



پارک‌های فناوری نسل سوم

ترجمه و تنظیم: بنیامین مشیری

این گزارش بر اساس هم‌اندیشی برگزار شده به افتخار بازنشستگی پروفیسور جان آلن پس از ۱۳ سال همکاری موثر با پارک فناوری منچستر تهیه شده است. وی که هم‌اکنون بعنوان مشاور عالی و استراتژیست UKSPA فعالیت دارد، پیش از این، طی دو دوره مدیریت این انجمن را عهده‌دار بوده است و سابقه بسیار موفقی در تجاری‌سازی محصولات نوآوری در حیطه صنایع بیوشیمیایی در انگلستان را در کارنامه عملکرد خود دارد. وی همچنین بعنوان مشاور با ۲۹ پارک فناوری و مرکز رشد در سطح بین‌المللی همکاری داشته است. شایان ذکر است که وی عضو هیأت علمی و مدیریت دانشکده موسیقی یکی از آکادمی‌های هنری بریتانیاست. این هم‌اندیشی که در قالب یک کارگاه تحلیل سناریوها و فرضیات و انتقال تجربیات خبرگان شرکت‌کننده در آن شکل گرفته، پرداختی بر دورنما و جنبه‌های کارکردی پارک‌های علم و فناوری نسل سوم و هزاره جدید دارد. بر این اساس، شرکت‌کنندگان به دنبال ترسیم و معرفی ویژگی‌های بنیادی این پارک‌ها بوده‌اند. شرکت‌کنندگان بر این باورند که پتانسیل بسیار وسیعی در درون پارک‌های علم و





فناوری وجود دارد که باید تعیین و مشخص شده و بعنوان مسیرنمای حصول موفقیت مورد استفاده واقع گردد. با اینکه موفقیت را می‌توان در محورهای مختلف تعریف و تفسیر کرد، ولی در واقع پارک موفق نسل سومی در اکثریت این محورها به موفقیت دست خواهد یافت. در خلال ۲۵ سال گذشته پارک‌های فناوری بعنوان مهمترین مکانیزم حمایت، رشد و بستر انتقال فناوری شناخته شده‌اند. تمرکز خاص بر مفهوم کارآفرینی، ایجاد مسیر هدفمند و کارا میان فعالیت‌های تحقیقاتی تا تجاری‌سازی ایده‌ها و محصولات اولیه، بر پا نمودن محیط توسعه نوآوری با انعطاف، امکانات وسیع، قابل دسترس و سرانجام، شبکه گسترده دانش و تجربه شرکت‌های نوظهور و موفق که جهش‌های بلندی را در تحقیق و توسعه منتج به ارزش‌آفرینی تجاری، سبب شده‌اند.

طبق تعریف انجمن بین‌المللی پارک‌های علم و فناوری IASP، پارک فناوری عبارت است از: سازمانی که توسط متخصصان مدیریت می‌شود، و هدف اصلی آن ارتقای فرهنگ نوآوری و رقابت در قالب کسب و کار شرکت‌های فناور دانش‌محور است؛ مهمترین اقدامات برای دستیابی به این هدف، مدیریت بر جریان دانش و فناوری، ایجاد انگیزش در ارتباطات با دانشگاه‌ها، موسسات علمی و تحقیقاتی، شرکت‌ها و صنایع پیشرفته تسهیل و بهبود شرکت‌های نوآور و نوپا در حیطه تحقیق و توسعه درون مراکز رشد یا در قالب اسپین‌آف و فراهم‌سازی فضا و تأسیسات لازم برای انجام فعالیت‌هاست. انجمن بین‌المللی پارک‌های علم و فناوری تاکنون ۱۱۰ هزار شرکت فعال در ۳۲۵ پارک فناوری از ۶۹ کشور جهان را بعنوان عضو ثبت نموده است. مدل کارکرد پارک‌های فناوری بگونه‌ای بوده است که شاید امروز هیچ ابهامی در جنبه‌های مختلف تعریف و مفاهیم

آن وجود نداشته باشد و عمومیت نسبتاً وسیعی پیدا کرده است. امروز موفقیت پارک، دسترسی به منابع، سطح اقتصاد منطقه‌ای که پارک در آن واقع شده و اهداف مشخص شده پارک که به آنها دست یافته، تعیین‌کننده موفقیت آن می‌باشد.

فازهای توسعه پارک علم و فناوری

فاز توسعه و بلوغ پارک تقریباً یک فرآیند عمومی و مشخص است؛ بطوریکه برای تمامی پارک‌های فناوری در سطح بین‌المللی شناخته شده و دارای تعریف واحدی است. یک پارک با گذر از فاز اولیه، با جذب شرکت‌های در حال تأسیس و فعال شدن آنها در مرکز رشد پارک، وارد فاز رشد می‌شود. در این مرحله، همه چیز جذاب و مهیج است؛ البته مدیریت پارک می‌داند که بزودی باید برای رسیدن به استقلال مالی، توسعه طرح‌ها و تأسیسات در جستجوی منابع مالی و سرمایه‌ای باشد. فاز بعدی شامل تأسیس مراکز چند کاربره است. این مرحله می‌تواند مدت زمان متفاوتی داشته باشد، بطوریکه بسته به عواملی چون موقعیت مکانی و سطوح دسترسی به منابع، کیفیت و قدرت مانور مدیریت و شرایط اقتصادی و مالی می‌تواند به سرعت یا بسیار زمان‌بر رخ دهد. نقش مدیریت و هیأت‌امنا یا هیأت‌مدیره پارک در این مرحله بسیار موثر و مشهود است.

بعضی از پارک‌ها در این مرحله متوقف می‌شوند (در این فاز باقی می‌مانند)، حال آنکه برای برخی دیگر، این مرحله یک فاز گذار به سوی بلوغ است. در فاز جدید، مدیریت خود را برای همکاری‌های وسیع و نقش‌آفرینی‌های چندبعدی مهیا می‌بیند؛ بطوریکه هدف‌گذاری بر مبنای توسعه علمی و فناوری در ابعاد منطقه‌ای و ملی انجام می‌گیرد. در این مرحله باید یک مدیریت تغییر و تحول در پارک جهت افزایش

اثربخشی و کارایی رخ دهد، نوع تعاملات پارک، شرکت‌ها و مستأجران بهبود یافته و ارتباط با دانشگاه‌ها و مراکز علمی دوچندان می‌شود.

مدل‌های شناخته شده پارک‌های فناوری

۱. پارک فناوری متولد شده از پیمان‌ها و همکاری‌های مشترک: دو یا چند همکار در توسعه پارک فناوری شراکت دارند؛ مهمترین هدف، تولید و انتقال فناوری و توسعه نوآوری دانش‌محور است، بخش خصوصی با سرمایه‌گذاری زیرساخت لازم را برای توسعه فراهم آورده است. مجموعه شکل گرفته به‌سوی اهداف استراتژیک و راهبردی مشخص در حرکت و توسعه است.

۲. پارک فناوری متولد شده از درون دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی: پارک فناوری در زمین یا منطقه تحت نظارت دانشگاه شکل گرفته و هزینه‌های پارک توسط دانشگاه پرداخت می‌شود، بیش از ۴۰ درصد از شرکت‌ها نوظهور و در حال رشد هستند، بسیاری از متخصصان و کارکنان شرکت‌ها در سمت دانشجو یا استاد دانشگاه مورد نظر هستند، مهمترین هدف، خلق کارآفرینی است؛ اثرگذاری‌های اقتصادی همسو با اهداف دانشگاه است.

۳. پارک فناوری تشکیل شده از شرکت‌ها و موسسات: کارکنان شرکت‌ها یا موسسات جزو مستأجران و ساکنان پارک محسوب می‌شوند، نوآوری وسیع بین کارکنان و ساکنان پارک در جریان است، زنجیره تأمین وسیعی میان موسسات و شرکت‌ها با پارک برای تبادل نیروی انسانی متخصص و نوآور برقرار است، شرکت‌ها و موسسات با اتفاق نظر اهداف را مشخص می‌کنند، تبادل دانش و تجربه میان صنایع با پارک معنی‌دار است.

۴. پارک فناوری مشتق شده از شهرک‌ها و

خوشه‌های صنعتی: خوشه‌ای فعال از شرکت‌ها در اصناف و صنایع مشخص بوجود آورنده پارک می‌باشند که موقعیت مکانی یکسانی را دارا هستند. همکاری و شراکت استواری برای تبادل دانش، محصولات و خدمات در خوشه بوجود آمده است. ارتباط با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی بر اساس نیاز و تقاضای بازار و مشتری تعیین می‌شود نه بر اساس کشش به سوی دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی. فضاها کاملاً اشتراکی و در مالکیت کل خوشه صنعتی است. فرصت‌های سرمایه‌گذاری و ارتباط با بازار و تجارت فراوان است.

انتخاب مدل کارکردی

پارک فناوری تنها یک مجموعه زیبای معماری شامل ساختمان‌ها و تأسیسات خیره‌کننده با طراحی مثال‌زدنی آمیخته به هنر و مدرنیسم نیست؛ بلکه دارای مدل کاری نسبتاً روشنی است که تقریباً برای هر پارکی منحصر بفرد است. گستره وسیعی از مدل‌های کسب و کار و نقش‌آفرینی پارک‌های موفق امروز وجود دارد. برای ورود موثر به بحث، به بررسی ویژگی‌های بارز این مدل‌ها خواهیم پرداخت. دیدگاه و تفکر ما نسبت به بسیاری از ویژگی‌ها می‌تواند متفاوت باشد و در مورد یک پارک مثبت یا



کاری و ارتباطی است و پای شرکت‌ها را به عرصه رقابت بین‌المللی باز می‌کند. شهرهای بزرگ و توسعه‌یافته، همیشه یک یا چند پارک نسل سوم را در دل خود خواهند داد که نقش بی‌بدیلی را در اقتصاد آن شهرها ایفا می‌نماید. پارک‌های نسل سوم و بخش خصوصی تعامل و همکاری دوسویه‌ای را در دستور کار خواهند داشت. پارک نقش توسعه علمی و فناوری بخش خصوصی را به انجام می‌رساند. همچنین با ایجاد بازار مبادله فناوری و محصولات و خدمات آن، نقش موثری را در ارتباط با بهبود اقتصاد مبتنی بر دانش انجام می‌دهد. همچنین در بعد اجتماعی، پارک یک عضو دوست داشتنی است؛ چرا که با ایجاد بستر کارآفرینی و اشتغال، بسیاری از آسیب‌های اجتماعی ناشی از بیکاری و رکود اقتصادی منطقه‌ای را مرتفع می‌سازد. بخش خصوصی در فاز توسعه یاریگر پارک خواهد بود و با تزریق سرمایه و مشارکت در قالب سرمایه‌گذاری خطرپذیر، پارک را در پیشبرد اهداف مشترک یاری می‌کند.

۲- سیاست‌های راهبردی و مدیریت: پارک فناوری نسل سوم دارای مدیریت چندلایه در سطوح خرد و روزمره، تا سطوح کلان برنامه‌ریزی و راهبردهای چند ساله است. مدل کسب و کار و پویایی پارک نسل سومی، در تماس نزدیک با شرایط مکانی و زمانی، فرآیندها، اهداف و

منفی تلقی شود، بطوریکه در فاز توسعه یک پارک، ایفای یک نقش از دید عده‌ای لازم و از دید عده‌ای کاملاً بی‌هوده و حتی بعنوان یک تهدید تلقی شود.

سناریوی موفقیت پارک‌های نسل سوم

در این بخش به جنبه‌ها و ساختارهای اساسی پارک‌های نسل سوم خواهیم پرداخت که عبارتند از:

۱- جنبه‌های محلی و ملی: پارک فناوری یک موجودیت مستقل، تنها و گوشه‌نشین نیست، بلکه عنصر سیاست‌گذار نوآوری منطقه‌ای و ملی است. امروزه پارک‌های فناوری به عنوان اکوسیستم‌های نوآوری تلقی می‌شوند، یعنی محیطی که نوآوری در آن رشد نموده و به بلوغ برسد. همچنین پارک‌ها، رهبری توسعه اقتصاد دانش‌محور مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته و در حال توسعه را عهده‌دار هستند. پارک‌ها نقش‌هایی مانند: ایجاد موازنه در توسعه علمی و فنی منطقه‌ای و آمایش سرزمین‌ها، تحقق هم‌افزایی و ورود به عرصه رقابت بدون مرز نوآوری در محصولات فناوری‌های برتر و نیز حلقه ارتباطی میان اندیشه و کار در منطقه تا اندیشه و کار در سطح جهانی هستند. این تفکر شکل‌دهنده شبکه‌ها و ساختارهای جدید



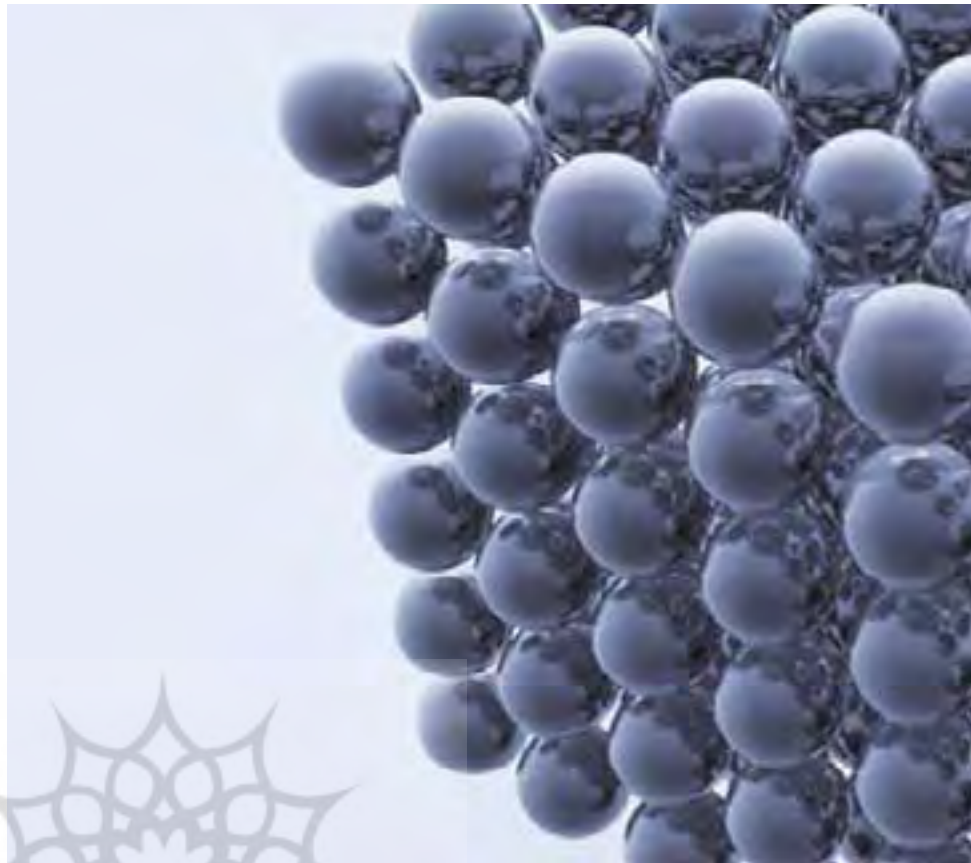
پارک فناوری
عبارت است از:
سازمانی که توسط متخصصان
مدیریت می‌شود،
و هدف اصلی آن
ارتقای فرهنگ نوآوری
و رقابت در قالب
کسب و کار شرکت‌های
فناور دانش‌محور
است



است. این ویژگی از پارک‌های نسل سوم آنها را تا سطح الگوی کامل و بارز شهرسازی طبیعت محور مطرح می‌سازد.

۵- ارتباطات با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی: وجود و برقراری یک ارتباط دو سویه فعال و موثر میان پارک و دانشگاه از مهمترین ویژگی‌های نسل سومی‌هاست. این نقش همان چیزی است که به پل ارتباطی دانشگاه با صنعت مشهور شده است. در دهه‌های پیش نقش محوری دانشگاه بر توسعه علوم و فنون و دانش‌ها در یک محیط علمی بدون توجه به اقتصاد یا بازار استوار بود، و تلاش پارک‌ها این بود که با ایجاد ارتباط با دانشگاه، زنجیره توسعه نوآوری را کامل سازند. امروز دانشگاه‌ها در صدد ارتباط با پارک‌های فناوری هستند تا با ایجاد همکاری دوسویه، فارغ‌التحصیلان خود را به سوی کارآفرینی و اشتغال رهنمون ساخته و دانش و تجربیات پارک‌ها را به دانشجویان خود منتقل سازند که این ارتباط بین تحقیق و توسعه را با بازار و تجارت شدنی می‌سازد.

۶- شبکه‌سازی و توسعه ارتباطات کاری: شبکه‌سازی و ارتباطات در هر سطحی، یکی از الزامات و پیش‌فرض‌های پارک‌های نسل سومی است. بطوریکه شبکه‌ها و همکاری‌های مختلف یکی از بخش‌های مهم وارد شده در گزارشات عملکرد



۶

**مدیریت پارک می‌داند
که بزودی باید
برای رسیدن به
استقلال مالی،
توسعه طرح‌ها
و تأسیسات در جستجوی
منابع مالی
و سرمایه‌ای
باشد**

۶

را برای سرمایه‌گذاران ایجاد خواهد کرد که اولین گزینه برای آنان محسوب می‌شود. سرمایه‌گذاری در این پارک‌ها دارای آفاق متفاوتی است. بطوریکه از دل یک سرمایه‌گذاری کوتاه مدت، یک پورتفولیو (سبد سهام) برای سرمایه‌گذاری بلند مدت متولد می‌شود. تغییر و تحول در دنیای سرمایه‌گذاری به گونه‌ای خواهد بود که پارک‌های نسل سوم، اماکن با ثبات و مطمئن اقتصادی و بسیار کم ریسک تلقی شوند و این باعث کشش برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی خواهد شد.

۴- محیط زیست و پیرامون: پارک نسل سوم تنها بعنوان مرکز ایده و فکر تلقی نمی‌شود، بلکه با بهره‌گیری از آفرینش‌های هنری و زیبایی‌آفرینی در دل طبیعت، تعامل انسان و محیط زیست پیرامونش را به پرده می‌کشد. توجه به ساکنان و همسایگان منطقه‌ای پارک، توجه به باورها و سلیقه‌های محلی، استفاده کارا از امکانات طبیعی و حیاتی از ویژگی‌های برجسته این نسل از پارک‌هاست. البته این آفرینش‌های هنری تنها به معنی ساختمان‌های لوکس با مصالح گران‌قیمت نیست، بلکه توجه به ارتباطات انسانی، فضای سبز و پوشش گیاهی، معماری فضا و ترکیب، استفاده بهینه از نور و رنگ‌ها، رعایت تناسب در مقیاس‌ها و اندازه‌ها، ملاحظه در باب فضاهای غیر رسمی و پیرامونی و توجه به خدمات و تسهیلات به ساکنین پارک

محدودیت‌ها، ارتباطات و مدیریت بر منابع است و انعطاف بالایی دارد. بطوری‌که مدیر پارک نسل سوم، علاوه بر تسلط بر دانش مدیریت، نیازمند خبرگی در یک سری فنون تخصصی در ارتباط با مدیریت بر پارک‌های فناوری است. ارتباطات وسیع و هدفمند، تعامل با شرکت‌ها و مستأجران پارک نیازمند طیف وسیعی از توانایی‌ها در فنون مدیریت است. پارک‌های نسل سوم مقصد یک حرکت نیستند، بلکه دروازه ورود به شاهراه نوآوری در فناوری‌های نوین بر بستر رقابت میان اندیشه‌ها هستند. سیر و سریان در این شاهراه نیازمند بینش بلند یک مدیر نسل سوم است. بسیاری از دانش‌ها را می‌توان از تجربیات گذشتگان اکتساب کرد، ولی در بسیاری از وضعیت‌های منحصر بفرد، این ابتکار یک مدیر است که چالش‌های فراروی را به شایستگی مدیریت و راهبری کند. توجه به رقابت‌های بین‌المللی یکی از الزامات این دسته از مدیران است. شبکه‌سازی ارتباطات، تعیین اولویت‌ها، تعریف روشن استراتژی‌های نوآوری و تصمیم‌گیری در لحظات خاص از مهمترین ویژگی‌های مدیران پارک‌های نسل سوم است.

۳- محور توجه سرمایه‌گذاران: پارک نسل سوم محور توجه سرمایه‌گذاران است. تنوع و گوناگونی میدان سرمایه‌گذاری خطرپذیر و فرصت‌های مهیا در این پارک‌ها چنان کششی



سالانه پارک‌های نسل سوم است. نقش مهم پارک‌ها در اثربخشی هرچه بیشتر در این ارتباطات بسیار کلیدی است و موفقیت شرکت‌های نوپای پارک را رقم می‌زند. شبکه از پارک آغاز می‌شود و با رسیدن به دانشگاه‌ها و موسسات و شرکت‌های منطقه، به ابعاد فرا منطقه و بین‌المللی منتهی می‌شود. ارتباط با شرکت‌های خارج شده از پارک و تعامل با آنها، منافع بسیاری را برای شرکت‌های نوپای درون پارک ارائه می‌کند و راهنمای بسیار مهمی برای جوانترها است. این ارتباطات منحصر به شرکت‌های پارک نمی‌شود، بلکه پارک با ایجاد ارتباط با پارک‌های سایر نقاط جهان، جایگاه خود را در رقابت میان پارک‌ها و مراکز رشد پیدا نموده و سعی در بهبود این جایگاه خواهد داشت.

۷- توسعه و رشد شرکت‌های ساکن و

مستأجر در پارک: مدیریت فعال و تیزبین پارک نسل سوم، نیازهای شرکت‌های خود را می‌داند و از پیش برای آن چاره‌اندیشی می‌کند. همچنین با راهنمایی و ایجاد انگیزش، رشد این شرکت‌های در حال رشد را تسریع می‌نماید. مدیریت پارک نسل سوم حتی شرکت‌ها را متوجه نیازهای اساسی آنها می‌کند که پیش از این خود از آن غافل بوده‌اند، و مهارت‌هایی چون بازاریابی و تجاری‌سازی محصولات اولیه را برای آنها برنامه‌ریزی و طرح می‌کند. همچنین سرمایه‌گذاران را با شرکت‌ها و محصولات و خدمات آنها آشنا می‌سازد تا توسعه این شرکت‌ها هموار گردد.

نوآوری یک فرآیند ادامه‌دار و پویا است و تمایز جدی میان پارک و مراکز رشد قابل تصور نیست. در نتیجه همراهی با شرکت‌ها در دل مراکز رشد تا درون پارک روند مشابهی دارد و گوناگونی نیازها احتمالاً وجه تمایز این همراهی و حمایت‌هاست. پارک‌های نسل سوم انتقال شرکت‌ها را از مرکز رشد به پارک و از آنجا به بیرون از پارک به آرامی و بسیار کارآمد مدیریت می‌کنند، بگونه‌ای که همواره روحیه اطمینان و اعتماد متقابل میان پارک با شرکت ساکن پارک برقرار خواهد ماند.

توصیه‌ها و الزامات

با بررسی تمام مدل‌ها و ملاحظات، استفاده از عبارت پارک فناوری نسل سوم مستلزم تحقق پارامترهای اساسی ذیل است:

♦ **نقش آفرین بین‌المللی، با ریشه‌های محلی و ملی:** یک پارک فناوری نقش بسیار موثری را در ارتقای سیمای شهری دارد و باعث اعتلای نام منطقه خود خواهد شد. شرکت‌های پارک نسل سومی، مرزهای جغرافیایی را ملاک قرار نداده و در ابعاد بین‌المللی فعالیت می‌کنند. بر این اساس، بسیاری از شرکت‌های عضو پارک در سایر نقاط دنیا دفاتر فعالی را دایر نموده و تأثیر گذارند.

♦ **عضوی از اجتماع، با احترام به مردم و**

محیط زیست: معماری پارک‌های فناوری تنها بر اساس ایده‌های آرشیکتک‌ها وضع نمی‌شود، بلکه توجه به محیط زیست و سلیقه ساکنان پارک بر اساس محیط زندگی - کار شکل می‌گیرد.

♦ **کسب و کار سالم و فرصتی برای سرمایه‌گذاری:** تیم مدیریت پارک شاید اساسی‌ترین نقش را در مجموعه پارک ایفا می‌نماید. بطور خاص شخصیت و ویژگی‌های رئیس پارک فناوری و کیفیت راهبری و مدیریت وی می‌بایست ترکیبی از مهارت‌ها باشد. پارک با تولید ارزش افزوده و کارآفرینی کسب و کارهای تمیز و سالم، سرمایه‌گذاران بخش خصوصی را به خود جذب می‌کند. این جاذبه، مشکلات بسیاری از شرکت‌های جوپای سرمایه پارک را مرتفع نموده و آنها را در توسعه طرح‌ها یاری می‌سازد.

♦ **تحقق نقش دانشگاه‌ها و موسسات پژوهشی در برقراری همکاری‌های هدفمند:** پارک‌های نسل سوم موجودیت‌های مجزا و دور افتاده نیستند، بلکه دارای تعامل پویا با دانشگاه‌ها و موسسات پژوهشی بوده، تبلور یکی از کارکردهای موثر هر دانشگاه هستند. بطوریکه با رهنمون‌سازی فارغ‌التحصیلان دانشگاه به پارک، شرکت‌هایی متولد می‌شوند که سازنده بدنه صنعت و فناوری در آینده خواهند بود و این یعنی ارتباط موثر میان بخش صنعت و دانشگاه. فعال در شبکه‌های همکاری و مشارکت: بهره‌گیری از کسب و کارهای شبکه‌ای و ایجاد سطوح وسیع ارتباطات، شبکه‌های محلی، ملی و بین‌المللی فرصت‌های ذی‌قیمتی را برای پارک جهت نقش آفرینی ایجاد می‌نماید.

♦ **توجه به نیاز شرکت‌های ساکن پارک و مرکز رشد:** محیط کاری و حمایتی پارک، یکی از اساسی‌ترین نیازهای شرکت‌های نوپا را پوشش می‌دهد، بطوریکه رسیدن به بلوغ و خروج یک شرکت از مرکز رشد تا ورود به پارک، می‌بایست شامل فرایندی آرام و سازنده بوده و در حقیقت

دیدگاه مبتنی بر اعتماد متقابل را برای این شرکت‌های نوپا در قبال پارک ایجاد کند.

جمع‌بندی

گام‌های لازم تا رسیدن به موفقیت پارک نسل سوم عبارتند از:

۱. جهانی‌اندیشیدن بجای تمرکز منطقه‌ای؛
۲. یکپارچه‌سازی و الحاق طرح توسعه پارک به طرح‌های منطقه‌ای و شهری هر منطقه؛
۳. تدارک تیم‌ستادی کارآمد و تدوین استراتژی‌های بلندمدت با اهداف روشن و مشخص؛
۴. توجه به کارکرد پارک فناوری بعنوان شاهرگ ورودی به رقابت‌های وسیع نوآوری؛
۵. مدیریت بر فرهنگ سازمانی و شبکه‌سازی ارتباطات و وظایف کاری؛
۶. مدیریت پارک بر اساس توجه و برنامه‌ریزی همسو با نیازهای شرکت‌های پارک؛
۷. فراهم‌سازی فضا و بستر ظهور خلاقیت و نوآوری در کارکنان و ساکنان پارک؛
۸. ارتباط موثر دو سویه با دانشگاه‌ها و مراکز آکادمیک برای ایجاد همکاری‌های وسیع؛
۹. تنوع بخشیدن به حیطه‌های فعالیت توأم با کنترل و سنجش کارایی و اثربخشی؛
۱۰. تدارک تیم مشاوره و حمایت فنی و اطلاعاتی از شرکت‌های نوپا در مراکز رشد و تسهیل فرآیندها و روش‌ها؛
۱۱. ایجاد روحیه اعتماد و اطمینان میان کارکنان و متخصصان و شرکت‌ها و مدیریت پارک؛

منابع

1. Third Generation Science parks , A Report by Professor J.Allen, Manchester Science Park,2007
2. Evaluation of the past & future economic contribution of the UK Science Park Movement, Angle Technology Ltd for the UK Science Park Association, 2006
3. Creating an Innovative Europe, Report of the Independent Expert Group on R&D and Innovation, 2006. See http://ec.europa.eu/invest-in-research/action/2006_ahogroup_en.htm