

Weronika Sobala

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowice, Polska / University of Economics in Katowice, Poland

Sytuacja i przyszłość rynku książki w Polsce z uwzględnieniem konkurencyjności wydań papierowych i e-booków

Situation and Future of the Book Market in Poland with Regard to the Competitiveness of Paper Editions and E-Books

Streszczenie: Artykuł podejmuje temat ewolucji rynku książki w kontekście zmian nawyków czytelnich, postępującego rozwoju technologii oraz wyzwań ekonomiczno-kulturowych. Głównym celem tego opracowania jest przedstawienie stanu polskiej branży książkowej oraz elementów kształtujących konkurencyjność różnych formatów wydawniczych. W analizie wykorzystano dane wtórne, raporty instytucjonalne oraz literaturę krajową i zagraniczną. Narzędziem badawczym była analiza SWOT, która pozwoliła uporządkować mocne i słabe strony rynku oraz zidentyfikować szanse i zagrożenia wynikające z uwarunkowań technologicznych, społecznych i instytucjonalnych. Wyniki badania sugerują, że przyszłość książek opiera się na współistnieniu form papierowych oraz cyfrowych, a postęp w zakresie czytelnictwa zależy m.in. od dostępności, jakości treści, interesujących sposobów dystrybucji, a także efektywnej reklamy. Artykuł zaznacza również istotę działań publicznych i edukacyjnych, które mogą zapobiegać spadkowi czytelnictwa i wspierać nowoczesne formy kontaktu z literaturą.

Abstract: This article addresses the evolution of the book market in the context of changing reading habits, advancing technology and economic and cultural challenges. The main objective of this study is to present the state of the Polish book industry and what elements shape the competitiveness of different publishing formats. Secondary data, institutional reports and domestic and foreign literature were used in the analysis. The research tool was a SWOT analysis, which made it possible to sort out the strengths and weaknesses of the market, as well as to identify opportunities and threats arising from technological, social and institutional conditions. The results of the study suggest that the future of books is based on the coexistence of paper and digital forms, and that progress in readership depends, among other things, on accessibility, quality of content, interesting modes of distribution and effective advertising. The article also highlights the importance of public and educational measures that can prevent declining readership and support modern forms of contact with literature.

Słowa kluczowe: audiobook; czytelnictwo; e-book; książka papierowa; rynek książki

Keywords: audiobook; book market; e-book; paper book; reading

Otrzymano: 4 lipca 2025

Received: 4 July 2025

Zaakceptowano: 24 listopada 2025

Accepted: 24 November 2025

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Sobala, W. (2025). Sytuacja i przyszłość rynku książki w Polsce z uwzględnieniem konkurencyjności wydań papierowych i e-booków. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 21(2), 189–202. <https://doi.org/10.24917/20833296.212.11>

*Książki można łatwo zniszczyć.
Ale słowa będą żyć tak długo,
jak ludzie będą je pamiętać
(Mafi, 2022: 321).*

Wstęp

Współczesny rynek książki przechodzi dynamiczne zmiany wynikające z rozwoju technologii oraz zmieniających się preferencji czytelników. Książki od zawsze miały rzeczywisty wpływ na społeczeństwo, były istotne w procesie kształtowania kultury oraz edukacji. Tradycyjne wydania papierowe, przez wieki stanowiące główny nośnik literatury, obecnie konkurują z formatami elektronicznymi, takimi jak e-booki czy audiobooki.

Postęp technologiczny dostarczył nowych możliwości dostępu do literatury i zmienił sposób przyswajania treści, a e-booki stały się rzeczywistą alternatywą dla papierowych książek. Wzrost popularności modeli subskrypcyjnych oraz aplikacji do czytania, takich jak Legimi, Empik Go czy Kindle, pokazuje, jak dynamiczny i zdigitalizowany staje się rynek książki. Mimo to wydania papierowe dalej cieszą się dużym uznaniem i nie tracą popularności, co pokazuje nam obecną rywalizację między obiema formami publikacji (Zweiffel, 2023).

Współczesny czytelnik dysponuje szerokim wyborem formatu książki – od tradycyjnych, papierowych wydań, przez książki elektroniczne, aż po audiobooki. Każdy z tych formatów ma swoje unikatowe cechy, które wpływają na sposób odbioru, i dzięki nim odbiorca znajdzie idealną publikację dla siebie. Walorami e-booków są mobilność, wygoda czytania, oszczędność miejsca oraz regulowanie jasności i rozmiaru czcionki (Skórka, 2021). Z kolei papierowe wydania są cenione za walory estetyczne, swoją fizyczność i możliwość kolekcjonowania.

Jednym z kluczowych elementów wpływających na rynek książki jest zmiana nawyków konsumpcyjnych, głównie wśród przedstawicieli pokolenia Z, którzy wychowywali się w erze cyfrowej i są przyzwyczajeni do otaczającej ich technologii (Bieleń, Kubiczek, 2020). Modele subskrypcyjne z dostępem do literatury zmieniają sposób korzystania z książek, oferując nieograniczony dostęp do literatury i eliminując potrzebę kupowania pojedynczych egzemplarzy (Skórka, 2021). Nasuwa się pytanie, czy te modele przyczyniają się do wzrostu czytelnictwa, czy też mają negatywny wpływ na jego poziom. Warto się również zastanowić, czy rozwój czytników wpływa na wzrost popularności e-booków kosztem papierowych książek, czy też oba te formaty mogą współistnieć na rynku, zaspokajając różne potrzeby odbiorców.

Artykuł ma na celu przedstawienie ewolucji rynku książek w świetle zmieniających się preferencji czytelników, ze szczególnym uwzględnieniem form papierowych i elektronicznych, oraz ocenę obecnej sytuacji i identyfikację kluczowych czynników determinujących przyszłość tego rynku. Badanie koncentruje się na omówieniu czynników, które wpływają na konkurencyjność obu tych form wśród czytelników. Jako narzędzie porządkujące rozważania zastosowano metodę SWOT. Poniższe pytania badawcze mają pomóc w tych rozważaniach:

- Jakie zmiany zaszły na rynku książki w Polsce w ostatnich latach?
- Jak rozwój technologii wpłynął na formy publikowania i dystrybucji książek?
- Jakie są główne zalety i wady książek papierowych i elektronicznych?
- W jakim kierunku zmierza polski rynek książki? Jakie scenariusze jego rozwoju są najbardziej prawdopodobne w perspektywie najbliższych lat?

Metodyka

Analiza SWOT stanowi jedno z najbardziej uniwersalnych narzędzi oceny strategicznej, szeroko stosowanych w różnych dziedzinach zarządzania. Skupia się ona na mocnych i słabych stronach przedsiębiorstwa, które są powiązane z wewnętrznymi czynnikami organizacji oraz z zapoznaniem się z szansami i zagrożeniami płynącymi z otoczenia zewnętrznego (Pomykański, 2008). Według Pomykańskiego (2008) metoda ta pozwala lepiej wykorzystać posiadane zasoby oraz dopasować działania do realnych warunków rynkowych. W jego ujęciu umożliwia ona trafniej dopasować działania do zmieniającego się otoczenia oraz bardziej wykorzystywać posiadane zasoby. Analiza SWOT pozwala na zidentyfikowanie charakterystycznych czynników wpływających na rozwój przedsiębiorstwa i jego bieżącej sytuacji (Gostkowska-Dźwig, 2023). Pełni ona funkcję łącznika między analizą wewnętrzną a zewnętrzną, co pomaga w dalszym planowaniu strategicznym. Jak podkreśla Gostkowska-Dźwig (2023), narzędzie to pomaga rozpoznawać bariery i przeszkody oraz określa, w jakim zakresie przedsiębiorstwo powinno rozwijać swoje zdolności, a gdzie reagować na zmiany w otoczeniu. Jest zatem jednym z najczęściej stosowanych oraz najbardziej efektywnych narzędzi decyzyjnych.

Praktyczne wykorzystanie analizy SWOT można dostrzec na przykładzie rynku książki, który dynamicznie reaguje na zachodzące zmiany technologiczne i społeczne. Staje się on coraz bardziej złożoną i konkurencyjną branżą. Analiza SWOT jest pomocna, gdy chcemy w przejrzysty sposób oszacować jego aktualny potencjał i obecne wyzwania. W dobie cyfryzacji i zmieniających się nawyków czytelniczych rynek książki podlega ciągłym przekształceniom. Poprzez tę analizę można określić jego mocne strony, takie jak szeroka oferta wydawnicza dostosowana do różnych grup odbiorców czy rozwój audiobooków i e-booków. Jednocześnie umożliwia ona wskazanie słabości rynku, np. spadającej liczby księgarni i bibliotek oraz wyzwań związanych z rozwojem self-publishingu. W kontekście szans analiza może uwzględniać promowanie literatury w mediach społecznościowych czy organizację targów książki, natomiast wśród zagrożeń wskazuje niski stan czytelnictwa czy konkurencję związaną z innymi formami rozrywki. W efekcie analiza SWOT wspiera podejmowanie świadomych decyzji strategicznych w dynamicznie zmieniającym się środowisku.

Artykuł skupia się na obecnej sytuacji rynku książki w Polsce oraz na czynnikach, które wpływają na jego rozwój i ograniczenia. W tym celu przeanalizowano dostępne najnowsze raporty branżowe, literaturę naukową, krajowe artykuły i opracowania. Kluczowymi

źródłami były publikacje takich instytucji jak Biblioteka Narodowa (raport o stanie czytelnictwa i rynku książki), Biblioteka Analiz, Polska Sieć Ekonomii czy Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Uzupełnieniem były artykuły naukowe dotyczące zmieniających się nawyków czytelniczych, digitalizacji, self-publishingu, adaptacji literatury oraz wpływu mediów społecznościowych i przebudzowania społeczeństwa. Uwzględniono również dane statystyczne (m.in. GUS, Statista), które pokazują zmiany zachodzące w liczbie punktów sprzedaży literatury, produkcji wydawniczej i korzystaniu z elektronicznych form książek.

W trakcie analizy zastosowano podejście selektywne i interpretacyjne, które polegało na rozpoznawaniu kluczowych zjawisk, trendów i mechanizmów w kulturze czytelniczej oraz badanych materiałach. Na tej podstawie wyodrębniono czynniki, które mają znaczący wpływ na działanie i rozwój współczesnego rynku książki w Polsce: możliwości rozwoju, ograniczenia strukturalne czy konkurencyjność. Każdy z nich został przeanalizowany pod względem zarówno pozytywnych, jak i negatywnych skutków. W dalszej części zostały one przyporządkowane odpowiednim kategoriom analizy SWOT: mocnym i słabym stronom, szansom i zagrożeniom. Pozwoliło to na szerszy przegląd działań i mechanizmów obecnych we współczesnym świecie literatury.

Rynek książki w Polsce

Podobnie jak rynki książki na świecie także polski rynek doświadcza istotnych przeobrażeń, które są efektem dynamicznego rozwoju technologii, rosnącej roli internetu oraz zmian społeczno-ekonomicznych wpływających na konsumpcję treści czytelniczych. Z danych Biblioteki Narodowej wynika, że w 2023 r. w Polsce wydano 33 893 nowe tytuły, co stanowi wzrost o 5% w porównaniu do roku poprzedniego (Biblioteka Narodowa, 2024; 2025, 27 marca). Choć liczba publikowanych tytułów systematycznie wzrasta, nie przekłada się to bezpośrednio na zwiększenie aktywnego czytelnictwa. Według tych samych danych w 2023 r. 43% Polaków przeczytało co najmniej jedną książkę, a zaledwie 8% z nich przeczytało siedem lub więcej książek. Jest to niewielki wzrost w porównaniu do poprzednich lat, lecz nadal Polska się utrzymuje poniżej średniej europejskiej pod względem poziomu czytelnictwa.

W Polsce działa szeroka gama wydawnictw, od dużych międzynarodowych firm po małe, niezależne przedsiębiorstwa. Według danych Biblioteki Analiz (2024; 2025, 28 marca) w kraju działa ok. 2 tys. aktywnych wydawnictw, które publikują przynajmniej jedną książkę rocznie. Z tej grupy ok. 300 największych odpowiada za 97% całkowitej sprzedaży. Podmioty działające na rynku wydawniczym muszą się zmierzyć z rosnącą konkurencją, dostosowaniem oferty do zmieniających się preferencji i gustów czytelniczych oraz ze wzrostem zainteresowania książkami cyfrowymi. Koszty druku, papieru oraz materiałów poligraficznych systematycznie rosną, co przekłada się na wzrost cen detalicznych. Wartość sprzedaży książek w 2023 r. wyniosła blisko 4,5 mld zł, a przeciętna cena detaliczna książki osiągnęła 58,5 zł. Pod koniec roku ceny książek wzrosły o 7,3% w porównaniu do roku 2022.

Dystrybucja i sprzedaż książek w Polsce odbywają się głównie poprzez księgarnie stacjonarne i internetowe. W ostatnich latach rozwinął się również sektor e-commerce, którego znaczenie w kontekście zmian preferencji konsumenckich i popularności zakupów online nieustannie rośnie. Jednocześnie liczba księgarni tradycyjnych systematycznie maleje. Zgodnie z informacjami zawartymi w raporcie Biblioteki Analiz (2024; 2025, 28 marca) w Polsce w 2023 r. funkcjonowało ich 1704, z czego 675 punktów należy do dużych sieci, takich

jak Empik czy Świat Książki. Te zmiany wskazują na konsolidację rynku oraz trudności napotymane przez małe i niezależne podmioty. Podobną tendencję spadkową obserwujemy w liczbie publicznych bibliotek. Z danych GUS (2024; 2025, 5 kwietnia) wynika, że w 2023 r. działało 7570 placówek bibliotecznych. Jednocześnie z zasobów tych instytucji korzystało jedynie ok. 5,3 mln obywateli, co przy populacji Polski świadczy o niskim zainteresowaniu aktywnym uczestnictwem w życiu bibliotecznym. Taki stan rzeczy można tłumaczyć rosnącym wpływem cyfryzacji, dynamicznym rozwojem technologii oraz zmianą preferencji czytelnich, które coraz częściej kierują się ku formatom cyfrowym i mobilnym.

Analiza struktury demograficznej czytelnictwa w Polsce pokazuje wyraźne różnice w dostępie i podejściu do książek w zależności od wieku, płci czy wykształcenia. Według danych Biblioteki Narodowej w 2023 r. przynajmniej jedną książkę przeczytało 51% kobiet i tylko 34% mężczyzn, co jednoznacznie wskazuje na wyraźną przewagę kobiet jako głównych odbiorczyń literatury (Zasacka, Chymkowski, Koryś, 2024; 2025, 5 kwietnia). Wykształcenie również odgrywa istotną rolę – wśród osób z wyższym wykształceniem aż 68% zadeklarowało kontakt z książką w ciągu roku. Dla porównania w grupie ze średnim wykształceniem tylko 45%, a wśród osób z podstawowym lub niższym wykształceniem – tylko 17%. Poziom czytelnictwa jest również zróżnicowany ze względu na wiek. Najwięcej czytających jest wśród młodych ludzi w wieku 15–18 lat (62%) oraz dorosłych w przedziale 25–39 lat (48%). Z upływem lat odsetek ten nieustannie maleje, osiąga zaledwie 29% w grupie powyżej 60. roku życia. Te informacje są istotne w kontekście analizy rynku książki, ponieważ pozwalają trafnie zidentyfikować kluczowych odbiorców, ale także określić segmenty, które wymagają szczególnej uwagi w działaniach marketingowych i edukacyjnych. Zrozumienie tych demograficznych preferencji może być podstawą działań promocyjnych mających w efektywny sposób zaangażować czytelników i rozwinąć rynek książki, zwłaszcza w grupach mniej zainteresowanych literaturą.

Obok klasycznych form publikacji rośnie znaczenie książek elektronicznych i audiobooków, co stanowi odpowiedź rynku na zmieniające się potrzeby konsumentów oraz postępującą cyfryzację. Z danych Biblioteki Analiz wynika, że udział e-booków w sprzedaży wynosi 9%, a audiobooków 6,5% (Biblioteka Analiz, 2024; 2025, 28 marca). Wartość polskiego rynku cyfrowego szacuje się na 600–700 mln zł. Szczególną popularność zdobywają modele subskrypcyjne, takie jak Legimi, Empik Go czy Storytel, które oferują użytkownikom nielimitowany dostęp do literatury. Dynamiczny rozwój tego segmentu świadczy o rosnącej roli wygody i mobilności w konsumpcji treści czytelnich.

Wyniki analizy SWOT

Mocne strony

Polski rynek książki dysponuje bogatą i zróżnicowaną ofertą wydawniczą, która obejmuje zarówno publikacje literackie, jak i specjalistyczne, dostosowane do potrzeb różnych grup czytelników. Według raportu Biblioteki Narodowej (2024; 2025, 27 marca) w Polsce w 2023 r. wydano 33 893 tytuły. Największą część opublikowanych książek stanowią książki literackie (38%) i naukowe (21%). W porównaniu do roku poprzedniego udział pierwszej grupy wzrósł o 4 punkty procentowe, a drugiej zmniejszył się o 3 punkty procentowe. W strukturze tematycznej dominują publikacje literackie, literatura popularna, książki dla dzieci i młodzieży, poradniki, publikacje naukowe i popularnonaukowe, komiksy

oraz literatura fantastyczna i obyczajowa. W ramach tej oferty dostępne są zróżnicowane gatunki, takie jak powieść obyczajowa, romans, kryminał, thriller, fantasy, science fiction, biografia, poezja, jak również literatura religijna, historyczna i psychologiczna. Literatura młodzieżowa odnotowała w ostatnim czasie wyraźny wzrost liczby publikacji – w 2023 r. ukazało się 548 tytułów, co stanowi najwyższy wynik w ostatniej dekadzie. Zróżnicowanie tematyczne oraz gatunkowe pokazuje, że współczesna oferta wydawnicza w Polsce jest elastyczna i otwarta na zmieniające się oczekiwania czytelników.

Rozwój publikacji elektronicznych w formacie e-booków i audiobooków jest dziś istotnym elementem wzmocnienia oferty wydawniczej w Polsce. Coraz więcej wydawnictw decyduje się na publikację książek w trzech formatach jednocześnie: na papierze, w postaci e-booka i audiobooka, co pozwala na dotarcie do większej liczby czytelników. Jak wynika z danych Biblioteki Analiz (2024; 2025, 28 marca), udział e-booków w sprzedaży wynosi 9%, a audiobooków 6,5%. W przypadku wybranych bestsellerów sprzedaż książek w tym formacie może stanowić 50% całkowitej sprzedaży danej pozycji. W porównaniu do książki papierowej koszt wydania e-booka jest niski, co przyczynia się do wydawania większej ilości treści niszowych autorów oraz twórców internetowych. Szacuje się, że liczba słuchaczy audiobooków w 2023 r. wynosiła od 3 do 4 mln osób. Na rosnącą ich popularność wpływają szeroka oferta, rozpoznawalni lektorzy oraz wygoda – możliwość słuchania podczas wykonywania codziennych czynności. Równoległa obecność książek papierowych, e-booków i audiobooków, a także dynamiczny wzrost znaczenia formatów cyfrowych świadczą o elastyczności i innowacyjności sektora.

Rola aplikacji mobilnych w czytaniu i słuchaniu książek na polskim rynku wydawniczym rośnie, co stanowi istotny element cyfrowej transformacji. Według danych Statista (2025; 2025, 18 kwietnia) najczęściej pobieraną aplikacją do korzystania z e-booków i audiobooków była Audioteka – z wynikiem ponad 530 tys. pobrań. Na kolejnych miejscach znajdowały się Storytel (ok. 419 tys. pobrań), BookBeat Audiobooks (ok. 303 tys. pobrań) oraz Empik Go (ok. 295 tys. pobrań). Wzrost popularności aplikacji do czytania odzwierciedlają również wyższe wyniki finansowe. Jak podaje Biblioteka Analiz (2024; 2025, 28 marca), Legimi odnotowało wzrost przychodów o 38% (do 87 mln zł), Audioteka zaś wzrost o 57% (do 52 mln zł), a Storytel o 17% (do 55 mln zł). Warto zauważyć, że w ramach Narodowego Programu Rozwoju Czytelnictwa (Departament Mecenatu Państwa MKiDN, 2024; 2025, 19 kwietnia) w 2023 r. zdalny dostęp e-booków, audiobooków i synchrobooków nabyło 780 bibliotek od takich dostawców jak Legimi, Empik Go czy Ibuk Libra, przeznaczając na ten cel prawie 721 tys. zł.

Modernizacja bibliotek i rozwój ich oferty czytelniczej stanowią dziś istotny element wzmocnienia krajowego systemu dystrybucji książki. W ostatnich latach placówki te aktywnie nabywają nowości wydawnicze oraz rozwijają dostęp do cyfrowych treści, co powoduje, że zwiększa się zainteresowanie wśród czytelników. Tego rodzaju działania są możliwe m.in. dzięki wsparciu w ramach Narodowego Programu Rozwoju Czytelnictwa 2.0 na lata 2021–2025. Ze sprawozdania opublikowanego przez Departament Mecenatu Państwa MKiDN (2024; 2025, 19 kwietnia) wynika, że w 2023 r. dofinansowanie dostało 2040 bibliotek, które zakupiły ponad 3,1 mln książek papierowych oraz blisko 92 tys. e-booków i audiobooków; udostępniono również 157 tys. kodów do aplikacji czytelniczych. Skala i zasięg pozytywnie wpłynęły na poprawę dostępu do literatury i infrastruktury bibliotek, co przyczyniło się do większego zainteresowania czytelnictwem wśród wielu Polaków.

Książka odgrywa niezmiennie istotną rolę jako nośnik wartości kulturowych i narzędzie wspierające rozwój edukacyjny jednostki. Obok mowy, pismo było podstawową formą komunikacji międzyludzkiej, a kultura czytelnicza odgrywa istotną rolę w kształtowaniu życia jednostki i wzajemnej komunikacji w społeczeństwie (Kapica, 2024). Czytanie książek nie tylko wspiera rozwój kompetencji językowych, lecz także – jak podkreśla Kapica – jest ważne w kontekście wydobywania sensu treści, pobudzania fantazji, twórczego myślenia, zdolności analitycznych. Obcowanie z literaturą i systematyczna lektura stają się trwałym elementem własnej tożsamości, pobudzania wewnętrznych przeżyć. Rola książki wykracza poza granice edukacji formalnej, a staje się fundamentem świadomego uczestnictwa w życiu społecznym i kulturowym.

Słabe strony

W ostatnich latach polski rynek księgarski odnotowuje wyraźny regres pod względem zarówno liczby funkcjonujących punktów sprzedaży, jak i liczby bibliotek. Z danych opublikowanych przez Bibliotekę Analiz wynika, że w 2023 r. funkcjonowały 1704 księgarnie (Biblioteka Analiz, 2024; 2025, 28 marca), co jest potwierdzeniem wieloletniego trendu spadkowego. Szczególnie dotkliwe są te zmiany w mniejszych miejscowościach, gdzie księgarnie nie tylko są punktami sprzedaży, ale również odgrywają istotną rolę w życiu lokalnym i kulturowym społeczeństwa. Jak wynika z raportu Polskiej Sieci Ekonomii dla Instytutu Książki, proces zanikania księgarni pogłębiają koszty najmu, zmiana nawyków konsumenckich oraz dominacja dużych sieci handlowych i platform internetowych (Rachubnik, Sroczyński, Oleszczuk-Zygmuntowski, 2024; 2025, 10 kwietnia). Cyfryzacja i przeniesienie znacznej części sprzedaży do internetu są trendami globalnymi, które w ostatnich latach przyspieszyły wraz z rozwojem technologicznym. W rezultacie wiele małych księgarni zmagają się z trudnościami finansowymi i organizacyjnymi, które utrudniają ich dalsze funkcjonowanie. Równocześnie maleje liczba bibliotek publicznych. Według danych GUS (2024; 2025, 5 kwietnia) w 2023 r. w Polsce działało 7570 bibliotek, jednak korzystało z nich tylko 5,3 mln Polaków. Sytuację tych placówek pogarszają problemy strukturalne, w tym nieefektywny system finansowania (Rachubnik, Sroczyński, Oleszczuk-Zygmuntowski, 2024; 2025, 10 kwietnia). Mimo istnienia programów wspierających rozwój czytelnictwa i infrastruktury bibliotecznej wiele instytucji wciąż zmagają się z ograniczeniami finansowymi oraz nierównomiernym rozdziałem środków publicznych. Spadek liczby zarówno księgarni, jak i bibliotek skutkuje problemami związanymi z ich działaniem, wyzwaniem w promowaniu czytelnictwa w Polsce oraz zapewnieniem powszechnego i równego dostępu do literatury.

Samodzielne wydawanie książek, znane jako self-publishing, zyskuje na znaczeniu jako alternatywa dla tradycyjnego wydawania książek – choć wiąże się także z pewnymi ograniczeniami jakościowymi. Jest to narzędzie skierowane przede wszystkim do nowych twórców, którzy z powodu braku środków i kontaktów na rynku zdecydowali się niezależnie opublikować swoją twórczość. W Polsce funkcjonuje kilka platform wspierających self-publishing, takich jak Empik Selfpublishing, Imker czy Ridero, które umożliwiają autorom samodzielne wydawanie książek w formie drukowanej i elektronicznej (Biblioteka Analiz, 2024; 2025, 28 marca). Jednak ten model niesie za sobą słabości w funkcjonowaniu i jakości rynku książki. Jak wskazuje K. Kasperek (2016) tytuły te charakteryzują się brakiem profesjonalnej redakcji, korekty i fachowego nadzoru edytorskiego, co obniża ich jakość

językową i techniczną. Dodatkowo brak mechanizmów kontroli i weryfikacji sprawia, że na rynku pojawia się wiele pozycji zawierających niesprawdzone informacje, co skutkuje niezadowolaniem wśród czytelników i osłabieniem zaufania do książek jako wartościowego źródła wiedzy. Podobne wnioski przedstawiają Carolan i Evain (2013), którzy zwracają uwagę na pozbawienie formalnej oceny jakości. Ich analiza pokazuje, że większość samopublikowanych książek – często pozbawionych opracowania redakcyjnego – obniża walory oferty literackiej. Dodatkowo Carolan i Evain (2013) opisują trudności w dotarciu debiutantów do odbiorców. Brak wsparcia promocyjnego czy niska rozpoznawalność publiczna sprawiają, że wiele tytułów ginie w masie treści niskiej jakości, i ograniczają ich zasięgi. Self-publishing jest szansą dla nowych twórców, ale jego niedoskonałości strukturalne są wyzwaniem dla jakości i przejrzystości oferty czytelniczej.

Na problemy rynku książki wpływa nie tylko jakość dostępnych tytułów, ale także ceny, które mogą odstraszyć potencjalnych czytelników. Wysokie ceny książek, które wynikają m.in. z nieuregulowanego układu handlu i dystrybucji, skutecznie ograniczają rozwój czytelnictwa w Polsce. Z raportu Polskiej Sieci Ekonomii (Rachubnik, Sroczyński, Oleszczuk-Zygmuntowski, 2024; 2025, 10 kwietnia), wynika, że znaczna część kosztów detalicznych książki generowana jest przez rabaty narzucane przez dominujące podmioty dystrybucyjne – mediana rabatu hurtowego wynosi 50%, a dla księgarń detalicznych 38%. W efekcie wydawcy muszą podnosić ceny okładowe, co generuje dodatkowe koszty dla końcowego odbiorcy i może spowodować mniejsze zainteresowanie zakupem literatury, szczególnie wśród osób o niższych dochodach. W dodatku brak uregulowań dotyczących jednolitej ceny książek zwiększa istniejące dysproporcje na rynku. Umożliwia to większym sieciom handlowym agresywną politykę handlową, co osłabia mniejsze i lokalne księgarnie. Wpływa to na ograniczenia w dostępie do kultury czytelniczej, ale także prowadzi do dalszej marginalizacji niezależnych podmiotów wydawniczych i handlowych.

Szanse

Współczesne metody promocji książek przy użyciu nowoczesnych narzędzi i kanałów komunikacji pozwalają na dotarcie do szerokiego grona odbiorców oraz budowania społeczności. Skuteczna promocja literatury ma służyć zostaniu zapamiętanym, zbudowaniu wizerunku marki i zachęceniu do przeczytania danej pozycji. Wiąże się to z działalnością w mediach społecznościowych czy ze współpracami ze znanymi twórcami, co wykracza poza tradycyjne formy reklamy (Bobrowska, 2020). Obszar ten został szczególnie zagospodarowany przez platformy takie jak TikTok, na którym powstała dynamiczna społeczność znana jako BookTok. Stała się ona w ostatnim czasie główną formą promocji literatury i rozwoju czytelnictwa na skalę globalną. Środowisko tej aplikacji skupia się głównie na trzech funkcjach: wspieraniu promocji czytania, budowaniu społeczności literackiej oraz przedstawieniu nowej formy recenzowania książek (Dera, 2024). W krótkich i emocjonalnych materiałach wideo użytkownicy dzielą się opiniami, reakcjami i rekomendacjami, co czyni książkę centrum komunikacji w społeczności. Algorytm aplikacji dopasowuje treści odpowiadające naszym zainteresowaniom, pokazuje książki warte przeczytania oraz rekomenduje pozycje podobne tematycznie. Tego rodzaju nowoczesne formy promocji mają pozytywny wpływ nie tylko na sprzedaż, lecz także na zaangażowanie czytelników i tworzenie społeczności związanej z literaturą, co obdarza nowym życiem książkę także w świecie cyfrowym.

Trend wzrostu liczby czytelników książek elektronicznych w Polsce wskazuje na wyraźny potencjał rozwoju tego segmentu rynku. Z raportu Biblioteki Narodowej (2024; 2025, 27 marca) wynika, że największą grupę sięgającą po e-booki i audiobooki stanowią uczniowie i studenci, którzy traktują je jako wygodną i elastyczną formę dostępu do treści literackich i naukowych. Książki cyfrowe zyskują popularność niezależnie od wieku i płci czytelników, co wskazuje na ich uniwersalny charakter. Jednocześnie, jak pokazują prognozy platformy Statista (2024; 2025, 21 kwietnia), liczba użytkowników e-booków w Polsce będzie systematycznie rosła – z 2,78 mln w 2023 do ponad 2,85 mln w 2027 r. Zjawisko to wskazuje na znaczący potencjał rozwoju tego obszaru oraz rosnące znaczenie treści cyfrowych w nawykach czytelniczych.

Większa liczba organizowanych w Polsce wydarzeń targowych związanych z książką wzmacnia obecność literatury w życiu społecznym i promuje czytelnictwo w różnych grupach wiekowych. Jak podaje Biblioteka Analiz (2024; 2025, 28 marca) w 2024 r. odnotowano 90 takich wydarzeń. Największe z nich – Międzynarodowe Targi Książki w Warszawie – przyciągnęło prawie 120 tys. odwiedzających. W warszawskiej imprezie wzięło udział blisko 600 wystawców i 1000 gości z branży wydawniczej, w tym autorów, tłumaczy i ilustratorów, odbyło się również 700 spotkań i konferencji, a gościem honorowym były Włochy. Rosnące zainteresowanie literaturą przekłada się na organizację nowych wydarzeń – przykładem są Targi Książek i Mediów Vivaldi w Lublinie, które już podczas pierwszej edycji zgromadziły ponad 10 tys. odwiedzających. Targi stają się nie tylko miejscem zakupu książek, ale także przestrzenią do spotkania ulubionych twórców. Ich dynamiczny rozwój odpowiada na potrzeby młodego pokolenia, co widoczne jest w tworzeniu specjalnych stref autografów sekcji Young Adult i New Adult. Wydzielone zostają specjalne powierzchnie oraz są wprowadzane innowacyjne rozwiązania organizacyjne, takie jak ograniczenie frekwencji poprzez kupno biletu wstępu i system bezpłatnych voucherów, które umożliwiają spotkanie z autorem. Targi książki potwierdzają znaczenie książki jako dobra kultury i ułatwiają jej atrakcyjną obecność w przestrzeni publicznej.

Adaptacje filmowe i serialowe pełnią dziś ważną funkcję w popularyzacji literatury i stają się realnym narzędziem zwiększania czytelnictwa. Premiery ekranizacji wywołują zauważalny wzrost aktywności użytkowników serwisów książkowych, takich jak Goodreads, Amazon czy LibraryThing – więcej osób pisze recenzje, ocenia książki czy wykazuje zainteresowanie ich przeczytaniem (Montesi, Esteban Aragoneses, 2014; 2025, 22 kwietnia). Autorzy wskazują, że największe zainteresowanie książką występuje podczas premiery filmu. Popularność ekranizacji staje się impulsem do sięgnięcia po pierwowzór literacki, co przekłada się na wzrost sprzedaży i liczby wypożyczeń książki. Wyniki badań nad recenzjami społecznościowymi wskazują, że adaptacje filmowe mają realny wpływ na odbiór i interpretację literackich pierwowzorów. Analiza ponad 150 tys. recenzji na platformie Goodreads pokazuje, jak filmy stają się inspiracją do sięgnięcia po lekturę, by porównać ją z adaptacją filmową (Thalken, Mimmo, Wilkens, 2024). Zjawisko to nie tylko zwiększa zainteresowanie daną pozycją, ale również tworzy społeczność, która dzieli się swoimi emocjami, przeżyciami i rekomendacjami. W rezultacie adaptowane tytuły stają się ponownie popularne – trafiają na listy bestsellerów, są wznawiane przez wydawnictwa czy zyskują większe uznanie w mediach. W ten sposób ekranizacje książek stają się łącznikiem w popkulturze, co sprawia, że coraz więcej osób sięga po książki.

Zagrożenia

Utrzymujący się niski poziom czytelnictwa w Polsce jest wyzwaniem dla współczesnego rynku książki. Choć raport Biblioteki Narodowej za 2023 r. (2024; 2025, 27 marca) wskazuje na nieznaczny wzrost – 43% Polaków przeczytało przynajmniej jedną książkę w ciągu roku, a 8% więcej niż siedem, co stanowi najwyższy wynik od dekady – to nadal połowa społeczeństwa deklaruje całkowity brak kontaktu z literaturą. To oznacza, że książka jest mało ważnym aspektem w życiu kulturalnym Polaków. Młodsze pokolenie nie postrzega książki jako źródła informacji czy rozrywki (Bakalarz-Duverger i inni, 2024). W świecie zdominowanym przez media społecznościowe, szybkie treści i komunikację opartą na obrazach tradycyjne czytelnictwo schodzi na dalszy plan. Jak wskazuje raport, młodzi ludzie nie czują się związani z literaturą, a brak wzorców czytelniczych, czy poprzez szkołę, czy środowisko domowe, również tę relację osłabia. Uważają oni czytanie za obowiązek narzucony w ramach edukacji, nie odczuwają przyjemności z niego. To prowadzi do osłabienia kompetencji językowych, czytelniczych i interpretacyjnych, co może mieć negatywne skutki w życiu społecznym i emocjonalnym. Brak trwałych nawyków czytelniczych wśród młodzieży stanowi zatem realne wyzwanie dla instytucji kultury i edukacji, które muszą na nowo zdefiniować swoją rolę w promowaniu literatury.

Współczesne środowisko cyfrowe, w którym funkcjonują dzieci i młodzież, coraz częściej prowadzi do przebodźcowania i problemów z koncentracją, co przyczynia się do braku zainteresowania książkami. Młodzi odbiorcy codziennie są narażeni na bodźce wizualne i dźwiękowe płynące z urządzeń mobilnych (Wojtkowska, Gąsiorowska, 2024; 2025, 22 kwietnia). Skutkuje to nadmiernym zmęczeniem psychicznym, przeciążeniem układu nerwowego, nadpobudliwością czy skróceniem czasu koncentracji. Jak wspominają Wojtkowska i Gąsiorowska (2024; 2025, 22 kwietnia), młodzieży coraz trudniej będzie się skupić na dłuższych czynnościach, takich jak czytanie książki, gdyż wymaga to nadmiernej koncentracji, zaangażowania i wyciszenia. Młode pokolenie jest w stałym kontakcie ze światem wirtualnym, oczekuje nowych bodźców, co skutkuje tzw. bezmyślnym scrollowaniem – przeglądaniem bez celu treści internetowych (Lupinacci, 2021). Ciągła aktywność cyfrowa sprawia, że użytkownicy mają coraz mniej czasu na inne aktywności, w tym na zaangażowanie się w kulturę czytelniczą, a dodatkowo odczuwają trudności ze zrozumieniem tekstu.

Branża wydawnicza w dobie cyfryzacji mierzy się z wieloma wyzwaniami, jednym z nich jest piractwo książek elektronicznych. Choć może się wydawać, że nieformalny obieg e-booków jest dostępny i wygodny, to zjawisko to ma więcej negatywnych skutków. Wielu użytkowników decyduje się na korzystanie z nielegalnych źródeł z kilku powodów: wysokiej ceny, utrudnionego dostępu do wybranych tytułów, dodatkowych zabezpieczeń, które nie pozwalają na przenoszenie dzieła na inne urządzenia (Górski, Tomkiewicz, Wajda, 2021). Prowadzi to do strat finansowych autorów i wydawnictw, osłabienia motywacji do tworzenia nowych dzieł literackich, a w dłuższej perspektywie – spadku jakości kultury czytelniczej. Dodatkowo, jak wspominają autorzy, rozpowszechnianie pirackich plików wpływa negatywnie na edukację społeczną i kulturę prawną, kształtuje postawy ignorowania praw autorskich. W dłuższej perspektywie może to doprowadzić do zahamowania rozwoju rynku oraz pogłębienia problemów związanych z prawami autorskimi i wartością intelektualną w literaturze.

Podsumowanie analizy SWOT

Przeprowadzona analiza SWOT pozwoliła wskazać zarówno elementy wspierające rozwój rynku książki w Polsce, jak i te stanowiące realne utrudnienia (tabela 1). Z jednej strony obserwuje się postęp w zakresie form elektronicznych oraz zróżnicowanie oferty wydawniczej, co sprzyja dopasowaniu treści do wymagań odbiorców. Z drugiej strony widoczne są spadek liczby księgarni i bibliotek, wzrost cen książek oraz zwiększająca się liczba publikacji w ramach self-publishingu. Choć ta forma ułatwia debiut pisarski, to nie zawsze gwarantuje wysoką jakość treści, co może wzbudzać wątpliwości wśród czytelników.

Tabela 1. Analiza SWOT rynku książki w Polsce

Mocne strony	Słabe strony
– szeroka oferta wydawnicza – rozwój publikacji elektronicznych – aplikacje mobilne związane z książkami – modernizacja bibliotek – narzędzie edukacyjne i kulturowe	– spadek liczby księgarni i bibliotek – rozwój self-publishingu – wysokie ceny
Szanse	Zagrożenia
– promowanie książek w mediach społecznościowych – wzrost liczby czytelników książek elektronicznych – targi książki – adaptacje filmowe i serialowe	– spadek liczby czytelników – przebodźcowanie, problemy z koncentracją – piractwo książek

Źródło: opracowanie własne.

Analiza pokazuje, że rynek książki, pomimo mocnych podstaw oraz perspektyw płynących z rozwoju technologii, potrzebuje dodatkowych modyfikacji, aby lepiej odpowiadać na zmieniające się nawyki czytelnicze. Rosnąca popularność e-booków, audiobooków oraz platform subskrypcyjnych pokazuje, że tradycyjne modele sprzedaży wymagają dostosowania. Zrozumienie tych procesów będzie niezbędne do lepszego prognozowania dalszego kierunku rozwoju rynku.

Warto również podkreślić ograniczenia tej analizy, która w dużej mierze jest oparta na danych wtórnych i raportach branżowych. Nie uwzględnia ona perspektywy samych czytelników, ich indywidualnych preferencji, motywacji oraz praktyk czytelniczych, które mają wpływ na wybór formatu książki i ich decyzji dotyczących zakupu. Z tego powodu istotne jest rozszerzenie badań o element empiryczny, taki jak ankieta skierowana do konsumentów, zwłaszcza młodszego pokolenia. Informacje zebrane w ten sposób umożliwiłyby dokładniejszy opis zachowań związanych z czytelnictwem oraz lepsze prognozowanie przyszłych kierunków na rynku książki.

Wnioski

Rynek książki na świecie dynamicznie się zmienia pod wpływem digitalizacji, nowych modeli biznesowych oraz zmian w nawykach czytelniczych. Obok tradycyjnych papierowych książek duże znaczenie zyskują również elektroniczne formaty – e-booki i audiobooki – a także modele subskrypcyjne, które dają nieograniczony dostęp do literatury.

Równolegle rozwijają się nowe sposoby promocji książek – media społecznościowe oraz adaptacje filmowe. W Polsce również obserwuje się analogiczne trendy, choć ich nasilenie jest zróżnicowane. Forma papierowa książek nadal dominuje, jednak treści elektroniczne stopniowo zyskują na znaczeniu. Wzrost poziomu czytelnictwa do 43% jest pozytywnym zjawiskiem, lecz nadal Polska pozostaje poniżej europejskiej średniej.

Czytanie książki jest niezwykle istotne w procesie rozwoju – kształtuje myślenie, emocje oraz kompetencje językowe. W polskich szkołach promowanie literatury jest niewystarczające i nie zachęca uczniów do czytania dla przyjemności. Młodzież często unika czytania, ponieważ żyje w świecie pełnym bodźców. Krótkie formy rozrywki, jak serial czy TikTok, są łatwiej dostępne i bardziej interesujące, a nadmiar informacji stwarza problemy z dłuższą koncentracją. Warto jednak zauważyć, że media społecznościowe stają się również skutecznym narzędziem promocji książek. Platformy takie jak Booktok czy Bookstagram umożliwiają użytkownikom dzielenie się przemyśleniami, recenzjami oraz emocjami związanymi z czytaniem. Autentyczność i szczerść tych przekazów sprawiają, że często są one bardziej przekonujące niż sama reklama. Umiejętnie przeprowadzona kampania promocyjna w internecie potrafi skutecznie zmotywować do czytania, zwłaszcza młodsze pokolenie.

Dzisiejszy rynek książki oferuje szeroki i zróżnicowany wybór zarówno pod względem treści, jak i formatu. Książki papierowe nadal są cenione za ich fizyczność, zapach, możliwość robienia adnotacji oraz brak konieczności korzystania z urządzeń elektronicznych. Niestety, ich wady to wysoka cena, potrzeba miejsca do przechowywania oraz niewygodą w podróży ze względu na wagę. E-booki i audiobooki są wybierane przez osoby ceniące wygodę, mobilność i dostęp do wielu tytułów na jednym urządzeniu. Jednak korzystanie z nich wiąże się z dodatkowymi kosztami – konieczne są zakup odpowiedniego sprzętu, takiego jak czytnik, a także dostęp do płatnych aplikacji czy platform subskrypcyjnych.

W nadchodzących latach polski rynek książki prawdopodobnie będzie podążał w kierunku dalszej cyfryzacji oraz wzrostu znaczenia formatów elektronicznych. Udział niezależnych twórców i wydawnictw również będzie rósł. Równocześnie istotne będą zapewnienie wysokiej jakości publikowanych treści oraz zachęcanie dzieci i młodzieży do czytania. Przyszłość rynku będzie potrzebowała połączenia innowacyjności z wartościami edukacyjnymi i kulturowymi, a także zagwarantowania powszechnej dostępności literatury różnym grupom odbiorców.

Literatura

References

- Bakalarz-Duverger, M., Zarzycka, M., Tarka, A., Adamik, E. (2024). *Czyta(nie)? Jak wspierać czytelnictwo młodych w dobie rewolucji cyfrowej*. Warszawa: Warszawskie Obserwatorium Kultury.
- Biblioteka Analiz. (2024; 2025, 28 marca). *Kondycja polskiego sektora książkowego*. Pozyskano z: https://rynek-ksiazki.pl/wp-content/uploads/2024/10/raport2024_elektroniczny.pdf.
- Biblioteka Narodowa. (2024; 2025, 27 marca). *Ruch wydawniczy w liczbach 2023, t. 77. Książki*. Pozyskano z: <https://www.bn.org.pl/download/document/1716983811.pdf>.
- Bieleń, M., Kubiczek, J. (2020). Response of the labor market to the needs and expectations of Generation Z. *E-mentor*, 86(4), 87–94. DOI: <https://www.doi.org/10.15219/em86.1486>.
- Bobrowska, A. (2020). Metody promocji książki. *Zarządzanie Biblioteką*, 12(1), 109–123.
- Carolan, S., Evain, C. (2013). Self-publishing: Opportunities and threats in a new age of mass culture. *Publishing Research Quarterly*, 29, 285–300. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12109-013-9326-3>.

- Departament Mecenatu Państwa MKiDN. (2024; 2025, 19 kwietnia). *Sprawozdanie z realizacji programu w 2023 r.* Pozyskano z: <https://www.gov.pl/web/edukacja/sprawozdanie-z-realizacji-w-2023-roku-priorytetu-3-narodowego-programu-rozwoju-czytelnictwa-20-na-lata-2021-2025>.
- Dera, J. (2024). BookTok: A narrative review of current literature and directions for future research. *Literature Compass*, 21(10–12), e70012. DOI: <https://doi.org/10.1111/lic3.70012>.
- GUS. (2024; 2025, 5 kwietnia). *Biblioteki publiczne w 2023 roku (Informacje sygnalne)*. Pozyskano z: <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/kultura/biblioteki-publiczne-w-2023-roku,14,8.html>.
- Gostkowska-Dźwig, S. (2023). Analiza SWOT jako narzędzie strategicznego planowania biznesowego. W: S. Gostkowska-Dźwig, E. Kempa, M. Mroziak, R. Królik. *Wybrane metody analizy w procesie zarządzania strategicznego*. Częstochowa: Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, 24–42.
- Górski, M., Tomkiewicz, Ł., Wajda, G. (2021). *Piractwo czy nieformalny obieg książek elektronicznych w Polsce? Próba charakterystyki*. W: S. Skórka, E. Piotrowska (red.), *Książki w plikach. Publikowanie, udostępnianie i użytkowanie*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe UP, 21–41.
- Kapica, G. (2024). Kultura czytelnicza priorytetem współczesnego społeczeństwa. *Eunomia – Rozwój Zrównoważony – Sustainable Development*, 107(1), 173–186.
- Kasperek, K. (2016). Self-publishing – zarys najważniejszych problemów. *Sztuka Edycji. Studia tekstologiczne i edytorskie*, 10(2), 91–102. DOI: <https://doi.org/10.12775/SE.2016.023>.
- Lupinacci, L. (2021). ‘Absentmindedly scrolling through nothing’: Liveness and compulsory continuous connectedness in social media. *Media, Culture & Society*, 43(2), 273–290. DOI: <https://doi.org/10.1177/0163443720939454>.
- Mafi, T. (2022). *Odkryj mnie*. Poznań: We Need Ya.
- Montesi, M., Esteban Aragoneses, M. (2014; 2025, 22 kwietnia). *Does a film adaptation of a novel influence reading behavior? The answer is on the Web*. Pozyskano z: <https://hdl.handle.net/20.500.14352/34678>.
- Pomykański, A. (2008). *Zarządzanie i planowanie marketingowe*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Rachubnik, J., Sroczynski, M., Oleszczuk-Zygmuntowski, J. (2024; 2025, 10 kwietnia). *Jeszcze książka nie zginęła? Raport o polskim rynku książki*. Warszawa: Polska Sieć Ekonomii dla Instytutu Książki. Pozyskano z: https://instytutksiazki.pl/files/upload/files/Raport_PLSE_Jeszcze%20ksiazka%C3%A8%CC%87ka%20nie%20zgin%C3%A8%CC%85%82a_digital.pdf.
- Skórka, S. (2021). Użyteczność czytelników książek elektronicznych w świetle standardów. *Przegląd Biblioteczny*, 89(3), 359–384.
- Statista. (2024; 2025, 21 kwietnia). *Number of users of eBooks in Poland from 2018 to 2027 (in millions)*. Pozyskano z: <https://www.statista.com/forecasts/1218615/number-of-ebook-users-poland>.
- Statista. (2025; 2025, 18 kwietnia). *Leading e-book and audiobook applications in Poland in 2024, by number of downloads (in 1,000s)*. Pozyskano z: <https://www.statista.com/statistics/1226249/poland-leading-ebook-and-audiobook-apps-by-downloads/>.
- Thalken, R., Mimno, D., Wilkens, M. (2024). It matters to the viewer: Social reviews of books adapted for film. *Digital Studies / Le champ numérique*, 13(3), 1–22. DOI: <https://doi.org/10.16995/dscn.9671>.
- Wojtkowska, A., Gąsiorowska, A. (2024; 2025, 22 kwietnia). *Profilaktyka, diagnoza i terapia e-uzależnień wśród dzieci i młodzieży. Praktyczny podręcznik dla specjalistów pracy z dziećmi i ich rodzinami*. Warszawa: Liberi Libri. Pozyskano z: https://kcpu.gov.pl/wp-content/uploads/2025/01/Profilaktyka-diagnoza-i-terapia-e-uzaleznienn_WojtkowskaGasiorowska2024.pdf.
- Zasacka, Z., Chymkowski, R., Koryś, I. (2024; 2025, 5 kwietnia). *Stan czytelnictwa książek w Polsce w 2023 roku*. Warszawa: Biblioteka Narodowa. Pozyskano z: <https://www.bn.org.pl/download/document/1717404995.pdf>.
- Zweiffel, M. (2023). Czy cały czas trzeba biec? Miejsce książki drukowanej w erze mobilności. W: M. Nowina-Konopka, W. Świerczyńska-Głownia, A. Hess (red.), *Nowa rewolucja komunikacyjna*. Kraków: Uniwersytet Jagielloński, 157–172.

Weronika Sobala, studentka drugiego roku studiów pierwszego stopnia na kierunku Analitik Finansowy 2.0 na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach. Choć znajduje się na wczesnym etapie swojej ścieżki akademickiej, rozwija zainteresowania badawcze w obszarze finansów osobistych, zachowań konsumenckich oraz roli kultury w gospodarce. Obecnie przygotowuje pracę licencjacką poświęconą zwyczajom czytelnictwa i wydatkom na książki w pokoleniu Z, łącząc analizę ekonomiczną z perspektywą społeczną.

Weronika Sobala, a second-year undergraduate student of the Financial Analyst 2.0 program at the University of Economics in Katowice. Although at an early stage of her academic path, she is developing research interests in personal finance, consumer behavior and the role of culture in the economy. She is currently preparing a bachelor's thesis on reading habits and book-related spending among Generation Z, combining economic analysis with a social perspective.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-3136-1538>

Adres/Address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
ul. 1 Maja 50
40-287 Katowice
e-mail: weronikasobala6@gmail.com

Podziękowania

Chciałabym serdecznie podziękować dr. Jakubowi Kubickowi za cenne wskazówki, wsparcie merytoryczne oraz motywację otrzymane w ramach seminarium dyplomowego w roku akademickim 2024/2025, podczas którego powstał niniejszy artykuł. Szczególne podziękowania kieruję również do mojej rodziny i moich najbliższych za wsparcie oraz cierpliwość podczas procesu powstawania pracy.