

اولین کنفرانس ملی انجمن علمی پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد ایران

پیاده سازی مدل کسب و کار نوآورانه پارک‌های علم و فناوری با معیار جذب و پذیرش و ارائه خدمات به واحدهای فناور به منظور توسعه صنایع نسل چهارم

محسن قربانی سالخورد^۱، مجید شمسی^۲، محمد کریم الدینی^{۳*}

۱- رئیس اداره خدمات فنی و تخصصی پارک علم و فناوری استان مرکزی، اراک

۲- مدیر مراکز رشد پارک علم و فناوری استان مرکزی، اراک

۳- معاون فناوری و نوآوری پارک علم و فناوری استان مرکزی، اراک، استان مرکزی، ایران و استاد یار، گروه کنترل، اتوماسیون و ابزار دقیق، دانشکده برق، دانشگاه صنعتی اراک، اراک،

* صندوق پستی 3836134119, karimadini@astp.it, karimadini@arakut.ac.ir

چکیده

این مقاله به اهمیت بازنگری مدل کسب و کار پارک‌های علم و فناوری در پذیرش واحدهای فناور و بهبود رویکرد خدمات قابل ارائه به آنها با نگاه به توسعه صنایع نسل چهارم می‌پردازد. حوزه‌های متأثر از نسل چهارم در سه بخش دیجیتال، فیزیکی و زیستی سبب می‌شود ضمن توجه به ظرفیتهای منطقه‌ای و شناخت مزیت‌های بایسته تمرکز که موجبات تخصصی تر شدن پارک‌های علم و فناوری را به دنبال خواهد داشت زمینه را برای چگونگی تعامل و رشد شرکت‌های نوپا و واحدهای تحقیق و توسعه صنایع مرتبط با آمایش منطقه ای را فراهم نماید. به تبع تغییرات در مدل کسب و کار و خدمات تخصصی که به واحدهای فناور در زمینه های مختلف از جمله آموزش، منتورینگ، مشاوره و خدمات آزمایشگاهی به عنوان یکی از روش‌های مدل درآمدی داده می‌شود، تغییرات اساسی در برنامه جامع پارکها نیز رخ خواهد داد. از جنبه دیگر، تعامل بین پارکها با هدف تکمیل زنجیره ارزش پیشنهادی به دینفعان فعال در صنایع نسل چهارم به عنوان یک ضرورت بررسی خواهد شد. در نهایت بعنوان اصلی ترین بخش مقاله ضمن بررسی شرایط استان مرکزی از نظر تنوع صنعتی، رشته‌های دانشگاهی و فرصتهای ویژه در ورود به صنایع نسل چهارم و تحلیل Strategigram پارک علم و فناوری استان مرکزی، مدل کسب و کار نوآورانه پارک علم و فناوری استان مرکزی و اهم فعالیت‌های پیش رو که در برنامه جامع پارک قرار می‌گیرد، ارائه خواهد شد.

کلیدواژگان

مدل کسب و کار نوآورانه، ارزش پیشنهادی، مدل درآمدی، گذار به صنایع نسل چهارم

Implementing the innovative business model in science and technology parks for attracting and supporting companies with providing trasnsformational services towards Industry 4.0

Mohsen ghorbani salkhord¹, Mohammad karimodini^{2*}

1- Head of Technical and Specialized Services Department, Arak Science and Technology Park, Arak, Iran.

2- Manager of Incubators, Arak Science and Technology Park, Arak, Iran.

3- Department of Control, Automation and Instrumentation, school of Electrical Engineering, Arak University of Technology, Arak, Iran, and Vice President for Technology and Innovation, Arak Science and Technology Park, Arak, Iran.

* P.O.B. 3836134119 Arak, Iran, karimadini@astp.it; karimadini@arakut.ac.ir

Abstract

This article discusses the importance of reviewing the business model of science and technology parks for attracting and supporting technological companies with providing transformational services towards Industry 4.0. Generally speaking, Industry 4.0 has affected our world in digital, physical and biological aspects. Hence, focusing on local capacities and competencies, more specialized science and technology parks will be needed to as an infrastructural platform for forming and boosting the startups and linking them to the mature R&D units. Shifting the paradigm towards Industry 4.0, will impose improvements in style and content of training, mentoring, consulting, laboratory and other specialized service, by which the revenue model in business model and hence the master plan of science and technology parks should be adapted accordingly. As another contribution, this paper addresses the necessity of networking among science and technology parks in order to establish the complementary interactions and facilitate the value proposition in the Industry 4.0 ecosystem. Finally, as the main part of the article, while reflecting the capacities of Markazi province in terms of academic and industrial opportunities for a successful transition to Industry 4.0 era, and analyzing the Strategigram of Arak Science and Technology Park (ASTP), we will propose the essential activities and services in the master plant, to be offered to the companies for a smoother transition to Industry 4.0 ecosystem.

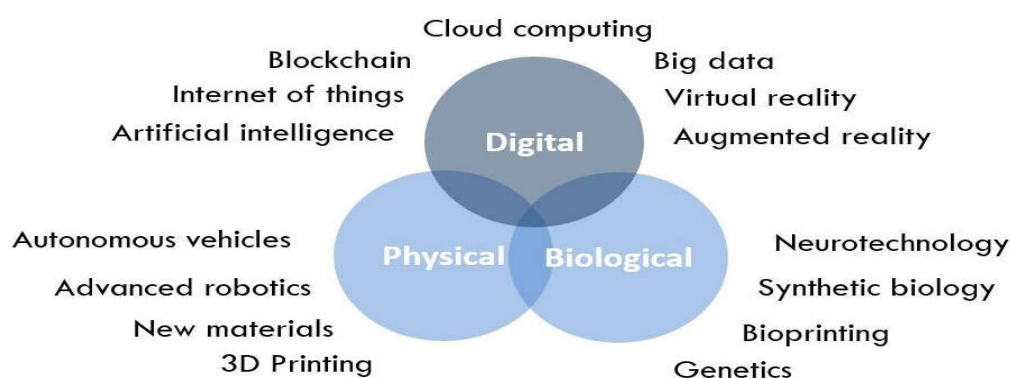
Keywords

Innovative Business Model, Value Proposition, Revenue Model, Transition to Industry 4.0

۱- مقدمه

در قرن حاضر شرکت‌های با تکنولوژی‌های بالا که پتانسیل ورود به صنایع نسل چهارم را که شامل حوزه های ۱- دیجیتال Digital ۲- بیولوژیک Biological ۳- فیزیک Physical است، وجود دارد "شکل ۱". از طرفی شرکت های نوپا (استارت آپ ها^۱) نیز با ویژگی‌های منحصر به فرد خود که چابکی^۲ و مقیاس پذیری^۳ از بارزترین آنها می‌باشد این فرصت را دارند تا بسیار سریع خود را در صنایع نسل چهارم معرفی کنند. پارک‌های علم و فناوری نیز بر اساس اهداف تعیین شده به دنبال شناسایی و جذب و استقرار آنها می‌باشند.

اما آنچه ضرورت دارد این است که پارک‌های علم و فناوری باید برنامه جامعی را برای جذب و پذیرش این گونه شرکت‌های فناور داشته باشند. بنابراین، در این مقاله به چگونگی پیاده سازی مدل کسب و کار نوآورانه پارک های علم و فناوری در چگونگی معرفی، جذب و پذیرش، نحوه استقرار، خدمات آموزش و مشاوره و منتورینگ و از همه مهم‌تر کمک در توانمندسازی آنها برای تجاری سازی، توسعه محصول و دستیابی به بازار هدف به منظور توسعه صنایع نسل چهارم خواهیم پرداخت.



Source: John Grill Centre for Project Leadership and Silicon Valley Innovation Center

Fig. 1 The areas of interest in industrial revolution [1]

¹ Startups

² Agil

³ Scale Up

شکل ۱ حوزه‌های مورد توجه در صنایع نسل چهارم [1]

۱-۱- وضعیت فناوری های نوین در ایران:

با توجه به حوزه کالاها و خدمات دانش بنیان که عبارت‌اند از: فناوری زیستی (پزشکی، کشاورزی، صنعتی و محیط زیست)، فناوری نانو، اپتیک و فوتونیک، مواد پیشرفته (فلزات، کامپوزیت ها، سرامیک ها، پلیمرها)، الکترونیک و کنترل (میکرو الکترونیک، قطعات، مدارها، سخت افزار کامپیوتر و سامانه ها)، فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم افزارهای کامپیوتری، تجهیزات پیشرفته ساخت و تولید و آزمایشگاهی، داروهای پیشرفته و مهندسی پزشکی، هوافضا (پرنده‌ها، موشک‌ها، ماهواره‌ها)، انرژی های نو (هسته‌ای و تجدیدپذیر)، محصولات پیشرفته سایر بخش‌ها (نفت، گاز و ...) مشاهده می‌شود، رشد و توسعه صنعت منطقه و کشور نیازمند حضور پررنگ‌تر دانشگاه‌ها و پارک‌های علم و فناوری در زمینه‌های الکترونیک قدرت، کنترل و اتوماسیون، حفاظت، مدیریت تولید و مصرف (بهره برداری و بازار)، ریز شبکه ها و تولید پراکنده با انرژی‌های تجدید پذیر (باد و خورشید)، ذخیره سازها (باتری و ابرخازن، ابر رسانا)، صنعت خودرو برقی، اتوماسیون و ابزار دقیق و کنترل، پدافند غیر عامل، شبکه های هوشمند و علوم شناختی می‌باشد. با مشاهده ستادهای علمی توسعه فناوری ریاست جمهوری که در شکل ذیل آورده شده است، اهمیت توسعه زیست بوم نوآوری و فناوری و نقش پارک علم و فناوری به صورت مستقیم و غیرمستقیم در محورهای مذکور ملموس می‌باشد. "شکل ۲"

					
ستاد توسعه فناوری‌های حوزه اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی	ستاد توسعه فناوری‌های حوزه فضایی، حمل و نقل پیشرفته	ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت ساز	ستاد توسعه زیست فناوری	ستاد توسعه فناوری نانو	ستاد توسعه فناوری حوزه انرژی
					
ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی	ستاد توسعه فناوری آب، خشکسالی، فرسایش و محیط زیست	ستاد توسعه فناوری‌های فوتونیک، لیزر، مواد پیشرفته و ساخت	ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی	ستاد توسعه علوم و فناوری‌های سلولهای بنیادی	ستاد فرهنگسازی اقتصاد دانش بنیان

Fig. 2 Scientific headquarters of technology development Office of the President

شکل ۲ ستاد های علمی توسعه فناوری ریاست جمهوری

۱-۲- اهمیت پارک های علم و فناوری در زیست بوم نوآوری و فناوری

طبق تعریف ارائه شده توسط انجمن بین المللی پارک‌های علم و فناوری، پارک علم و فناوری، سازمانی است که به وسیله متخصصان حرفه‌ای اداره می‌شود و هدف اصلی آن افزایش ثروت در جامعه از طریق تشویق و ارتقاء فرهنگ نوآوری و افزایش توان رقابت در میان شرکتها و مؤسساتی است که متکی بر علم و دانش در محیط پارک فعالیت می‌کنند. برای دستیابی به این هدف، یک پارک علم و فناوری با ایجاد انگیزش و مدیریت جریان دانش و فناوری در میان دانشگاه‌ها، مراکز پژوهش و توسعه، شرکت‌های خصوصی و بازار، ایجاد و رشد شرکت‌های متکی بر نوآوری را از طریق مراکز رشد و فرایندهای زایشی تسهیل می‌نماید. پارک‌های علم و فناوری همچنین خدماتی با ارزش افزوده بالا و فضاهای کاری و تأسیسات مناسب و کیفی به شرکت‌های مستقر در پارک ارائه می‌نمایند. بر اساس تحقیقات به عمل آمده نیازهای واحدهای فناور متقاضی حضور در پارک‌های علم و فناوری در آموزش و راهنمایی موارد زیر می‌باشد:

اولین کنفرانس ملی انجمن علمی پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد ایران

- ارزیابی و توسعه ایده
- ارزش‌گذاری ایده، دانش‌فنی / فناوری و شرکت
- تیم‌سازی
- توسعه نوآوری (در محصول، فرآیند، مدل کسب و کار و...)
- بررسی الزامات قانونی و حقوقی (مالکیت فکری، قانون تجارت و ...)
- تدوین و طراحی مدل کسب و کار
- تدوین طرح کسب و کار
- تحقیقات بازار و تدوین برنامه بازاریابی
- برندینگ^۴
- تبلیغات و طراحی کمپین
- اصول جذب سرمایه‌گذار و سرمایه‌گذاری
- توسعه صادرات
- خدمات مشاوره تدوین استراتژی کسب و کار و بازاریابی (بر مبنای چرخه عمر محصول، فناوری‌های Disruptive، تغییرات Demographics و ...)
- تفکر طراحی^۵

اهمیت و ضرورت مدل کسب و کار در توسعه و تجارت موفق شرکتهای ارائه دهنده خدمت/ محصول بر کسی پوشیده نیست. در شرایط کنونی و با پیشرفتهای فناوری که به سرعت توسط تمام رقبا قابل حصول است ضرورت به روز کردن و نوآوری در مدل کسب و کار برای باقی ماندن در بازار ضرورت دارد در غیر این صورت مشابه بسیاری از برندهای معروف به طور ناگهانی پس از چند دهه تجارت موفق مجبور به ناپدید شدن خواهد شد و تکیه بر سوابق و افتخارات گذشته تضمینی برای بقا نخواهد بود.

پارک های علم و فناوری که قرار است به عنوان ارائه دهنده خدمات آموزش و مشاوره به گروهها و شرکتهای در راه اندازی و توسعه کسب و کار فعالیت کند؛ خود باید به عنوان یک سازمان الگو برای متقاضیان بوده و مدل کسب و کار شایسته‌ای را ارائه نماید. بنابراین ضرورت دارا بودن مدل کسب و کار از ابعاد مختلف وجود دارد که منابع درآمدی، معرفی خدمات و ارزش پیشنهادی، شناخت رقبا و برنامه ریزی در انتخاب مشتریان دارای اولویت و ... بخشی از آن است.

در مقاله "نحوه شناسایی مدل‌های کسب و کار جدید" [2] به این مطلب اشاره دارد که شرکتهای بر سه روش سنتی زیر برای رشد و ارتقای خود تمرکز دارند:

- ۱- سرمایه گذاریهای زیادی را برای توسعه محصول انجام می‌دهند تا بتوانند محصولات بهتر و جدیدتری را ارائه دهند.
- ۲- به منظور ارائه راهکارهای جدید و بهتر برای برآورده کردن نیازهای مشتریان، بینشهای عمیقی از مشتری ارائه می‌دهند و بر شناخت مشتریان تمرکز دارند.
- ۳- بر روی تدوین استراتژی متمرکز شده اند تا با کسب یا حرکت به سمت بازارهای جدید رشد کنند.

⁴ Branding
⁵ Design Thinking

اولین کنفرانس ملی انجمن علمی پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد ایران

هر یک از این مسیرها معمولاً متناظر با اختصاص زمان و منابع قابل توجهی برای توسعه شایستگی سازمانی است. اما اخیراً، مسیر چهارمی هم پدید آمده است، که می‌توانیم آن را "تجربه مدل کسب و کار" بنامیم:

۴- "دستیابی به رشد از طریق بررسی روشمند مدل‌های تجاری جایگزین"

در حقیقت، تجربه مدل کسب و کار ابزاری است برای کشف سریع رویکردهای ایجاد ارزش جایگزین، ارزان از طریق "تجربه تفکر"

خلاصه آنکه مقاله به لزوم و ضرورت سازمانها برای ایجاد نوآوری در مدل کسب و کار اشاره دارد. به این معنی که، فرآیند کشف گزینه‌های ممکن مدل کسب و کار برای تجاری سازی ایده‌ی مد نظر که می‌تواند قبل از ورود به بازار و هزینه کردن منابع صورت گیرد. [2]

پاسخ به سوالات زیر به عنوان فعالیت پارک‌های علم و فناوری در خلق مدل کسب و کار نوآورانه مد نظر است:

۱- مشتری کیست؟

۲- چه نیازی از مشتری برآورده می‌شود؟

۳- برای رفع نیازها، چه پیشنهادی ارائه خواهیم داد؟

۴- چگونه مشتری به خدمات ما دسترسی پیدا می‌کند؟

۵- کسب و کار ما در ارائه پیشنهاد چه نقشی خواهد داشت؟

۶- کسب و کار ما چگونه سود خواهد کرد؟

در هر مدل کسب و کار، پاسخ این سؤالات ثابت است. اما اگر برای آنها پاسخی نباشد، چه اتفاقی می‌افتد؟ اگر هر یک از آنها را متغیر بدانید چه می‌کنید؟ چه فرصتهای جدیدی را می‌توانید جذب کنید که نمی‌توانید با الگوی کسب و کار فعلی خود به آنها برسید؟ پاسخ به این سؤالات، چارچوب مدل کسب و کار را تشکیل می‌دهد.

۲- پارامترهای مهم در تحقق مدل کسب و کار نوآورانه

۲-۱- نقش مدیریت

ضرورت داشتن مدل کسب و کار و تاکید بر نوآوری در محتوا و اجرای آن اولین ضرورت است. داشتن "اعتقاد به داشتن مدل کسب و کار نوآورانه". مدیریت تغییر، عامل اصلی موفقیت در هر پروژه نوآوری مدل کسب و کار است. از مهمترین موارد میتوان اشاره کرد به:

۱- شناسایی موانع و توانایی‌ها برای پیاده سازی نوآوری مدل کسب و کار

۲- راهبری و پیاده سازی مدل کسب و کار در سازمان و دریافت گزارش از تاثیر گذاری آن به صورت مستمر

۳- همسو سازی مدل کسب و کار با فعالیتهای سازمان

۴- هم افزایی و حذف تعارضات احتمالی

۲-۲- نقش تیم

اجرای مدل و کسب و کار به عنوان هدف، تنها به صورت تیمی انجام پذیر است. بنابراین هر یک از افراد ستادی دارای نقش موثر در انجام آن است. داشتن موارد زیر از نقاط قوت مجموعه ستادی پارک‌های علم و فناوری می‌باشد:

۱- درک کار تیمی در افراد و تجربه انجام فعالیتهای گروهی و به سرانجام رساندن یک پروژه کاری (هم افزایی و مشارکت)

۲- دارا بودن تجربه علمی و عملی (حضور اعضای هیات علمی و سابقه مدیریت در دانشگاه) بین افراد سطوح بالای مدیریتی و تجارب ارزشمند

۳- کارشناسان در دوره کاری و شرکت در دوره های آموزشی تخصصی

۴- اعتقاد و التزام به اهداف و ارزشهای سازمانی (تعهد)

اولین کنفرانس ملی انجمن علمی پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد ایران

۵- سابقه خلاقیت و همکاری در انجام فعالیتهای جمعی

۶- اعتماد، فهم مشترک و اعتقاد به رشد فردی در انجام کارهای تیمی

۷- استقبال در دریافت نظرات درون/ برون سازمانی و به کارگیری آنها در انجام کارها با هدف بهبود فرایند

۳- چگونگی کارکرد مدل کسب و کار

مدل کسب و کار پارک علم و فناوری بر پایه خلاقیت، جسارت، آینده نگری و تجربیات شکل گرفته و با نوآوری در آن تلاش می‌گردد اصلاح و بازسازی پیوسته با هدف کارایی حداکثر در آن اتفاق بیافتد. بدین منظور بر اساس کتاب راهنمای مدل کسب و کار، تالیف اولیور گاسمن نوآوری می‌بایست در حداقل ۲ نقطه از ۴ نقطه مثلث طلایی رخ دهد. [3]

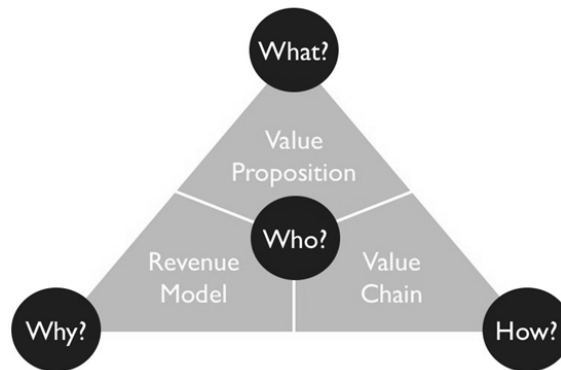


Fig. 3 Innovation in the business model in the magical triangle of Oliver Gassmann

شکل ۳ نوآوری در مدل کسب و کار در مثلث جادویی اولیور گاسمن

۴- الگوی توسعه کسب و کار

برای نوآوری در مدل کسب و کار ابتدا باید به سؤالاتی پاسخ داد که به شکل‌گیری آن کمک کرده و مجموعه تصمیمات و نتایج احتمالی را مشخص می‌کند. این الگو نتایج مختلفی را در ساختار مدل کسب و کار ارائه می‌دهد که جدول ۱ وضعیت کنونی عموم پارک‌های علم و فناوری در ایران را نشان می‌دهد.

اولین کنفرانس ملی انجمن علمی پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد ایران

۱- جدول ۱ وضعیت موجود در مدل کسب کار پارک‌های علم و فناوری

وضعیت کنونی	موارد خارج از توجه
چه کسی باید مشتری هدف ما باشد؟	واحدهای R&D شرکت‌های فعال در صنعت خارج از پارک گروه‌های دانشجویی/دانش آموزی (مشتریان تقریباً رایگان) شتاب‌دهنده‌ها هسته‌ها و گروه‌های پژوهشی شرکت‌های فعال در حوزه‌های صنایع نرم (صنایع دستی، گردشگری و ...)
چه نیاز مشتری را باید تامین کنیم؟	ارائه خدمات آزمایشگاهی و امکان استفاده از تجهیزات آزمایشگاهی و کارگاهی آموزش مفاهیم کسب و کار تسهیلات مالی راه اندازی و تکمیل فرایند محصول حمایت در ارتباط با صنایع مرتبط با هدف ارائه محصول و ایجاد بازارهای جدید ارائه خدمات زیر ساختی تلفن، اینترنت و ... استقرار و تامین فضای دفتری
ارزش پیشنهادی ما چیست؟	ارائه دفتر کار مجهز به زیرساخت‌های ارتباطی (خط تلفن، اینترنت پر سرعت) ارزان قیمت قوانین حاکم بر پارک‌ها (مناطق آزاد، معافیت‌های مالیاتی و...) خدمات آزمایشگاهی ارزان قیمت ارتباط با اساتید با تجربه و مطرح صنعتی و دانشگاهی
مشتری چگونه به ما دسترسی پیدا خواهد کرد؟	امکان ارتباط با سایر شرکت‌های مستقر در انجام پروژه-های مشترک و یا برون سپاری بخشی از فعالیت‌ها پرداخت مبالغ با دوره باز پرداخت و تنفس بالای ۳۰ ماه امکان برگزاری جلسات حضوری و مکاتبات موثر با افراد تصمیم گیر بخش دولتی و خصوصی حضور رایگان در نمایشگاه‌ها واگذاری اراضی با سوپسید
در زنجیره ارزش جایگاه ما کجاست؟	سامانه پارک کانال‌های ارتباطی نصبی بر روی تلفن همراه (تلگرام، واتس آپ، اینستا گرام) مراکز رشد دانشگاهی
در زنجیره ارزش جایگاه ما کجاست؟	ارتباط حضوری در پارک
در زنجیره ارزش جایگاه ما کجاست؟	ارائه دهنده خدمات اجاره‌ای
در زنجیره ارزش جایگاه ما کجاست؟	سود حاصل از ارائه تسهیلات مالی خدمات آزمایشگاهی اجاره دفاتر

۵- تولید مدل کسب و کار جدید با تغییر یک متغیر

در این حالت با تغییر حتی فقط یک متغیر می‌توان به یک مدل کسب و کار متفاوت رسید.

اولین کنفرانس ملی انجمن علمی پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد ایران

۲- جدول ۲ دستیابی به متغیرهای جدید قابل اجرا در مدل کسب کار پارک‌های علم و فناوری

متغیرهای جدید قابل اجرا	متغیرهای قبل	
واحدهای R&D شرکت‌های فعال در صنعت خارج از پارک گروه‌های دانشجویی/دانش آموزی (مشتریان تقریباً رایگان) شتابدهنده‌ها شرکت‌های فعال در حوزه‌های صنایع نرم (صنایع دستی، گردشگری و ...)	واحدهای فناور نوپا واحدهای فناور رشد یافته هسته‌ها و گروه‌های پژوهشی	نوع مشتری
ایجاد ارتباط و تعامل با سایر شرکت‌های دارای وجه اشتراک کاری منتورینگ و مشاوره تخصصی معرفی و امکان حضور و ارائه دستاوردها در نمایشگاه‌های داخلی و بین‌المللی امکان واگذاری اراضی کارگزاری ثبت برند، اختراع	تسهیلات مالی فضای کار آموزش مفاهیم کسب و کار بازاریابی	نیاز
سامانه پارک کانال‌های ارتباطی نصبی بر روی تلفن همراه (تلگرام، واتس آپ، اینستاگرام) مراکز رشد دانشگاهی	ارتباط حضوری در پارک	چگونگی فروش/عرضه؟
شتابدهنده کارگزار واسطه‌گری منتور	ارائه دهنده خدمات اجاره‌ای	نقش زنجیره ارزش؟
فروش اراضی رویالیتی در همکاری و حمایت شتابدهنده‌ها سود حاصل از ارائه تسهیلات مالی تهاتر	اجاره دفاتر آموزش خدمات آزمایشگاهی	مدل سود
مشاوره در زمینه Design Thinking ارایه خدمات نمونه سازی سریع با 3D Printing ارایه مشاوره در زمینه Upcycling ارایه مشاوره در زمینه Frugal Engineering راه اندازی دفتر ToT و ارایه خدمات انتقال فناوری تکمیل ارایه خدمات مالکیت فکری (در حال حاضر: ثبت اختراع در حوزه صنعت) به ثبت اختراع در زمینه IT و همچنین علوم پزشکی و همچنین ثبت نشان تجاری ارایه مشاوره در زمینه IOT و صنایع نسل چهارم در جهت اتوماسیون و هوشمند سازی صنایع ارایه خدمات ارزشگذاری فناوری ارایه مشاوره در زمینه استاندارد سازی ارایه خدمات مبتنی بر استاندارد ITIL ارایه مشاوره در زمینه افزایش بهره وری از طریق اداره بهتر شرکتها بر اساس استاندارد COBIT	ارائه دفتر کار مجهز به زیرساخت‌های ارتباطی (خط تلفن، اینترنت پر سرعت) ارزان قیمت قوانین حاکم بر پارکها (مناطق آزاد، معافیت‌های مالیاتی و...) خدمات آزمایشگاهی ارزان قیمت ارتباط با اساتید با تجربه و مطرح صنعتی و دانشگاهی امکان ارتباط با سایر شرکت‌های مستقر در انجام پروژه‌های مشترک و یا برون سپاری بخشی از فعالیتها پرداخت مبالغ با دوره باز پرداخت و تنفس بالای ۳۰ ماه امکان برگزاری جلسات حضوری و مکاتبات موثر با افراد تصمیم گیر بخش دولتی و خصوصی حضور رایگان در نمایشگاهها واگذاری اراضی با سوبسید	چه چیزی فروخته شده است؟

رایانه خدمات تحلیل کسب و کار بر اساس استاندارد BABOK رایانه خدمات تحلیل راه حل ها بر اساس استاندارد SEBOK رایانه خدمات Match Making رایانه خدمات بورس دارایی های فکری رایانه خدمات هوش سازمانی (BI) رایانه خدمات در زمینه Disruptive Technologies سرمایه گذاری در صندوق پژوهش و فناوری استانی و فعالیت بعنوان VC مشارکت با صندوق پژوهش و فناوری استانی در راه اندازی کارخانه نوآوری و مشارکت در روایلتی استارت آپهای زایشی رایانه خدمات آموزش مجازی رایانه خدمات کلینیک، مشاوره و منتورشیپ مجازی		
---	--	--

۶- لحاظ نمودن اهداف و محدوده ها در تجربه مدل کسب و کار

در این بخش از الگوی ایجاد مدل کسب و کار، دسته بندی اهداف و مرزهای خود به ۳ نوع ورودی ها "مطلوب"، "قابل بحث" و "غیرقابل تصور" را بررسی کرده و با تفکر و منطق تلاش می‌گردد تا شرایط مطلوب در عمل پیاده سازی شود.

۳- جدول ۳ شناسایی گزینه ها در ۳ وضعیت مطلوب، قابل بحث و غیرقابل تصور

نوع مشتری و موقعیت	نیاز	چه چیزی به فروش می‌رسد	مدل درآمد	جایگاه در زنجیره ارزش
مطلوب	B2B با واسطه (خدمات دولتی، آزمایشگاهی در اختیار شرکتهای خصوصی و...)	بهره وری فرایند مشتری را افزایش دهید	فروش خدمات ویژه	یکپارچه سازی عناصر زنجیره ارزش
	B2C بدون واسطه	بهبود عملکرد خدمت ارائه شده به مشتری		
قابل بحث و تامل	B2B بدون واسطه	تسهیل وصول با طراحی محصول مشتری		دادن سطح دسترسی بالاتر به مشتری در سامانه
غیرقابل تصور	B2C بدون واسطه		اجاره	
	B2C بدون واسطه		بانکداری	

۷- نتیجه گیری:

- آنچه که می‌توان از این نوع تغییر در مدل کسب و کار نتیجه گرفت، دستیابی به سه هدف از تجربه انجام فرایند فوق می‌باشد:
- ۱- می‌توان پیامدهای مدل های مختلف کسب و کار را فهمید و تصمیمات شفاف‌تر و آگاه‌تری در مورد چگونگی اجرای آنها در موعد مقرر گرفت.
 - ۲- امکان شناسایی مدل های کسب و کاری که بیشترین ارزش را برای مشتریان و خود ما ایجاد می‌کنند و می‌توان به درستی از منابع موجود بهره‌مند شد.
 - ۳- استفاده از نوآوری مدل کسب و کار به منظور حصول حداکثر پتانسیل منتج از فعالیتهای متمرکز بر رشد، تحقیق و توسعه، شناخت مشتری و تلاشهای توسعه استراتژیک.
- و حاصل این اهداف دستیابی به یک منبع قدرتمند مزیت رقابتی خواهد بود. نتیجه مهم اینکه باید از سمت پارک‌داری سنتی که بیشتر بر ارائه خدمات و تسهیلات از نوع اجاره دفتر و تسهیلات مالی بوده است به سمت پارک‌داری نوین که مبتنی بر موارد زیر است حرکت کنیم:

۴- جدول ۴ زمینه‌های مورد توجه در پارک‌داری نوین

مشاوره در زمینه Design Thinking
ارایه خدمات نمونه سازی سریع با 3D Printing
ارایه مشاوره در زمینه Upcycling
ارایه مشاوره در زمینه Frugal Engineering
راه اندازی دفتر ToT و ارایه خدمات انتقال فناوری
تکمیل ارایه خدمات مالکیت فکری (در حال حاضر: ثبت اختراع در حوزه صنعت) به ثبت اختراع در زمینه IT و همچنین علوم پزشکی و همچنین ثبت نشان تجاری
ارایه مشاوره در زمینه IOT و صنایع نسل چهارم در جهت اتوماسیون و هوشمند سازی صنایع استان
اجاره دفتر برای پارک علم و فناوری در چین از طریق آکادمی علوم چین بعنوان بستر انتقال فناوری
ارایه خدمات ارزشگذاری فناوری
ارایه مشاوره در زمینه استاندارد سازی ارایه خدمات مبتنی بر استاندارد ITIL
ارایه مشاوره در زمینه افزایش بهره‌وری از طریق اداره بهتر شرکتهای بر اساس استاندارد COBIT
ارایه خدمات تحلیل کسب و کار بر اساس استاندارد BABOK
ارایه خدمات تحلیل راه‌حل‌ها بر اساس استاندارد SEBOK
ارایه خدمات Match Making
ارایه خدمات بورس دارایی های فکری
ارایه خدمات هوش سازمانی (BI)
ارایه خدمات در زمینه Disruptive Technologies
سرمایه‌گذاری در صندوق پژوهش و فناوری استانی و فعالیت بعنوان VC
مشارکت با صندوق پژوهش و فناوری استانی در راه اندازی کارخانه نوآوری بیهوش‌کننده در زمینه مخمرهای استرتر های غنایی، نوشیدنی، لتی بیوتیک شوینده ها و...
ارایه خدمات آموزش مجازی
ارایه خدمات کلینیک مشاوره و منتورشیپ مجازی
مشارکت در کارخانه نوآوری (شتابدهنده) صنایع شیمیایی
مشارکت در کارخانه نوآوری (شتابدهنده) ماشین سازی لاک در حوزه ساخت و تولید
لستقرار Anchor Companies ملند ماشین سازی لاک، پارس جهاد و مشارکت در روبلای استارت آپهای زایشی+

[1] A. Rojko, Industry 4.0: background and overview, International Journal of Intractive Mobile technologies (IJIM), 2017.

[2] Sinfield, Joseph & Calder, Edward & McConnell, Bernard & Colson, Steve, How to Identify New Business Models, MIT Sloan Management Review. 53, 2011.

[3] Gassmann, O., Frankenberger, K., & Csik, M., The model navigator: 55 models that will revolutionise your business, Harlow : Pearson, 2014.