Chapter 7
Innovativeness and adopter categories
您是先驅者？還是落後者？

授課老師：吳純萍

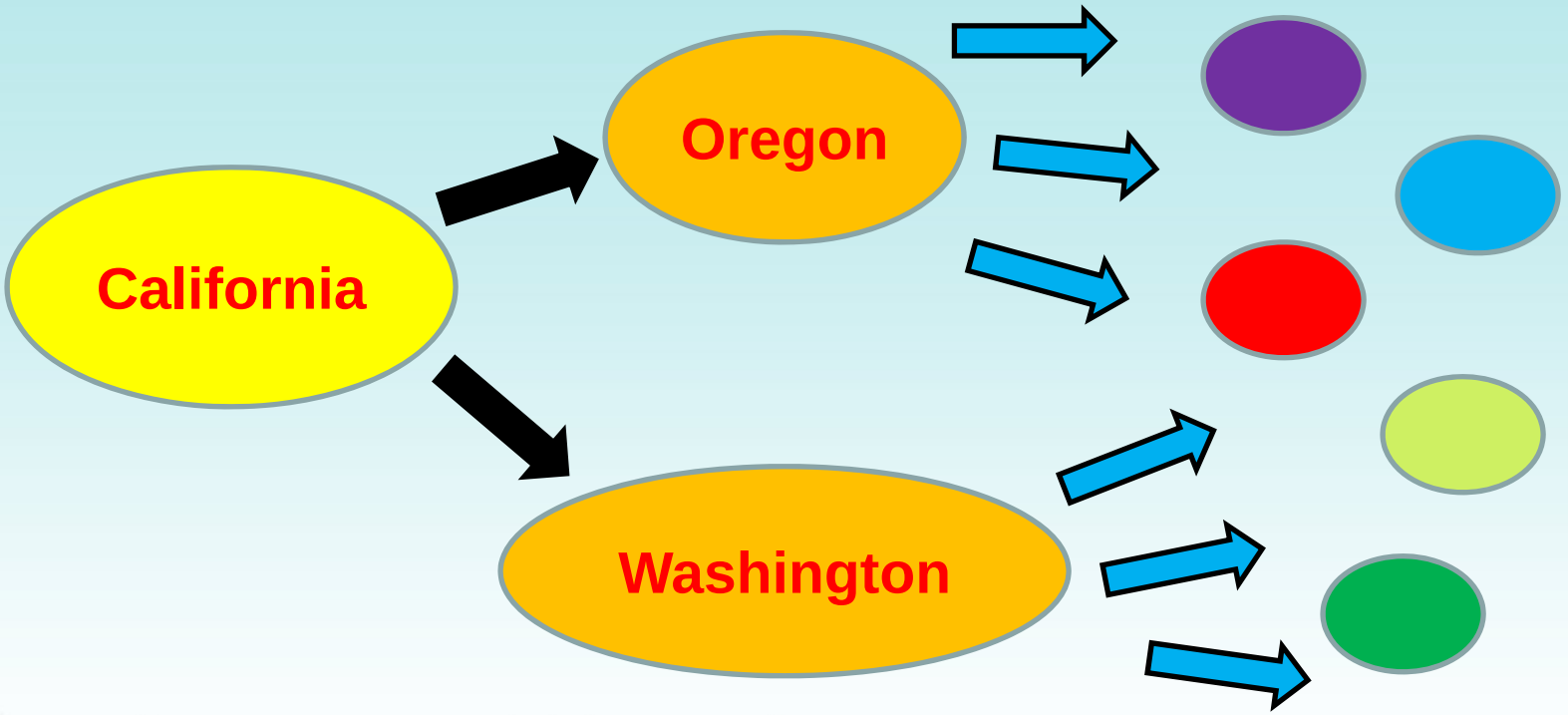
學生：蔡易倫

王聖葶

組織的創新性
(measuring organizational innovativeness)

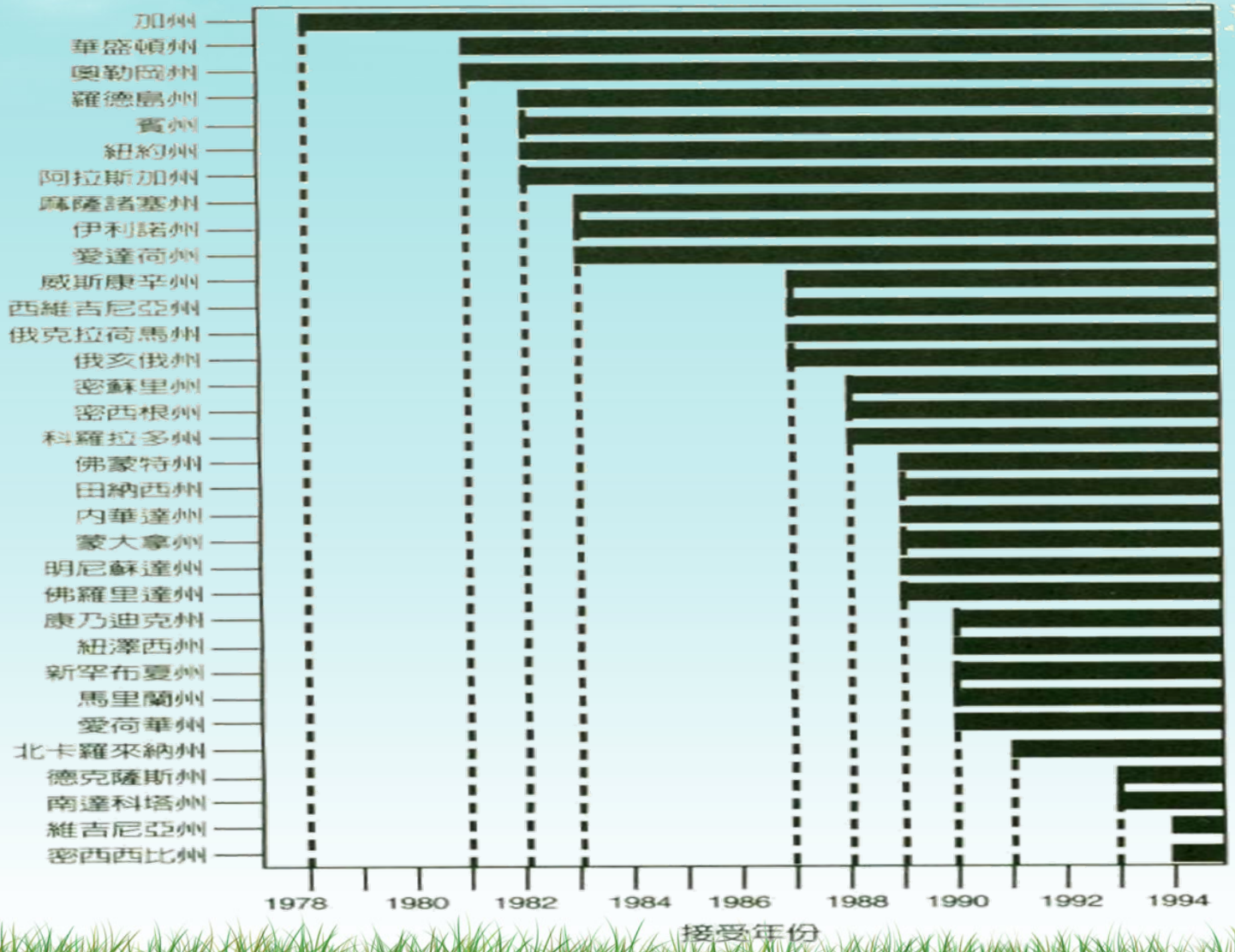
- 創新性(Innovativeness)：個人(或其他接受單位)比體系中其他成員更早接受創新的程度。

- 課本案例：仇恨犯罪法(hate crime laws)



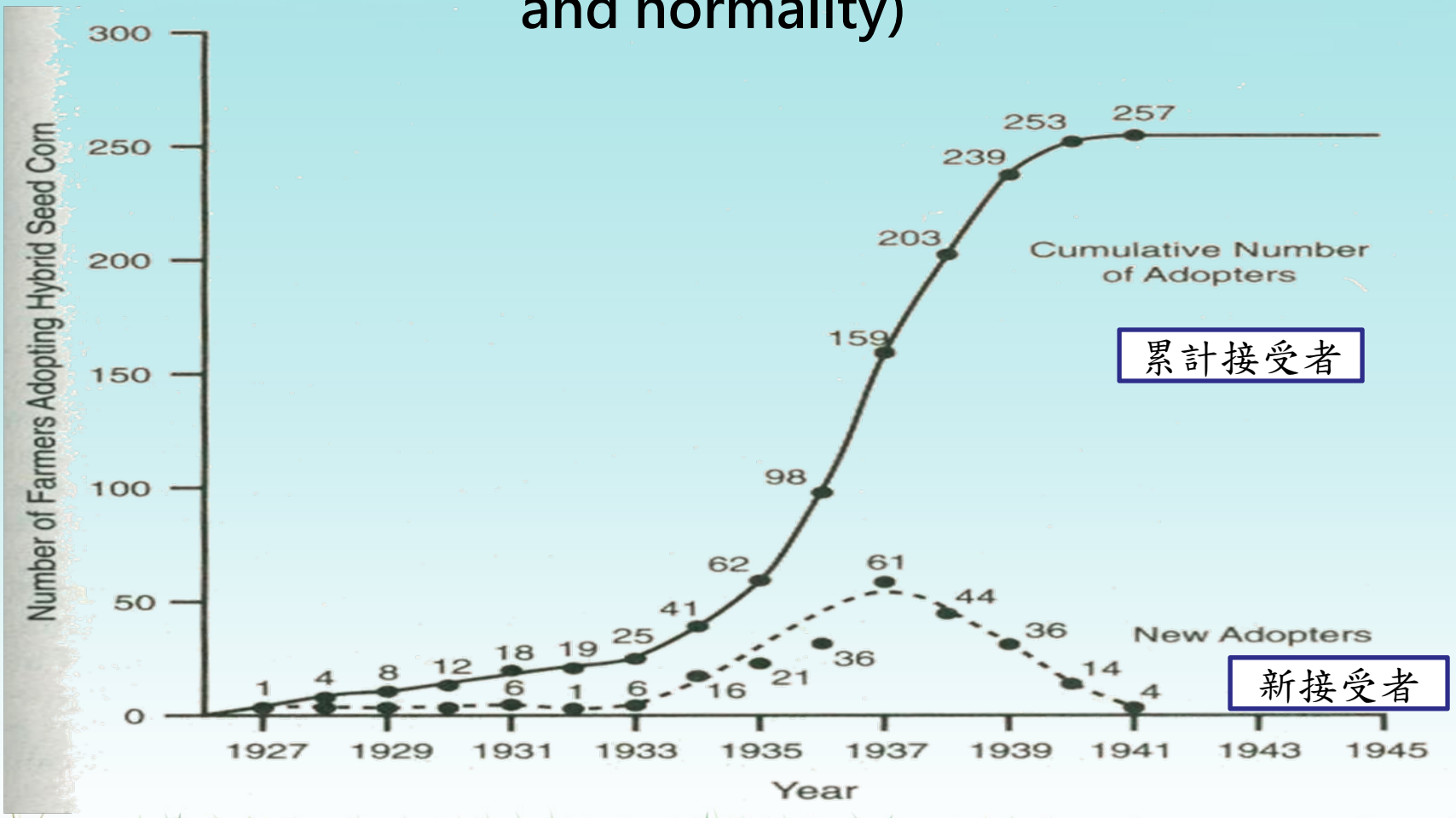
組織的創新性
(measuring organizational innovativeness)

圖 7-2　美國各州實施「仇恨犯罪法」的年份



接受者的分類標準
(classifying adopter categories on the basis of innovation)

- **S型常態曲線** (the S-shaped curve of adoption and normality)



接受者的五大類別
(adopter categorization)

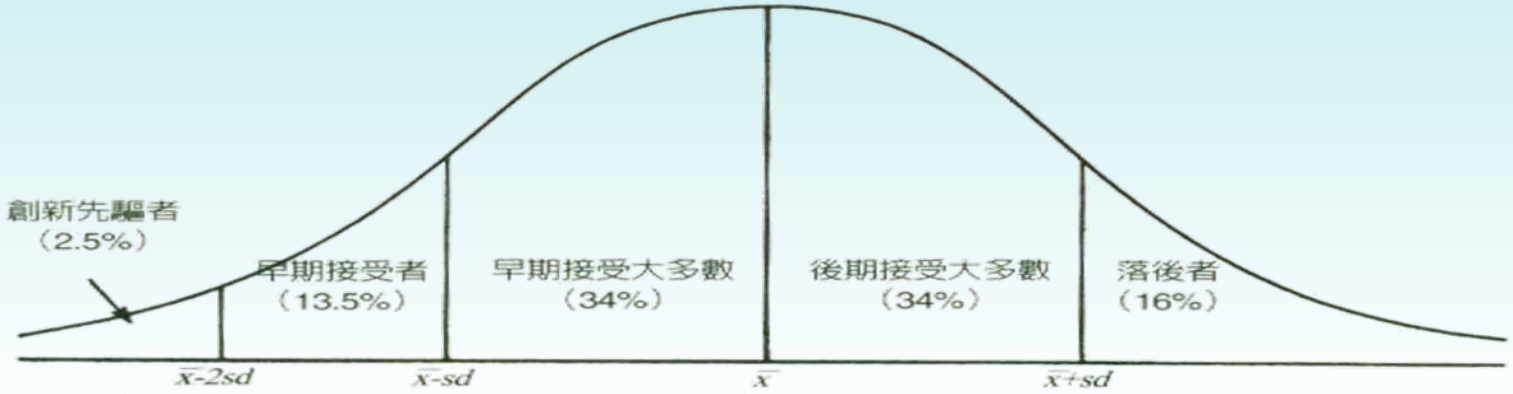
一：創新先驅者 Innovators

二：早期接受者 Early adopters

三：早期大多數 Early majority

四：後期大多數 Late majority

五：落後者 Laggards



Marketing HRD Programs

一：創新先驅者 Innovators

- 富冒險精神 (Venturesome)
- 具備世界公民性的社交關係 (Cosmoplite social relationship)
- 擁有相當的財力
- 理解和應用複雜技術的能力
- 面對接受創新時所存在的不確定性
- 將體系外的創新觀念，引進到體系中

Marketing HRD Programs

二：早期接受者 Early adopters

- 備受敬重
- 相較於先驅者是世界公民，早期接受者是當地住民
- 是其他人必須請益的重要人士
- 也是創新推廣人員極力尋找的
- 帶給其他多數人的模仿、效法
- 成功使用創新的關鍵人物
- 對於接受創新行為的最佳背書人物

Marketing HRD Programs

三：早期大多數 Early majority

- 深思熟慮
- 是五類中人數最多的類別之一
- 是擴散過程中重要的承先啟後者
- 在體系中的人際溝通上，起著樞紐的作用
- 『對新事物或新觀念，請不要身先士卒，太過勇於嘗試，但也不要落後、敬陪末座』

Marketing HRD Programs

四：後期大多數 Late majority

- 謹慎多疑
- 社會體系內都接受創新後，才接受創新的人
- 基於經濟利益考量
- 同儕的壓力，才影響其接受的動力

Marketing HRD Programs

五：落後者 Laggards

- 傳統保守
- 最後才接受創新的一群人
- 眼光是侷限的，隔離在社會體系外
- 做決策通常與過去經驗有關
- 資源有限、經濟較不穩定
- 決策時小心翼翼

接受者的特性比較
(characteristics of adopter categories)

- **社會經濟地位(socioeconomic characteristics)**

  EX.正規教育、文化內涵、社會地位、資產、聲望、向上提升的社會動力等

- **人格特質 (personality variables)**

  EX.同理心、少教條主義、處理抽象資訊能力、理性、處理不確定性與風險的能力、宿命感低、抱負等

- **溝通行為 (communication behavior)**

  EX.社會參與度、人際溝通頻繁、世界公民性、大眾傳播媒體接觸、主動尋求創新訊息、較多的意見領袖等

下課休息時間

9：10～9：20

活動規則

1. 每組預算只有1200元，以花光為原則
2. 個人請在紙上寫下自己的慾望排序
3. 可利用電腦搜尋相關資訊，並記錄下來
4. 各組討論後，請在紙上寫下小組最後決定購買的東西

Lego camera + Force trainer

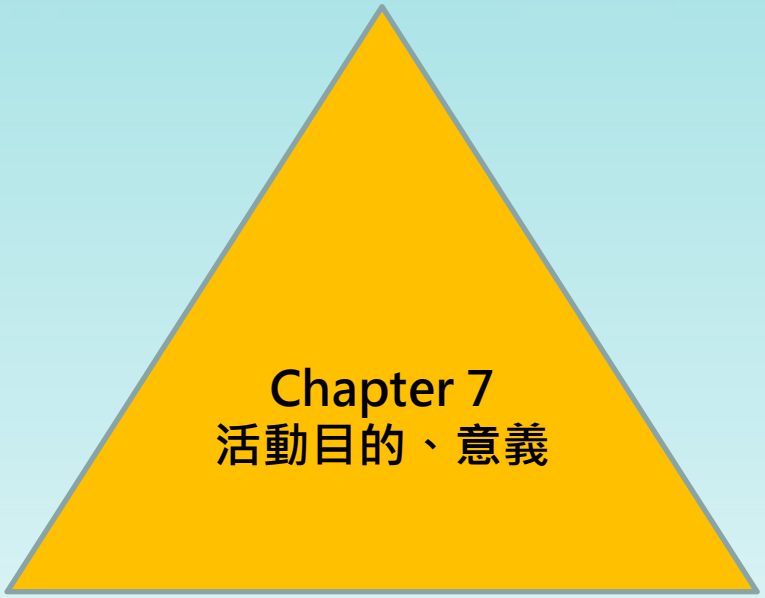
$600元

衣服、鞋子、圍巾、帽子、包包
整套服飾配件百貨公司隨你挑
$550元

米朗琪+Paul下午茶餐卷四人份
$550

活動結束
分享時間

主體行為



蒐集資訊的能力

創新物

感謝聆聽