**لیست عناوین اولویت دار شرکت شهرکهای صنعتی خراسان رضوی**

**ويژگي موضوعات اولويت دار:**

* در راستاي اهداف، ماموريتها و سياستهاي سازمان و در جهت رفع مسائل سازمان يا شركتهاي استاني در ايجاد و اداره شهركهاي صنعتي و حمايت از صنايع كوچك باشد.
* موضوعات مربوط به صنايع كوچك مي بايست در جهت راه هاي جديد براي توسعه و حمايت و يا رفع معضلات عمومي صنايع كوچك بوده و وابسته به يك واحد صنعتي خاص نباشد.
* کاربردي و قابل استفاده بوده و بتوان آنرا اجرايي نمود.
* به دور از کلي نگريها بوده و بتواند نتايج دقيق و ملموسي ارائه نمايد.
* با استفاده از مقايسه تطبيقي با کشورهاي پيشرفته ، الگوي عملي مناسبي را عرضه نمايد.
* مشخصات اقليمي و جغرافيايي و منابع انساني و مزيت هاي منطقه اي و ملي در طرحهاي توسعه اي مد نظر قرار بگيرد.

|  |
| --- |
| **3-1-1-حوزه برنامه ريزي و امور اقتصادي:*** · روشهاي بهينه بودجه ريزي در شركت هاي استاني
* · ارائه مدل قيمت گذاري حقوق انتفاع در شهركهاي صنعتي
* · بررسي اثربخشي فناوري اطلاعات در ارتقاء نظام نوآوري در سازمان
* · بررسي چالشهاي فرهنگي پياده سازي سيستمهاي اطلاعاتي (MIS) در سازمان
* · بررسي تاثير سند استراتژيك شركتهاي استاني در توسعه سازماني
* · طراحي مدل ارزيابي عملكرد شركتهاي شهركهاي صنعتي و ارائه سيستم و نرم افزارهاي مناسب
* · محاسبه بهاي تمام شده در شهركهاي صنعتي با توجه به روشهاي نوين محاسبه بهاي تمام شده مثل ABC(Activity BaseCosting)
* · بررسي اثرات برنامه ريزي سازماني بر توسعه سازماني
* · مديريت ارتباط با مشتريان (CRM) در شركت شهركهاي صنعتي استانها
* · ارزيابي سيستم هاي اطلاعاتي در شهركهاي صنعتي
* · شناسايي عوامل كليدي موفقيت ( CSF ) در شركت هاي استاني
* · ارائه مدل ارزيابي هوشمندانه وب سايت هاي شركت هاي استاني
* · بررسي پياده سازي مدل تعالي سازماني در سازمان و شركتهاي استاني
* · بررسي وضعيت امنيت شبكه هاي (IT) سازمان و شهركهاي استاني.
* · ارتقاء پرتال sme.ir از طريق ارائه گزينه هاي قابل اجرا توسط بخش خصوصي
* · ارائه الگوي پياده سازي مديريت دانش(KM) در سازمان و شركتهاي استاني
* · ارائه الگوي مستند سازي در سازمان و شركتهاي استاني باتوجه به تجارب جهاني
* معرفي الگوهاي بهينه بين المللي در رابطه با سازمانهاي توسعه اي مشابه سازمان صنايع كوچك و شهركهاي صنعتي ايران

**3-1-2-حوزه توسعه بازار:*** مطالعه در حوزه ­رفتار مصرف كننده:
* · بررسي اثر محرك­هاي بازاريابي بر روي رفتار مصرف كننده به تفكيك محصول يا صنعت
* · بررسي اثر محرك­هاي محيطي(اقتصادي، سياسي، اجتماعي و ...) بر روي رفتار مصرف كننده به تفكيك محصول يا صنعت
* · بررسي و تعيين ميزان تاثير خدمات پس از فروش بر رضايت و جلب مشتري به تفكيك محصول يا صنعت
* · بررسي و رتبه بندي مهمترين علل تمايل مصرف كنندگان داخلي در انتخاب محصولات جايگزين خارجي به تفكيك محصول يا صنعت
* · بررسي مهمترين عوامل موثر بر تصميم گيري مصرف كنندگان در انتخاب محصولات بادوام به تفكيك محصول يا صنعت
* مطالعه در حوزه بازار:
* · تحقيق درباره تدوين و بومي سازي معيار­هاي بخشبندي و انتخاب بازار­هاي هدف به تفكيك محصول يا صنعت
* · تعيين ميزان جذابيت بخش­هاي مختلف بازار بر اساس نيرو­هاي رقابتي انتخاب بازار­هاي به تفكيك محصول يا صنعت
* · تعيين عوامل مؤثر در توان رقابتي شركتهابه تفكيك محصول يا صنعت
* · بررسي تاثير و رتبه بندي عوامل محيطي بر برنامه ريزي بازاريابي شركتها به تفكيك محصول يا صنعت
* · تخمين و پيشبيني تقاضاي بالقوه و اندازه بازار به تفكيك محصول يا صنعت
* · بررسي راههاي گسترش بازار به تفكيك محصول يا صنعت
* · امكان سنجي استراتژي هاي ورود به بازار به تفكيك محصول يا صنعت
* · سنجش اثر بخشي استراتژي هاي ورود به بازار به تفكيك محصول يا صنعت
* · بررسي، ترسيم و تحليل پروفايل بازار و وضعيت رقابت به تفكيك محصول يا صنعت
* مطالعه درحوزه محصول:
* · شناسايي و رتبه بندي عوامل تمايز محصولات دربازارهاي رقابتي به تفكيك محصول يا صنعت
* · شناسايي و رتبه بندي عوامل تمايز خدمات دربازارهاي رقابتي به تفكيك محصول يا صنعت
* · بررسي و تحليل استراتژي­هاي برندينگ متناسب با گروه محصول
* · امكان سنجي توليد محصولات با برند مشاركتي به تفكيك محصول يا صنعت
* · بررسي رابطه ميان بسته بندي و رفتار خريد مصرف كنندگان به تفكيك گروه محصول
* · شناسايي موانع توسعه و توليد محصولات جديد به تفكيك محصول يا صنعت
* · ترسيم نقشه ادراكي براي موضع يابي محصولات و كشف نقاط دنج بازار به تفكيك محصول يا صنعت
* · تعيين اثربخشي تست­هاي متفاوت بازار براي محصولات جديد به تفكيك محصول يا صنعت
* · بررسي، تحليل و رتبه بندي عوامل موثر بر پذيرش محصولات جديد به تفكيك محصول يا صنعت

**مطالعه در حوزه قيمت گذاري و فروش:*** · بررسي حساسيت تقاضا نسبت به تغييرات قيمت به تفكيك محصول يا صنعت
* · بررسي حساسيت عرضه نسبت به تغييرات قيمت به تفكيك محصول يا صنعت
* · مقايسه اثربخسي استراتژي­هاي قيمت گذاري در بازار­هاي رقابتي و انحصاري
* · بررسي رابطه انواع روشهاي تخفيف دهي و ميزان فروش به تفكيك محصول يا صنعت
* · بررسي راهكارهاي جبران زيان ناشي از فروش­هاي فصلي به تفكيك محصول يا صنعت
* · بررسي رابطه ميزان حاشيه سود خرده فروشي و ميزان فروش شركتهاي توليد كننده به تفكيك محصول يا صنعت
* · تحقيق در مورد ميزان حاشيه سود خرده فروشي به تفكيك محصول
* · تحقيق درمورد ويژگيهاي نيروي فروش و عملكرد فروش به تفكيك محصول يا صنعت
* · تحقيق براي تدوين راهكارهاي تعيين قيمت­هاي انتقالي
* · مطالعه در مورد راهكارهاي جلوگيري از جنگ قيمت
* · مطالعه در مورد راهكارهاي جلوگيري از تباني و تشكيل كارتل
* مطالعه در حوزه فعاليت­هاي ترويجي:
* · بررسي اثر فعاليت­هاي ترويجي بر دارايي برند
* · بررسي اثر بكارگيري ارتباطات يكپارچه بازاريابي IMC در مقايسه با تبليغات صرف
* مطالعه در حوزه صادرات:
* بررسي انتظارات صادركنندگان ايراني از رايزنهاي بازرگاني ايران در كشورهاي بازار هدف
* بررسي موانع توسعه صادرات به تفكيك صنعت
* بررسي تاثير و رتبه بندي عوامل محيطي بر برنامه ريزي بازاريابي صنايع كوچك ايران‏ ‎
* بررسي مهمترين عوامل اثرگذار بر كيفيت محصول
* تعيين عوامل مؤثر در توان رقابتي ايران در صادرات به تفكيك محصول يا صنعت
* تعيين مهمترين عوامل بازاريابي مؤثر بر ميزان فروش به تفكيك محصول يا صنعت
* بررسي اثرات كنسرسيوم­هاي صادراتي بر روي هزينه ها و و عملكرد صادراتي شركتها
* سنجش اثر بخشي استراتژي هاي ورود به بازار هاي خارجي
* پژوهشي پيرامون امكان توسعه صادراتي محصولات تبديلي
* بررسي راههاي گسترش بازار به تفكيك محصول يا صنعت
* امكان سنجي استراتژي هاي ورود به بازار هاي خارجي

**3-1-3-حوزه توسعه بنگاه ها و كار آفريني*** شناسايي نيازهاي آموزشي شاغلين واحدهاي صنعتي به تفكيك گروه هاي صنعتي خصوصا در حوزه مديريتي و كارشناسي
* تدوين پكيج و محتواي دوره هاي آموزشي در حوزه هاي مختلف بازار و بازرگاني، مديريت، بهره وري، فناوري .... براساس نياز مخاطبين صنعتي
* مطالعات تطبيقي در خصوص حمايت از برنامه آموزش شاغلين واحدهاي صنعتي در كشورهاي توسعه يافته و در حال توسعه و شناسايي مدل هاي موفق
* بررسي و تعيين اثر بخشي دوره هاي آموزشي برگزار شده ويژه شاغلين واحدهاي صنعتي
* بررسي و ارائه راهكارهاي موثر در افزايش اثر بخشي و بهره وري دوره هاي آموزشي ويژه شاغلين واحدهاي صنعتي در حوزه صنايع كوچك
* طرح شناخت فرآيند كار آفريني و احصاء اجزاي آن
* مطالعات تطبيقي به منظور مقايسه كارآفريني در حوزه صنايع كوچك با محوريت رشته هاي صنعتي كشورهاي منتخب
* طراحي شاخصهاي عملكرد كار آفريني در حوزه صنايع كوچك
* پايش(Monitoring) فرصت هاي كار آفريني در حوزه صنايع كوچك
* بررسي و تحقيق پيرامون مشكلات، مسائل و موانع توسعه كار آفريني در حوزه صنايع كوچك
* كار آفريني اينترنتي و حوزه صنايع كوچك
* بررسي و مطالعه در زمينه چگونگي ايجاد و توسعه اشتغال در حوزه صنايع كوچك ارايه راه كارهاي مناسب در اين زمينه
* شناسايي و مستند سازي تجارب و الگوهاي موفق يا منحصر بفرد كارآفريني در حوزه صنايع كوچك جهت انتقال تجربيات
* بررسي نقش سازمان هاي حامي كار آفريني(از قبيل پاركهاي علمي و فناوري، انكو باتورها و ...)
* شناسايي اولويت هاي پژوهشي كارآفريني در حوزه صنايع كوچك
* مطالعه و پيشنهاد سازوكارهاي لازم به منظور جلوگيري از كاهش فرصتهاي شغلي ناشي از اجراي سياست هاي مختلف در حوزه صنايع كوچك
* شناسايي زمينه هاي صدور خدمات اعم از مشاوره كارآفريني به واحدهاي صنعتي كوچك
* تهيه سند توسعه كار آفريني در حوزه صنايع كوچك
* شناسايي روش هاي توسعه سرمايه گذاري بخش خصوصي (داخلي و خارجي)در جهت توسعه اشتغال و ايجاد بنگاه هاي جديد كسب و كار و رفع موانع مربوطه
* شناسايي روش هاي پيام رساني مستمر در زمينه كار آفريني، نوآوري و خلاقيت به منظور فرهنگ سازي و ارتقاء اطلاعات عمومي كار آفريني در حوزه صنايع كوچك
* طراحي و برگزاري همايشهاي تخصصي با موضوع كار آفريني در حوزه صنايع كوچك
* تدوين نظامنامه مميزي كار آفريني در حوزه صنايع كوچك
* شناسايي كار آفرينان در حوزه صنايع كوچك
* تدوين مدلي به منظور ايجاد شبكه حمايت از كارآفريني در حوزه صنايع كوچك
* طراحي مدل همكاري با مراكز علمي و دانشگاهي در زمينه كارآفريني
* بررسي موانع ساختاري، رفتاري و محيطي كارآفريني در ايران در حوزه صنايع كوچك
* ارائه الگوي كاربردي براي تاسيس مراكز مشاوره فني، حقوقي، مديريتي، مالي براي كارآفرينان
* بررسي چالش هاي آموزش كارآفريني در حوزه صنايع كوچك
* بررسي عوامل موُثر بر تصميم گيري توسط كارآفرينان در حوزه صنايع كوچك
* عارضه يابي ارتباط قوانين كار و مقررات مربوطه با فرهنگ كارآفريني در ايران
* مدل ارزيابي بازده سرمايه گذاري در آموزش كارآفريني
* ارائه راهكارهاي اجرايي آموزش كارآفريني و ايجاد پرورشگاههاي كارآفرين ( Incubator ) توسط نهادهاي اجرايي و آموزشي
* طراحي ساختار سرمايه در مؤسسات كوچك و كارآفرين
* مديريت استراتژيك در مؤسسات كوچك و نقش كارآفرين در تدوين استراتژي
* طراحي سيستمهاي پاداش و حقوق و دستمزد مبتني بر الزامات كارآفريني

**3-1-4-حوزه توسعه صنعتي و فناوري:*** تحليل زنجيره ارزش رشته صنعتهاي اولويت دار استان و تدوين برنامه جامع ارتقاء آنها ( به صورت متمركز در ستاد طراحي و توسط استانها اجراء مي شود)
* تهيه نقشه استاني خوشه هاي صنعتي براساس فرمتي كه توسط سازمان تهيه و در اختيار استانها قرار مي گيرد.
* طراحي و اجراي شبكه سازي از صنايع كوچك اولويت دار استان در حداقل يك رشته صنعت اولويت دار
* مطالعه كامل نياز سنجي واحدهاي صنعتي كوچك استان به خدمات فني و مهندسي و تدوين بسته جامع ارائه آنها در قالب مركز ارائه دهنده خدمات كسب و كار
* اندازه گيري شاخص هاي كلان اقتصادي صنايع خرد ، كوچك و متوسط استان براسا س فرمت كلي ارائه شده از سوي سازمان
* طراحي زنجيره تامين رشته صنعت هاي اولويت دار استان
* طراحي شبكه هاي توزيع رشته صنعت هاي اولويت دار استان
* مطالعه و ارائه بسته كامل نفوذ فناوريهاي نوين در بين صنايع كوچك و متوسط استان
* مطالعه و طراحي سيستم لجستيك و پشتيباني از صنايع كوچك و متوسط استان
* مطالعه جامع و كامل كاهش قيمت تمام شده و افزايش رقابت پذيري محصولات صنايع كوچك و متوسط استان
 |