



Classification of Demand-Side Instruments for the Application of Humanities and Social Sciences (HSS) Research: A Logical Model

1. Elnaz Mesma Khosroshahi
2. Sepehr Ghazinoory ♦
3. Mahdi Pakzad
4. Abolghasem Sarabadani

Abstract

Despite the numerous advantages of the Humanities and Social Sciences (HSS), researchers in these fields face persistent challenges such as public distrust in the effectiveness of HSS, lack of awareness among potential users regarding existing capacities, absence of supportive structures for knowledge transfer, and weak interaction with society. This situation-namely, the lack of effective engagement between knowledge producers and users-has led to both market failure (in the form of information asymmetry) and system failure (weak producer-user interaction). As a result, potential users remain unaware of the capacities of HSS, while researchers are detached from society's concrete problems.

Nevertheless, HSS can significantly contribute to addressing macro-level issues such as inequality, poverty, deprivation, and violations of basic human rights, by providing innovative solutions that help governments achieve their public goals. Tackling these market and system failures and realizing social goals requires government intervention on the demand side; however, in the case of HSS such intervention must be informed by a deep understanding of the distinct nature of these sciences. The value of HSS should not be reduced merely to economic profit, and it is essential to distinguish conceptually between "commercialization" (i.e., the creation of direct economic value) and "social, cultural, artistic,

Article Type: Research Paper

Vol. 34 | No. 3 | Serial 95 | Oct. 2024

Received: 2025.04.07

Revised: 2025.06.19

Accepted: 2025.08.31

Published Online: 2025.09.08

Pages: 81-102

P-ISSN: 1027-2690

E-ISSN: 2783-4514

Keywords

Humanities and Social Sciences (HSS) Research, Benefits of Humanities and Social Sciences (HSS), Application of Research, Demand-side Policy Instruments, Market-Shaping for Humanities and Social Sciences (HSS), Market Development for Humanities and Social Sciences (HSS).

1. PhD Candidate, Science and Technology Policymaking, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran Elnaz.khosroshahi@modares.ac.ir
ORCID: 0000-0002-4893-6698
2. ♦ Professor of Information Technology Management, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran (Corresponding Author) Ghazinoory@modares.ac.ir
ORCID: 0000-0002-6761-4694
3. Assistant Professor of Science and Technology Policy, National Science Policy Research Institute, Tehran, Iran pakzad@nrsp.ac.ir
ORCID: 0000-0002-3693-3625
4. Assistant Professor of Technology Management, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran a.sarabadani@modares.ac.ir
ORCID: 0000-0002-5915-6363

Cite This Paper: Mesma Khosroshahi, E., Ghazinoory, S., Pakzad, M., Sarabadani, A. (2024). Classification of Demand-Side Instruments for the Application of Humanities and Social Sciences (HSS) Research: A Logical Model. *Rahyaft*, 34 (3), 81-102. (Persian).

DOI: 10.22034/RAHYAFT.2025.11941.1586



Publisher: National Research Institute for Science Policy (N.R.I.S.P)

and political impacts” (which is often intangible and long-term). Accordingly, in our view, the “applicability” of HSS research lies in its ability to respond to social and political needs, rather than simply following the instrumental logic of the market. Demand-side innovation policy instruments, when designed to align with the specific features of HSS—such as predominantly non-technological and intangible outputs, long-term impacts, and nonlinear pathways—can facilitate the application of HSS research.

This study, by taking into account the non-academic benefits of HSS in the form of social and political impacts, emphasizes the need for “developing markets” for “social benefits” and “market creation” for “political benefits”. Within this framework, and drawing upon demand-side innovation instruments in four groups—public procurement of innovation, support for private demand, regulation, and system policies—it seeks to classify demand-side policy instruments for operationalizing HSS. The research pursues this aim through identifying the effects of these instruments in a logic model consisting of inputs, activities, outputs (short-term results), outcomes (medium-term results), and impacts (long-term results). To this end, by conducting a systematic literature review (37 articles), we developed a logic model to classify demand-side policy instruments in terms of the functions of “market development” and “market creation.” Subsequently, these instruments were defined/redefined for the specific context of HSS.

We also redefine the key research concepts for HSS. “Market” is not confined to economic gains, but rather encompasses the impact of HSS on political, cultural, artistic, and social dimensions. “Demand” goes beyond the classical economic notion, referring to the diverse needs and challenges of social and institutional actors that drive the production of knowledge and policies with broad impacts. “Innovation” denotes the creation or reinterpretation of theories from new perspectives, generating economic, social, and political values that materialize through public acceptance. Finally, “innovation policies” are strategies designed by policymakers to facilitate the application of knowledge in HSS.

The findings reveal that instruments within the “public demand” group, as well as certain

regulatory instruments (e.g., new legislation, innovation incentives), contribute to “market creation” for innovations. By contrast, instruments such as subsidies and promotional activities under “support for private demand,” along with regulatory tools like standards-setting and risk reduction, play a role in developing markets for existing technologies.

Regarding social benefits, HSS outputs often include tangible products such as musical scores, screenplays, designs, performances, exhibitions, cultural reports, paintings, animations, poetry, novels, publications, photographs, sculptures, films, videos, and specialized legal and psychological consultations—many of which can generate direct and short-term economic value. Therefore, instruments that directly stimulate private demand and regulatory measures with a market development function (commonly applied to technological innovations with tangible economic effects) are also applicable here. Examples include cultural vouchers for citizens and employees to attend cultural and artistic events, the establishment of support funds for creative and local industries, organizing festivals and public competitions, and expanding media activities given the high capacity of these industries for wealth and income generation. Legal measures to facilitate the use of public and urban spaces for artistic activities—such as street music or the use of building façades for art—along with providing facilities for artists’ workspaces, represent regulatory instruments that increase demand for cultural and artistic outputs. Within the logic model, these instruments result in the introduction and broader adoption of new cultural, artistic, and consultancy services, thereby expanding the market for HSS products, increasing sales and revenues for artists, professionals, and researchers, and enhancing consumption in creative and cultural industries. In the long run, these outcomes contribute to increasing the share of cultural, artistic, and consultancy services in GDP.

In terms of political benefits, instruments such as need-driven projects in the form of public procurement of research, networking between policymakers and researchers, long-term researcher assignments in industry and policymaking bodies (to establish a common

language and mutual understanding of needs), institutional requirements for the active use of research in decision-making (e.g., as a criterion for academic promotion), and systemic policies aimed at securing financial partners for problem-oriented projects (similar to pre-commercial procurement) all serve as tools for market creation in the political domain of HSS. However, the effective use of these instruments requires not mere transfer but redefinition according to three analytical criteria: active participation of both researchers and policymakers, long-term timeframes for impact realization, and acceptance

of intangible outputs. Within a logic model, these redefined instruments generate outputs such as proposals for legal reforms and policy packages, leading to outcomes like greater researcher involvement in policymaking and new income streams for them. Their long-term impacts are reflected in evidence-based decision-making.

Overall, the design and implementation of such instruments enable HSS to deliver benefits and transfer research results into real demand, while simultaneously strengthening the ability of HSS researchers to demonstrate their value and secure research funding.



دسته‌بندی ابزارهای طرف تقاضا برای کاربردی‌سازی پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی: یک مدل منطقی

۱. الناز مسماع خسروشاهی

۲. سید سپهر قاضی‌نوری

۳. مهدی پاکزاد

۴. ابوالقاسم سرآبادانی

• نوع مقاله: پژوهشی

• دوره ۳۴ | شماره ۳ | پیاپی ۹۵ | مهر ۱۴۰۳

• تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۱۹

• تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۳/۳۰

• تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۱۰

• تاریخ انتشار برخط: ۱۴۰۴/۰۶/۱۸

• صفحات: ۸۱-۱۰۲

• شابای چاپی: ۹۶۹۰-۲۶-۱۰۲۷

• شابای الکترونیکی: ۴۵۱۴-۲۷۸۳

چکیده

به‌رغم منافع علوم انسانی و اجتماعی برای جامعه، این حوزه‌ها به دلیل نبود تعامل مناسب با ذی‌نفعان و نداشتن آگاهی از نیازهای بازار با چالش شکست بازار و سیستم مواجه‌اند؛ یعنی پژوهشگران از تقاضای واقعی جامعه بی‌خبرند و کاربران بالقوه از خدمات و محصولات این حوزه‌ها اطلاع ندارند. نقش حیاتی این علوم در مواجهه با چالش‌های کلان و ضرورت اثبات توانایی خلق ارزش اقتصادی در کنار منافع بلندمدت، لزوم تعریف ابزارهای سیاستی طرف تقاضای نوآوری برای کاربردی‌سازی این علوم را توجیه می‌کند. مقاله حاضر با در نظر گرفتن منافع فرادانشگاهی علوم انسانی و اجتماعی در ابعاد اجتماعی و سیاستی و ضرورت توسعه بازار برای منافع اجتماعی و بازارسازی برای منافع سیاستی، با مرور نظام‌مند پیشینه و کدگذاری یافته‌های ۳۷ منبع در قالب مدلی منطقی (بررسی خروجی‌ها، پیامدها و تأثیرات ابزارهای طرف تقاضا و نقش آن‌ها در توسعه یا ایجاد بازار نوآوری)، به دسته‌بندی ابزارهای طرف تقاضا برای کاربردی‌سازی علوم انسانی و اجتماعی پرداخته است که در چهار دسته «تقاضای دولتی»، «تحریک تقاضای خصوصی»، «مقررات‌گذاری» و «رویکردهای نظام‌مند» بررسی شده‌اند. بر حسب نتایج، تحریک تقاضای خصوصی از طریق اعطای بن‌های خرید فرهنگی، تسهیلات بازاریابی و وضع مقررات حمایتی می‌تواند به توسعه بازار این علوم، فروش و درآمدزایی بیشتر و افزایش سهم محصولات فرهنگی و هنری در اقتصاد کمک کند. همچنین، ابزارهای تقاضای دولتی مانند خرید پژوهش‌های نیازمحور، شبکه‌سازی بین سیاست‌گذاران و پژوهشگران (تحریک تقاضای خصوصی)، اعزام پژوهشگران به نهادهای سیاست‌گذار (مقررات‌گذاری) و

کلیدواژه‌ها

پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی، منافع علوم انسانی و اجتماعی، کاربردی‌سازی پژوهش، ابزارهای سیاستی طرف تقاضا، بازارسازی علوم انسانی و اجتماعی، توسعه بازار علوم انسانی و اجتماعی.

۱. دانشجوی دکتری سیاست‌گذاری علم و فناوری، دانشگاه تربیت

مدرس، تهران، ایران

Elnaz.khosroshahi@modares.ac.ir

ORCID: 0000-0002-4893-6698

۲. استاد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه تربیت مدرس،

تهران، ایران (پدیدآور رابط)

Ghazinoory@modares.ac.ir

ORCID: 0000-0002-6761-4694

۳. استادیار سیاست‌گذاری علم و فناوری، مؤسسه تحقیقات

سیاست علمی کشور، تهران، ایران

pakzad@nrsp.ac.ir

ORCID: 0000-0002-3693-3625

۴. استادیار مدیریت تکنولوژی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

a.sarabadani@modares.ac.ir

ORCID: 0000-0002-5915-6363

استناد به این مقاله: مسماع خسروشاهی، ا.، قاضی‌نوری، س. س.، پاکزاد، م. و سرآبادانی، ا. (۱۴۰۳). دسته‌بندی ابزارهای طرف تقاضا برای کاربردی‌سازی پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی: یک مدل منطقی. *رهیافت*، ۳۴ (۳)، صص. ۸۱-۱۰۲.

DOI: 10.22034/RAHYAFT.2025.11941.1586

ناشر: مؤسسه تحقیقات سیاست علمی کشور
نویسندگان: © حق مؤلف



تأمین مالی پروژه‌های مسئله‌محور به عنوان خرید خدمات تحقیق و توسعه (رویکردهای نظام‌مند)، بازسازی برای منافع سیاستی این علوم را ممکن می‌سازند. بر خلاف نوآوری‌های فناورانه، پژوهشگر در این فرایند باید از ابتدا تا تدوین راهکار، فعالانه مشارکت کند. طراحی و اجرای چنین ابزارهایی، موجب بروز دستاوردهای علوم انسانی و اجتماعی برای جامعه و در نهایت رساندن آنها از حوزه پژوهش به تقاضا می‌شود، ضمن آنکه پژوهشگران این علوم را قادر به اثبات منافع خود و دریافت بودجه پژوهشی می‌کند.

مقدمه

با وجود مزایای علوم انسانی و اجتماعی، پژوهشگران با بی‌اعتمادی جامعه نسبت به اثرگذاری این علوم، ناآگاهی کاربران بالقوه از ظرفیت‌های موجود، نبود ساختارهای حمایتی (Taqizadeh, Kerman, Hosseinqolizadeh & Javidi, 2015) و ضعف در تعامل با جامعه مواجه‌اند (Braesemann & Marpe, 2023). پژوهش‌های این حوزه عمدتاً بر پایه کنجکاوی شخصی پژوهشگر شکل گرفته‌اند (دانش مد ۱)، اما متأسفانه به دلیل تعامل ضعیف با ذی‌نفعان، کمتر ارزشمند تلقی می‌شوند (Hazelkorn et al., 2013). این امر به معنای بی‌ارتباطی آنها با نیازهای جامعه نیست (دانش مد ۲)، بلکه این پژوهش‌ها غالباً پس از گذشت زمان، در عرصه سیاست‌گذاری، فرهنگ، هنر، اجتماع و اقتصاد اثرگذارند (Ghazinoory et al., 2025). نبود تعامل مؤثر میان تولیدکننده دانش و کاربران آن، به شکست بازار (در قالب عدم تقارن اطلاعاتی) و شکست سیستم (تعامل ضعیف تولیدکننده_کاربر) منجر می‌شود؛ به‌گونه‌ای که کاربران بالقوه از ظرفیت‌های این حوزه و پژوهشگران، از مسائل عینی جامعه بی‌اطلاع‌اند. این در حالی است که علوم انسانی و اجتماعی با ورود به مسائل کلان مانند نابرابری‌ها، فقر، محرومیت و نفی حقوق اولیه بشر و با ارائه راه‌حل‌های نوآورانه به تحقق اهداف عمومی کمک می‌کنند (Spaapen & Sivertsen, 2020).

به زعم ادلر^۱ (۲۰۱۳) مقابله با شکست‌های بازار و سیستم و تحقق اهداف اجتماعی، مستلزم مداخله دولت در سمت تقاضاست؛ اما در علوم انسانی و اجتماعی این مداخله باید با درک عمیق از ماهیت متفاوت این علوم صورت گیرد. مثلاً، گرچه برخی رشته‌ها به خلق منافع اقتصادی در قالب خدمات مشاوره حقوقی و روان‌درمانی (Mousavi, 2015) مشغول‌اند، اما نباید ارزش این علوم در سود اقتصادی خلاصه شود. در واقع، تمایز مفهومی میان «تجاری‌سازی» (رویکرد ابزاری) (به معنای خلق ارزش اقتصادی مستقیم) با «اثربخشی اجتماعی و سیاستی» (رویکرد ذاتی) (که غالباً غیرملموس و بلندمدت‌اند) ضروری

است (Ghazinoory et al., 2025). بر این اساس و به زعم ما، «کاربردی بودن» پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی به معنای توان پاسخگویی به نیازهای اجتماعی، سیاستی، اقتصادی و نظایر آن است، نه صرفاً پیروی از منطق بازار با رویکرد ابزاری.

ابزارهای سیاستی طرف تقاضای نوآوری، اگر متناسب با ویژگی‌های علوم انسانی و اجتماعی یعنی خلق خروجی‌های غیرملموس و اثرگذاری بلندمدت طراحی شوند، می‌توانند موجب کاربردی‌سازی این پژوهش‌ها شوند. عمده مطالعات قبلی، تمرکز خود را بر چالش‌های تجاری‌سازی از منظر خلق منافع اقتصادی و در مواردی چالش‌های اثربخشی علوم انسانی و اجتماعی (Golhasany et al., 2012) قرار داده‌اند؛ بدون آنکه، به ارائه «راهکارهای سیاستی طرف تقاضا» برای کاربردی کردن پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی اشاره کنند. سایر مطالعات نیز عمدتاً بر نشان دادن تأثیرات علوم انسانی و اجتماعی (Aghaei, Ghazinoory & pakzad, 2022)، دسته‌بندی انواع تأثیرات (Reale et al., 2014) و ارائه چارچوب روش‌شناختی برای ارزیابی تأثیرات (Pedersen, Grønvaad, 2020) متمرکزند.

پژوهش حاضر به دنبال دسته‌بندی ابزارهای سیاستی طرف تقاضای نوآوری برای کاربردی کردن علوم انسانی و اجتماعی در قالب مدلی منطقی است. مدل منطقی، موجب پیوند بین وضعیت موجود (مشکل) و فرایندهای به کار گرفته‌شده در جهت حل آن طی گام‌هایی متشکل از ورودی‌ها، فعالیت‌ها، خروجی‌ها، پیامدها و تأثیرات می‌شود (Kalu & Norman, 2018) و بدین ترتیب به تعیین آثار و نتایج کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت حاصل از مداخلات می‌پردازد (Robertson, Gottschalk & Wheeler, 2024). قابلیت‌هایی که با شناسایی انواع آثار ابزارهای طرف تقاضا، نقش آنها را در کاربردی کردن علوم انسانی و اجتماعی و رساندن آنها از حوزه پژوهش به جامعه نشان می‌دهد، بدین منظور، پس از بیان مبانی نظری و تشریح نحوه انجام پژوهش، به بیان یافته‌ها و بحث و نتیجه‌گیری می‌پردازیم.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

منافع‌فراادانشگاهی پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی منافع‌فراادانشگاهی علوم انسانی و اجتماعی^۲ به دو دسته «اجتماعی» و «سیاستی» تقسیم می‌شوند: منافع اجتماعی، تأثیرات گسترده و پایدار شامل انسجام اجتماعی، رفاه عمومی، معنابخشی به زندگی و مانند آن است (Spaapen & Sivertsen, 2020) و در مقابل،

۲. در پژوهش حاضر، پژوهشگران بر منافع پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی برای جامعه (منافع‌فراادانشگاهی) متمرکزند. بنابراین، منافع علمی (دانشگاهی) این علوم در حیطه پژوهش حاضر نیست.

علوم انسانی و اجتماعی با چنین دیدگاهی همسوست؛ زیرا این علوم با تعریف پژوهش‌های مسئله‌محور (میان پژوهشگران و سیاست‌گذاران) قادر به مقابله با چالش‌های کلان و اثرگذاری بر جامعه در قالب تدوین یا اصلاح سیاست‌ها هستند. اما شکست‌های بازار و سیستم از جنس عدم تعامل پژوهشگران با سیاست‌گذاران، تعریف چنین پروژه‌هایی را محدود ساخته است.

ادلر (۲۰۱۳) در یکی از شناخته‌شده‌ترین دسته‌بندی‌ها از ابزارهای طرف تقاضا، آنها را به چهار گروه خرید دولتی نوآوری، حمایت از تقاضای خصوصی، مقررات‌گذاری و سیاست‌های نظام‌مند (سیستمی) تقسیم کرده است (جدول ۱). با این چارچوب، پژوهش حاضر به دنبال دسته‌بندی ابزارهای سیاستی طرف تقاضای نوآوری برای کاربردی کردن علوم انسانی و اجتماعی در قالب کارکردهای «توسعه بازار منافع اجتماعی» و «بازارسازی برای منافع سیاستی» است.

منافع سیاستی، استفاده‌ی بازیگران سیاستی از دانش برای طراحی یا بازطراحی سیاست‌هاست (Reale et al., 2018). در پژوهشی جامع، قاضی‌نوری و همکاران (۲۰۲۵) این منافع را بر اساس خلق ارزش‌های ابزاری (مزایای اقتصادی ملموس) و ارزش‌های ذاتی (مزایای بلندمدت غیراقتصادی) طبقه‌بندی کرده‌اند. «منافع اجتماعی» شامل کمک به توسعه صنایع خلاق، اشتغال‌زایی و توانمندسازی اقتصادی از طریق ظرفیت‌های تاریخی، هنری و خدمات تخصصی مانند مشاوره‌های مالی، حقوقی و روان‌شناسی است که ارزش‌های ابزاری را نمایان می‌کند. در حوزه «منافع سیاستی»، علوم انسانی و اجتماعی به ریشه‌یابی مسائلی مانند نابرابری، فقر، بحران‌های زیست‌محیطی، سبک زندگی ناسالم، چالش‌های فرهنگی پذیرش فناوری و نابرابری‌های اجتماعی می‌پردازند و با تولید شواهد امکان سیاست‌گذاری عادلانه‌تر را فراهم می‌کنند. این منافع عمدتاً ذاتی و بلندمدت‌اند و تغییراتی مانند تأمین امنیت و آسایش جامعه، عدالت اجتماعی و بهبود سلامت روان را ایجاد می‌کنند. این دسته‌بندی، اساس پژوهش حاضر در تفکیک منافع فرادانشگاهی علوم انسانی و اجتماعی است (شکل ۱).

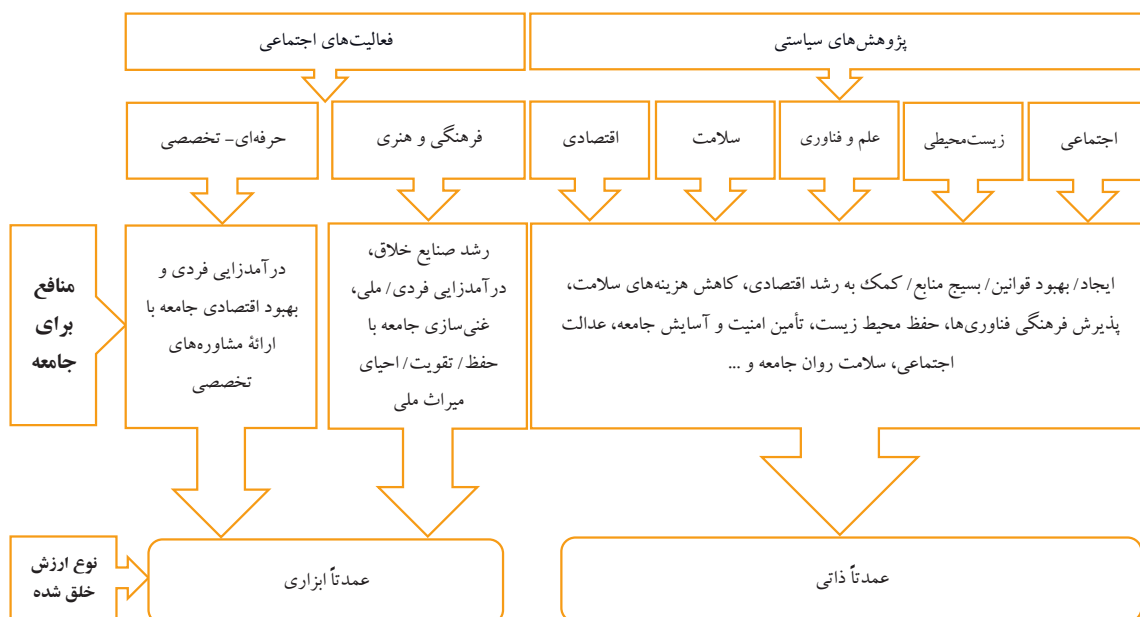
ابزارهای سیاستی طرف تقاضای نوآوری و انواع آن

سیاست‌های نوآوری طرف تقاضا مجموعه اقدامات عمومی برای القا یا سرعت‌بخشی به انتشار نوآوری‌ها از طریق افزایش تقاضا یا تعریف الزامات کارکردی جدید برای محصولات و خدمات‌اند (Edler, 2013).

در تعریف این ابزارها، دو دیدگاه کلی وجود دارد:

♦ در دیدگاه اول که ریشه در اقتصاد نئوکلاسیک دارد، «بازارها از قبل موجودند» و عملکرد بازار، هماهنگ کردن اطلاعات (ورودی) و تخصیص منابع برای تولید و توزیع دانش جدید (خروجی) است (Bleda & Chicot, 2020). به زعم ما «منافع اجتماعی» علوم انسانی و اجتماعی، «بازارهای از پیش موجودی‌اند» که به اقدامات دولتی برای رفع موانع و توسعه بازار نیاز دارند. نمونه آن اقدامات فرهنگی و هنری در قالب جذب گردشگر (British Academy, 2010)، برگزاری فستیوال‌های موسیقی (Webster & McKay, 2015) و مشارکت در صنایع خلاق (Bakhshi, Schneider & Walker, 2009) است.

♦ دیدگاه دوم، با تأکید بر یادگیری تعاملی، بر «ایجاد بازار» و «تعامل میان تولیدکننده-کاربر» متمرکز است؛ یعنی کاربران، دانش ضمنی محدودی درباره وجود یک راه‌حل یا ویژگی‌های آن دارند. تولیدکننده نیز فاقد قابلیت توسعه یا ارائه یک راه‌حل منطبق با نیاز کاربران است. بنابراین، بازارها باید در طول زمان ایجاد شوند (Bleda & Chicot, 2020). «منافع سیاستی»



شکل ۱. انواع منافع فرادانشگاهی پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی (برگرفته از قاضی نوری و همکاران، ۲۰۲۵)

جدول ۱. دسته‌بندی ابزارهای سیاستی طرف تقاضا (برگرفته از ادلر (۲۰۱۳))

ابزار	شیوه عمل
خرید دولتی	۱. تقاضای دولتی: دولت برای استفاده خود خرید می‌کند یا واسطه خرید برای کاربران خصوصی می‌شود.
	بازیگران دولتی در تمامی خریده‌ها، نوآوری را معیار اصلی در نظر می‌گیرند (در مناقصات به جای محصولات، کارکردهای مورد نیاز خود را اعلام می‌کنند).
	بازیگران دولتی به طور خاص نوآوری‌های موجود را به منظور شتابدهی در معرفی آنها به بازار و انتشار آنها مورد تقاضا قرار می‌دهند.
	بازیگران دولتی عمداً به وسیله ترکیب‌بندی جدید نیازها و تقاضاها، توسعه و ارائه نوآوری‌ها در بازار را تحریک می‌کنند.
خرید واسطه‌ای و همکارانه	بازیگران دولتی بخشی از گروه تقاضاکنندگان هستند، ولی هماهنگی مشخصات نیازها و انجام خرید را سازماندهی می‌کنند فرم خاص: دولت خود از نوآوری استفاده نمی‌کند، ولی خرید دولتی را سازمان می‌دهد.
۲. حمایت از تقاضای بخش خصوصی	
۱-۲. حمایت مستقیم از تقاضای خصوصی	
اعطای یارانه به تقاضا	به منظور کاهش هزینه ورود به بازار نوآوری، خرید فناوری‌های نوآورانه توسط مصرف‌کنندگان یا متقاضیان صنعتی به طور مستقیم یارانه دریافت می‌کند.
مشوق‌های مالیاتی	ایجاد امکان کاهش قیمت برای فناوری‌های نوآورانه خاص به صورت مختلف (حذف، کاهش یا تقسیط مالیاتی).
۲-۲. حمایت غیر مستقیم از تقاضای بخش خصوصی: ارائه اطلاعات و توانمندسازی (هدایت نرم): دولت بسیج کرده، اطلاع‌رسانی می‌کند و ارتباط می‌دهد.	
اقدامات آگاهی‌سازی	بازیگران دولتی شروع‌کننده کارزارهای اطلاع‌رسانی‌اند، راه‌حل‌های جدید را تبلیغ می‌کنند و تلاش دارند برای نوآوری‌های خاص ایجاد اعتماد کنند.
کارزارهای اطلاع‌رسانی	دولت از فعالیت‌های بازاریابی خصوصی حمایت می‌کند که ویژگی‌های کارایی و ایمنی محصولات را اطلاع‌رسانی می‌کند.
آموزش	مصرف‌کنندگان با امکانات نوآورانه آشنا شده و فرصتی برای استفاده از آنها فراهم می‌شود.
تبیین و آینده‌نگری	نظرات گروه‌های اجتماعی و کاربران بالقوه به بازار منتقل می‌شود. انتظارات و بیم‌های آینده آنها تبیین و به بازار علامت‌دهی می‌شود.

ابزار	شیوه عمل
تعامل کاربر- عرضه‌کننده	دولت از شرکت‌ها برای لحاظ کردن نیازهای کاربران در فعالیت‌های نوآورانه حمایت می‌کند و گفتمان‌های هدفمند بین آنها سازمان می‌دهد (مانند پلتفرم نوآوری).
۳. مقررات‌گذاری برای تقاضا و واسطه‌گری بین متقاضی و تأمین‌کننده	
مقررات کارایی محصول و تولید	دولت الزاماتی را برای تولید و ارائه نوآوری‌ها مقرر می‌کند که متقاضیان بدانند مثلاً محصولات خاصی چگونه تولید شده‌اند و از چه کارایی‌هایی برخوردارند.
مقررات اطلاعات محصول	مقررات هوشمند برای انتخاب آزادانه فناوری‌ها، با تغییر ساختارهای تشویقی برای این انتخاب‌ها (مثل سهمیه‌بندی).
هنجارهای مصرف	دولت با ایجاد امنیت قانونی قواعد روشنی را برای استفاده از نوآوری‌ها ایجاد می‌کند (مثل امضای الکترونیک).
حمایت از فعالیت‌های مقررات‌گذاری بخش خصوصی که نوآوری‌گرا هستند.	دولت، استانداردها و هنجارهای خودتنظیمی شرکت‌ها را ترغیب و حمایت می‌کند و در این فرایندها با استفاده از استانداردها نقش واسطه‌ای دارد.
مقررات ایجاد بازار	دولت شرایط بازار را برای شدت یافتن تقاضا برای نوآوری تنظیم می‌کند.
۴. رویکردهای نظام‌مند	
تلفیق سیاست‌های تقاضا	اقداماتی که با هماهنگی راهبردی، ابزارهای مختلف طرف تقاضا را ترکیب می‌سازد.
تلفیق منطق و اقدامات طرف‌های عرضه و تقاضا	ترکیب ابزارهای طرف عرضه و محرک‌های طرف تقاضا برای فناوری یا خدمت مورد نظر. حمایت مشروط تعامل کاربر-تأمین‌کننده (تخصیص بودجه تحقیق و توسعه به تأمین‌کننده به شرط درگیر شدن کاربر در آن). استفاده از ابزارهای خاصی همچون خرید پیش‌تجاری.

بیشتر ابزارهای موجود بر نتایج سریع متمرکزند، منافع سیاستی علوم انسانی و اجتماعی معمولاً با تأخیر و به صورت تدریجی، از طریق تغییرات سیاستی پدیدار می‌شوند. از این‌رو، ابزارها باید توان پشتیبانی از ارزش‌آفرینی در بازه‌های زمانی بلندمدت را داشته باشند.

♦ سومین معیار «نوع خروجی» است که بر خروجی‌های غالباً غیرملموس علوم انسانی و اجتماعی (توصیه‌های سیاستی) تأکید دارد. بنابراین، ابزارهای سیاستی باید از این خروجی‌های غیرملموس پشتیبانی کنند.

پیشینه ابزارهای سیاستی طرف تقاضا برای کاربردی کردن پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی

بیشتر پژوهش‌های قبلی، بر چالش‌های تجاری‌سازی علوم انسانی و اجتماعی با تمرکز بر خلق منافع اقتصادی و تحلیل تأثیرات اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاستی آنها تأکید دارند. نکته مشترک اغلب مطالعات، تأکید بر ضعف این علوم در ایجاد منافع عینی برای جامعه است که عمدتاً ناشی از سیاست‌های نامناسب در قالب بی‌اعتمادی میان دانشگاه و صنعت (Narimani, Remezani & Shalbafi, ۲۰۱۸) است.

«منافع اجتماعی» علوم انسانی و اجتماعی غالباً به صورت تولیدات فرهنگی، هنری، مشاوره‌های حرفه‌ای و فعالیت‌های خلاقانه با «خروجی‌های ملموس» بروز می‌یابند و معمولاً «اثرات اقتصادی مستقیم و کوتاه‌مدت» دارند؛ از این‌رو، ابزارهای سیاستی طرف تقاضا با کارکرد «توسعه بازار» به‌خوبی به این حوزه قابل تعمیم‌اند. بر خلاف منافع اجتماعی، «منافع سیاستی» بیشتر در قالب پژوهش‌های مسئله‌محور و مشارکتی، تأثیر بر تصمیم‌گیری‌های کلان و تولید شواهد برای اصلاح سیاست‌ها بروز می‌یابند. این خروجی‌ها غالباً «غیرفیزیکی» و دارای «اثرات بلندمدت و غیرملموس» اند (ارزش ذاتی)؛ بنابراین، ابزارهای سیاستی «بازارسازی» باید متناسب با این ماهیت و بر اساس ۳ معیار بازتعریف شوند:

- ♦ نخست، بر خلاف مدل‌های سنتی مبتنی بر رابطه یک‌سویه دولت و نهاد پژوهشی، در حوزه منافع سیاستی این علوم، اثرگذاری از طریق «مشارکت» و تعامل مستمر پژوهشگران و سیاست‌گذاران در قالب پژوهش‌های مسئله‌محور شکل می‌گیرد؛ بنابراین، ابزارهای سیاستی باید امکان پژوهش و فهم مشترک را فراهم آورند.
- ♦ دومین معیار، «دامنه زمانی خلق ارزش» است. در حالی که

دسته‌بندی ابزارهای سیاستی طرف تقاضای نوآوری می‌پردازیم و در این مسیر مفاهیمی را بازتعریف می‌کنیم؛ «بازار» در این پژوهش به معنای خلق صرف منافع اقتصادی نیست، بلکه به تأثیر علوم انسانی و اجتماعی بر ابعاد سیاسی، فرهنگی، هنری، اجتماعی و اقتصادی جامعه اشاره دارد. مفهوم «تقاضا» فراتر از تقاضای اقتصادی سنتی است و به مجموعه نیازها، مسائل و انتظارات متنوع بازیگران اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و نهادی اشاره دارد که به تولید دانش، راهکارها و سیاست‌هایی منجر می‌شود که تأثیرات فرهنگی، اجتماعی، هنری، اقتصادی و سیاسی دارند. مقصود ما از «نوآوری»، ارائه نظریات جدید یا پرداختن به نظریات موجود از دیدگاهی دیگر و ایجاد ارزش‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاستی برای جامعه است که با پذیرش توسط عموم جامعه، نمود عینی پیدا می‌کند (Mesma-khosroshahi et al., 2024). در نهایت، «سیاست‌های نوآوری» عبارت‌اند از مجموعه برنامه‌ها و راهبردهایی که توسط نهادهای سیاست‌گذار تدوین و اجرا می‌شوند تا فرایند کاربرد دانش را تسهیل کنند. در پایان این بخش، به جمع‌بندی راهکارهای کاربردی کردن علوم انسانی و اجتماعی در قالب جدول ۲ پرداخته شده است.

(2020) و زمان‌بر بودن تحقق آثار و اولویت بازگشت سریع سرمایه در پژوهش‌هاست (Golhasany et al., 2021). در واکنش به این چالش‌ها، پیشنهادهای سیاستی متعددی مطرح شده که شامل شبکه‌سازی بین دانشگاه و صنعت (Abbaspour, Ghorbani & Namvar, 2023)، قراردادهای پژوهشی با نهادهای دولتی (Narimani et al., 2020)، ایجاد مراکز بازاریابی و سفارش‌گیری پژوهش، مشروط‌سازی ارتقای دانشگاهیان به انجام پژوهش‌های کاربردی (Mahmoudpour et al., 2012)، حمایت مالی از تولید دانش (Mousavi, 2015)، نشست‌های مشترک (Tagizadeh Kerman et al., 2015)، اعزام دانشجویان به صنعت در قالب کارآموزی (Goudarzi, Hosseini & Tabaian, 2019)، تأسیس صندوق‌های حمایت از بازاریابی صنایع خلاق، برگزاری جشنواره‌ها و مسابقات مردمی (Gharanfoli & Rabbani, 2022) و توزیع بن خرید محصولات فرهنگی برای کارکنان دولت (Moridi & Taqizadegan, 2011) است.

با وجود تأکید پژوهش‌های پیشین بر اهمیت تأثیر علوم انسانی و اجتماعی، کمبود راهکارهای سیاستی برای انتقال دستاوردهای این علوم به جامعه وجود دارد که ما با هدف پر کردن این خلأ، به

جدول ۲. راهکارهای کاربردی کردن پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی (برگرفته از پیشنهاد)

بعد	دسته‌بندی ابزار	ابزار	راهکار	منبع
اجتماعی	حمایت غیرمستقیم از تقاضای خصوصی	کارزارهای اطلاع‌رسانی	◇ تأسیس صندوق‌های حمایت از ابتکارات و بازاریابی در حوزه صنایع خلاق	Gharanfoli & Rabbani (2022)
		آگاهی‌سازی	◇ برگزاری جشنواره‌ها و مسابقات مردمی	
	حمایت مستقیم از تقاضای خصوصی	مشوق مالی و یارانه خرید	◇ ارائه یارانه‌های فرهنگی به بخش مصرف مانند اختصاص کالابری مصرف فرهنگی شامل خرید و استفاده از خدمات هنری برای کارکنان دولت	Moridi & Taqizadegan (2011)
سیاستی	مقررات‌سازی	مقررات ایجاد بازار	◇ امکان دسترسی قانونی هنرمندان به فضاهای عمومی برای خلق آثار	Wahba & Chun (2022)
	حمایت غیرمستقیم از تقاضای خصوصی	تعامل کاربر-عرضه‌کننده	◇ شبکه‌سازی میان دانشگاه و صنعت	Abbaspour et al. (2023); British Academy (2008); Coates Ulrichsen & Athanassopoulou (2024); Goudarzi et al. (2019); Mahmoudpour et al. (2012); Mehrabi et al. (2022); Tagizadeh Kerman et al. (2015)
			◇ برگزاری همایش‌ها و نشست‌های مشترک میان پژوهشگران و نهادهای اجرایی	
تقاضای دولتی	خرید دولتی		◇ اعزام دانشجویان به شرکت‌های صنعتی در قالب برنامه‌های کارآموزی	British Academy (2008); Narimani et al. (2020); Tagizadeh Kerman et al. (2015)
			◇ ایجاد شبکه‌های اجتماعی و حرفه‌ای به منظور ارائه حمایت و مشاوره برای تجاری‌سازی پژوهش‌ها	
تقاضای دولتی	خرید دولتی		◇ تأسیس مراکز بازاریابی و سفارش‌گیری پژوهش	
			◇ انعقاد قراردادهای پژوهشی با نهادهای دولتی	
تقاضای دولتی	خرید دولتی		◇ تقویت ارتباط میان پژوهشگران و سرمایه‌گذاران	
			◇ تقویت ارتباط میان پژوهشگران و سرمایه‌گذاران	

منبع	راهکار	ابزار	دسته‌بندی ابزار	بعد
British Academy (2008); Bloach et al. (2024); Mahmoudpour et al. (2012)	- منوط کردن ارتقای اعضای هیئت علمی به انجام پژوهش‌های کاربردی - کاستن از وظایف تدریس و فرصت دادن به پژوهشگران برای همکاری با نهادهای بیرونی	مقررات کارایی محصول و تولید	مقررات‌گذاری	
British Academy (2008); Coates Ulrichsen & Athanasopoulou (2024)	- ایجاد شبکه‌ای از پژوهشگران در دانشگاه‌ها و تأمین مالی برای انجام پژوهش‌های مسئله‌محور (خرید پیش تجاری) - ایجاد شبکه‌های تخصصی به منظور یافتن شرکا (کاربران)، دریافت بودجه و انجام پژوهش‌های مسئله‌محور	تلفیق منطق و اقدامات طرف‌های عرضه و تقاضا	رویکردهای نظام‌مند	

روش پژوهش

توسعه بازار منافع اجتماعی به کار روند یا برای بازارسازی منافع سیاستی بازتعریف شوند؟» بدین منظور، با مرور نظام‌مند پیشینه، طی مدلی منطقی، اقدام به دسته‌بندی ابزارهای سیاستی طرف تقاضا بر حسب کارکرد «توسعه بازار» و «بازارسازی» به شرح ذیل شد.

گام دوم: اجرای مطالعه مروری:

ابتدا با کلیدواژه‌های انگلیسی “demand side innovation instrument” و “demand side Policy measure” و کلیدواژه فارسی «ابزار طرف تقاضای نوآوری» منابع انگلیسی و فارسی در پایگاه‌های گوگل اسکالر^۳ و اسکوپوس^۴ (جدول ۳) و «مجلات تخصصی نور»، «مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی» و «پایگاه اطلاعات نشریات ایران» جست‌وجو شد.

در پژوهش حاضر ابتدا با مرور نظام‌مند پیشینه^۱ به روش پیشنهادی شیائو و واتسون^۲ (۲۰۱۹) و طی ۳ گام، به تعیین کارکرد ابزارهای سیاستی طرف تقاضا پرداخته‌ایم. سپس تحلیل تطبیقی ابزارهای طرف تقاضا برای کاربردی کردن پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی انجام شده است.

تعیین کارکرد ابزارهای سیاستی طرف تقاضای نوآوری

گام نخست: برنامهریزی مطالعه مروری:

ابتدا سؤال پژوهش تنظیم شد: «ابزارهای طرف تقاضای نوآوری چگونه با توجه به خروجی‌ها، پیامدها و تأثیراتشان می‌توانند یا برای

جدول ۳. رشته جست‌وجوی کلیدواژه‌گان در پایگاه‌های اسکوپوس و گوگل اسکالر

کلیدواژه	رشته جست‌وجو
demand side innovation instrument	“demand side” AND “innovation” AND “instrument”
demand side Policy measure	“demand side” AND “policy” AND “measure”

با توجه به خاستگاه ابزارهای سیاستی طرف تقاضا، حوزه موضوعی «مدیریت و کسب‌وکار» انتخاب شد. جست‌وجو در فیلد “Article title, Abstract, Keywords” به زبان انگلیسی و در میان مقالات مجلات و بدون محدودیت زمانی انجام شد (۱۸۳ مورد). پس از حذف منابع تکراری حاصل از جست‌وجوی کلیدواژه‌گان، از میان ۱۲۳ منبع اولیه مرتبط، ۸۲ مورد به دلیل همپوشانی با منابع گوگل اسکالر حذف شدند. در نهایت پس از غربال بر حسب عنوان (حذف ۱۹ مورد)، چکیده (حذف ۷ مورد) و محتوا (حذف ۱۲ مورد)، ۳ مقاله به لحاظ محتوایی واجد شرایط ورود به مطالعه شدند که تعداد مقالات انگلیسی را به ۲۸ مورد رساند.

جست‌وجو در پایگاه اطلاعات نشریات ایران به عنوان، چکیده و کلیدواژه، زبان فارسی، بدون محدودیت زمانی، دسترسی به متن کامل و مقالات علمی محدود و ۱۱ مقاله شناسایی شد. مرکز اطلاعات

جست‌وجو در گوگل اسکالر با اعمال محدودیت‌هایی همچون انتخاب نوع منبع به مقاله، وجود کلیدواژه‌گان در متن، بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۵ (به دلیل حجم بالای مقالات)، به زبان انگلیسی و حذف پتنت‌ها و ارجاعات انجام شد که پس از حذف موارد تکراری میان نتایج جست‌وجوی کلیدواژه‌گان، ۸۰۰،۳۰ منبع اولیه شناسایی شد. به دلیل حجم بالای مقالات، با اعمال محدودیت “sort by relevance”، ۵۰۰ مقاله اولیه بررسی شدند. بررسی عنوان موجب حذف ۲۴۳ مقاله، غربال بر حسب چکیده موجب حذف ۱۷۸ مقاله و غربال محتوا موجب حذف ۵۴ مقاله شد که در نهایت، ۲۵ مقاله برای تحلیل نهایی انتخاب شدند. در پایگاه اسکوپوس، ابتدا جست‌وجو بر اساس مقالات ژورنالی منتشرشده به زبان انگلیسی و در حوزه‌های موضوعی «هنر و علوم انسانی» و «علوم اجتماعی» انجام گرفت. اما نتیجه جست‌وجو، نبود مقالات مرتبط بود. بنابراین

3. Google scholar
4. Scopus

1. Systematic Literature Review
2. Xiao & Watson

گام سوم: استخراج و گزارش یافته‌ها:

پس از تکمیل فرم استخراج داده‌ها (شامل عنوان مطالعه، هدف، نویسندگان، سال انتشار، مکان انتشار و یافته‌ها) با «سنتز موضوعی» به روش پیشنهادی توماس و هاردن^۱ (۲۰۰۸)، کدهایی استخراج شدند که نشان‌دهنده خروجی‌های ابزارهای طرف تقاضای نوآوری‌اند. بنابراین، سه پژوهشگر یافته‌های تمامی ۳۷ منبع را خطبه‌خط کدگذاری کردند. سپس، کدها بر اساس شباهت‌ها و تفاوت‌هایشان تحت عنوان مضامین توصیفی گروه‌بندی شدند. در آخر دربارهٔ اختلافات یا عدم قطعیت‌ها بحث شد و مضامین تحلیلی به تأیید دو پژوهشگر مستقل آشنا به حوزهٔ پژوهش رسید. به‌منظور کدگذاری یافته‌ها، از چارچوب قاضی‌نوری و همکاران (۱۳۹۸) به شرح جدول ۴ استفاده شد.

جدول ۴. منطق مداخلهٔ اقدامات پشتیبانی از نوآوری در کسب‌وکار (برگرفته از قاضی‌نوری و همکاران (۱۳۹۸))

خروجی	پیامد	تأثیر
افزایش در سرمایه‌گذاری کسب‌وکار	محصولات و خدمات جدید راه‌اندازی‌شده	رشد فروش/ صادرات محصولات و خدمات نوآورانه
اکتساب/ انتقال فناوری	خطوط تولید جدید یا ارتقایافته	افزایش نرخ بهره‌وری نیروی کار
سرمایه‌گذاری (مشترک) در شرکت‌های نوآور جدید یا موجود	شرکت‌های جدید تأسیس‌شده	افزایش سهم استخدام در تولید با فناوری بالا و مشاغل خدماتی دانشی در کل اشتغال
توسعهٔ مهارت‌های مدیریتی و بازاریابی و آموزش کارکنان	افزایش همکاری با دانشگاه، مراکز فناوری و ...	افزایش مشارکت در ارزش افزودهٔ ناخالص ملی و منطقه‌ای
آغاز توسعهٔ کالا و خدمات جدید		تقویت بخش‌ها و خوشه‌های صنعتی
		پیشرفت در قابلیت‌های نوآورانه ملی، منطقه‌ای و بخشی
		بهبود رقابت‌پذیری صنعتی به صورت ملی و منطقه‌ای

نحوهٔ کدگذاری در جداول ۵ تا ۸ آمده است.

جدول ۵. نمونهٔ کدگذاری اولیه برای شناسایی خروجی‌های ابزارهای طرف تقاضای نوآوری

عبارت	کد اولیه
دولت در قالب خرید دولتی نوآورانه به تعیین سطوح عملکردی مشخص برای کالا و خدمات نوآورانه‌ای می‌پردازد که کالاهای موجود فاقد آن هستند (Aschhoff & Sofka, 2009)	خرید دولتی نوآورانه موجب خلق کالاها و خدمات جدید می‌شود.
آموزش کاربران، به ویژه بخش خصوصی، موجب آگاه‌سازی آنان از عملکرد نوآوری‌های توسعه‌یافته و غلبه بر عدم اقبال آنان برای کاربرد نوآوری‌ها می‌شود (Mohseni Kiasari et al., 2017)	آموزش موجب اکتساب/ انتقال فناوری‌های موجود می‌شود.

جدول ۶. نمونهٔ کدگذاری نهایی برای شناسایی خروجی‌های ابزارهای طرف تقاضای نوآوری

کد اولیه	کد نهایی
خرید دولتی نوآورانه موجب خلق کالاها و خدمات جدید می‌شود.	توسعهٔ کالاها و خدمات جدید
آموزش موجب اکتساب/ انتقال فناوری‌های موجود می‌شود.	اکتساب/ انتقال فناوری موجود

جدول ۷. نمونه ایجاد مضمون توصیفی برای خروجی‌های ابزارهای طرف تقاضای نوآوری

کد نهایی	مضمون توصیفی
توسعه کالاها و خدمات جدید	ایجاد راه‌حل جدید
اکتساب/ انتقال فناوری موجود	توسعه کاربرد راه‌حل موجود

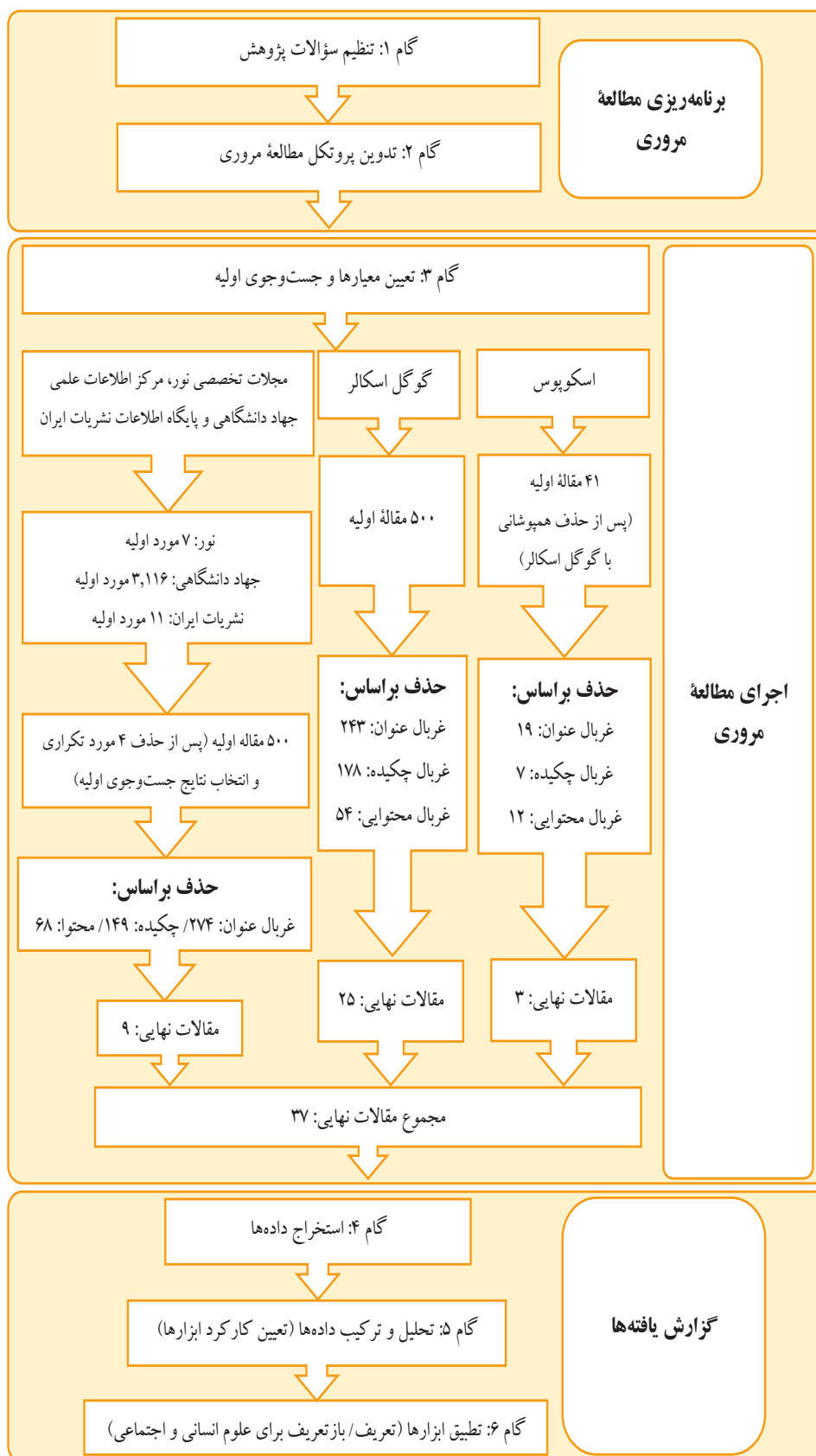
جدول ۸. نمونه ایجاد مضمون تحلیلی برای خروجی‌های ابزارهای طرف تقاضای نوآوری

مضمون توصیفی	مضمون تحلیلی
ایجاد راه‌حل جدید	بازارسازی
توسعه کاربرد راه‌حل موجود	توسعه بازار

تحلیل تطبیقی ابزارهای طرف تقاضا برای کاربردی کردن پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی

بر مبنای نتایج مرور نظام‌مند پیشنهاد می‌توان تمایزی معنادار میان دو دسته از ابزارها قائل شد: ابزارهای دارای کارکرد توسعه بازار، بر اساس منطق طراحی شده در سیاست‌های فناورانه، با ویژگی‌های «منافع اجتماعی» در علوم انسانی و اجتماعی همخوانی دارند و به گونه‌ای نسبتاً مستقیم، قابلیت تعمیم‌پذیری برای توسعه بازار را دارند (دارای خروجی فیزیکی و ملموس و آثار اقتصادی کوتاه تا میان‌مدت). در مقابل، ابزارهای دارای کارکرد بازارسازی، در شرایط موجود، فاقد تناسب لازم با ویژگی‌های «منافع سیاسی» این علوم‌اند و در نتیجه، فقط در صورت بازتعریف می‌توانند در مسیر بازارسازی مؤثر واقع شوند. تحلیل تطبیقی این ابزارها برای منافع سیاسی علوم انسانی و اجتماعی، بر اساس سه معیار اصلی انجام گرفته است: ۱) ماهیت مشارکت در فرایند خلق ارزش؛ ۲) دامنه زمانی بلندمدت تحقق آثار و نتایج؛ و ۳) نوع خروجی‌های تولیدشده (غیرملموس).

به منظور حفظ کیفیت و امانت‌داری پژوهش، از معیارهای چهارگانه کرسول و پات^۱ (۲۰۱۶) استفاده شد. بدین منظور، تحقق باورپذیری (نحوه نتیجه‌گیری بر حسب خروجی‌ها، پیامدها و تأثیرات)، به تأیید دو محقق دانشگاهی رسید. انتقال‌پذیری (ارائه اطلاعات کافی به خواننده) با ارائه گزارش پژوهش به سه پژوهشگر تأمین شد. معیار اطمینان‌پذیری (ایجاد امکان بازبینی از سوی سایر پژوهشگران) و معیار تأییدپذیری (تأیید نتایج از سوی سایر پژوهشگران) نیز با تعیین خروجی‌ها، پیامدها و تأثیرات ابزارهای طرف تقاضا و نقش آن در کاربردی‌سازی پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی توسط پژوهشگر دیگر حاصل شد. گام‌های انجام پژوهش در شکل ۲ آمده است.



شکل ۲. گام‌های انجام پژوهش

یافته‌های پژوهش

بر اساس تحلیل تطبیقی ابزارهای طرف تقاضا و با اتکا بر تمایز دوگانه منافع اجتماعی و سیاستی علوم انسانی و اجتماعی، می‌توان رویکرد متفاوتی در به‌کارگیری این ابزارها برای هر یک از این دو دسته از منافع اتخاذ کرد. ابزارهای دارای کارکرد «توسعه بازار» شامل مشوق‌های مالیاتی و اعطای یارانه خرید برای حمایت مستقیم از تقاضای خصوصی، فعالیت‌های آموزشی، آگاهی‌رسانی و تبلیغاتی در جهت حمایت غیرمستقیم از تقاضای خصوصی و مقررات‌گذاری برای ایجاد بازار، به طور نسبی برای «توسعه بازار منافع اجتماعی علوم انسانی و اجتماعی» تعمیم‌پذیرند. این ابزارها از منطبق فناوریانه فاصله چندانی ندارند، زیرا به ارتقای تقاضا برای محصولات موجود و ملموس (کالاها و خدمات فرهنگی، هنری، حرفه‌ای (مشاوره تخصصی)) با قابلیت خلق آثار ملموس اقتصادی کمک می‌کنند و موجب توسعه بازار می‌شوند. بنابراین، ابزارهای سیاستی طرف تقاضا در قالب «تحریک تقاضای خصوصی» و در مواردی «مقررات‌گذاری» می‌توانند بدون نیاز به بازتعریف مفهومی، به حوزه منافع اجتماعی علوم انسانی و اجتماعی تعمیم یابند. طی مدلی منطقی، این ابزارها موجب معرفی و اکتساب بیشتر کالاها و خدمات جدید با محتوای فرهنگی، هنری یا حرفه‌ای می‌شوند؛ خروجی‌هایی که افزایش فروش و درآمدزایی برای هنرمندان / متخصصان / پژوهشگران و رشد مصرف در صنایع خلاق و فرهنگی را در پی دارند. در بلندمدت، این پیامدها سهم کالاها و خدمات فرهنگی، هنری و حرفه‌ای در تولید ناخالص داخلی را افزایش می‌دهند.

برای بهره‌گیری از ابزارهای طرف تقاضا در مسیر «بازارسازی منافع سیاستی علوم انسانی و اجتماعی»، صرف تعمیم ابزارهای «تقاضای دولتی»، «حمایت غیرمستقیم از تقاضای خصوصی در قالب تعامل کاربر-عرضه‌کننده» و «مقررات‌سازی» کافی نیست و به‌کارگیری هر ابزار مستلزم بازتعریف بر اساس سه معیار تحلیلی، یعنی مشارکت فعال پژوهشگر و سیاست‌گذار، زمان‌بندی بلندمدت برای تحقق اثرگذاری و پذیرش خروجی‌های غیرملموس است. بازتعریف این ابزارها، طی مدلی منطقی موجب تولید خروجی‌هایی مانند پیشنهاد اصلاحات قانونی و تدوین بسته‌های سیاستی و اجرایی می‌شوند. پیامدهای آن نیز مشارکت دادن پژوهشگران در فرایند سیاست‌گذاری و درآمدزایی / سودآوری برای آنان است. این ابزارها در بلندمدت خود را به شکل اتخاذ تصمیمات مبتنی بر شواهد نشان می‌دهد.

برای نمونه، عقد قرارداد پژوهشی میان دانشگاه و نهادهای دولتی به عنوان یک ابزار خرید دولتی تنها زمانی با منطق بازارسازی برای منافع سیاستی علوم انسانی و اجتماعی سازگار است که در قالب پروژه‌های مسئله‌محور و مشارکتی تعریف شود. بنابراین، قراردادهای به تولید سناریوهای سیاستی منجر می‌شوند که به رغم خروجی

غیرملموس و تدریجی، در بلندمدت به اتخاذ سیاست‌های مبتنی بر شواهد می‌انجامند. در نمونه دیگر، سیاست‌های ارتقای در نظام دانشگاهی نیز می‌توانند به عنوان یک ابزار مقررات‌سازی، به ترویج مشارکت پژوهشگران در پروژه‌های سیاستی منجر شوند. برای تحقق این هدف، نظام ارتقا باید به‌گونه‌ای بازتعریف شود که فعالیت‌هایی چون مشارکت در تدوین اسناد سیاستی، به عنوان مصادیق تأثیر علمی شناخته شوند و مشمول امتیازدهی قرار گیرند. این سیاست نیز زمانی اثربخش خواهد بود که مشارکت‌ها با نهادهای عمومی به صورت بلندمدت تعریف شود و خروجی‌های غیرملموس، به ویژه در قالب تأثیر بر فرایند تصمیم‌گیری، در نظام ارزشیابی لحاظ شوند. در انتهای این بخش، نتایج مرور پیشینه و شناسایی خروجی‌ها، پیامدها و تأثیرات ناشی از کاربرد ابزارهای طرف تقاضا برای توسعه بازار / بازارسازی نوآوری‌های فناوریانه و سپس، معادل آن برای علوم انسانی و اجتماعی در جداول ۹ تا ۱۲ آمده است.

جدول ۹. شناسایی و دسته‌بندی ابزارهای طرف تقاضا دارای کارکرد توسعه بازار نوآوری‌های فناورانه در قالب مدل منطقی

دسته‌بندی ابزار	ابزار	کد اولیه	نوع فناوری	کد نهایی (پیامد)	کد نهایی (تأثیر)	منبع	توضیحات	مضمون تحلیلی
حمایت مستقیم از تقاضای خصوصی	مشوق مالیاتی	◇ ارائه مشوق‌های مالیاتی جهت پذیرش نوآوری‌های توسعه‌یافته	اکتساب/انتقال فناوری	تولید انبوه محصول/فروش کالاها و خدمات جدید/درآمدزایی/سودآوری برای کسب و کارهای فناور	ارتقای سهم محصولات فناور در تولید ناخالص داخلی	Jooriyan et al. (2017)	توسعه کاربرد راه‌حل بازار	توسعه بازار
	یارانه خرید	◇ تخصیص تسهیلات مالی و یارانه برای پذیرش نوآوری‌های توسعه‌یافته				Schmidt et al. (2010); Yazdi & Maleki (2019)		
حمایت غیرمستقیم از تقاضای خصوصی	آگاهی‌سازی	◇ تبلیغ محصولات نوآورانه، برگزاری نشست‌های دوجانبه، رویدادهایی مانند روزهای پژوهش یا مستندهای تلویزیونی، انتشار نتایج و آینده‌نگری‌ها به منظور اعتمادسازی نسبت به محصولات نوآورانه				Borrás & Edquist (2013); Hannon et al. (2015); Jooriyan et al. (2017)		
	کارزارهای اطلاع‌رسانی	◇ ارائه خدمات بازاریابی توسط شرکت‌های واسطه‌ای تبلیغاتی دولتی برای نوآوری‌های شرکت‌های فناورمحور				Mohseni Kiasari et al. (2017)		
	آموزش	◇ آموزش کاربران، به ویژه بخش خصوصی برای آگاه‌سازی آنان از عملکرد نوآوری‌های توسعه‌یافته				Jooriyan et al. (2017); Mohseni Kiasari et al. (2017)		
	مقررات ایجاد بازار	◇ تنظیم شرایط بازار توسط دولت برای شدت یافتن تقاضا				Alizadeh et al. (2021); Aschhoff & Sofka (2009); Bleda & Chicot (2020); Georghiou et al. (2014); Iossa et al. (2018); Jooriyan et al. (2017); Keohane et al. (2019); Reyes-Mercado et al. (2020)		

جدول ۱۰. شناسایی و دسته‌بندی ابزارهای طرف تقاضا دارای کارکرد بازارسازی برای نوآوری‌های فناورانه در قالب مدل منطقی

دسته‌بندی ابزار	ابزار	کد اولیه	کد (خروجی) نهایی	کد (پایه) نهایی	کد (تأثیر) نهایی	منبع	توصیفی مضمون	تحلیلی مضمون
تقاضای دولتی	بازدید دولتی	- درخواست راه‌حل نوآورانه از سوی دولت در راستای پاسخ به نیازها و چالش‌های اجتماعی برآورده‌نشده - تعیین سطوح عملکردی مشخص برای کالا و خدمات نوآورانه از سوی دولت که کالاهای موجود فعلی فاقد آن هستند	توسعه کالاهای خدمات جدید	نوآوری در محصول/خدمت/فرایند/راه‌اندازی خطوط تولید جدید/همکاری دولت با شرکت‌های فناور/درآمدزایی/سودآوری برای کسب و کارهای فناور	رشد قابلیت‌های نوآورانه ملی/ارتقای سهم تحقیق و توسعه از تولید ناخالص داخلی	Albano & Sparro (2010); Aschhoff & Sofka (2009); Bleda & Chicot (2020); Chicot & Matt (2018); Edquist & Zabala (2012); (2015); Fakour et al. (2018); Fartash & Khayatyan (2024); Georghiou et al. (2014); Guerzoni & Raiteri (2015); Iossa et al. (2018); Mohseni Kiasari et al. (2017); Noori et al. (2021); Patrucco et al. (2017); Raymond (2008); Razavi et al. (2019); Rocha (2019); Sönnichsen & Clement (2020); Uyarra et al. (2020); Yazdi & Maleki (2019)	ایجاد راه‌حل	بازارسازی
	بازدید واسطه‌ای	درخواست یک راه‌حل جدید (کالا یا خدمت) از سوی آژانس دولتی برای نیازها و چالش‌های اجتماعی برآورده‌نشده				Edler & Georghiou (2007); Fakour et al. (2018); Mohseni Kiasari et al. (2017); Yazdi & Maleki (2019)		
	حمایت غیرمستقیم از تقاضای خصوصی	حمایت دولت از شرکت‌ها برای آگاهی یافتن از نیازهای کاربران از طریق سازماندهی فروم‌های گفت‌وگو				Mohseni Kiasari et al. (2017)		
	مقررات کارایی محصول و تولید	تعیین سطوح عملکرد محصولات یا خدمات از نظر کیفیت و الزامات سازگاری سلامت، زیست‌محیطی و نظایر آن برای فناوری‌های توسعه‌یافته				Costantini et al. (2015); Keohane et al. (2019)		
	تدارکات پیش‌تجاری	- حمایت از تحقیق و توسعه محصولات نوآورانه که هنوز در بازار موجود نیستند - حمایت از تحقیق و توسعه و نمونه‌سازی/نمایش محصولات جدید (کالاهای و خدمات)				Brogaard (2017); Changelima & Mchopa (2024); Delina et al. (2021); Edquist, & Zabala-Iturriagoitia (2015); Iossa et al. (2018); Kelly & Young (2017); Kundu et al. (2020); Myoken (2010); Narimani et al. (2020); Obwegeser & Müller (2018); Yazdi & Maleki (2019)		

جدول ۱۱. دسته‌بندی ابزارهای طرف تقاضا برای توسعه بازار منافع اجتماعی پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی در قالب مدل منطقی

دسته‌بندی	ابزار	معادل خروجی	معادل پیامد	معادل تأثیر
حمایت مستقیم از تقاضای خصوصی	مشوق مالیاتی/ یارانه خرید	معرفی و اکتساب بیشتر کالاها و خدمات جدید با محتوای فرهنگی، هنری یا مشاوره‌ای تخصصی	افزایش تولید آثار فرهنگی و هنری و مشاوره‌ای تخصصی افزایش فروش و درآمدزایی برای هنرمندان/ متخصصان/ پژوهشگران علوم انسانی و اجتماعی	ارتقای سهم کالاها و خدمات فرهنگی، هنری و تخصصی در تولید ناخالص داخلی
حمایت غیرمستقیم از تقاضای خصوصی	آگاهی‌سازی/ کارزارهای اطلاع‌رسانی/ آموزش			
مقررات‌گذاری	مقررات ایجاد بازار			

جدول ۱۲. دسته‌بندی ابزارهای طرف تقاضا برای بازسازی منافع سیاستی پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی در قالب مدل منطقی

دسته‌بندی	ابزار	معادل خروجی	معادل پیامد	معادل تأثیر
تقاضای دولتی	خرید دولتی/ خرید واسطه‌ای	ایجاد مشاوره‌های سیاستی و مبتنی بر شواهد	مشارکت پژوهشگران در فرایند سیاست‌گذاری و شکل‌گیری هسته‌های میان‌رشته‌ای تحلیل مسائل عمومی درآمدزایی/ سودآوری برای پژوهشگران	افزایش شواهدمحوری در فرایند تصمیم‌سازی
حمایت غیرمستقیم از تقاضای خصوصی	تعامل کاربر-عرضه‌کننده			
مقررات‌گذاری	مقررات کارایی محصول و تولید			
رویکردهای نظام‌مند	تدارکات پیش‌تجاری			

بحث

پژوهش مرتبطی با کاربرد ابزارهای طرف تقاضا برای کاربردی‌سازی این علوم به چشم نمی‌خورد.

در واقع، مقاله در سطح روش‌شناسی، گامی فراتر از مطالعات پیشین برداشته است؛ یعنی از یک چارچوب منطقی استفاده کرده که دستاوردهای کوتاه‌مدت (خروجی)، میان‌مدت (پیامد) و بلندمدت (تأثیر) حاصل از به‌کارگیری ابزارها را مشخص می‌کند. در گام بعدی، استفاده از دسته‌بندی منافع فرادانشگاهی علوم انسانی و اجتماعی شامل منافع «اجتماعی» و «سیاستی»، موجب ایجاد تمایز مفهومی میان کارکرد ابزارها برای علوم انسانی و اجتماعی نیز شد: (۱) کارکرد توسعه بازار برای منافع اجتماعی و (۲) کارکرد بازسازی برای منافع سیاستی. این اقدام در حالی است که عمده مطالعات به بیان انواع منافع اجتماعی و سیاستی این علوم، مصادیق آنها و معیارهایی برای ارزیابی آن پرداخته‌اند؛ بدون آنکه به تفاوت‌های موجود میان این منافع و سازوکارهای مختص به هر یک برای رساندن آنها به ذی‌نفعان بپردازند. ما این شکاف پژوهشی را با تعریف سه معیار تحلیلی برای بازتعریف ابزارها در زمینه منافع سیاستی علوم انسانی و اجتماعی پر کرده‌ایم: (۱) مشارکت پژوهشگر و کاربر در فرایند پژوهش (۲) بلندمدت بودن دامنه زمانی تحقق منافع و (۳) غیرملموس بودن خروجی‌های سیاستی.

پژوهش حاضر در پاسخ به ضعف سیاستی موجود در دسته‌بندی ابزارهای طرف تقاضای نوآوری برای کاربردی‌سازی علوم انسانی و اجتماعی انجام شده است. «بازار» به‌مثابه بستری برای مبادله ارزش‌های اجتماعی، سیاستی و اقتصادی در نظر گرفته شده است. «تقاضا» نه به شکل اقتصادی، بلکه به‌مثابه نیازهای نهادی، اجتماعی و عمومی برای دریافت پاسخ از دانش انسانی و اجتماعی بازتعریف شده، در حالی که در ادبیات مرسوم، تقاضا یعنی نیاز یا خواسته‌ای که با اراده برای اقدام (مثلاً خرید، سفارش) همراه شود (Boon & Edler, 2018). ابزارهای طرف تقاضا نیز صرفاً سازوکارهایی برای تحریک خرید یا فروش محصولات فناورانه نیستند، بلکه به‌منزله سازوکارهایی برای سازمان‌دهی رابطه میان دانش، سیاست و جامعه‌اند.

پژوهش حاضر با عبور از سطح توصیف و با مدلی منطقی (شامل ورودی، فعالیت، خروجی، پیامد و تأثیر) و با مرور نظام‌مند پیشینه، به تعیین کارکردهای ابزارهای طرف تقاضا از حیث توسعه بازار و بازسازی پرداخت. اقدامی که هم به تعیین کارکردهای ابزارهای طرف تقاضا برای علوم فناورانه و هم برای علوم انسانی و اجتماعی منجر شد. در حالی که پیشینه ابزارهای طرف تقاضا در حوزه نوآوری‌های فناورانه عمدتاً بر معرفی ابزارهای این حوزه (Aschhoff & Sofka, 2009) و مفاهیم و کاربردهای ابزارها (Obwegeser & Müller, 2018) متمرکزند. در حوزه علوم انسانی و اجتماعی نیز

(Chung, 2015) هستند.

بازتعریف ابزارهای سیاستی طرف تقاضا برای بازارسازی منافع سیاستی پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی

با در نظر گرفتن اینکه فعالیت‌های پژوهشی متخصصان علوم انسانی و اجتماعی، موجب ریشه‌یابی مسائل کلان و تدوین و اصلاح سیاست‌های این حوزه در قالب منافع سیاستی می‌شود (Ghazinoory et al., 2025)، ابزارهای معطوف بر تقاضای دولتی (خرید دولتی)، تحریک غیرمستقیم تقاضای خصوصی (تعامل کاربر-عرضه‌کننده)، مقررات‌سازی (مقررات کارایی محصول/تولید) و رویکردهای نظام‌مند در قالب خرید پیش‌تجاری، با قابلیت بازارسازی، موجب ایجاد بازار برای منافع سیاستی می‌شوند.

بدین ترتیب ابزارهایی مانند تعریف پروژه‌های نیازمحور در قالب خرید دولتی پژوهش (British Academy, 2008)، شبکه‌سازی میان نهادهای سیاست‌گذار و پژوهشگران و تعریف برنامه‌های اعزام و استقرار بلندمدت پژوهشگران در بخش صنعت و نهادهای سیاست‌گذار برای ایجاد زبان و درک مشترک از نیازهای این نهادها و قابلیت پژوهشگران در پاسخ به آن (Coates Ulrichsen & Athanassopoulou, 2024)، الزامات نهادی برای مشارکت فعال و استفاده از پژوهش در تصمیم‌سازی به عنوان معیاری برای ارتقای دانشگاهیان و سیاست‌های نظام‌مند مبتنی بر یافتن شرکای مالی در جهت تأمین مالی پروژه‌های مسئله‌محور و مطابق با نیازهای جامعه و تبدیل آنها به سیاست‌های مؤثر در آینده به عنوان نوعی خرید خدمات تحقیق و توسعه (تدارکات پیش‌تجاری) (British Academy, 2008)، در خدمت بازارسازی برای منافع سیاستی علوم انسانی و اجتماعی‌اند. این ابزارها، در صورتی‌که بازتعریف شوند، می‌توانند خروجی‌هایی همچون مشاوره‌های سیاستی مبتنی بر شواهد را موجب شوند که در میان مدت موجب افزایش تعامل نهادهای عمومی و جامعه علمی و درآمدزایی برای پژوهشگران می‌شوند و در بلندمدت به اتخاذ تصمیمات سیاستی مبتنی بر شواهد منجر می‌شوند.

در حوزه نوآوری‌های حاصل از پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی، کارفرما یا تأمین‌کننده، نهادهای سیاست‌گذار هستند. عرضه‌کننده، پژوهشگران علوم انسانی و اجتماعی و مصرف‌کننده نهایی، جامعه به طور غیرمستقیم و نهاد اجرایی به طور مستقیم است؛ چرا که وضع/اصلاح سیاست‌هایی در حوزه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، سلامت، محیط زیست و علم و فناوری، پس از تأمین منافع سیاست‌گذاران در راستای پاسخ به چالش‌های کلان، موجب منفعت عمومی برای جامعه می‌شود (Ghazinoory et al., 2025). در حالی‌که در نوآوری‌های فناورانه، به ویژه تقاضای دولتی، دولت در قالب بنگاه‌های تجاری، تأمین‌کننده و مصرف‌کننده نوآوری است و

تعریف ابزارهای سیاستی طرف تقاضا برای توسعه بازار منافع اجتماعی پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی

فعالیت‌های فرهنگی، هنری و مشاوره‌های تخصصی پژوهشگران علوم انسانی و اجتماعی، موجب خلق منافع اجتماعی دارای ارزش ابزاری در قالب رشد صنایع خلاق، بهبود وضعیت اقتصادی جامعه و درآمدزایی برای فعالان این حوزه می‌شود (Ghazinoory et al., 2025). از آنجا که در حوزه منافع اجتماعی این علوم، با خروجی‌های فیزیکی و ملموسی مانند نت موسیقی، فیلمنامه، طراحی، اجرا، نمایش، نقاشی، انیمیشن، شعر، رمان، عکس، مجسمه، فیلم، ویدئو و مشاوره‌های تخصصی (Bazeley, 2006; Ghazinoory et al., 2023) آن هم با قابلیت خلق آثار اقتصادی ملموس روبه‌رو هستیم، بنابراین، ابزارهای تحریک مستقیم تقاضای خصوصی و مقررات‌سازی (دارای کارکرد توسعه بازار) را که برای نوآوری‌های فناورانه و دارای خروجی‌های و آثار اقتصادی ملموس به کار می‌روند، در این حوزه نیز می‌توان به کار برد. نمونه آن اعطای بن خرید یا کالابگ فرهنگی به کارکنان و شهروندان برای شرکت در رویدادهای فرهنگی و هنری (Moridi & Taqizadegan, 2011)، راهاندازی صندوق حمایت از صنایع خلاق و بومی، برگزاری جشنواره‌ها و مسابقات مردمی و گسترش فعالیت‌های رسانه‌ای با توجه به ظرفیت بالای این صنایع در خلق ثروت (Gharanfoli & Rabbani, 2022) است. همچنین، اتخاذ تمهیدات قانونی برای فراهم‌سازی امکان فعالیت هنرمندان در فضاهای عمومی و شهری مانند اجرای موسیقی خیابانی یا استفاده از نماهای ساختمانی برای خلق آثار هنری و نیز در نظر گرفتن امکانات رفاهی برای استقرار و فعالیت این هنرمندان (Wahba & Chun, 2022) نمونه‌ای از به‌کارگیری ابزارهای مقررات‌گذاری است که موجب افزایش تقاضا برای آثار فرهنگی و هنری می‌شود.

باید توجه داشت که تفاوت موجود در به‌کارگیری این ابزارها برای علوم انسانی و اجتماعی، به تفاوت در تأمین‌کننده، عرضه‌کننده و مصرف‌کنندگان نوآوری (کالا و خدمات فرهنگی، هنری و تخصصی) و هدف سیاستی ناشی از کاربرد ابزار بازمی‌گردد. بدین صورت که در زمینه منافع اجتماعی علوم انسانی و اجتماعی، دولت با هدف معرفی و فروش بیشتر کالاها و خدمات فرهنگی، هنری و حرفه‌ای (مشاوره‌های تخصصی)، تأمین منابع و پشتیبانی را بر عهده دارد. هنرمندان و مؤسسات فرهنگی، هنری یا مشاوره‌ای، عرضه‌کننده کالا و خدمات‌اند و این حمایت‌ها متوجه پاسخگویی به نیازهای اجتماعی عموم مردم در راستای علاقه به تاریخ، فرهنگ، عقاید و زبان خود و کیفیت زندگی (Holm, Jarrick, & Scott, 2015) و همچنین نهادهای دولتی‌اند (مانند اعطای بن خرید فرهنگی به کارکنان دولت). در مقابل، در حوزه نوآوری‌های فناورانه، عرضه‌کنندگان نوآوری معمولاً شرکت‌های فناور و متقاضیان آن نیز عمدتاً بنگاه‌های صنعتی یا در برخی موارد، افراد جامعه مانند خریداران پل‌های خورشیدی (Chang, Lin &

شرکتهای فناور/ فناوران عرضه‌کننده نوآوری‌اند (Edler, 2013). در مواردی همچون مقررات‌سازی، الزام دولتی در رعایت برخی الزامات نظیر موارد زیست‌محیطی هنگام انجام نوآوری‌ها، جامعه نیز با بهرهمندی از این نوآوری‌های می‌تواند مصرف‌کننده نوآوری باشد (Iossa, Biagi & Valbonesi, 2018).

بر خلاف ابزارهای فناورانه، پژوهشگر در اینجا صرفاً عرضه‌کننده محصول نیست، بلکه باید در تعریف مسئله، فرایند تحقیق و تدوین راهکار مشارکت داشته باشد. مثلاً، برای آنکه مقرراتی مانند منوط کردن ارتقای اعضای هیئت علمی به مشارکت در سیاست‌گذاری عمومی بتواند در خدمت بازسازی منافع سیاستی علوم انسانی و اجتماعی قرار گیرد، باید به‌گونه‌ای بازطراحی شود که با ماهیت این علوم همخوانی داشته باشد. اولاً، مشارکت پژوهشگر در سیاست‌گذاری باید فراتر از حضور نمادین تلقی شود و شامل تعامل واقعی و مستمر در فرایندهای طراحی، اجرا و ارزیابی سیاست‌ها باشد؛ به‌طوری که پژوهشگر بتواند در چارچوب پروژه‌های مسئله‌محور، تحلیل‌های انتقادی یا طراحی مداخلات نهادی ایفای نقش کند. ثانیاً، مقررات ارتقا باید به پژوهشگر زمان کافی برای اثرگذاری بلندمدت بدهند، زیرا منافع سیاستی این علوم، به صورت تدریجی، غیرخطی و در طول زمان محقق می‌شوند. بنابراین، ارزیابی چنین مشارکت‌هایی نباید بر خروجی‌های فوری و قابل اندازه‌گیری متمرکز باشد، بلکه باید مبتنی بر فرایند مشارکت، کیفیت تعامل و امکان‌سنجی اثرگذاری در بلندمدت باشد. ثالثاً، نوع خروجی‌های مورد انتظار باید با ماهیت این علوم سازگار

باشد؛ بدین معنا که اسنادی همچون توصیه‌های سیاستی به عنوان خروجی‌های ارزشمند تلقی شوند.

در مثال دیگری، تدارکات پیش‌تجاری (به عنوان یکی از ابزارهای رویکردهای نظام‌مند) نوعی خرید خدمات تحقیق و توسعه توسط دولت منوط به تهیه نمونه اولیه و بدون ساخت محصول نهایی است (Delina, Gróf & Dráb, 2021). اگر این ابزار با ماهیت علوم انسانی و اجتماعی همسو شود، می‌تواند به شکل‌گیری تدریجی دانش و راهکارهایی کمک کند که در آینده در سیاست‌گذاری استفاده شوند. در چنین بازتعریفی، تمرکز از نتیجه‌گرایی فوری برداشته شده و امکان مشارکت فعال پژوهشگر از مرحله شناسایی مسئله تا تبیین راهکار فراهم می‌شود. فرایندهایی همچون تولید تحلیل‌های سیاستی که معمولاً زمان‌بر و غیرملموس‌اند، در این چارچوب جایگاهی رسمی و مشروع می‌یابند. از این منظر، تدارکات پیش‌تجاری می‌تواند به ابزاری برای سرمایه‌گذاری دولت در ظرفیت فکری دانشگاه‌ها و پژوهشگران علوم انسانی و اجتماعی بدل شود؛ ظرفیتی که اگرچه خروجی‌اش به سرعت قابل مشاهده نیست، اما در بلندمدت زیرساخت تصمیم‌سازی عمومی را غنی‌تر می‌کند.

نتیجه‌گیری

در این بخش، ابزارهای طرف تقاضای نوآوری برای کاربردی کردن پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی در قالب شکل ۳ دسته‌بندی شده‌اند.



شکل ۳. دسته‌بندی ابزارهای طرف تقاضای نوآوری برای کاربردی کردن پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی

پژوهش حاضر مانند دیگر پژوهش‌ها با محدودیت‌های خارج از کنترل محقق روبه‌رو بوده که بر روند انجام و یافته‌های آن تأثیر گذاشته است. یکی از آنها محدود بودن پیشینه به بررسی مدل‌ها و روش‌های ارزیابی تأثیرات علوم انسانی و اجتماعی و ارائه مصادیقی از تأثیرات و تأکید بر لزوم کاربردی‌سازی علوم انسانی و اجتماعی با ارائه راهکارهایی پراکنده بدون ساختار مشخص بوده است. نکته جالب توجه در این راهکارها، بی‌توجهی به نقش ابزارهای سیاستی، به ویژه از بعد تقاضا برای کاربردی کردن این علوم است که گردآوری و انتخاب منابع مناسب برای پژوهش را با دشواری مواجه کرده است. چالش دیگر، توجه ناکافی پژوهشگران به تعریف و ارائه مصادیقی از نوآوری در علوم انسانی و اجتماعی بوده که بررسی ابزارهای سیاستی طرف تقاضای نوآوری را دشوار ساخته است. بدین ترتیب، بررسی مفهوم نوآوری در علوم انسانی و اجتماعی، دسته‌بندی انواع نوآوری‌ها در این علوم، بررسی ابزارهای سیاستی نوآوری چه در بعد عرضه و چه تقاضا و نیز ارائه مصادیقی از این ابزارها با توجه به ماهیت متفاوت علوم انسانی و اجتماعی در خلق ارزش، می‌توانند موضوع پژوهش‌های آتی قرار گیرند.

بر اساس دسته‌بندی ابزارهای طرف تقاضا و تحلیل تطبیقی انجام‌شده، کاربردی‌سازی پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی مستلزم طراحی سیاست‌هایی است که از منطق فناورانه و اقتصادمحور فاصله بگیرند و با منطق تعامل‌محور، ارزشی و چندبعدی این علوم هم‌راستا باشند. پیشنهادهای سیاستی زیر به تحقق چنین هدفی کمک خواهند کرد:

♦ حمایت هدفمند از تقاضای خصوصی برای محصولات فرهنگی

و هنری: ابزارهایی همچون بن خرید فرهنگی، یارانه‌های مصرف، جشنواره‌ها و تبلیغات فرهنگی، با سازوکارهای حمایتی پایدار و پوشش گسترده‌تری در سطح ملی اجرا شوند تا سهم کالاها و خدمات فرهنگی و هنری در تولید ناخالص داخلی افزایش یابد.

♦ بازتعریف خرید دولتی در قالب پروژه‌های مسئله‌محور

مشارکتی: قراردادهای پژوهشی دولتی باید از مدل سنتی سفارش-پژوهش فاصله بگیرند و به پروژه‌های مشترک میان دانشگاه و نهادهای سیاست‌گذار تبدیل شوند که به تولید بسته‌های سیاستی و اصلاحات قانونی منجر شوند.

♦ ایجاد سازوکار نهادی برای تعامل مستمر پژوهشگر و

سیاست‌گذار: پیشنهاد می‌شود پلتفرم‌های گفت‌وگوی دائمی و کارگروه‌های بین‌رشته‌ای ایجاد شوند تا انتقال دانش و تحلیل‌های علوم انسانی و اجتماعی به فرایند تصمیم‌سازی تضمین شود.

♦ اصلاح نظام ارتقای دانشگاهی: فعالیتهایی مانند تدوین اسناد

سیاستی، مشارکت در شوراهای مشورتی و ایفای نقش تحلیلی مؤثر در سیاست‌گذاری به‌عنوان معیارهای امتیازدهی به منظور ارتقای اعضای هیئت علمی و دانشگاهیان لحاظ شود.

♦ راه‌اندازی و تقویت برنامه‌های فرصت مطالعاتی در دستگاه‌های

اجرایی: برای تقویت پیوند میان جامعه علمی و عرصه سیاست‌گذاری، پیشنهاد می‌شود برنامه‌ای سازمان‌یافته به صورت محدود و مرحله‌ای طراحی شود که بر اساس آن، شماری از پژوهشگران برجسته علوم انسانی و اجتماعی که از طریق فراخوان موضوع‌محور و فرایند ارزیابی علمی برگزیده می‌شوند، برای مدت معین در برخی نهادهای سیاست‌گذار حضور یابند. چنین سازوکاری از یک‌سو امکان بهره‌گیری هدفمند دستگاه‌ها از ظرفیت پژوهشی را فراهم می‌سازد و از سوی دیگر تجربه مشارکت در سیاست‌گذاری را برای پژوهشگران تقویت می‌کند، بی‌آنکه بار اجرایی سنگینی بر دوش دستگاه‌ها تحمیل شود.

♦ بازنگری مقررات شهری برای اختصاص فضاهای عمومی به

فعالیت‌های فرهنگی و هنری: اصلاح مقررات شهری برای اختصاص پایدار و رایگان بخشی از فضاهای عمومی (مانند میدان‌ها، دیوارهای شهری و تالارها) به فعالیت‌های فرهنگی و هنری برای توسعه بازار این محصولات پیشنهاد می‌شود.

♦ برگزاری کارزارهای ملی آگاهی‌رسانی درباره آثار علوم انسانی

و اجتماعی: طراحی و اجرای کارزارهای ملی برای معرفی آثار و خدمات علوم انسانی و اجتماعی، با همکاری وزارت فرهنگ و رسانه‌ها، شامل تبلیغات تلویزیونی، رویدادهای عمومی و پلتفرم‌های دیجیتال موجب افزایش تقاضای بازار از طریق اعتمادسازی و ارتقای شناخت عمومی می‌شوند.

♦ تدوین و اجرای برنامه ملی حمایت از صادرات خدمات و

محصولات علوم انسانی و اجتماعی: با توجه به ظرفیت برخی محصولات مانند صنایع خلاق برای حضور در بازارهای خارجی، پیشنهاد می‌شود بسته‌های حمایتی از جمله آموزش صادرات، تسهیل حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی و حمایت حقوقی فراهم شود.

♦ توسعه برنامه‌های آموزشی برای ارتقای سواد سیاستی

پژوهشگران: یافته‌ها نشان داد که ضعف شناخت از فرایند سیاست‌گذاری، مانع اثرگذاری پژوهشگران علوم انسانی و اجتماعی است. دوره‌های آموزشی مشترک بین دانشگاه‌ها و مدارس حکمرانی می‌تواند پژوهشگران را با زبان و منطق سیاست‌گذاری آشنا کند.

References

- Abbaspour, A., Ghorbani Paji, A., & Namvar Arabani, Z. (2023). Soft modeling of factors affecting the commercialization of humanities. *Iranian Higher Education*, 14 (4), 35-54. (Persian)
DOI: 20.1001.1.20088000.1401.14.4.3.0
- Aghaei, P., Ghazinoory, S. S., & Pakzad Bonab, M. (2022). Humanities and social sciences participation channels in innovation ecosystems: Implications for policy making. *Journal of Iranian Public Administration Studies*, 5 (4), 31-64. (Persian).
DOI: 10.22034/jipas.2023.343752.1403.
- Albano, G. L., & Sparro, M. (2010). Flexible strategies for centralized public procurement. *Review of Economics and Institutions*, 1 (2), 1-32. DOI: 10.5202/rei.v1i2.17
- Alizadeh, P., Safdari Ranjbar, M., & Fartash, K. (2021). An Investigation into the Maximum Utilization of National Production and Service Capacity Act. *Journal of Science and Technology Policy*, 14 (1), 55-70. (Persian) DOI: 10.22034/jstp.2021.13887
- Aschhoff, B., & Sofka, W. (2009). Innovation on demand—Can public procurement drive market success of innovations? *Research policy*, 38 (8), 1235-1247. DOI: 10.1016/j.respol.2009.06.011
- Bakhshi, H., Schneider, P., & Walker, C. (2009). Arts and humanities research in the innovation system: The UK example. *Cultural Science Journal*, 2 (1), 1-23. DOI: 10.5334/csci.19.
- Bleda, M., & Chicot, J. (2020). The role of public procurement in the formation of markets for innovation. *Journal of Business Research*, 107, 186-196. DOI: 10.1016/j.jbusres.2018.11.032.
- Boon, W., & Edler, J. (2018). Demand, challenges, and innovation. Making sense of new trends in innovation policy. *Science and Public Policy*, 45 (4), 435-447. DOI: 10.1093/scipol/scy014.
- Borrás, S., & Edquist, C. (2013). The choice of innovation policy instruments. *Technological Forecasting and Social Change*, 80 (8), 1513-1522. DOI: 10.1016/j.techfore.2013.03.002.
- Braesemann, F., & Marpe, M. (2023). *How to foster innovation in the social sciences? Qualitative evidence from focus group workshops at Oxford University*. arXiv:2309.06875.
DOI: 10.48550/arXiv.2309.06875
- British Academy. (2008 September). *Punching our weight: The humanities and social sciences in public policy making*. Retrieved from: [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://heranet.info/assets/uploads/2017/11/Punching-our-weight-the-humanities-and-social-sciences-in-public-policy-making-British-Academy.pdf](https://heranet.info/nbmnnnibpcajpcglclefindmkaj)
- British Academy. (2010). *Past, present and future: The public value of the humanities and social sciences*. London: British Academy.
- Brogaard, L. (2017). Innovation and value in pre-commercial procurement: A systematic evaluation of national experiences. *Journal of Strategic Contracting and Negotiation*, 3 (3), 137-156. DOI: 10.1177/2055563618799065.
- Chang, K. C., Lin, W. M., & Chung, K. M. (2015). Incentives to using solar thermal energy in Taiwan. *Renewables: Wind, Water, and Solar*, 2 (1), 8. DOI: 10.1186/s40807-015-0008-y
- Changalima, I. A., & Mchopa, A. D. (2024). Trends in public procurement and innovation: A bibliometric analysis and future research agenda. *SAM Advanced Management Journal*, 89 (3), 224-252. DOI: 10.1108/SAMAMJ-07-2024-0037
- Chicot, J., & Matt, M. (2018). Public procurement of innovation: a review of rationales, designs, and contributions to grand challenges. *Science and Public Policy*, 45 (4), 480-492. DOI: 10.1093/scipol/scy012.
- Coates Ulrichsen, T., & Athanassopoulou, N. (2024). Commercialising social science research: Insights from the University of Cambridge on key barriers, enablers and pathways to success. Retrieved from: <https://www.repository.cam.ac.uk/items/7be2b988-2c81-46e0-8d0f-606eb23bdef6>
DOI: 10.17863/CAM.107657
- Costantini, V., Crespi, F., Martini, C., & Pennacchio, L. (2015). Demand-pull and technology-push public support for eco-innovation: The case of the biofuels sector. *Research Policy*, 44 (3), 577-595. DOI: 10.1016/j.respol.2014.12.011.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Thousand Oaks: Sage publications.
- Delina, R., Gróf, M., & Dráb, R. (2021). Understanding the determinants and specifics of pre-commercial procurement. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16 (2), 80-100. DOI: 10.4067/S0718-18762021000200107
- Edler, J. (2013). Review of policy measures to stimulate private demand for innovation. Concepts and effects. *Compendium of Evidence on The Effectiveness of Innovation Policy Intervention*, 13, 44.

- Edler, J., & Georghiou, L. (2007). Public procurement and innovation—Resurrecting the demand side. *Research Policy*, 36 (7), 949-963.
DOI: 10.1016/j.respol.2007.03.003
- Edquist, C. (2015). *Innovation-related public procurement as a demand-oriented innovation policy instrument* (No. 2015/28). Lund University, CIRCLE-Centre for Innovation Research.
- Edquist, C., & Zabala-Iturriagoitia, J. M. (2012). Public procurement for innovation as mission-oriented innovation policy. *Research Policy*, 41 (10), 1757-1769. DOI: 10.1016/j.respol.2012.04.022.
- Edquist, C., & Zabala-Iturriagoitia, J. M. (2015). Pre-commercial procurement: a demand or supply policy instrument in relation to innovation? *R&D Management*, 45 (2), 147-160.
DOI: 10.1111/radm.12057.
- Fakour, B., Hajihoseini, H., & Ansari, M. T. (2018). Innovation-oriented public procurement: An important instrument of demand side innovation policy. *Rahyaft*, 28 (71), 83-98. (Persian)
- Fartash, K., & Khayatyan, M. S. (2024). An analysis of the imperatives to enhance Public Procurement for Innovation (PPI) to support knowledge-based companies in the water and power industry of Iran. *Quarterly Journal of Governance Knowledge*, 2 (2), 60-97. (Persian) DOI: 10.22034/jokog.2024.201820.
- Georghiou, L., Edler, J., Uyarra, E., & Yeow, J. (2014). Policy instruments for public procurement of innovation: Choice, design and assessment. *Technological forecasting and social change*, 86, 1-12. DOI: 10.1016/j.techfore.2013.09.018
- Gharanfoli, M., & Rabbani, M. (2022). Market development and reviving knowledge and skills in indigenous and creative industries. *Science Cultivation*, 12 (2), 142-149. (Persian)
DOI: 20.1001.1.2008935.1401.12.2.6.8
- Ghazinoory, S., Farazkish, M., Nasri, S., & Mardani, A. (2023). Designing a Science, Technology, and Innovation (STI) evaluation dashboard: A comprehensive and multidimensional approach. *Technology Analysis & Strategic Management*, 35 (8), 1005-1023. DOI: 10.1080/09537325.2021.1990877
- Ghazinoory, S., Mesma Khosroshahi, E., Sarabadani, A., Pakzad, M., & Fatemi, M. (2025). How does Humanities and Social Sciences (HSS) research benefit society? *Research Evaluation*, 34, rvaf016. DOI: 10.1093/reseval/rvaf016
- Ghazinoory, S., Sajadifar, M., & mohammad hashemi, Z. (2020). Providing a logic model of fiscal and tax policy instruments on the law for supporting Knowledge-Based Firms (KBFs). *Rahyaft*, 29 (4), 67-84. (Persian) DOI: 10.22034/rahyaft.2020.13799
- Golhasany, H., Hosseini, T., & Hassanzadeh, M. (2021). Challenges to creating impact in humanities and social sciences in Iran: A Grounded Theory analysis. *Sciences and Techniques of Information Management*, 7 (2), 141-174. (Persian)
DOI: 10.22091/stim.2020.5770.1415
- Goudarzi, R., Hosseini, S. R., & Tabaian, S. K. (2019). Academic entrepreneurship development framework in the Humanities in Iran. *Journal of Entrepreneurship Development*, 11 (4), 661-679. (Persian)
DOI: 10.22059/jed.2019.272159.652843
- Guerzoni, M., & Raiteri, E. (2015). Demand-side vs. supply-side technology policies: Hidden treatment and new empirical evidence on the policy mix. *Research Policy*, 44 (3), 726-747.
DOI: 10.1016/j.respol.2014.10.009
- Hannon, M. J., Foxon, T. J., & Gale, W. F. (2015). 'Demand pull' government policies to support Product-Service System activity: The case of Energy Service Companies (ESCos) in the UK. *Journal of cleaner production*, 108, 900-915.
DOI: 10.1016/j.jclepro.2015.05.082
- Hazelkorn, E., Ryan, M., Gibson, A., & Ward, E. (2013). Recognising the value of the Arts and Humanities in a time of austerity. Retrieved from: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://arrow.tudublin.ie/cgi/viewcontent.cgi?article=1042&context=cserrep
- Holm, P., Jarrick, A., & Scott, D. (2015). *Humanities world report 2015*. Berlin: Springer Nature.
- Iossa, E., Biagi, F., & Valbonesi, P. (2018). Pre-commercial procurement, procurement of innovative solutions and innovation partnerships in the EU: Rationale and strategy. *Economics of Innovation and New Technology*, 27 (8), 730-749.
DOI: 10.1080/10438599.2017.1402431
- Jooriyan, N., Siavashi, E., Noori, J., & Abbasi, M. (2017). Identifying demand- driven policy instruments and locating instruments in the stages of product life cycle. *Journal of Technology Development Management*, 5 (3), 61-82. (Persian)
DOI: 10.22104/jtdm.2018.2326.1793
- Kalu, M. E., & Norman, K. E. (2018). Step by step process from logic model to case study method as an approach to educational programme evaluation. *Global Journal of Educational Research*, 17 (1), 73-85. DOI: 10.4314/gjedr.v17i1.10

- Kelly, C. J., & Young, A. J. (2017). Promoting innovation in healthcare. *Future Healthcare Journal*, 4 (2), 121-125. DOI: 10.7861/futurehosp.4-2-121
- Keohane, N. O., Revesz, R. L., & Stavins, R. N. (2019). The choice of regulatory instruments in environmental policy. *Environmental law*, 491-545. DOI: 10.4324/9781315194288-10
- Kundu, O., James, A. D., & Rigby, J. (2020). Public procurement and innovation: A systematic literature review. *Science and Public Policy*, 47 (4), 490-502. DOI: 10.1093/scipol/scaa029
- Mahmoudpour, B., Rahimian, H., Abbaspour, A., & Delavar, A. (2012). Recognition of challenges facing the commercialization research in humanities with present a grounded theory. *Journal of New Approaches in Educational Administration*, 3 (3), 1-25. (Persian)
- Mehrabi, G., abbaspour, A., Delavar, A., & Khorsandi Taskooh, A. (2022). Identifying the factors contributing to quality of academic research in humanities and social sciences. *Journal of Research in Educational Systems*, 16 (56), 5-21. (Persian)
- Mesma- Khosroshahi, E., Ghazinoory, S., Pakzad, M., Sarabadani, A., & Aghaei, P. (2024). A systematic review of the concept of innovation in humanities and social sciences. *Journal of Innovation and Creativity in Human Science*, 14 (53), 26-52. (Persian)
- Mohseni Kiasari, M., Mohammadi, M., Jafarnejad, A., Garousi Mokhtarzadeh, N., & Asadifard, R. (2017). Classification of demand-based innovation policy tools using meta-synthesis approach. *Innovation Management Journal*, 6 (2), 109-138. (Persian) DOI: 20.1001.1.20080840.1398.12.2.33.8
- Moridi, M.R., & Taqizadegan, M. (2011). Policymaking and social planning for the development of economic activities in the cultural sector: Evaluation of mega-plans to boost the Iranian art market in the 2000s. *Iranian Sociological Studies*, 1 (2), 109-131. (persian)
- Mousavi, A. (2015). Innovation system in humanities sciences. *Methodology of Social Sciences and Humanities*, 21 (82), 143-169. (Persian)
- Myoken, Y. (2010). Demand-orientated policy on leading-edge industry and technology: Public procurement for innovation. *International Journal of Technology Management*, 49 (1-3), 196-219. DOI: 10.1504/IJTM.2010.029418
- Narimani, M., Remezani, H., & Shalbafi, M. (2020). Using government procurement policy tool in Iran: Pre-commercial public procurement for innovation or government procurement for supporting innovation? (A multi case study at the center for national macro technology projects). *Journal of Technology Development Management*, 8 (1), 127-151. (Persian) DOI: 10.22104/jtdm.2020.3575.2240
- Noori, J., karimi, T., & Jooriyan, N. (2021). A framework for leveraging government procurement in technology and innovation development. *Strategic Studies of Public Policy*, 11 (39), 2-22. (Persian)
- Obwegeser, N., & Müller, S. D. (2018). Innovation and public procurement: Terminology, concepts, and applications. *Technovation*, 74-45, 1-17. DOI: 10.1016/j.technovation.2018.02.015
- Patrucco, A. S., Luzzini, D., & Ronchi, S. (2017). Research perspectives on public procurement: Content analysis of 14 years of publications in the journal of public procurement. *Journal of Public Procurement*, 17 (2), 229-269. DOI: 10.1108/JOPP-17-02-2017-B003
- Pedersen, D. B., Grønvad, J. F., & Hvidtfeldt, R. (2020). Methods for mapping the impact of social sciences and humanities— A literature review. *Research Evaluation*, 29 (1), 4-21. Doi: 10.1093/reseval/rvz033
- Raymond, J. (2008). Benchmarking in public procurement. *Benchmarking: An International Journal*, 15 (6), 782-793. DOI: 10.1108/14635770810915940
- Razavi, M. R., Daneshkohan, H., & Boushehri, A. (2019). A framework for effective factors of designing public procurement policy for innovation and technology development in IRAN. *Journal of Science and Technology Policy*, 12 (4), 63-75. (Persian) DOI: jstp.2020.11.4.1116
- Reale, E., Avramov, D., Canhial, K., Donovan, C., Flecha, R., Holm, P., ... & Van Horik, R. (2018). A review of literature on evaluating the scientific, social and political impact of social sciences and humanities research. *Research Evaluation*, 27 (4), 298-308. DOI: 10.1093/reseval/rvx025
- Reale, E., Primeri, E., Flecha, R., Soler, M., Oliver, E., Puigvert, L., & Donovan, C. (2014). *Report 1. State of the art in the scientific, policy and social impact of SSH research and its evaluation.*
- Reyes-Mercado, P., Angeles, A., & Larios-Hernández, G. J. (2020). Demand-oriented innovation policy: Mapping the field and proposing a research agenda for developing countries. *Journal of Evolutionary Studies in Business*, 5 (1), 158-181. DOI: 10.1344/jesb2020.1.j071
- Robertson, M., Gottschalk, T., & Wheeler, J. (2024). The CARL library impact framework: A logic model approach to impact assessment for research libraries. *Partnership*, 18 (2), 1-16.

- DOI: 10.21083/partnership.v18i2.7612
- Rocha, F. (2019). Does public procurement for innovation increase innovative efforts? The case of Brazil. *Revista Brasileira de Inovação*, 18 (01), 37-62. DOI: 10.20396/rbi.v18i1.8653575
- Schmidt, J. O., Ensor, T., Hossain, A., & Khan, S. (2010). Vouchers as demand side financing instruments for health care: A review of the Bangladesh maternal voucher scheme. *Health Policy*, 96 (2), 98-107. DOI: 10.1016/j.healthpol.2010.01.008
- Sönnichsen, S. D., & Clement, J. (2020). Review of green and sustainable public procurement: Towards circular public procurement. *Journal of Cleaner Production*, 245, 118901. DOI: 10.1016/j.jclepro.2019.118901
- Spaapen, J., & Sivertsen, G. (2020). Assessing societal impact of SSH in an engaging world: Focus on productive interaction, creative pathways and enhanced visibility of SSH research. *Research Evaluation*, 29 (1), 1-3. DOI: 10.1093/reseval/rvz035
- Taqizadeh Kerman, N., Hosseinqolizadeh, R., & Javidi Kalate Ja'farabadi, T. (2015). A pathological study of knowledge creation in humanities research centers. *Strategy for Culture*, 8 (30), 161-188. (Persian)
- Thomas, J., & Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC Medical Research Methodology*, 8, 1-10. DOI: 10.1186/1471-2288-8-45
- Uyarra, E., Zabala-Iturriagoitia, J. M., Flanagan, K., & Magro, E. (2020). Public procurement, innovation and industrial policy: Rationales, roles, capabilities and implementation. *Research Policy*, 49 (1), 1-26. DOI: 10.1016/j.respol.2019.103844
- Wahba, S., & Chun, Y. (2022). Orange is the new colour of city competitiveness: The role of local governments in promoting cultural and creative industries. *Journal of Urban Regeneration & Renewal*, 15 (2), 136-149.
- Xiao, Y., & Watson, M. (2019). Guidance on conducting a systematic literature review. *Journal of Planning Education and Research*, 39 (1), 93-112. DOI: 10.1177/0739456X17723971
- Yazdi, N., & Maleki, A. (2019). Demand-side innovation policies, with an emphasis on Public Procurement for Innovation (PPI). *Journal of Science and Technology Policy*, 12 (2), 481-494. (Persian)



الناز مسماع خسروشاهی

دانشجوی دکتری سیاست‌گذاری علم و فناوری دانشگاه تربیت مدرس و دانش‌آموخته مدیریت دولتی و مدیریت فناوری از دانشگاه‌های تهران و شهید بهشتی است. او در حال حاضر به پژوهش در حوزه سیاست‌گذاری علم، فناوری و نوآوری و نیز نوآوری و کاربردی‌سازی پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی مشغول است.



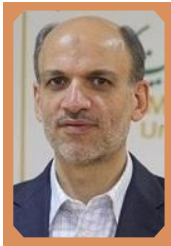
سید سپهر قاضی‌نوری

دانش‌آموخته دوره دکتری مهندسی صنایع از دانشگاه علم و صنعت ایران و استاد گروه مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه تربیت مدرس است. او همچنین مؤسس و سردبیر فصلنامه سیاست علم و فناوری است. قاضی نوری در حال حاضر به پژوهش در زمینه مطالعات اجتماعی علم و فناوری و نظام‌های نوآوری مشغول است.



مهدی پاکزاد

دانش‌آموخته دکتری سیاست‌گذاری علم و فناوری از دانشگاه تهران، و در حال حاضر عضو هیئت علمی مؤسسه تحقیقات سیاست علمی کشور است. حوزه‌های مطالعاتی وی سیاست فناوری و نوآوری، پایش و ارزیابی علم و فناوری، نوآوری منطقه‌ای و اولویت‌گذاری علم و فناوری است.



ابوالقاسم سرآبادانی

دانش‌آموخته دکتری مدیریت تکنولوژی از دانشگاه علامه طباطبائی ایران و عضو هیئت علمی گروه مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه تربیت مدرس است. وی در حال حاضر به پژوهش در زمینه سیاست‌گذاری علم و فناوری، توسعه تکنولوژی‌های نرم‌هویت‌ساز و سیاست‌های توسعه نوآوری اجتماعی مشغول است.