

TURISTIČKA TRGOVINA IZMEĐU GRAĐANA POLJSKE I JUGOSLAVIJE 70-ih I 80-ih GODINA XX VEKA

APSTRAKT: *Pored različitih pokušaja socijalističkih vlasti da preuzmu celokupnu kontrolu nad društvom, postojale su ipak određene slobode, slabo kontrolisane od strane države. Jedna od njih je bio inostrani turizam. Osim funkcije odmaranja imao je i drugu veoma važnu ulogu, jer su se zahvaljujući njemu ljudi trudili da realizuju potrebe koje nisu mogle da zadovolje na domaćem tržištu. Osnova turističke trgovine je bio ekonomski nedostatak koji je postojao u različitoj skali u pojedinim zemljama. Kada je krajem 70-ih godina vlast pojednostavila procedure za putovanja, Poljaci su mogli da putuju u druge socijalističke države sa ličnom kartom. Jedno od najpoželjnijih i najatraktivnijih mesta bila je Jugoslavija, za većinu Poljaka zamena bogatog Zapada. Cilj istraživanja je razmatranje turističke trgovine između Poljaka i Jugoslovena 70-ih i 80-ih godina XX veka. Rad se zasniva na poljskoj literaturi iz oblasti međunarodne trgovinske politike kao i privredne istorije.*

KLJUČNE REČI: *turistička trgovina, socijalističke države, spoljna trgovina, Jugoslavija, Poljska*

Do 1956. godine turistička putovanja Poljaka, kako u socijalističke tako i u zapadne države, nisu ni postojala. Dariusz Stola (Dariusz Stola) opisao je taj period ograničenja slobode prelaska državne granice u Poljskoj kao „*veliko zatvaranje*“.¹ U graničnom prometu putnika bilo je svega nekoliko hiljada osoba. Veliki broj putovanja se odnosio na službena putovanja. Na osnovu izveštaja Fonda radničkih odmora (Fundusz Wczasów Pracowniczych), iz 1949. godine na odmor u zemlje sovjetskog bloka išlo je jedva 1.185 Poljaka, a u Poljsku su došle 1.152 osobe.² S druge strane, na osnovu podataka o izdatim pasošima Ministarstva javne bezbednosti (Ministerstwa Bezpieczeństwa Publicznego – MBP), 1951. godine u inostranstvo je otputovalo 9.360 Poljaka. Dobijanje pasoša je iziskivalo mnogo truda u Kancelariji za inostrane pasoše (Biuro Paszportów Zagranicznych MBP), koja je 1958. promenila naziv u Kancelarija za pasoše Ministarstva unutrašnjih poslova (Biuro Paszportowe Ministerstwa Spraw Wewnętrznych).

¹ D. Stola, „Międzynarodowa mobilność zarobkowa a PRL“, u: *Ludzie na huśtawce. Migracje między peryferiami Polski i Zachodu*, pod red. E. Jadźwińskiej, M. Okólskiego, Warszawa 2001, 65.

² P. Sowiński, „Turystyka zagraniczna w Polsce w latach 1956–1980“, *Dzieje Najnowsze*, 2002, Rocznik XXXIV, 135.

trznym – MSW), 1967. u Kancelarija za pasoše i lične karte Ministarstva unutrašnjih poslova, a od 1974. u Pasoško odeljenje Ministarstva unutrašnjih poslova.³

Povećavanje turističkih putovanja u socijalističke zemlje posle 1956. godine trebalo je da bude jedan od važnih elemenata produblivanja integracije država u okviru istog bloka.⁴ Sa novom politikom putovanja bile su povezane i praktične olakšice pri prelasku granice. Godine 1956. stupila je na snagu poljsko-čehoslovačka konvencija o turističkom prometu u Tatrama i Pjanjinama koja je omogućavala prelazak granice i putovanje po teritoriji obe države na osnovu specijalnih karata izdatih od lokalne vlasti. Na osnovu obostranog sporazuma 60-ih godina XX veka pojednostavljene su procedure za putovanja, ukinute su obavezne vize i uvođenje tzv. uložka za pasoš koji je bio specifična forma uprošćenog pasoša važećeg jedino uz ličnu kartu. Sedamdesete godine su donele nove olakšice u formi specijalnog upisivanja u ličnu kartu koje je omogućavalo prelazak granica socijalističkih zemalja bez pasoša. Upisivanje u ličnu kartu je počelo 1972. godine potpisivanjem sporazuma između Poljske i Nemačke Demokratske Republike o transgraničnom prometu na Odri i Nisi. Do kraja 70-ih godina slični sporazumi su potpisani sa Čehoslovačkom, Sovjetskim Savezom, Mađarskom, Bugarskom, Rumunijom i Jugoslavijom. Jugoslavija je postala veoma poželjan cilj putovanja jer je – bez obzira na socijalističko uređenje – bila otvorena prema Zapadu. Posle uvođenja ratnog stanja u Poljskoj upisivanje u lične karte je izgubilo važnost, a po njegovom ukidanju zamenjeno je pasošima važećim pet godina koji su omogućavali putovanja u okviru evropskih socijalističkih zemalja.⁵

Radikalno povećavanje inostrane mobilnosti zemalja narodne demokratije posle 1956, pogodovalo je pojavi turističke trgovine u okviru socijalističkog bloka. Turistička trgovina, nazivana i privatnom ili nezvaničnom trgovinom, bila je specifična pojava u periodu funkcionisanja socijalističke privrede u Poljskoj.⁶ Njena glavna osobina je bila legalna ili nelegalna robna razmena sa inostranstvom inicirana od strane turista, koja je narušavala državni monopol spoljne i devizne trgovine.⁷ Turističko trgo-

³ A. Kochański, *Poljska 1944–1991. Informator historyczny*, t. 1, Warszawa 1996, 334.

⁴ J. Kochanowski, „Jesteśmy za biedni, aby urlop spędzić w kraju“. Masowa turystyka i nielegalny handel w latach sześćdziesiątych XX wieku. *Perspektywa polska*, *Roczniki Dziejów Społecznych i Gospodarczych*, Poznań-Warszawa 2008, 129.

⁵ T. Leszkowicz, *Kapy do Bułgarii, kozuchy z Turcji... Wakacyjno-handlowe przygody turystów z PRL* – <https://histmag.org/Kapy-do-Bulgarii-kozuchy-z-Turcji...-Wakacyjno-handlowe-przygody-turystow-z-PRL-7006> (pristupljeno 12. 9. 2016).

⁶ J. Misala, *Nieoficjalna wymiana handlowa obywateli polskich z zagranicą*, Ośrodek Informacji Centralnej, Warszawa 1989, 1. Ta pojava je retko opisivana u poljskoj literaturi pre 1989. godine.

⁷ Više u: A. Kochanowski, *Tylnymi drzwiami. Czarny rynek w Polsce 1944–1989*, Warszawa 2010.

vinsko delovanje nije nalazilo nikakav odraz u vladinim planovima diktiranim preduzećima koja su imala privrednu saradnju sa inostranstvom. Po mišljenju Jozefa Misale (Józef Misala) takva trgovačka inicijativa je bila specifična forma crnog tržišta, jer je trgovina van zvaničnog obrta robom predstavljala neoporezovan novčani dohodak i dovela do porasta nelegalnog imetka Poljaka.⁸

Pomenuti istraživač je podelio činioce razvoja trgovačkog turizma na ekonomske i vanekonomske. U ekonomske je uvrstio hroničan nedostatak potrošačkih dobara u Poljskoj, ali i činioce proizvodnje (rezervni delovi, tehnološki savremena roba). Podmirivanje sve izrazitijih tržišnih nedostataka zbog povećanja potrošačkih potreba postalo je jedan od glavnih ciljeva turističke trgovine. Štaviše, vlast je verovatno bila svesna toga da je turistička trgovina postala važan činilac društvenog izlaženja na kraj sa krizom u privredi.⁹

U vanekonomske faktore J. Misala ubraja institucionalne činioce kao i društveno-psihološku uslovljenost. U grupu institucionalnih činilaca je uvrstio, pre svega, monopol spoljne trgovine kao i politiku deviznog kursa. Postojanje monopola spoljne trgovine dovelo je do legalnog i nelegalnog zaobilazanja carinskih i deviznih propisa koji su se brzo menjali i nisu bili jedinstveni. Država je mogla da zaustavi razvoj turističke trgovine uz pomoć restrikcione carinske i devizne politike, ali politika rigoroznih kontrola privatnog obrta kapitala dovela bi do intervencije vlade u drugim oblastima privrede, a to bi opet moglo izazvati kontra akcije građana. U slučaju mehanizma cena i kursa, Poljaci su iskorišćavali razliku u ceni koja se pojavljivala u pojedinim državama kao i razliku u deviznim kursevima. Kad je reč o društveno-psihološkoj uslovljenosti radilo se, pre svega, o mehanizmu samoodržanja (ili samoodbrane) Poljaka koji su razmišljali u ekonomskim kategorijama i težili ne samo zadržavanju postignutog nivoa potrošnje već i količinskom i kvalitetnom poboljšanju materijalne situacije.¹⁰ U društveno-psihološke faktore J. Misala je uvrstio i efekat imitiranja stila života bogatijih društava na Zapadu.¹¹

U svakom slučaju, nezavisno od motivacije, milioni Poljaka koji su odlazili na odmor u socijalističke zemlje iskusili su turističku trgovinu. Bez sumnje, ona se može smatrati fenomenom koji je povezivao pojavu masovnih odlazaka u inostranstvo turističkog karaktera sa privredom koja nije obezbeđivala dovoljno proizvoda; taj fenomen je, u principu, nestao ubrzo posle pada sistema real-socijalizma u Poljskoj.¹²

⁸ J. Misala, *op. cit.*, 2.

⁹ J. Kochanowski, *Jesteśmy za biedni...*, 128.

¹⁰ *Ibidem*, 127.

¹¹ J. Misala, *op. cit.*, 3–7, 24, 21, 25; A. Švab, „Consuming Western Image of Well-Being – Shopping Tourism in Socialist Slovenia“, *Cultural Studies*, vol. 16, issue 1, 2002, 65.

¹² T. Leszkowicz, *op. cit.*

Vlada opšte mišljenje da je turistička trgovina znatno uticala na poboljšanje kvaliteta života poljskog društva, mada u NR Poljskoj o tome ne postoje statistički podaci, a jedini izvor informacija su poverljivi podaci Glavnog statističkog ureda (GUS), statistike koje se tiču carinskih prekršaja i krivičnih dela kao i letimične beleške u poljskim i stranim časopisima.¹³ Povremena sociološka istraživanja o trgovini za vreme putovanja u inostranstvo pokazala su da je to bila masovna pojava. Često su se prodavali artikli koji su bili u kvotama za izvoz (odeća, cigarete, prehrambeni proizvodi). Osnova razmene su bili veoma povoljni odnosi cena koji su proizlazili iz razlika u kupovnoj moći pojedinih valuta i veštački određivanih kurseva. Turistička trgovina je, uz to, često pokrivala cene putovanja koje su bile dosta visoke u poređenju sa prosečnim zaradama Poljaka.¹⁴ Smatrana je za dobar način dofinansiranja odmora jer je, uprkos političkoj podršci, postojala prepreka u razvoju inostranog turizma u velikim ograničenjima kad se radilo o limitu valute (takođe i socijalističke) koja je priznavana za put. Trgovina na crnom tržištu je dodatno pojačavana nedostatkom fondova za odmor u inostranstvu i potrebom njihovog dobijanja. U savremenoj literaturi inostrani trgovački turizam¹⁵ (nazivan i međunarodnim trgovačkim turizmom) ubrojan je u jednu od mnogih formi turizma, kao potkategorija turizma predviđenog za odmor. Definisan je kao kratkotrajan put van granica zemlje čiji su osnovni motivi trgovački ciljevi. Navedena definicija je opšteg karaktera i skreće pažnju na sumnje u vezi sa jednoznačnom kvalifikacijom putovanja. Njeni autori prihvataju činjenicu da kratkotrajna poseta označava npr. dvonedeljni izlet u čijem je okviru obilazak različitih mesta, a ne nelegalan i višemesečan boravak u inostranstvu. Pojavio se i problem količine robe za prodaju, odnosno od kog nivoa obrta je turista zainteresovan za turizam i samo usput trguje, a kada je to putovanje izrazito u trgovačkom cilju. Dariuš Stola za ključni činilac smatra dobit koja omogućava usklađivanje putovanja sa odgovarajućom kategorijom, odnosno kada trgovina u inostranstvu donosi dohodak koji nadmašuje troškove samog putovanja.¹⁶ Potvrda razvoja trgovačkog turizma je bio nastanak specifičnog tržišta državnih prodavnica koji su se zvali komisijoni.

¹³ J. Misala, *op. cit.*, 17. U nomenklaturi prestupa se pojavio termin tzv. turističkog nelegalnog prevoženja robe, što znači „švercovanje“ razne robe koja služi za lične potrebe ili ima za cilj prodaju sa zaradom i na taj način pokriva deo ili celokupan trošak putovanja. E. Cielecki, *Przestępstwa gospodarcze*, Warszawa 1974, 22–23.

¹⁴ P. Sowiński, *Wakacje w Polsce Ludowej. Polityka władz i ruch turystyczny (1945–1989)*, Warszawa 2005, 164.

¹⁵ P. Sovinski je predložio termin „turizam u koferima“. K. Kowalski, A. Pieczewski, „Zagraniczna turystyka handlowa Polaków w okresie PRL-u (cele, kierunki, zyski)“, u: *Gospodarczy wymiar turystyki*, pod red. E. Kościak, Łódź 2011, 123–124.

¹⁶ D. Stola, *Międzynarodowa mobilność...*, 64. U slučaju povoljnih trgovačkih transakcija, putovanje je predstavljalo dobru investiciju. I mada je 70-ih i 80-ih godina dominirala sitna trgovina, ona je donosila znatan profit.

Ove prodavnice su počele da se otvaraju posle 1956. godine i u njima se, gotovo bez ograničenja, mogla prodavati roba iz inostranstva. Budući da su transakcije u odnosu na vrednost 6.000 zlota bile anonimne, to je omogućavalo legalizovanje privatnog uvoza. Istovremeno, sa porastom privatnog obrta zahvaljujući inostranoj robi razvijalo se crno tržište trgovine devizama.¹⁷

Pojava trgovine u periodu godišnjih odmora imala je više dimenzija i evoluirala je tokom vremena. Trgovalo se tradicionalnom poljskom robom za izvoz (npr. ćilibarom), predmetima koji su dolazili sa Zapada (npr. cigaretama) i proizvodima poljske industrije (npr. peglama ili turističkom opremom). Veliku popularnost je uvek imala poljska votka. U mnogim izveštajima sa takvih putovanja pojavljivale su se informacije da je šetnja sa flašom votke u ruci ili u džepu obezbeđivala povoljnu prodaju te robe. Jedan od simbola poljske turističke trgovine bili su proizvodi od kristala. U Sovjetskom Savezu je tražena odeća, a apsolutni hit su bile farmerke, i to ne samo markirani proizvodi sa Zapada, već i poljske imitacije – kako proizvedene u ščećinskoj fabrici Odra, tako i one šivene u privatnim krojačkim radnjama.¹⁸

Informacije o tome šta i gde najbolje prodati Poljaci su dobijali nezvaničnim kanalima društvene komunikacije. U inostranstvu su poljski turisti kupovali uglavnom devize (pre svega dolare i nemačke marke, ali i valute socijalističkih zemalja), koje su posle mogli prodati na crnom tržištu. Iz inostranstva su donosili pre svega robu koja je nedostajala na poljskom tržištu. Iz Turske proizvode od kože i bunde, iz Sovjetskog Saveza zlato i fotografske aparate, iz Čehoslovačke industrijske proizvode, a iz Nemačke Demokratske Republike prehrambene proizvode i odeću.¹⁹

Kada se govori o intenzitetu razvoja turističke trgovine u periodu socijalističke privrede nameće se pitanje: koliko su nezvanična i slobodno-tržišna ponašanja ljudi predstavljala kapitalistički otpor u centralistički planiranoj privredi a koliko njen integralni deo, sigurnosni ventil koji je ublažavao probleme hroničnih tržišnih nedostataka proizvoda u socijalističkom sistemu.²⁰

Šezdesetih godina XX veka odlazak na izlet u Jugoslaviju (i u zemlje na Zapadu) iziskivao je ispunjavanje mnogih uslova. Postojale su dve forme akvizicije: turistička agencija Orbis je imala na raspolaganju 50% mesta, specijalističke agencije do 10%, a ostala mesta su bila rezervisana

¹⁷ K. Kowalski, A. Pieczewski, *op. cit.*, 125–129.

¹⁸ T. Leszkowicz, *op. cit.*

¹⁹ *Ibidem*. Drugi trgovački fenomen su predstavljali prekrivači za krevet. Sociološka istraživanja iz perioda 60-ih godina su zabeležila sledeću scenu: *Ispitanik koji je kupio u Krakovu na Glavnom trgu prekrivač za krevet nije morao da bira i razmišlja kakav da kupi, jer ga je prodavačica upitala: „Za Sovjetski Savez ili za Bugarsku?“, posle čega mu je zapakovala oba prekrivača, koja su u stvari bila takva kakve su tražili u Bugarskoj.*

²⁰ *Bocznymi drogami...*; A. Kochanowski, *Tylnymi drzwiami...*

za tzv. društvenu akviziciju, koja se vršila uz posredništvo preduzeća i društvenih organizacija. U oba slučaja je trebalo dobiti pismenu dozvolu, uz preporuku Osnovne partijske organizacije PURP-a (POP PZPR), direkcije preduzeća kao i Okružnog saveta sindikata. Odmor u inostranstvu, često dotiran od strane preduzeća, bio je u stvari tretiran kao nagrada za najzaslužnije radnike. Putovanja koja su organizovala državna turistička preduzeća – kako su nazivane turističke agencije – takođe su bila najsigurniji način za put u Jugoslaviju, jer je takvo putovanje povećavalo šanse da se dobije pasoš.²¹

Turistička agencija Orbis je pre svakog putovanja štampala celokupan plan putovanja za Jugoslaviju, sa mapom, konkretnom satnicom, najzanimljivijim atrakcijama za obilazak i uslovima putovanja. Pre putovanja je trebalo uplatiti veoma visok avans, a navođena je i lista robe koja nije podlegala carini (npr. radio aparati i alkoholna pića do 2 litre). Samo putovanje je najčešće trajalo do 18 dana.²²

Putovanja u Jugoslaviju su bila organizovana ne samo preko turističkih agencija, već i preko niza društvenih i omladinskih (studentskih) udruženja. Tradiciju putovanja, na primer, svake godine je održavala Uprava glavnog poljskog geografskog udruženja. Obično su to bila putovanja od nekoliko dana uz obilazak raznih mesta, a njihov cilj je bio upoznavanje sa interesantnom, slikovitom i kontrastnom jugoslovenskom kulturom i istorijom.²³

Procedure povezane sa odlaskom u Jugoslaviju, koju su poljske vlasti smatrale kapitalističkom zemljom, počinjale su već u martu. Osobe koje su bile zainteresovane za turistička putovanja predavale su molbe u najbližim filijalama turističke agencije Orbis ili Sports-tourist. Osim tipičnih informacija sa ličnim podacima uz molbu je trebalo priložiti i preporuku koju je izdavalo preduzeće, preporuku jedne ili nekoliko društvenih organizacija, obrazloženje putovanja kao i potvrdu o nekorišćenju dobijanja deviza u poslednje dve godine (u ovom slučaju se radilo o 1970. i 1971). Molbe je razmatrala društvena komisija koju su imenovali vojvodski komiteti za fizičku kulturu i turizam (Wojewódzkie Komitety Kultury Fizycznej i Turystyki – WKKFiT). Od 1973. uvedene su devizne knjižice, koje su omogućavale kontrolu dobijanja i protoka deviza i u kojima je bilo registrovano kupovanje deviza za privatna putovanja. Ovlašćenje za prodaju deviza dobilo je sedam turističkih agencija: Orbis, Gromada, Sports-tourist, Turysta, Biuro urystyki Zagranicznej PTTK, PZMot i Almatour. U skladu sa procedurom, molba za dobijanje deviza se podnosila na specijalnom for-

²¹ M. Morzycki-Markowski, „Jak przekraczano granice w socjalizmie. Przykład PRL”, u: *Bocznymi drogami*, red. J. Kochanowski, Warszawa 2010, 53.

²² <https://bufetprl.com/tag/wakacje-prl/> (pristupljeno 10. 12. 2016)

²³ D. Szwandrok, *Stosunki polsko-jugosłowiańskie w latach 70. XX wieku*, t. I, Rzeszów 2015.

mularu u sedištu jedne od pomenutih turističkih agencija, okružnom centru sporta, turisticke i odmora ili u WKKFiT. Na osnovu utvrđenih kriterijuma prvenstvo za dobijanje deviza imale su osobe koje su bile zaslužne za Poljsku, znači zemljoradnici sa najboljim rezultatima, članovi umetničkih saveza, prosvetni radnici, lekari, arhitekta, tehničari, inženjeri i visokokvalifikovani radnici najvažnijih grana industrije. Norma za dobijanje deviza za inostrana putovanja u Jugoslaviju uvedena 1974. godine dozvoljavala je kupovinu 130 dolara po osobi jednom u tri godine. Tek je 1980. ta kvota povećana na 150 dolara. Od 1976. moglo je već da se putuje po svim zemljama socijalističkog bloka na osnovu lične karte (a često i vaučera koji je potvrđivao da je plaćeno noćenje) uz specijalno upisivanje Agencije za pasoše građanske milicije (Biuro Paszportowe Milicji Obywatelskiej).²⁴ Za Jugoslaviju je bio potreban tzv. uložak za pasoš koji je bio dodatak uz ličnu kartu, u koji su carinici stavljali pečate i pisali primedbe ako neko nije ispunio formalnosti u vezi sa carinskom deklaracijom. Zamena deviza je bila limitirana i beležena u specijalnim deviznim knjižicama.²⁵ Mogućnost putovanja u Jugoslaviju od 1980. godine na osnovu lične karte dovela je do nove situacije u turističkom prometu između dve zemlje.²⁶

Sedamdesetih i 80-ih godina u Jugoslaviju se moglo putovati grupno ili individualno. Grupna putovanja su obuhvatala izlete organizovane od strane turističkih agencija. Posle uplate avansa sve formalnosti u ime putnika sređivala je turistička agencija. U slučaju individualnih putovanja trebalo je ispuniti nekoliko uslova. Prvo, moglo se otputovati posle dobijanja deviza za Jugoslaviju (u zavisnosti od perioda jednom u nekoliko godina). Molbe za dobijanje deviza je, sa odgovarajućom podrškom institucije, organizacije ili umetničkih saveza, trebalo predati u turističkoj agenciji koje su to slale Komisiji društvene raspodele deviza (Komisja Społecznych Rozdziału Dewiz). Ako je odluka bila pozitivna, trebalo je ići u pasoško odeljenje gde se podnosio zahtev za izdavanje uložka za pasoš. Obavezivale su aktuelne naredbe koje je trebalo pratiti u štampi ili dobiti informacije u turističkoj agenciji. Druga mogućnost je bila posedovanje ličnog deviznog računa (koji je mogla da ima i najbliža rodbina). Treća mogućnost je bilo pozivno pismo od poznanika ili rođaka iz Jugoslavije sa potpisom osobe koja poziva overenim u konzulatima Poljske (lično ili poštom) u Beogradu ili Zagrebu, kao i kod notara u Poljskoj. Postupak za izdavanje uložka za pasoš je bio identičan kao i u slučaju dobijanja deviza, samo je umesto potvrde za dobijanje deviza trebalo uz molbu priložiti i pozivno pismo. Iznos deviza i način njihovih dobijanja se menjao za svaku godinu, pa je svaki put turista morao da traži informacije u turističkim agencijama.²⁷

²⁴ P. Sowiński, *Turystyka zagraniczna w Polsce...*, 136–137.

²⁵ <http://polska-peerelu.blog.onet.pl/2012/03/24/demoludy> (pristupljeno 10. 12. 2016)

²⁶ D. Szwandrok, *op. cit.*

²⁷ B. Ćirlić, *op. cit.*, 434.

Kako poljski tako i jugoslovenski carinski propisi dozvoljavali su uvoz i izvoz stvari označenih za lične potrebe ili kao suvenire koji s obzirom na količinu nisu ukazivali na trgovačku svrhu. Informacije koje su se ticale kupovine deviza, carinskih propisa itd. davale su turističke agencije ili pasoška odeljenja, informatori Državne izdavačke agencije (Krajowa Agencja Wydawnicza), radnička izdavačka zadruga „Štampa-knjigatrafika“ (RSW „Prasa-Książka-Ruch“), informatori COIT – non stop otvorena poljska turistička informacija (Całodobowa Ogólnopolska Informacja Turystyczna), Agencije za inostrani turizam (Biura Turystyki Zagranicznej), Poljsko turističko društvo ljubitelja prirodnih lepota zemlje PTTK i Orbis. U Jugoslaviji turističke informacije su se mogle dobiti u svim turističkim agencijama i njihovim filijalama, u turističkim savezima, centrima i turističkim biroima – npr. Atlas u Dubrovniku, Autotehna, Inex turist, Jugoagent i Centroturist u Beogradu, Croatiaturist, Generalturist u Zagrebu, Centrotrans u Sarajevu, Dalmacija-turist u Splitu, Globtour u Ljubljani.²⁸

Pri ulasku u Jugoslaviju automobilom ili motociklom turistima nisu bili potrebni međunarodni carinski dokumenti. Obavezno je, međutim, bilo posedovanje osiguravajuće polise poljske firme Varta (Warta). Ona se mogla dobiti u kancelarijama Poljskog motocikličkog saveza PZMot. Predstavnici Varte su se nalazili u Jugoslaviji, a njihove adrese za osiguranje dobijale su se sa osiguravajućom polisom. Turisti koji su putovali automobilom mogli su ući preko Italije, Austrije, Mađarske, Rumunije, Bugarske, Grčke i Albanije.²⁹ Najlakši individualni način prelaska granice i dolaska do Jugoslavije bio je iz Grčke. Komplikovaniji i nesigurniji je, paradoksalno, bio ulazak iz Mađarske ili Bugarske. Do Grčke se najlakše dolazilo preko Bugarske, gde se u konzulatu države koja se htela posetiti dobijala ulazna viza, a koja se u Varšavi dobijala mnogo teže.³⁰ Poljska je imala direktnu železničku vezu, kao i sa presedanjem (u Budimpešti), sa Zagrebom i Rijekom. Avionske linije su držale poljska kompanija LOT i jugoslovenska JAT, sa direktnim letovima za Beograd i Zagreb, a u letnjoj sezoni Dubrovnik, Split i Rijeku. U letnjoj sezoni jednom nedeljno su vozili autobusi „Pekaes“ na trasi Varšava – Krakov – Zagreb – Karlovac – Plitvička jezera – Split – Makarska – Dubrovnik.³¹ Glavna institucija koja je odlučivala o turističkoj saradnji između Poljske i Jugoslavije bila je Poljsko-jugoslovenska mešovita komisija za turizam. Ta komisija je davala mišljenja i podnosila predloge koji su se ticali turističkih odnosa između dve zemlje. Zasedanja Komisije su počinjala od podnošenja izveštaja za minulu godinu, diskusija o tendencijama, barijerama i mogućnostima razvoja turističkog prometa, a završa-

²⁸ *Ibidem*, 435.

²⁹ *Ibidem*, 438–439.

³⁰ M. Morzycki- Markowski, *op. cit.*, 52.

³¹ B. Ćirlić, *op. cit.*, 437.

vala se razmenom iskustava u razvoju turizma.³² Prvi put je Poljsko-jugoslovenska mešovita komisija za turizam zasedala u Sarajevu od 28. septembra do 1. oktobra 1971. Pokrenula je niz pitanja: predložila povećanje deviznog limita za poljske turiste (koji putuju grupno i individualno) sa 900 na 1200 dinara; skrenula pažnju na nedovoljan broj poljskih reklamnih flajera u jugoslovenskim turističkim agencijama što je uticalo na odluke turista u pogledu izbora mesta za odmor. Komisija je istakla dobru saradnju između avio-prevoznika JAT-a i LOT-a. Zahvaljujući njenim predlozima, u jugoslovenske programe za turiste koji su putovali u Sovjetski Savez unet je i boravak u Poljskoj od nekoliko dana. U turističkim flajerima za Jugoslovene našle su se važne informacije o poljskim mestima koja su u Jugoslaviji bila manje poznata. Zbog brojnih slučajeva pružanja tehničke pomoći poljskim motorizovanim turistima za vreme njihovog boravka u Jugoslaviji odlučeno je da treba razmotriti mogućnost korištenja kreditnih kartica u dinarima. Takve kartice je trebalo da izdaje PZMot za svoje članove, a način finansijskog obračuna trebalo je da utvrde PZMot i AMSJ. Poljsko-jugoslovenskom komitetu za ekonomsku saradnju se trebalo obratiti u cilju uvođenja razmene između turističkih komora i centara za odmor u okviru programa naučno-tehničke saradnje, a na sastancima Komiteta razgovarati o tekućim problemima u razvoju turizma između obe zemlje.³³

Za mnoge Poljake koji su odlazili na odmor, kako individualno tako i grupno, Jugoslavija je bila Zapad. Prelepi Dubrovnik, spomenici Istre, jadranske plaže – sve je to bio san mnogih poljskih turista. Putovanja u Jugoslaviju autom, u kojem su bile spakovane konzerve sa mesnim nareskom, predstavljala su kasnije zanimljive tema na mnogim prijateljskim susretima.

Poljaci su se trudili da donesu u Jugoslaviju robu koja je u određenom trenutku imala najveću potražnju. U jednom trenutku takav hit su bile pilule za kontracepciju „Zet“. U Poljskoj je jedno pakovanje koštalo 7 zlota, a u Jugoslaviji se za njega dobijalo 10 novih dinara, dok se 13 dinara menjalo za jedan dolar, koji je na crnom tržištu u Poljskoj imao deset puta veću vrednost od jednog kupljenog pakovanja tableta pre putovanja.³⁴

Jedan od gradova gde su turisti trgovali bio je Zagreb. Početkom 70-ih godina u okolini pijace Dolac, pored železničke stanice i u prometnim delovima grada mnogo Poljaka je nudilo širok spektar robe. Hapsila ih je gradska policija. Sudovi u Zagrebu su organizovali tzv. poljske dane, o čemu je pisao jugoslovenski *Večernji list*. U jednom tekstu tog lista čitamo

³² D. Szwandrok, *op. cit.*, 654–655.

³³ *Ibidem*. Sastanci Poljsko-jugoslovenske mešovite komisije za turizam održavali su se svake dve godine. Pravna osnova za delovanje komisije bio je sporazum dve vlade o saradnji u oblasti turizma potpisan 9. decembra 1969.

³⁴ <http://turystyka.wp.pl/gid,15629386,img,15629389,kat,1036543,page,3,title,Tam-sie-spedzalo-wczasy-w-PRL-u,galeria.html> (pristupljeno 10. 9. 2016).

podatak da je 1972. osuđeno 12 Poljaka koji su bili na izletu, uz zaplenu novca i robe. Pojačane granične kontrole poljskih turista, koje su preventivno preduzimale jugoslovenske carinske službe, bile su predmet mnogih žalbi upućenih poljskoj ambasadi u Beogradu. One su uglavnom dolazile od osoba koje su individualno putovale automobilima na Jadran. Detaljna kontrola koja se ticala carinske deklaracije bila je često povod sukoba i kao posledica pojavljivala su se naknadna carinska plaćanja. U februaru 1980. poljsko konzularno odeljenje u Beogradu je informisano da je zadržano i novčano kažnjeno 37 poljskih državljanina koji su se bavili nelegalnom trgovinom.³⁵ U takvim slučajevima poljski turista je morao da plati kaznu, a njegova roba je bila konfiskovana. Morao je najčešće da dođe u Konzularno odeljenje u Beogradu sa molbom da dobije konzularnu pozajmicu kako bi mogao da se vrati u Poljsku. U skladu sa propisima krivičnog zakona u Poljskoj, presuda izrečena u inostranstvu poljskom državljaninu koji je izvršio prestup nije u Poljskoj imala pravnu moć, pa je samim tim bilo moguće ponovno kažnjavanje za isti prekršaj. Na osnovu tih propisa poljski turista, koji je već bio osuđen u Jugoslaviji, u Poljskoj je dobijao drugu kaznu za isti prestup.³⁶

Jedna od učesnica putovanja u Jugoslaviju u leto 1979. opisala je način te trgovine. Kada su Poljaci stigli vozom do Sarajeva njihov vagon, pre nastavka putovanja, bio je postavljen na poseban kolosek. U voz su ušli lokalni stanovnici i obe strane su počele da trguju svim čime se moglo. Jugosloveni su sve kupovali i prodaja je trajala do večeri, uz prelepo sunčano vreme. Po njenom svedočenju, najveću potražnju su imali magnetofoni firme Grundig, radija Dorota (za koje se plaćalo 500 dinara), crveni fiksni telefoni (500 dinara), fenovi, pegle, kišobrani (120 dinara), plinske boce, ćebad (100–120 dinara), fudbalske lopte (150 dinara), posteljina, peškiri, muške pidžame, bade mantili, kolonjske vode, šamponi, krema Nivea, šminke, noževi i makaze. Neki su se raspitivali za bušilice Boš i krzna od srebrne lisice. Tek sledećeg dana su otišli u obilazak grada.³⁷

Kad je nastala era poljskog fijata 126p, ljudi su umesto prepunim vozovima mogli putovati tim malim automobilom upakovanim do krova i ponekad vukući nevelike kamp prikolice Njevaduv (Niewiadów). Treba pomenuti da su turisti koji su putovali u Jugoslaviju bili u Poljskoj nazivani turističkom elitom. Zavidelo im se, naročito onim koji su imali trgovačke sposobnosti i donosili u zemlju devize zarađene u trgovini tokom letovanja.³⁸

³⁵ P. Sowiński, *Urlop z towarem, czyli jak handlowano na wakacjach w PRL*, http://www.newsweek.pl/historia/urlop-z-towarem-czyli-jak-handlowano-na-wakacjach-w-prl-newsweek-pl_artykuly_344503_1_2.html (pristupljeno 12. 8. 2016).

³⁶ „Jak stracić na turystyce czyli „polski dzień” w Zagrzebiu”, *Życie Warszawy*, 1972, br. 178, 2.

³⁷ <http://www.travel.edu.pl/jugoslawia/sarajewo/> (pristupljeno 12. 8. 2016)

³⁸ <http://polska-peerelu.blog.onet.pl/2012/03/24/demoludy/> (pristupljeno 12. 08. 2016)

Važno mesto za trgovački turizam bila je Subotica. Zlato koje je uglavnom švercovano iz Trsta u Jugoslaviju, stizalo je u Poljsku i Mađarsku. Mnogo stanovnika Subotice je živelo od trgovine zlatom. Bili su posrednici koje su angažovali razni trgovci, mušterije su tražili na lokalnoj železničkoj stanici, ali je devizna transakcija vršena u njihovim kućama. Šanse da se uhvate svi koji su trgovali zlatom i devizama bile su male, pošto je u letnjoj sezoni svakog dana u Suboticu stizalo oko 300 turista, koji su želeli da pokriju troškove putovanja i boravka kao i da dodatno zarade neki novac. U slučaju da budu uhvaćeni na delu za vreme takve trgovine, službe javnog reda su privodile takve osobe i one su obično gubile i svoje devize i robu.³⁹

Poljaci nisu imali problem sa individualnim putovanjem u zemlju istog političko-ekonomskog sistema. Jedna od važnih prepreka za putovanje u Jugoslaviju bilo je pozivno pismo, zahvaljujući kome se mogla preći granica. U tu svrhu su korišćena različita poznanstva (npr. ljudi koji su radili na železnici). Osamdesetih godina takvo pozivno pismo je koštalo oko 20 dolara. Jedan od učesnika putovanja koje je imalo turističko-trgovački karakter utvrdio je da je ta suma odgovarala njegovoj mesečnoj plati i bila investicija u nepoznato, jer je u slučaju da carinske vlasti uskrate ulazak u zemlju on gubio svoju mesečnu zaradu.⁴⁰ Potražnja robe iz Poljske nije bila tako predvidljiva u Jugoslaviji kao u drugim socijalističkim zemljama. Barijeru u razmeni je često predstavljao jezik. Putovanje u Jugoslaviju je bilo duže nego u druge zemlje, ponekad je trajalo dve-tri nedelje. Mnogo Poljaka se sprijateljilo sa druželjubivim Jugoslovenima. Pominjani učesnik je pričao o tome da mu je jedan televizijski novinar u Sarajevu najpre prodao dolare a posle obezbedio propusnicu za televiziju da bi mogao da vidi studio uživo. Takođe je primetio da su ponekad Jugosloveni tretirali Poljake malo sa visine i da su svoju pažnju uglavnom koncentrisali na bogatije turiste sa Zapada. Na Poljake su ih direktno asocirali fijat 126p i 125p. Taj drugi je čak imao svoj jugoslovenski naziv *Pezejac* – skraćenica od *poljski zec* (*polski zajac*). Poljski turisti se sećaju da je praktično svaka roba mogla da se proda brzo i uz dobru zaradu, počev od odeće, burgija, elektronike, automobilskih delova. Glavni obračunska valuta u Jugoslaviji nije bio dolar nego nemačka marka. Turisti su se trudili da prodaju ono čega nije bilo na tržištu, jer se tada moglo zaraditi najviše (pominjane tablete *Zet*). Neki su koristili kursnu razliku u pojedinim oblastima Jugoslavije koja je iznosila 5–6%. Isplatilo se, na primer, kupiti dolare za marke u Dalmaciji i posle ih opet prodati za marke na pijaci u Subotici, gde je mnogo Turaka kupovalo dolare. Neki su za vreme jedne transakcije promena deviza imali kod sebe čak i 20.000 dolara. Oni koji su trgovali devizama

³⁹ *Jak stracić na turystyce...*, 2.

⁴⁰ <http://uczyc-sie-z-historii.pl/pl/historia-bliska/szukaj/1/fraza/z+towarem+po+demoludach/szukaj/ok> (pristupljeno 10. 9. 2016)

obraćali su pažnju na opadanje vrednosti jugoslovenskog novca za oko 10% u novembru oko državnog praznika Dana Republike (29. novembra). Posle odbijanja troškova putovanja i svih ostalih troškova (npr. mito za carinike i posrednike), na izletu se moglo zaraditi toliko da je poljska porodica mogla slobodno da preživi nekoliko meseci. Ova turističko-trgovačka putovanja u Jugoslaviju su okončana kada je u zemlji počela da se oseća atmosfera predstojećeg rata.⁴¹

Putovanja u Jugoslaviju su imala turističko-trgovački karakter, nekad više trgovački, nekad više turistički. Generalno je trgovina robom dovezenom iz Poljske potpomagala turistički deo boravka. Prosečni turisti koji su individualno išli *peglicama* bili su zapakovani do krova (i na krovu), a pri povratku su sve stvari mogli da smeste u prtljažnik tog malog auta. Poljaci su bili praktični, pa su često posle završenog boravka prodavali celu kamp opremu. Neki su dolazili velikim fijatima i do vrha ispunjenim prikolicama Njevaduv, polazeći od pretpostavke da će za prodatu robu u Jugoslaviji moći mirno da provedu ne samo odmor već da će u domovinu doneti i neku zaradu. Početkom 80-ih godina Jugosloveni su rado kupovali šatore, motorne čamce na rasklapanje (Pelikan), sovjetske motore za te čamce, jedrilice tipa Meva (Mewa), turističku opremu, dušeke, mini plinske rešoe, plinske boce i različitu turističku opremu. Hit 80-ih godina je predstavljao, profesionalan za to vreme, poljski magnetofon Finezja (*koji se taman mogao lepo smestiti ispod sedišta u automobilu*).⁴²

U kampu u Rovinju prodavale su se sa velikim uspehom ručno rađene drvene šahovske garniture koje su u Poljskoj bile dosta jeftine, drveni ukrasni tanjiri, električni aparati za brijanje, losioni posle brijanja, radio-magnetofoni, češljevi, budilnici i kišobrani na rasklapanje. Drvene šahovske garniture i tanjire Jugosloveni su posle prodavali Nemcima. Turisti koji su se vraćali u Poljsku kupovali su vinjak Cezar sa karakterističnim zatvaračem, vegetu i alkohol (u apotekama). U jednom periodu veliki hit je bila krema Nivea u metalnim kutijicama kao i parfemi *Być może* u spreju (ali ne u običnim flašicama koje, ne zna se zašto, nisu imale uspeha u prodaji). Sedamdesetih godina je bila veoma popularna balkanska ruta – Bugarska, Grčka, Jugoslavija i Turska. U Jugoslaviju i ostale države se išlo sa proizvodima od kristala koji su tamo najviše kupovani ili sa fotografskim aparatima (čuveni Zenit). Ta roba je prodavana na licu mesta često za dolare, a posle povratka u Poljsku mogao se za zarađenu svotu kupiti čak i automobil.⁴³

Turističkom trgovinom su se bavili i Jugosloveni koji su posećivali Poljsku. Dominacija trgovačkih elemenata nad funkcijom odmora među

⁴¹ *Ibidem.*

⁴² *Jugosławia – kto jeszcze pamięta „stare, dobre czasy”*, <http://www.cro.pl/jugoslawia-kto-jeszcze-pamieta-stare-dobre-czasy-q-t6498.html> (pristupljeno 11. 9. 2016).

⁴³ *Ibidem.*

jugoslovenskim turistima koji su dolazili u Poljsku registrovana je u drugoj polovini 70-ih godina.⁴⁴ Po Dariušu Švandroku (Dariusz Szwandrok) to potvrđuje i činjenica da je 1979. Poljsku posetilo oko 190.000 jugoslovenskih državljana pri čemu polovina nije ostajala duže od dva dana. Sledeći argument jesu slučajevi koje je zabeležila poljska carinska služba, kao što je bilo izbegavanje obavezne promene deviza pri ulasku na teritoriju Poljske od strane 1.678 osoba, mada je to predstavljalo tek 1% Jugoslavena koji su posećivali Poljsku. Pokušaj iznošenja iz Poljske robe u vrednosti od nekoliko miliona zlota od strane jugoslovenskih državljana zabeležen 1. i 2. decembra 1979, po mišljenju Švandroka potvrđuje hipotezu o čestom tretiranju turističkih putovanja kao trgovačkih na obe strane, kao i o iskorišćavanju tih poseta ne samo da bi se vratio uloženi novac već i da bi se zaradilo. Pooštrena carinska kontrola zbog velike količine prtljaga za ostale turiste značila je produženje čekanja na prelazak granice. Pri napuštanju teritorije Poljske državna granična služba je primetila da jugoslovenski turisti iznose mnogo robe. Tokom cele 1979. godine jugoslovenski državljanin su se posle povratka iz Poljske žalili na neprijatno ponašanje carinika na graničnom prelazu u Hižnama (Chyżne).⁴⁵ Za vreme putovanja Jugoslaveni su tražili odeću, donje rublje, najlon čarape, kožne cipele i torbe, parfeme, cigare i luksuzna alkoholna pića. Ta lista je pokazivala slabosti jugoslovenske privrede koja nije bila u stanju da zadovolji sve razvijenije potrebe potrošačkog društva. Pa ipak, posećujući druge socijalističke države Evrope jugoslovenski državljanin su se osećali nezavisniji i bogatiji u poređenju sa svojim istočnoevropskim susedima.⁴⁶

Da rezimiramo: i putovanje kao i nezvanična trgovačka razmena bili su 70-ih i 80-ih godina masovna i opšte prihvaćena pojava. Koliko je 60-ih godina turistička trgovina postala činilac koji je prouzrokovao masovni turizam i bio sa njim integralno povezan kao način da se provede relativno jeftin odmor u inostranstvu, toliko je sledećih decenija trgovačka delatnost omogućila odlazak u inostranstvo sve većoj grupi ljudi koji su bili lošije situirani. Putovanja su za deo „turista“ postala izvor relativno visokih, neoporezovanih dohodaka, od kojih je samo deo investiran u sledeće putovanje. Tokom nekoliko decenija stvorila se mreža trgovačkih veza koja je obuhvatala evropske socijalističke zemlje.⁴⁷

Ponekad je ta trgovina ispoljavala odlike kreativne delatnosti socijalističkih društava. Po mišljenju Ježija Kohanovskog (Jerzego Kochanowskiego), u tome se krila mreža u smislu *prenošenja od usta do usta informacija: šta? gde? kada? pošto? sa kim?*, a sve je to dovodilo do *prvog privrednog čuda, koje zaslužuje Nobelovu nagradu u oblasti ekonomije:*

⁴⁴ D. Szwandrok, *op. cit.*, 649–650.

⁴⁵ *Ibidem*, 650.

⁴⁶ *Ibidem*, 652; A. Švab, *Consuming Western Image of Well-Being...*, 64–77.

⁴⁷ J. Kochanowski, *Jesteśmy za biedni...*, 22.

*zvanično nepromenjive rublje, forinte i druge socijalističke valute ne samo da su postale promenjive već su doslovno bile zlata vredne.*⁴⁸ Zarada koja se očekivala postala je jedan od osnovnih činilaca koji su odlučivali o turističkoj atraktivnosti države i izboru strategije za putovanje. Socijalističkim vlastima je bilo jasno da se zahvaljujući razvoju turizma i turističke trgovine iz baze društva pojavilo spontano i nekontrolisano sporazumevanje društava. Poljaci, Mađari i Jugosloveni su uspeali da u toku jedne decenije stvore trajan temelj na kome se zasnivala masovna trgovačka saradnja 70-ih i 80-ih godina XX veka.

REZIME

TURISTIČKA TRGOVINA IZMEĐU GRAĐANA POLJSKE I JUGOSLAVIJE 70-ih I 80-ih GODINA XX VEKA

Inostrani turizam u socijalističkim zemljama se karakterisao određenom slobodom u oblasti koju je država slabo kontrolisala. Osim odmora, nudio je zadovoljenje potreba koje nije bilo moguće ostvariti na domaćem tržištu. Turistička trgovina u sovjetskom bloku se pojavila posle 1956. godine i nestala ubrzo posle kraha socijalističke privrede posle 1989. godine. Definisana je kao legalna (ili nelegalna) trgovinska razmena koju su pokrenuli strani turisti.

Putovanje Poljaka (individualno ili grupno) na turističke izlete u Jugoslaviju iziskivalo je ispunjenje mnogih uslova, a najsigurniji način odlaska su bili izleti koje su organizovale državne turističke agencije. Za Jugoslaviju je bio potreban tzv. uložak za pasoš koji je bio dodatak uz ličnu kartu. I poljski i jugoslovenski carinski propisi su dozvoljavali uvoz i izvoz stvari koje su bile namenjene za ličnu upotrebu, kao i suvenire koji s obzirom na količinu nisu bili planirani za trgovinu.

Za mnoge Poljake Jugoslavija je bila kao zapadna zemlja. Jedan od gradova gde se trgovalo bio je Zagreb. Na početku 70-ih godina oko pijace Dolac, pored železničke stanice i na prometnim mestima u gradu, mnogo Poljaka je nudilo širok spektar robe. Jugosloveni su rado kupovali sve što je bilo na prodaju. Važno mesto za trgovinski turizam je bila i Subotica. Turisti su se trudili da nađu proizvode koji su nedostajali na tržištu, jer se tada moglo najviše zaraditi. Turističko-trgovačka putovanja po Jugoslaviji okončana su kada je u zemlji počela da se oseća atmosfera predstojećeg rata.

⁴⁸ *Ibidem*, 22–23.

STRESZCZENIE

HANDEL TURYSTYCZNY MIĘDZY OBYWATELAMI POLSKI I JUGOSŁAWII W LATACH 70. I 80. XX WIEKU

Turystyka zagraniczna w państwach socjalistycznych charakteryzowała się pewnym obszarem swobody słabo nadzorowanym przez państwo. Oprócz wypoczynku oferowała realizację potrzeb niemożliwych do spełnienia na rynku krajowym. Handel turystyczny w obrębie bloku sowieckiego pojawił się po 1956 roku i zniknął niedługo po upadku gospodarek socjalistycznych po 1989 roku. Został on zdefiniowany jako legalna (lub nielegalna) wymiana towarowa inicjowana przez zagranicznych turystów.

Wyjazd Polaków (indywidualny lub grupowy) na wycieczkę turystyczną do Jugosławii wymagał spełnienia wielu warunków, a najpewniejszym sposobem wyjazdu były wczasy organizowane przez państwowe biura podróży. Do Jugosławii potrzebna była tzw. wkładka paszportowa, będąca załącznikiem do dowodu osobistego. Zarówno polskie, jaki i jugosłowiańskie przepisy celne zezwalały na przywóz i wywóz rzeczy przeznaczonych na własny użytek oraz upominków nie wskazujących pod względem liczby na ich przeznaczenie handlowe.

Dla wielu Polaków Jugosławia jawiła się jako państwo Zachodu. Jednym z docelowych miejsc dla handlujących turystów był Zagrzeb. Na początku lat 70. wokół targu Dolac, przy dworcu kolejowym i w ruchliwych punktach miasta, wielu Polaków oferowało szeroką gamę towarów. Jugosłowianie chętnie kupowali wszystko, co było do sprzedania. Ważnym miejscem dla turystyki handlowej była również Subotica. Turyści posiadający towar na sprzedaż starali się znaleźć niszę rynkową na jeden określony towar, bo wtedy można było zarobić najwięcej. Koniec wyjazdów turystyczno-handlowych na tereny Jugosławii nastąpił, gdy kraj zaczęło ogarniać widmo nadchodzącej wojny.

SUMMARY

TOURIST TRADE BETWEEN POLISH AND YUGOSLAV CITIZENS IN THE 70S AND 80S OF THE TWENTIETH CENTURY

Foreign tourism in the socialist countries was characterized by a certain area of freedom poorly supervised by the state. In addition to holiday, it offered the realization of needs that Poles could not realize in the domestic market. Tourist trade within the Soviet bloc appeared after 1956 and it disappeared shortly after the fall of socialist economies after 1989.

It was defined as a legal (or illegal) trade exchange with foreign visitors on the initiative of tourists.

The departure of Poles (individual or group) on a tourist trip to Yugoslavia required many conditions to be fulfilled. Yugoslavia also required a so-called passport insert, the annex to the ID card. Both the Polish and Yugoslav customs regulations allowed having items for personal use and gifts that did not indicate their commercial use.

For many Poles, Yugoslavia appeared as the West. One of the main destinations for trading tourists was Zagreb. At the beginning of the 1970s, around the Dolac market or at the railway station, many Poles offered a wide range of goods. Yugoslavians willingly bought everything that was available for sale. An important place for commercial tourism was also Subotica. Tourists with goods for sale tried to find a niche market for a particular commodity, because then they could earn the most. The tourist commercial trips to Yugoslavia ended just before the breakup of the war.