



Regina Pacanowska¹

Od wytwarzania ręcznego do masowego. Produkcja obuwia w Polsce w XX i na początku XXI wieku

Streszczenie

W produkcji i handlu obuwem zaszły w minionym stuleciu istotne zmiany. Miejsce dominującej ręcznej wytwórczości rzemieślniczej zajęła produkcja masowa. Na ziemiach polskich pierwsze fabryki maszynowej produkcji butów czeskiego przedsiębiorcy T. Bata powstały w dwudziestoleciu międzywojennym. Rozbudowa i nowe inwestycje w fabrykach obuwniczych przypadły na przełom lat 50. i 60. Wielkość obuwia produkowanego w kraju wzrastała do końca lat 70., w kolejnej dekadzie utrzymała się na stałym poziomie. O kondycji polskich fabryk obuwniczych i kształcie współczesnego rynku obuwniczego zdecydowało kilka czynników, w tym widoczny w tej branży proces deindustrializacji, import do kraju obuwia z krajów azjatyckich, a także polityka celna. Zmiany gustów i upodobań konsumentów, rosnące zapotrzebowanie na obuwie specjalistyczne stały się podstawą umacniania rynkowej pozycji małych firm obuwniczych.

Słowa kluczowe: produkcja obuwia, branża obuwnicza, sektor skórzany, firmy obuwnicze

From hand-made to mass-produced. Footwear production in Poland in the 20th and 21st centuries

Abstract

The production and trade of footwear has undergone significant changes in the past century. The predominantly manual craft was replaced by mass production. In the Poland, the first machine factories for shoe production were established in the inter-war period by the Czech entrepreneur T. Bata. Expansion and new investments in shoe factories came at the end of the 1950s and beginning of the '60s. The production of domesti-

¹ Dr hab. Regina Pacanowska, prof. UAM, Pracownia Historii Wizualnej, Wydział Historii, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, ul. Uniwersytetu Poznańskiego 7, 61-614 Poznań, e-mail: regina.pacanowska@amu.edu.pl, nr ORCID: 0000-0002-3368-3579.

cally produced footwear increased until the end of the 1970s. The condition of Polish shoe factories and the shape of the contemporary shoe market was determined by several factors, including the deindustrialisation process visible in this sector, the import to the country of footwear produced in Asian countries, the customs policy pursued, as well as changes in consumer tastes and preferences.

Keywords: footwear production, footwear industry, leather sector, footwear companies, shoe production

Wstęp

Współczesny globalny rynek obuwia charakteryzuje kilka widocznych tendencji: zwiększanie produkcji w krajach azjatyckich, do których w ostatnich dekadach XX wieku przenoszono fabryki największych rynkowych producentów, widoczny rozwój rynku chińskiego, gdzie przed pandemią COVID wytwarzano ponad 15 mld par obuwia rocznie – statystycznie dwie pary na jednego mieszkańca globu – przy dominującej konsumpcji w krajach wyżej rozwiniętych. W Unii Europejskiej, która należy do wiodących importerów obuwia azjatyckiego i gdzie równocześnie zapotrzebowanie na obuwie należy do najwyższych, podjęto próby ochrony własnego rynku przez rodzimych producentów, rozpoczęto dyskusję o konieczności wprowadzenia barier celnych, jak i większej świadomości dotyczącej aspektów środowiskowych wśród klientów (Raport... 2017: 12). Sektor skórzany w państwach członkowskich UE zatrudniał przed pandemią ok. 300 tys. pracowników. Na unijnym rynku najwięksi producenci obuwia z Włoch, Hiszpanii czy Portugalii zaczęli w ostatniej dekadzie zlecać produkcję do krajów postsocjalistycznych (*Praca za grosik...* 2017: 1–2). W regionie Europy, w którym na początku ubiegłego stulecia produkcję maszynową butów zainicjował koncern Baty, państwowe fabryki obuwnicze po utracie rynków wschodnich nie przetrwały w większości konkurencji z importem taniego obuwia z Azji. Celem artykułu jest ukazanie, jak w XX wieku funkcjonowała branża obuwnicza w Polsce, na jak dużą skalę zwiększono po drugiej wojnie światowej masową produkcję maszynową i jakie zmiany zaszły w tym dziale gospodarki w okresie transformacji systemowej. Proces odbudowy sektora skózanego w Polsce, choć wykazywał cechy wspólne z krajami postsocjalistycznymi, wiązał się z odbudową i umacnianiem pozycji rynkowej firm rodzinnych. Powstające w miejsce państwowych monopolistów mniejsze podmioty, szukając nisz rynkowych, poszły w kierunku produkcji obuwia lepszej jakości aniżeli importowane z innych kontynentów oraz obuwia specjalistycznego.

Problematyka obuwia – jego projektowania, wykonania i użytkowania, w tym rangi i znaczenia butów w podkreślaniu prestiżu, zamożności

i społecznego statusu – w kontekście historycznym podejmowana była w wielu publikacjach naukowych, w dużej mierze związanych z życiem codziennym, historią ubioru czy mody. Od strony gospodarczej temat opracowywany był w publikacjach ukazujących zmiany w strukturze przemysłu, w tym przemysłu włókienniczego, monografiach największych fabryk obuwniczych i ich twórców (Bata), w tym związanych z inwestycjami batowskimi w Polsce i inwestycjami z okresu Polski Ludowej (Płatek Ł.). W odniesieniu do czasu transformacji systemowej po 1989 r. koncentrowano się na problematyce zmian własnościowych największych fabryk obuwniczych, jak też działalności nowych podmiotów, kreujących nowe marki na rynku. W artykule, ukazującym w szerszej perspektywie chronologicznej zmiany w produkcji obuwia, wykorzystano źródła pierwotne, w tym statystyczne z Głównego Urzędu Statystycznego oraz raporty dotyczące zmian w sektorze obuwniczym przygotowywane przez instytucje i podmioty publiczne (Polska Izba Przemysłu Skórzanego; Fundacja Kupuj Buty Odpowiedzialnie).

Wprowadzenie

Buty zarówno w przeszłości, jak i dzisiaj stanowią integralną część ubioru, zwykle zależną od przynależności do określonej klasy czy warstwy społecznej, wykonywanego zawodu i poziomu zamożności. Ich wygląd – unikalny krój, materiał i wykończenie, szczególnie ważne w przypadku strojów ceremonialnych, a także regionalnych czy narodowych – zależał zarówno od warunków klimatycznych (sandały, kalosze, trzewiki), jak i realiów kulturowych. O tej unikalnej odrębności świadczą do dziś znane i przyjęte określenia, jak holenderskie chodaki, norweskie mokasyny czy „japonki”, w przypadku konkretnych zawodów – oficerki, molierki, baletki lub baleriny; w stroju regionalnym górali – skórzane kierzce. O tym, że obuwie było pożądanym elementem ubioru, ale nie zawsze dostępnym dla wszystkich warstw społecznych, świadczą nie tylko zachowane źródła ikonograficzne, fotografie z przełomu XIX i XX wieku, relacje pamiątnikarskie, ale również przypisywane butom magiczne znaczenie w przypowieściach, legendach czy baśniach np. braci Grimm, H.Ch. Andersena (siedmiomilowe buty, Kot w Butach, pantofelek Kopciuszka). O roli i znaczeniu butów w kształtowaniu wizerunku poszczególnych warstw świadczy także wymowny opis znanego polskiego reportażysty Ryszarda Kapuścińskiego: „Mocny but był symbolem prestiżu i władzy, symbolem panowania; lichy i podarty był oznaką poniżenia, piętnem człowieka, któremu odebrano wszelką godność, ska-

zано na nieludzką egzystencję. Mieć buty znaczyło być mocnym, a raczej po prostu być” (Kuciel-Frydryszak 2023: 259).

Przez stulecia – do czasu powstania pierwszych zmechanizowanych fabryk obuwniczych w końcu XIX wieku – ręczne szycie obuwia było domeną drobnych rzemieślników. Zawód szewca, podobnie jak fach rymarzy czy siodlarzy zrzeszonych w cechach skórzanych, nie cieszył się dużym poważaniem społecznym i trudno w nim było zapracować na utrzymanie rodziny. Szewc, szyjący i naprawiający obuwie, nie należał bowiem do zawodów popłatnych. Wyjątek stanowiły te spośród zakładów szewskich, które realizowały zamówienia dla zamożnych warstw społecznych: szlachty, mieszczan czy arystokracji. Niektóre ośrodki miejskie znane były z szewskiej specjalności, jak przykładowo w XVIII Wołczyn – miasto szewców, gdzie działało ponad 70 rzemieślników szyjących obuwie. Na terenach wiejskich wyrabianiem i naprawą butów, często drewnianych chodaków, trudnili się poza sezonem prac rolniczych chłopci (Minksztym 2020: 111). Specyfikę zawodu szewca oddają ludowe porzekadła, w tym najbardziej znane: „szewc bez butów chodzi”, a w nawiązaniu do jakości wykonania „robić coś na jedno kopyto”.

Obuwie było na wsiach towarem rzadkim, dobrem świadczącym w sposób wymowny o sytuacji materialnej rodziny. Jeszcze na początku XX wieku, jak wskazywała w swojej pracy o chłopkach H. Kuciel-Frydryszak, buty nosili głównie mężczyźni, kobiety zakładały trzewiki niemal wyłącznie do kościoła czy na targ. W najtrudniejszej sytuacji znajdowały się dzieci z ubogich i wielodzietnych rodzin, które drewniane chodaki zakładały jedynie zimą, gdy uczęszczały do szkoły. Niekiedy też pożyczaly buty od matki czy starszego rodzeństwa². Przedwojenna aktorka Jadwiga Szaflarska w nagranych materiałach wspomnieniowych podkreślała, że trzewiki w domu były, ale drogę do kościoła pokonywano w większości boso, a obuwie zakładano tuż przed dotarciem do celu. Do tej praktyki najuboższych warstw chłopskich na ziemiach polskich, którą potwierdzają pamiętniki i fotografie z okresu międzywojennego, nawiązuje znane określenie „bosy Antek” oznaczające osobę, której nie stać na zakup obuwia, a szerzej także innych dóbr.

Świadectwa wagi, jaką przywiązywano do obuwia, odnajdziemy w polskiej literaturze, np. w „Weselu” Stanisława Wyspiańskiego. Panna Młoda przyznaje: „Buciki mam trochę ciasne”; a w odpowiedzi na propozycję tańcowania boso: „To je zezuj, moja złota”, reaguje zdecydowanym stwierdzeniem „Panna młoda. Cóż to znowu. To ni można” i zaraz doda-

² W konkretnych przypadkach autorka przywołuje przykład dzieci, które nosiły obuwie na zmianę, czy chłopki, która raz w miesiącu pożyczala buty od sąsiadki, aby iść w nich do kościoła. Kuciel-Frydryszak, s. 44–46.

je brzmiące jak porzekadło, a oddające sposób myślenia o randze wesela i znaczeniu obuwia słowa: „Trza być w butach na weselu” (Wyspiański 2019: 22). Uroczystość, której pierwowzorem było chłopskie wesele w podkrakowskich Bronowicach, doskonale maluje realia ówczesnej galicyjskiej wsi.

Wśród wielu niewielkich szewskich zakładów rodzinnych, szczególnie licznych w miastach z regionów o dużej dostępności skór i materiałów do produkcji butów, sporą część stanowiły warsztaty prowadzone przez ludność żydowską. Buty zamawiano i kupowano „u Żyda”. Zwykle miały niższą cenę aniżeli buty wykonane przez rzemieślników cechowych. O rywalizacji tych grup świadczy zachowane w dokumentach archiwalnych cechów rzemieślniczych i w prasie międzywojennej określenie niedrogich butów „żydowską tandetą” (Szczepaniak 2020: 241). Ci spośród przedstawicieli narodowości żydowskiej, którzy wyjeżdżali w końcu XIX i na początku XX wieku „za chlebem”, w listach do rodziny pisali, że w zamożniejszych krajach Europy czy Ameryki Północnej obuwiu było dostępne dla wszystkich grup społecznych, co więcej, dobrze sytuowani kupowali po kilka par butów rocznie. Szewc żydowski, który wyemigrował do Stanów Zjednoczonych z północnych terenów ziem polskich, w liście zachęcał adresata: „Musisz przyjechać do Baltimore, tutaj wszyscy noszą buty. Ameryka to bogaty kraj, z ulicami płynącymi złotem” (Krakowski 2011: 181). W XIX wieku ośrodkiem, który specjalizował się w produkcji butów i do którego często trafiali ubodzy imigranci z Europy, był Boston, wokół którego rozbudowały się tzw. miasta obuwnicze (*shoe market towns*) (Orliński 2019: 56–57). Produkcji fabrycznej sprzyjały zachodzące od połowy tego stulecia zmiany technologiczne, głównie instalowane w kolejnych zakładach maszyny przemysłowe do rolowania skór czy zszywania podeszwy z górą buta. Na ziemiach polskich pierwsze takie fabryki powstały w dwudziestoleciu międzywojennym.

W uprzywilejowanej sytuacji znajdowali się rzemieślnicy szewscy wykonujący zamówienia dla wojska. Zapotrzebowanie na pełne umundurowanie często stanowiło impuls do dynamicznego rozwoju firm obuwniczych i późniejszej specjalizacji. Za przykład może posłużyć powstały w 1885 r. amerykański Bates, obecny do dziś na rynku i produkujący niemal wyłącznie obuwiu dla wojska i służb mundurowych. O znaczeniu obuwia dla tej właśnie formacji świadczy często cytowane powiedzenie gen. Pattona „Żołnierz w pantoflach to tylko żołnierz. Żołnierz w wojskowych butach to prawdziwy wojownik” (Knight 2016: 39). Wysokie, wykonane ze skóry obuwiu przeznaczone do jazdy konnej nosili w wielu formacjach wyżsi rangą wojskowi (*Ilustrowana historia*

strojów 2008: 312–313). Z czasem termin „oficerki” stał się synonimem takich butów. Na terenach wschodnich, w tym zaboru rosyjskiego, wysokie buty, w nawiązaniu do noszących je formacji wojskowych, zyskały nazwę „kozaków”. Określenie to przetrwało do dziś i jest powszechnie używane w polszczyźnie. O tym, jak cennym towarem było skórzane obuwie wojskowych, przekonują zachowane relacje z opisów przegranych bitew. Jak wspominają świadkowie, poległych pozbawiano ubrań i wojskowych butów. Buty i mundur żołnierski świadczyły wymownie o możliwościach finansowych państw zaangażowanych w konflikty (Skarżyński 2018: 30–37). Wyposażenie wojska w odpowiednie umundurowanie decydowało niekiedy o wygranej bitwie czy całej kampanii, czego potwierdzenie odnajdziemy w każdym okresie historycznym. Do najbardziej znanych przykładów należy wyprawa Napoleona na Rosję z 1812 r. Nieprzystosowane do warunków zimowych umundurowanie żołnierzy przy braku aprowizacji, zaopatrzenia i ujemnych temperaturach doprowadziło do odwrotu spod Moskwy i klęski Wielkiej Armii. W odniesieniu zaś do pierwszych lat XX wieku wymowny jest przykład maszynowo produkowanych w Stanach Zjednoczonych butów dla żołnierzy z początków pierwszej wojny światowej (Model M 1917 i M 1918), które w warunkach okopowych powodowały deformację i rany stóp, tzw. „okopowe stopy”, a w konsekwencji wysoką umieralność żołnierzy (Wyborcza 2024). Dodajmy, że problem ten widoczny był również podczas walk toczonych pod Stalingradem w latach 1942–1943, aktualny stał się również współcześnie w kontekście działań wojennych na Ukrainie, m.in. w okolicach Donbasu. Problematyka ta była poruszana na łamach „Polski Zbrojnej” („Polska Zbrojna” 2022)³.

W zgoła odmiennej sytuacji znajdowali się szewscy rzemieślnicy w największych miastach na ziemiach polskich, jak Kraków czy Warszawa. W Warszawie o klientów rywalizowało wiele znanych rodzin szewskich, jak Hiszpańscy, Strusiowie, Leszczyńscy, Niedzińscy czy Kielmanowie. Na kartach historii zapisał się także za swoje zasługi podczas insurekcji kościuszkowskiej szewc Jan Kiliński. Wśród klientów rodzin szewskich – Hiszpańskich (1838) czy Kielmanów (1883) – dominowali oficerowie, przedstawiciele arystokracji czy szerzej, ówczesnych elit, nie tylko warszawskich. Na początku XX wieku nawet połowa obuwia produkowanego przez Kielmanów trafiała na rynki rosyjskie, głównie do Sankt Petersburga. Rodzina ta z wykonywanego zawodu uczyniła swoi-

³ Okopowa stopa to lokalne uszkodzenie nieodmrożeniowe obejmujące stopy. Określana jest jako zespół objawów okopowych spowodowanych długotrwałym działaniem wilgoci i niemożliwością wysuszenia stóp, m.in. podczas walk terenowych („Polska Zbrojna” 2022).

sty etos. „Szewc to artysta, który w rękach ma prawdziwy dar, a jego praca to zajęcie ciężkie, ale i wymagające ogromnego kunsztu” (Zasiadczyk, Krasicki 2019: 199–224, 341). W ofercie znanych szewców znajdowały się nie tylko oficerki, ale też typy i modele butów wypracowane w znanych europejskich ośrodkach.

W największych miastach europejskich wiele zakładów rodzinnych pracowało na swoją renomę, jak John Lobb z Londynu (1849) czy Edward Green z Nordhampton (1890), rozwijając angielską tradycję ręcznie sztychowanych butów na miarę. W początkach XX wieku dołączyli specjalizujący się w szyciu obuwia bracia Adolf i Rudolf Dasslerowie (1924: Gerbrueder Dassler; po spektakularnym podziale firmy późniejsi właściciele marek Adidas i Puma). Warto wskazać, że rodzinne miasto braci Dasslerów – Herzogenaurach na początku ubiegłego stulecia miało swoją specjalizację i nazywane było miastem szewców. Wskazane tytułem przykładu przedsiębiorstwa rodzinne wpisały się w kontekst firm długowiecznych, obecnych na rynku do dziś. Wypracowane w tych ośrodkach rozwiązania, unikalny wygląd sztychowanego na miarę obuwia, powodowały, że popularność zyskiwały zaaprobowane przez klientów modele. Wyrazem tych specjalizacji są też przyjęte na przełomie XIX i XX wieku określenia dla półbutów noszonych przez mężczyzn, jak wiedeńki, oksfordki czy przeznaczone do jazdy konnej – sztyblety.

W kierunku produkcji maszynowej

Do przełomu w branży obuwniczej doszło po upowszechnieniu się zastępującej ręczne szycie produkcji maszynowej i obuwia wykonywanego z innych niż skóra materiałów. W połowie XIX wieku w fabrykach amerykańskich znalazły zastosowanie pierwsze maszyny, m.in. do rolowania skór, których wynalazcą był Elias Howe. Największą zmianę przyniosła maszyna skonstruowana przez Mc Keysa w 1858 r., umożliwiająca zszywanie podeszwy z wierzchem buta. Urządzenie, na którym umieszczono autorski znak towarowy wynalazcy, było z powodzeniem wykorzystywane w zakładach szewskich, zyski ze sprzedaży trafiały do konstruktora. Upowszechnienie wykonanego z płótna i gumy obuwia sportowego nastąpiło pół wieku później. Firmę Converse Rubber Company, która odmieniła amerykański rynek obuwia, założył na początku ubiegłego wieku, w 1908 roku, Marquis Converse. Rozpoznawalne w skali globalnej sportowe trampki z płótna Converse Chuck Taylor all Star zaprojektowano w Stanach Zjednoczonych w 1917 r. Sportowe trampki Converse – brązowe z czarnym wykończeniem i białe

z niebiesko-czerwonym wykończeniem – zakładały zarówno gwiazdy sportu, koszykarze, jak i żołnierze amerykańscy podczas treningów (Converse.com). Charakterystyczne, że trendy związane z maszynową produkcją i butami wykonanymi z płótna w kolejnych dekadach przeniesiono na rynek europejski.

Symptomatyczny przykład zachodzących w ubiegłym stuleciu w Europie zmian w sektorze obuwniczym stanowi firma Bata. Jej twórca, Thomas Bata, określany współcześnie przez publicystów mianem „Henry’ego Forda Europy Środkowej”, zapoczątkował w założonym w końcu XIX wieku zakładzie produkcję butów z płótna (tzw. batówek – 1897), upowszechniając w kolejnych latach zakup obuwia sezonowego. Liczący w 1894 r. trzy osoby zakład rozwinął się w dużą firmę zatrudniającą w 1905 r. 250 pracowników. Przełomem w jej rozwoju stały się wprowadzone na wzór amerykański maszyny do szycia butów i zamówienia wojskowe z okresu pierwszej wojny światowej, liczące ok. 10 tys. par obuwia rocznie. Właściciel rodzinnego biznesu, któremu „drugie życie” i nieco przygasła w Europie Środkowej pamięć przyniosła opublikowana w 2022 r. obszerna biografia (Cekota 2022), dał się jednak poznać przede wszystkim jako uzdolniony organizator, a wiele wprowadzonych przez niego rozwiązań w branży obuwniczej znalazło naśladowców. Stosując nowoczesne metody kierowania firmą, w tym zaobserwowane podczas podróży po Stanach Zjednoczonych techniki organizacji pracy, kładł nacisk na szkolenie pracowników i ich udział w zyskach firmy. W tę konwencję działalności wpisuje się uruchomienie w 1925 r. The Bata School of World, w szkoleniu pracowników przytaczano w niej często powiedzenie „nie mów mi, że się nie uda, powiedz mi, że nie umiesz”. Jako jeden z nielicznych ówczesnych przedsiębiorców Bata wprowadził z powodzeniem w życie system tzw. bonusów dla pracowników. Była to m.in. budowa niewielkich domów pracowniczych, których powstało ogółem przed wybuchem drugiej wojny światowej ok. 800 (Płatek 2013; Borejza 2024).

Rozmach, z jakim pod szyldem Baty budowano nowe fabryki, otwierano sklepy firmowe i wcielano w życie kolejne rozwiązania z zakresu handlu obuwem, był imponujący. W sposób wymowny świadczą o tym chociażby nowoczesny drapacz chmur, tzw. 21 w Żlinie czy powstałe na terenie Wielkiej Brytanii w 1932 r. Est Tilbury (miasto Baty). Rozwój firmy obuwniczej na tak dużą skalę w tej części Europy zbiegł się z rosnącym zapotrzebowaniem na niedrogie i zróżnicowane obuwie, w tym obuwie sportowe, czego przykładem zapoczątkowana wówczas produkcja trampek. Związany był także z poszukiwaniem nowych rynków zbytu: buty od Baty trafiały na cztery kontynenty, w tym do tak

egzotycznych krajów, jak Maroko, Persja czy Indie. Znakiem rozpoznawczym Baty była sieć sklepów firmowych, dziś powiedzielibyśmy salonów, z wyeksponowanym szyldem i podświetlaną witryną, gdzie klientów obsługiwali przeszkoleni sprzedawcy. Rozbudowane jak na owe czasy były także formy reklamy – ogłoszenia i dezyderaty prasowe, nie tylko czarno-białe, ale i kolorowe plakaty (Kamosiński 2020: 302–303).

Dwudziestolecie międzywojenne

W okresie II Rzeczypospolitej przemysł skórzany, zarówno garbarski, jak i produkcji obuwia czy wyrobów skórzanych (kaletniczych, rękawicznych czy rymarskich), zdominowany był przez małe zakłady, które nie zapewniały produkcji na miarę potrzeb. Po zaborcach odziedziczyliśmy bowiem, jak wskazywał Płatek, „obuwniczą pustynię”. Nieliczne większe zakłady obuwia zlokalizowane były w stolicy oraz Polsce zachodniej i południowej. Najstarsza, powstała w 1817 r. w Warszawie, a od połowy XIX wieku należąca do spółki Temler i Szwede, fabryka miała swoją garbarnię i zakład produkcji obuwia. W Polsce zachodniej najdłuższą tradycją cieszyły się popruskie fabryki z Bydgoszczy, jak fabryka butów Kobra i fabryka Standard, Fabryka Obuwia Domowego „Pantofel” w Śreńmnie czy mniejsze zakłady zlokalizowane wokół jednej z większych garbarni z Gniezna w Wielkopolsce (Kamosiński 2008: 80–81). Obuwie wytwarzano przede wszystkim metodą rzemieślniczą. W 1921 r. odsetek kart wydanych rzemieślnikom szewskim wynosił 21,7%; w 1929 r. 18,3%, co odpowiadało 36 197 zakładom rzemieślniczym (*Historia Polski w liczbach...* 2006: 435). Siła nabywcza ludności, zwłaszcza na terenach wiejskich w województwach wschodnich czy południowych, nie była jednak duża, a możliwości zakupu obuwia mocno ograniczone. Stąd też w kręgach przemysłowców ugruntowało się zapisane w dokumentach branżowych przekonanie, że „o powstaniu fabryk mechanicznego obuwia nie mogliśmy nawet marzyć” (Barbasiewicz 2013: 312). Dodatkowym czynnikiem był opór środowisk rzemieślników cechowych, obawiających się konkurencji produkcji fabrycznej i spadku zamówień. Rewolucja, która za sprawą T. Baty dokonała się w branży obuwniczej na terenach państw narodowych powstałych po rozpadzie monarchii austro-węgierskiej, dotarła także na ziemie polskie wraz z początkiem lat 30., o czym niżej.

W dwudziestolecu międzywojennym w Polsce głośnym echem odbiły się dwa wydarzenia o znaczeniu międzynarodowym dotyczące bu-

tów: zamówienie w pracowni Kielmanów podczas wizyty afgańskiego króla Amanullaha w Polsce 200 sztuk obuwia damskiego oraz zorganizowany przez żonę amerykańskiego prezydenta W. Wilsona na początku lat 20. transport statkiem obuwia do Polski, głównie butów dla dzieci i umundurowania dla żołnierzy okresu wojny polsko-bolszewickiej, w tym kaloszy i śniegowców (Lisiak 1992: 72 i 140). Ten ostatni z przykła- dów dobrze oddaje sytuację najuboższych warstw społecznych, zakup butów, w tym butów dla dzieci, często przekraczał możliwości finansowe rodziny. W wielu ustnych rodzinnych relacjach przewija się wątek biegania boso, szczególnie w miesiącach letnich i przy jesiennych wykopkach.

Jaki był obraz statystyczny produkcji związanej z sektorem skórzanym i branżą obuwniczą? W końcu lat 20. w kraju działało 1296 zakładów garbarskich, z czego w 98 zatrudniano więcej niż 20 robotników. Większe garbarnie zlokalizowane były w okolicach Warszawy, Radomia, Gniezna oraz Bydgoszczy (Barbasiewicz 2013: 298–313). W dziale *Górnictwo i przemysł* „Małego Rocznika Statystycznego” (MRS) odnotowano funkcjonowanie w 1935 r. 255 zakładów produkcji ręcznej (tzw. obuwnictwa ręcznego), a w 1937 r. 319. Zatrudnienie w nich znalazło ponad 2 tys. robotników (MRS 1938: 126–127 i 1939: 138). Większą dostępność i niższą cenę obuwia w latach 30. zapewniły zakłady batowskie produkcji mechanicznej powstałe w Chełmku k. Krakowa, uruchomione w 1929 r., a więc tuż przed początkiem wielkiego kryzysu, i w 1931 r. w Otmęcie (późniejszych Krapkowicach). W całym kraju w 1935 r. działały jedynie 43 większe zakłady mechaniczne produkcji butów (tzw. obuwnictwo mechaniczne), zatrudniające 2490 robotników i 319 pracowników umysłowych. Dane opublikowane w MRS z 1939 r. wskazywały na działalność 39 zakładów obuwia w 1937 r. i zatrudnienie przy produkcji taśmowej ponad 7 tys. robotników i 424 pracowników umysłowych (MRS 1938: 126–127 i 1939: 138). W grupie omawianych zakładów obuwniczych przeważały wytwórnie zatrudniające od kilku do kilkunastu pracowników; w 66 stan zatrudnienia mieścił się w przedziale 50 do 199, a jedynie trzy fabryki zakwalifikowalibyśmy do kategorii podmiotów dużych, zmechanizowanych, w których pracowało od 200 do 499 osób (*Historia Polski w liczbach...* 2006: 434). Wielkość produkowanego obuwia skórzanego w latach 30., mimo dramatycznego obniżenia poziomu życia i konsumpcji na terenach wiejskich (spadek produkcji widoczny w 1936 r.), wzrastała z 1 735 tys. w 1929 r. do 2 800 tys. w 1938 r. Poza produkcją obuwia skórzanego i gumowego (spadek produkcji w końcu lat 30. o 1/3) w statystykach ujmowano także śniegowce i kalosze.

Tabela 1. Produkcja obuwia w Polsce w latach 1929–1938 (w tys.)

	1929	1934	1936	1937	1938
Obuwie skórzane	1 735	2 289	2 059	2 318	2 800
Obuwie gumowe	6 687	5 196	3 629	3 385	2 863

Źródło: MRS 1938: 126 i 1939: 138.

Lokalizacja na terenie Polski zachodniej i południowej zmechanizowanych fabryk obuwniczych nie pozostała bez wpływu na rywalizację o gusta i upodobania klientów z większych miast. Nowym rozwiązaniem była obok produkcji mechanicznej rozwijana systematycznie sieć sklepów batowskich, która w końcu lat 30. liczyła już 150 placówek (Płatek 2013). Przeciwno lokalizacji sklepów fabrycznych tej marki w mniejszych miejscowościach, głównie z uwagi na konkurencję cenową, protestowali rzemieślnicy cechowi (Szczepaniak 2020: 252).

Przez cały okres międzywojenny produkcją obuwia zajmowali się w większości rzemieślnicy z małych zakładów cechowych. W 1937 r. w całym kraju działało 57 150 takich warsztatów, tj. 15,3% wszystkich zakładów rzemieślniczych (*Historia Polski w liczbach...* 2006: 435). Umiejętności przedwojennych rzemieślników były mocno zróżnicowane, dyskutowano zatem o konieczności prowadzenia kursów i szkoleń dla uczniów i adeptów szewstwa (w przypadku cechów cholewkarzy również z anatomii stopy) i o zwiększeniu wymagań stawianych na egzaminie czeladniczym. Do wyjątków należały liczące się, o długoletniej tradycji zakłady rzemieślnicze ze stolicy, stawiające na jakość, precyzję i ręczne wykonanie. W zlokalizowanym przy ul. Chmielnej zakładzie i salonie sprzedaży Hiszpańskiego pracowało ok. 100 osób.

Na terenach wiejskich obuwie wykonywano często samodzielnie, domowym sposobem. Chodaki na drewnianej podeszwie i noszone przez pracowników folwarcznych trepy nie były wygodne. Buty wytwarzano z różnych materiałów: podeszwy często z miękkiego drewna liściastego (choć podeszwy skórzane produkowały już i sprzedawały większe zakłady), góra mogła być filcowa, z materiału bądź skórzana. Skóra zwykle była koloru naturalnego lub barwiona, przeważnie na czarno lub czerwono. Ten stereotyp, nawiązujący do strojów szlachty, powielano m.in. w strojach ludowych. Na zaprojektowanym już w latach 50., a nawiązującym do przedwojennych materiałów reklamowych logo browaru Żywiec przedstawiono parę taneczną: mężczyznę w wysokich czarnych butach, kobietę nie w sznurowanych trzewikach, a wysokich czerwonych butach, wykonywanych z tzw. jutowej skóry.

Buty w okresie międzywojennym podkreślały status materialny i przynależność do klasy społecznej. Eleganckie obuwie nosiły damy z wyższych sfer, przykładowo „białe płócienné buty na angielskim obcasie” czy też stanowiące dla wielu dziewcząt synonim elegancji jedwabne pończochy i czarne lakierki. W miastach przedwojennej Polski kobiety nosiły lekkie półbuty, ale już na terenach wiejskich buty takie dostępne były jedynie guwernantkom czy nauczycielkom. Dodajmy jednak, że większe zakłady produkcji mechanicznej wytwarzały przede wszystkim standaryzowane obuwie męskie lub dziecięce; damskie obuwie, a zwłaszcza nietypowe czy zdobione, wykonywali ręcznie rzemieślnicy szewscy. Ręcznie szyte na miarę obuwie nie było tanie. Zamówione w Warszawie buty od Hiszpańskiego kosztowały kilkaset złotych (Kostrzewski, Miączyński 2015: 199–224).

Okres po II wojnie światowej

Lata II wojny światowej, wejście Polski w orbitę wpływów Związku Radzieckiego i przejęcie władzy przez komunistów całkowicie zmieniły sytuację w branży obuwniczej. Dotyczyło to większych fabryk produkcji mechanicznej i związanych z nimi garbarni czy mniejszych zakładów wytwarzających buty i galanterię skórzaną, przede wszystkim zaś drobnego rzemiosła. Kres działalności małych zakładów rzemieślniczych związany był w małych miasteczkach na terenach wschodnich czy południowych z eksterminacją ludności żydowskiej; w większości przetrwali w tym zawodzie rzemieślnicy innych narodowości. Mimo iż w kolejnych powojennych dekadach produkcja fabryczna skutkowała zmniejszeniem zamówień na ręcznie szyte buty u rzemieślników, część rodzinnych szewskich zakładów kontynuowała działalność w okresie powojennym, specjalizując ofertę, o czym poniżej. Wprowadzana w znacjonalizowanych i rozbudowywanych fabrykach mechaniczna produkcja obuwia spowodowała, że doszło do wyraźnego podziału na rynku branżowym: szewc raczej naprawiał obuwie lub wykonywał drobną galanterię skórzaną, w dużych fabrykach zaś garbowano skóry i szyto ustandaryzowane buty. Upaństwowiony został największy czechosłowacki koncern obuwniczy Bata, który inwestował w Polsce międzywojennej, a spadkobiercy T. Baty przenieśli w latach powojennych kadrę zarządzającą i produkcję do krajów Europy Zachodniej, m.in. do Szwajcarii. Batowskie zakłady na terenie Polski w Chełmku, Radomiu czy Krapkowicach rozbudowano w okresie Polski Ludowej do znacznych rozmiarów, a na wypracowanych w nich przedwojennych rozwiązaniach opierano sposób organizacji produkcji czy kontroli jakości.

Do rozbudowy znacjonalizowanych fabryk obuwniczych przystąpiono w końcu lat 50. Dla zwiększenia produkcji i zaspokojenia potrzeb rynkowych zmodernizowano dawne przedwojenne zakłady, przystąpiono także do nowych inwestycji w regionach kraju, gdzie brakowało zakładów skórzanych. W pierwszej grupie znalazły się przejęte przez państwo Zakłady Przemysłu Skórzanego w Bydgoszczy i Fabryka Obuwia „Minerwa” w Bydgoszczy, Dolnośląskie Zakłady Przemysłu Skórzanego „Karkonosze” w Kamiennej Górze czy przedwojenne fabryki batowskie, jak Śląskie Zakłady Przemysłu Skórzanego w Otmęcie. Wśród największych producentów obuwia w kolejnych dekadach znalazły się fabryki z regionów o większej dostępności skór, jak Nowotarskie Zakłady Przemysłu Skórzanego „Podhale” (1953), Radomskie Zakłady Przemysłu Skórzanego „Radoskór” (1959), Lubelskie Zakłady Przemysłu Skórzanego czy Łukowskie Zakłady Przemysłu Skórzanego „Łukbut” (1958). W Warszawie w wyniku połączenia kilku zakładów i przeniesienia produkcji poza teren stolicy uruchomiono Fabrykę Obuwia „Syrrena”, oferującą pod tą marką w latach 70. i 80. skórzane obuwie, głównie damskie.

Wprowadzenie w znacjonalizowanych fabrykach produkcji maszynowej zwiększyło wyraźnie ilość szytego obuwia na rynku. W 1950 r. wg danych GUS produkcja krajowa wynosiła ogółem 28 mln par butów (obuwie skórzane i gumowe); dekadę później 82 mln (tabela 1). Dostępne na rynku obuwie było tańsze niż przed wojną, a poprawa statusu materialnego warstw najuboższych i rosnąca siła nabywcza społeczeństwa, w tym robotników czy chłopów, oznaczała większe możliwości zakupu zróżnicowanego sezonowo obuwia. Mimo iż z uwagi na lepsze wyposażenie, jak i ze względów propagandowych przedstawiciele klasy robotniczej i chłopskiej mogli kupić buty, nawyki i przyzwyczajenia, zwłaszcza na terenach wiejskich, trudno było porzucić. Na taśmach kroniki filmowej z lat 50. ukazującej proces produkcji w browarze żywieckim można dostrzec, że przenoszące kosze chmielu kobiety pracowały boso, bez obuwia. Tę różnicę w sposobie pracy wiejskich kobiet i mężczyzn wyeksponowano także w dużo późniejszym, fabularyzowanym materiale filmowym. W „Konopielce” grana przez A. Seniuk gospodyni i matka dzieci krząta się po gospodarstwie boso, w przeciwieństwie do męża i ojca. Film, ukazujący w krzywym zwierciadle zwyczaje i mentalność mieszkańców wsi ze wschodnich rubieży polskich, nawiązywał do różnic cywilizacyjnych między polskimi regionami z czasów opóźnionej elektryfikacji.

W analogicznym okresie opinię publiczną w stolicy bulwersowały raczej buty na słoninie i kolorowe skarpety bikiniarzy. W przeciwień-

stwie do dwudziestolecia międzywojennego, w którym trudno było o obuwie dla dzieci szkolnych z terenów wschodnich czy południowych, w peerelowskich szkołach z oporem spotykało się upowszechnianie obuwia zmiennego czy sportowego. Płóciennie tenisówki, juniorki czy trampki nie zawsze były towarem dostępnym na sklepowych półkach. Produkcję obuwia sportowego prowadziły m.in. Zakłady „Junior” z Nowej Soli czy Zakłady Obuwia Sportowego „Polsport” z Krosna. Brakowało także obuwia dla kobiet. Na ten niedobór na rynku w sposób pośredni wskazywały przykładowo podejmowane w kolejnej dekadzie działania B. Hoff, która w „Przekroju” propagowała m.in. samodzielne wykonanie i ufarbowanie tuszem balerin dla dziewcząt. Był to do pewnego stopnia rezultat ceny i niedoborów rynkowych garbowanych skór czy skórzanych podeszw do butów. Noszone w latach gierkowskich popularne w gronie kobiet koturny wykonywano często z innych niż skóra materiałów; np. na podeszwie korkowej.

Tabela 2. Wielkość produkcji obuwia w Polsce w latach 1946–1989

	1946	1950	1955	1960	1965	1970	1975	1980	1985	1989
Produkcja obuwia (z gumowym) w mln par	4,6	28,7	55	82,4	112,3	141,9	163,2	162,3	163,9	160,7

Źródło: Bank Danych Polska, (BDP), stat.gov.pl

W kolejnych dekadach Polski Ludowej rosła ilość dostępnego na rynku obuwia. W 1970 r. – 141 mln par butów, w połowie dekady – 163 mln. Tak duże w porównaniu do wcześniejszych dekad zwiększenie produkcji wiązało się z postępującą mechanizacją największych fabryk, podjęciem nowych inwestycji i próbą sprostania rosnącym oczekiwaniom wchodzących na rynek roczników kolejnego wyżu demograficznego. Zwiększona podaż oznaczała m.in. odejście od szycia butów i wprowadzenie podeszwy klejonej (Kamosiński 2007: 252–253). Wzorcowym socjalistycznym kombinatem obuwniczym było rozbudowywane od połowy lat 50. nowotarskie „Podhale”, które w dekadzie gierkowskiej produkowało ok. 9 mln par obuwia rocznie⁴. Z kolei fabryka w Radomiu znana była w latach 70. ze stanowiącej własność zakładu największej garbarni w Europie, zaopatrującej w skóry również inne fabryki. W socjalistycznych kombinatach zatrudniano po kilka, kilkanaście tysięcy pracowników, w tym nisko opłacanych, z wykształceniem podstawowym i zawo-

⁴ O „nadwyżkach”: z nowotarskich szwalni i zakładów skórzanych szerzej: J. Kochanowski, *Wolne miasto Zakopane 1956–1970*, Znak, Kraków 2019.

dowym, co skutkowało dużą fluktuacją kadr. Zawód obuwnika i obuwniczki, bo przy taśmie produkcyjnej przeważały kobiety, podobnie jak szwaczki, nie cieszył się społecznym poważaniem. Przykładowo w Radoskórze w latach 70. zatrudnionych było ok. 12–13 tys. pracowników, w zakładach nowotarskich – 8 tys. Mimo iż produkowane w tych kombinatach na masową skalę buty – często wadliwie wykonane czy nie trwałe – przeznaczone były głównie na rynek krajowy (ok. 2/3 produkcji), z fabryk tych wysyłano z powodzeniem również obuwie na eksport, i to nie tylko do krajów socjalistycznych. Znakiem rozpoznawczym fabryki z Nowego Targu stały się m.in. buty szyte dla polskich alpinistów czy słynne zimowe relaksy wykonane z tkaniny i przypominające dzisiejsze śniegowce (Kienzler 2017). W „Radoskórze” wykonywano m.in. czółenka z miękkiej skóry cielejącej dla stewardess pracujących w „Locie”, przedsiębiorstwo zyskało rozgłos, produkując obuwie dla zawodników na mundial 1978, a także znane na rynku chłapięce mokasyny (Retropedia Radomia).

Nowe socjalistyczne inwestycje z branży przemysłu lekkiego, w tym obuwniczego, podjęto m.in. w Słupsku na Pomorzu, Łukowie, Chełmie czy Gnieźnie. Nowe linie produkcyjne i nowoczesny park maszynowy sprzyjały względnie dobrej jakości wyrobów, stąd też większość ich produkcji trafiała na rynki zagraniczne. W środkowej Polsce od 1958 r. rozbudowywano Łukowskie Zakłady Przemysłu Skórzanego. Znane jako „Łukbut” przedsiębiorstwo dostarczało wyroby na rynek krajowy oraz na eksport. W latach 70. ponad połowa produkcji trafiała do Związku Radzieckiego, a ok. 10% do krajów Europy Zachodniej. W Słupsku budowę zakładów produkcji obuwia na dawnych terenach powojkowych rozpoczęto w latach 60. Sukcesywnie rozbudowywane Północne Zakłady Przemysłu Skórzanego „Alka” w połowie lat 70. produkowały rocznie 5–6 mln par obuwia. W pełni zmechanizowana fabryka stała się największym pracodawcą w regionie, a zatrudnienie 3 tys. osób, niższe niż w największych peerelowskich kombinatach, wiązało się z koniecznością dowożenia pracowników 20 autobusami. Nowa fabryka stała się istotnym czynnikiem rozbudowy miasta, a po reformie administracyjnej chlubą ośrodka rangi wojewódzkiej. „Alka” w Słupsku wyspecjalizowała się w produkcji skórzanego obuwia, w dużej mierze przeznaczanego na eksport, na rynku krajowym znana była z produkcji męskich mokasyków (*Historia Słupska* 1981: 533–534). Na początku lat 70. rozpoczęto produkcję w zakładach „Polania” w Gnieźnie. Z uruchomionych dwóch linii produkcyjnych schodziło 2400 par obuwia dziennie (*Dzieje Gniezna* 2016: 676–677 i 684). Podjęta w miejscu szczególnym dla Polaków, w ośrodku kultu religijnego i zarazem pierwszej stolicy Polski, inwesty-

cja miała na celu przyciągnięcie młodych pracowników i ich rodzin do miasta. Równocześnie jednak wpisywała się w tradycje związane z funkcjonującą tam od XIX wieku garbarnią i z wytwarzaniem butów dla stacjonujących jednostek wojskowych. Przedsiębiorstwo „Polania”, analogicznie do większości socjalistycznych zakładów w tym okresie, spełniało wiele pozaprodukcyjnych funkcji. Od 1971 r. działały przy nim: Zakładowy Dom Kultury „Polania” wraz ze stołówką, salą kinową i dyskoteką, uruchomiona rok później Szkoła Skórzana dla pracowników fabryki obuwia, przy której w końcu dekadę rozbudowano obiekty sportowe, od 1981 r. pracownicze ogródki działkowe. Zatrudniający dwa tysiące pracowników zakład umożliwiał także pracę chałupniczą. Do 1987 r. wyprodukowano w nim 55 mln par obuwia (Wichniewicz 2022). Do nowych inwestycji z lat 60. i 70. należały także Chełmskie Zakłady Obuwia w Chełmie czy Zakład Obuwniczy „Carina” w Gubinie (Lubuskie Zakłady Przemysłu Skórzanego). Wśród zakładów wchodzących w skład Zjednoczenia Przemysłu Skórzanego wyróżniały się Dolnośląskie Zakłady Białoskórniczo-Rękawicze „Renifer” w Świdnicy, z tradycjami jeszcze z końca XIX wieku. Znane z produkcji galanterii skórzanej, w tym rękawiczek wykonywanych ze skóry renifera, w latach 80. specjalizowały się w produkcji odzieży skórzanej.

Charakterystyczne, że w odniesieniu do wskazanych największych fabryk obuwniczych zadbano o stworzenie chwytliwej handlowo nazwy, jak i zastrzeżenie znaku towarowego. O tym, że „Podhale”, „Radoskór” i „Alka” należały do rozpoznawalnych marek Polski Ludowej, świadczą mogą zachowane na zdjęciach archiwalnych murale z nazwami producentów zaopatrujących dany dom obuwia i ich znakami towarowymi. To ostatnie określenie „dom obuwia” w praktyce handlowej PRL należało raczej do wyjątków, tylko największe fabryki dysponowały siecią branżowych sklepów fabrycznych w dużych miastach. Sprzedaż butów i wyrobów skórzanych zdominowały sklepy detaliczne, zwykle o zróżnicowanym asortymencie działające pod standardowym szyldem „odzież i obuwie”.

Masowa produkcja obuwia fabrycznego w kraju, której apogeum przypadło na lata 70., choć mocno ograniczyła, nie zniweczyła jednak solidnej pracy małych, często rodzinnych zakładów rzemieślniczych. Wykonywane w nich obuwie miarowe, zwłaszcza skórzane, było towarem trwałym, użytkowanym w zależności od potrzeb przez kilka sezonów. Rodzinne zakłady rzemieślnicze oferujące obuwie na lokalny rynek funkcjonowały w wielu regionach Polski, choć przeważały w Małopolsce i na Podkarpaciu. Znakiem rozpoznawczym rzemieślników z Kalwarii Zebrzydowskiej było ręcznie szyte obuwie, m.in. w rodzinnym

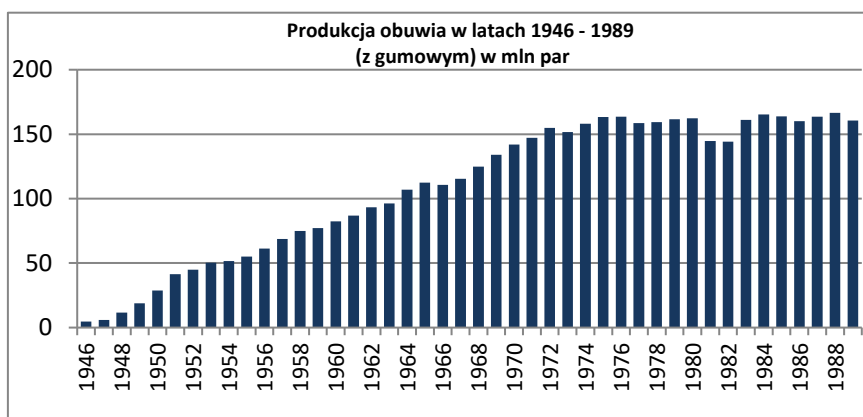
zakładzie Jerzego Ryłki czy Stanisława Żmii dla papieża Jana Pawła II (Mojżyn 2020: 77).

Zgoła odmiennie kształtowała się branża obuwnicza w krajach rozwiniętych. Obok klasycznych butów prowadzono na skalę masową produkcję obuwia sportowego. Oprócz wspomnianych już conversów od lat 60. i 70. rynek niemiecki zdobywały znane marki Adidas i Puma, a rynek amerykański – Nike. W zwiększeniu sprzedaży butów sportowych Nike istotne znaczenie miała decyzja o obniżeniu kosztów i produkcji butów w fabrykach w Japonii, przede wszystkim zaś doceniane przez sportowców innowacje, takie jak poduszka powietrzna w podeszwie ale też nowoczesny marketing, w tym charakterystyczne logo, rozpoznawalne dziś w skali światowej (Knight 2016: 287–296). Upowszechnienie obuwia sportowego wynikało z wielu czynników: wzrostu zamożności konsumentów, przyzwyczajenia do wygody, zmiany w preferencjach i upodobaniach różnych grup wiekowych. W subkulturach młodzieżowych popularność zdobywały konkretne marki, zależnie od stylu bycia danej grupy. W Polsce atrybutem środowisk alternatywnych lat 80. stały się glany: ciężkie buty z wysoką cholewką na wzór brytyjskich martensów. Ponieważ w kraju trudno było o zakup oryginalnej marki tych butów, noszono w zamian obuwie robocze przywożone z Rumunii czy buty wojskowe (tzw. opinacze) (Koziczynski 2011: 328–329).

Mimo masowej maszynowej produkcji buty w latach 80., podobnie jak większość towarów w kraju, były towarem deficytowym. Obuwie przejściowo objęto systemem reglamentacji, wprowadzono talony na buty, zwłaszcza zimowe, a w niektórych województwach ograniczenie zakupu do jednej pary obuwia na rok (Zawistowski 2017: 338–339). O konieczności reglamentacji decydowała mniejsza podaż butów na rynku, a także trudności ze zdobyciem surowca potrzebnego do ich wykonania. Brak podstawowych komponentów – chemikaliów, barwników, cholewek, zapinek czy też tektury na opakowania – dotknął całą branżę. Na sklepowych półkach dominowały odrzuty z taśmy i niedoróbki. Obuwie dla dzieci, w tym letnie sandały, w połowie tej dekady wykonywano z plastiku, dla kobiet – z tkanin, płótna czy jeansu. Problem słabej jakości produkowanych butów stał się także jedną z przyczyn zmniejszenia eksportu (Płatek 2022: 330–323).

W latach 80., po początkowym obniżeniu produkcji, jej wielkość utrzymała się na poziomie z wcześniejszej dekady, tj. 160 mln par. Widoczne ograniczenie zamówień dotyczyło jednak fabryk, które eksportowały buty na rynki krajów RWPG. W połowie lat 80. z produkcji sektora państwowego, spółdzielczego i prywatnego statystycznie na jednego Polaka przypadały cztery pary obuwia. W praktyce jednak

zakup tylu par dotyczył wyłącznie zamożniejszej części społeczeństwa. Na zdjęciach z przełomu lat 80. i 90. wśród strajkujących czy ulicznych demonstrantów dominowały – jak wnioskowała na podstawie materiałów wizualnych A. Boćkowska – czarne półbuty. Wśród rzadziej spotykanych męskich butów sportowych wyróżniały się białe buty, w tym „znoszone adidasy” (Boćkowska 2020). Uzupełnieniem niedoborów z lat 80. był import z zagranicy, jak też handel bazarowy, przygraniczny. W obuwiu sportowym typu adidas sprowadzanym zza zachodniej granicy specjalizowały się m.in. pierwsze firmy polonijne. Niedostępne na rynku ciekawe obuwanie skórzane, ale kolorowo barwione przywoziły już we wcześniejszej dekadzie z importu m.in. polskie stewardessy (Sulińska 2020). Odpowiedzią na niedobory rynkowe tego okresu było tworzenie małych rzemieślniczych zakładów obuwia, jak Kornecki (1984) czy Lesta (1985).



Źródło: BDP.stat.gov.pl

Okres III Rzeczypospolitej

Początek przemian systemowych dla największych fabryk obuwniczych oznaczał konieczność dokonania restrukturyzacji i sprostania regułom wolnorynkowym, w tym rosnącemu importowi obuwia z Europy Zachodniej i krajów azjatyckich. Przekształcenia własnościowe, problemy ze spadkiem zamówień, w tym z rynków wschodnich, rozpad dotychczasowych form handlu hurtowego w kraju prowadziły do problemów ze zbytem obuwia zalegającego w przepełnionych magazynach, rosnącego zadłużenia i utraty płynności finansowej. W rezultacie w latach 90. z rynku wypadło wiele socjalistycznych fabryk obuwniczych.

W grupie tej znalazły się fabryki o tradycji przedwojennej, jak Pomorskie Zakłady Przemysłu Skórzanego „Kobra” (upadłość 1992), Śląskie Zakłady Przemysłu Skórzanego w Otmęcie (upadłość 1999), Radomskie Zakłady Przemysłu Skórzanego „Radoskór” (likwidacja 1999) czy Południowe Zakłady Przemysłu Skórzanego w Chełmku (2003), ale też zakłady wybudowane w okresie Polski Ludowej. Tu wskazać można Dolnośląskie Zakłady Przemysłu Skórzanego „Odra” (upadłość 1998), Dolnośląskie Zakłady Przemysłu Skórzanego „Karkonosze” w Kamiennej Górze (1999), Nadbałtyckie Zakłady Przemysłu Skórzanego „Neptun” w Starogardzie Gdańskim (2000), Wielkopolskie Zakłady Obuwia „Polania” w Gnieźnie (2002) czy Łukowskie Zakłady Przemysłu Skórzanego „Łukbut” w Łukowie (likwidacja 2007). Proces deindustrializacji dotyczył wielu branż, w tym w sposób szczególny przemysłu lekkiego, odzieżowego i obuwniczego. W trudnej sytuacji znaleźli się pracownicy zwalniani z fabryk, ich doświadczenie i kwalifikacje zdobyte na najniższych stanowiskach przy taśmie produkcyjnej często nie wystarczały, aby odnaleźć się w nowej rzeczywistości. Problemy na rynku pracy dotyczyły zwłaszcza pracowników fabryk zatrudniających kilka tysięcy osób, będących największym pracodawcą w ośrodkach, które rozwijały się dzięki lokalizacji zakładów obuwniczych (Słupsk, Gniezno, Oleśnica). Dawne fabryki batowskie w Polsce, które nie sprostały rynkowej konkurencji, upamiętnił m.in. Krapkowicki Szlak Obuwniczy; tradycje zakładów „Radoskór” z Radomia – Szlak Symboli Przemysłu. Opóźniona restrukturyzacja największych fabryk obuwniczych, utrata rynków RWPG i rynku wewnętrznego ze względu na wzornictwo czy wadliwe wykonanie doprowadziły do spadku produkcji ze 104 mln par obuwia w 1990 r. do 48 mln w 2000 (tabela 3).

Tabela 3. Wielkość produkcji obuwia w Polsce w latach 1990–2023

	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2020	2023
Produkcja obuwia (z gumowym) w mln par	104,6	62,8	48,7	45,5	36,4	42,5	28,8	20,1

Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS za poszczególne lata.

Od początku lat 90. na zrębach pozostałej infrastruktury w postaci zaplecza, maszyn czy doświadczonej załogi odradzały się i umacniały rynkową pozycję rodzinne zakłady szewskie. Wśród podmiotów bazujących na zakładach nowotarskich znalazł się „Wojas” (1990), na infrastrukturze warszawskiej fabryki „Syrena” powstał „Bartek” (1991); na

zakładach batowskich w Krapkowicach – „Nagaba” (1993), na Chełmskich Zakładach Obuwia – Zakłady Produkcji Skórzanej ESCOTT S.A. w Chełmku. Rozpoczął się analizowany przez Polską Izbę Przemysłu Skórzanego proces odradzania się polskiego sektora obuwniczego, w tym odbudowa rynkowej pozycji przez firmy rodzinne, poszukiwanie nisz rynkowych i oferty trafiającej w oczekiwania klientów. Warto także zaznaczyć, że w powstających zakładach obuwniczych nie przyjął się model *Outward Processing Trade* (OPT) znany z branży odzieżowej czy też stosowany w innych krajach postsocjalistycznych; nie powstały także w Polsce fabryki znanych europejskich producentów obuwia, w tym koncernów włoskich. Nie wszystkie spośród małych zakładów obuwniczych korzystających z infrastruktury likwidowanych fabryk obuwniczych przetrwały na rynku. Działalność zamknęła spółka „Łukbut” powstała po likwidacji Łukowskich Zakładów Obuwniczych czy też utworzona w 1997 r. w Konstancynie Łódzkim spółka „But-S” (upadłość 2005). Relacjonując sytuację w tym ostatnim podmiocie w artykule o znamienym tytule *Jak Chińczyk zadeptał But-S*, dziennikarz odnotował: „przegrał z Azjatami, pogodą i ekonomią”. Ten typ emocjonalnej narracji, stanowiący reakcję na niespotykaną skalę deindustrializacji i grupowe zwolnienia, był często spotykany w publicystyce i prasie III RP. Największym zagrożeniem dla branży po okresie przekształceń i upadłości z lat 90. okazał się bowiem import obuwia i akcesoriów skórzanych z Azji, w tym z fabryk zlokalizowanych w krajach największych globalnych producentów, jak Chiny, Wietnam czy Indie. Po zniesieniu ceł na import obuwia z państw z tego regionu sprzedaż polskich butów spadła w 2003 r. o 20%. Wielkość produkcji krajowej w 2005 r. po upływie przeszło dekady zmniejszyła się w porównaniu do 1990 r. o połowę, czyli do 45 mln par rocznie (tabela 3).

Widoczny spadek wielkości produkowanego w kraju obuwia, przy równoczesnym rosnącym imporcie z krajów azjatyckich, stwarzał jednak nowe możliwości handlu obuwem i testowania nowego modelu biznesowego. Nowym w warunkach polskich rozwiązaniem była budowa sieci sprzedaży detalicznej i tworzenie salonów sprzedaży. Impulsem do tej formy handlu były salony sprzedaży niemieckiego Deichmanna, działającej od 1997 r. pierwszej w Polsce niespożywczej zagranicznej sieci handlowej. W ten nurt wpisały się także inicjatywy młodych polskich przedsiębiorców. Sprzedaż półhurtową w sklepach „Żółtej Stopy”, z wykorzystaniem butów zalegających w magazynach likwidowanych fabryk obuwniczych, od 1996 prowadził D. Miłek. Po dwóch latach od uruchomienia pierwszego takiego punktu w kraju funkcjonowało już 400 tego rodzaju placówek handlowych (Pacanowska 2015: 300–301).

Dynamiczne zmiany zachodzące w polskim sektorze obuwniczym od początku XXI wieku wiązały się z umacnianiem rynkowej pozycji małych firm obuwniczych. Rozwiązaniem, które wpisało się w oczekiwania polskich klientów, była produkcja obuwia o wyższej jakości aniżeli towar sprowadzany z Dalekiego Wschodu, ale równocześnie niższej cenie aniżeli importowane obuwie z krajów zachodniej Europy. Poszukując specjalizacji i wychodząc naprzeciw tanim wyrobom z krajów azjatyckich, polskie firmy rozpoczęły produkcję obuwia skórzanego. W ten nurt działań wpisały się zarówno dłużej funkcjonujące na rynku firmy rodzinne, wykorzystujące doświadczenie z wcześniejszych dekad, jak i nowe podmioty, bazujące na umiejętnościach pracowników nabytych w państwowych zakładach i na infrastrukturze, również maszynowej, likwidowanych fabryk. Firmy te w rywalizacji o klienta przyjmowały odmienną strategię rynkową (Czechanowski 2018: 95–100). Do tradycji i początków zakładów rzemieślniczych z okresu Polski Ludowej nawiązywały znane dziś na rynku marki, jak „Lasocki” (1954), „Ryłko” (1964), „Cornhpol” (1978), „Baldowski” z Częstochowy (1973) czy „Badura” (1979). Tradycje kontynuowane w rodzinie Kostrzewskich od połowy lat 60. stały się podstawą budowy od 1990 r. nowej na rynku marki „Lizard” z charakterystycznym logo z jaszczurką. Produkcja obuwia specjalistycznego, w tym medycznego czy wojskowego, stała się wyróżnikiem takich firm, jak „Nagaba”, „Protektor”, „Demar” czy „Wojas” (*Raport sektorowy...* 2023: 8). Wśród producentów obuwia o dużej rynkowej rozpoznawalności można wskazać przykładowo firmę „Kazar” (1990), „Neścior” (2001) czy „Balagan Studio” (2015), zaś w zakresie galanterii skórzanej „Ochnik” (1989), „Wittchen” (1990) czy „Puccini” (1996). Wśród ich założycieli byli nie tylko związani z branżą obuwniczą specjaliści, ale również handlowcy, projektanci i designerzy, oferujący niewielkie kolekcje dla klientów wymagających, często modele z wyższej półki cenowej i kolekcji szybko zmienianych w czasie.

W drugiej i trzeciej dekadzie przemian produkcja w małych zakładach obuwniczych wynosiła rocznie od 40 do 50 mln par (Serweta, Olejniczak 2015: 24). Wśród europejskich producentów butów Polska plasowała się na czwartym miejscu za Włochami, Hiszpanią i Portugalią. W przypadku obuwia z wierzchem skórzanym wielkość produkcji zmalała z 19,6 mln par w 2000 r. do 11 mln w 2009. Tym samym przez dekadę wielkość produkcji obuwia skórzanego w kraju spadła o 42% (tabela 4).

Tabela 4. Wielkość produkcji obuwia skórzanego w latach 2000–2009

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Produkcja obuwia z wierzchami wykonanymi ze skóry w mln par	19,6	18,9	19,2	18,1	16,8	14,9	14,6	15,2	13,4	11,4

Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS za poszczególne lata.

Do umacniania pozycji rynkowej polskich marek obuwniczych i rozwoju nowych firm przyczynił się systematyczny wzrost sprzedaży on-line. Niekwestionowanym liderem w konsekwentnym wykorzystaniu nowych technologii, uhonorowanym licznymi nagrodami za przekształcenie rodzinnej firmy w firmę „epoki digitalizacji”, stał się Marcin Grzymkowski, pomysłodawca i twórca portalu E-obuwie. Obsługę klientów ułatwiały rozbudowywane centra logistyczno-magazynowe, upowszechnianie w handlu płatności elektronicznych, sortery umożliwiające przetwarzanie ok. 10 tys. zamówień na godzinę czy też wprowadzone w okresie pandemii skanery stóp. Branża obuwnicza, a jest to trend widoczny w skali globalnej, znalazła się w grupie najważniejszych sektorów e-commerce. Udział sprzedaży internetowej wyborów firm obuwniczych wzrósł w ostatniej dekadzie od kilku procent do połowy wielkości sprzedaży. Liderem polskiego rynku obuwniczego w sprzedaży detalicznej stała się grupa CCC. Konsekwentnie budowana pozycja rynkowa całej grupy, ekspansja na rynki zagraniczne, połączenie w 2015 r. z liderem sprzedaży on-line E-obuwie sprzyjały rozwojowi firmy. Wpływ na kondycję całej grupy, w tym wyniki giełdowe, miały czynniki związane z pandemią, wycofaniem się firmy z rynku rosyjskiego, jak też sytuacja wewnętrzna, w tym inflacja i ograniczone zasoby klientów. W 2022 r. CCC dysponowała siecią 1000 sklepów stacjonarnych w 28 krajach oraz 90 platform e-commerce (*Raport sektorowy...* 2023: 14).

Po trzech dekadach przemian systemowych w Polsce na rynku obuwniczym, poza największymi producentami, dominują firmy małe i średnie. Według danych Polskiej Izby Przemysłu Skórzanego w 2020 r. na polskim rynku działało ponad 5 tys. firm z branży skórzanego, dwa lata później 4600. W tej grupie znalazło się 3077 (2020) producentów obuwia, w 2022 r. – 2746 (*Raport o stanie branży...* 2023: 2). Wśród regionów o dużej liczbie małych firm obuwniczych wyróżniała się zdecydowanie Małopolska (1,3 tys.), w tym Kalwaria Zebrzydowska (ponad 650 podmiotów). Problemem firm z sektora skórzanego, w tym obuwniczego, obok czynników zewnętrznych, jak import obuwia i wysokość sta-

wek celnych, spadek sprzedaży w okresie pandemii, sytuacja geopolityczna wojna na Ukrainie, są: sytuacja na rynku krajowym, w tym rosnące ceny energii, koszty szkolenia i zatrudniania pracowników, a także charakterystyczna dla całej branży sezonowość sprzedaży i zmieniające się oczekiwania i upodobania klientów. Tradycyjnie dominujące zainteresowanie wyjściowym obuwem skórzanym zastąpiło – jak wskazywano w raporcie BPS – zwiększone zapotrzebowanie na wygodne obuwie casualowe.

Podsumowanie

Zmiany, jakie dokonały się w minionym stuleciu w sektorze obuwniczym, w przeważającej mierze stanowiły odbicie procesów zachodzących na płaszczyźnie gospodarczej, jak i społeczno-kulturowej. Ewolucja w tym sektorze z końca XIX stulecia prowadziła od szycia ręcznego, często o wyższych kosztach wytwarzania i zróżnicowanej jakości, do produkcji maszynowej na masową skalę. Z kolei przełom XX i XXI wieku wiązał się z procesami globalizacji, rozwojem handlu, co dla branży obuwniczej oznaczało relokację fabryk do krajów o niższych kosztach wytwarzania i import obuwia z innych kontynentów. W krajach europejskich natomiast miejsce dotychczasowej produkcji masowej zajęła oferta spersonalizowana, dla nisz rynkowych, w której specjalizowały się mniejsze, często rodzinne firmy. Proces ten, obserwowany wcześniej w krajach rozwiniętych, za żelazną kurtyną rozpoczął się wraz z transformacją gospodarek.

Na ziemiach polskich wielkość produkcji obuwia w pierwszych dekadach XX wieku zależna była od dostępności surowca, zmian technologicznych, kwalifikacji i umiejętności rzemieślników szewskich, przede wszystkim zaś możliwości nabywczych określonych warstw społecznych. Przynależność do danej grupy społecznej i możliwości finansowe decydowały o jakości, wyglądzie i materiałach, z których wykonywano buty. Największe dysproporcje dotyczyły mieszkańców miast i terenów wiejskich z najuboższych i najmniej rozwiniętych gospodarczo województw. Przed wybuchem II wojny światowej produkcją obuwia zajmowały się szewskie zakłady rzemieślnicze oraz zakłady obuwnicze tzw. produkcji ręcznej i zakłady produkcji zmechanizowanej. Największą zmianą były inwestycje czeskiego producenta z branży, Tomasa Batty. Produkcja masowa obuwia stała się możliwa w okresie Polski Ludowej, wraz z powstaniem i rozbudową fabryk obuwniczych.

Po upadku dużych państwowych zakładów obuwniczych charakterystycznym rysem całej branży, podobnie jak w przypadku innych sektorów, było duże zróżnicowanie podmiotów produkujących obuwie. Konsekwencją zachodzących w kolejnych dekadach przemian, w tym importu na dużą skalę niedrogich butów z zagranicy, stało się poszukiwanie nisz rynkowych, produkcja obuwia skózanego o jakości wyższej aniżeli importowane z regionu Azji Wschodniej i Pacyfiku, handel sprowadzanym obuwem, w przypadku największych podmiotów również rynkowa ekspansja na rynki europejskie, w tym region Europy Środkowo-Wschodniej. Czynnikiem ułatwiającym dotarcie do większego grona klientów było upowszechnienie nowych technologii, w tym kanałów sprzedaży on-line. Wśród istotnych problemów branży znalazła się ochrona rodzimych producentów i lobbowanie na rzecz zmian na poziomie unijnym. Producenci i handlowcy z branży skórzanej apelowali o rozwiązania legislacyjne w UE chroniące europejskich producentów obuwia. Nie mniej istotne w ostatnich latach stały się kwestie ochrony środowiska, w tym import skór z garbarni nieprzestrzegających norm środowiskowych. Przeciwdziałały temu organizacje pozarządowe nagłaśniające w serii raportów problemy ekologii w tej branży oraz organizujące akcje skierowane do klientów, np. „Kupuj buty odpowiedzialnie”.

Literatura

- Banaś J., 2024, *Stopa okopowa zmorą wojny pozycyjnej*, „Gazeta Wyborcza” z 13.09; <https://wyborcza.pl/alehistoria/7,121681,31258647,stopa-okopowa-zmora-wojny-pozycyjnej-palce-u-nog-najpierw.html> (dostęp: 9.12.2024).
- Barbasiewicz M., 2013, *Ludzie interesu w przedwojennej Polsce. Przedsiębiorcy – filantropi – kapitaliści*, Warszawa, s. 298–313.
- Boćkowska A., 2020, *Mężczyzna w jednych butach (na rok)*, „Gazeta Wyborcza”, wydanie specjalne z czerwca.
- Borejza T., 2024, *Był stolicą polskich butów. Dziś wita chińskim marketem*, <https://smoglab.pl/chelmek-był-stolica-polskich-butów-wita-chińskim-marketem/> (dostęp: 9.09.2024).
- Cekota A., 2022, *Entrepreneur extraordinary. Tomas Bata*, Bata.
- Czechanowski P., 2018, *Marki uznane czy marki wschodzące? Strategie tworzenia i zarządzania markami w przedsiębiorstwach odzieżowych i obuwniczych na GPW w Warszawie* [w:] *O marce*, red. S. Kamosiński, R. Pacanowska, Poznań, s. 95–100.
- Donimirski J., 2016, *Małopolskie zagłębie obuwnicze, czyli polskie buty idą w świat*, „Gazeta Wyborcza” z 14.11, <https://krakow.wyborcza.pl/krakow/7,112587,20965603,małopolskie-zagłębie-obuwnicze-czyli-polskie-buty-ida-w-swiat.html> (dostęp: 28.08.2024).
- Ilustrowana historia strojów. W co ubierali się ludzie, czyli moda od czasów starożytnych do XIX wieku*, 2008, Warszawa.
- Dzieje Gniezna*, 2016, red. J. Dobosz, Gniezno.
- Historia Polski w liczbach*, 2006, t. 2: *Gospodarka*, Warszawa.
- Historia Słupska*, 1981, red. S. Gierszewski, Poznań.
- Historia Syreny*, <https://syrena1817.pl/> (dostęp: 12.10.2024).
- Jego wysokość but*, 2020, red. M. Wrześniak, Warszawa.
- <https://www.converse.com/uk/en/our-story/about-us.html>

- Kamosiński S., 2007, *Mikroekonomiczny obraz przemysłu Polski Ludowej w latach 1950–1980 na przykładzie regionu kujawsko-pomorskiego*, Poznań.
- Kamosiński S., 2008, *Przemiany w strukturze przemysłu wielkopolskiego w latach 1919–1939*, Poznań.
- Kamosiński S., 2020, *Reklama w prasie dwudziestolecia międzywojennego jako narzędzie kreowanie nowoczesnego konsumenta i modernizacji życia codziennego* [w:] *Przemiany modernizacyjne w Drugiej Rzeczypospolitej*, red. P. Grata, Rzeszów.
- Kienzler I., 2017, *Kultowe marki PRL*, „Kronika PRL 1944–1989”, t. 40.
- Knight Ph., 2016, *Sztuka zwycięstwa. Wspomnienia twórcy Nike*, Poznań.
- Korczyński P., 2022, *Trzy pary skarpet*, „Polska Zbrojna” z 2.12, <https://polskazbrojna.pl/Mobile/ArticleShow/38570> (dostęp: 9.12. 2024).
- Kostrzewski L., Miączyński P., 2015, *Fortuna po polsku*, Warszawa.
- Koziczyński B., 2011, *333 popkultowe rzeczy. Lata 90.*, Czerwonak.
- Krakowski A., 2011, *Pollywood. Jak stworzyliśmy Hollywood, Relacja pamiętnikarska w autobiografii Jacka Wernera*. Warszawa.
- Kuciel-Frydryszak J., *Chłopki. Opowieść o naszych prababkach*, Marginesy, Warszawa 2023.
- Lisiak H., 1992, *Paderewski*, Poznań.
- Minksztyl J., 2020, „Trza być w butach na weselu”. *Obuwie ludowe w Polsce* [w:] *Jego wysokość but*, red. M. Wrześniak, Warszawa, s. 83–114.
- Możdyn N., 2020, *Obuwie pontyfikalne* [w:] *Jego wysokość but*, red. M. Wrześniak, Warszawa, s. 63–82.
- Orliński W., 2019, *Człowiek, który wynalazł Internet. Biografia Paula Barana*, Warszawa.
- Pacanowska R., 2015, *Polscy przedsiębiorcy z Dolnego Śląska. Casus D. Miłka twórcy sieci CCC* [w:] *Kresy Zachodnie. Gospodarcze i społeczne znaczenie polskich Kresów*, red. T. Głowiński, Wrocław, s. 291–311.
- Plątek Ł., 2013, *Uwarunkowania działalności firmy Bata w dwudziestolecu międzywojennym*, „Annales Universitatis Pedagogicae Cracoviensis, Studia Historica” XIV, nr 139.
- Plątek Ł., 2022, *Organizacja i potencjał polskiego przemysłu obuwniczego w latach 1918–1939 oraz wybrane aspekty jego funkcjonowania na przykładzie fabryk w Chelmku, Radomiu i Nowym Targu* [rozprawa doktorska], Kraków.
- Praca za grosik. Realia pracy w przemyśle obuwniczym Albanii, Bośni i Hercegowiny, Macedonii, Rumunii i Słowacji. Raport.*
- Raport o stanie branży obuwniczej w Polsce*, 2023, Polska Izba Przemysłu Skórzanego.
- Raport. W stronę lepszych rozwiązań. Dobre praktyki w przemyśle obuwniczym*, 2017, Fundacja Kupuj Buty Odpowiedzialnie.
- Raport sektorowy. Odzież i obuwie*, 2023, Dom Maklerski Banku BPS.
- Serweta W., Olejniczak Z., 2015, *Rynek obuwia w Polsce na przestrzeni lat 2010–2015*, „Technologia i Jakość Wytrobów” 60.
- Skarżyński M., 2018, *Logistyka amerykańska w wojnach światowych 1914–1945*, Kalisz.
- Sulińska A., 2020, *Wniebowzięte. O stewardessach w PRL*, Wołowiec.
- Szczepaniak M., 2020, *Dzieje gnieźnieńskiego rzemiosła cechowego*, Gniezno.
- Wichniewicz R., *50. rocznica otwarcia fabryk obuwia Polania, 1922*, <https://gniezno24.com/historia/6921/50-rocznica-otwarcia-fabryki-obuwia-polania/>
- Wielkopolskie Zakłady Obuwia Polania w Gnieźnie; <https://gniezno.naszemiasto.pl/wielkopolskie-zaklady-obuwia-polania-w-gnieźnie-na/ar/c1-7269981>; <https://gniezno24.com/historia/6921/50-rocznica-otwarcia-fabryki-obuwia-polania/>
- Wyspiański S., 2019, *Wesele*, Warszawa.
- Zasiadczyk A., Krasicki A., 2019, *Polskie firmy rodzinne. Opowieść o sile tradycji*, Warszawa.
- Zawistowski A., 2017, *Bilety do sklepu. Handel reglamentowany w PRL*, Warszawa.