниях своих маршрутов. Конечно, формально понятия туризма тогда еще не существовало, не говоря уже о его гастрономической разновидности, но эта деятельность перекликается с нашим временем: люди познавали еду, незнакомую им ранее, а значит, в различных формах он существует на протяжении многих веков [1].

Второй подход — более распространенный — говорит о том, что такому туризму чуть более 20 лет. Он базируется на общепризнанном формальном понимании

гастрономического туризма, родоначальником которого в 1998 году стала Люси Лонг [2]. В вышедшей в 2004 году статье она определила его как намеренное исследовательское участие в системе питания, включающее потребление, приготовление и представление продуктов питания, кухни, системы и стиля питания, которые относятся к системе питания (кухне), отличной от той, в которой живет конкретный человек [3]. В деле институционализации гастрономического туризма значительная роль принадлежит Эрику Вульффу. В 2003 году он положил начало Всемирной Ассоциации Гастрономического Туризма, а за 2 года до этого в 2001 он впервые описал концепцию того, как можно организовать данную отрасль в виде части всемирной системы туризма [4].

Несмотря на сравнительно небольшой возраст отрасли, ее значение огромно, так как она представляет туристу то, чем живет местное население, что важно не только с физиологической точки зрения, но и с культурной, познавательной. Это доказывают данные Всемирной Туристской Организации (UNWTO). 88% респондентов отметили важность кулинарии как основы бренда региона или страны и только 12% не согласились с этим утверждением [5]. Следовательно, гастрономический туризм представляет огромное значение не только для туриста, но и для региона, куда этот турист попадет: чем больше ему понравится, тем больше вероятность повторного приезда или привлечения новых туристов через личные связи. Поэтому возникает необходимость оценки предложения. Разработка системы такой оценки для Португалии, одной из важных стран в данной сфере, была целью нашей работы.

Гастрономический туризм в современной Португалии является неотъемлемой частью рынка туристических услуг. Это обусловлено богатыми традициями страны в области виноделия, которое восходит здесь ко 2 тысячелетию до н.э.. Уже в Средние века продукция местного производства начала выходить на мировые рынки, первым из которых стала Англия. Именно тогда благодаря росту экспорта началось активное развитие производства вина по берегам реки Дору, откуда продукцию было легко доставить к морскому побережью. Необходимость сохранения вина в течении долгой транспортировки привела к тому, что туда начали добавлять бренди. Так появился знаменитый портвейн, который служит одним из ключевых предметов гастрономического туризма Португалии. Вопрос сохранения вина, но на этот раз на пути в Южную Америку, дал начало еще одной крепленой разновидности – мадере [6]. Важное значение имеют и другие, менее известные вина, так как Португалия, по словам известного исследователя виноделия Оз Кларка, долгое время была оторвана от всемирно распространенных сортов винограда и совсем недавно интегрировалась в мировую винодельческую систему, а потому смогла сохранить автохтонные сорта [7].

Для въездного туризма в стране важна и кухня в целом. Благодаря близости к морю в Португалии распространены блюда из рыбы – калдейрада (рыбное рагу) и бакаляу (соленая треска). Важную часть рациона также составляют мясные блюда, местные разновидности сыров из овечьего или коровьего молока. Наиболее дегустируемым десертом Португалии является печенье паштел-де-ната, состоящее из слоеного теста и заварного крема с добавлением корицы [8].

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНОВ ПОРТУГАЛИИ ДЛЯ
ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА:
ОСОБЕННОСТИ, ОЦЕНКА, РАЙОНИРОВАНИЕ

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Основным методом в настоящем исследовании стала оценка. Был разработан авторский вариант оценки привлекательности регионов Португалии на основе данных о четырех аспектах гастрономического предложения: среднее время (продолжительность тура); средняя цена; количество возможных языков общения во время тура; оценка разнообразия и качества услуг [9]. Четвертый пункт отличается многоступенчатым расчетом. Это объединенный показатель, охватывающий несколько различных характеристик, предусмотренных в рамках тура. На первом этапе расчета была создана таблица, где были учтены характеристики каждого отдельного тура рассматриваемого региона. При заполнении таблицы использована трехбалльная шкала: «да», «частично», «нет».

Максимальный балл каждого критерия был принят равным 1000, то есть, при выявлении ответов «да» по всем рассматриваемым турам определенного региона, данный критерий оценивался в 1000 баллов. Для того, чтобы максимальная сумма баллов критерия всегда была равна 1000, было принято решение производить пересчет балла с учетом количества туров:

$$x = \frac{1000}{a} \quad (1)$$

Где a – это количество рассматриваемых туров региона, x – максимальный результат тура в баллах по данному критерию.

Далее все баллы критерия суммировались, чтобы получить его значение в определенном регионе. Данный шаг можно представить следующей математической формулой:

$$p_1 = xk_1 \quad (2)$$

где p_1 – балл определенного критерия в регионе, x – баллы за ответ «да» в данном регионе (в зависимости от количества туров), k_1 – количество ответов «да» по определенному критерию.

После этого происходил подсчет общего балла услуг региона путем сложения баллов всех критериев, представленных для анализа, что выражается следующей формулой:

$$m = p_1 + p_2 + \dots + p_n \quad (3)$$

где m – балл услуг региона, p – балл каждого из критериев в регионе.

В данной работе максимально возможный балл услуг региона равняется 11000, так как всего оценивалось 11 критериев, каждый из которых может достигать 1000 баллов.

Исходя из всей методики расчета можно вывести общую формулу балла услуг:

$$m = \frac{1000}{a} k_1 + \frac{1000}{a} k_2 + \dots + \frac{1000}{a} k_n \quad (4)$$

где m – балл услуг региона, a – количество рассматриваемых туров региона, k – количество ответов «да» по определенному критерию.

При оценке мы исходили из того, что к гастрономическому туризму будут отнесены не только туры, направленные на знакомство с особенностями кухни, но и более широкие программы, которые содержат элементы гастрономического туризма. Часто в стоимость туров по знаковым местам определенной территории входит один или несколько приемов пищи. Таким образом можно говорить о том, что туристы, не

намереваясь делать этого специально, участвуют в дегустации блюд и напитков, а значит, становятся частью системы гастрономического туризма. Именно поэтому нельзя исключить из анализа широкую практику внедрения гастрономии в туры, не связанные с ней напрямую.

Было решено принять во внимание только однодневные туры, которые включают в себя начало и конец тура в рамках одних суток без остановки на ночлег. С учетом этого были определены следующие критерии оценки:

Трансфер — организованная с помощью автотранспорта встреча отдыхающих в местах их проживания перед началом экскурсии и их организованное возвращение туда после ее окончания. В таком случае в таблицу вносилось «да». Ответ «нет» указывался в тех случаях, когда описание тура содержало определенное место встречи не у отеля (часто у какой-либо достопримечательности).

Посещение места производства продукции — чаще всего это винодельни, которые предлагают туристам посещение виноградников и хранилищ вина, а также, дегустацию готовой винодельческой продукции. Посещение лишь мест общественного питания служило основанием для ответа «нет», как и участие в кулинарном мастер-классе.

Включение обеда (ужина) в стоимость тура — основанием для выставления «да» было наличие сведений об обеде (ужине) в описании тура. При включении дегустации, какой бы состав блюд она в себя ни включала, выставлялось «нет».

Доступность для семей с детьми — ответ «да» по данному критерию выставлялся при наличии в описании тура информации о возможности участия детей в программе или предоставлении детских мест в транспорте, на котором осуществляется экскурсия.

Доступность для людей с ограниченными возможностями — отличительной особенностью этого критерия стала трехбалльная шкала — возможен ответ «частично». Было решено предусмотреть дополнительный вариант, чтобы охватить все три наиболее частых ситуации. «Да» ставилось при наличии информации о доступности тура для людей, использующих инвалидную коляску, и тех, кого сопровождает собака-поводырь. «Частично» указывалось при возможности посещения тура для одной из категорий. Такой ответ в таблице переводился в половину баллов от того, что выставлялось при ответе «да». При отсутствии сведений о доступности для таких категорий туристов выставлялось «нет».

Возможность отмены бронирования не менее, чем за 24 часа до начала экскурсии — если отмена бронирования не предусматривалась или крайний срок отмены был более 24 часов, то в таблицу вносилось «нет».

Возможность коррекции меню в соответствии с личными предпочтениями.

Совмещение гастрономического с другими видами туризма — «да» выставлялось при посещении любых достопримечательностей, которые не имеют прямого отношения к местной кухне и продукции местного производства, а также при вовлечении туристов в любую активность (приобщение к нематериальным формам культурного наследия), которая не имеет отношения к гастрономии.

Бесплатная вода по пути следования — «Да» по этому критерию выставлялось в том случае, когда в описании тура наряду с питанием и дегустацией была отдельно

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНОВ ПОРТУГАЛИИ ДЛЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА: ОСОБЕННОСТИ, ОЦЕНКА, РАЙОНИРОВАНИЕ

обозначена вода или ряд бесплатных напитков, среди которых обозначалась вода. «Нет» выставлялось при отсутствии воды в описании тура, а также тогда, когда указывались бесплатные напитки без уточнения.

Экскурсия с личным гидом — под личным туром подразумеваются такие программы, принять участие в которых могут только знакомые друг с другом люди, то есть, никто посторонний в туре не участвует. Если в описании тура указывалось на это или говорилось, что тур частный, в таблицу вносилось «да», в обратном случае – «нет».

Преобладание положительных отзывов в описании тура — выставление «да» в случае, если большинство туристов поставили максимальные оценки по 5-балльной шкале. Если же большинство оценок были представлены баллами от 4 и ниже, планировалось ставить «нет». Однако, в ходе исследования не было выявлено ни одного такого тура, а потому все рассмотренные программы получили ответ «да».

Выявление туров происходило посредством введения запросов «гастрономический туризм», «винный туризм», «гастрономический и винный туризм» или «энотуризм» на английском языке с указанием региона или города на одном из международных туристических сайтов [10]. В рассмотрение брались те варианты, в названии которых было то или иное упоминание связи тура с местной кухней или винодельческой традицией. В случае, когда поиск по указанным запросам не давал результатов, вводился общий запрос «туры + название региона», который позволял увидеть все туристические предложения, из которых выбирались только содержащие прямое упоминание дегустации блюд португальской кухни или винодельческой продукции. При этом пользовались правилом: для каждого из регионов в расчет брались первые 25 туристических предложений, соответствующих требованиям работы. Если же их было меньше, учитывалось все количество.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В ходе исследования была проанализирована информация о 152 турах, распределившиеся по регионам следующим образом:

- Лиссабон (город и регион) — 25 туров;
- Регион Сетубал — 12 туров;
- Регион Эвора — 15 туров;
- Порту (город и регион) — 25 туров;
- Долина реки Дору (регионы Визеу и Вила-Реал) — 25 туров;
- Регион Брага — 10 туров;
- Регион Фару — 8 туров;
- Автономный регион Мадейра — 22 тура;
- Автономный регион Азорские о-ва — 10 туров.

Далее были выявлены туристические центры, то есть, населенные пункты, из которых начинаются маршруты гастрономического туризма. Если из определенного пункта предлагались туры, не только в рамках города или региона, но и межрегиональные маршруты, то все другие регионы, с которыми связан этот начальный пункт, объединялись с ним в один туристический район. Также

туристический район мог быть приравнен к административному региону. Это делалось в том случае, когда в одном регионе было выявлено несколько начальных пунктов маршрутов, не выходящих за его пределы. Всего было выделено 6 районов. Из них 2 межрегиональных с одним туристическим центром и 4 с несколькими центрами в рамках одного региона. Все они нанесены на карту (рис. 1)

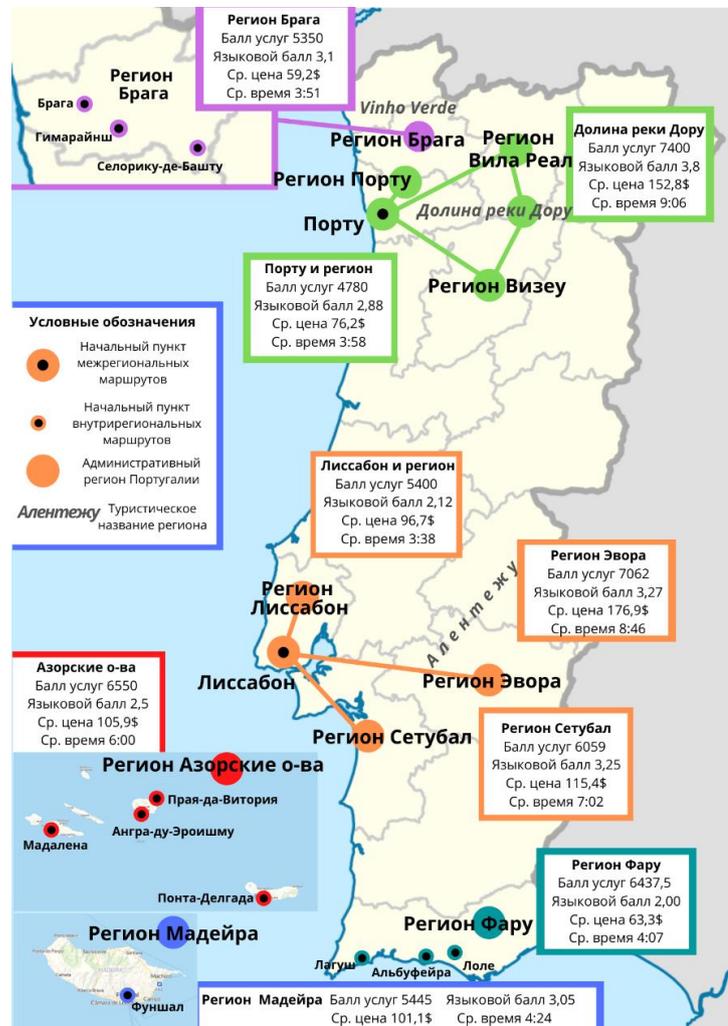


Рис. 1 Карта направлений гастрономического туризма Португалии с указанием значений показателей по регионам.

Составлено автором по [10, 11].

В состав столичного района вошли город Лиссабон, регионы Лиссабон, Эвора и Сетубал. Он был выделен, так как Лиссабон является центром городского гастрономического туризма, а также отправной точкой гастрономических маршрутов

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНОВ ПОРТУГАЛИИ ДЛЯ
ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА:
ОСОБЕННОСТИ, ОЦЕНКА, РАЙОНИРОВАНИЕ

по указанным регионам. Особый район был выделен по туристическим маршрутам, которые начинаются из города Порту. Он охватывает город и регион Порту, а также регионы Вила-Реал и Визеу, которые в рамках анализа рассматривались вместе как «Долина реки Дору». Это объясняется тем, что туристы при посещении таких маршрутов затрагивают оба административных региона, расположенных по разные стороны реки Дору. Был выделен район, совпадающий с регионом Брага. В основе его выделения лежало то, что на его территории расположены сразу три центра (города Брага, Гимарайнш и Селорику-де-Башту), откуда начинаются гастрономические маршруты в рамках региона. Таким же образом был выделен и район Фару. Он объединил в себе центры туризма – города Лагуш, Лоле и Альбуфейра, являющиеся начальными пунктами маршрутов в пределах административного региона Фару. Островные регионы Азорские острова и Мадейра также представляют собой одноименные районы гастрономического туризма. На Азорах туры начинаются из следующих населенных пунктов: Прая-да-Витория, Мадалена, Понта-Делгада и Ангра-ду-Эроишму. В свою очередь, Мадейра также не связан маршрутами ни с какими другими регионами Португалии и представляет собой отдельный район с центром в городе Фуншал, где осуществляются как городские, так и выездные туры по острову.

Результаты проведенной работы были нанесены на карту с указанием численных характеристик в баллах, рассчитанных по указанной выше методике. Если район образовывался путем объединения регионов к единственному центру, то данные приводились по каждому из направлений, выходящих из центра; если район совпадал с административным регионом и состоял из объединения нескольких туристических центров, то на карту наносились общие данные по этому региону.

А сейчас рассмотрим особенности гастрономического туризма по первым трем критериям оценки в различных регионах. Языковой балл направлений гастрономического туризма оказался очень различным. Как ни странно, среди наиболее отстающих в этом плане (2,12 балла) оказался Лиссабон. Здесь на выбор предлагаются португальский или английский языки, а иногда только английский. При этом три языка доступны в 5 случаях из 25, а 4 языка в 4 из 25. Наиболее высокими баллами отличились регионы Долина реки Дору и Эвора с оценкой 3,8 и 3,27 балла соответственно. Здесь, как правило, предлагаются 3–5 языков, среди которых Португальский, Английский, Французский, Испанский, Итальянский или Немецкий (в одном случае румынский). В 3 из 15 случаев возможен выбор экскурсии на русском языке.

Показатель средней цены также неодинаков по территории Португалии: от 63,3 долларов США в Фару до 176,9 долларов США в регионе Эвора. При этом были выявлены несколько причин различия цены. Во-первых, цена сильно зависит от дальности маршрута: самые высокие цены на туры наблюдаются там, где среднее время поездки наибольшее. Так, маршруты в регион Эвора и Долину реки Дору, длящиеся 8 часов 46 минут и 9 часов 06 минут соответственно, стоят 176,9 и 152,8 долларов США. В то же время маршруты региона Фару, длительность которых в 2 раза меньше, имеют в 3 раза меньшую стоимость. Во-вторых, стоимость зависит от того, городской, региональный или межрегиональный тур рассматривается. Туры,

проводимые в городах (большая часть в Лиссабоне и Порту) не нуждаются в транспортном обеспечении по маршруту, что снижает затраты туристических компаний. Но и фактор меньших затрат времени тоже не стоит исключать, так как все пункты пешеходных гастрономических маршрутов находятся относительно близко, а мастер-классы вообще не подразумевают перемещений по городу. В-третьих, на цену туристической программы влияет ассортимент услуг. В нашем случае этот показатель оценивается баллом услуг. С некоторыми отклонениями наблюдается логичная зависимость: чем выше балл услуг в регионе, тем выше средняя цена тура.

Подробнее остановимся на данном показателе, чтобы обосновать результаты расчетов. Сводная таблица данных по каждому критерию, составившему балл услуг, приведена ниже (табл. 1). Каждое число здесь отражает балл по каждому критерию по отдельным регионам. Критерий «Преобладание положительных отзывов в описании тура» не внесен в таблицу, так как по всем без исключения пунктам он составляет максимальный балл.

Исходя из данных таблицы можно говорить об особенностях различных направлений гастрономического туризма с точки зрения балла услуг. Все направления оказались доступными для семей с детьми, нигде нет оценки ниже 945, а 6 направлений продемонстрировали максимум. То же самое отмечается и в возможности отмены бронирования не менее, чем за 24 часа, которая недоступна только в 4 из 152 туров. Относительно низким является показатель доступности экскурсий с личным гидом: по всем рассматриваемым регионам он колеблется от 100 до 462 баллов в Браге и Эворе соответственно.

Трансфер оказался достаточно, но не повсеместно распространенным явлением, на всех направлениях примерно в половине случаев он доступен (498–726 баллов), а в других случаях туристам назначается общее место и время встречи, как правило, около достопримечательностей или заметных мест в городе. Чаще трансфер предоставляется на самых длинных маршрутах в регион Эвора (время 8:46 — 726 баллов) и Долину реки Дору (время 9:06 — 720 баллов). Наименьшими баллами отличаются городские туры (Лиссабон — 200 и Порту — 160 баллов), так как там распространены пешеходные туры.

Различие между городскими и выездными турами отчетливо видно и по критерию «Посещение места производства продукции» – он варьирует от 675 на Мадейре до 1000 в Долине реки Дору, при этом на городских турах Лиссабона и Порту этот показатель оценивается в 360 и 160 баллов соответственно. Это объясняется малым количеством производственных предприятий, расположенных на территории городов. Как правило, городские туры предлагают дегустацию без наблюдения за процессом производства винодельческой и другой местной продукции.

Что же касается включения обеда (ужина) в стоимость тура, она крайне неравномерна по регионам: от 83 баллов в Сетубале (всего 1 тур) до 840 баллов в Долине реки Дору (22 тура). Изначально мы предполагали, что дело в высокой средней цене тура в Долину реки Дору, но, например, на Азорских островах или в Лиссабоне цена ниже, чем в Сетубале, при этом обеды более распространены. А в

**ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНОВ ПОРТУГАЛИИ ДЛЯ
ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА:
ОСОБЕННОСТИ, ОЦЕНКА, РАЙОНИРОВАНИЕ**

Эвора цена выше (176 долларов США), но распространение обедов в 2 раза меньше. Видимо, это зависит от комплекса факторов: длительности программы, цены и туристической политики отдельных фирм, работающих в том или ином регионе.

Таблица 1

Значение критериев балла услуг по направлениям гастрономического туризма

Название региона (в скобках указано кол-во баллов за при ответе «да») *от этого зависит макс. кол-во баллов, которое варьирует от 990 до 1000 из-за погрешности при расчетах	Трансфер	Посещение места производства продукции	Включение обеда (ужина) в стоимость тура	Доступность для семей с детьми	Доступность для людей с ограниченными возможностями (балл доступности для пользующихся инвалидной коляской (1/2 балла) + балл доступности с собакой-поводырем (1/2 балла))	Возможность отмены бронирования за 24 часа до начала экскурсии	Возможность коррекции меню в соответствии с предпочтениями	Совмещение гастрономического с другими видами туризма	Бесплатная вода по пути следования	Экскурсия с личным гидом (без посторонних участников в группе)
Лиссабон (40)	200	360	680	1000	80+120	1000	280	320	200	160
Сетубал (83)	498	830	83	996	41,5+207,5	996	0	830	166	415
Эвора (66)	726	858	462	990	33+99	990	198	858	396	462
Порту (40)	160	160	480	960	80+140	960	160	320	120	240
Долина р. Дору (40)	720	1000	840	960	40+0	1000	320	680	440	400
Брага (100)	200	800	500	1000	350+0	900	100	300	100	100
Фару (125)	625	875	250	1000	125+312,5	1000	375	375	375	125
Мадейра (45)	540	675	135	945	112,5+67,5	900	45	765	90	180
Азоры (100)	500	800	600	1000	50+400	1000	300	300	300	300

Составлено авторами по [10].

Доступность туров для людей с ограниченными возможностями также не одинакова по районам. По доступности для использования инвалидных колясок

наилучшим показателем отличается Брага (350 баллов из 500 возможных), в остальных случаях данный показатель не превышает 125 баллов. Наибольшая доступность для туристов с собакой-поводырем была выявлена на Азорских островах (400 баллов из 500 возможных), достаточно высокий результат и в регионе Фару (312,5 баллов из 500 возможных). При этом в двух районах такой возможности вообще нет. Если недоступность использования инвалидной коляски в большинстве случаев можно объяснить трудностями маршрута (особенно если он пешеходный), недостатком технических возможностей туристической компании или неподготовленностью инфраструктуры по маршруту, то отсутствие данных о возможности сопровождения собакой-поводырем может быть по двум причинам: или компания по определенным соображениям не допускает этого, или просто не указывает о данной возможности в описании тура ввиду редкости такой категории туристов.

Возможность коррекции меню в соответствии с личными предпочтениями не является повсеместной практикой португальского гастрономического туризма. Наибольший балл был выявлен в Фару (375), но больше всего таких туров — 8 — предлагается в Долине реки Дору. Возможным объяснением здесь может быть высокая средняя цена тура (152 доллара США), что дает организаторам дополнительные средства на вариации меню для отдыхающих. При этом в Сетубале ни в одном из предложений коррекция меню не предусмотрена, как и в большей части туров других районов, где плановая дегустация или обед состоят из четко оговоренного состава блюд и напитков.

Слабые различия выявлены по предложению питьевой воды в ходе реализации программы тура. Наиболее высокими показателями отличаются территории межрегионального туризма – Фару, Эвора и Долина реки Дору. Туры Лиссабона и Порту отстают от них на более чем 100 пунктов. Рациональным объяснением этому может быть то, что покупка воды вне городов может быть затруднена, в то время как в условиях города туристы всегда могут приобрести ее в торговых точках по пути следования.

Еще одним критерием, который продемонстрировал различие между городским и внегородским гастрономическим туризмом, оказалось его совмещение с другими видами туризма — рекреационным и познавательным. Лиссабон и Порту, отличающиеся городскими турами, получили всего по 320 баллов каждый, в то время как выездные туры регионов Сетубал, Эвора, Долина реки Дору и Мадейра — от 680 до 858 баллов. Данный факт можно обосновать тем, что выездные туры всегда предполагают использование автотранспорта, а значит, у туристических компаний появляется возможность включить программу посещения негастрономических достопримечательностей по пути следования без затрат сил и времени отдыхающих. В условиях пеших экскурсий в городах это затруднено ввиду разбросанности знаковых мест по большой площади.

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНОВ ПОРТУГАЛИИ ДЛЯ
ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА:
ОСОБЕННОСТИ, ОЦЕНКА, РАЙОНИРОВАНИЕ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современная Португалия обладает развитой системой гастрономического туризма с широким набором предоставляемых услуг. Однодневные туры, не предусматривающие ночевки по маршруту, охватывают 10 из 20 административных регионов, а также на Мадейре и Азорских островах. Примечательно, что за пределами сфер влияния двух крупнейших городов (Лиссабона и Порту) концентрация гастрономических туров выявлена в пределах островных регионов и самого южного региона континентальной части Португалии. При этом все туры можно разделить на три типа: городские; региональные; межрегиональные.

Больше всего городских туров предлагаются в Порту и Лиссабоне, но несколько предложений есть и в других городах (Фуншал, Лоле, Лагуш, Гимарайнш, Понта-Делгада). Региональные туры наиболее характерны для регионов Фару, Брага, Мадейра и Азорские острова. Межрегиональные имеют два центра отправления: Порту связан с регионами Визеу и Вила-Реал, а Лиссабон – с регионами Сетубал и Эвора.

Характеристики туров по рассматриваемым направлениям различаются, но наиболее заметны отличия между городскими турами Порту и Лиссабона с одной стороны и всеми остальными региональными и межрегиональными программами с другой:

1. Длительность туров в городе, как правило, в 2 и более раза меньше региональных. Также, различны и производственные процессы, в которых могут принять участие туристы.

2. Если на выездных турах, кроме дегустации, возможно включение участия или наблюдения за производством первичного продукта (сбор винограда, доение коровы и т.д.), то часть городских туров представляет собой мастер-классы, где туристы знакомятся с технологией приготовления вторичного продукта – блюд местной кухни – и дегустируют их.

3. Еще одним отличием городских туров является их пешеходный формат без использования транспорта, что влияет и на сокращение цены, а также на низкую доступность для людей с ограниченными возможностями. Как правило, в этом случае доступны только мастер-классы, так как здесь перемещения по городу в течение тура сведены к минимуму.

Что же касается дальнейшего развития данной туристической отрасли, ее потенциал огромен, так как позволяет охватить сразу несколько категорий туристов:

- тех, кто нацелен узнать особенности национальной кухни (дегустации);
- тех, кому интересно вовлечение в процесс приготовления (кулинарные мастер-классы);
- тех, для кого кухня является не самоцелью поездки, а частью ознакомления с культурой Португалии (совмещение дегустации с посещением достопримечательностей региона).

А значит, можно говорить о том, что Португалия и в дальнейшем будет оставаться привлекательным направлением гастрономического туризма.

Список литературы

1. Морозов А.А. Гастрономический туризм: к истории понятия // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. №2. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskiy-turizm-k-istorii-ponyatiya/viewer> (дата обращения: 28.03.2022).
2. Лебедева С.А. Этимология понятия «гастрономический туризм» и его соотношение с концепцией «экономика впечатлений» // Проблемы, опыт и перспективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом: материалы V Международной научно-практической интернет-конференции (26-30 ноября 2018 года). Чита: Забайкальский государственный университет, 2018. С. 125–130. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36970094&> (дата обращения: 27.03.2022).
3. Long Lucy M. Culinary tourism: A folkloristic perspective on eating and otherness // Culinary tourism / Lucy M. Long. Kentucky : University Press of Kentucky, 2004. гл. 1. С. 20–50. [Электронный ресурс]. URL: https://www.researchgate.net/publication/287547184Culinary_tourism_A_folkloristic_perspective_on_eating_and_otherness (дата обращения: 26.03.2022).
4. Парамонов А.Н. Что такое гастрономический туризм? // Национальная ассоциация гастрономического туризма. 2015. [Электронный ресурс]. URL: <http://агтр.рф/что-такое-gastronomicheskiy-turizm/> (дата обращения: 27.03.2022).
5. Иванов В.Д. Гастрономический туризм как популярное направление в туристической индустрии // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2018. №2. С. 105–112. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskiy-turizm-kak-populyarnoe-napravlenie-v-turisticheskoy-industrii/viewer> (дата обращения: 28.03.2022).
6. MacNeil K. Wine Bible. New York : Workman Publishing Company, 2001. 932 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://archive.org/details/winebible00kare/mode/1up?view=theater> (дата обращения: 26.03.2022).
7. Clarke O. Wine Atlas: Wines & Wine Regions of the World. Boston; London : Little, Brown and Company, 1995. 328 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://archive.org/details/ozclarkeswineatl0000clar/page/204/mode/2up> (дата обращения: 29.03.2022).
8. Соромитько Е. Португальская кухня // Easy travel. 2 января 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.easytravel.guru/portugalia/kuhnja-portugalija> (дата обращения: 30.03.2022).
9. Борисов Д.А. Гастрономический туризм в Португалии // Крымский мир: культурное наследие : Материалы XI Всероссийской научно-практической конференции студентов и молодых ученых, Симферополь, 24–25 марта 2022 года. Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Антиква», 2022. С. 243–248.
10. Top Portugal Food & Drink // Viator. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.viator.com/Portugal-tours/Food-Wine-and-Nightlife/d63-g6> (дата обращения: 28.03.2022).
11. Portugal: Administrative Division (Districts and Municipalities) // Citypopulation. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.citypopulation.de/en/portugal/admin/> (дата обращения: 25.03.2022).

**ATTRACTIVENESS OF PORTUGUESE REGIONS FOR GASTRONOMY
TOURISM: FEATURES, ASSESSMENT, ZONING**

Borisov D. A., Golubchenko I. V.

*Russian Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russian Federation
E-mail: boris0v.dmit@yandex.ru*

The article focuses on gastronomic tourism in Portugal. It begins by describing the origins of this tourist destination in the country, which allowed the accumulation of a range of unique wine-making and culinary products. The role of England in the development of the foreign wine trade during the Middle Ages is highlighted. It was this trade route, due to its distance, that gave rise to the production of fortified wine, which was named "Port wine"

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНОВ ПОРТУГАЛИИ ДЛЯ
ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА:
ОСОБЕННОСТИ, ОЦЕНКА, РАЙОНИРОВАНИЕ

after its place of origin, Porto. The importance of the Great Geographical Discoveries in the creation of Madeira fortified wine, which originated during voyages to Latin America when it was exposed to high temperatures in the hold of a ship, is then described. The following briefly outlines the main approaches to the concept of gastronomic tourism and the history of its emergence as a separate industry. The most common wines and dishes from Portugal's national cuisine are described. A universal methodology for evaluating a gastronomic tour is then presented, consisting of four criteria: average price, average time, language score and service score. While for the first three criteria, calculated as an arithmetic mean, a brief description is sufficient, a different system is applied for the service score. The calculation is done in three steps, with formulas for each of them provided in the text of the paper. Next is a clear description of the 11 characteristics necessary to assess the tour in terms of the services provided. Here the availability of a pickup at the beginning of the tour and a return trip, the possibility of visiting the place of production, the inclusion of lunch or dinner in the tour price, the availability of the program for families with children, the availability of the tour for people with disabilities, the possibility of cancelling the reservation 24 hours before the start of the tour, the ability to adjust the menu according to personal preferences, the combination of gastronomy with other types of tourism, the provision of free water to tourists according to the tour price. Each criterion is interpreted in detail, making it possible to apply the evaluation system not only to Portugal, but also to any other country or region in the world. The article then describes the application of the methodology on the example of Portugal, where data from Internet resources for searching and booking tourism programs is taken into account. Particular attention is paid to the methodology of searching and selecting tours suitable for analysis. Then, the distribution of gastronomic tourism offers across 10 administrative regions of the country is given. On this basis 6 districts of two types are distinguished: districts with a common starting point for tours, uniting several administrative regions, and districts representing a combination of several centres of gastronomic tourism within one administrative region of the country. The results of the research carried out for each of the four main criteria are then indicated. For ease of use, a map of Portugal showing the boundaries of the administrative regions is provided, where the main gastronomic destinations within the highlighted regions are marked in colour, and the values of the main four criteria in scores for the administrative regions of the region are provided within a similar colour to the region. For a more detailed description of the service score, a table is placed in the article showing the scores of the administrative regions for each of the tour characteristics that form the service score. The table is followed by a description of each tour characteristic: the most and the least common characteristics for all tours are indicated first. This is followed by a description of the characteristics that vary from country to country. It indicates in which gastronomic destinations this characteristic predominates and in which it is least common, and the possible reasons for this situation. The article concludes as follows: all tours in Portugal are divided into urban, regional and inter-regional tours. There pointed out the differences in the duration of urban and outbound tours, in their content and the specifics of tourist movement during the programme: on foot in cities and by transport on outbound tours. The article concludes with the prospects for the growth and development of gastronomic tourism in Portugal for several categories of tourists.

Keywords: gastronomy tourism, culinary tourism, tourism of Portugal, evaluation of tourism, enotourism, methods of gastronomy tourism evaluation.

References

1. Morozov A.A. Gastronomicheskiy turizm: k istorii ponyatiya // *Ekonomika i biznes: teoriya i praktika*. 2019. №2. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskiy-turizm-k-istorii-ponyatiya/viewer> (data obrashcheniya: 28.03.2022). (In Russian)
2. Lebedeva S.A. Etimologiya ponyatiya «gastronomicheskiy turizm» i ego sootnoshenie s koncepciej «ekonomika vpechatlenij» // *Problemy, opyt i perspektivy razvitiya turizma, servisa i sociokul'turnoj deyatel'nosti v Rossii i za rubezhom: materialy V Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy internet-konferencii (26-30 noyabrya 2018 goda)*. CHita: Zabajkal'skiy gosudarstvennyj universitet, 2018. S. 125–130. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36970094&> (data obrashcheniya: 27.03.2022). (In Russian)
3. Long Lucy M. Culinary tourism: A folkloristic perspective on eating and otherness // *Culinary tourism / Lucy M. Long*. – Kentucky : University Press of Kentucky, 2004. gl. 1. S. 20–50. [Elektronnyj resurs]. URL: https://www.researchgate.net/publication/287547184Culinary_tourism_A_folkloristic_perspective_on_eating_and_otherness (data obrashcheniya: 26.03.2022).
4. Paramonov A.N. CHto takoe gastronomicheskiy turizm? // *Nacional'naya associaciya gastronomicheskogo turizma*. 2015. [Elektronnyj resurs]. URL: <http://agtr.rf/chto-takoe-gastronomicheskiy-turizm/> (data obrashcheniya: 27.03.2022). (In Russian)
5. Ivanov V.D. Gastronomicheskiy turizm kak populyarnoe napravlenie v turisticheckoj industrii // *Fizicheskaya kul'tura. Sport. Turizm. Dvigatel'naya rekreaciya*. 2018. №2. S. 105–112. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskiy-turizm-kak-populyarnoe-napravlenie-v-turisticheskoy-industrii/viewer> (data obrashcheniya: 28.03.2022). (In Russian)
6. MacNeil K. *Wine Bible*. New York : Workman Publishing Company, 2001. 932 c. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://archive.org/details/winebible00kare/mode/1up?view=theater> (data obrashcheniya: 26.03.2022).
7. Clarke O. *Wine Atlas: Wines & Wine Regions of the World*. Boston; London : Little, Brown and Company, 1995. 328 c. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://archive.org/details/ozclarkeswineatl0000clar/page/204/mode/2up> (data obrashcheniya: 29.03.2022).
8. Soromit'ko E. *Portugal'skaya kuhnya* // *Easy travel*. 2 yanvarya 2020. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://www.easytravel.guru/portugalia/kuhnja-portugalija> (data obrashcheniya: 30.03.2022). (In Russian)
9. Borisov D.A. Gastronomicheskiy turizm v Portugalii // *Krymskiy mir: kul'turnoe nasledie : Materialy XI Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii studentov i molodyh uchenyh, Simferopol', 24–25 marta 2022 goda*. Simferopol': Obshchestvo s ogranichennoj otvetstvennost'yu «Antikva», 2022. S. 243–248. (In Russian)
10. *Top Portugal Food & Drink* // *Viator*. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://www.viator.com/Portugal-tours/Food-Wine-and-Nightlife/d63-g6> (data obrashcheniya: 28.03.2022).
11. *Portugal: Administrative Division (Districts and Municipalities) // Citypopulation*. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://www.citypopulation.de/en/portugal/admin/> (data obrashcheniya: 25.03.2022). (In Russian)

Поступила в редакцию 20.10.2022 г.