

# KULINARINIO TURIZMO EKOLOGIŠKUMO KONCEPTAS: ŠIAULIŲ APSKRITIES ATVEJIS

Vaiva Pranevičienė

Šiaulių valstybinė kolegija

**Anotacija.** Kulinarinis turizmas pastaruoju metu pasauliniu mastu auga taip stipriai ir greitai, kad pradėjęs gyvavimą kaip nišinė turizmo verslo šaka, pastaruoju laikotarpiu pereina į atskirą turizmo šaką, kuri šaliai neša ne tik jos išskirtinumą, žinomumą, ekonominę naudą, bet ir ekologinių problemų. Tyrimo problema formuluojama klausimu: koks maitinimo verslo atstovų požiūris ir kaip jis pasireiškia ekologiškumo klausimu? Tyrimo tikslas – išanalizuoti maitinimo verslo atstovų požiūrį į ekologiškumą. Tyrimo uždaviniai: išanalizuoti kulinarinio turizmo atsiradimo veiksnius ir raidą; išanalizuoti kulinarinio turizmo ekologiškumo aspektą ir pateikti ekologiškumo apibrėžimą; atlikti Šiaulių apskrities kulinarinio turizmo atstovų požiūrio į ekologiškumą kokybinį tyrimą. Tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė ir sintezė; anketinė apklausa, stebėjimas, turinio analizė. Išvados: kulinarinio turizmo iškilimo kaip atskiros turizmo šakos pradžia buvo siejama su turistų maitinimu naudojant vietinių ūkių teikiamą produkciją, kaip būdą ne tik įtraukti vietinius gamintojus, bet ir tausoti gamtą, mažiau transportuojant maisto produktų, tačiau kulinarinio turizmo raidos apžvalga rodo, kad ši turizmo šaka labiau vystoma šalies kultūrinio identiteto, autentiškumo, ekonominės naudos bet ne ekologiškumo aspektu. Atsižvelgiant į ekologiškumo aspektą sudarančias dedamąsias, darbe formuluojamas ekologiškumo apibrėžimas, kuris apima vietinės produkcijos naudojimą maisto gamybai, energijos taupymą, aplinkos taršos mažinimą, siūlant didesnį nemėsiškų patiekalų asortimentą, mažinant metano dujų kiekio emisiją, taip pat šviečiant žmones ekologiškumo klausimu. Tyrimo rezultatai parodė, kad nors didžiausia maitinimo įmonių dalis bendrais bruožais domisi ekologija, tačiau ne visos įmonės tinkamai rūšiuoja maisto gamybos atliekas, iš dalies taupoma energija, ne visose įmonėse maistas išsinešti pakuojamas į gamtą tausojančias pakuotes, siūlomas siauras nemėsiškų patiekalų asortimentas. Tai rodo nepakankamą dėmesį šiai sričiai.

**Reikšminiai žodžiai:** turizmas, kulinarinis turizmas, ekologija, tarša, klimato kaita.

## Įvadas

Paskutiniu laiku stipriai auganti ir populiarėjanti turizmo nišinė šaka – kulinarinis turizmas pamažu iš nišinės pozicijos pereina į atskirą turizmo šaką. Šios turizmo šakos augimą skatina šiandieniai turistai, kurie ne tik nori aplankyti, pamatyti, pažinti šalį, bet, kaip įvardija turizmo specialistai, ją patirti. Kulinarinis turizmas kaip tik per skonį, kvapą ir kitas jusles leidžia pajusti pažinimo malonumą. Save reprezentuodamos šalys šalia turistinių objektų būtinai pristato kulinarinius savo šalies išskirtinumus, kurie skatina atvykti į šalį. Didėjantys turistų srautai susiję su ekonomine nauda: jie atneša nemažas pajamas į šalies biudžetą, didina jos žinomumą, sukuria darbo vietas, tačiau kelia ekologinių problemų. Ekologija šių dienų pasaulio gyvavimo kontekste užima kone svarbiausią vietą. Besaikis žemės turtų naudojimas privedė prie esamos gamtinės situacijos ir tik žmogaus sąmoninga veikla gali pristabdyti klimato šiltėjimo, oro, vandens taršos procesus. Augantys turizmo srautai skatina Lietuvos turizmo srities augimą, o ypač didelis dėmesys planuojamas skirti dar iki galo neišnaudojamai, tačiau pasauliniu mastu stipriai augančiai nišinei turizmo sričiai – kulinariniam turizmui. Tačiau, ar šios srities augimas planuojamas atsižvelgiant į šių dienų aktualijas? Žmonių ekologinis sąmoningumas didėja, bet ne visada panaudojamas praktiškai.

Kulinarinio turizmo ekologiškumas analizuojamas tik kelių autorių. E. Sharer (2012) analizavo kulinariniam turizmui teikiamos ekologiškos produkcijos ir bendruomenės sąsajas. G. Ciuchete ir kt. (2014) įžvelgė senų ūkininkavimo būdų atgaivinimo svarbą, ekologinių ūkių įsitraukimo į švietėjišką veiklą ekologijos klausimais būtinybę. *Nagrinėjamos temos problema.* Ekologiškumas kulinarinio turizmo mokslinėse publikacijose analizuojamas epizodiškai ir pateikiamos analizės nepakankamos išsamesniam tyrimui. Straipsnyje siekiama atsakyti į probleminį klausimą: koks maitinimo verslo atstovų požiūris į ekologiškumą ir kaip jis pasireiškia?

*Tyrimo objektas:* kulinarinio turizmo ekologija.

*Tyrimo tikslas:* išanalizuoti maitinimo verslo atstovų požiūrį į ekologiškumą.

*Tyrimo uždaviniai:*

1. Išanalizuoti kulinarinio turizmo atsiradimo veiksnius ir raidą;
2. Išanalizuoti kulinarinio turizmo ekologiškumo aspektą ir pateikti ekologiškumo apibrėžimą;
3. Atlikti Šiaulių apskrities kulinarinio turizmo atstovų požiūrio į ekologiškumą kokybinį tyrimą.

*Tyrimo metodai:* mokslinės literatūros analizė ir sintezė; anketinė apklausa, stebėjimas, turinio analizė.

## Kulinarinio turizmo atsiradimo veiksniai

Turizmas svarbus kiekvienai šaliai, nes jis, kaip teigia J. Vijeikis (2016), „grindžiamas ne tik kultūrinėmis, socialinėmis, ekologinėmis, bet ir ekonominėmis prielaidomis“ (Vijeikis, 2016). Turizmo verslas apima kelias dedamąsias: darbo vietų kūrimą, gyvenimo lygio gerinimą, turistinės vietovės gerinimą ir gražinimą, kuris būtų patrauklus ne tik turistui, bet ir vietiniam gyventojui. Turizmas jungia įvairius verslus, turistui teikiamos apgyvendinimo, maitinimo, pervežimo paslaugos, kurių teikimas vienija verslo įmones, nešdamos naudą ne tik pačioms įmonėms, bet ir valstybei. Kadangi XXI amžiuje turizmo verslas priskiriamas prie vienu iš perspektyviausių ir dinamiškiausių ūkio šakų, kuriančių didelę pridėtinę vertę, svarbi apgalvota ir reglamentuota šios ūkio šakos plėtra. Tačiau, kaip pažymi A. Katunian (2016), besiplečiantis turizmo sektorius neišvengiamai daro neigiamą įtaką aplinkai: naudojama per daug gamtos išteklių, niokojamas kraštovaizdis, teršiama aplinka. Remdamasi statistiniais duomenimis, A. Katunian (2016) teigia, kad lėktuvai išskiria 3,5 proc. šiltnamio efektą sukeliančių dujų, turizmo sektoriuje suvartojama 3,5 karto daugiau vandens nei kasdiniame gyvenime, Autorės nuomone, jau yra šalių, kuriose kai kurios turistinės zonos turi būti nedelsiant uždaromos, kad nebūtų galutinai sunaikintos per didelių turistų srautų (Ispanijos, Maroko, Graikijos, Tailando pakrančių zonos). Esama klimatologinė situacija neišvengiamai daro įtaką turistinių veiklų kaitai, todėl, siekiant išlaikyti turistų susidomėjimą šalimi, B. Brian ir kt. (2012) siūlo kitus sprendimus, pavyzdžiui, kalnuotose vietovėse, esant per mažai sniego, naudoti dirbtinį sniegą. Taip pat turistinių patrauklumą galima išlaikyti siūlant turistams produktus, kurie mažai arba visai nepriklauso nuo klimato, pavyzdžiui, organizuoti festivalius ar kitas veiklas ir pramogas (sveikatos turizmą, SPA) arba šaliai keisti rinkodaros strategijas ir dėmesį skirti nišinėms turizmo sritims, pavyzdžiui, nuotykių turizmui, kaimo turizmui, kulinariniam turizmui ir kt.

Žodį kulinarija (lot. *culinarius* – virtuvinis) galima apibūdinti kaip patrauklios išvaizdos, skanaus ir maistingo valgio gaminimo technologija, o kaip metonimija tai gali būti valgis, patiekalas (Tarptautinių žodžių žodynas). Plačiausia prasme kulinarinis turizmas apibrėžiamas kaip unikali ir įsimintina visų rūšių kulinarinė patirtis, įgyta tiek keliaujant, tiek būnant namuose. Unikalus maistas ir gėrimai gali vilioti turistus lygiai kaip ir muziejai, rekreacija ar pirkiniai. E. Wolf (2006) įvardino, kodėl kulinarinis turizmas toks svarbus – 100 procentų

turistų valgo keliaudami; valgymas – viena iš trijų turistų labiausiai mėgstamų veiklų; padidina bendrąją kainą; turistai laukiami kaip nuolatiniai klientai; glaudžios sąsajos tarp turistų, besidominčių vynu ir virtuve, bei tų, kurie domisi muziejais, renginiais, pirkiniais, muzikos ir filmų festivaliais; kulinariniai turistai labai mėgsta rekreaciją atvirame lauke; kulinarinis turizmas gali būti visų amžiaus grupių interesas; virtuvė – vienintelis menas, skatinantis visas penkias jusles; kulinariniai turistai yra tyrinėtojai, ieškotojai; kulinarinės įdomybės prieinamos ištisus metus; vietinė virtuvė laikoma pagrindiniu motyvu renkantis lankymosi vietą. Kulinarinis turizmas yra karščiausia turizmo industrijos plėtros niša, nes maistas yra vienas iš geriausių būdų perteikti lankytojams vietovės egzotiškumą, regioninis maistas yra ta sritis, kuri atskiria vietoves vieną nuo kitos. Restoranai gali sukurti unikalius ir įsimintinus potyrius, susijusius su maistu ir gėrimais, bei įgyti konkurencinį pranašumą (Wolf, 2006). Verta pažymėti, kad kulinarinis turizmas nebūtinai susijęs su maistu ir gėrimais ar virtuve kaip maisto gaminimo vieta. Jis gali apimti žymiai plačiau nei restoranai ir vyninės, nes jam priskiriama viskas – nuo vietinių gyvūnų fermoje, augalų, produktų, taip pat visų tipų maitinimo įmonių, kioskų, užkandinių ir t.t. (World Food Travel Association (WFTA)). Frazė „unikalu ir įsimintina“ – tai esminis teiginys kalbant apie kulinarinį turizmą. Dažnai žmonės, išgirdę sąvoką kulinarinis turizmas, įsivaizduoja penkių žvaigždučių restoraną ar aukščiausios klasės vyninę. Tačiau kulinarinis turizmas nesiremia pretenzingumu ir išskirtinumu. Kulinarinis turizmas apima ir vietines kepyklėles, įdomesnius barus bevardėse gatvelėse bei barus, žinomus tik vietinių gyventojų. I. Yeaoman (2008) išskyrė veiksnius, kurie skatina susidomėjimą kulinariu turizmu:

1. Pakankamos pajamos ir išlaidų modeliai – visame pasaulyje stebima vartotojų tendencija išleisti didesnę savo pajamų dalį paruoštam maistui, gurmaniškiems produktams, valgymui ne namuose, sieti maistą su sveikata ir etinėmis vertybėmis. Gamintojai ir pardavėjai, pastebėję šią tendenciją, pradėjo koncentruotis į kokybę, akcentuodami aukščiausią vertę ar etines vertybes, už kurias vartotojas yra pasirengęs mokėti daugiau;
2. Demografiniai ir namų ūkio pasikeitimai – šeimos tampa kur kas demokratiškesnės, pasirinkdamos maistą, augdami vaikai lemia šeimos valgymo įpročius. Ilgėjant vidutinei gyvenimo trukmei keičiasi gyvenimo modeliai, ramią tėkmę keičia įvairovės siekis.

3. Individualizmas – turistai pradeda ieškoti vietinio unikalumo, autentiškumo, atsisakydami masinio vartojimo.
4. Multikultūrinis vartotojas – globalizmas yra susijęs ir su socialiniu multikultūros poreikiu, idėjos ir interesai tampa beribiai. Internetas, televizija ir visos kitos mobiliosios galimybės sukūrė daugiakultūriškumo situaciją.
5. Žymių virtuvės virtuozų ir žiniasklaidos vaidmuo – garsus kulinaras Gordon Ramsay („Hells Kitchen“ („Pragaro virtuvė“) arba Jamie Oliver kulinarinės laidos paskatino aukštos kokybės maisto poreikį. Garsūs maisto gamintojai turėjo įtakos ir kulinarinio turizmo kryptims (Yeoman, 2008).

**Kulinarinio turizmo raida.** Kulinarinis turizmas tai sąlygiškai nauja pramonės šaka, bet negalima teigti, kad kulinarinio turizmo nebuvo anksčiau. Prieš kelis tūkstančius metų ragaudami produktus pirkliai keliavo iš šalies į šalį, ieškodami maisto produktų, skirtų prekybai. Buvo laikas, kai alyvuogių aliejus, įvairūs prieskoniai, vaisiai, kava, vynas buvo pripažįstami kaip valiuta (Okech, 2014). S. Boyd (2015), tyrinėdamas kulinarinio turizmo apraiškas mokslinėse publikacijose, nustatė, kad iki 1970 m. kulinarinio turizmo terminas jokiose publikacijose nebuvo minimas. Anot S. Boyd, pirmą kartą maisto ir turizmo sąsajas mini Brown (1974) žemdirbystės ir ekonomikos konferencijoje, pastebėjęs turizmo ir žemdirbystės bendrumą Jamaikos industrijoje (Boyd, 2015). Vėlesnėse publikacijose (1980–1990) atsiranda turizmo ir maisto sąsajų, maisto, kaip sudedamosios turizmo dalies, analizė. Nuo 1990 metų maisto ir turizmo sąsajų tyrimai įgauna pagreitį ir pradeda analizuoti labai plačiai: publikacijose analizuojamos maisto, turizmo, kultūros, paveldo sąsajos, taip pat sveikas maistas ir tvarus turizmas. Pirmą kartą minima vietinio maisto pasiūlos svarba ir reikšmingumas turizmui. Maisto turizmas analizuojamas kaip priemonė, tinkama stiprinti vietinę gamybą, galimybė didinti ekonominę naudą ne tik visai šaliai, bet ir bendruomenei (Boyd, 2015). 1998 m. Lucy M. Long (2004) pirmoji įvedė terminą „kulinarinis turizmas“, jį apibūdindama kaip turisto norą pažinti kitą kultūrą per maistą, tačiau ne visiems šis terminas dėl nevienodos prasmės skirtingose kalbose pasirodė priimtinas, todėl skirtingų šalių terminologijoje minimi tokia pat reikšmę turintys terminai – gastronominis turizmas arba likęs pirminis terminas – maisto turizmas. 2001 m. E. Wolf parengė kulinarinio turizmo „Baltąją knygą“. Joje buvo aprašytas šios turizmo rūšies išeities taškas ir nubrėžtos plėtros kryptys. Vėliau „Baltosios knygos“ pagrindu buvo

parašytas pirmasis kulinarinio turizmo praktinis vadovas „Kulinarinis turizmas: nematomas derlius“ (Wolf, 2006). 2003 m. E. Wolfas kartu su kitais specialistais įkūrė pasaulinę maisto turizmo asociaciją (WFTA), kurios narių skaičius auga kasmet. 2006 metais asociacija įsteigė savarankišką Kulinarinio turizmo institutą, kuris prižiūri Asociacijos diegiamas mokymo ir parengimo programas.

WFTA pateikia tris kulinarinio turizmo raidos etapus: pirmasis etapas – tai 2001–2012 m. laikotarpis, kuris apibrėžiamas kaip maisto turizmo pramonės pradžia, nauja turizmo veikla, daranti turizmą ne tik įdomesnį ir patrauklesnį, bet ir nešanti nemažą pelną susijusioms pramonės šakoms. Antrasis etapas – tai 2012–2018 m. laikotarpis, kuriuo maisto turizmas tampa atskira turizmo šaka, kurią plėtoti ir populiarinti padeda žiniasklaida, televizijos laidos, garsūs virtuvių šefai. Šiuo laikotarpiu maisto turizmas apima visą spektrą veiklų: maisto gamintojų pamokas, edukacinius užsiėmimus, įvairias degustacijas, maisto gamybos proceso stebėjimą, ūkių lankymą, išskirtinių patirčių paiešką, lankant vietines vynines, barus ar užkandines, siūlančias pagal močiutės receptą pagamintą uogienę ir kt. Trečiasis etapas, kuris prasideda 2018 m. ir tęsiasi iki dabar – tai laikotarpis, kai viena iš pagrindinių keliavimo priežasčių yra maistas. Dabartinis turistai, ragaudamas lankomų vietovių maistą ir gėrimus, unikalioms patirtims išleidžia daugiau pinigų. Tai laikotarpis, kai rinkodaros priemonėmis sparčiai daugėja turizmo kompanijų, kurios turistams siūlo maisto ragavimo turus (WFTA, 2020).

Daugelis turistinių šalių, įžvelgusios kulinarinio turizmo naudą didinant šalies patrauklumą, pradėjo plačiai tuo naudotis. Peržvelgus norimos aplankyti šalies turistinių internetinių puslapių ar reklaminį lankstinuką, patrauklaus vietinio maisto nuotraukos ir vaizdai yra tikrai ne paskutinėje vietoje. Ne išimtis ir Lietuva, kur turizmo departamentas kulinarinį turizmą apibūdina kaip absoliutų fenomeną ir šiandien labiausiai augančią turizmo rūšį. Bet iki šių dienų kulinarinis turizmas Lietuvoje gana sunkiai skynėsi kelią. Kulinarinis turizmas, kaip nauja turizmo šaka, nėra gausiai analizuojamas. Minėtini magistro darbai: A. Urbanavičiūtės „Kulinarinio turizmo plėtros vertinimas Lietuvoje“, N. Leišienės „Kulinarinio turizmo populiarinimas Žemaitijoje“. Nacionalinio turizmo vystymo agentūros internetinėje svetainėje „Keliauk Lietuvoje“ pateikta 2019 metų gastronominio turizmo Lietuvoje SSGG analizė, kurioje pažymima, kad Lietuvoje stipriai auga susidomėjimas gastronominiu turizmu, ir mūsų šalies virtuvių šefai, atsižvelgdami į mitybos pokyčius, gali pasiūlyti ekologiškas, Lietuvoje

užaugintos, regioną atitinkančios produkcijos. Tačiau pastebima, kad dėl nacionalinės gastronominės strategijos nebuvimo šios turizmo šakos galimybės iki galo neišnaudojamos.

### **Kulinarinio turizmo ekologiškumo aspektas**

Lietuvos turizmo vystymo agentūros atstovai, kaip ir WFTA, dabartinį laikotarpį įvardija kaip laikotarpį, kai kulinarinis turizmas tampa viena iš pagrindinių priežasčių keliauti, tačiau dabartiniam, išrankiam turistui pasiūlyti išskirtinius išpūdžius nėra lengva. Lietuvoje vykusioje gastronomijos konferencijoje tarptautinio restoranų gido „Gault & Millau“ prezidentas Jacques‘as Bally pastebi atsirandančius skirtumus tarp keliautojų kartų. Vyresnės kartos atstovams svarbesnis socialinis statusas, o dabartinis jaunas keliautojas prioritetą teikia socialiai atsakingam vartojimui (VŽ, 2019). Todėl turizmo sektorius, atsižvelgdamas į šiandienį keliautojo poreikį būti „žaliam“, socialiai atsakingam ir darniam, negali jo poreikio ignoruoti. Tačiau naujovės negimsta tuoj pat, tam reikia ne tik bendro sutarimo tarp įvairių institucijų ir verslo atstovų, bet ir mokslo indėlio. Randama vos keletas mokslo straipsnių kulinarinio turizmo ekologiškumo tema. E. Sharer (2012) kulinarijos ekologiškumą sieja su vietoje užauginta, naudojant organinę žemdirbystę, produkcija, gaminant maistą, reprezentuojantį šalį ar regioną. Autorė analizuoja svarbų ekologiškumo aspektą – smulkų ūkininkavimą, kuris sudaro biodinaminės žemdirbystės galimybę. Kaip ekologiškumo priešpriešą autorė nurodo didelių ūkių auginamą, cheminėmis trąšomis gausiai tręšiamą, toli transportuojamą produkciją. G. Ciuchete ir kt. (2014) pažymi, kad žmonijos gyvenimo būdas, intensyvus ūkininkavimas (suindustrėjęs augalų, gyvūnų auginimas pakeitė jų natūralias savybes), kas sukėlė sveikatos problemų, aplinkos ir maisto grandinės sutrikimų visame pasaulyje. Pastaruoju metu atsirandančios naujos gyvenimo būdo ir mitybos tendencijos turi įtakos ne tik senų ūkininkavimo, maisto gamintojų būdų atgaivinimui, bet ir pritaikymui šiandieniniam gyvenimui. Autorių nuomone, kulinarinis turizmas gali vystytis didinant ekologinį ir kultūrinį sąmoningumą, mažinant poveikį aplinkai, šeiminiškams dalinantis pozityvia kultūrine patirtimi su lankytojais, kuriant aplinkos ir visuomenės ryšį. R.N. Okech (2014) taip pat išskiria vietinio maisto produktų naudojimo svarbą, nes taip atskleidžiamas ne tik šalies ar regiono identitetas, bet ir didinamas turizmo darnumas. Autoriaus nuomone, kelionių organizatoriai ir vietinis verslininkas turi dirbti išvien tam, kad patenkintų vartotoją, prisidėtų prie kelionės

autentiškumo, stiprintų ekonomiką ir užtikrintų ekologišką aplinką.

***Kulinarinio turizmo ekologiškumo apibrėžimo formulavimas.*** Šiandien gamtos tarša pasiekė didžiulį mastą, klimato šiltėjimas, kurį lemia netinkama žmogaus veikla, pasiekė kritinę ribą. Būtina išsami kulinarinio turizmo ekologiškumo analizė, apimanti ne tik vietinės, ekologiškai auginamos produkcijos aspektą. Taigi svarbu apibrėžti kulinarinio turizmo ekologiškumo sampratą. Analizuotuose mokslo šaltiniuose: E. Sharer (2012), R. N. Okech (2014), S. Boyd (2015), A. Baležentis ir kt. (2012), A. Birgelytė ir kt. (2008) tik paviršutiniškai analizuojami kai kurie ekologiškumą sudarantys aspektai: riba tarp produkcijos, užaugintos vietoje, ir organinės, sveikatai tinkamos, higieniškos, produkcijos, užaugintos, patiektos, utilizuotos aplinkai žalos nedaranciais būdais (Boyd, 2015). Siekiant apibrėžti kulinarinio turizmo ekologiškumą buvo analizuojamos susijusios sąvokos: ekologija, ekologinė ir biodinaminė žemdirbystė, ekologinis turizmas, darnus turizmas, aplinkos tarša.

Ekologija – tai „mokslas, tiriantis organizmų santykius su gyvenamąja aplinka, gyvosios ir negyvosios gamtos sąveiką, aukštesnio negu organizmas lygio biologines sistemas“ (Tarptautinių žodžių žodynas). Ekologijos terminą sukūrė vokiečių zoologas E. Hekelis (1834–1919). 1866 metais savo veikalė „Bendroji organizmų morfologija“ mokslininkas teigė, kad „ekologija yra bendras mokslas apie organizmų ir aplinkos santykius“ (Stravinskienė, 2003, p. 9). Ekologijos mokslas taip pat, kaip ir kulinarinis turizmas, priskiriamas prie naujų mokslo šakų. Jis apima įvairius gyvybės lygmenis: individą, populiaciją, ekologines bendrijas, biosferas, ekosistemas. Svarbiausias šiuolaikinės ekologijos tikslas – įvairių modelių kūrimas, kuris padėtų suprasti esamų organizmų pasiskirstymą bei gausą ir numatytų galimus pakitimus ateityje. Šiuolaikinė ekologija jungia įvairius mokslus: biologiją, fiziką, matematiką, informacines technologijas, mediciną, edukologiją ir kitus mokslus, siekdama suprasti ir paaiškinti žmogaus ir gyvųjų organizmų sąveiką pakitusioje aplinkoje (Pyragas, 2006).

Didžiausiais aplinkos kitimo veiksniais įvardijamas gamtos atsinaujinančių ir neatsinaujinančių išteklių vartojimas bei beatodairiška aplinkos tarša, kurią skatina žmonių populiacijos augimas, ir jis vis dar didėja eksponentine tvarka. V. Stravinskienė (2003) įvardija didžiausias žmonių skaičiaus augimo, o turizmo srityje didelių žmonių srautų, sukeliamas problemas:

- Oro, vandens, dirvožemio tarša;
- Išaugęs didesnio maisto kiekio poreikis;

- Spartus gamtos išteklių, ypač energetinių mažėjimas;
- Urbanizacijos procesų spartėjimas;
- Dėl urbanizacijos žemės ūkio naudmenų ploto mažėjimas.

Didelį susirūpinimą kelia pasaulinis klimato šiltėjimas, vadinamas „šiltnamio reiškiniu“, kurį sukelia augantys anglies dioksido, metano, azoto suboksido ir kitų dujų kiekiai ore (Juknys, 2005). Šių dujų didžiausius kiekius išskiria transportas ir pramonė – anglies dioksidas; gyvulių ūkiai – metano dujas. Abi šios sritys tiesiogiai susijusios su kulinariniu turizmu. Mažinant anglies dioksido išsiskyrimą, didelis dėmesys turi būti skiriamas ne tik mažiau taršiam transportui, bet ir vietiniam turizmui, darniam judumui, metano dujų kiekio mažinimui, skatinant mažesnę mėsos ir jos produktų vartojimą. PSO (Pasaulio Sveikatos Organizacija) teigimu, pagrindinis žmogaus baltymų šaltinis yra mėsa, pienas ir pieno produktai bei ankštinės daržovės. Remiantis PSO rekomendacijomis, žmogaus sveikatai palaikyti, dienos baltymų normą turi sudaryti apie 1 gramas baltymų kūno masės kilogramui, tad, sekant šiomis rekomendacijomis, galima paskaičiuoti, kad žmogui, vartojančiam ankštines daržoves, pieno produktus, kiaušinius, per dieną vidutiniškai pakanka apie 50 gramų mėsos produktų. LR žemės ūkio ministerijos duomenimis, Lietuvoje vienas žmogus suvartoja 95 kg mėsos, tai yra penkis kartus daugiau nei būtina sveikatai palaikyti.

Kita aplinkos kitimo priežastis yra tarša, kurią R. Juknys (2005) apibūdina kaip aplinkos taršą, susidarantią dėl gamtos išteklių naudojimo metu susidarantių buitinių ir gamybinių atliekų patekimo į aplinką. V. Stravinskienės (2003) teigimu, racionalus susidarantių atliekų tvarkymas – tai vienas iš sudėtingiausių aplinkosaugos uždavinių. Džiugu, kad Lietuvoje stebimas buitinių ir gamybinių atliekų formavimosi mažėjimas, kurį būtina ne tik palaikyti, bet dar labiau mažinti. Kulinarinio turizmo srityje tai galėtų būti vienkartinį indų atsisakymas, plastikinių pakavimo maišelių pakeitimas į iš antrinių žaliavų pagamintą popierių ar ilgalaikio naudojimo medžiaginius maišelius; plastikinių indų atsisakymas, skystų produktų pakavimas į ilgalaikio naudojimo indus, pakavimo priemonės išnaudojant ir reklamos tikslams. S. Vasarevičius (2008), skirstydamas atliekas į pavojingas ir nepavojingas, buitines ir gamybines atliekas priskiria prie mažiau pavojingų gamtai ir biotui atliekų, tačiau, anot R. Juknio (2005), šios atliekos lemia didelį paviršinių vandens telkinių užterštumą. Didelę vandens taršą taip pat sąlygoja ir chemizuotas žemės ūkis (Juknys, 2005). Svarbu

mažinti vandens, būtino ne tik gėrimui, buityje bet ir maisto gamybai taršą. Šiam tikslui įgyvendinti mokslo atstovai siūlo didinti ekologinių ūkių skaičių ir gražinti arba iš naujo atrasti biodinaminę žemdirbystę. Ekologinis ūkininkavimas apibūdinamas kaip ūkio valdymo sistema, kuri rūpinasi gamtos išteklių saugojimu, biologine įvairove, palaiko aukštus gyvūnų apsaugos standartus, siūlo produkcijos gamybos būdus, kuriems naudoja natūralias medžiagas ir gamybos procesus (įsakymas, 2000). Kaip teigia prof. habil. dr. A. Svirskis (2016), reikšmingos keturios ekologinio ūkininkavimo dimensijos: ekologinė, ekonominė, socialinė ir kultūrinė. Jos sujungia ekologinį ūkininkavimą į darnaus vystymosi junginį. Augant žmonių sąmoningumui gamtos saugos klausimais, didėja ekologiškos produkcijos poreikis, todėl ekologinių ūkių plotai kasmet vidutiniškai sudaro 6,7 mln. hektarų. 2018 metų Pasaulio organinės žemdirbystės statistikos duomenimis, Europoje šie plotai sudarė 13,5 mln. hektarų, Lietuvoje jie apėmė 222 tūkst. hektarų. Biodinaminis ūkininkavimas – tai aukštesnė nei ekologinė žemdirbystės pakopa, grįsta holistiniu požiūriu. Šis ūkininkavimo būdas kur kas griežtesnis nei ekologinis, jo naudojamų medžiagų, technologijų, gyvūnų apsaugos, žemės apdirbimo standartai gerokai aukštesni. Biodinaminio ūkininkavimo judėjimas Europoje prasidėjo 1920 metais (JAV – 1938 m.). Jis kilo dėl susirūpinimo dirvožemio būkle, kurią blogino per dideli azoto trąšų kiekiai. Biodinaminio ūkininkavimo centrine ašimi ir dabar išliko gera dirvožemio būklė, nes tik sveikame dirvožemyje gali gyvuoti mikroorganizmai, kartu ir žmonių ar gyvūnų maistui tinkami augalai.

Kita sąvoka, padedanti apibrėžti ekologiškumą, – ekologiškas turizmas. Lietuvių autorių straipsnių šia tema randama labai negausiai. A. Baležentis ir kt. (2012) analizavo ekologinį turizmą darnumo kontekste, autorės A. Birgelytė ir kt. (2008) taikomajame moksliniame darbe „Ekoturizmo metodinės rekomendacijos“ nuosekliai ir išsamiai analizavo Lietuvos ekoturizmo apibrėžimą, svarbą, reikšmę ir plėtrą. Autorės, analizuodamos užsienio autorių pateikiamus ekoturizmo apibrėžimus, prieina išvadą, kad tiksliausiai suformuluotas yra M. Honey (1999) pateikiamas ekologinio turizmo apibrėžimas, kuris jį apibrėžia kaip „mažai ūkinių veiklų paliestą, dažniausiai saugomų gamtinių teritorijų turizmą, siekiantį sumažinti neigiamą poveikį aplinkai bei teikiantį tiesioginę paramą jai išsaugoti. Jis dažniausiai orientuotas į nedideles grupes ar pavienius asmenis, supažindina su gamtos bei kultūros vertybėmis, prisideda prie vietos bendruomenių ekonominės ir socialinės gerovės, ugdo pagarbą skirtingoms kultūroms bei žmogaus

teisėms.“ (Birgelytė ir kt. 2008). Vieni autoriai, analizuodami ekoturizmo apibrėžimą, didesnę dėmesį skiria teritorijų apsaugai, kiti – biologinės įvairovės saugojimui, tretis – keliavimui, kuo mažiau kenkiant aplinkai. Ekoturizmo apibrėžtis glaudžiai sietina su ekoturizmo principais, pateikiamais Tarptautinės ekoturizmo asociacijos (TIES – The International Ecotourism Society): plėsti aplinkos ir kultūros supratimą ir pagarbą; suteikti pozityvios patirties ne tik lankytojams, bet ir vietiniams gyventojams, lankytojams išimtinai pristatyti patirtį, kuri padeda jautriau žvelgti į šalių politinį, aplinkos apsaugos ir socialinį klimatą; žadinti atidumą lankomos šalies politinei, gamtinei ir socialinei aplinkoms; visais būdais mažinti poveikį aplinkai. Ekoturizmo apibrėžimas ir principai apima ne vien ekologiją, bet ir kitas dimensijas, tokias kaip: socialinė gerovė, bendruomenė, ekonominė nauda, kurios turi darnumo pavadinimą. A. Birgelytės ir kt. (2008) teigimu, ekologinis turizmas negali būti atskirtas nuo darnaus turizmo. LR darnaus turizmo plėtros gairių projekte (2017) pabrėžiama, kad darnus turizmas svarbus ne tik dėl didesnės ekonominės naudos, geresnio gyvenimo bendruomenei kūrimo, bet ir efektyvesnio gamtos bei kultūros išteklių išsaugojimo. Šiame projekte, remiantis PTO (Pasaulio turizmo organizacija) ir EBPO (Pasaulio ekonomikos ir plėtros organizacija) pateiktais tyrimais ir stebėjimais, teigiama, kad net 60–70 proc. Vakarų Europos keliautojų, pasirinkdami kelionę, atsizvelgia į vietovės ekologinį patrauklumą, atsakingai žiūri į aplinką ir jos saugojimą bei linkę mokėti daugiau už tvarumą skatinančias paslaugas. Projekte viena iš pateikiamų regionų turizmo skatinimo rekomendacijų yra siūloma žaliojo (ekologinio) turizmo plėtra.

Apibendrinant kulinarinio turizmo ekologiško aspektus būtų galima taip formuluoti apibrėžimą: tai maisto patiekalų gamyba iš vietoje, ekologiškuose arba biodinaminiuose ūkiuose užaugintų produktų; maisto gamybos ir maisto pateikimo procesai organizuojami racionaliai: taupant energijos išteklius, mažinant gamybinių atliekų kiekius; klientams siūlomas platus nemėsiškų patiekalų asortimentas; edukacinėmis priemonėmis mokoma ir skatinama keliautojus atsakingiau vartoti, labiau gerbti gamtą ir jos išteklius. Ekologiško klausimas turėtų būti svarbus visiems: valdžios atstovai turėtų laiku pateikti objektyvią, moksliskai pagrįstą, lengvai prieinamą informaciją visuomenei, aktyviai įtraukiant ją į sprendimų priėmimą ir įgyvendinimą (Baltrėnas, 2008).

## Šiaulių apskrities maitinimo verslo atstovų tyrimo metodika

Tyrimu buvo siekta išsiaiškinti, kiek verslo atstovai, teikiantys maitinimo paslaugas, yra sąmoningi ir pasiruošę ne tik atliepti sąmoningesniais tampančių turistų poreikį būti „žaliais“, bet ir patys rodo iniciatyvą ekologiško klausimais. Tuo tikslu buvo atlikta kulinarines paslaugas teikiančių verslo atstovų apklausa.

*Tyrimo metodas.* Apklausai pasirinkta Šiaulių apskritis, kurioje, Statistikos departamento duomenimis, yra apie 260 maitinimo įstaigų. Jos visos gali būti priskiriamos kulinarinio turizmo objektams. Apklausai pasirinktos maitinimo įstaigos, kurios Šiaulių apskrities turizmo informacijos centrų darbuotojų įvardintos kaip populiariausios ir paklausiausios tarp turistų. Šiaulių mieste apklausta 10 įmonių, Šiaulių apskrityje – 8 įmonės, kurios gali atspindėti ekologiško supratimo ir adekvataus elgesio ekologijos klausimais tendencijas. Apklausai parengta pusiau struktūruota anketa, parenkant atvirusius klausimus, kad respondantai galėtų plačiau išreikšti nuomonę. Klausimai anketoje formuluojami remiantis temos teoriniu ištirtumu. Respondantai buvo apklausiami jų darbo vietoje, apklausiamas įmonės vadovas, o jam nesant, vadovo rekomenduotas darbuotojas. Apklausa buvo vykdoma 2020 liepos mėnesio 1–25 dienomis. Tuo pačiu metu buvo vykdomas stebėjimas, jo metu buvo analizuojamas maitinimo įmonės lankytojams siūlomų patiekalų valgiaraštis.

## Tyrimo rezultatai

Tyrimo instrumentą sudaro dvi dalys: pirmoji, skirta susipažinti su respondentu (įmonės veiklos pradžia, maitinimo įmonės tipas, apklausoje dalyvavęs asmuo), antroji dalis – sudaryta iš klausimų su keturiais atsakymų variantais, iš kurių buvo galimi pasirinkti kelis atsakymų variantus. Tyrimo metu buvo apklausta 12 kavinių, 4 apgyvendinimo ir maitinimo paslaugas teikiančios įmonės, 2 kaimo turizmo sodybų vadovai ar darbuotojai. Buvo išsiaiškinta, kad 35 proc. iš visų apklaustų įmonių dirba ilgiau nei 15 metų, 25 proc. įmonių patenka į 11–15 darbo metų intervalą, 25 proc. įmonių patenka į 6–10 metų intervalą, o likę 15 proc. patenka į 1–5 metų intervalą. Apklausoje dalyvavo 75 proc. vadovų, likę apklausoje dalyvavę vadovų deleguoti asmenys dirbo barmenais ar aukštesnių pareigų virtuvės darbuotojais.

Analizuojant įmonės požiūrį į ekologiją, apklausos duomenys parodė, kad didžiausia maitinimo įmonių atstovų dalis – (78 proc.) domisi

ekologija, nes tai labai svarbu saugant ir tausojant gamtą, 10 proc. įmonių – (7 proc. mieste ir 3 proc. apskrityje) pripažino, kad ekologija domisi todėl, kad dabar tai madinga, ir kad vis daugiau klientų pageidauja ekologiškų produktų, o 12 proc. (6 proc. mieste ir 6 proc. apskrityje), pažymėjo, kad ekologija nesidomi.

Išigyjant maisto produktus patiekalų gamybai, 80 proc. įmonių pažymėjo, kad 30 proc. produktų jie perka iš vietinių ūkininkų, 20 proc. produktų iš didmenininkų, ir rinkdamiesi pas juos produktus, pirmumą teikia vietinei produkcijai, likusius 50 proc. produkcijos maisto gamybai perka iš didmenininkų ir pirmumą teikia produkto kainai. Likę 20 proc. įmonių produktus perka iš didmenininkų ir pirmumą teikia produktų kainai. Dvi apklausoje dalyvavusios kaimo turizmo sodybos dalį jiems reikalingos produkcijos augina pačios savame ekologiškame ūkyje. Paprašius respondentų įvardinti priežastis, kurios neleidžia daugiau pirkti iš vietinių ūkininkų, buvo įvardintos: neadekvačios produkcijos kainos, ūkininkų negebėjimas prisitaikyti prie verslo reikalavimų laiku ir tinkamai pateikti produkciją.

Maisto gamybos organizavimas 67 proc. įmonių vykdomas iš dalies taupant energiją, vandenį, elektrą, dujas, nes joms dar trūksta energiją taupančios įrangos, 16 proc. įmonių pažymėjo, kad jie turi visą įrangą taupančią energiją. 17 proc. įmonių pripažino netaupančios energijos, nes dar neturi tokios įrangos. Tai dažniausiai tokios įmonės, kurių veiklos laikotarpis patenka į 1–5 metų intervalą.

Analizuojant maisto gamybos atliekų rūšiavimo galimybes, jos skiriasi priklausomai nuo maitinimo įmonės dislokacijos vietos – mieste esančios įmonės turi visas galimybes rūšiuoti gamybos atliekas – atskiriant ne tik plastiką, popierių, bet ir organines atliekas, tačiau kaimo teritorijose ne visos įmonės turi tam pritaikytas galimybes. Kaimo teritorijose seniau (daugiau kaip 15 metų) dirbančios įmonės savo iniciatyva rūšiuoja atliekas, jas patys gabendami į artimiausius rūšiavimo konteinerius, kitos rūšiuoja iš dalies, atskirdamos tik plastiką. Atliekų visai nerūšiuoja 22 proc. visų įmonių (8 proc. mieste ir 14 proc. apskrityje). Mieste esančios įmonės nerūšiuoja atliekų todėl, kad per mažos virtuvės patalpos, nėra galimybių sutalpinti kelias skirtingas talpas atliekoms, apskrityje esančios įmonės nurodo, kad seni virtuvės darbuotojų įpročiai nerūšiuoti atliekų sunkiai keičiami naujais įpročiais. Apie netinkamą atliekų rūšiavimą apklausiami atviriau savo mintis išsakė vadovų deleguoti asmenys.

Išsinešti paruoštą maistą 84 proc. maitinimo įmonių, vadovaudamosi Maisto ir Veterinarinės tarnybos rekomendacijomis, maisto pakavimui

naudoja vienkartinės popierines pakuotes, plastikines pakuotes naudoja tik skystos konsistencijos patiekalams, likusios įmonės maistą išsinešti pakuoja į plastikinius indus, neatsižvelgdamos į paruošto maisto konsistenciją. Paklausus respondentų, kaip būtų galima mažinti plastiko pakuočių kiekius, didžiausia jų dalis (95 proc.) sutiktų palaikyti jau prasidėjusią iniciatyvą, atsinešusiems savo kavos puodelį, kavos išsinešti kainą mažinti 10 proc., respondentai paminėjo, kad po truputį randasi iniciatyvos, kai lankytojai maistui išsinešti naudoja savo tarą, bet kol kas jos dar labai retos.

Vegetariškų patiekalų pasiūla randama visose tirtose maitinimo įmonėse, nes, anot respondentų, tokių patiekalų poreikis vis auga, tačiau atliekant stebėjimą ir išanalizavus maitinimo įmonių teikiamus valgiaraščius, pastebėta, kad siūlomų vegetariškų patiekalų asortimentas sąlyginai siauras ir tik minimaliai tenkinantis vegetarų poreikius bei neskatinantis pajvairinti savo mitybą nemėsiškais patiekalais, išskyrus tas maitinimo įmones, kurių asortimente nėra mėsiškų patiekalų ir įmones, kurios orientuotos į vegetarus ar veganus.

Švietėjišką veiklą – edukacines programas veda 33 proc. įmonių ir savo vedamose programose akcentuoja ekologijos svarbą, 35 proc. įmonių mano, kad savo vykdoma veikla jos demonstruoja supratimą ir teigiamą požiūrį į ekologiją.

Analizuojant respondentų pasiūlymus dėl ekologiškumo pastebėta, kad buvo siūloma: mažinti vietinių ūkininkų teikiamos produkcijos įkainius, sklandžiau organizuoti produkcijos pristatymą, sulaukti valdžios palaikymo ir paskatinimo perkant vietinę produkciją bei daugiau iniciatyvų iš lankytojų, kurie ir priverstų juos stengtis. 16 proc. įmonių, kurių veikla visiškai ekologiška (taupo energiją, tinkamai rūšiuoja atliekas, siūlo daug nemėsiškų patiekalų, užsiima švietėjiška veikla) pažymėjo, kad jie pirmieji rodo iniciatyvas ekologijos klausimais, ir lankytojų skaičius nuolat auga, tuo parodydami, kad pritaria ekologiškumo idėjai.

Apibendrinant tyrimo rezultatus, galima teigti, kad adekvatus ekologiškumo suvokimą atspindintis elgesys ekologiškumo klausimais, atsižvelgiant į šiandienos gamtinę situaciją, kuri kelia didelę grėsmę žmonijos išlikimui, keliamas pernelyg lėtai ir nepakankamai. Tyrimo metu apklausti Šiaulių apskrities turistų labiausiai lankomų maitinimo įmonių vadovai teigė, kad vietinių ūkininkų išaugintos ekologiškos produkcijos kainos nepagrįstai aukštos, nesuderinta užaugintos produkcijos tiekimo grandinė. Maisto gamybos atliekos turėtų būti visose įmonėse tvarkomos jas rūšiuojant, tačiau dar ne visos įmonės tai atlieka.

Naudojant ekonomišką įrangą, energijos resursų taupymas didesnei daliai įmonių dar yra tolimos perspektyvos klausimas. Maisto išsinešti pakavimas į gamtos neteršiančias pakuotes vykdomas ne visose įmonėse. Maitinimo įmonėse siūlomas labai platus mėsinių patiekalų asortimentas nesuteikia galimybės mažinti metano dujų išsiskyrimo kiekius. Tik maža dalis įmonių vykdo švietėjišką veiklą ekologijos klausimais, jos pastebi augantį lankytojų susidomėjimą ekologija.

Tyrimo rezultatų palyginimas su aukščiau minimų autorių tyrimais negalimas: E. Sharer (2012), Ciuchete ir kt. (2014) tyrimuose stebimos kelių ekologiško aspekto (vietinės bendruomenės įtraukimo į kulinarinį turizmą, ekologiško ūkininkavimo) analizės. Šių autorių ir kitų darbe analizuotų autorių tyrimuose nebuvo išsamiau analizuojamas ekologiško klausimas. Tyrimo rezultatai galėtų būti panaudojami tolimesniems ekologiško klausimo tyrimams.

## Išvados

1. Kulinarinio turizmo šakos atsiradimo veiksniai ir raida rodo, kad tai palyginti nauja turizmo šaka, tačiau auganti labai sparčiai ir paskutiniu metu tampanti nebe nišine o atskira turizmo šaka, kai turistai renkasi kelionę, siedami ją su maitinimosi potyriais. Kulinarinio turizmo iškilimo kaip atskiros turizmo šakos pradžia buvo siejama su turistų maitinimu išnaudojant vietinių ūkių teikiamą produkciją, kaip būdą ne tik įtraukti vietinius gamintojus, bet ir tausoti gamtą, mažiau transportuojant maisto produktus, tačiau kulinarinio turizmo raidos apžvalga rodo, kad ši turizmo šaka labiau analizuojama kaip šalies kultūrinio identiteto, autentiškumo, ekonominės naudos, bet ne ekologiško aspekto. Analizuojant kulinarinio

turizmo ekologiško aspekto, stebimas nepakankamas dėmesys šiai šiai dienai labai svarbiai sričiai. Remiantis ekologiško aspekto apimančiomis dedamosiomis, darbe formuluojamas ekologiško apibrėžimas, kuris apima vietinės produkcijos, užaugintos ekologiškuose ar biodinaminuose ūkiuose, naudojimą maisto gamybai, energijos taupymą, aplinkos taršos mažinimą tinkamai rūšiuojant gamybos atliekas, siūlant didesnę asortimentą nemėsinių patiekalų, taip mažinant metano dujų kiekio emisiją, taip pat šviečiant žmones ekologiško klausimu.

2. Tarp Šiaulių apskrities turistų populiariausių maitinimo įmonių tyrimas parodė, kad didžiausia jų dalis bendrais bruožais domisi ekologija, tačiau ne visų įmonių tinkamai rūšiuojamos maisto gamybos atliekos, tik iš dalies taupoma energija, maistas išsinešti ne visose įmonėse pakuojamas į gamtą tausojančias pakuotes, siūlomas siauras nemėsinių patiekalų asortimentas, rodo nepakankamą dėmesį šiai sričiai. Maitinimo įmonių atstovų pastebėjimu, vartotojų iniciatyvos ekologiško klausimu stiprėja, ir jie stengiasi šį augantį poreikį patenkinti, tačiau piniginių lėšų stygius neleidžia įsigyti daugiau resursus taupančios įrangos, per aukštos ekologiškos, vietinių ūkininkų užaugintos produkcijos kainos bei netinkamai organizuojama vietinės produkcijos tiekimo grandinė jiems užkerta kelią maisto gamybai daugiau naudoti vietinę produkciją. Šiaulių apskrities kaimiškose teritorijose maitinimo įmonės iki galo nerūšiuoja atliekų, nes tam nesudarytos geros sąlygos. Todėl galima teigti, kad ekologiško konceptas Šiaulių apskrities maitinimo įmonėse nepakankamas.

## Literatūra

1. Baležentis, A., Paulauskienė, L. (2012). Ekologinio turizmo vystymas – nuo skatinimo iki darnumo. ISSN 1822-6760.
2. Baltrėnas, P., Butkus, D., Oškinis, V., S.Vasarevičius ir kt. (2008). Aplinkos apsauga. Vilnius „Technika“
3. Birgelytė, A., Dijokienė, B. (2008). Ekoturizmo metodinės rekomendacijos. Taikomasis mokslo tiriamasis darbas. VŠĮ Gamtos paveldo fondas. 8-17.
4. Boyd, S. (2015). The Future of Food Tourism. Foodies, Experiences, Exclusivity, Visions, and Political Capital. The 'Past' and 'Present' of Food Tourism. Channel View Publikationc. Bristol, Buffalo, Toronto. 11-22.
5. Brian, B., Cooper, Ch., Cooper, R. (2012) Worldwide destinations: the geography of travel and tourism. Routledge. Oxon. ISBN 10: 0080970400 - ISBN 13: 9780080970400
6. Ceballos-Lascurian, H. (2008). Ecotourism and Ecotourism Development in the 21 st. Century. Program of International Consultancy on Ecotourism (PICE), Mexico DF, Mexico. 193-203.
7. Ciuchete, G., Chiru, C. (2014). The ecological dimension of gastronomic tourism. risks & global trends in the age of crisis. The Bucharest Academy of Economic.
8. Hetzer, N. D. (2006). Environment, tourism, culture. UNESCO. LINKS (July) // Ecosphere. Vol. 1. No. 2.
9. Honey, M. (1999). Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise? Washington D.C. Island Press. 25.



10. Yeoman, I. (2008). Why food tourism is becoming more important? Hospitality Net – Article. <http://www.hospitalitynet.org/news/4037197.print>
11. Jasinskas, E. (2015). Darnaus turizmo vystymosi iššūkiai. Darnaus vystymosi problemos ir jų sprendimo būdai. Kolektyvinė monografija. VU. 401-420.
12. Juknys, R. (2005). Aplinkotyra. VDU
13. Leišienė, N. (2013). Kulinarinio turizmo populiarinimas Žemaitijoje. Magistro darbas. MRU 2120546
14. Long, L. (2004). Culinary Tourism. Lexington: The University Press of Kentucky. ISBN 0-8131-2292-9. 20-26
15. LR ŽŪM įsakymas Nr. 375 dėl ekologinio žemės ūkio taisyklių patvirtinimo. 2000 <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.117016/asr>
16. Okech, R.N. (2014). Developing Culinary Tourism: The Role of Food as a Cultural Heritage in Kenya. ISBN: 978-1-941505-14-4 Chennai, India.
17. Pasaulio ekonomikos ir plėtros organizacija (EBPO). [www.kt.gov.lt/](http://www.kt.gov.lt/)
18. Pyragas, K., Sadauskas, K., Ramonas, A. (2006). Aktualioji ekologija. Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla
19. Pasaulio turizmo organizacija (PTO). [www.eimin.lrv.lt/](http://www.eimin.lrv.lt/)
20. Sharer, E. (2012). Agroecology and culinary tourism: the regeneration of native food systems in Juluchuca, Guerrero Mexico. A THESIS Presented to The Department of Anthropology The Colorado College. 31-34
21. Stravinskienė, V., 2003. Bendroji ekologija. Vadovėlis aukštosioms mokykloms Kaunas „Šviesa“ 9-14
22. Sveikos mitybos rekomendacijos, 2010, VU, KMU [http://www.smlpc.lt/media/file/Skyriu\\_info/Methodine\\_medziaga/Sveikos\\_mitybos\\_rekomendacijos\\_2010.pdf](http://www.smlpc.lt/media/file/Skyriu_info/Methodine_medziaga/Sveikos_mitybos_rekomendacijos_2010.pdf)
23. Svirskis, A., (2016). Lietuvos ekologinei žemdirbystei – 25. Mokslo Lietuva. 2016/02/4910
24. Tarptautinių žodžių žodynas. [www.zodynas.lt](http://www.zodynas.lt)
25. The International Ecotourism Society (TIES) [www.ecotourism.org](http://www.ecotourism.org)
26. Urbanavičiūtė, G. (2015). Kulinarinio turizmo plėtros vertinimas Lietuvoje. Magistro darbas. MRU 14492503
27. Verslo žinios, 2019-10-20. Tarptautinio restoranų gido „Gault & Millau“ prezidentas: ateities restoranų sėkmė – produktų kokybė.
28. Wolf, E. (2006). Culinary Tourism: The Hidden Harvest. Kendall/Hunt Publishing. ISBN:978-0757526770
29. World Food Travel Association (WFTA). <https://worldfoodtravel.org>
30. ŽŪM. Statistiniai duomenys. Mėsos pramonė <https://zum.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/zemes-ir-maisto-ukis/maisto-pramone/mesos-pramone>
31. Žičkutė, K. (2014). Ekologinio turizmo plėtra Lietuvoje. Jaunųjų mokslininkų darbai Nr. 1 (4), MRU, ISSN 1648-8776.59-64
32. Žuromskaitė, B. Gražulis, V, Jagminas, J., Katunian A., J.Vijeikis ir kt. (2016). Turizmas. Plėtra, iššūkiai, perspektyvos. VĮ Registrų centras

## THE CONCEPT OF ECOLOGY IN CULINARY TOURISM: A STUDY OF THE ŠIAULIAI COUNTY

### Summary

Culinary tourism has been growing so rapidly on a global scale that, having started as a niche tourism business, it has recently moved to a separate tourism branch, which brings not only the uniqueness, renown and economic benefits but also ecological problems to the country. *The research problem* is posed by the question of what the perception of the catering business representatives on the issue of ecology is. *The study aims* to analyse the conceptuality of the ecology in culinary tourism. *The objectives of the research* are to investigate the factors of the emergence and development of culinary tourism; discuss the aspect of ecology in culinary tourism and provide a definition of ecology; carry out a qualitative study of the perception of the representatives of culinary tourism in Šiauliai County on the issue of ecology. *Research methods* include analysis and synthesis of scientific literature, a written survey, observational research, data collection and analysis.

*Conclusions.* The beginning of the rise of the culinary tourism as a separate branch was associated with the catering industry by the local farms as a way not only to involve local producers but also conserve nature and transport less food. However, the development of culinary tourism shows that this branch of tourism is exploited as an aspect of a country's cultural identity, authenticity, economic benefits rather than ecology. Following the components that cover the ecological aspect, the article formulates the definition of ecology, which includes the use of local products on organic or biodynamic farms for food production, energy, saving, reduction of environmental pollution through proper sorting of production waste, offering a more comprehensive range of non-meat dishes, thus reducing methane emission as well as educating people on ecological issues. The results reveal the general interest of catering companies in the ecology. However, it is evident that a number of companies lack the efficiency in waste recycling resulting in partial energy saving. Moreover, a number of companies were noted using environmentally non-friendly packaging. Finally, the short-range meat-free meals observed indicate a palpable demand for improvement in this area.

**Keywords:** tourism, culinary tourism, ecology, pollution, climate change.

### Informacija apie autorių

**Vaiva Pranevičienė.** Šiaulių valstybinės kolegijos Verslo ir technologijų fakulteto Verslo ir apskaitos katedros lektorė. Mokslinių tyrimų kryptys: maitinimo organizavimas turizmo sektoriuje, ekologija kulinarijoje.

El. pašto adresas: [v.praneviciene@svako.lt](mailto:v.praneviciene@svako.lt)