

Akademia WSB

Dąbrowa Górnicza, Cieszyń, Olkusz, Żywiec, Kraków

Wydział Nauk Stosowanych

mgr inż. Czesław Fliśnik

TYTUŁ PRACY

Uwarunkowania dyfuzji radiofonii cyfrowej w Polsce

Autoreferat pracy doktorskiej napisanej pod kierunkiem:

prof. dr hab. Małgorzaty Pańkowskiej

Dąbrowa Górnicza 2025

Spis treści

1. Przesłanki wyboru tematu pracy.....	3
2. Cele pracy i hipotezy badawcze.....	4
3. Przebieg badań i struktura pracy.....	6
4. Wyniki badań w kontekście hipotez badawczych.....	9
5. Wnioski z badań.....	12
6. Wartość dodana pracy.....	13
7. Kierunki dalszych badań.....	14
8. Plan pracy.....	15

1. Przesłanki wyboru tematu pracy

Decyzja o wyborze tematu dysertacji pt. „Uwarunkowania dyfuzji radiofonii cyfrowej w Polsce” została podjęta w odpowiedzi na dynamiczny rozwój technologii cyfrowych w sektorze radiowym. Radiofonia cyfrowa, rozumiana jako innowacja technologiczna, stanowi istotny czynnik transformacji współczesnych systemów medialnych. W szczególności, proces cyfryzacji – definiowany jako przejście z analogowych na cyfrowe formy nadawania i przetwarzania sygnału radiowego – oraz automatyzacji – rozumianej jako wdrażanie systemów i narzędzi umożliwiających zautomatyzowane zarządzanie treściami, emisją i procesami produkcyjnymi – w istotny sposób wpływają na modele produkcji, dystrybucji i konsumpcji treści radiowych. Analiza tych dwóch zjawisk, ich wzajemnych relacji oraz uwarunkowań ich dyfuzji w polskiej radiofonii, stanowi główny przedmiot niniejszego opracowania.

Nowe technologie, w szczególności standard DAB+, wywierają znaczący wpływ na struktury instytucjonalne, modele biznesowe oraz strategie komunikacyjne nadawców. Zatem kluczowe staje się poznanie mechanizmów zarządzania innowacjami oraz teorii dyfuzji (m.in. według E. Rogersa), pozwalających analizować tempo, zakres i determinanty adaptacji technologii przez różne grupy użytkowników.

Autor dostrzega, że implementacja technologii cyfrowych wiąże się z koniecznością przezwyciężania barier o charakterze finansowym, regulacyjnym i organizacyjnym. Wysokie nakłady inwestycyjne na infrastrukturę emisyjną oraz konieczność modernizacji zaplecza technicznego i zakupu nowych urządzeń odbiorczych stanowią istotną barierę wprowadzenia innowacyjnych technologii DAB+ zarówno dla nadawców, jak i konsumentów. Równocześnie proces dyfuzji innowacji może skutkować dysrupcją¹ dotychczasowej struktury rynku medialnego – szczególnie w zakresie konkurowania o uwagę odbiorców oraz zamian alokacji budżetów reklamowych.

¹ Dysrupcja (ang. *disruption*) – zjawisko głębokiej, równoczesnej i powszechnej zmiany w funkcjonowaniu organizacji, wywołanej przez innowacje technologiczne, takie jak automatyzacja, cyfryzacja, a także czynniki zewnętrzne, np. pandemia COVID-19. Dysrupcja prowadzi do konieczności redefinicji tożsamości organizacyjnej, nie jako kontynuacji dotychczasowych modeli, lecz jako jakościowo nowej kategorii organizacyjnej. Por. M. Jedynak, K. Mania, A. Kuźniarska, W. Czakon, *Tożsamość cyfrowa organizacji — transformacja czy dysrupcja*, „Przegląd Organizacji”, nr 2(985), 2022, s. 20–27.

Wybór tematu rozprawy został również uwarunkowany zawodowym zaangażowaniem autora w zagadnienie cyfryzacji radiofonii, rozumianej jako proces przekształcania analogowych metod nadawania na cyfrowy standard DAB+, oraz w analizę konsekwencji tych przemian technologicznych dla funkcjonowania rynku radiowego w Polsce. Analiza uwarunkowań dyfuzji radiofonii cyfrowej pozwala na głębsze rozpoznanie dynamiki zmian w ekosystemie medialnym oraz identyfikację czynników sprzyjających skutecznej implementacji innowacji technologicznych. Intencją autora jest, aby niniejsza praca stanowiła wkład w rozwój badań nad cyfryzacją mediów oraz praktyczne wsparcie dla decydentów i interesariuszy rynku radiowego.

2. Cele pracy i hipotezy badawcze

Celem głównym dysertacji było określenie wpływu teorii dyfuzji innowacji na uwarunkowania rozpowszechniania cyfryzacji i automatyzacji² radiofonii w Polsce.

W pierwszym etapie cel ten został zrealizowany poprzez systematyczną analizę literatury przedmiotu oraz identyfikację luk badawczych – w szczególności w zakresie czynników determinujących przyjęcie bądź odrzucenie procesu dyfuzji innowacji w mediach elektronicznych.

W etapie drugim, na podstawie badań empirycznych, przeprowadzono ankiety wśród zróżnicowanych grup interesariuszy związanych z radiofonią (nadawcy, słuchacze, pracownicy mediów). Uzupełnieniem badań ilościowych były wywiady pogłębione z ekspertami branżowymi, naukowcami oraz konsultantami specjalizującymi się w cyfryzacji mediów. Uzyskane dane umożliwiły ocenę stanu oraz potencjalnych barier dla dyseminacji innowacji w polskim obszarze radiofonii.

Dodatkowo przeanalizowano akty prawne, dokumenty strategiczne oraz politykę krajowego regulatora (KRRiT), a także postawy nadawców i odbiorców wobec cyfryzacji. Wnioski z tych analiz pozwoliły zidentyfikować czynniki ograniczające skuteczność procesu wdrażania innowacji technologicznych.

² W dalszej części pracy proces cyfryzacji i automatyzacji traktowany jest jako element szerszej transformacji technologicznej radiofonii.

Sformułowanie problemu badawczego oraz hipotez umożliwiło realizację wyznaczonego celu głównego, jakim było określenie wpływu teorii dyfuzji innowacji na uwarunkowania rozpowszechniania cyfryzacji i automatyzacji radiofonii w Polsce.

Efektem końcowym badań było opracowanie autorskiej koncepcji „Wielowymiarowy Model Akceptacji Transformacji Radiowej” (WMATR), porządkującej czynniki technologiczne, społeczne i organizacyjne w kontekście cyfryzacji radiofonii. Model ten wspiera analizę procesów innowacyjnych i może być wykorzystany przy planowaniu strategii wdrażania radiofonii DAB+ w Polsce.

Hipoteza główna

W oparciu o literaturę przedmiotu oraz dorobek nauk o zarządzaniu i jakości, sformułowano następującą hipotezę główną (HG):

HG: Teoria dyfuzji innowacji istotnie wpływa na uwarunkowania zarządzania rozpowszechnianiem cyfryzacji i automatyzacji radiofonii w Polsce³.

Hipotezy pomocnicze

Dla operacjonalizacji problematyki badawczej oraz lepszego zrozumienia zależności składających się na proces dyfuzji, wyodrębniono pięć hipotez pomocniczych:

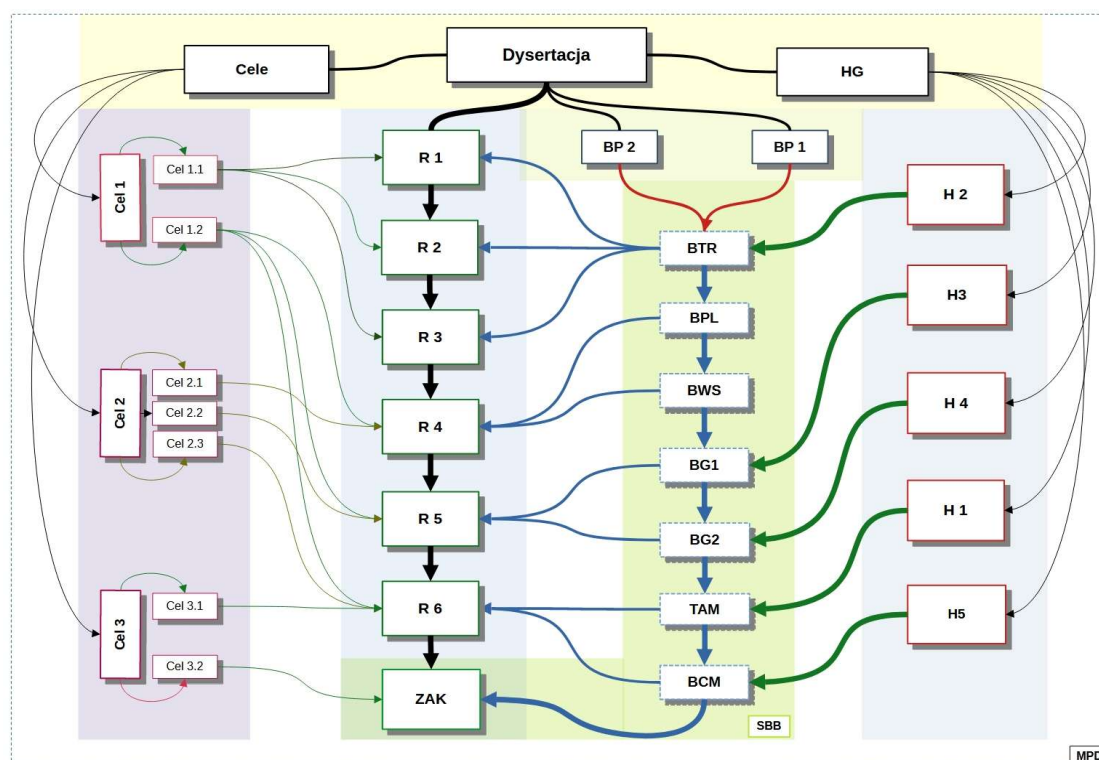
- **H1:** Modele dyseminacji innowacji mogą być efektywnie zastosowane do upowszechniania cyfryzacji radiofonii w Polsce.
- **H2:** Strategie implementacji cyfryzacji w polskiej radiofonii bazują na doświadczeniach międzynarodowych.
- **H3:** Radiofonia DAB+ jako innowacja w procesach biznesowych wymaga skutecznego zarządzania dyfuzją, co determinuje jej sukces rynkowy.
- **H4:** Rozgłośnie radiowe wdrażające strategie cyfryzacji skutecznie implementują rozwiązania technologiczne i rozwijają relacje z odbiorcami, wspierając organizację w procesach adaptacyjnych i antycypacyjnych.
- **H5:** Wdrożenie strategii cyfryzacji i automatyzacji radiofonii w rozgłoszeniach sprzyja poprawie wyników ekonomicznych.

³ Teoria dyfuzji innowacji stanowi fundament dla poznania, jak zarządzać procesem rozpowszechniania cyfryzacji i automatyzacji radiofonii. Umożliwia identyfikację adaptatorów, ocenę cech innowacji oraz dobór skutecznych kanałów komunikacji, co przekłada się bezpośrednio na decyzje strategiczne i operacyjne w rozgłoszeniach radiowych.

3. Przebieg badań i struktura pracy

Proces badawczy został zaplanowany jako wieloetapowy, zintegrowany projekt analityczny, którego celem było zbadanie uwarunkowań zarządzania dyfuzją innowacji w procesie cyfryzacji i automatyzacji radiofonii w Polsce. Badania miały charakter interdyscyplinarny, łącząc podejścia z zakresu nauk o zarządzaniu, technologii mediów oraz socjologii innowacji. W ramach projektu badawczego uwzględniono zarówno perspektywę organizacyjną, jak i technologiczną, co pozwoliło na uchwycenie złożoności procesów wdrożeniowych w radiofonii cyfrowej. Szczególny nacisk położono na identyfikację czynników sprzyjających adaptacji innowacji oraz barier utrudniających ich dyfuzję w środowisku medialnym. Interdyscyplinarność podejścia umożliwiła integrację wiedzy z różnych obszarów, co przełożyło się na wysoką trafność i użyteczność uzyskanych wyników. Badania zostały zaprojektowane tak, aby nie tylko odpowiedzieć na pytania naukowe, lecz także dostarczyć praktycznych rekomendacji dla decydentów branżowych.

Rys. 1. Diagram celów, sieć powiązań z rozdziałami, procesami badawczymi i hipotezami.



Źródło: opracowanie własne

Etapy realizacji badań:

- Etap diagnostyczny badania teoretycznego (BTR): Przeprowadzono analizę literatury przedmiotu z wykorzystaniem metody PRISMA, identyfikując kluczowe modele teoretyczne (E. Rogersa, TAM, EFQM) oraz luki badawcze w obszarze cyfryzacji radiofonii. Na tej podstawie sformułowano cele badawcze i hipotezy.
- Etap konstrukcji narzędzi badawczych obejmował opracowanie autorskich kwestionariuszy ankietowych w formie komputerowo wspomaganego wywiadu internetowego (CAWI – Computer-Assisted Web Interviewing), scenariuszy wywiadów eksperckich oraz schematów analizy benchmarkingowej. Do pomiaru postaw, opinii i poziomu akceptacji innowacji zastosowano pięciostopniową skalę Likerta. .
- Etap badań pilotażowych (BPL): Przeprowadzono testy narzędzi na ograniczonej próbie w celu ich walidacji i optymalizacji. Wyniki posłużyły do korekty instrumentów badawczych.
- Etap badań wstępnych (BWS): Zrealizowano badania ilościowe i jakościowe wśród dwóch grup respondentów: odbiorców radiofonii cyfrowej oraz pracowników rozgłośni radiowych (ekspertów technicznych i merytorycznych). Próba badawcza objęła 714 osób, dobranych celowo (w przypadku grupy BEN: quasi-losowo – udział zależny od znajomości tematu przez respondenta), z uwzględnieniem reprezentatywności i różnorodności demograficznej.
- Etap analizy danych (BG1, BG2, TAM i BCM): Dane analizowano z wykorzystaniem programów MS Excel, SPSS, STATISTICA oraz SmartPLS4. Do analizy danych zastosowano oprogramowanie SmartPLS4, wykorzystując moduł TAM (Technology Acceptance Model). Model ten umożliwił ocenę poziomu akceptacji technologii radiofonii cyfrowej DAB+ na podstawie zmiennych takich jak postrzegana użyteczność (PU) oraz postrzegana łatwość użycia (PEOU). Analiza objęła ocenę validity (trafności) i reliability (rzetelności) konstruktów latentnych oraz zastosowanie procedury bootstrappingu w celu weryfikacji istotności ścieżek modelu TAM. W ramach analizy benchmarkingowej wykorzystano model EFQM, porównując kluczowe wskaźniki efektywności i jakości w organizacjach radiowych.

- Etap syntezy i interpretacji: Na podstawie wyników badań opracowano autorską koncepcję WMATR (Wieloaspektowy Model Akceptacji i Transformacji Radiofonii), integrującą zmienne egzogeniczne modelu TAM (PU, PEOU) oraz zmienne endogeniczne (ATU, BI, ACT) z uwarunkowaniami organizacyjnymi, technologicznymi i społecznymi.

Źródła danych:

- Dane pierwotne: ankiety CAWI, wywiady eksperckie, kwerendy wśród pracowników rozgłośni.
- Dane wtórne: raporty branżowe, statystyki, dokumenty strategiczne, literatura naukowa.

Zakres tematyczny badań obejmował:

- Poziom akceptacji innowacji technologicznych przez odbiorców.
- Gotowość do ponoszenia kosztów zakupu nowych urządzeń.
- Świadomość technologiczna słuchaczy.
- Mechanizmy dyfuzji innowacji w organizacjach radiowych.
- Ocena strategii wdrożeniowych i benchmarking najlepszych praktyk.

Struktura pracy

Praca została podzielona na sześć rozdziałów, zorganizowanych w dwóch komplementarnych segmentach: teoretycznym oraz empiryczno-aplikacyjnym, co umożliwia płynne przejście od analizy koncepcyjnej do praktycznej weryfikacji hipotez.

Segment teoretyczny (rozdziały 1–3):

- Rozdział 1: Przedstawia podstawy teoretyczne innowacji i dyfuzji, definiuje kluczowe pojęcia, omawia modele badawcze (Model Rogersa, TAM, benchmarking) oraz ich zastosowanie w kontekście cyfryzacji radiofonii DAB+.
- Rozdział 2: Koncentruje się na strategiach zarządzania innowacjami w radiofonii, analizując wdrożenia technologii DAB+ w Polsce i za granicą. Uwzględniono korzyści, bariery oraz rolę zarządzania w procesie transformacji cyfrowej.

- Rozdział 3: Zawiera szczegółową metodykę badań, opis narzędzi badawczych, dobór próby, procedury analizy danych oraz uzasadnienie wyboru metod statystycznych i modeli analitycznych.

Segment empiryczno-aplikacyjny (rozdziały 4–6):

- Rozdział 4: Prezentuje materiał empiryczny, wyniki badań pilotażowych i zasadniczych, analizę opinii odbiorców i nadawców, ocenę zmiennych w skali Likerta oraz wnioski z badań eksperymentalnych.
- Rozdział 5: Przedstawia główny proces badawczy, analizę grup adaptatorów według Rogersa, opracowanie modelu WMATR oraz interpretację wyników w kontekście teorii dyfuzji innowacji.
- Rozdział 6: Zawiera ewaluację procesu zarządzania dyfuzją innowacji z wykorzystaniem modelu TAM (SmartPLS4) oraz benchmarkingowego modelu EFQM. Zidentyfikowano obszary doskonalenia i opracowano rekomendacje dla organizacji radiowych.

Zakończenie: Podsumowuje wyniki badań, wskazuje ograniczenia metodologiczne, proponuje kierunki dalszych prac oraz przedstawia rekomendacje dla nadawców radiowych i decydentów branżowych. Praca adresowana jest do środowiska akademickiego, praktyków mediów elektronicznych, agencji marketingowych oraz szerokiego grona odbiorców zainteresowanych cyfryzacją radiofonii.

4. Wyniki badań w kontekście hipotez badawczych

Na podstawie przeprowadzonych analiz teoretycznych oraz empirycznych, zweryfikowano hipotezę główną (HG) oraz hipotezy pomocnicze (H1–H5), odnoszące się do wpływu dyfuzji innowacji na zarządzanie cyfryzacją radiofonii w Polsce.

Hipoteza główna (HG):

W poniższej tabeli przedstawiono najważniejsze kompozyty i ich uwarunkowania w badanym zakresie. Zestawienie odnosi się do hipotezy głównej HG, o następującej treści: *Istnieje wpływ teorii dyfuzji innowacji na czynniki zarządzania rozpowszechnianiem cyfryzacji i automatyzacji radiofonii w Polsce.*

Tabela 1. Weryfikacja hipotezy głównej w świetle teorii dyfuzji innowacji Rogersa

Lp	Aspekty	Główne Zagadnienia	Potwierdzenie
1	Charakterystyka innowacji	Zalety nowych rozwiązań, relatywna przewaga, zgodność, złożoność, testowalność, obserwowalność.	Tak
2	Kanały komunikacji	Istotne kanały, przekazywanie informacji, rola społeczności, wpływ na proces decyzyjny.	Tak
3	System społeczny	Zmiany w normach, strukturze społecznej, rola liderów opinii, wpływ na rozpowszechnianie innowacji.	Tak
4	Czas dyfuzji Innowacji	Tempo, etapy, prognozy ewolucji cyfryzacji i automatyzacji radiofonii.	Tak
5	Decyzja o innowacji	Mechanizmy podejmowania decyzji, indywidualne vs. zbiorcze, autorytarne.	Tak

Źródło: opracowanie własne

Analiza oparta na modelu dyfuzji innowacji E.M. Rogersa wykazała, że wszystkie kluczowe aspekty – charakterystyka innowacji, kanały komunikacji, system społeczny, czas dyfuzji oraz mechanizmy podejmowania decyzji – mają realny i istotny wpływ na przebieg procesu cyfryzacji radiofonii w Polsce.

Weryfikacja hipotez pomocniczych (H1–H5):

Tabela 2. Analiza kluczowych aspektów charakterystyki innowacji

Numer hipotezy	Treść hipotezy	Weryfikacja hipotezy
H1	Możliwe jest zastosowanie modeli dyseminacji innowacji do rozpowszechniania cyfryzacji radiofonii w Polsce.	Potwierdzona
H2	Formowanie strategii implementacji cyfryzacji w polskiej radiofonii wnika z doświadczeń innych krajów.	Częściowo ⁴ potwierdzona
H3	Radiofonia DAB+ jako innowacja w procesach biznesowych wymaga skutecznego zarządzania dyfuzją, co determinuje jej sukces na rynku.	Potwierdzona
H4	Rozgłoszenie radiowe, zarządzając cyfryzacją, skutecznie wdrażają rozwiązania techniczne i budują relacje z klientami, wspierając adaptację i antycypację potrzeb rynkowych.	Potwierdzona
H5	Wdrożenie strategii cyfryzacji i automatyzacji radiofonii w rozgłoszeniach pozwoli na sterowanie organizacjami jakimi są rozgłoszenie radiowe.	Potwierdzona

Źródło: opracowanie własne

⁴ „Po stronie części dużych radiowych nadawców komercyjnych nadal można obserwować ostrożność wobec nieuchronnej konwersji sygnału. Sytuację zdecydowanie utrudnia brak jednoznacznego stanowiska rządu w sprawie przyszłości DAB+. Mimo ogłoszenia przez KRRiT o możliwości uzyskania koncesji ogólnokrajowych w tym standardzie, nie znalazła się wystarczająca liczba podmiotów chętnych do umieszczenia swoich programów na powstającym multipleksie”. Źródło: Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z działalności w 2023 r., Warszawa, 2024, s. 17.

Szczegółowe wnioski z weryfikacji hipotez:

- H1 – Modele dyseminacji innowacji (Rogersa i TAM) są użyteczne w procesie cyfryzacji radiofonii. Model Rogersa oddaje złożoność procesu dyfuzji innowacji, uwzględniając takie czynniki jak dostępność, koszt, nawyki i presja społeczna. Natomiast analiza SEM pozwoliła zweryfikować powiązania między zmiennymi modelu TAM (PU i PEOU), wskazując na ich wpływ na akceptację technologii. SEM pełniło rolę uzupełniającą wobec szerszego kontekstu dyseminacji innowacji, wzmacniając wiarygodność wyników i potwierdzając, że TAM może być stosowany jako narzędzie w ocenie akceptacji innowacji.
- H2 – Wpływ doświadczeń innych krajów jest zauważalny (Norwegia, Wielka Brytania, Niemcy), jednak lokalne czynniki (np. poziom finansowania, niska presja regulacyjna, ograniczona gotowość technologiczna) powodują, że proces adaptacji ma częściowo odrębny charakter.
- H3 – Konieczność zarządzania dyfuzją została potwierdzona – sukces DAB+ wymaga zarządzania relatywną korzyścią, kompatybilnością oraz prostotą wdrożenia (zgodnie z kryteriami Rogersa).
- H4 – Gotowość rozgłośni do cyfryzacji jest zróżnicowana, ale mimo istniejących obaw (koszty, utrata udziału w rynku), rozgłosnie lokalne i średnie wykazują największą otwartość na wdrożenia. Ich działania wspierają adaptację rynkową i umożliwiają budowanie relacji z odbiorcami.
- H5 – Cyfryzacja jako instrument sterowania organizacją: Analizy benchmarkingowe i TAM wskazały, że cyfryzacja umożliwia efektywne zarządzanie zasobami organizacyjnymi oraz przewidywanie zmian rynkowych, co wzmacnia odporność i elastyczność organizacji radiowych.

Ocena:

Zarówno teoria dyfuzji innowacji, jak i modele akceptacji technologii stanowią wartościowe ramy analizy procesu cyfryzacji radiofonii DAB+ w Polsce. Badania dowiodły, że:

- kluczowe czynniki sukcesu to: relatywna przewaga innowacji, akceptacja kosztów, odpowiednia infrastruktura, świadomość odbiorców oraz gotowość organizacyjna nadawców,

- proces cyfryzacji wymaga zarządzania strategicznego, współpracy międzysektorowej oraz działań edukacyjnych,
- niezbędne są także narzędzia monitorujące tempo i efektywność dyfuzji, w tym oparte na modelach TAM .

5. Wnioski z badań

Na podstawie przeprowadzonych badań teoretycznych i empirycznych sformułowano najważniejsze wnioski dotyczące uwarunkowań, przebiegu oraz potencjalnych efektów procesu cyfryzacji i automatyzacji radiofonii w Polsce. Wnioski te odzwierciedlają zarówno zróżnicowane podejście nadawców do transformacji technologicznej, jak i identyfikują kluczowe czynniki sukcesu oraz bariery wdrożeniowe.

1. Zróżnicowana gotowość do cyfryzacji

Badania wykazały, że podejście rozgłośni radiowych do strategii cyfryzacji jest zróżnicowane. Część nadawców, szczególnie lokalnych, dostrzega w niej szansę rozwoju i budowania relacji z odbiorcami, mimo obaw związanych z kosztami i konkurencją. Inne rozgłosnie wykazują postawy bardziej zachowawcze, obawiając się zmian organizacyjnych i finansowych.

2. Kluczowa rola zasobów organizacyjnych i ludzkich

Wdrożenie cyfryzacji i automatyzacji w radiofonii wymaga sprawnego zarządzania zasobami organizacyjnymi, w tym szczególnie zasobami ludzkimi. To właśnie kompetencje personelu zostały ocenione jako najważniejszy czynnik sukcesu w analizie benchmarkingowej. Potwierdzono hipotezę, że cyfryzacja może poprawić sterowanie wynikami ekonomicznymi organizacji radiowych.

3. Brak jednolitej strategii cyfryzacji w Polsce

Analizy wykazały niski poziom rozwoju radiofonii cyfrowej DAB+ w Polsce, brak zainteresowania ze strony dużych nadawców komercyjnych oraz ograniczone zaangażowanie odbiorców. Brakuje spójnej strategii wdrażania cyfryzacji, co utrudnia koordynację działań i wykorzystanie potencjalnych korzyści.

4. Potrzeba współpracy między interesariuszami

Efektywne wdrożenie technologii DAB+ wymaga współpracy między nadawcami publicznymi i prywatnymi, regulatorami, producentami sprzętu oraz słuchaczami. Tylko podejście systemowe, uwzględniające interesy wszystkich stron, może przynieść trwałe i pozytywne efekty.

5. Znaczenie analizy rynku i kontekstu prawno-technicznego

Wdrożenie cyfryzacji powinno być oparte na dokładnej analizie potrzeb rynku, uwarunkowań prawnych i technicznych oraz kulturowych cech odbiorców. W przeciwnym razie grozi niską adopcją i nieopłacalnością inwestycji.

6. Możliwości wynikające z dyfuzji innowacji

Modele dyfuzji innowacji (np. teoria Rogersa, model TAM) są użyteczne przy planowaniu i ocenie działań cyfryzacyjnych. Mogą pomóc w identyfikacji kluczowych grup odbiorców, efektywnych kanałów komunikacji oraz barier adaptacyjnych.

7. Rekomendacje muszą być dostosowane do typu rozgłośni

Uniwersalne strategie nie są skuteczne. Konieczne jest indywidualne podejście do każdej rozgłośni – uwzględniające jej cele, zasoby, strategię oraz poziom zaawansowania technologicznego.

6. Wartość dodana pracy

Wartością teoretyczno-poznawczą niniejszego opracowania jest przegląd oraz systematyzacja terminologii związanej z procesem innowacyjnym w obszarze cyfryzacji i automatyzacji radiofonii. Unikatowym walorem tego badania jest skoncentrowanie się na obszarze zarządzania innowacjami i ich dyfuzji w ramach konwersji radia analogowego FM na cyfrowy standard DAB+. Ostatecznym celem jest wypracowanie nowej ramy analitycznej, która umożliwi głębsze zrozumienie procesów i identyfikację kluczowych czynników wpływających na dyfuzję innowacji w sektorze radiofonii.

Wartością metodyczną niniejszego badania jest opracowanie spójnej metodyki badawczej, wraz z zastosowaniem autorskich instrumentów i procedur do systematycznego zbierania oraz analizy danych. Celem tego podejścia jest zapewnienie rzetelności, wiarygodności i trafności wyników, umożliwiających skuteczną ocenę adekwatności wyboru innowacyjnych rozwiązań. Badanie koncentruje się na przykładach implementacji tych

rozwiązań u czołowych nadawców radiowych, a także na procesie resorpcji, rozumianej jako przenikanie nowej wiedzy do struktur organizacyjnych. W rezultacie, zdolność badania do precyzyjnego poznania i oceny adaptacji innowacyjnych rozwiązań w sektorze radiowym zostaje podniesiona poprzez zastosowanie gruntownie przemyślanej i trafnej metodyki badawczej.

Wartość pragmatyczną tego badania będzie reprezentować przygotowanie praktycznych rekomendacji dla nadawców radiowych. Te rekomendacje mogą stanowić istotny wkład w doskonalenie obecnych praktyk zarządzania procesem dyfuzji innowacji w ramach cyfryzacji i automatyzacji radia. Szczególny nacisk kładziony jest na opracowanie nowej strategii w organizacjach radiowych. Praktyczne zastosowanie rekomendacji pozwoli nadawcom radiowym na skuteczniejsze dostosowanie się do zmieniającego się otoczenia cyfrowego oraz zoptymalizowanie procesów wprowadzania innowacji w ich strukturach organizacyjnych.

Praca stanowi oryginalny i istotny wkład do dziedziny nauk o zarządzaniu i jakości, ponieważ:

1. zaproponowała nowy model zarządzania dyfuzją innowacji w cyfryzacji radiofonii, oparty na analizie czynników wpływających na proces adopcji i adaptacji technologii cyfrowych przez nadawców i odbiorców radiowych;
2. zastosowała metodę badania przypadku do zbadania procesu cyfryzacji radiofonii w Polsce, uwzględniając kontekst historyczny, polityczny, ekonomiczny, kulturowy i społeczny;
3. wykazała, jakie są korzyści i wyzwania związane z cyfryzacją radiofonii dla nadawców, odbiorców i regulatorów, oraz jakie są rekomendacje dla poprawy zarządzania tym procesem;
4. przyczyniła się do rozwoju teorii i praktyki zarządzania innowacjami, zwłaszcza w sektorze mediów, który jest kluczowy dla rozwoju społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy.

7. Kierunki dalszych badań

Cyfryzacja i automatyzacja radiofonii DAB+ to procesy złożone, wymagające dalszych analiz. Na podstawie wyników niniejszej dysertacji można wskazać cztery główne obszary, które powinny stać się przedmiotem pogłębionych badań:

1. Akceptacja i zachowania odbiorców – dalsze badania nad czynnikami wpływającymi na przyjęcie technologii DAB+ (koszty, świadomość, normy społeczne), a także segmentacja odbiorców pod kątem gotowości do adaptacji.
2. Strategie organizacyjne i modele wdrażania – ocena skuteczności strategii cyfryzacji w rozgłośniach, identyfikacja barier i czynników sukcesu, ze szczególnym uwzględnieniem nadawców lokalnych i regionalnych.
3. Dyfuzja innowacji i konkurencyjność rynku – analiza procesów dyfuzji w różnych typach nadawców oraz rola innowacji w kształtowaniu nowych modeli biznesowych w radiofonii cyfrowej.
4. Doświadczenie słuchacza i aspekty społeczne – badania nad interaktywnością, nowymi formami treści (podcasty, on-demand) oraz aspektami etycznymi cyfryzacji, takimi jak ochrona danych i transparentność treści.
5. Dalsze badania w tych obszarach pozwolą na pogłębienie wyników niniejszej pracy oraz dostarczą praktycznych rekomendacji dla rozwoju radiofonii cyfrowej w Polsce.

8. Plan pracy

ROZDZIAŁ 1 Podstawy teoretyczne dyfuzji i akceptacji radiofonii

- 1.1. Systematyczny Przegląd Literatury (SPL) i Protokół PRISMA
- 1.2. Podejścia do zarządzania innowacjami
- 1.3. Uwarunkowania dyfuzji innowacji w radiofonii cyfrowej
- 1.4. Zunifikowana Teoria Akceptacji i Użytkowania Technologii

ROZDZIAŁ 2 Modele udostępniania radiofonii oraz technologii

- 2.1. Strategiczne aspekty zarządzania radiofonią cyfrową
- 2.2. Modele udostępniania radiofonii
- 2.3. Strategia zarządzania w cyfryzacji i automatyzacji stacji radiowych
- 2.4. Uwarunkowania prawne w dyfuzji radiofonii

ROZDZIAŁ 3 Metodologia badań – ujęcie teoretyczne i praktyczne

- 3.1. Założenia metodologiczne badań według literatury

3.2. Proces selekcji próby badawczej

3.3. Narzędzia i techniki badawcze

3.4. Etapy i procedury analizy danych

ROZDZIAŁ 4 Badania empiryczne cyfryzacji i automatyzacji radiofonii w Polsce

4.1. Założenia metodologiczne i organizacja badań opinii publicznej

4.2. Badania pilotażowe - testowanie i ocena procedur oraz narzędzi badawczych

4.3. Badania ilościowe (ankietowe CAWI) i uzupełniające (wywiady eksperckie)

4.4. Wyniki badań empirycznych oraz wnioski

ROZDZIAŁ 5 Część BG1 i BG2 – dyfuzja i adaptacja innowacji

5.1. Analiza grup adaptatorów

5.2. Czas przyjmowania innowacji w radiofonii DAB+ (proces dyfuzji)

5.4. Etapy; pierwszy, drugi i trzeci adaptacji innowacji

ROZDZIAŁ 6 Analiza TAM akceptacji innowacji oraz identyfikacja benchmarkingowa dla celów wdrożenia

6.1. Modele i metody stosowane do analizy innowacji w radiofonii

6.2. Analiza TAM - akceptacja lub odrzucenie nowej technologii w radiofonii

6.3. Benchmarking jako identyfikacja obszarów doskonalenia organizacji

6.4. Wyniki analiz, dalsze kierunki oraz rekomendacje dla radiofonii

Zakończenie

Wnioski z badań

Ograniczenia badań

Kierunki dalszych prac