**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 |