

9. CZY ZRÓWNOWAŻONA TURYSTYKA JEST MOŻLIWA? FAIR TRADE W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Is sustainable tourism possible? Fair Trade in the tourism industry

Abstract: This chapter examines the potential of Fair Trade in the tourism industry, exploring whether sustainability is merely a marketing gimmick or a genuine pathway to responsible tourism. The aim is to understand how Fair Trade principles can positively impact local communities and the environment as well as on the tourists themselves. Methods include statistical data analysis, case studies, and literature review. Findings indicate that Fair Trade tourism promotes economic benefits for local communities, environmental conservation, and social justice. Certification processes such as ATEs and Fair Trade Tourism Certification ensure transparency and credibility, building consumer trust and motivating businesses to maintain high sustainability standards. Practical examples from various tourism enterprises demonstrate the successful implementation of Fair Trade principles. Future research should focus on long-term impacts and best practices in different geographical and cultural contexts.

Keywords: Fair Trade, sustainable tourism, responsible tourism, economic impact, environmental conservation, social justice, certification.

Wstęp

W erze globalizacji turystyka stanowi jeden z filarów rozwoju gospodarczego i kulturowego na całym świecie. Definiowana przez Światową Organizację Turystyki (UNWTO) jako aktywność osób podróżujących i przebywających poza swoim zwykłym środowiskiem na okres krótszy niż rok dla celów niezwiązanych z wykonywaniem działalności zarobkowej, turystyka łączy ludzi, kultury i gospodarki (World Tourism Organization, 1995). W ostatnich dekadach można

Sugerowane cytowanie: Skorupska, K. Z. (2025). Czy zrównoważona turystyka jest możliwa? Fair Trade w branży turystycznej. W: M. Śliwińska (red.), *W kierunku zrównoważonego rozwoju. Wyzwania, narzędzia, perspektywy* (s. 121–133). Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. <https://doi.org/10.18559/978-83-8211-257-3/9>



Ta książka jest udostępniana na licencji Creative Commons – Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 4.0 Międzynarodowe

zauważyć dynamiczny wzrost liczby podróży międzynarodowych, co z kolei przekłada się na zwiększone przychody dla wielu regionów świata. Według UN-WTO w 2019 roku największą popularnością wśród turystów cieszyła się Europa, ponieważ aż 51% podróży odbyło się do niej. Rozwój turystyki przyczynia się do wzrostu przychodów w wielu krajach, zarówno rozwiniętych, jak i rozwijających się. Jest to szczególnie widoczne w regionach Azji i Pacyfiku oraz Afryki, gdzie turystyka staje się kluczowym motorem rozwoju, oferując nowe możliwości dla lokalnej społeczności. Jednakże, aby maksymalizować korzyści wynikające ze wzrostu turystów, konieczne jest przyjęcie zrównoważonych i sprawiedliwych modeli zarządzania turystyką, które będą wspierać lokalny rozwój bez naruszania ekologicznej i kulturowej integralności regionów.

Z powyższych względów celem niniejszego rozdziału jest rozpoznanie, w jaki sposób wdrożenie zasad Sprawiedliwego Handlu (Fair Trade)¹ do branży turystycznej może mieć pozytywne skutki zarówno dla lokalnej społeczności, jak i dla turystów. Cel ten zostanie osiągnięty za pomocą analizy dostępnych danych statystycznych, studiów przypadków oraz literatury przedmiotu. Przeanalizowane zostaną konkretne przykłady firm i organizacji, które implementują zasady Fair Trade w swojej działalności turystycznej, a także ich wpływ na lokalne społeczności i środowisko.

W pierwszym podrozdziale zostaną przedstawione zarówno pozytywne, jak i negatywne konsekwencje ruchu turystycznego. W kolejnym podrozdziale zostaną przeanalizowane kryteria realizacji idei Sprawiedliwego Handlu w turystyce. Trzeci podrozdział przedstawi różne formy zrównoważonego podróżowania i porówna je z koncepcją Fair Trade. Następnie zostanie dokonana analiza jednego z certyfikatów Fair Trade w turystyce, jakim jest Fair Trade Tourism. Ostatni podrozdział skupi się na analizie studiów przypadków przedsiębiorstw posiadających certyfikat Fair Trade Tourism oraz zaprezentuje formy ich działalności.

9.1. Turystyka w kontekście zrównoważonego rozwoju

Wpływ ruchu turystycznego na państwa, środowisko i społeczeństwa stale rośnie, przynosząc zarówno korzyści, jak i negatywne skutki. Dlatego celem pierwszego podrozdziału jest przedstawienie konsekwencji masowej turystyki w kontekście potrzeby zrównoważonego rozwoju.

Dynamiczny rozwój turystyki potwierdzają dane dostarczone przez UN-WTO z 2019 roku, wskazując na osiągnięcie poziomu 1,5 mld międzynarodo-

¹ Patrz rozdział 8.

wych przyjazdów turystycznych, co odpowiada za około 10,4% globalnego PKB i zapewnia zatrudnienie dla ponad 330 mln osób. Dla wielu państw turystyka stanowi jeden z kluczowych sektorów gospodarki, a gospodarki niektórych krajów, na przykład Makau czy Malediwów, opierają się głównie na turystyce, która generuje odpowiednio ponad 50% i 30% ich PKB. Warto zauważyć, że choć Francja, Hiszpania, Stany Zjednoczone i Chiny są liderami pod względem liczby turystów, to jednak ich gospodarki opierają się na innych sektorach, a turystyka stanowi ważny, lecz nie kluczowy element PKB (UNWTO, 2020).

Wzrost zależności gospodarek od turystyki niesie ze sobą zarówno korzyści, jak i ryzyka. Z jednej strony rozwój tego sektora może stymulować wzrost gospodarczy poprzez zwiększenie bezpośrednich przepływów finansowych. Dochody te są generowane głównie z wydatków turystów na usługi turystyczne, w tym zakwaterowanie, wyżywienie, transport i rozrywkę, co stanowi znaczące źródło dochodu dla gospodarek lokalnych i narodowych, bezpośrednio wpływając na zmniejszenie bezrobocia i poprawę warunków życiowych. Ponadto rozwój turystyki stymuluje inwestycje w infrastrukturę, takie jak budowa hoteli, dróg i lotnisk. Dodatkowo dywersyfikacja gospodarki poprzez rozwój sektora turystycznego zmniejsza zależność od tradycyjnych sektorów i czyni gospodarke bardziej odporną na zmiany koniunkturalne i kryzysy. Przyciąganie inwestycji zagranicznych jest również istotną korzyścią ekonomiczną, gdyż dostarcza nowych technologii i standardów obsługi.

Z drugiej strony rozwój turystyki niesie ze sobą szereg negatywnych skutków, które mogą wpływać zarówno na społeczności lokalne, jak i na środowisko naturalne. Nadmierna eksploatacja zasobów naturalnych, takich jak woda i obszary zielone, może prowadzić do ich degradacji i utraty. Obserwuje się to zwłaszcza w miejscach, gdzie turystyka skupia się na obsłudze masowej, przekraczając zdolności absorpcyjne lokalnego środowiska. Na przykład na Balearach czy Wyspach Kanaryjskich odnotowuje się istotne obciążenie lokalnych zasobów wodnych. Nadmierne pobieranie wody może doprowadzić do degradacji środowiska, jak wysychanie lokalnych rzek, obniżenie poziomu wód gruntowych, a nawet długoterminowa zmiana ekosystemów (Foshag, 2020).

Dodatkowo rozwój turystyki może prowadzić do zaniku lokalnych tradycji i kultury, które są zastępowane przez uproszczone, komercyjne warianty lepiej odpowiadające oczekiwaniom turystów, ale jednocześnie zubożające autentyczne dziedzictwo kulturowe regionu i w rezultacie obniżające jego atrakcyjność. Takie zmiany mogą również wpływać na struktury społeczno-ekonomiczne, pogłębiając nierówności poprzez koncentrację dochodów w rękach nielicznych, co z kolei może prowadzić do marginalizacji lokalnych społeczności i wzrostu cen, czyniąc życie droższym dla mieszkańców (Agarwal i in., 2023).

Kluczowym wyzwaniem jest zatem znalezienie równowagi między wykorzystaniem potencjału turystycznego a ochroną i zrównoważonym rozwojem środowiska naturalnego oraz kulturowego. Rozwój turystyki przynosi bowiem korzyści ekonomiczne, ale jednocześnie generuje wyzwania społeczno-środowiskowe. Dlatego kluczowe jest znalezienie równowagi między krótko- i długookresowymi kosztami i korzyściami wynikającymi z rozwoju tego sektora.

9.2. Turystyka Fair Trade

Celem podrozdziału jest przeanalizowanie, w jaki sposób stosowanie zasad Fair Trade zapobiega negatywnym skutkom turystyki, jednocześnie zachowując jej pozytywne aspekty.

Fair Trade najczęściej kojarzone jest z produktami spożywczymi jak kawa, herbata czy banany (Fairtrade Polska, 2019). Jest to trafne skojarzenie, jednak obecnie to nie jedyna płaszczyzna, na której stosuje się zasady Sprawiedliwego Handlu. W kontekście turystyki idea ta odnosi się do podejścia zrównoważonego i etycznego w organizacji i doświadczaniu podróży, mającego na celu zapewnienie sprawiedliwych warunków pracy, godziwych wynagrodzeń oraz równego podziału korzyści z turystyki między wszystkich uczestników tego sektora – od pracowników hoteli, przez przewoźników, aż po lokalnych dostawców atrakcji turystycznych. Takie podejście podkreśla także znaczenie szacunku dla lokalnych praw człowieka, kultury i środowiska, co przekłada się na ochronę dziedzictwa kulturowego i naturalnego odwiedzanych miejsc (Sikora i in., 2023).

W praktyce turystyka Fair Trade dąży do tworzenia nowych modeli turystycznych, które są korzystne zarówno dla podróżnych, jak i dla społeczności lokalnych. Obejmuje to zapewnienie, że turystyka przyczynia się do lokalnego rozwoju ekonomicznego poprzez wspieranie małych przedsiębiorstw i lokalnych inicjatyw, płacenie uczciwych cen za usługi i produkty lokalne oraz inwestowanie w lokalną infrastrukturę i edukację. W ten sposób turystyka Fair Trade stara się przeciwdziałać negatywnym skutkom masowej turystyki, takim jak eksploatacja pracowników, zniszczenie środowiska czy erozja kultury (Niezgoda, 2024). Tego rodzaju forma aktywności może obejmować różnorodne formy podróżowania – od luksusowych pobytów w hotelach, które praktykują zrównoważone zarządzanie, przez ekoturystykę, która bezpośrednio wspiera ochronę środowiska, po kulturowe i edukacyjne wycieczki, które promują głębokie zrozumienie i szacunek dla lokalnych społeczności. Kluczowe jest tu dążenie do bezpośredniej korzyści dla lokalnych mieszkańców oraz aktywne zaangażowanie turystów

w pozytywne doświadczenia, które wzbogacają zarówno ich, jak i społeczności, które odwiedzają (Fair Trade Tourism, b.d.).

Można zatem powiedzieć, że turystyka Fair Trade polega na tworzeniu modeli turystycznych, które przynoszą korzyści zarówno podróżnym, jak i społecznościom lokalnym. Praktyki te wspierają lokalny rozwój ekonomiczny, promują sprawiedliwe warunki pracy i ochronę środowiska.

9.3. Formy zrównoważonego podróżowania

Turystyka Fair Trade to jedna z form nowej turystyki, której popularność wzrasta zarówno wśród konsumentów, jak i właścicieli przedsiębiorstw. Nie jest ona jednak jedyną formą etycznego podróżowania. W ostatnich latach zauważalny jest wzrost tego typu inicjatyw. Przyjmują one różnorodne priorytety, dlatego warto ukazać turystykę zgodną z zasadami Fair Trade na tle innych inicjatyw turystycznych realizujących cele zrównoważonego rozwoju.

Ważne miejsce w ramach zrównoważonej turystyki zajmuje ecotourism, który koncentruje się na ochronie środowiska naturalnego i wspieraniu lokalnych społeczności. Jego głównym celem jest minimalizowanie negatywnego wpływu turystyki na środowisko i przyczynianie się do dobrobytu lokalnych społeczeństw (International Ecotourism Society, b.d.). W odróżnieniu od Fair Trade ekorozwój nie zawsze jednak uwzględnia sprawiedliwość społeczną w zakresie wynagrodzeń pracowników czy uczciwych relacji handlowych.

Responsible tourism to druga stosunkowo nowa forma podróżowania. Odnosi się do minimalizacji negatywnego wpływu turystyki na społeczeństwo i środowisko. Responsible tourism promuje uczciwe relacje z lokalnymi społecznościami i pracownikami oraz wspieranie miejscowych gospodarek (Responsible Travel, b.d.). W porównaniu z Fair Trade skupia się jednak w mniejszym stopniu na konkretnych mechanizmach handlowych i certyfikacji, które gwarantują uczciwe warunki pracy i handlu.

Social tourism to aktywność, która kładzie nacisk na dostępność podróży dla wszystkich grup społecznych i promuje integrację społeczną, podobnie jak Fair Trade. Oba podejścia stawiają na sprawiedliwość społeczną, choć social tourism bardziej skupia się na dostępności i integracji społecznej, a nie na konkretnych aspektach handlowych czy certyfikacjach (International Social Tourism Organization, b.d.).

Sustainable tourism development to kolejna podobna forma turystyki do Fair Trade. Ma na celu minimalizowanie negatywnego wpływu turystyki na środowisko i społeczeństwo. Promuje dobrobyt lokalnych społeczności (World

Tourism Organization, b.d.). Jednak w odróżnieniu od Fair Trade nie skupia się na konkretnych mechanizmach handlowych czy certyfikacjach.

Wszystkie wymienione wyżej formy etycznego podróżowania mają na celu minimalizowanie negatywnego wpływu turystyki na szeroko rozumiane lokalne społeczności, jednak Fair Trade wyróżnia się na ich tle silnym zaangażowaniem w sprawiedliwość społeczną i uczciwe warunki handlowe, których stosowanie potwierdzone jest wypracowaniem pewnych wspólnych standardów oraz certyfikacją.

9.4. Certyfikat Fair Trade

Ruch Fair Trade oferuje jeden oficjalny certyfikat przeznaczony dla sektora turystycznego, Fair Trade Tourism Certification. Dlatego w celu zrozumienia, w jaki sposób wdrożenie zasad Sprawiedliwego Handlu do branży turystycznej może mieć pozytywne skutki dla lokalnej społeczności, w niniejszym podrozdziale dokonana zostanie analiza procesu certyfikacyjnego.

Certyfikat Fair Trade Tourism, którego logo przedstawiono na rysunku 9.1, jest nadawany przez organizację Fair Trade Tourism (FTT). Jest to organizacja non profit, która odgrywa kluczową rolę w promowaniu zasad Fair Trade oraz odpowiedzialnej turystyki. Powstała jako projekt pod egidą Międzynarodowej Unii Ochrony Przyrody (IUCN) w Republice Południowej Afryki w 2001 roku, a w 2004 roku stała się niezależną jednostką. Jej założenie wynikało z inicjatywy będącej częścią szeroko zakrojonego ruchu na rzecz zrównoważonego rozwoju i ochrony środowiska. Celem FTT jest wspieranie sektora turystycznego poprzez trzy podstawowe działania takie jak wspomaganie uczciwego handlu, ochrona środowiska oraz wspieranie lokalnych społeczności. Natomiast do głównych założeń należy promowanie turystyki szanującej lokalną kulturę, prawa człowieka oraz lokalne społeczności (wszystkie założenia przedstawione są w tabeli 9.1).



Rysunek 9.1. Logo organizacji Fair Trade Tourism

Źródło: (Fair Trade Tourism, b.d.).

Mechanizm certyfikacji sprawdza zgodność sposobów funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych, takich jak restauracje, hotele i obiekty noclegowe czy biura podróży, z określonymi standardami dotyczącymi ochrony środowiska, sprawiedliwości społecznej oraz wsparcia społeczności lokalnych. Aby uzyskać certyfikat, przedsiębiorstwo musi spełnić szereg warunków, w tym minimalizację wpływu na środowisko, na przykład poprzez redukcję zużycia wody, recykling odpadów oraz ograniczenie emisji dwutlenku węgla. Wymagane jest również zapewnienie uczciwych warunków pracy zgodnie z prawem lokalnym i międzynarodowym, promowanie równości płci oraz ochrona praw pracowników. Ponadto przedsiębiorstwa są zobowiązane do wspierania lokalnej gospodarki, na przykład dzięki korzystaniu z usług i produktów lokalnych dostawców.

Proces certyfikacji zaczyna się od złożenia aplikacji, po czym następuje audyt przedsiębiorstwa, przeprowadzany przez niezależnych audytorów. Weryfikacja analizuje zgodność działalności ze standardami Fair Trade Tourism i może zawierać rekomendacje działań naprawczych. Jeśli firma spełni kryteria, otrzymuje certyfikat zgodności z najlepszymi praktykami w zakresie odpowiedzialnej turystyki, ważny przez trzy lata. Po tym okresie należy przejść kolejną ocenę, aby odnowić certyfikację. Certyfikat podnosi prestiż przedsiębiorstwa i zapewnia konsumentów, że wspierają turystykę szanującą społeczności lokalne i środowisko naturalne. FTT promuje długotrwałe pozytywne zmiany w branży turystycznej, zachęcając do ciągłego doskonalenia i adaptacji do wyzwań zrównoważonego rozwoju (Fair Trade Tourism, b.d.).

Tabela 9.1. Główne założenia certyfikatu FTT

Fair Trade Tourism Certification
Świadczenie niezawodnych i spójnych usług turystycznych, z zapewnieniem bezpieczeństwa i ochrony zarówno dla gospodarzy, jak i gości.
Szacunek dla praw człowieka, lokalnej kultury i tradycyjnych lokalnych społeczności.
Umożliwienie wszystkim uczestnikom udziału w decyzjach w odniesieniu do działalności, która ich dotyczy.
Dążenie do zrównoważonego rozwoju poprzez odpowiedzialne wykorzystanie zasobów, wsparcie dla lokalnych przedsiębiorców oraz wspieranie lokalnych mieszkańców poprzez lokalne zakupy i zatrudnienie.
Zapewnienie uczciwego podziału dochodów między wszystkich uczestników działalności turystycznej.
Ustanowienie mechanizmów odpowiedzialności, takich jak jasno określone prawa własności, dostęp do informacji dla pracowników i uczestników oraz przejrzystość w dzieleniu się zyskami, korzyściami i stratami.

Źródło: na podstawie (Fair Trade Tourism, b.d.).

W 2012 roku standard certyfikacji wypracowany przez FTT został uznany przez Globalną Radę Turystyki Zrównoważonej (GSTC), co stanowiło przełomowe osiągnięcie i potwierdzenie globalnego uznania dla wysiłków organizacji w promowaniu zrównoważonej turystyki. Mimo występujących barier finansowych Fair Trade Tourism kontynuuje zaangażowanie w stosowanie najlepszych praktyk w dziedzinie certyfikacji turystyki zrównoważonej. Działania te obejmują przeprowadzanie niezależnych audytów oraz okresowe przeglądy standardów, aby zapewnić ich aktualność, zgodność z najlepszymi praktykami oraz adekwatność do ciągle zmieniających się priorytetów zrównoważonego rozwoju (Global Sustainable Tourism Council, 2013).

Podsumowując, można zatem stwierdzić, że certyfikat Fair Trade Tourism odgrywa kluczową rolę w zapewnieniu transparentności i wiarygodności praktyk turystycznych. Certyfikat ten nie tylko buduje zaufanie wśród konsumentów, lecz także motywuje firmy do utrzymywania wysokich standardów zrównoważonego rozwoju.

9.5. Fair Trade Tourism w praktyce

Fair Trade Tourism oferuje szereg korzyści, jednak przedsiębiorstwa certyfikowane w tym systemie napotykają również istotne wyzwania, którym muszą sprostać. Dlatego celem niniejszego podrozdziału jest ich identyfikacja i analiza.

Wdrażanie zasad Fair Trade w sektorze turystycznym ma znaczący wpływ na rozwój społeczno-gospodarczy oraz ochronę środowiska w regionach turystycznych, jako że reprezentują one podejście mniej ekspansywne i inwazyjne niż tradycyjne formy turystyki. Uczestnictwo w takiej koncepcji podróży oferuje lokalnym społecznościom potencjalne korzyści w postaci zwiększenia dochodów i poprawy warunków życiowych, o czym była mowa w poprzednim podrozdziale. Wprowadzenie i stosowanie zasad Fair Trade wiąże się jednak z wieloma wyzwaniami. Jednym z nich jest potrzeba zapewnienia ciągłej edukacji i podnoszenia świadomości wśród dostawców usług turystycznych oraz turystów. Jest to związane z przewyciężeniem barier łączących się ze zwiększonymi kosztami, które mogą pojawiać się po stronie usługodawców, jak również niechęci konsumentów do płacenia wyższych cen za usługi certyfikowane jako Fair Trade. Dla producentów i właścicieli obiektów turystycznych kluczowe jest udowodnienie, że istnieje zapotrzebowanie na produkty i usługi Fair Trade oraz że konsumenci są gotowi zapłacić wyższą cenę za autentyczność i etyczne podejście. Wyzwanie to wiąże się również z koniecznością utrzymania transparentności i wiarygodności systemów certyfikacji, co jest kluczowe dla budowania zaufania wśród konsumentów i zapewnienia długoterminowej skuteczności modelu.

Transparentność pozwala konsumentom na pełne zrozumienie, w jaki sposób certyfikaty są przyznawane i jakie standardy muszą być spełnione, co zwiększa ich pewność odnośnie do autentyczności i rzetelności certyfikowanych produktów i usług. Wiarygodność natomiast zapewnia, że certyfikaty są oparte na rzeczywistych, niezależnych ocenach, co wzmacnia zaufanie do całego systemu certyfikacji i motywuje firmy do utrzymywania wysokich standardów zrównoważonego rozwoju.

Kolejnym wyzwaniem dla hoteli certyfikowanych przez FTT jest zmniejszenie zużycia wody oraz generowania odpadów. Oznacza to ograniczenie korzystania z zasobów wodnych, takich jak baseny i atrakcje wodne, a także zmniejszenie częstotliwości wymiany ręczników oraz pościeli używanej przez gości. Ponadto obiekty te muszą ograniczyć zużycie materiałów jednorazowych, takich jak plastik i papier, co wiąże się z wprowadzeniem kubków wielorazowego użycia oraz eliminacją plastikowych słomek. Działania te mogą być postrzegane jako obniżenie komfortu przez niektórych turystów, dlatego konieczna jest dodatkowa edukacja, która jasno przedstawia korzyści płynące z tych inicjatyw (Grapentin i Ayikoru, 2019).

Przedsiębiorstwa posiadające certyfikat Fair Trade Tourism oprócz odnoszonych korzyści muszą stawić czoła wyzwaniom, takim jak między innymi wzrost kosztów operacyjnych oraz – w przypadku branży hotelarskiej – potencjalne obniżenie atrakcyjności oferty. Ponadto sama organizacja certyfikująca mierzy się z wyzwaniem utrzymania wysokiego poziomu transparentności i standardów, aby zachować swoją wiarygodność i zaufanie.

9.6. Case study

W obliczu powyższych rozważań istotne wydaje się ukazanie, jak konkretne firmy, które skutecznie wdrożyły zasady Fair Trade w swojej działalności turystycznej, radzą sobie ze związanymi z tym wyzwaniami i jakie korzyści wynikają z implementacji zasad Sprawiedliwego Handlu.

Ciekawy przykład stanowi firma Tailormade Africa, certyfikowany operator turystyczny Fair Trade Tourism z czterdziestoletnim doświadczeniem w Afryce. Firma specjalizuje się w organizacji safari oraz zapewnianiu zakwaterowania w akredytowanych obozowiskach. Koncentrując się na etycznych praktykach biznesowych, dąży do przynoszenia korzyści przez turystykę zarówno środowisku, jak i lokalnym społecznościom. Angażuje się również w projekty wspierające ochronę dziedzictwa naturalnego i kulturowego, oferując podróżnym unikatowe doświadczenia bliskie naturze i kulturze. Jej działalność rozciąga się na różne kraje Afryki, gdzie współpracuje z lokalnymi przedsiębiorstwami

i społecznościami, aby zapewnić sprawiedliwy podział dochodów i wspomaga lokalny rozwój.

Tailormade zapewnia, że wszystkie wspierane przez nią miejsca docelowe są bezpieczne i posiadają programy wsparcia społeczności i ochrony przyrody. Niektóre z tych programów wykraczają poza standardy, aby działać w sposób zrównoważony i mieć pozytywny wpływ na otaczające środowisko, niezależnie od tego, czy jest to środowisko ekologiczne, czy społeczne. Jako członek Fair Trade Tourism firma zobowiązuje się do promowania uczciwych płac i warunków pracy, uczciwych zakupów i operacji, sprawiedliwego podziału korzyści oraz poszanowania praw człowieka, kultury i środowiska. Firma rozwija się jako jedno z czołowych biur podróży specjalizujących się w luksusowych, spersonalizowanych safari w Afryce (Tailormade Africa, b.d.).

Kolejnym przykładem certyfikowanej firmy Fair Trade Tourism jest hotel Ghost Mountain Inn. Położony jest w malowniczej miejscowości Mkuze, w prowincji KwaZulu-Natal, w Republice Południowej Afryki, otoczony przyrodą, między innymi Górami Duchów (Ghost Mountains). Znany z wysokiej jakości usług i doskonałej obsługi, Ghost Mountain Inn oferuje swoim gościom komfortowe pokoje oraz bogate zaplecze rekreacyjne jako przodujący hotel w regionie Zululand. Wśród udogodnień są basen, centrum odnowy biologicznej, siłownia oraz restauracja. Hotel znajduje się w sąsiedztwie Parku Narodowego Hluhluwe Imfolozi czy rezerwatu przyrody Phinda Private Game Reserve.

Jednak to nie tylko wyjątkowy komfort sprawia, że Ghost Mountain Inn wyróżnia się spośród okolicznych obiektów. Ghost Mountain Inn w Mkuze wyznacza standardy w dziedzinie turystyki opartej na zasadach Fair Trade, promując uczciwy handel oraz poszanowanie lokalnej społeczności i środowiska naturalnego. Poza wypłacaniem sprawiedliwych wynagrodzeń pracownikom hotel dba o lokalną kulturę i dziedzictwo poprzez promowanie sztuki, rzemiosła i tradycji kulturowych. Współpraca z lokalnymi rzemieślnikami i artystami umożliwia gościom zapoznanie się z prawdziwymi lokalnymi produktami przez promocję tego jako swej przewagi konkurencyjnej. Ghost Mountain Inn podejmuje działania mające na celu minimalizację wpływu na środowisko naturalne. Praktyki ekologiczne, takie jak ograniczenie zużycia wody i energii, segregacja odpadów oraz wspieranie lokalnych inicjatyw ekologicznych, są integralną częścią funkcjonowania hotelu. Wyjątkową kwestią jest również korzystanie z lokalnych dostawców i produktów, co wspiera lokalną gospodarkę (Ghost Mountain Inn, b.d.).

Następną firmą, która posiada certyfikat FTT, jest Bartholomeus Klip Farmhouse. Znajdujące się w sercu Republiki Południowej Afryki gospodarstwo agroturystyczne stanowi przykład zaangażowania w uczciwy handel oraz wspieranie lokalnej społeczności i środowiska. Obiekt rozwija się jako luksusowy ośrodek

turystyczny, oferując swoim gościom zakwaterowanie w pokojach i apartamentach na najwyższym poziomie. W restauracji gospodarstwa serwowane są tradycyjne dania lokalnej kuchni. Ponadto obiekt zapewnia takie atrakcje jak spacery po terenach gospodarstwa, aktywności rolnicze, a także spa. Organizowane są również różnorodne wydarzenia kulturalne, które pozwalają gościom na bliższe poznanie lokalnej kultury i tradycji. Praktyki Fair Trade są tutaj nieodłączną częścią każdego aspektu funkcjonowania obiektu. W kontekście działalności rolniczej Bartholomeus Klip Farmhouse kładzie szczególny nacisk na poszanowanie środowiska naturalnego, dążąc do minimalizacji negatywnego wpływu na ekosystemy. Praktyki te obejmują zarówno uprawę, która dostarcza świeże produkty do hotelowej kuchni, jak i edukację gości oraz lokalnych społeczności na temat ekologicznej uprawy oraz zrównoważonego rolnictwa. Dodatkowo obiekt aktywnie angażuje się w życie regionu, organizując różnorodne wydarzenia promujące lokalne produkty i tradycje. Poprzez organizację festiwali, targów rzemieślniczych czy wydarzeń artystycznych Bartholomeus Klip Farmhouse nie tylko wspiera lokalnych producentów, lecz także integruje społeczność lokalną i zachęca do zachowania oraz promocji miejscowej kultury. Hotel jest znany ze swojej transparentności działań, między innymi dzięki oferowaniu stabilnego i dobrze płatnego zatrudnienia (Bartholomeus Klip Farmhouse, b.d.).

Przykłady powyższych firm ilustrują, jak różnego rodzaju przedsiębiorstwa turystyczne mogą implementować zasady Fair Trade Tourism. Wspólne cechy, takie jak wsparcie lokalnych społeczności, transparentność działań oraz zrównoważony rozwój, przyczyniają się do budowania zaufania pomiędzy podmiotami gospodarczymi oraz długoterminowej efektywności. Budowanie przewagi konkurencyjnej w aspektach społecznych (na przykład promowanie lokalnej kultury) i środowiskowych nie tylko zwiększa atrakcyjność omawianych przedsiębiorstw, ale ułatwia również przeciwdziałanie wyzwaniom związanym ze zwiększonymi kosztami zrównoważonej turystyki. Jednocześnie wymienione przykłady ukazują szeroki zakres działalności objętej certyfikacją Fair Trade, wskazując, że zarówno małe, lokalne firmy, jak i wieloplacówkowe przedsiębiorstwa dążą do uzyskania certyfikatu.

Podsumowanie

Celem niniejszego rozdziału było rozpoznanie, w jaki sposób wdrożenie zasad Sprawiedliwego Handlu (Fair Trade) do branży turystycznej może mieć pozytywne skutki zarówno dla lokalnej społeczności, jak i dla turystów. Przeprowadzona analiza wykazała, że turystyka zgodna z zasadami Fair Trade wspiera rozwój lokalnych społeczności poprzez zapewnienie uczciwych cen za usługi i produkty,

tworzenie miejsc pracy z godziwym wynagrodzeniem oraz wspieranie lokalnych inicjatyw. Ponadto praktyki te minimalizują negatywny wpływ turystyki na środowisko, jednocześnie wspierając ochronę dziedzictwa kulturowego, co stanowi z kolei dużą wartość dla turystów.

Jednym z największych wyzwań, przed którymi staje Fair Trade, jest potrzeba ciągłej edukacji oraz podnoszenia świadomości wśród dostawców usług turystycznych i turystów. To właśnie ten czynnik ma decydujący wpływ na zainteresowanie korzystaniem z usług certyfikowanych przez Fair Trade Tourism, które często są droższe, a w przypadku hoteli mogą wiązać się z pewnymi ograniczeniami komfortu. Dlatego organizacja ta podejmuje liczne inicjatywy edukacyjne, aby promować wśród turystów i dostawców usług turystycznych korzyści wynikające z wdrażania zasad Sprawiedliwego Handlu.

Odpoczynek nie powinien odbywać się kosztem społeczności lokalnych oraz środowiska naturalnego. Dlatego warto rozważnie wybierać miejsce i formę wypoczynku, aby w żaden sposób nie wpływały negatywnie na odwiedzany region. Ma to przecież znaczenie nie tylko dla lokalnej społeczności, lecz także w dłuższym okresie dla turystów, którzy nie chcą stracić atrakcyjnych środowiskowo i kulturowo miejsc wypoczynku.

Bibliografia

- Agarwal, S., Isha, T., Lrappa, T. V., Akaremsetty, S. i Shekhar, C. (2023). The impact of tourism on local communities: A literature review of socio-economic factors. *Journal of Harbin Engineering University*, 44(8), 1851–1859. Bartholomeus Klip Farmhouse. (b.d.). <https://www.bartholomeusklip.com/>
- Fair Trade Tourism. (b.d.). <https://www.fairtradetourism.org/>
- Fairtrade Polska. (2019). *Rozpoznawalność znaku Fairtrade*. <https://www.fairtrade.org.pl/wp-content/uploads/2019/04/Rozpoznawalnosc-znaku-Fairtrade-final-screen.pdf>
- Ghost Mountain Inn. (b.d.). <https://www.ghostmountaininn.co.za/>
- Global Sustainable Tourism Council. (2013). *Fair Trade in tourism South Africa (FTTSA) achieves 'recognized' Global Sustainable Tourism Council status*. <https://www.gstcouncil.org/fair-trade-in-tourism-south-africa-ftsaachieves-recognized-global-sustainable-tourism-council-status/>
- Grapentin, S. i Ayikoru, M. (2019). Destination assessment and certification: Challenges and opportunities. *Sustainability*, 11(13), 3691. <https://doi.org/10.3390/su11133691>
- International Ecotourism Society. (b.d.). <https://ecotourism.org/>
- International Social Tourism Organization. (b.d.). <https://www.isto.international/>
- Niezgoda, A. (2024). *Turystyka zrównoważona. Trendy, dyfuzja, ewaluacja*. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.
- Responsible Travel. (b.d.). https://www.responsibletravel.com/?gad_source=1&gclid=CjwKCA-iArLyuBhA7EiwA-qo80EetYPQ4k94aVhYr3zwtzrbTFudOKQH3RGvKcUjbLHg_IE2fN1Y-MBoCk5cQAvD_BwE

- Sikora, J., Kaczocha, W. i Wartecka-Ważyńska, A. (2023). Turystyka odpowiedzialna etycznie. Propozycja ujęcia systemowego. *Studia Periegetica*, 40(4), 55–70. <https://doi.org/10.58683/01.3001.0016.1970>
- Tailormade Africa. (b.d.). <https://www.tailormadeafrica.com/>
- UNWTO. (2020). *International tourism growth continues to outpace the global economy*. World Tourism Organization. <https://www.unwto.org>
- World Tourism Organization. (b.d.). <https://www.unwto.org/>
- World Tourism Organization. (1995). *Terminologia turystyczna. Zalecenia WTO*. Organizacja Narodów Zjednoczonych, Instytut Turystyki.