



Evaluating and Ranking of the Innovation Value Chain in Strategic Documents; a Case Study of the Strategic Document for the Development of Science, Technology, and Innovation in Hamadan Province

Rouhollah Sohrabi * 

Associate Professor of Production and Operations Management, Bu -Ali Sina University, Hamadan, Iran. r.sohrabi@basu.ac.ir

Elham Arjmand Pour 

Master of Business Administration, Faculty of Economic and Social Sciences, Bu -Ali Sina University, Hamadan, Iran. elhamarjmand90@gmail.com

ARTICLE INFO

Article type:

Research Full Paper

Article history:

Received: 2025-02 -08

Revised: 2025-03-23

Accepted: 2025-04-14

Keywords:

Innovation value chain;
Development
document;
Value chain;
Innovation;
Technology.

EXTENDED ABSTRACT

Background and Objectives: The innovation value chain is one of the basic tools of the growth strategy in the organization, which increases the market share, competition in the market and entering new markets. The innovation value chain is considered as a "sequential, three-step process that includes idea generation, idea development, and the dissemination of developed concepts," and the key point is that if any link fails or is weak, the whole may fail. The process will fail regardless of the strength of other ties, so innovation actions regardless of the internal structure will probably lead to failure. In this article, an attempt has been made to locate the value chain of innovation as a key strategy in the science, technology and innovation development document of Hamedan province, and to examine the impact of this strategy in the proposed projects.

Materials and Methods: The present study is of an applied type and has a mixed approach (quantitative-qualitative) in which, with the help of studying upstream documents and semi-structured interviews with experts (66 experts from different fields), who were identified using the snowball method, In this document, a set of primary strategies with three main goals, "Development of education and research system", "Support for knowledge-based development" and "Development of innovation ecosystem" has been compiled and by using AHP and TOPSIS methods, more than twenty projects have been ranked. Ten projects under the innovation value chain strategy have been prioritized and introduced, as well as actions and operational plans in this field have also been introduced.

Results: Considering the "innovation value chain" strategy as the main criterion and in line with the goal of "developing the innovation ecosystem", 10 projects were selected and determined by experts.

* Corresponding author.

E-mail: r.sohrabi@basu.ac.ir

<https://orcid.org/0000-0003-4757-6974>

Conclusion: The selected projects are defined in different fields such as agriculture, industry and mining, science and technology, medicine and tourism and have different ranking and priority in each field. According to what was said, the innovation value chain strategy can be considered as an effective and key criterion for the development of science and technology in development documents, and special attention should be paid to the fact that any innovative action regardless of its internal framework which includes three phases: idea generation, turning the idea into a product or service and exploiting it, probably will not result in the final added value and will lead to failure.

Cite this article as:

Sohrabi, R., Arjmand Pour, E. (2025). Evaluating and ranking of the innovation value chain in strategic documents; a case study of the strategic document for the development of science, technology, and innovation in Hamadan Province. *Journal of Strategic Value Chain Management*, 1(3), 52-70.

DOI: <https://doi.org/10.22075/svcm.2025.36821.1019>

© 2024 The Author(s). Journal of Strategic Value Chain Management Published by **Semnan University Press**.

This is an open access article under the CC-BY-4.0 license. (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).



ارزیابی و رتبه‌بندی جایگاه زنجیره ارزش نوآوری در اسناد راهبردی؛ مورد مطالعه سند راهبردی توسعه علم، فناوری و نوآوری استان همدان

روح‌اله سهرابی*

دانشیار مدیریت تولید و عملیات، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.

r.sohrabi@basu.ac.ir

اله‌ام ارجمندپور

کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.

elhamarjmand90@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله کامل علمی- پژوهشی تاریخ دریافت: ۱۴۰۳-۱۱-۲۰ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴-۰۱-۰۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴-۰۱-۲۵ واژه‌های کلیدی: زنجیره ارزش نوآوری؛ سند توسعه؛ زنجیره ارزش؛ نوآوری؛ فناوری.	سابقه و هدف: زنجیره ارزش نوآوری از ابزارهای اساسی استراتژی رشد در سازمان به حساب می‌آید که موجب افزایش سهم بازار، رقابت در بازار و ورود به بازارهای جدید می‌شود. زنجیره ارزش نوآوری به عنوان یک "فرآیند متوالی و سه مرحله‌ای که شامل تولید ایده، توسعه ایده و انتشار مفاهیم توسعه یافته است" در نظر گرفته می‌شود و نکته کلیدی این است که اگر هر یک از پیوندها شکست بخورد یا ضعیف باشد، ممکن است کل فرآیند بدون توجه به قدرت پیوندهای دیگر شکست بخورد لذا اقدامات مربوط به نوآوری بدون در نظر گرفتن ساختار داخلی احتمالاً منجر به شکست خواهد شد. در این مقاله سعی بر آن شده است تا به بررسی جایگاه زنجیره ارزش نوآوری به عنوان راهبردی کلیدی در سند توسعه علم، فناوری و نوآوری استان همدان پرداخته شود و تاثیر این راهبرد در پروژه‌های پیشنهادی مورد بررسی قرار گیرد. روش: پژوهش حاضر از نوع کاربردی بوده و رویکردی آمیخته (کمی - کیفی) دارد که در آن به کمک مطالعه اسناد بالادستی و مصاحبه نیمه ساختار یافته با خبرگان (۶۶ نفر از خبرگان حوزه‌های مختلف)، که به روش گلوله برفی شناسایی شدند، مجموعه‌ای از راهبردهای اولیه با سه هدف اصلی «توسعه نظام آموزش و پژوهش»، «حمایت از توسعه دانش‌بنیان» و «توسعه زیست‌بوم نوآوری» تدوین شده است و با بکارگیری روش‌های فرایند تحلیل سلسله مراتبی و تکنیک تاپسیس بیش از بیست پروژه رتبه‌بندی شده که ده پروژه ذیل راهبرد زنجیره ارزش نوآوری اولویت بندی و معرفی شده است همچنین اقدامات و برنامه‌های عملیاتی در این زمینه نیز معرفی شده‌اند. یافته‌ها: با در نظر گرفتن راهبرد «زنجیره ارزش نوآوری» به عنوان معیار اصلی و در راستای هدف «توسعه زیست‌بوم نوآوری» ۱۰ پروژه توسط خبرگان انتخاب و تعیین گردید.

نتیجه‌گیری: پروژه‌های انتخاب شده در حوزه‌های مختلف نظیر کشاورزی، صنعت و معدن، علم و فناوری، پزشکی و گردشگری تعریف شده‌اند و رتبه‌بندی و اولویت متفاوتی در هر حوزه دارند. با توجه به آنچه گفته شد راهبرد زنجیره ارزش نوآوری می‌تواند به عنوان یک معیار موثر و کلیدی بر توسعه علم و فناوری در اسناد توسعه مورد توجه قرار گیرد و باید به این موضوع توجه ویژه داشت که هر گونه اقدام نوآورانه بدون در نظر گرفتن چهارچوب داخلی آن که شامل سه فاز: ایده پردازی، تبدیل ایده به محصول یا خدمت و بهره‌برداری از آن، می‌باشد احتمالاً ارزش افزوده نهایی را به دنبال نخواهد داشت و به شکست منجر خواهد شد.

استناد: سهرابی، روح‌اله و ارجمندپور، الهام. (۱۴۰۳). ارزیابی و رتبه‌بندی جایگاه زنجیره ارزش نوآوری در اسناد راهبردی؛ مورد مطالعه سند راهبردی توسعه علم، فناوری و نوآوری استان همدان. مجله مدیریت زنجیره ارزش/ راهبردی، ۱(۳)، ۷۰-۵۲.

DOI: <https://doi.org/10.22075/svcm.2025.36821.1019>

ناشر: دانشگاه سمنان

۱. مقدمه

امروزه اهمیت تولید و بکارگیری علم، فناوری و نوآوری در ایجاد رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی ملتها موضوعی اثبات شده است. از این رو سیاستگذاران تلاش دارند تا با برنامه ریزی و بکارگیری ابزارهای مناسب به اقتصاد دانش بنیان و کارآفرینانه دست یابند. به دلیل تأکید گسترده محققین و دانشمندان بر نقش حیاتی نوآوری در توسعه اقتصادی و شواهد ارائه شده در مطالعات مختلف، سیاستگذاران توجه ویژه‌ای به پیشبرد نوآوری دارند و معتقدند مسیر نوآوری، راه رسیدن به جامعه دانشی است. لذا اغلب کشورها به امید دستیابی به قابلیت‌های بالاتر نوآوری، تلاش فراوانی برای ارتقاء شاخص‌های نوآوری به خرج می‌دهند. این تلاش از طریق اتخاذ سیاست‌های علم، فناوری و نوآوری و عمدتاً از طریق حمایت و تخصیص منابع مالی روزافزون به فعالیت‌های مرتبط صورت می‌گیرد (قاضی‌نوری و ریاحی، ۱۳۹۶).

مدل‌های شومپترینی^۱ درباره نوآوری، فرض می‌کنند که توسعه فناوری جریان‌ی یک طرفه است، یعنی حرکت از علم محض به سمت کار کاربردی و سپس به سمت مراکز کارگاهی و مراکز فروش محصولات انجام می‌شود. در صورتی که تحقیقات جدید نشان می‌دهند که جریان دوطرفه‌ای از اطلاعات بین تمام مراحل زنجیره ارزش افزوده وجود دارد. به عنوان نمونه، برخی نوآوری‌ها از ابتکار عمل تولیدکنندگان نشأت می‌گیرد، برخی دیگر از استفاده کنندگان پایین‌دستی و برخی دیگر از نوآوری‌ها از عرضه کنندگان بالادستی نشأت می‌گیرد. زنجیره ارزش نوآوری از ابزارهای اساسی استراتژی رشد در سازمان به حساب می‌آید که موجب افزایش سهم بازار، رقابت در بازار و ورود به بازارهای جدید می‌شود (گوندی^۲، اولوسوی^۳، کیلیک^۴ و آلپکان^۵، ۲۰۱۱). زنجیره ارزش نوآوری یک چارچوب جامع است که به درک فرآیند نوآوری، از ایده پردازی تا انتشار محصولات یا خدمات جدید، کمک می‌کند (تقی‌زاده، جیرامان و همکاران^۶، ۲۰۱۷). این زنجیره به طور موثری برای تجزیه و تحلیل فعالیت‌های نوآوری و ایجاد ارزش در بخش‌های مختلف از جمله آموزش و تولید مورد استفاده قرار گرفته است (گونگ‌نی و همکاران^۷، ۲۰۲۰؛ روپر دو و همکاران^۸، ۲۰۰۶). تحقیقات نشان داده است که مراحل مختلف زنجیره ارزش نوآوری، مانند نوآوری دانش، تحقیقات کاربردی و تجاری‌سازی، تحت تأثیر عواملی مانند بودجه، دستاوردهای دانش و سرمایه‌گذاری‌های تحقیق و توسعه قرار دارند (گونگ‌نی و همکاران، ۲۰۲۰).

تدوین سند راهبردی پنج ساله علم، فناوری و نوآوری استان همدان با چشم انداز «تبدیل شدن استان همدان به فعال ترین زیست بوم علم، فناوری و نوآوری منطقه غرب کشور و خلق جامعه‌ای دانش بنیان در استان» و ماموریت «آماده‌سازی بسترهای لازم در جهت توسعه علم، فناوری و نوآوری و گذار از اقتصادهای منبع محور به اقتصاد دانش بنیان و از این رهگذر ارتقاء درآمد سرانه‌ی استان و گسترش رفاه در این دیار» انجام پذیرفته است.

در پروسه تدوین سند ابتدا با مشارکت صاحب‌نظران و مراجعه به اسناد بالادستی دیگر از جمله سند آمایش استان همدان و سند توسعه استان، ارزیابی اولیه از وضع موجود در استان همدان صورت گرفت. با بکارگیری داده‌های کسب

¹ Schumpeter

² Gunday

³ Ulusoy

⁴ Kilic

⁵ Alpan

⁶ Taghizadeh, Jayaraman et al.

⁷ Gong, Nie et al.

⁸ Roper, Du et al.

شده از اسناد مذکور و با تفکیک حوزه‌های کاربرد علم، فناوری و نوآوری به چهار حوزه اصلی شامل صنعت و معدن، کشاورزی، گردشگری و علم و فناوری و تشکیل کارگروه‌هایی متشکل از خبرگان هر یک از این حوزه‌ها، به بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و چالش‌ها در استان و هر یک از شهرستان‌های استان پرداخته شد. در گام بعدی و بر اساس نظرات کارگروه‌ها، گونه‌شناسی هر یک از شهرستان‌ها از منظر فناوری، توجه به مزیت‌های نواحی مختلف استان و ... مجموعه‌ای از راهبردهای اولیه با سه هدف اصلی «توسعه نظام آموزش و پژوهش»، «حمایت از توسعه دانش‌بنیان» و «توسعه زیست‌بوم نوآوری» تدوین شد. یکی از راهبردهای تدوین شده در این سند توسعه «زنجیره ارزش نوآوری» می‌باشد. لذا، در این مقاله سعی بر آن شده است تا به جایگاهی یابی زنجیره ارزش نوآوری به عنوان راهبردی کلیدی در سند توسعه علم، فناوری و نوآوری استان همدان پرداخته شود و تاثیر این راهبرد در پروژه‌های پیشنهادی این سند مورد بررسی قرار گیرد. همچنین این مقاله در صدد پاسخگویی به این پرسش است که پروژه‌های پیشنهاد شده ذیل راهبرد زنجیره ارزش نوآوری، در چه اولویت و رتبه‌ای از دیدگاه خبرگان قرار می‌گیرند.

۲. پیشینه پژوهش

زنجیره ارزش، به معنای انجام مجموعه‌ای از عملیات زنجیرگونه - عملیات اصولی و عملیات حمایتی - در کسب و کار است که موجب ایجاد ارزش افزوده در محصولات و خدمات می‌شوند و در نهایت، به افزایش ارزش نهایی برای شرکت می‌انجامد (اصغری و نعمتی، ۱۳۹۵). مایکل پورتر در کتاب خود با عنوان «مزیت رقابتی: ایجاد و حفظ عملکرد برتر» (۱۹۹۸) بیان کرده است که برای بررسی تمام فعالیت‌های اجرایی یک شرکت و نحوه تعامل و اثرات متقابل فعالیت‌ها برای تجزیه و تحلیل منابع، مزیت رقابتی یک راه سیستماتیک مورد نیاز است و زنجیره ارزش را به عنوان یک ابزار اصلی برای انجام این مهم معرفی کرده است (منظوری، ۱۳۹۵). عنوان این زنجیره نشان می‌دهد که تمرکز اصلی بر منفعتی است که برای مشتریان فراهم می‌شود (فلر، ۲۰۰۶). زنجیره ارزش می‌تواند ابزار راهبردی‌ای برای تحلیل موقعیت نسبی هزینه‌ای، تمایز، و نقش محدوده رقابتی در دستیابی به مزیت رقابتی باشد. محدوده رقابت می‌تواند تاثیر زیادی بر مزیت رقابتی داشته باشد، زیرا ساختار و اقتصاد زنجیره ارزش را شکل می‌دهد (منظوری، ۱۳۹۵). از دیدگاه پورتر، هر شرکت، مجموعه‌ای از فعالیت‌های تولید، بازاریابی، تحویل، و پشتیبانی است و تمام این فعالیت‌ها می‌توانند در یک زنجیره ارزش نشان داده شوند (منظوری، ۱۳۹۵).

زنجیره ارزش نوآوری یک چارچوب جامع است که به درک فرآیند تولید، تبدیل و انتشار ایده‌های جدید به نوآوری‌های ملموس کمک می‌کند. چالش‌ها در این زمینه شامل پیچیدگی مدیریت موثر مراحل مختلف زنجیره ارزش، اطمینان از همسویی فعالیت‌های نوآوری با استراتژی کلی کسب و کار و دشواری در اندازه‌گیری تأثیر مستقیم نوآوری بر عملکرد سازمانی است (تقی‌زاده، جیارامان و همکاران، ۲۰۱۷؛ گونگ، نی و همکاران، ۲۰۲۰؛ روپر، دو و همکاران، ۲۰۰۶). فرصت‌ها در زنجیره ارزش نوآوری شامل موارد زیر است:

تامین دانش: بهبود تامین دانش از کانال‌های متنوع مانند منابع افقی، رو به جلو، رو به عقب، عمومی و داخلی می‌تواند به طور قابل توجهی نوآوری در محصولات و فرآیندها را تقویت کند (روپردو و همکاران، ۲۰۰۶).

فرهنگ سازمانی: توسعه یک فرهنگ سازمانی که از انطباق‌پذیری، یادگیری و خلاقیت پشتیبانی می‌کند، می‌تواند توانایی تولید ایده‌های جدید و تبدیل آن‌ها به نوآوری‌های موفق را بهبود بخشد (اسمیت، ۲۰۱۵؛ اسمیت، ۲۰۱۶).

نوآوری سبز: بررسی زنجیره ارزش نوآوری سبز می‌تواند بینش‌هایی را در مورد اثرات مالی و زیست‌محیطی فناوری‌های سبز در مقایسه با فناوری‌های مرسوم ارائه دهد، و حوزه‌هایی را برای بهبود و فرصت‌های بالقوه بازار برجسته کند (اسمیت، ۲۰۱۳؛ اسمیت، ۲۰۱۵).

نوآوری خدمات: در بخش‌های خدماتی، همسویی استراتژی‌های نوآوری با فرآیندهای تولید و انتشار ایده می‌تواند توسعه و ارائه خدمات را بهبود بخشد و منجر به بهبود عملکرد نوآوری شود (جیرامان و همکاران، ۲۰۱۷).

تحقیقات کاربردی: سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های تحقیق و توسعه در مرحله تحقیقات کاربردی می‌تواند تأثیر مثبت قابل توجهی بر خروجی ثبت اختراعات داشته باشد، که برای مرحله تجاری‌سازی نوآوری‌ها بسیار مهم است (گونگ، نی و همکاران، ۲۰۲۰).

در بخش خدمات، به ویژه در بخش مخابرات مالی، زنجیره ارزش نوآوری به طور قابل توجهی بر استراتژی و عملکرد نوآوری تأثیر می‌گذارد و فرآیندهای توسعه و ارائه خدمات را تحت تأثیر قرار می‌دهد (تقی زاده، جیرامان و همکاران، ۲۰۱۷). به طور مشابه، در شرکت‌های تولیدی، زنجیره ارزش نوآوری باعث افزایش بهره‌وری و رشد شرکت می‌شود و منبع یابی و تبدیل دانش نقش‌های مهمی را ایفا می‌کنند (روپر، دو و همکاران، ۲۰۰۶).

زنجیره ارزش نوآوری با فرهنگ سازمانی نیز تعامل دارد و بر توانایی سازمان‌ها در تبدیل ایده‌ها به محصولات یا خدمات جدید تأثیر می‌گذارد (اسمیت^۱، ۲۰۱۶). علاوه بر این، انطباق‌پذیری یک سازمان، ظرفیت آن را برای نوآوری با فعال کردن تولید، تبدیل و انتشار بهتر ایده‌ها افزایش می‌دهد (اسمیت، ۲۰۱۵). علاوه بر این، چارچوب زنجیره ارزش نوآوری برای ارزیابی قابلیت حیات مالی و زیست محیطی فناوری‌های سبز اقتباس شده است، اگرچه یافته‌ها نشان می‌دهد که نوآوری‌های سبز اغلب برای رقابت مالی با فناوری‌های متعارف با مشکل مواجه می‌شوند (اولسون^۲، ۲۰۱۵؛ اولسون، ۲۰۱۳). به طور کلی، زنجیره ارزش نوآوری ابزاری حیاتی برای درک و بهبود فرآیندهای نوآوری در بخش‌ها و فرهنگ‌های سازمانی مختلف است و به بهبود نتایج نوآوری و رشد سازمانی کمک می‌کند.

یافته‌های اخیر در زمینه زنجیره ارزش نوآوری، به ویژه در زمینه نوآوری سبز، نقش مهم مشارکت در زنجیره ارزش جهانی^۳ را برجسته می‌کند. مطالعات نشان داده‌اند که افزایش مشارکت در زنجیره ارزش جهانی عملکرد نوآوری سبز شرکت‌ها را بهبود می‌بخشد، به ویژه در کشورهای در حال توسعه مانند چین (منگ یان و همکاران^۴، ۲۰۲۲). این بهبود در نوآوری سبز در شرکت‌هایی که از نظر مالی محدود هستند، دولتی هستند یا در صنایع کار- یا آلودگی-محور واقع شده‌اند، بیشتر مشهود است (منگ یان و همکاران، ۲۰۲۲).

علاوه بر این، مشخص شده است که ادغام اقتصاد دیجیتال با مشارکت در زنجیره ارزش جهانی نه تنها به طور مستقیم باعث ترویج نوآوری سبز می‌شود، بلکه به طور غیرمستقیم نیز از طریق افزایش ادغام اقتصادهای استانی در زنجیره ارزش جهانی این کار را انجام می‌دهد (پان، یانگ و همکاران^۵، ۲۰۲۰). این تأثیر دوگانه بر تأثیر تحول‌آفرین دیجیتالی‌سازی در کنار جهانی‌سازی در تقویت نوآوری سبز تأکید می‌کند.

به طور خلاصه، تحولات اخیر در زنجیره ارزش نوآوری بر اهمیت مشارکت در زنجیره ارزش جهانی و یکپارچگی اقتصاد دیجیتال در ارتقای نوآوری سبز تأکید دارد که توسط روش‌های تحلیلی پیشرفته برای اندازه‌گیری و درک این اثرات پشتیبانی می‌شود.

بینگوان لیو^۶ و همکاران (۲۰۲۴) در مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر صنعتی شدن دیجیتال و دیجیتالی شدن صنعتی بر کارایی نوآوری سبز منطقه‌ای در چین - از دیدگاه زنجیره ارزش نوآوری» برای شناسایی سیستماتیک تأثیر اقتصاد دیجیتال بر نوآوری سبز منطقه‌ای، نوآوری سبز منطقه‌ای را به عنوان یک فرآیند متوالی دو مرحله‌ای در نظر می‌گیرند و یک مدل

¹ smith

² Olson

³ global value chain

⁴ Meng, Yan et al.

⁵ Pan, Yang et al.

⁶ Bingquan Liu

شبکه اس بی ام^۱ برای ارزیابی کارایی کلی و مرحله‌ای نوآوری سبز در ۳۰ استان چین از سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۲۰ ایجاد می‌کنند. توسعه اقتصاد دیجیتال به صنعتی شدن دیجیتال و دیجیتالی شدن صنعت تجزیه می‌شود و یک مطالعه تجربی بر اساس مدل رگرسیون اثرات ثابت داده‌های پانلی، برای تعیین تأثیر آنها بر کارایی کلی و مرحله‌ای نوآوری سبز انجام شده است.

ژو لی^۲ و ادموند موپوندوا^۳ (۲۰۲۱)، در مطالعه‌ای تحت عنوان «تجزیه و تحلیل تجربی تجاری سازی اسید بیوسو کینیک در مقیاس بزرگ از دیدگاه زنجیره ارزش فناوری و نوآوری: مطالعه موردی پالایشگاه زیستی بیو امبر^۴ در کانادا» ارائه کرده اند که این مطالعه تجاری سازی بیوسو کینیک اسید را از منظر زنجیره ارزش فناوری و نوآوری، با استفاده از اسید سوکسینیک مبتنی بر کربوهیدرات بیوآمبر به عنوان مطالعه موردی ارزیابی می‌کند.

شوفو لین^۵ و همکاران (۲۰۲۱)، در مقاله‌ای با عنوان «آیا آلودگی هوا مانع نوآوری فناوری در چین می‌شود؟ دیدگاهی از زنجیره ارزش نوآوری»، مکانیسم تأثیرگذاری و اثرات آلودگی هوا بر نوآوری فناورانه را از منظر زنجیره ارزش نوآوری بررسی می‌کنند. این مدل مکانیسم تأثیرگذار و مدل میانجی‌گری مربوطه را ایجاد می‌کند و سپس به طور تجربی اثرات و مسیرهای تأثیرگذار آلودگی هوا بر نوآوری را با استفاده از داده‌های پانل از ۳۱ استان چین طی دوره ۲۰۰۴-۲۰۱۷ بررسی می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که افزایش سطح آلودگی هوا، به ترتیب با انتشار دی اکسید گوگرد، انتشار دود و گرد و غبار و انتشار گازهای زباله صنعتی سرانه اندازه گیری می‌شود، به طور قابل توجهی مانع از نوآوری تکنولوژیکی می‌شود. آلودگی هوا اثر ازدحام قابل توجهی بر صندوق‌های نوآوری دارد، در نتیجه بازده نوآوری را کاهش می‌دهد، اما هنوز اثر از دست دادن استعداد قابل توجهی ایجاد نکرده است.

ژیافی چین^۶ و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای با عنوان «ارزیابی عملکرد فرایند نوآوری‌های های تک چین: تحلیل بر اساس زنجیره ارزش نوآوری» اقدامات نوآورانه‌ی فناوری‌های پیشرفته ۲۹ منطقه استانی در چین را مورد مطالعه قرار دادند. داده‌های آماری آنها از سالنامه آماری چین در صنعت فناوری‌های نوین^۷ استخراج شده است که بر طبقه بندی صنعت فناوری پیشرفته چین (صنعت تولید) و گزارش سالانه آمار ثبت اختراع^۸ تمرکز دارد. داده‌های این مطالعه شامل آمار مربوط به پرسنل بخش تحقیق و توسعه^۹، هزینه‌های درون دانشگاهی برای تحقیق و توسعه^{۱۰}، درخواست های ثبت اختراع^{۱۱}، تعداد توسعه محصول جدید^{۱۲}، هزینه توسعه محصول جدید^{۱۳}، هزینه برای نوسازی فنی^{۱۴}، و تعداد پرسنل شاغل^{۱۵}، درآمد فروش از محصولات جدید^{۱۶} و دارایی‌های ثابت^{۱۷} می‌شوند. طبق این پژوهش، تحقیقات انجام شده در زمینه نوآوری در

¹ SBM (Slack-Based Measure)

² Xue Li

³ Edmund Mupondwa

⁴ BioAmber

⁵ Shoufu Lin

⁶ Xiafei Chen

⁷ China Statistical Yearbook on the High Technology Industry

⁸ Annual Report of Patent Statistics (ARPS)

⁹ R&D personnel

¹⁰ intramural expenditure on R&D (R&DE)

¹¹ patent applications (PA)

¹² number of new product development (NPD)

¹³ expenditure on new product development (ENPD)

¹⁴ expenditure for technical renovation (ETR)

¹⁵ employed personnel (EP)

¹⁶ sales revenue from new products (SRND)

¹⁷ fixed assets (FA)

کشور چین بدون در نظر گرفتن ساختار داخلی نوآوری انجام شده است که در نتیجه در تشخیص کاستی‌های مربوط به این بخش ناتوان بوده اند در نهایت ژیاپی و همکاران با در نظر گرفتن رویکرد زنجیره ارزش نوآوری، به بررسی فرآیندهای فرعی تحقیق و توسعه^۱ و تجاری سازی به عنوان زیر مجموعه‌ای از زنجیره ارزش نوآوری پرداخته اند و یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بیشتر ۲۹ منطقه فرآیند فرعی تجاری سازی در مقایسه با فرآیند فرعی تحقیق و توسعه، کارایی پایینی در دارند، اگرچه تفاوت‌های منطقه‌ای در صنعت فناوری پیشرفته چین وجود دارد.

الکساندر هسن^۲ و جان کی دانگ^۳ (۲۰۲۰)، مقاله ای با عنوان «ارزش کسب و کار سلسله مراتبی فناوری اطلاعات: به سمت زنجیره ارزش نوآوری دیجیتال» ارائه کردند. آنها با استفاده از یک مجموعه داده منحصر به فرد از ۱۰۲۸ شرکت آلمانی بین سال‌های ۲۰۰۳ و ۲۰۰۷، متوجه شدند که استفاده از فناوری اطلاعات برای جستجوی دانش، مزایای نوآوری داخلی را افزایش می‌دهد، در حالی که استفاده از فناوری اطلاعات برای جستجوی رابطه‌ای، مزایای نوآوری باز را افزایش می‌دهد. فناوری اطلاعات^۴ به طور فزاینده ای راه هایی را که شرکت ها از طریق آن ها نوآوری را توسعه و تجاری سازی می کنند، تغییر می دهد. مطالعات قبلی عمدتاً بر تأثیر مستقیم استفاده از فناوری اطلاعات بر عملکرد نوآوری متمرکز شده‌اند، در حالی که اطلاعات کمی در مورد اینکه چگونه استفاده از فناوری اطلاعات برای مقاصد مختلف در فرآیندهای نوآوری منجر به عملکرد نوآوری در سطح سازمانی می‌شود، وجود دارد. با تکیه بر چارچوب ظرفیت جذب مبتنی بر روتین^۵، استفاده از فناوری اطلاعات برای جستجوی دانش و جستجوی رابطه‌ای را به عنوان روال‌های AC داخلی و خارجی فعال شده با فناوری اطلاعات مفهوم سازی کردند و مزایای سلسله مراتبی ناشی از استفاده از فناوری اطلاعات برای نوآوری را آشکار می سازند.

جیکوب اسمیت^۶ (۲۰۱۵)، در مطالعه ای تحت عنوان «زنجیره ارزش نوآوری و سازگاری سازمان ها» ارائه داده اند. این مقاله در مورد مطالعه سازگاری سازمان ها و ارتباط آن با توانایی آنها در ایجاد نوآوری گزارش می دهد. ساختارهای یک مدل فرهنگ سازمانی و زنجیره ارزش نوآوری به عنوان پایه و اساس یک مطالعه مقطعی در ۷ سازمان در ایرلند استفاده شد. یافته ها نشان می دهد که سازگاری در واقع با نوآوری مرتبط است. سازمان هایی که در ایجاد تغییر، یادگیری و خلاقیت خوب هستند، بهتر می توانند ایده های جدید تولید کنند. علاوه بر این، سازمان هایی که انعطاف پذیر نیز هستند، می توانند این ایده ها را به خروجی تبدیل کرده و متعاقباً آنها را در داخل و خارج از سازمان منتشر کنند.

۳. روش

پژوهش حاضر یک تحقیق کاربردی است که در آن روش آمیخته (کمی-کیفی) به کار گرفته شده است. جامعه مورد مطالعه شامل خبرگان بخش های صنعت و معدن، گردشگری، پزشکی، کشاورزی و علم و فناوری استان همدان می شوند. در این تحقیق، ۶۶ نفر مورد مصاحبه عمیق نیمه ساختار یافته قرار گرفته اند بدین صورت که در ابتدا با مشارکت صاحب نظران و مراجعه به اسناد بالادستی دیگر از جمله سند آمایش استان همدان و سند توسعه استان، ارزیابی اولیه از وضع موجود در استان همدان صورت گرفت. با بکارگیری داده های کسب شده از اسناد مذکور و با تفکیک حوزه های کاربرد علم، فناوری

¹ R&D

² Alexander H.R. Hensen

³ John Qi Dong

⁴ IT

⁵ absorptive capacity (AC)

⁶ Smit, Jakobus

و نوآوری به چهار حوزه اصلی شامل صنعت و معدن، کشاورزی، گردشگری و علم و فناوری و تشکیل کارگروه‌هایی متشکل از خبرگان هر یک از این حوزه‌ها، به بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و چالش‌ها در استان و هر یک از شهرستان‌های استان پرداخته شد.

در گام بعدی و بر اساس نظرات کارگروه‌ها، گونه‌شناسی هر یک از شهرستان‌ها از منظر فناوری، توجه به مزیت‌های نواحی مختلف استان و ...، مجموعه‌ای از راهبردهای اولیه با سه هدف اصلی « توسعه نظام آموزش و پژوهش »، « حمایت از توسعه دانش‌بنیان » و « توسعه زیست‌بوم نوآوری » تدوین شد. پس از این مرحله با نظرسنجی از خبرگان و صاحب‌نظران حوزه‌های مختلف، بکارگیری رویکردهای تازه همانند رویکردهای آینده‌پژوهانه و پیچیدگی اقتصادی، توجه به امکان-پذیری راهبردها و میزان خلق ارزش هر کدام از آنها و ...، راهبردهای منتخب بدست آمده و اقدامات اجرایی برای هر یک از آنها پیش‌بینی شد. در گام نهایی، چهار شاخص « امکان‌پذیری اجرا در استان »، « جذابیت پروژه از نظر تاثیر بر اقتصاد استان »، « فناوریانه و نوآورانه بودن پروژه » و « تکمیل زنجیره ارزش موجود در استان » به روش AHP گروهی مورد سنجش خبرگان گرفته و وزن شاخص‌ها تعیین گردید. پس از آن با استفاده از این اوزان و نمرات کسب شده‌ی هر پروژه در هر یک از این معیارهای چهارگانه، به روش TOPSIS رتبه‌بندی پروژه‌ها انجام شد. در نهایت با بکارگیری این روش ترکیبی (AHP و TOPSIS) بیش از بیست پروژه رتبه‌بندی شده و برخی پروژه در هر یک از محورهای اصلی در دستور کار دستگاه‌های ذیربط استان قرار گرفت.

مدل فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی^۱ یکی از پرکاربردترین مدل‌های تصمیم‌گیری چندشاخصه جبرانی است و اساس آن بر تجزیه و تحلیل همانند مغز انسان است که پدیده‌های پیچیده را به عناصر کوچکتر تجزیه، سپس اولویت‌بندی کرده و راه حل ارائه می‌دهد. شیوه این مدل، حل مسائل با ساختار سلسله‌مراتبی و با استفاده از ماتریس‌های مقایسه زوجی است. این مدل، تصمیم‌گیرندگان را یاری می‌کند تا اولویت‌ها را براساس اهداف، دانش و تجربه خود تنظیم نمایند؛ به نحوی که احساسات و قضاوت‌های خود را به‌طور کامل در نظر گیرند. برای حل مسایل تصمیم‌گیری از طریق مدل فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی، در آغاز جزییات آن را به صورت ساختار سلسله‌مراتبی ترسیم نمود. فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی براساس سه اصل زیر استوار است:

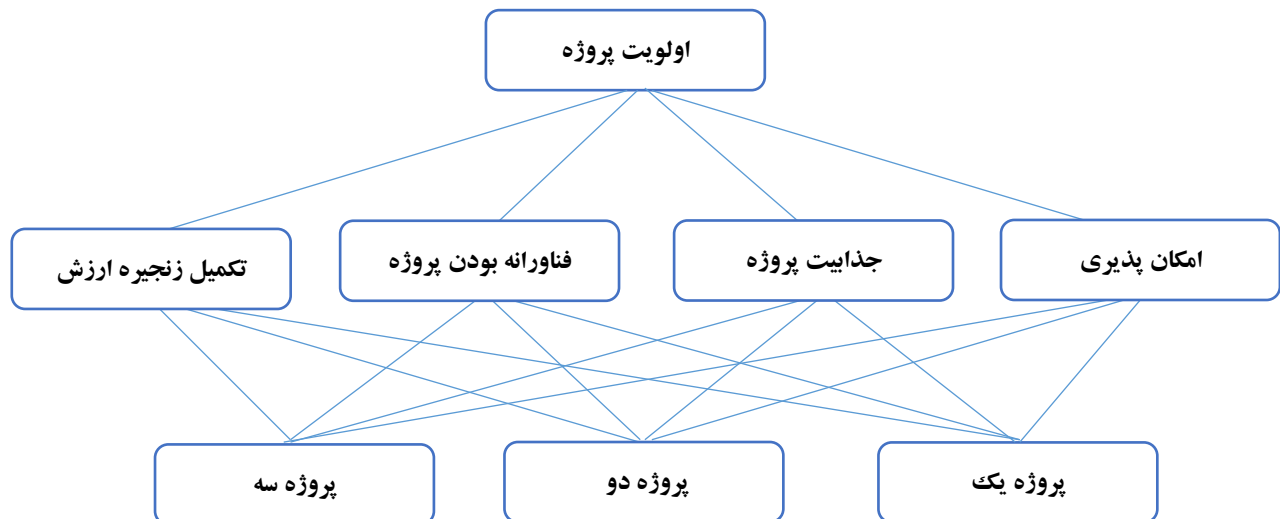
الف) اصل ترسیم درخت سلسله‌مراتبی

ب) اصل تدوین و تعیین اولویت‌ها

ج) اصل سازگاری منطقی قضاوت‌ها (ماچاریس، اشپرینگاگل و بروکر، ۲۰۰۴)

برای ترسیم درخت سلسله‌مراتبی در سطح اول هدف قرار می‌گیرد. در سطح دوم شاخص‌ها قید می‌گردند. اگر مسئله‌ای شاخص فرعی داشت آن‌ها در سطح سوم قرار می‌دهیم و در پایین‌ترین سطح نیز گزینه‌ها قرار می‌گیرد. نمودار درختی زیر شمایی کلی از درخت سلسله‌مراتبی استفاده شده در اولویت‌بندی پروژه‌ها است:

¹ Analytic Hierarchy Process(AHP)



شکل ۱. درخت سلسله مراتبی

همانطور که پیشتر اشاره شد در اصل دوم به این نکته پرداخته می‌شود که در مسائل AHP مسئله باید به مسائل کوچکتر تجزیه شود و برای این کار از جداول مقایسات زوجی استفاده می‌شود و در نتیجه آن گزینه‌ها و شاخص‌ها بر اساس مقایسات زوجی اولویت یکنه می‌شوند.

و اصل (ج) بر این اشاره دارد که در هنگام انجام مقایسات زوجی و تعیین اولویت‌ها به عنوان مثال اگر شاخص اول به شاخص دوم با درجه اهمیت ۴ مرجح شد و شاخص دوم نیز به شاخص سوم نیز با درجه ۲، منطقی است شاخص اول با درجه ۸ به شاخص سوم مرجح باشد و اگر غیر این باشد ناسازگاری وجود دارد که در محاسبات ای اچ پی این ناسازگاری محاسبه شده و از آن با نام نرخ ناسازگاری یاد می‌کنیم که اگر کمتر یا مساوی ۰/۱ باشد ناسازگاری را منطقی می‌دانیم و اگر بیشتر باشد غیر منطقی بوده و باید از تصمیم گیرنده بخواهیم مقایسه زوجی را اصلاح کند.

برای پر کردن ماتریس مقایسات زوجی، از اعداد ۱ تا ۹ استفاده می‌شود تا اهمیت نسبی هر عنصر نسبت به عناصر دیگر، در رابطه با آن خصوصیت، مشخص می‌شود. جدول ذیل مقیاسی را برای انجام مقایسات زوجی نشان می‌دهد:

جدول ۱. مقایسات زوجی

شرح	تعریف	درجه اهمیت
دو عنصر، اهمیت یکسانی داشته باشند.	اهمیت یکسان	۱
یک عنصر نسبت به عنصر دیگر، نسبتاً ترجیح داده میشود.	نسبتاً مرجح	۳
یک عنصر نسبت به عنصر دیگر، زیاد ترجیح داده میشود.	اهمیت زیاد	۵
یک عنصر نسبت به عنصر دیگر، بسیار زیاد ترجیح داده میشود.	اهمیت بسیار زیاد	۷
یک عنصر نسبت به عنصر دیگر، ترجیح فوق العاده زیادی دارد.	اهمیت فوق العاده زیاد	۹
ارزش‌های بینا بین در قضاوت‌ها		۲و۴و۶و۸

با توجه به اعداد بالا خبرگان جدول مقایسات زوجی را تکمیل کرده و جدولی مشابه جدول ذیل بدست می‌آید که در آن وزن معیارها نسبت به یکدیگر مشخص می‌شود. لازم به ذکر است که هنگامی که عنصر ۱ با ۱ مقایسه می‌شود، یکی از

اعداد بالا به آن اختصاص می‌یابد. در مقایسه‌ی عنصر z با i ، مقدار معکوس آن عدد اختصاص می‌یابد.

جدول ۲. ماتریس وزن دهی به معیارها

تکمیل زنجیره ارزش	فناورانه بودن پروژه	جذابیت پروژه	امکان پذیری	شاخص‌ها
۶	۳	۲	۱	امکان پذیری
۳	۲	۱	$\frac{1}{2}$	جذابیت پروژه
۵	۱	$\frac{1}{2}$	$\frac{1}{3}$	فناورانه بودن پروژه
۱	$\frac{1}{5}$	$\frac{1}{3}$	$\frac{1}{6}$	تکمیل زنجیره ارزش

با استفاده از ماتریس بالا و پس از طی چند مرحله محاسبات ریاضی، میانگین وزنی شاخص‌ها نسبت به یکدیگر بدست آمده و در صورتی که نرخ ناسازگاری نتایج کمتر از ۰.۱ باشد جواب بدست آمده معتبر خواهد بود.

پس از محاسبه وزن معیارها می‌توان به تکمیل ماتریس تصمیم‌گیری چند شاخصه پرداخت. بدیهی است که بعضاً این معیارها در تضاد با یکدیگر هستند. به طور مثال ممکن است پروژه‌ای از منظر امکان‌پذیری نمره بالایی را کسب کند در حالی که از منظر فناورانه بودن جایگاه بالایی نداشته باشد. برای رفع این مشکل عموماً در این مدل گزینه‌ها و شاخص‌ها در قالب یک ماتریس تصمیم یا جدول توافقی $m \times n$ استفاده می‌شود که شکل آن به صورت زیر است (مومنی، ۱۳۹۱).

جدول ۳. ماتریس تصمیم‌گیری چند شاخصه

شاخص‌ها گزینه‌ها	C_1	$C_2 \dots$	$C_j \dots$	C_n
A_1	a_{11}	$a_{12} \dots$	$a_{1j} \dots$	a_{1n}
A_2	a_{21}	$a_{22} \dots$	$a_{2j} \dots$	a_{2n}
$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$
A_i	a_{i1}	$a_{i2} \dots$	$a_{ij} \dots$	a_{in}
$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$
A_m	a_{m1}	$a_{m2} \dots$	$a_{mj} \dots$	a_{mn}

A_i = نشان دهنده گزینه i ام

C_j = نشان دهنده شاخص j ام

a_{ij} = نشان دهنده‌ی ارزش گزینه i ام از نظر شاخص j ام

m = تعداد گزینه

$$n = \text{تعداد شاخص}$$

شاخص‌ها را می‌توان به دو دسته کمی و کیفی و مثبت و منفی تقسیم بندی کرد:

شاخص مثبت: شاخص‌هایی هستند که دارای مطلوبیت مثبت از نظر تصمیم گیرنده بوده و مقدار بیشتر آن‌ها برای وی

مطلوبتر است. این شاخص‌ها معمولاً از جنس سود، درآمد، بهره وری و... هستند و آن‌ها را با C_j^+ نشان می‌دهیم.

شاخص منفی: شاخص‌هایی هستند که دارای مطلوبیت منفی از نظر تصمیم گیرنده می‌باشند که مقدار کمتر آن‌ها برای

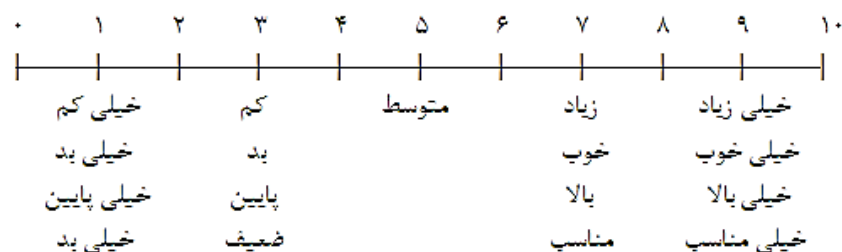
وی مطلوبتر است و معمولاً از جنس زیان، هزینه و... هستند و آن‌ها را با C_j^- نشان می‌دهیم. (هوانگ و یون، ۱۹۸۵)

بدیهی است انجام محاسبات بر روی ماتریس تصمیم که حاوی مقادیر کیفی است امکان پذیر نمی‌باشد لذا با استفاده از

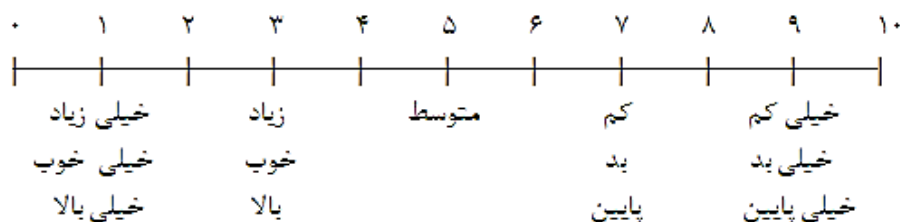
روش‌های مختلف از جمله روش طیف دوقطبی فاصله ای می‌توان مقایر کیفی را به مقادیر کمی متناظر تبدیل کرد که به

طریق زیر صورت می‌پذیرد:

شاخص با جنبه مثبت:



شاخص با جنبه منفی:



از آنجایی که هر چهار معیار در نظر گرفته شده برای رتبه‌بندی پروژه‌ها جنبه مثبت داشتند، لذا تنها جدول شاخص مثبت

مد نظر قرار گرفته شد. پس از این مرحله لازم است که ماتریس‌های حاصل به صورت خطی بی‌مقیاس شده و اعداد درون

ماتریس‌ها تنها اعدادی بین صفر و یک شوند. در نهایت از خبرگان خواسته شد تا سطر معیارهای مربوط به هر یک از

پروژه‌ها را بر اساس توضیحات مذکور و از نمره صفر تا ده نمره‌دهی کنند. (یک نمونه از جزییات مراحل انجام محاسبات

در فصل پنجم ارائه شده است) و بدین ترتیب اولویت‌بندی پروژه‌ها (به جز پروژه‌های مربوط به حوزه پزشکی که

مستقیماً توسط پنل مربوطه انجام گرفته است) مشخص شد.

لازم به ذکر است که توضیحات بالا در جهت تبیین مبانی تئوری تدوین سند آورده شده و تمامی مراحل مذکور با کمک

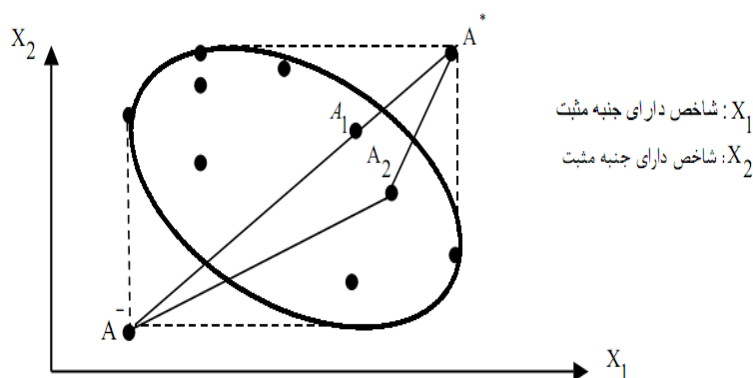
نرم افزارهای اکسپرت چویس^۱ (برای وزن دهی به معیارها) و تاپسیس (برای امتیاز دهی به پروژه‌ها) انجام گرفته است که

در ادامه به توضیح روش تاپسیس می‌پردازیم.

¹ Expert Choice

واژه تاپسیس^۱ به معنی روش‌های ترجیح براساس مشابهت به راه حل ایده‌آل است. این مدل از قوی‌ترین و مطمئن‌ترین تکنیک‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه^۲ است که در مقالات و پژوهش‌ها بسیار کاربرد دارد و حتی می‌توان گفت نیمی از مقالات پژوهشی که از روش‌های تصمیم‌گیری چندشاخصه در آن‌ها استفاده شده است را روش تاپسیس به خود اختصاص داده است. برتری این مدل به سایر مدل‌ها در این است که در سایر مدل‌ها وقتی که تعداد گزینه‌ها زیاد باشد معمولاً با خطا روبرو می‌شویم ولی مدل تاپسیس بهترین نقطه و بدترین نقطه برای هر شاخص را در نظر گرفته و با الگوریتم خاص خود گزینه بهتر و ایده‌آل تری ارائه می‌دهد.

در این روش m گزینه بوسیله n شاخص ارزیابی می‌شود. منطق اصولی این مدل راه‌حل ایده‌آل (مثبت) و راه‌حل ایده‌آل منفی را تعریف می‌کند. راه حل ایده‌آل (مثبت) راه حلی است که معیار سود را افزایش و معیار هزینه را کاهش می‌دهد. هر مساله را می‌توان به‌عنوان یک سیستم هندسی شامل m نقطه در یک فضای n بعدی در نظر گرفت و گزینه بهینه، گزینه‌ای است که کمترین فاصله را از راه حل ایده‌آل مثبت و در عین حال دورترین فاصله از راه حل ایده‌آل منفی دارد. به عبارتی در رتبه‌بندی گزینه‌ها به روش تاپسیس گزینه‌هایی که بیشترین تشابه را با راه‌حل ایده‌آل داشته باشند، رتبه بالاتری کسب می‌کنند. فضای هدف بین دو معیار به‌عنوان نمونه در شکل زیر نشان داده شده است. در اینجا A^+ و A^- به ترتیب، راه حل ایده‌آل و راه حل ایده‌آل منفی است. گزینه A_1 به نسبت گزینه A_2 فاصله کمتری تا راه حل ایده‌آل و فاصله بیشتری را تا راه حل ایده‌آل منفی دارد. (مومنی و شریفی سلیم، ۱۳۹۰)



شکل ۲. فضای هدف بین دو معیار

به‌طور کلی برای حل مسئله با این مدل با ۶ گام زیر را برداشت:

گام ۱) ایجاد یک ماتریس تصمیم‌گیری برای رتبه‌بندی شامل m گزینه و n معیار و نرمال نمودن ماتریس تصمیم‌گیری است.

گام ۲) تهیه ماتریس موزون با استفاده از وزن شاخص‌ها

گام ۳) تعیین راه حل ایده‌آل مثبت و راه حل ایده‌آل منفی

گام ۴) بدست آوردن میزان فاصله هر گزینه تا ایده‌آل‌های مثبت و منفی

گام ۵) تعیین ضریب نزدیکی برای هر یک از گزینه‌ها

گام ۶) رتبه‌بندی گزینه‌ها بر اساس ضریب نزدیکی (مومنی، ۱۳۹۰)

¹ TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution)

² MADM

پس از طی شدن این شش گام، گزینه‌ها بر اساس نزدیکی آن‌ها به راه حل ایده‌آل مثبت و دوری آن‌ها به راه حل ایده‌آل منفی رتبه بندی می‌شوند.

۴. یافته‌ها

با جمع‌بندی تمامی مراحل ذکر شده و با مشارکت پنل‌های خبرگان، ۳ هدف نهایی، ۸ راهبرد، ۱۶ برنامه عملیاتی، ۴۱ اقدام و ۳۶ پروژه به عنوان نتایج نهایی احصا شد.

چارچوب کلی برنامه به صورت زیر خواهد بود :

هدف الف: توسعه نظام آموزش و پژوهش

- ارتقای حکمرانی در نظام آموزش عالی استان
- همگام‌سازی نظام آموزش با نیازهای استان
- همراستاسازی پژوهش با اولویت‌های استان

هدف ب: حمایت از توسعه دانش‌بنیان

- گسترش توسعه واحدهای فناور در حوزه‌های اولویت‌دار
- حمایت از توسعه فعالیت‌های پشتیبان در توسعه دانش‌بنیان

هدف ج: توسعه زیست‌بوم نوآوری

- ارتقای حکمرانی نظام نوآوری
- توسعه زنجیره ارزش نوآوری

به عنوان یکی از یافته‌های عملیاتی و مورد قبول خبرگان پروژه‌های دارای اولویت حوزه‌های مختلف در سند راهبردی شناسایی شد. برنامه‌های عملیاتی، اقدامات و پروژه‌های تعریف شده ذیل راهبرد زنجیره ارزش نوآوری بر اساس نظر خبرگان در جدول آورده شده است.

جدول ۴. برنامه های عملیاتی و پروژه های تعریف شده ذیل توسعه زنجیره ارزش نوآوری

ضریب نزدیکی در بین پروژه های مشابه	حوزه	پروژه‌ها	برخی اقدامات مرتبط	برنامه‌های عملیاتی
	پزشکی	امکان سنجی و تدوین طرح کسب و کار برای تاسیس بیمارستان تخصصی گردشگری سلامت	—	جلب مشارکت بخش خصوصی جهت توسعه طرح‌های کوچک اولویت‌دار
۰/۸۱۵۲	علم و فناوری	استمرار برگزاری رویدادهای فناورانه و بخصوص در حوزه‌هایی که در استان هم ظرفیت صنعتی دارند و هم ظرفیت دانشگاهی	— برگزاری فن بازارهای منطقه‌ای در حوزه‌های اولویت‌دار	تقویت انتشار، انتقال و به اشتراک گذاری دانش و فناوری در حوزه‌های اولویت‌دار
۰/۸۶۸۲	علم و فناوری	توسعه‌ی فعالیت شتاب دهنده - های تقاضا محور		
۰/۷۹۶۲	علم و فناوری	توسعه‌ی فعالیت مراکز نوآوری تخصصی در حوزه‌های مدیریت شهری، اجتماعی، کشاورزی، IOT و ...	— توسعه دولت الکترونیک در سازمان‌های شهرستان همدان	
۰/۶۳۴۷	کشاورزی	توسعه اپلیکیشن همراه کشاورز		
۰/۵۶۵۷	کشاورزی	ایجاد بانک اطلاعاتی جامع کشاورزی استان	— توسعه سامانه‌های هوشمند حمل و نقل جاده‌ای (ITS)	اشاعه فاوا در فعالیت‌های ارزش آفرین
۰/۵۶۵۴	گردشگری	ایجاد پنجره واحد گردشگری الکترونیک استان		
۰/۵۵۲۲	گردشگری	امکان سنجی و پیاده‌سازی طرح بکارگیری فناوری واقعیت افزوده در جاذبه‌های گردشگری استان	— رضایت‌سنجی مستمر از گردشگران داخلی و خارجی پس از پایان سفر به استان و تحلیل علمی آن به منظور ارتقای عملکرد بخش گردشگری	اشاعه فاوا در فعالیت‌های ارزش آفرین
۰/۴۳۶۶	گردشگری	ایجاد مرکز تماس برخط الکترونیک برای حوزه گردشگری استان		
	صنعت و معدن	توسعه نصب سامانه‌های پایش برخط در واحدهای صنعتی استان		

۵. بحث و نتیجه گیری

یک سری پروژه های تحقیقاتی زنجیره ارزش نوآوری را به عنوان یک "فرآیند متوالی و سه مرحله ای که شامل تولید ایده، توسعه ایده و انتشار مفاهیم توسعه یافته است" در نظر می گیرند که این چارچوب کلی وابستگی متقابل مراحل یا پیوندهای مختلف در یک فرآیند نوآوری را برجسته می کند بدین صورت که اگر هر یک از پیوندها شکست بخورد یا ضعیف باشد، ممکن است کل فرآیند بدون توجه به قدرت پیوندهای دیگر شکست بخورد. این مفهوم یک رویکرد استراتژیک را پیشنهاد می کند که مدیران را تشویق می کند تا بر نوآوری به عنوان یک فرآیند سر به سر تمرکز کنند، و به منظور توسعه، عناصر ضعیف تر این فرآیند را مورد توجه قرار دهند.

در تدوین سند راهبردی پنج ساله علم، فناوری و نوآوری استان همدان ابتدا با مشارکت صاحب نظران و مراجعه به اسناد بالادستی دیگر از جمله سند آمایش استان همدان و سند توسعه استان، ارزیابی اولیه از وضع موجود در استان همدان صورت گرفت در نهایت مجموعه ای از راهبردهای اولیه با سه هدف اصلی «توسعه نظام آموزش و پژوهش»، «حمایت از توسعه دانش بنیان» و «توسعه زیست بوم نوآوری» تدوین شد. پس از این مرحله با نظرسنجی از خبرگان و صاحب نظران حوزه های مختلف، بکارگیری رویکردهای تازه همانند رویکردهای آینده پژوهانه و پیچیدگی اقتصادی، توجه به امکان پذیری راهبردها و میزان خلق ارزش هر کدام از آنها و ...، راهبردهای منتخب بدست آمده و اقدامات اجرایی برای هر یک از آنها پیش بینی شد. در گام نهایی، چهار شاخص «امکان پذیری اجرا در استان»، «جذابیت پروژه از نظر تاثیر بر اقتصاد استان»، «فناورانه و نوآورانه بودن پروژه» و «تکمیل زنجیره ارزش موجود در استان» تعیین گردید. در نهایت با بکارگیری روش ترکیبی (ای اچ پی و تاپسیس) بیش از بیست پروژه رتبه بندی شد. در این مقاله راهبرد «زنجیره ارزش نوآوری» به عنوان معیار اصلی در نظر گرفته شده است. این راهبرد در راستای هدف «توسعه زیست بوم نوآوری» استان همدان تعریف گردیده است که به دنبال آن ۱۰ پروژه توسط خبرگان انتخاب و تعیین گردیده است. اقدامات و برنامه های عملیاتی مربوط به این راهبرد نیز در جدول ۴ آورده شده است. پروژه های انتخاب شده در حوزه های مختلف نظیر کشاورزی، صنعت و معدن، علم و فناوری، پزشکی و گردشگری تعریف شده اند و رتبه بندی و اولویت متفاوتی در هر حوزه دارند. با توجه به آنچه گفته شد راهبرد زنجیره ارزش نوآوری میتواند به عنوان یک معیار موثر و کلیدی بر توسعه علم و فناوری در اسناد توسعه مورد توجه قرار گیرد و باید به این موضوع توجه ویژه داشت که هر گونه اقدام نوآورانه بدون در نظر گرفتن چهارچوب داخلی آن که شامل سه فاز: ایده پردازی، تبدیل ایده به محصول یا خدمت و بهره برداری از آن، می باشد احتمالاً ارزش افزوده نهایی را به دنبال نخواهد داشت و به شکست منجر خواهد شد. توجه به پروژه های شناسایی شده دارای اولویت بر اساس تاثیر بر زنجیره ارزش راهبردی (قابل مشاهده در جدول ۴) و برنامه ریزی برای اجرای آنها از مهمترین پیشنهادهای کاربردی و عملیاتی محسوب می شود.

تعارض منافع

دکتر روح اله سهرابی، نویسنده مسئول در این مقاله، از اعضای هیئت تحریریه مجله مدیریت زنجیره ارزش راهبردی است، اما هیچ دخالتی در فرآیند ارزیابی این مقاله نداشته است. فرآیند داوری این مقاله توسط دکتر مجتبی غیائی، دکتر هوشمند باقری قره بلاغ و دکتر اسماعیل مزروعی نصرآبادی انجام شده است. نویسندگان هیچگونه تعارض منافع ندارند.

منابع

- اصغری، فیروزه و نعمتی، محمدعلی. (۱۳۹۵). چالش کیفیت رساله دکتری در ایران بر اساس مفهوم زنجیره ارزش، <https://civilica.com/doc/569730>
- قاضی نوری، سپهر، ریاحی، پریسا. (۱۳۹۶). گونه شناسی رفتار نوآوری در استان‌های ایران: رویکردی اجتماعی، تهران: انتشارات صفار مومنی، منصور، شریفی سلیم، علیرضا. (۱۳۹۰). مدل‌ها و نرم افزارهای تصمیم‌گیری چند شاخصه، انتشارات مؤلفین، چاپ اول

References

- Alexander H.R. Hensen , John Qi Dong(2020). Hierarchical business value of information technology: Toward a digital innovation value chain. <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103209>
- Cooper, R.G. (1988). The new product process: a decision guide for management, *Journal of Marketing Management*, 3 (3), pp. 238-255. <https://doi.org/10.1080/0267257X.1988.9964044>
- Gamal, D., Salah, E., Tarek, E. & Eng, N. (2011). How to measure organization Innovativeness? A report prepared by Technology Innovation and Entrepreneurship Center
- Gong, H., Nie, L., Peng, Y., Peng, S., & Liu, Y. (2020). The innovation value chain of patents: Breakthrough in the patent commercialization trap in Chinese universities. *Plos one*, 15(3), e0230805.
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K. & Alpkan, L. (2011). Effects of innovation types on firm performance, *International Journal of Production Economics*, 133 (2), pp. 662-676. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.05.014>
- Hansen MT, Birkinshaw J. The innovation value chain. *Harvard Business Review*. 2007 Jun;85(6):121-30, 142. PMID: 17580654.
- Li, Xue & Mupondwa, Edmund, 2021. "Empirical analysis of large-scale bio-succinic acid commercialization from a technoeconomic and innovation value chain perspective: BioAmber biorefinery case study in Canada," *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, Elsevier, vol. 137(C). <https://doi.org/10.1016/j.rser.2020.110587>
- Lin, Shoufu, Lian Xiao, and Xiaojiong Wang. "Does Air Pollution Hinder Technological Innovation in China? A Perspective of Innovation Value Chain." *Journal of cleaner production* 278 (2021): 123326-. Web. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123326>
- Liu, B., Wang, Y., Jiang, N., & Zhang, X. (2024). The impact of digital industrialization and industrial digitalization on regional green innovation efficiency in China-From the perspective of the innovation value chain. *Journal of Cleaner Production*, 478, 144015. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.144015>
- Liu, P., Zhang, L., Tarbert, H., & Yan, Z. (2022). Analysis on Spatio-Temporal Characteristics and Influencing Factors of Industrial Green Innovation Efficiency—From the Perspective of Innovation Value Chain. *Sustainability*, 14(1), 342. <https://doi.org/10.3390/su14010342>
- Meng, S., Yan, H., & Yu, J. (2022). Global value chain participation and green innovation: Evidence from Chinese listed firms. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(14), 8403.
- Olson, E. L. (2013). Perspective: the green innovation value chain: a tool for evaluating the diffusion prospects of green products. *Journal of Product Innovation Management*, 30(4), 782-793.
- Olson, E. L. (2015). Green innovation value chain frame of comparisons: market and public policy implications. *International Journal of Technology, Policy and Management*, 15(2), 178-196.
- Pan, H., Yang, J., Zhou, H., Zheng, X., & Hu, F. (2022). Global value chain embeddedness, digital economy and green innovation—Evidence from provincial-level regions in China. *Frontiers in Environmental Science*, 10, 1027130.

- Panesar, S., Singh. & Markeset, T. (2008). Development of a framework for industrial service innovation management and coordination, *Journal of Quality in Maintenance Engineering*, 14 (2), pp. 177-193. <https://doi.org/10.1108/13552510810877674>
- Roper, S., Du, J. & Love, J.H. (2006). The innovation value chain, Working Paper. Aston University, Birmingham (UK).
- Roper, S., Du, J. & Love, J.H. (2008). Modelling the innovation value chain, *Research Policy*, 37 (6-7), pp. 961-977. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2008.04.005>
- Smit, J. (2016). The innovation value chain and organizational culture.
- Smit, Jakobus (2015) "The Innovation Value Chain and Adaptability of Organizations," *Journal of International Technology and Information Management: Vol. 24: Iss. 3, Article 4.* <https://doi.org/10.58729/1941-6679.1047>
- Sundbo, J. (1997). Management of innovation in services, *The Service Industries Journal*, 17 (3), pp. 432-455. <https://doi.org/10.1080/02642069700000028>
- Taghizadeh, S. K., Jayaraman, K. S., Ismail, I., & Rahman, S. A. (2014). Innovation value chain as predictors for innovation strategy in Malaysian telecommunication industry. *Problems and Perspectives in Management*, (12, Iss. 4 (contin. 2)), 533-539.
- Tidd, J., & Bessant, J. R. (2020). *Managing innovation: integrating technological, market and organizational change*. John Wiley & Sons.
- Xiafei Chen, Zhiying Liu, Qingyuan Zhu (2020). Reprint of « Performance evaluation of China's high - tech innovation process: Analysis based on the innovation value chain». <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2019.102094>