

## TURYSTYKA I HANDEL PRZYGRANICZNY – PRZYKŁAD WSCHODNIEGO POGRANICZA POLSKI

*Agnieszka Brzosko-Sermak*

### Tourism and trade in borderlands – an example of Polish eastern borderland

*Abstract:* The main objective of the paper is to present Polish eastern border problems in a particular geopolitical context including efforts such as shopping tourism, which helps overcome border problems and associated limitations. National borders serve as a factor of separation between different political and institutional systems, but on the other hand, borders can be a source of contact between different groups of people or different societies. It is important to understand the nature and various types and functions of borders and the related factors that make nearby regions special destinations for tourists. National borders may prove highly valuable to local autonomy as well as tourism planning and destination marketing organizations making border area economics less prone to recession. The paper describes the main motivations for borderland tourism – that is shopping – giving many different reasons to travel across national borders. Shopping tourism close to Poland's eastern border is characterized via an analysis of commercial endeavors, the frequency of border crossings, as well as the structure and average costs. National border area tourism plays an important role in local economies, making them more prosperous and/or enlarging the black market zone. The European Union's Schengen eastern border is a special example of the occurrence of these problems. This borderland faces serious economic and demographic problems due to the political function of the eastern border as a strong barrier to development. In this situation, it is important to examine relevant trends and observe if tourism is one of the ways for local area residents to deal with economic stagnation.

*Keywords:* border, borderland, shopping tourism, trade, transborder cooperation, Eastern Poland

*Zarys treści:* Głównym celem artykułu było przedstawienie zjawiska turystyki zakupowej w obrębie wschodniego pogranicza Polski na tle problemów rozwojowych regionu. Turystyka i handel przygraniczny są jednym z pomysłów na przezwycięzenie problemów peryferyjności i słabego rozwoju społeczno-gospodarczego analizowanego obszaru. Przedstawiono czynniki wpływające na zakupy jako motywację do podróżowania. Turystykę zakupową w pobliżu wschodniej granicy Polski scharakteryzowano na podstawie analizy celów handlowych, częstotliwości przekraczania granic oraz struktury i średniej wysokości poniesionych wydatków.

*Słowa kluczowe:* granica, pogranicze, turystyka zakupowa, handel, współpraca transgraniczna, Polska wschodnia

## Wstęp

Granice państwowe, przez swoje funkcje są często silną barierą dla przepływu ludzi, pieniędzy, usług i informacji. Wynika to przede wszystkim z ich ochrony związanej z utrzymaniem obronności kraju. Po spełnieniu pewnych uwarunkowań politycznych mogą jednak stać się strefą kontaktów o charakterze transgranicznym, również tych związanych z turystyką zakupową. Dodatkowym katalizatorem takich działań w obrębie pograniczy może być ustanawianie uprzywilejowanych regulacji handlowych, związanych z cłami i akcyzą (Walters 2006). Granica państwa silnie oddziałuje na historyczne, gospodarcze, polityczne i społeczne uwarunkowania, które wpływają na zmiany w rozwoju jej najbliższej okolicy. Naukowcy badają obszary przygraniczne pod kątem lokalnej jakości życia, poziomu życia, infrastruktury dla rozwoju społecznego i kulturowego (zaspokajającej potrzeby socjalne, oświatowe i kulturalne ludności), infrastruktury dla rozwoju przemysłu (Knox, Marston 1998), handlu oraz turystyki. Te dwie ostatnie mają istotny wpływ na lokalny rozwój regionów przygranicznych. Turystyka jest bardzo dynamicznie rozwijającą się branżą gospodarki na świecie, jej ogólne znaczenie gospodarcze przewyższają jedynie przemysł związany z wydobywaniem i przetwarzaniem ropy naftowej oraz przemysł motoryzacyjny (Aubert 2002). Ten szybki wzrost turystyki międzynarodowej zawdzięczamy między innymi poprawie warunków ruchu i wprowadzeniu modelu państwa opiekuńczego w krajach Europy Zachodniej po II wojnie światowej (Kozma 2005). Turystyka może być jednym z pomysłów na lokalny rozwój gospodarczy i współpracę transgraniczną na pograniczu, odsuwając ryzyko recesji, zwłaszcza w pobliżu zewnętrznej granicy UE i Strefy Schengen. W strefach przygranicznych można zaobserwować kilka rodzajów turystyki; najbardziej charakterystyczna jest turystyka zakupowa, znana również jako zakupy transgraniczne (Tömöri 2010). Inne typy związane są z atrakcjami przyrodniczymi i kulturowymi lub też z tranzytem, który odbywa się w strefie przygranicznej. Handel w strefie przygranicznej rozwija się w określonych uwarunkowaniach ekonomicznych i społecznych. Badacze określili kilka z nich, na

przykład dogodne kursy wymiany walut, różnice podatkowe, wydajność kanałów dystrybucji, asortyment towarów, elastyczne godziny zakupów (Timothy 2001). Dodatkowo dokonywanie zakupów za granicą może być również rozpatrywane w kategoriach mody, przyjemności czy rozrywki (Timothy, Butler 1995). Przykładem obszarów, gdzie turystyka zakupowa wywarła istotny wpływ na lokalną gospodarkę pograniczy, mogą być między innymi granice między Stanami Zjednoczonymi i Kanadą czy Stanami Zjednoczonymi i Meksykiem.

## Problematyka granic

Granice państwowe rozumiane są jako linie graniczne oddzielające podmioty polityczne, przede wszystkim takie jak państwa. Mogą one wspierać tworzenie różnego rodzaju stref buforowych, przejściowych i specjalnych pod względem politycznym czy ekonomicznym. Granice są kompleksowo rozumiane jako miejsca, w obrębie których i dzięki którym dochodzi do komunikacji między różnymi systemami społeczno-gospodarczo-przestrzennymi (Brzosko-Sermak 2007).

Pogranicze jest to obszar znajdujący się w niewielkiej odległości od granicy państwa, którego rozwój pozostaje pod silnym wpływem pobliskiej granicy. Tego rodzaju strefa ma silnie ograniczony obszar oddziaływania (Brzosko-Sermak 2013), gdyż granice państw w sztuczny sposób dzielą przestrzennie regiony komplementarne, ograniczając ich rozwój (Hansen 2001).

Charakter granicy wpływa również na funkcje otaczających ją obszarów. Z jednej strony może ona odgrywać rolę czynnika oddzielającego różne systemy polityczno-instytucjonalne, ale z drugiej strony, przez współpracę transgraniczną, może być źródłem kontaktu (Ratti 1996; Jerczyński 2002). Przewaga któregoś z wymienionych czynników zależy od uwarunkowań historycznych. W szczególności jest wynikiem postmodernistycznych zmian, które obejmują globalizację i umiędzynarodowienie rynku i polityki, a także tworzenie międzynarodowych systemów politycznych oraz zwiększenie roli regionów i podsystemów terytorialnych państw (Crook i in. 1992). Tworzenie regionów transgranicznych oraz zwiększenie współpracy stref peryferyjnych jest z tym związane. Funkcja granicy państwowej jako bariery lub łącza zależy od jej przepuszczalności i realizacji korzyści z ewentualnego sąsiedztwa w odniesieniu do kontaktów i powiązań gospodarczych (Chojnicki 1999). Turystyka, zwłaszcza w regionach przygranicznych, w coraz większym stopniu wymaga współpracy transgranicznej (Greer 2002; Timothy 2001), aby utrzymać konkurencyjność regionów przygranicznych (Wachowiak 2006).

Biorąc pod uwagę granice pod względem efektów, można wyróżnić trzy typy: granice jako bariery, granice filtry i granice jako strefy kontaktów (Ratti 1996). Pierwszy z nich może mieć największy wpływ na otoczenie. Pogranicza tego rodzaju granicy

mają najtrudniejszą drogę rozwoju i wzrostu gospodarczego. Ostatni typ, granice jako strefy kontaktów, daje szansę rozwoju podobną do obszarów nieperyferyjnych. Granice filtry mogą mieć różny wpływ na rozwój. W dużym stopniu zależy to od siły i słabości gospodarki każdego regionu (Brzosko-Sermak 2007, 2013).

W obrębie strefy Schengen nie ma żadnych ograniczeń podróżowania dla obywateli Unii Europejskiej, zminimalizowane zostały również procedury wizowe i imigracyjne. Dzięki temu oraz w wyniku zacieśniania współpracy transgranicznej wiele obszarów pogranicznych stworzyło Europę regionów (Wachowiak 2006) współpracujących ponad podziałami administracyjnymi. Odwrotna sytuacja występuje na wschodniej granicy UE/Schengen, która jest silną barierą dla osób, towarów i usług, pozostawiając pogranicza w znacznym kryzysie gospodarczym. Wiele obszarów pogranicznych w Europie silnie rozwija się dzięki turystyce, z wykorzystaniem programów europejskich, takich jak Envireg, Interreg i Leader (Leimgruber 1998; Timothy 2001), mających na celu wspieranie transgranicznego rozwoju regionalnego i dobrobytu gospodarczego. Programy te wspierały tworzenie euroregionów, które angażują się w zdecydowaną i aktywną współpracę transgraniczną na poziomach społecznym, gospodarczym, politycznym, prawnym i rekreacyjnym (Wachowiak 2006) i pozostają podstawowym narzędziem do osiągnięcia gospodarczej i społecznej spójności w Europie.

## Zakres przestrzenny opracowania, materiały i metody badań

Obszar badań obejmował wschodnie pogranicze Polski rozumiane, za Głównym Urzędem Statystycznym, jako gminy przygraniczne położone w sąsiedztwie wschodniej granicy Polski w obrębie województw: warmińsko-mazurskiego, podlaskiego, lubelskiego i podkarpackiego. Strefa przygraniczna pojmowana jest zgodnie z definicją zawartą w załączniku do Rozporządzenia (WE) nr 1342/2011 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 13 grudnia 2011 roku<sup>1</sup> oraz z uwzględnieniem umów o zasadach małego ruchu granicznego zawartych między rządem Rzeczypospolitej Polskiej a Gabinetem Ministrów Ukrainy (wejście w życie 1 lipca 2009 roku), Rządem Republiki Białorusi (podpisanej 12 lutego 2010 roku), Rządem Federacji Rosyjskiej (wejście w życie 27 lipca 2012 roku). W związku z tym za strefę przygraniczną przyjęto tereny, które nie są położone dalej niż 30 km od granicy. Analizy

<sup>1</sup> Rozporządzenie (WE) nr 1342/2011 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 13 grudnia 2011 r. w sprawie zmiany rozporządzenia (WE) nr 1931/2006 roku w odniesieniu do włączenia obwodu kaliningradzkiego i niektórych powiatów polskich do obszaru uznawanego za strefę przygraniczną (Dz.Urz. UE nr L 347 z dnia 30 grudnia 2011 roku). Rozporządzenie (WE) nr 1931/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 grudnia 2006 roku ustanawiające przepisy dotyczące małego ruchu granicznego na zewnętrznych granicach lądowych państw członkowskich i zmieniające postanowienia Konwencji z Schengen (Dz.Urz. UE nr L 405 z dnia 30 grudnia 2006 roku, z późn. zm.).

GUS dotyczące turystyki obejmowały szerszą strefę (zwłaszcza w województwie warmińsko-mazurskim), co było wynikiem przyjętej metodologii badań.

Dane empiryczne, jakimi posłużono się podczas przygotowywania niniejszej pracy, obejmowały opracowania GUS dotyczące obrotu towarów i usług w ruchu granicznym, turystyki oraz ruchu granicznego na wschodnim pograniczu Polski. Szczegółowo korzystano z danych dotyczących: wydatków cudzoziemców w Polsce oraz Polaków za granicą, poniesionych na zakup towarów, oraz pozostałych wydatków (obroty nierejestrowane na zgłoszeniach celnych); odległości od granicy miejsca zamieszkania oraz miejsca dokonania zakupów; częstotliwości przekraczania granicy, celu i długości pobytu oraz kraju zamieszkania (w przypadku cudzoziemców) i kraju pobytu (w przypadku Polaków). Zakres czasowy powyższych danych obejmuje okres 2010–2014.

Źródłem pozyskiwanych danych w badaniu obrotów towarów i usług w ruchu granicznym były ankiety przeprowadzane bezpośrednio na przejściach granicznych wytypowanych do badania oraz dane wtórnie dotyczące ruchu granicznego, jak również uzupełniające informacje Straży Granicznej. Zastosowano dwustopniowy schemat losowania elementów do próby, w pierwszej kolejności losowane były dni (przedziały czasu) poddawane badaniu, a następnie osoby (Polacy i cudzoziemcy) przekraczające granice. W każdym wylosowanym dniu ankietyzacja prowadzona była jednocześnie na wszystkich przejściach granicznych objętych badaniem.

## Turystyka i handel na wschodnim pograniczu Polski

Rozwój transgranicznych działań turystycznych i promowania atrakcji turystycznych nakłada szereg wyzwań związanych z metodami zarządzania, systemami wartości i postrzegania kultury po obu stronach granicy. Takie problemy można przezwyciężyć jedynie przez angażowanie się w planowanie i współpracę wspólnego, transgranicznego rozwoju. Coraz częściej granice zmieniają się od bycia barierami do przekształcenia w linie kontaktu (Wachowiak 2006) właśnie dzięki inicjatywom o charakterze turystycznym.

Jednym z rodzajów turystyki na pograniczu jest turystyka zakupowa.

*W świecie zachodnim zakupy za granicą przez dziesięciolecia związane były z wolnością podróżowania i przyjemnością handlu, podczas gdy zjawisko turystyki zakupowej dla osób mieszkających po wschodniej stronie żelaznej kurtyny ograniczało się do przemytu niedostępnych towarów przez ściśle kontrolowane granice. W związku z tym, doświadczenie zakupów i podróżowania przez granice bez żadnych ograniczeń jest stosunkowo nowym zjawiskiem dla społeczeństw w Europie Środkowej i Wschodniej (Tömöri 2010, s. 203).*

Literatura międzynarodowa opisuje zjawisko turystyki zakupowej na kilka różnych sposobów: w modelach ekonomii regionów przygranicznych (Di Matteo 1999), w badaniach analizujących różnice w opodatkowaniu i administracji publicznej (Lucas 2004), w pracach koncentrujących się na marketingu (Christiansen i Snepenger 2002) czy też na sprzedaży detalicznej (Ilbery, Maye 2006) lub w badaniach prowadzonych w ramach samej turystyki (Timothy, Butler 1995).

Timothy (2005) opisuje główne czynniki, które wpływają na zakupy, jako motywację do podróży (tab.1). Jednym z nich jest towar, gdzie uwaga turystów koncentruje się na szukaniu konkretnych przedmiotów, pamiątek i rękodzieła oraz na sklepach wolnocłowych. Konkurencyjne ceny są jednak silną motywacją do podróżowania za granicę, mają na to wpływ zwłaszcza wysokie ceny w kraju i niskie ceny za pobliską granicą. Turyści zazwyczaj wybierają niedrogie miejsca turystyczne i dokonują tzw. „polowania na przeceny/dobry utarg”. Samo miejsce jest z reguły bardzo ważną motywacją do podróży. Ludzie są przyciągani przez popularne miejsca występowania konkretnego produktu lub przez popularne miejsca znanych sklepów, centrów handlowych i stref bądź ośrodków. Także festiwale i imprezy mogą odegrać podobną rolę (Timothy 2005).

Przykładem pogranicza, które boryka się z dużymi problemami gospodarczymi – a turystyka może być jednym z rozwiązań tego problemu – jest zewnętrzna granica UE i strefy Schengen. Duża część tej granicy stanowi wschodnią granicę Polski o rozciągłości 1163 km. Najdłuższa część to granica polsko-ukraińska (535 km), nieco krótsza – polsko-białoruska (418 km), a najkrótsza – granica polsko-rosyjska (210 km). Wschodnie pogranicze Polski obejmuje prawie 14% obszaru Polski z 3 mln 400 tys. mieszkańców (8,7% ludności polskiej) (GUS 2012b). Badania, które zostały przeprowadzone przez GUS w tym regionie w latach 2010–2013, pokazują,

Tab. 1. Czynniki wpływające na zakupy jako motywację do podróżowania  
Table 1. Factors influencing shopping as a motivation for travel

Towar Merchandise	Kierunek Destination	Ceny Prices
<ul style="list-style-type: none"> <li>– poszukiwanie specyficznych produktów</li> <li>– pamiątki / rękodzieło</li> <li>– towary wolnocłowe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– popularne miejsca dla specyficznych produktów</li> <li>– popularne miejsca, takie jak znane obszary handlowe</li> <li>– festiwale i wydarzenia</li> <li>– znane centra handlowe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– wysokie ceny w rodzinnym kraju, niskie za granicą</li> <li>– polowania na przeceny / dobry utarg</li> <li>– niedrogie obszary handlowe</li> </ul>

Źródło: Dallen 2005.

Source: Dallen 2005.



że większość cudzoziemców i Polaków dokonywała zakupów w odległości do 50 km od granicy państwa, ale najbardziej intensywne zjawisko odnotowano w promieniu do 30 km (GUS 2010, 2011a, 2011b, 2012a, 2013a, 2013c). Wydatki przekraczających zewnętrzną granicę UE w obrębie wschodniego pogranicza Polski w latach 2010–2013 systematycznie wzrastały (tab. 2). Cudzoziemcy na przestrzeni analizowanych lat zwiększyli sumę wydatków o 215%, a Polacy o 152%.

Prawie 80% cudzoziemców przekroczyło wschodnią granicę Polski w 2010 roku, ze względu na cele handlowe (ryc. 1A). Tranzyt i turystykę zadeklarowało po 5% przekraczających granicę, a pracę na własny rachunek 4%. Cele turystyczne były powodem 3% przekroczeń granicy, a praca najemna 2%. Analizując zmiany w stosunku do 2013 roku zauważono, że odsetek cudzoziemców przekraczających wschodnią granicę Polski z powodu zakupów wzrósł o 4%, a z powodów turystycznych o 1%, zmalał natomiast wśród tych, gdzie motywacją były odwiedziny kogoś. Cele związane z pracą również zaczęły odgrywać mniejsze znaczenie wśród cudzoziemców odwiedzających Polskę (ryc. 2A).

Jeśli chodzi o Polaków, to 87% z tych, którzy przekroczyli wschodnią granicę Polski w 2010 roku oświadczyło, że zakupy były głównym powodem tego działania (ryc. 1B). 6% Polaków przekroczyło granicę z powodu chęci odwiedzenia kogoś i 4% z powodów turystycznych. W porównaniu z rokiem 2013 wymienione wartości były na podobnym poziomie, z wyjątkiem przekroczeń granicy w celach odwiedzin (spadek o 1%) oraz tych związanych z pracą, które wcześniej nie były odnotowane (2%) (ryc. 2B).

Wyniki analizy częstotliwości przekraczania granicy pokazują, że w 2013 roku prawie 40% ogółu cudzoziemców, którzy odwiedzili polskie pogranicze, robiło to kilka razy w tygodniu, a jeszcze w 2010 roku odsetek ten dochodził prawie do 60%. Dla Polaków wskaźnik ten charakteryzuje się odwrotną tendencją – w 2010 roku wyniósł 37%, a w 2013 roku – 43%. Co więcej, ponad 5% Polaków przekraczało granicę codziennie, co wśród cudzoziemców było charakterystyczne dla ponad 2,5% wszystkich przekroczeń. Należy jednak dodać, że spadł odsetek codziennych

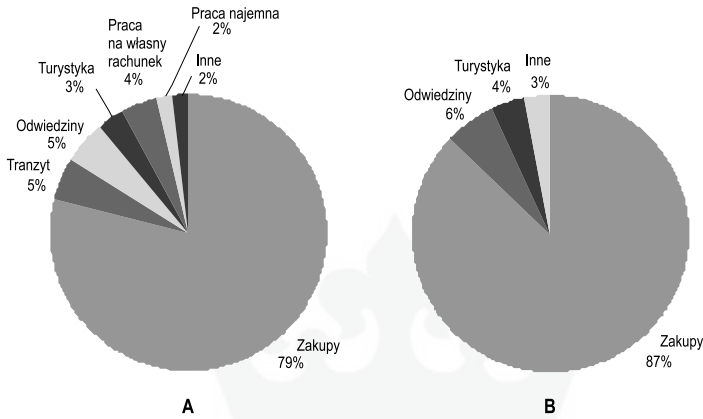
Tab. 2. Wydatki przekraczających zewnętrzną granicę UE w obrębie wschodniego pogranicza Polski w latach 2010–2013 (w mln zł)

Table 2. Total expenses incurred by foreigners in Poland and Poles abroad who crossed the EU's external border on the territory of Poland in 2010–2013 (in million PLN)

Rok Year	Cudzoziemcy Foreigners	Polacy Poles
2010	3799,4	458,3
2011	5250,7	507,7
2012	6620,8	647,9
2013	8172,2	698,2

Źródło: opracowanie na podstawie danych GUS 2010, 2011, 2012, 2013.

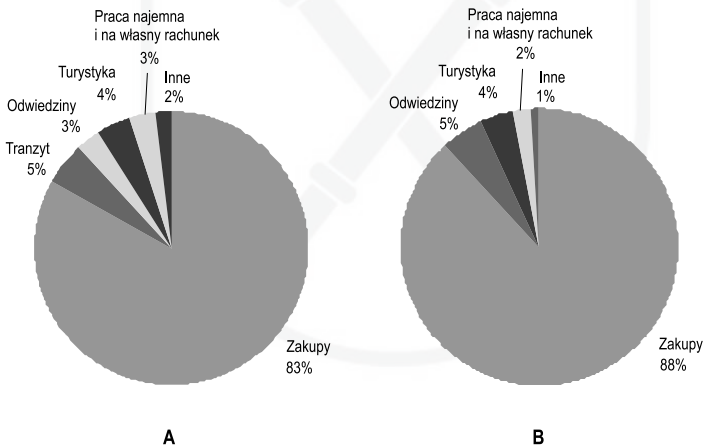
Source: author's own study based on data published by GUS 2010, 2011, 2012, 2013.



Ryc. 1. Struktura przekraczających zewnętrzną granicę Unii Europejskiej na terenie Polski według celu wizyty w 2010 r. (A – cudzoziemców; B – Polaków).

Fig. 1. Structure of UE border crossings in Poland according to the goal of visit in 2010 (A – foreigners, B – Poles)

Źródło: /Source: GUS 2010.



Ryc. 2. Struktura przekraczających zewnętrzną granicę Unii Europejskiej na terenie Polski według celu wizyty w 2013 r. (A – cudzoziemców; B – Polaków)

Fig. 1. Structure of UE border crossings in Poland according to the goal of visit in 2013 (A – foreigners, B – Poles)

Źródło: /Source: GUS 2013.



przekroczeń granicy stosunku do 2011 roku i w obu analizowanych grupach dotyczyło to po około 2,5%. Jeśli chodzi o przekraczanie granicy kilka razy w miesiącu, to dotyczyło to niespełna 50% badanych cudzoziemców (gdzie wzrost do roku wcześniejszego był na poziomie ponad 12%) i tuż ponad 40% Polaków (wzrost o 1,5%) (GUS 2010, 2011b, 2012a, 2013a). Tak duże wartości pokazują, jak ważną rolę odgrywają zakupy w gospodarce lokalnej pogranicza. Warto wspomnieć, że w sytuacji kiedy obywatele często przekraczają granicę, aby robić zakupy w sąsiednich krajach, gospodarka krajowa dużo traci, a regiony przygraniczne pogłębiają kryzys ekonomiczny. Nie powinno dziwić, że takie działania rzadko są aktywnie wspierane przez rządy, a często piętnowane jako nieprzyczyniające się do zrównoważonego rozwoju pogranicza (Timothy 2001; Timothy, Butler 1995). „Niemniej zakupy transgraniczne, mają ogromny wpływ na branżę turystyczną, ze względu na fakt, że często angażują coś więcej niż tylko zakupy” (Wachowiak 2006), wspomagając również branżę hotelarską czy usługi.

Tym, co zostaje po cudzoziemcach za granicą, są pieniądze wydane na zakupy. We wszystkich analizowanych latach średnie wydatki różniły się w zależności od poszczególnego odcinka wschodniej granicy Polski oraz w zależności od tego, czy zakupów dokonywali Polacy czy obcokrajowcy. Jeśli chodzi o tych pierwszych, to przeznaczali oni zdecydowanie mniejsze kwoty na zakupy za granicą. Były też one porównywalne na wszystkich analizowanych odcinkach wschodniej granicy i wahały się w granicach od 130–230 zł w 2010 roku do 155–250 zł w 2013 roku<sup>2</sup>. Cudzoziemcy przekraczający granicę polsko-białoruską ponieśli najwięcej wydatków na zakupy – bo średnio od ok. 500–600 zł w 2010 roku do 850 zł w 2013 roku, nieco mniej wydali obcokrajowcy przekraczający granicę polsko-ukraińską (ok. 480 zł w 2010 roku i ok. 680 zł w 2013 roku), a najmniejszą wartość pod tym względem charakteryzował odcinek polsko-rosyjski – około 190 zł w 2010 roku i ok. 400 zł w 2013 roku (GUS 2010, 2013a).

Ciekawie wyglądała struktura wydatków na terenie Polski poniesionych przez obcokrajowców przekraczających wschodnią granicę Polski w 2012 roku. Odcinek polsko-ukraiński charakteryzuje się dokonywaniem zakupów w dużej mierze materiałów budowlanych, na kolejnych miejscach były części i akcesoria do środków transportu, sprzęt RTV i AGD oraz pozostałe materiały nieżywnościowe. Cudzoziemcy przekraczający granicę polsko-białoruską kupowali w Polsce przede wszystkim sprzęt RTV i AGD oraz pozostałe produkty nieżywnościowe. W mniejszym stopniu interesowały ich pozostałe materiały żywnościowe, materiały budowlane czy części i akcesoria do środków transportu. Obcokrajowcy przekraczający granicę polsko-rosyjską zaopatrywali się w Polsce przede wszystkim w odzież i obuwie,

<sup>2</sup> Dotyczy średnich wydatków jednej osoby przekraczającej wschodnią granicę Polski podczas jednego wyjazdu.

a w mniejszym stopniu również korzystali z usług lub zaopatrywali się w pozostałe produkty żywnościowe oraz mięso i wyroby mięsne (GUS 2012a, 2013a).

Polacy przekraczający wschodnią granicę Polski kupowali zaś przede wszystkim paliwo, co stanowiło od ok 70 do 90% wszystkich wydatków na zakupy (najwięcej w pobliżu granicy polsko-rosyjskiej). Na drugim miejscu znajdowały się zakupy napojów alkoholowych, które maksymalnie sięgały do około 10% w pobliżu granicy polsko-ukraińskiej. Pogranicze to jako jedyne charakteryzowały wydatki Polaków na usługi (ok. 10% wydatków), co na pozostałych badanych odcinkach odgrywało już marginalną rolę w strukturze zakupów (GUS 2012a, 2013a).

Analiza bazy turystycznej i jej wykorzystania plasuje wschodnie pogranicze Polski w mało korzystnym świetle na tle kraju (GUS 2011a). Co ważne, sytuacja różni się na poszczególnych częściach wschodniej granicy Polski (Brzosko-Sermak 2006). Pogranicze polsko-rosyjskie wyróżnia się przede wszystkim ze względu na swój szczególny charakter, ważne i wielofunkcyjne miasta, jak Olsztyn, oraz typowe obszary turystyczne. Większość z badanych wskaźników<sup>3</sup> była tam na wyższym poziomie niż w pobliżu granicy białoruskiej i ukraińskiej, a niektóre z nich były nawet wyższe niż średnia w kraju. W strefie przygranicznej w pobliżu granicy polsko-rosyjskiej kwaterowanych jest więcej cudzoziemców niż w pozostałych gminach województwa pomorskiego i warmińsko-mazurskiego. Podobna sytuacja występuje tylko w przypadku województwa lubelskiego (GUS 2012b, 2013b). Biorąc jednak pod uwagę charakter i cel przekraczania wschodniej granicy Polski przez cudzoziemców, nie można się spodziewać, że baza noclegowa w obrębie pogranicza będzie miała szansę na rozwój, który bardziej przypada w udziale branży handlowej.

## Zakończenie

Granice państwowe z jednej strony oddzielają różne systemy polityczno-instytucjonalne, ale z drugiej – mogą być źródłem kontaktu między różnymi społeczeństwami. Ważne jest, aby zrozumieć różne rodzaje, charakter i funkcje granic oraz powiązane czynniki, które sprawiają, że regiony przygraniczne są specjalnym miejscem dla turystów, a w konsekwencji mogą okazać się również bardzo cenne dla lokalnych samorządów, instytucji turystycznych lub organizacji marketingowych, odsuwając widmo recesji, tak mocno zagrażające pograniczom. Jedną z głównych motywacji

<sup>3</sup> Odsetek turystów zagranicznych korzystających z noclegów turystycznych w obiektach zbiorowego zakwaterowania, stopień wykorzystania miejsc noclegowych, wskaźnik funkcji turystycznej Baretje'a, wskaźnik intensywności ruchu turystycznego wg Schneidera, wskaźnik intensywności ruchu turystycznego wg Charvata, wskaźnik rozwoju bazy noclegowej, wskaźnik wykorzystania pojemności noclegowej (GUS 2012b).

do rozwoju turystyki na pograniczach jest handel dający wiele powodów do przekroczenia granicy. Zjawisko to odgrywa ważną rolę w lokalnej gospodarce, może z jednej strony wpływać na jej *prosperity*, a z drugiej powiększać szarą strefę handlu.

Przeprowadzona analiza ruchu granicznego, obrotu towarów i usług oraz turystyki na wschodnim pograniczu Polski w obrębie zewnętrznej granicy UE/Schengen wskazuje, że zakupy odgrywają istotną rolę w lokalnej gospodarce. W ciągu kilku ostatnich lat około 80% wszystkich przekroczeń wschodniej granicy Polski, dokonywanych zarówno przez cudzoziemców, jaki i Polaków, wiąże się z celami zakupowymi. Wymiernym rezultatem tego zjawiska jest stale rosnąca suma pieniędzy pozostawiana przez cudzoziemców dokonujących zakupów w promieniu do 50 km od granicy państwa. W latach 2010–2013 wydatki te zwiększyły się ponaddwukrotnie, dochodząc do ponad 8 mld zł. Nie jest to bez znaczenia, zwłaszcza że analizowane pogranicze boryka się z poważnymi problemami demograficznymi i ekonomicznymi głównie ze względu na uwarunkowania historyczne oraz obecną funkcję polityczną pobliskiej granicy, która jest silną barierą rozwoju o ograniczonej przepuszczalności. W tej sytuacji ważne jest, aby kontynuować badania występujących trendów, i obserwować, czy turystyka jest jednym ze sposobów dla miejscowych ludzi na poradzenie sobie ze stagnacją gospodarczą. Przemysłane, celowe i odpowiadające strukturze dokonywanych zakupów lokowanie jednostek handlowych w obrębie pograniczy wydaje się najwłaściwszym kierunkiem rozwoju gospodarczego lokalnych społeczności. W dalszej perspektywie jednak, korzystając z możliwości współpracy transgranicznej, należy podjąć działania zmierzające do zachęcenia turystów do dłuższych pobytów, które w większym stopniu będą pobudzać rozwój ekonomiczny regionu.

## Literatura

- Adey P., 2004, *Secured and Sorted Mobilities: Examples from the Airport*, *Surveillance and Society*, 1 (4), 500–519.
- Aubert A., 2002, *A turizmus földrajza*, [w:] J. Tóth (red.), *Általános ársadalomföldrajz II.*, Dialog Campus Kiadó, Budapest–Pécs, 143–159.
- Bigo D., 2002, *Security and Immigration: Toward a Critique of the Governmentality of Unease*, *Alternatives*, 27 (1), 63–92.
- Brzosko-Sermak A., 2006, *Zróżnicowanie poziomu życia w miastach nadgranicznych województwa podlaskiego*, *Dokumentacja Geograficzna*, 33, 21–26.
- Brzosko-Sermak A., 2007, *Theoretical Deliberations on Frontier Location of Cities*, *Bulletin of Geography*, (Socio-Economic series), 7, 73–86.
- Brzosko-Sermak A., 2013, *Hierarchia i problemy demograficzne miast wschodniego pogranicza Polski*, [w:] P. Raźniak (red.), *Społeczno-ekonomiczne przemiany regionów*, Oficyna Wydawnicza AFM Kraków, 21–43.

- Chojnicki Z., 1999, *Podstawy metodologiczne i teoretyczne geografii*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.
- Christiansen T., Snepenger D.J., 2002, *Is it the mood or the mall that encourages tourists to shop?*, *Journal of Shopping Center Research*, 9 (1), 7–26.
- Crook S., Pakulski J., Waters M., 1992, *Postmodernization: Change in Advanced Society*, Sage Publications, London.
- Di Matteo L., 1999, *Using alternative methods to estimate the determinants of cross-border trips*, *Applied Economics*, 31 (1), 77–88.
- Greer J., 2002, *Developing trans-jurisdictional tourism partnerships: insights from the island of Ireland*, *Tourism Management*, 23, 355–366.
- GUS, 2010, Główny Urząd Statystyczny, *Badanie obrotu towarów i usług w ruchu granicznym na granicy zewnętrznej Unii Europejskiej na terenie Polski w I–IV kwartale 2010 roku*, GUS, Rzeszów.
- GUS, 2011a, Główny Urząd Statystyczny, *Analiza zjawisk społeczno-gospodarczych na obszarach transgranicznych*, Rzeszów.
- GUS, 2011b, Główny Urząd Statystyczny, *Badanie obrotu towarów i usług w ruchu granicznym na granicy zewnętrznej Unii Europejskiej na terenie Polski w I–IV kwartale 2011 roku*, GUS, Rzeszów.
- GUS, 2012a, Główny Urząd Statystyczny, *Badanie obrotu towarów i usług w ruchu granicznym na granicy zewnętrznej Unii Europejskiej na terenie Polski w I–IV kwartale 2012 roku*, Rzeszów.
- GUS, 2012b, Główny Urząd Statystyczny, *Charakterystyka obszarów przygranicznych zewnętrznej granicy Unii Europejskiej na terenie Polski – Turystyka w 2011 roku*, Informacja Sygnalna, Warszawa-Rzeszów.
- GUS, 2013a, Główny Urząd Statystyczny, *Badanie obrotu towarów i usług w ruchu granicznym na granicy zewnętrznej Unii Europejskiej na terenie Polski w I–IV kwartale 2013 roku*, Rzeszów.
- GUS, 2013b, Główny Urząd Statystyczny, *Charakterystyka obszarów przygranicznych zewnętrznej granicy Unii Europejskiej na terenie Polski – Turystyka w 2012 roku*, Informacja Sygnalna, Warszawa-Rzeszów.
- GUS, 2013c, Główny Urząd Statystyczny, *Ruch graniczny oraz przepływ towarów i usług na zewnętrznej granicy Unii Europejskiej na terenie Polski w 2012 roku*, Informacje i Opracowania Statystyczne, Warszawa-Rzeszów.
- Hansen N., 2001, *The Economic Development of Border Regions*, *Growth and change*, 8 (4), 2–8.
- Huysmans J., 1995, *Migrants as a Security Problem: Dangers of “Securitizing” Societal Issues*, [w:] R. Miles, D. Thränhardt (red.), *Migration and European Integration: Dynamics of Inclusion and Exclusion*, Pinter, London, 53–72.
- Ilbery B., Maye D., 2006, *Retailing local food in the Scottish-English borders: A supply chain perspective*, *Geoforum*, 37, 352–367.
- Jerczyński M., 2002, *Funkcje granic w integrującej się Europie*, *Biuletyn Geograficzny*, 1, 61–65.
- Kozma G., 2005, *Terület-és településmarketing*, Kossuth Egyetemi Kiadó, Debrecen.
- Knox P., Marston S.A., 1998, *Places and Regions in Global Context: Human Geography*, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.

- Leimgruber W., 1998, *Defying political boundaries: Transborder tourism in a regional context*, *Visions in Leisure and Business*, 17 (3), 8–29.
- Lucas V., 2004, *Cross-border shopping in a federal economy*, *Regional Science and Urban Economics*, 34, 365–385.
- Ratti R., 1996, *Problématique de la Frontière et du Développement des Régions-Frontières*, *Sciences de la Société*, 37, 37–47.
- Rozporządzenie (WE) nr 1342/2011 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 13 grudnia 2011 r. w sprawie zmiany rozporządzenia (WE) nr 1931/2006 r. w odniesieniu do włączenia obwodu kaliningradzkiego i niektórych powiatów polskich do obszaru uznawanego za strefę przygraniczną (Dz. Urz. UE nr L 347 z dnia 30 grudnia 2011 r.).
- Rozporządzenie (WE) nr 1931/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 grudnia 2006 r. ustanawiające przepisy dotyczące małego ruchu granicznego na zewnętrznych granicach lądowych państw członkowskich i zmieniające postanowienia Konwencji z Schengen (Dz. Urz. UE nr L 405 z dnia 30 grudnia 2006 r., z późn. zm.).
- Timothy D.J., 2000, *Borderlands: An Unlikely Tourist Destination?*, *IBRU Boundary and Security Bulletin*, 57–65.
- Timothy D.J., 2001, *Tourism and Political Boundaries*, Routledge, London.
- Timothy D.J., 2005, *Shopping Tourism, Retailing and Leisure*, Channel View Publications, Clevedon.
- Timothy D.J., Butler R.W., 1995, *Cross-Border Shopping a North American Perspective*, *Annals of Tourism Research*, 22 (1), 16–34.
- Tömöri M., 2010, *Investigating Shopping Tourism along the Borders of Hungary: A Theoretical Perspective*, *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 6 (2), 202–210.
- Wachowiak H., 2006, *Tourism and Borders: Contemporary Issues, Policies and International Research*, Ashgate, Aldershot.
- Walters W., 2006, *Border/Control*, *European Journal of Social Theory*, 9 (2), 187–203.

Agnieszka Brzosko-Sermak  
Instytut Geografii  
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie  
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków  
e-mail: abrzosko@up.krakow.pl

