

المحاضرة السادسة: نظرية انتشار وتبني الابتكار

مقدمة:

نظرية انتشار الابتكارات هي نظرية معروفة في مجال التسويق وإدارة الابتكار، تشرح هذه النظرية كيفية تبني المنتجات أو الخدمات أو الأفكار الجديدة ونشرها بين السكان. وهي تمثيل مرئي لكيفية اعتماد مجموعات مختلفة من الأشخاص للابتكارات الجديدة بمعدلات مختلفة. وتعد هذه النظرية أمراً ضرورياً للمؤسسات لتطوير استراتيجيات للترويج لمنتجاتها وخدماتها بشكل فعال.

تم تقديم النظرية لأول مرة من قبل إيفريت روجرز في عام 1962 ومنذ ذلك الحين تم تطبيقها في مجالات مختلفة. تتكون النظرية من مراحل مختلفة يجب أن يمر بها كل ابتكار قبل أن يتم قبوله على نطاق واسع. وفي هذا القسم سنشرح النظرية بالتفصيل ونناقش أهميتها.

أولاً: تصنيف الأفراد حسب انتشار وتبني الابتكار

إن الاختلاف بين الأفراد من حيث استجابتهم للأفكار الجديدة يعني اختلاف الدرجة التي يتبنى بها الفرد فكرة جديدة مقارنة مع الأفراد الآخرين ضمن النظام الاجتماعي، ويمكن تصنيف الأفراد على هذا الأساس إلى خمسة أصناف هم: المبتكرون، المتبنون الأوائل، الغالبية المبكرة، الغالبية المتأخرة، والمتأخرون (المتقاعسون).

1- المبتكرون " أول من تبنا أفكاراً جديدة "

هم أول مجموعة من الناس تتبنى أفكاراً جديدة. إنهم الأشخاص الذين يبحثون دائماً عن طرق جديدة للقيام بالأشياء وهم منفتحون على التجريب.

2- المتبنون الأوائل " مفتاح الانتشار الناجح "

هم الأفراد الذين على استعداد لتحمل المخاطر وتبني الأفكار والتقنيات الجديدة قبل أن تصبح سائدة. يعتبر هؤلاء الأفراد حاسمين لنجاح نظرية نشر الابتكارات لأنهم يلعبون دوراً مهماً في نشر الوعي والاهتمام بالمنتجات والخدمات الجديدة.

3- الغالبية المبكرة " نقطة التحول في التبني "

هي مجموعة الأفراد الذين يعتبرون نقطة التحول في اعتماد نظرية نشر الابتكارات، تعتبر هذه المجموعة حاسمة في تحديد نجاح أو فشل الابتكار، حيث أنهم أول من يتبنى منتجاً أو خدمة جديدة بعد أن يتحمل المبتكرون والمتبنون الأوائل المخاطر الأولية.

4- الغالبية المتأخرة " الشك والعزوف عن التغيير "

الغالبية المتأخرة هي المرحلة الرابعة من نظرية التبني وانتشار الابتكارات. وتتميز هذه المرحلة بوجود أفراد متشككين ومترددون في التغيير، ولكنهم في النهاية يتبنون الابتكار، وتمثل هذه المجموعة حوالي 34% من السكان.

5- المتقاعسون " آخر من يتبنى الابتكارات الجديدة "

المتقاعسون هم المجموعة الأخيرة من الأشخاص الذين يتبنون الابتكارات الجديدة، إنهم الأكثر مقاومة للتغيير وغالباً ما يتم تجاهلهم في عملية التبني، ومع ذلك فإن فهم سلوك المتقاعسين أمر بالغ الأهمية لنجاح أي ابتكار.

ثانيا: العوامل التي تؤثر على معدلات التبني

إن تبني ابتكار جديد هو عملية معقدة تتأثر بعوامل مختلفة، حيث أن فهم هذه العوامل يمكن أن يساعد المؤسسات على تحديد أفضل الاستراتيجيات لزيادة معدلات التبني، ومن العوامل الرئيسية التي تؤثر على معدلات التبني ما يلي:

1- التوافق

2- الميزة النسبية

3- التعقيد

4- قابلية التجربة

5- إمكانية الملاحظة

ثالثا: مراحل عملية التبني: توجد خمس خطوات يقوم بها الفرد أثناء تبنيه لخدمة جديدة، تتمثل في التالي:

1- المعرفة

2- الاهتمام

3- مرحلة التقييم

4- التجربة

5- التبني