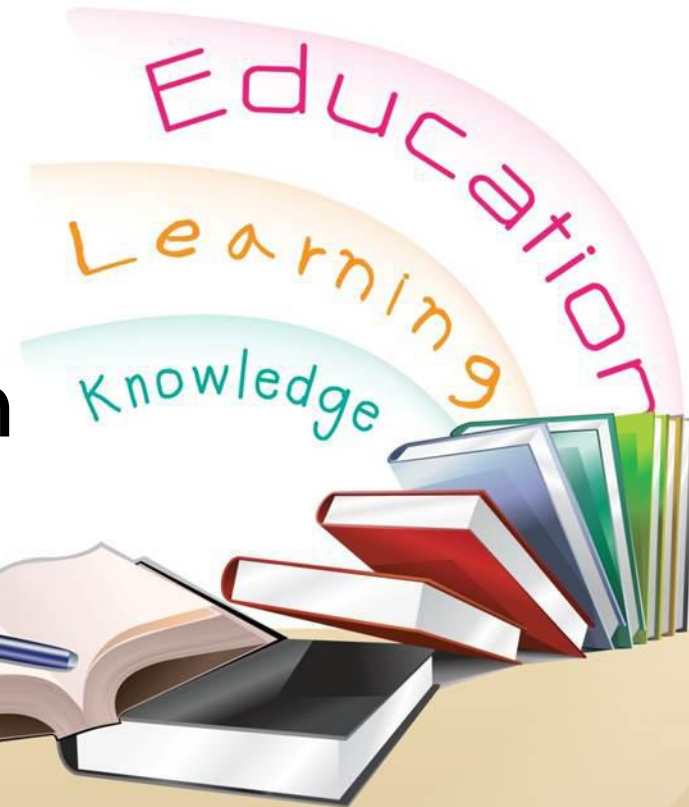


การแพร่กระจายนวัตกรรม Diffusion of Innovation



อ.สุไม บิลไบ

วิทยาลัยการฝึกหัดครู มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร





การแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation)

- นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง สิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นจากการ (ที่มนุษย์) ประยุกต์ใช้ความรู้ในศาสตร์ใด ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการทำงานและการดำเนินชีวิตในด้านต่าง ๆ มาก ยิ่งขึ้น อาจเป็นความคิดใหม่ วิธีการใหม่ กระบวนการใหม่ ระบบใหม่ และ/หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่

รวมถึงการปรับปรุงความคิด วิธีการ กระบวนการ ระบบ และ สิ่งประดิษฐ์ที่มีอยู่เดิมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น





การแพร่กระจายนวัตกรรม

- การแพร่กระจายนวัตกรรม เป็นกระบวนการนำนวัตกรรมไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน และสังคม และได้รับการยอมรับจากชุมชนและสังคมนั้น ๆ โดยการแพร่กระจายนวัตกรรมจะเป็นไปได้ด้วยดีหรือไม่เพียงใดขึ้นอยู่กับองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ คือ ตัวนวัตกรรม ช่องทางการสื่อสาร เวลา และธรรมชาติของสังคม





การแพร่กระจายนวัตกรรม

- **ตัวนวัตกรรม**

1. มีคุณสมบัติของความได้เปรียบ (Relative Advantage) เมื่อเทียบกับของเดิมแล้วนวัตกรรมนี้มีคุณสมบัติที่ดีกว่าในการนำมาแทนที่ของเดิม

2. มีความเข้ากันได้หรือใช้แทนกันได้ (Compatibility) นวัตกรรมมีคุณภาพหรือมีคุณสมบัติไม่ด้อยกว่าสิ่งที่มีอยู่เดิมทั้งด้านคุณค่า ประโยชน์ และความต้องการนำไปใช้

3. ไม่ซับซ้อนหรือยุ่งยาก (Less Complexity) นวัตกรรมต้องง่ายต่อการทำความเข้าใจและการใช้งานกว่าของเดิม

4. สามารถทดลองใช้ได้ (Trial Ability)





การแพร่กระจายนวัตกรรม

- การสื่อสารและช่องทาง
การสื่อสาร



การสื่อสารแบบสื่อมวลชน

บอกเล่า

ประชา
สัมพันธ์

สาธิต

ทดลอง
ใช้



การสื่อสารระหว่างบุคคล





การแพร่กระจายนวัตกรรม

- เวลา

เวลาในการพิจารณาและตัดสินใจจะรับนวัตกรรมหรือไม่

- จากตัวนวัตกรรม
- ข้อมูลจากการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ





การแพร่กระจายนวัตกรรม

- ธรรมชาติของสังคม

ไม่ยอมรับการ
เปลี่ยนแปลง

แตกต่างทางวัฒนธรรม

แตกต่างทางวิถีชีวิต

แตกต่างของระบบสังคม

อาศัยผู้นำในสังคม

ยอมรับการ
เปลี่ยนแปลง

Education
Learning
Knowledge





วิธีการแพร่กระจายนวัตกรรม





การยอมรับนวัตกรรม (The Adoption of Innovation)

- **ชั้นความรู้ (knowledge)**

รับรู้ว่ามีนวัตกรรมเกิดขึ้น และให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับนวัตกรรมเกิดเป็นความรู้ (Knowledge) เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ๆ

- **ชั้นชักจูงใจ (Persuasion)** บุคคลรู้สึกสนใจในนวัตกรรมนั้น ๆ

เมื่อบุคคลเห็นว่าตรงกับปัญหาที่ตนประสบอยู่ หรือตรงกับความสนใจหรือความต้องการ โดยผ่านช่องทางสื่อมวลชน การโฆษณา การบอกต่อของเพื่อนหรือคนในสังคม หรือการเลียนแบบจากคนในสังคม





การยอมรับนวัตกรรม (The Adoption of Innovation)

- **ขั้นประเมินผลและตัดสินใจ (Evaluation and Make decision)**

ประเมินว่านวัตกรรมนั้นสามารถแก้ปัญหาและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด คำนึงค่ากับการนำมาใช้หรือไม่เพียงพอ เมื่อบุคคลประเมินได้แล้วจึงทำการตัดสินใจว่าจะทดลองใช้

- **ขั้นนำไปใช้ (Implementation)**

การนำนวัตกรรมไปใช้หลังจากได้ประเมินและตัดสินใจว่าจะทดลองใช้นวัตกรรมซึ่งในขั้นนี้ผู้ใช้จะปรับนวัตกรรมให้เหมาะสมกับปัญหาและการทำงานของตนเอง เพื่อให้นวัตกรรมนั้นเกิดประโยชน์และเกิดความคุ้มค่ามากที่สุด





การยอมรับนวัตกรรม (The Adoption of Innovation)

- **ขั้นยืนยัน (Confirmation)** เป็นการเสาะแสวงหาแหล่งสนับสนุน การตัดสินใจที่นำนวัตกรรมมาใช้เพื่อยืนยันว่าตนตัดสินใจถูกต้องที่นำ นวัตกรรมมาใช้ โดยนำผลจากการใช้ของแต่ละบุคคลมาสนับสนุน





ลักษณะบุคคลในการรับนวัตกรรม

- **Inventor** คือ คนกลุ่มแรกในสังคม เป็นทั้งผู้ประดิษฐ์คิดค้นแล้วยังรวมไปจนถึงผู้ใช้งานที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยี และชอบติดตามเทคโนโลยีอยู่เสมอนั่นเอง
- **Early Adopters** เป็นกลุ่มที่ชอบลองอะไรใหม่ๆ และค่อนข้างมีฐานะ อาจเป็นนักวิชาการหรือคนดังในสังคม
- **Early Majority** กลุ่มนี้จะตัดสินใจได้ต้องคิดหลายรอบแต่ต้องใช้งานได้ง่ายและมีประโยชน์การตัดสินใจเลือกนวัตกรรมของกลุ่มนี้มักดูจากการตัดสินใจของสองกลุ่มแรก
- **Late Majority** กลุ่มนี้กว่าจะมีใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมอาจจะเริ่มตกรุ่นไปแล้ว และมีความจำเป็นต้องการใช้งานจริงๆ จึงจะใช้
- **Laggard** เป็นกลุ่มสุดท้ายที่รับนวัตกรรม คนกลุ่มนี้จะรับนวัตกรรมก็โดยการบังคับโดยสถานการณ์หรือโดยหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม





ใบงาน

- ให้นักศึกษาจำลองสถานการณ์ว่าตนเองได้พัฒนานวัตกรรมขึ้นมา 1 อย่าง และให้นำเสนอวิธีการเผยแพร่นวัตกรรมของตนเองในโรงเรียนที่นักศึกษาจะไปปฏิบัติงาน

