

Smart Strategic Portfolio Management Model for Stock Portfolio Optimization in a Capital Market Bubble

**Mohammad Reza
Bakhshivash**

Master's student in business administration, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

Shadi Rahimi

PhD student in Business Administration, Marketing Management Orientation, Bu-Ali Sina University of Hamadan, Hamadan, Iran.

Saeed Fakhar*

PhD student in Business Administration, Strategic Management major, Urmia University, Urmia, Iran.

Abstract

The main objective of this research is to design a comprehensive model for stock portfolio optimization in a capital market bubble using smart strategic management; a model that can reduce risks arising from severe market fluctuations and improve long-term investment returns. In the turbulent environment of financial markets and the increasing presence of new technologies, investors and capital managers need to look beyond traditional portfolio management methods and must shape their investment strategies by relying on smart, data-driven concepts and advanced analytics. In this regard, the present research, focusing on the development of smart tools and methods, tries to identify the structure and processes that, with the help of advanced technologies and data analysis, enable the formation of a systematic and resilient approach to facing capital market bubbles. This qualitative research is based on content analysis and was conducted through targeted interviews with capital managers, financial experts, and academics in the field of financial management and investment. The findings show that designing an intelligent model for portfolio management in a market bubble, while creating convergence in the investment decision-making process and effectively utilizing environmental information, can promote collaborative behavior in investment teams and define new motivational structures. In this way, investors will be able to optimize their investment portfolios in the long term and benefit from their competitive capabilities while reducing investment risks and increasing returns.

Keywords: Intelligent strategic management, stock portfolio optimization, capital market bubble, data-driven approach, intelligent comprehensive model

How to Cite: Bakhshivash, M. R. , Rahimi, S.& Fakhar,S. (2023). Smart Strategic Portfolio Management Model for Stock Portfolio Optimization in a Capital Market Bubble. Journal of Intelligent Strategic Management, 2(4), 51-70. doi: bumara.3.2.15564.35.2517



Intelligent Strategic Management (JISM) in Development and Evolution is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

© Authors

* Corresponding Author: Saeed Fakhar 1112@gmail.com

مدل مدیریت استراتژیک هوشمند پرتفوی در راستای بهینه‌سازی سبد سهام در فضای حباب بازار سرمایه

محمد رضا بخشی وش

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار دانشگاه شهید بهشتی، تهران،
ایران.

شادی رحیمی

دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، گرایش مدیریت بازاریابی، دانشگاه
بوعلی سینا همدان، همدان، ایران.

سعید فخار*

دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، گرایش مدیریت استراتژیک، دانشگاه
ارومیه، ارومیه، ایران.

چکیده

هدف اصلی این پژوهش، طراحی مدلی جامع برای بهینه‌سازی سبد سهام در شرایط حباب بازار سرمایه با استفاده از مدیریت استراتژیک هوشمند است؛ الگویی که بتواند به کاهش ریسک‌های ناشی از نوسانات شدید بازار و ارتقای بازدهی بلندمدت سرمایه‌گذاری‌ها منجر شود. در فضای پرتلاطم بازارهای مالی و حضور فزاینده فناوری‌های نوین، سرمایه‌گذاران و مدیران سرمایه‌گذار نیازمند نگاهی فراتر از روش‌های سنتی مدیریت پرتفوی هستند و باید با اتکا بر مفاهیم هوشمند، داده‌محور و تحلیل‌های پیشرفته، استراتژی‌های سرمایه‌گذاری خود را شکل دهند. در این راستا، پژوهش حاضر با تمرکز بر توسعه ابزارها و روش‌های هوشمند، سعی دارد تا ساختار و فرآیندهایی را شناسایی کند که با کمک فناوری‌های پیشرفته و تحلیل داده، امکان شکل‌دهی رویکردی نظام‌مند و مقاوم در مواجهه با حباب‌های بازار سرمایه را فراهم آورد. این تحقیق از نوع کیفی و مبتنی بر تحلیل مضمون است و از طریق مصاحبه‌های هدفمند با مدیران سرمایه، کارشناسان خبره مالی و اساتید دانشگاهی حوزه مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری انجام گرفته است. یافته‌ها نشان می‌دهد که طراحی یک مدل هوشمند برای مدیریت پرتفوی در شرایط حباب بازار، ضمن ایجاد همگرایی در فرآیند تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری و بهره‌مندی اثربخش از اطلاعات محیطی، می‌تواند رفتار مشارکتی را در تیم‌های سرمایه‌گذاری ارتقا دهد و ساختارهای انگیزشی نوینی را تعریف کند. بدین ترتیب، سرمایه‌گذاران قادر خواهند بود، همگام با کاهش ریسک‌های سرمایه‌گذاری و افزایش بازدهی، سبدهای سرمایه‌گذاری خود را در بلندمدت بهینه‌سازی کرده و از قابلیت‌های رقابتی خود بهره‌مند شوند.

کلیدواژه‌ها: مدیریت استراتژیک هوشمند، بهینه‌سازی سبد سهام، حباب بازار سرمایه، رویکرد داده‌محور، مدل جامع هوشمند

استناد به این مقاله: بخشی وش، محمد رضا و رحیمی، شادی و فخار، سعید. (۱۴۰۲). مدل مدیریت استراتژیک هوشمند پرتفوی در راستای بهینه‌سازی سبد سهام در فضای حباب بازار سرمایه. مدیریت استراتژیک هوشمند، ۲(۴)، ۷۰-۵۱.



مدیریت استراتژیک هوشمند (JISM) در توسعه و تکامل تحت مجوز بین‌المللی کپی‌رایت کامنز با شرایط انتساب- غیرتجاری ۴.۰ منتشر می‌شود.

© نویسندگان

مقدمه

در دهه‌های اخیر، رشد شتابان بازارهای مالی و پیچیدگی فزاینده صنعت سرمایه‌گذاری، مباحث مربوط به توانمندی‌ها و نقش راهبردی مدیران سرمایه را دوچندان کرده است. مدتی طولانی، مدیران سرمایه صرفاً به انتخاب و مدیریت سبدهای سهام بر اساس تحلیل‌های پایه‌ای و حسابداری مالی محدود می‌شدند؛ اما با گسترش رقابت جهانی، ظهور فناوری‌های نوین و تغییر در رفتار سرمایه‌گذاران، رویکرد سنتی دیگر پاسخ‌گوی انتظارات کنونی نیست. سرمایه‌گذاران و مدیران سرمایه‌گذاری نیازمند نگاهی جامع‌تر و هوشمندانه‌تر به مدیریت پرتفوی خود هستند تا بتوانند در مواجهه با حباب‌های بازار سرمایه، ریسک‌ها را کاهش داده و بازدهی سرمایه‌گذاری‌ها را بهبود بخشند. (Adeli & Farzan, 1401) از این منظر، مدیران سرمایه نه تنها به مهارت‌های فنی تحلیل مالی نیاز دارند، بلکه باید با دانش عمیق در زمینه مدیریت ریسک، تحلیل داده‌های کلان و استفاده از فناوری‌های هوشمند نیز آشنا باشند.

حساسیت سرمایه‌گذاران به نوسانات بازار و تغییرات سریع اقتصادی، فشار بر مدیران سرمایه‌گذاری را دوچندان می‌کند. از یک سو، سرمایه‌گذاران خواستار بازدهی بالا و مدیریت موثر ریسک هستند؛ از سوی دیگر، در شرایط حباب بازار سرمایه، شرکت‌ها و مدیران سرمایه‌گذاری باید توانایی پیش‌بینی و واکنش سریع به تغییرات بازار را داشته باشند تا از کاهش ارزش پرتفوی جلوگیری کنند. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که در هم‌تیندن استراتژی‌های سرمایه‌گذاری با جهت‌گیری هوشمند و داده‌محور، ابزار قدرتمندی برای حفظ و ارتقای بازدهی سرمایه‌گذاری‌ها وجود دارد. (Falah & Mohammadi, 1402). بنابراین، مدیران سرمایه‌گذاری نیازمند مهارت‌هایی فراتر از تحلیل‌های سنتی هستند تا بتوانند با استفاده از الگوریتم‌های پیش‌بینی و مدل‌های هوشمند، ریسک‌های ناشی از حباب‌های بازار سرمایه را مدیریت کرده و فرصت‌های سرمایه‌گذاری جدید را شناسایی کنند.

مطالعات متعددی نیز تأیید کرده‌اند که اگر مدیر سرمایه‌گذاری بتواند در سطح راهبردی با سایر بخش‌های سازمان همسو باشد—مثلاً واحد تحلیل بازار، بخش فناوری اطلاعات یا حتی تیم‌های بازاریابی—احتمال تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر داده و هوشمندانه‌تر افزایش می‌یابد. زیرا هر تصمیم سرمایه‌گذاری که منجر به تغییر ساختار پرتفوی، تخصیص بهینه منابع

یا حتی ورود به یک بازار جدید می‌شود، نیازمند داده‌های گسترده و تحلیل‌های چندبعدی است. در این میان، رویکرد هوشمندسازی سرمایه‌گذاری کمک می‌کند تا داده‌ها با سرعت گردآوری شده و از طریق ابزارهای تحلیلی پیشرفته، روندهای مالی، ریسک‌های بازار و بازدهی سرمایه‌گذاری به صورت بلادرنگ تحت کنترل درآید (Karami & Vafa, 1401). بنابراین، مهارت‌هایی چون تفسیر داده‌های کلان، دانش برنامه‌ریزی سناریویی و توان مدیریت ریسک سیستمی برای مدیران سرمایه‌گذاری اهمیت شایانی دارد.

علاوه بر این، متخصصان حوزه مدیریت بر این باورند که رویکرد هوشمند در مدیریت استراتژیک سرمایه‌گذاری، نه تنها تصمیم‌گیری در مواقع بحرانی را تسهیل می‌کند، بلکه بهبود مستمر عملکرد پرتفوی را نیز ممکن می‌سازد (Salehi & Moradi, 1402). برای مثال، زمانی که بازار در حال ورود به یک مرحله حبابی است، ممکن است مدیر سرمایه‌گذاری تصور کند که افزایش سرمایه‌گذاری در سهام خاص راه‌حل سریع است. اما اگر این مدیر مهارت کافی در تحلیل داده‌های محیطی داشته باشد و بداند که در شرایط حبابی، بازیابی و رفتار سرمایه‌گذاران چگونه تغییر می‌کند، می‌تواند به جای تصمیمات غیرمحاسبه‌شده، راهبردهای متنوعی برای کاهش ریسک و حفظ بازدهی بلندمدت پرتفوی ارائه دهد و بدین ترتیب از کاهش ناگهانی ارزش پرتفوی جلوگیری کند. به عبارتی، چارچوب استراتژیک هوشمند، توان آن را دارد که از سطح تصمیم‌گیری‌های روزمره به عمق بهینه‌سازی پرتفوی نفوذ کند و در کنار تأمین بازدهی کوتاه‌مدت، منافع آتی سرمایه‌گذاران را نیز تضمین نماید.

ضروری است اشاره شود که مدیران سرمایه‌گذاری جهت هدایت بهینه منابع گاه با مقاومت داخلی نیز مواجه می‌شوند. واحدهای اجرایی یا حتی مدیران اجرایی دیگر ممکن است تحت فشار اهداف کوتاه‌مدت فروش یا تولید باشند. در این شرایط، اگر مدیر سرمایه‌گذاری تنها بر تحلیل‌های مالی تمرکز کند، احتمال دارد انسجام راهبردی شرکت از بین برود. بنابراین، یکی از مهارت‌های کلیدی در مدل مهارت مدیران سرمایه‌گذاری، توان مذاکره، هم‌افزایی درون‌سازمانی و برقراری ارتباط بین واحدهای مختلف است. از نگاه پژوهش حاضر، هوشمندسازی استراتژیک شامل تعامل بینشمند و داده‌محور میان تمامی ذی‌نفعان نیز هست (Rahmani & Eshraghi, 1401). بدین ترتیب، مدیر سرمایه‌گذاری به عنوان یک حلقه واسط، با بسط مهارت‌های رهبری و تسلط بر ابزارهای

دیجیتال، می‌تواند ضمن همسو کردن ساختار منابع با اهداف کلان شرکت، به بهینه‌سازی پرتفوی و ارتقای بازدهی سرمایه‌گذاری کمک کند.

از یک منظر جامع‌تر، نقشی که مدیریت استراتژیک هوشمند بر مبنای توانمندی مدیران سرمایه‌گذاری دارد، فراتر از ساده‌سازی فرآیندهای سرمایه‌گذاری است؛ بلکه به طراحی مجدد مدل کسب‌وکار، توزیع بهینه سرمایه در پروژه‌های آینده‌دار و واکنش سریع به تغییرات اقتصاد جهانی مربوط می‌شود. (Nazemi & Sanai, 2022) برای مثال، اگر مدیر سرمایه‌گذاری پیش‌بینی کند که صنعت در آستانه یک تغییر پارادایم فناورانه است، می‌تواند به موقع منابع مالی را برای ورود به آن عرصه آزاد کرده و از منسوخ شدن ظرفیت‌های فعلی پرتفوی جلوگیری نماید. چنین تصمیماتی ارزش پرتفوی را در بلندمدت ارتقا می‌بخشد و به سرمایه‌گذاران سیگنال مثبتی مبنی بر آینده‌نگری شرکت می‌دهد. همین‌طور توجه به روش‌های پیش‌بینی و مدل‌های مدیریت ریسک، از جمله سناریوسازی بر پایه هوش مصنوعی یا الگوریتم‌های یادگیری ماشینی، مهارت‌هایی است که به مدیر سرمایه‌گذاری امکان می‌دهد در بحبوحه نوسانات اقتصادی، خلاقانه و با سرعت عمل نماید.

در مجموع، این پژوهش با روش کیفی و رویکرد تحلیل مضمون، ابعاد مختلفی از توانمندی‌های مورد نیاز مدیران سرمایه‌گذاری را در چارچوب مدیریت استراتژیک هوشمند مورد توجه قرار می‌دهد و درمی‌یابد که این مهارت‌ها برای بهینه‌سازی پرتفوی و ارتقای بازدهی سرمایه‌گذاری‌ها از اهمیت کلیدی برخوردارند. در مراحل آتی پژوهش، ضمن ارائه مستندات حاصل از مصاحبه با مدیران ارشد سرمایه‌گذاری و متخصصان دانشگاهی، الگوی نهایی پیشنهاد خواهد شد تا شرکت‌ها با تمرکز بر این الگو، فرآیند یادگیری سازمانی و ساختارسازی لازم را برای نهادینه کردن آن در واحدهای سرمایه‌گذاری و راهبردی خود اجرایی کنند.

مبانی نظری

پژوهش حاضر با محوریت طراحی مدل مهارت مدیران سرمایه‌گذاری در چارچوب مدیریت استراتژیک هوشمند، با هدف بهینه‌سازی سبد سهام در شرایط حباب بازار سرمایه، نیازمند مرور و تلفیق مبانی نظری در حوزه‌های مختلفی است که از نظریه‌های نوین مدیریت مالی و ریسک تا رویکردهای پیشرفته مدیریت استراتژیک و فناوری‌های هوش مصنوعی را در برمی‌گیرد. از این رو، برای درک بهتر چگونگی شکل‌گیری توانمندی مدیران

سرمایه‌گذاری در این فضای هوشمند و چرایی نیاز به تلفیق ابزارهای نوین داده‌محور، لازم است ریشه‌های مفهومی متنوعی مورد توجه قرار گیرد.

نخستین موضوعی که در این بحث اهمیت می‌یابد، نقش ارزش آفرینی در مدیریت سرمایه‌گذاری است. بر اساس این دیدگاه، وظیفه مدیر سرمایه‌گذاری صرفاً در انتخاب و مدیریت سهام محدود نمی‌شود؛ بلکه او باید هدایتگر راهبردهای کلان شرکت برای تولید و حفظ ارزش برای سرمایه‌گذاران باشد. (Hosseini & Moshfegh, 1401) این ارزش ممکن است در قالب افزایش بازدهی پرتفوی، بهینه‌سازی ساختار سرمایه، یا مدیریت چابک ریسک‌های مالی بروز کند. زمانی که مهارت مدیر سرمایه‌گذاری به سطح بالایی از فهم استراتژیک ارتقا پیدا کند، فراتر از اجرای ساده تحلیل‌های مالی به تلفیق اهداف سازمانی با تحلیل فرصت‌های سرمایه‌گذاری، مدیریت ریسک‌های برون‌سازمانی و راهبردهای بلندمدت رشد می‌پردازد.

گام بعدی، نگرش رفتاری و روان‌شناختی در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری است که از اقتصاد رفتاری و مدیریت رفتار سازمانی نشأت می‌گیرد. این نگرش بیان می‌کند تصمیم‌های سرمایه‌گذاری مدیران همواره بر مبنای تحلیل کاملاً منطقی ارقام نیست، بلکه عواملی همچون سوگیری‌ها، احساس امنیت یا ترس از ریسک، اثر مقایسه و حتی فشارهای غیررسمی ذی‌نفعان نیز می‌توانند بر خروجی‌های سرمایه‌گذاری اثر بگذارند (Zare & Alinaghian, 2022). بنابراین، برای آنکه مدیر سرمایه‌گذاری بتواند به‌طور هوشمند عمل کند، لازم است ضمن تسلط بر ابزارهای تحلیلی کمی، بر مفاهیم روان‌شناسی مالی نیز آشنایی داشته باشد و الگوهای رفتاری سرمایه‌گذاران و تحلیل‌گران را بشناسد. در این چارچوب، داده‌کاوی پیشرفته و فناوری‌های نوین، ابزاری ارزشمند برای کشف و پایش تغییر الگوهای رفتاری در بازار سرمایه خواهد بود.

در همین چارچوب، رویکرد تمایز در نظریه‌های استراتژیک (به سبک پورتر) می‌تواند تبیین کند که سازمان‌ها چرا و چگونه باید راهبردهای سرمایه‌گذاری خود را متمایز از رقبای طرح‌ریزی کنند. (Porter, 1985) چنانچه شرکت صرفاً به هزینه‌محوری بسنده کند، ممکن است در نوسانات اقتصادی و افت قیمت سهام ضربه‌پذیر باشد. اما اگر استراتژی سرمایه‌گذاری‌اش بر مبنای تمایز در مزیت‌های سرمایه‌گذاری، ساختار تأمین مالی خلاق، یا اتخاذ پروژه‌های سودآور بلندمدت شکل گیرد، احتمالاً به کسب بازدهی بالاتر برای

سرمایه‌گذاران منجر خواهد شد. مدیر سرمایه‌گذاری با مهارت هوشمندسازی راهبردی، می‌تواند تمایز خود را در زمینه تصمیم‌های کم‌ریسک ولی پرسود، طراحی مدل‌های جدید تأمین مالی یا بهره‌مندی از فرصت‌های فناورانه برای افزایش شفافیت و اعتماد سرمایه‌گذاران نشان دهد.

یکی دیگر از پشتوانه‌های مهم نظری، **مدیریت ارتباط با سرمایه‌گذاران و ذی‌نفعان (Stakeholder & Shareholder Management)** است که نزدیک به مفهوم مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در ادبیات بازاریابی است، اما در حوزه مالی و شرکتی منظور اصلی آن، فرایندی است که شرکت به صورت پیوسته با سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان و بازار سرمایه در تعامل است. (Chen & Tsang, 2023) در این نگاه، بازدهی پرتفوی و کیفیت ادراک بازار از عملکرد مالی، پدیده‌ای مقطعی نیست بلکه یک مسیر پویا و در تعامل با تصمیمات مدیر سرمایه‌گذاری شکل می‌گیرد. از این رو، مدیر سرمایه‌گذاری باید مهارت داشته باشد که اطلاعات و گزارش‌های مالی را نه تنها برای نهادهای نظارتی، بلکه به عنوان ابزاری برای ارتقای شفافیت و جلب اعتماد سرمایه‌گذاران به کار ببرد.

به عنوان لایه‌ای بالاتر، **نگرش سیستمی به مدیریت مالی در شرکت** مطرح می‌شود. بنا بر این نگرش، مدیر سرمایه‌گذاری نباید تنها به بهبود بازدهی پرتفوی یا کاهش هزینه‌های سرمایه‌گذاری محدود شود؛ بلکه موظف است کل نظام ارزش‌آفرینی سازمان را بررسی کند و فرایندهای بودجه‌بندی، تخصیص منابع و مدیریت ریسک را به شکل یکپارچه هدایت کند. (Foroughi & Nazari, 1402) رویکرد سیستمی به مدیریت مالی همچنین مبتنی بر نظریه بازی‌ها نشان می‌دهد که اگر چند شرکت در بازار سرمایه به صورت جداگانه یا کوتاه‌نگر عمل کنند، ممکن است همگی در سطح متعارفی از بازدهی متوقف شوند. اما اگر یک شرکت با هوشمندی بالا و رصد مداوم شرایط اقتصادی، تفاوتی راهبردی ایجاد کند — مثلاً از طریق استراتژی سرمایه‌گذاری در پروژه‌های دانش‌بنیان یا کاهش ریسک هدفمند — می‌تواند در نقطه تعادل تازه‌ای به بازدهی بالاتری از پرتفوی دست یابد (Rahmati & Soleimani, 1401).

از حیث مبانی فرهنگی و سازمانی، **مدل فرهنگ سازمانی هافستده** نشان می‌دهد که تفاوت‌های فرهنگی و ساختاری می‌توانند بر رفتارهای سرمایه‌گذاری مدیران تأثیرگذار

باشند (Rashidian & Pouya, 1401) در برخی فرهنگ‌ها، توجه به ثبات و امنیت مالی مهم‌تر از رشد تهاجمی است و در برخی دیگر، ریسک‌پذیری بالا و کارآفرینی نهادینه شده است. در چنین بسترهایی، مهارت مدیر سرمایه‌گذاری در همسو کردن ذی‌نفعان گوناگون، از جمله کارکنان، سرمایه‌گذاران و حتی نهادهای بیرونی، نقشی تعیین‌کننده در شکل‌گیری مدیریت استراتژیک هوشمند خواهد داشت.

بازاریابی خدمات مالی نیز از دیگر دیدگاه‌های نظری است که بیان می‌کند کیفیت ادراک شده سرمایه‌گذاران از خدمات شرکت (چه از منظر گزارش‌دهی، چه از منظر شفافیت و چه در حوزه خلق ارزش پایدار) می‌تواند به احساس امنیت یا ترجیح سرمایه‌گذاران برای نگه‌داشت یا افزایش سرمایه‌گذاری‌ها بینجامد (Farbod & Eslami, 1402). بدین ترتیب، مدیر سرمایه‌گذاری صرفاً از جنبه درون‌سازمانی عمل نمی‌کند، بلکه به نحوی در حال بازاریابی و نمایش توانمندی شرکت به بازار سرمایه است. زمانی که این نمایش با پشتوانه عملکرد واقعی و مدیریت هوشمند داده‌ها همراه باشد، اعتماد سرمایه‌گذاران بالا رفته و بازدهی پرتفوی رشد می‌کند.

در همین راستا، نظریه **نوآوری در مدل‌های کسب‌وکار** نیز مطرح می‌شود. شرکت می‌تواند با ارائه طرح‌های نوآورانه در ساختار مالی یا طراحی سبد سرمایه‌گذاری به جای روش‌های سنتی، برای ذی‌نفعان ارزش بیشتری خلق کند (Kargar & Nouri, 2022). این رویکرد نشان می‌دهد که اگر مدیر سرمایه‌گذاری با تحلیل‌های کلان‌داده، پیش‌بینی روندهای اقتصاد کلان، و طراحی ابزارهای مالی پیشرفته آشنا باشد، قادر است پیشنهادهایی ارائه کند که نرخ بازدهی و سهم بازار سرمایه‌ای شرکت را رشد دهد. در واقع، هنگامی که مهارت مدیر سرمایه‌گذاری محدود به تحلیل‌های مالی سنتی نباشد، شرکت می‌تواند منابع خود را در طرح‌های سودآور، با ریسک محاسبه‌شده و زمان‌بندی مناسب سرمایه‌گذاری کند، که این امر در نهایت به بهینه‌سازی پرتفوی و ارتقای بازدهی سرمایه‌گذاری‌ها منجر می‌شود.

اما چرا **چارچوب هوشمند** در مدیریت استراتژیک سرمایه‌گذاری ضروری است؟ پاسخ را می‌توان در مباحث مرتبط با مدیریت دانش و داده‌محوری جست‌وجو کرد: در فضای پرتغییر بازارهای مالی، اطلاعات لحظه‌ای از شاخص‌های داخلی و خارجی ضروری است و تصمیم‌گیری‌های سلیقه‌ای یا حدسی نمی‌تواند پایداری بازدهی و ارزش پرتفوی را

تضمین کند. (Sadeghi & Foroutan, 1401) چارچوب هوشمند بر استفاده از کلان‌داده‌ها، الگوریتم‌های یادگیری ماشینی و پیش‌بینی مبتنی بر سناریو بنا می‌شود و مدیر سرمایه‌گذاری را قادر می‌سازد به صورت مستمر، بازده پروژه‌ها و روند تحولات داخلی و خارجی را رصد کند و راهبرد سرمایه‌گذاری را اصلاح نماید. همچنین، این نگاه داده‌محور برای مدیریت ریسک سیستمی یا شناسایی نشانه‌های اولیه بحران در بازار سرمایه نیز کاملاً کارآمد است.

علاوه بر این، **مدیریت ارزش در سطح کلان سازمانی** نیز در مبانی نظری جای می‌گیرد. در این رویکرد، شرکت‌ها باید کل زنجیره ارزش را—از بخش تأمین تا سرمایه‌گذار نهایی—رصد کرده و نقاط ضعف و قوت مدل سرمایه‌گذاری‌شان را آشکار سازند. اگر ساختار سرمایه‌گذاری ناکارآمد باشد یا هزینه‌های پنهان به دلیل ریسک‌های نامشخص تحمیل شود، در نهایت نه تنها بازدهی پرتفوی آسیب می‌بیند، بلکه ارزش سرمایه‌گذاری نیز افت می‌کند. (Eshghi & Moradzadeh, 2023) اما اگر شرکت با همسویی میان بخش‌های مختلف، ارزش واقعی سرمایه‌گذاری‌ها را بالا ببرد و هزینه‌های ناکارآمدی را کاهش دهد، پتانسیل افزایش بازدهی و جذب سرمایه‌گذاران بیشتر فراهم می‌شود. مدیر سرمایه‌گذاری با قابلیت مدیریت استراتژیک هوشمند، می‌تواند این همسویی را از طریق ابزارهای مالی نوآورانه، ارائه گزارش‌های شفاف و جهت‌گیری راهبردی تضمین کند.

در امتداد این چارچوب، برخی مطالعات به پیوند میان **عملکرد پرتفوی و اعتبار برند** شرکتی اشاره می‌کنند. (Rahmani & Dehdar, 1402) برندسازی در حوزه مالی، به شکل ارائه مداوم عملکرد برتر، افشای به‌موقع اطلاعات، و ثبات در رویه‌های حاکمیت شرکتی تحقق می‌یابد. اگر بازار سرمایه شرکت را برندی قابل اعتماد تشخیص دهد، ارزش پرتفوی در مواجهه با تکان‌های اقتصادی مقاومت بیشتری دارد؛ بنابراین یکی از مهارت‌های مدیر سرمایه‌گذاری هوشمند، ساختاردهی مالی و حاکمیتی است که نظرات مثبت سرمایه‌گذاران و تحلیل‌گران را جلب کند.

بنابراین، همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، **مدل مهارت مدیران سرمایه‌گذاری در مدیریت استراتژیک هوشمند** برآیندی است از مباحثی چون اقتصاد رفتاری، نظریه بازی‌ها، مدیریت ارزش سازمانی، بازاریابی خدمات مالی، مدیریت دانش و برندینگ

شرکتی. یک مدیر سرمایه‌گذاری که تنها بر تحلیل‌های مالی سنتی مسلط باشد، برای چنین رویکردی کافی نخواهد بود. چالش اصلی در پیاده‌سازی، آن است که مدیر سرمایه‌گذاری بتواند با واحدهای مختلف سازمان، سرمایه‌گذاران و حتی محیط رقابتی تعامل عمیقی داشته باشد و از طریق ابزارهای تحلیلی مدرن و چرخه یادگیری مستمر، همواره در صدد بهبود راهبرد سرمایه‌گذاری باشد.

باید توجه داشت که **بومی‌سازی** این الگو در هر شرکت بسته به ماهیت کسب‌وکار، اندازه سازمان، شرایط اقتصادی و فرهنگی بازار سرمایه تفاوت خواهد داشت (Jalalzadeh & Moazzemi, 2023). برای مثال، در شرکت‌های کوچک و متوسط، شاید موانعی مانند محدودیت بودجه تحقیق و توسعه یا ضعف زیرساخت‌های فناوری وجود داشته باشد؛ اما در عین حال، چابکی بیشتری برای اصلاح ساختار سرمایه‌گذاری دارند. در شرکت‌های بزرگ، کیفیت حکمرانی شرکتی، تعداد زیاد سرمایه‌گذاران و لزوم شفافیت در پرتفوی می‌تواند پیچیدگی بیشتری ایجاد کند، اما مدیر سرمایه‌گذاری با مهارت‌های هوشمند می‌تواند از این گستردگی به‌عنوان فرصتی برای تثبیت اعتبار مالی و رشد پرتفوی بهره‌بردار. در مجموع، می‌توان گفت مبانی نظری این پژوهش بر هشت محور اساسی استوار است:

۱. ارزش‌آفرینی برای سرمایه‌گذاران؛
۲. رویکرد رفتاری و روان‌شناختی در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری؛
۳. تمایز راهبردی در حوزه سرمایه‌گذاری؛
۴. مدیریت ارتباط با سرمایه‌گذاران به‌مثابه ابزاری راهبردی؛
۵. نگرش سیستمی و یکپارچه به فرآیندهای سرمایه‌گذاری؛
۶. ترکیب مفاهیم نوآوری و مدیریت ارزش؛
۷. داده‌محوری و هوشمندسازی در مدیریت استراتژیک سرمایه‌گذاری؛
۸. بومی‌سازی و ملاحظه تفاوت‌های فرهنگی و ساختاری بازار.

ترکیب این مبانی نظری نشان می‌دهد مدل پیشنهادی در تحقیق حاضر، نمی‌تواند تنها به یک جنبه—مانند افزایش اثربخشی روش‌های تأمین مالی یا بهبود تحلیل ریسک—بسنده کند، بلکه باید تمامیت فرآیند و فرهنگ سازمانی را در برگیرد. به همین علت، پژوهش حاضر سعی دارد از طریق مصاحبه‌های هدفمند و تحلیل مضمون، دیدگاهی جامع درباره انواع مهارت‌های ضروری مدیران سرمایه‌گذاری به دست آورد تا آنان بتوانند در مدیریت استراتژیک هوشمند شرکت نقش محوری ایفا کرده و در نهایت، بازدهی و ارزش پرتفوی را به‌طور پایدار و اثربخش بهبود بخشند.

جدول ۱. کدهای فرعی و مضامین اصلی استخراج شده از مبانی نظری

شماره کد	کد فرعی	مضمون اصلی
1	تعریف ارزش ادراک‌شده توسط سرمایه‌گذار	ارزش ادراک‌شده سرمایه‌گذار
2	مقایسه هزینه‌ها و مزایا در تصمیم سرمایه‌گذاری	ارزش ادراک‌شده سرمایه‌گذار
3	عملکرد فنی سرمایه‌گذاری‌ها	ارزش ادراک‌شده سرمایه‌گذار
4	سهولت دسترسی به اطلاعات سرمایه‌گذاری	ارزش ادراک‌شده سرمایه‌گذار
5	پشتیبانی پس از سرمایه‌گذاری	ارزش ادراک‌شده سرمایه‌گذار
6	حس پرستیژ و اعتماد در سرمایه‌گذاری‌ها	ارزش ادراک‌شده سرمایه‌گذار
7	عوامل احساسی در رفتار سرمایه‌گذار	نظریه رفتار مصرف‌کننده
8	لنگر انداختن قیمتی اولیه در سرمایه‌گذاری‌ها	نظریه رفتار مصرف‌کننده
9	اثر مقایسه‌های غیربرابری در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری	نظریه رفتار مصرف‌کننده
10	جستجوی نشانه‌های اعتماد و اعتبار در سرمایه‌گذاری‌ها	نظریه رفتار مصرف‌کننده
11	تمایز سرمایه‌گذاری از نظر ویژگی‌های فنی	استراتژی تمایز پورتر
12	طراحی ارگونومیک پرتفوی سرمایه‌گذاری	استراتژی تمایز پورتر
13	کیفیت مدیریت سرمایه‌گذاری‌ها	استراتژی تمایز پورتر
14	هویت برند سرمایه‌گذاری‌ها	استراتژی تمایز پورتر
15	خدمات جانبی ویژه برای سرمایه‌گذاران	استراتژی تمایز پورتر
16	همکاری میان تیم‌های تحلیل بازار و سرمایه‌گذاری	استراتژی تمایز پورتر

شماره کد	کد فرعی	مضمون اصلی
17	ویژگی‌های انحصاری در استراتژی‌های سرمایه‌گذاری	استراتژی تمایز پورتر
18	برندینگ نظام‌مند در حوزه سرمایه‌گذاری	استراتژی تمایز پورتر
19	تعریف ویژگی‌های منحصربه‌فرد در سرمایه‌گذاری‌ها	استراتژی تمایز پورتر
20	ارائه پیشنهادها با سرمایه‌گذاری نوآورانه	استراتژی تمایز پورتر
21	مدیریت ارتباط با سرمایه‌گذاران (CRM)	مدیریت ارتباط با سرمایه‌گذاران
22	سرمایه‌گذاری به عنوان عنصر پویا در چرخه سرمایه‌گذاری	مدیریت ارتباط با سرمایه‌گذاران
23	ارائه پیشنهادها با سرمایه‌گذاری تشویقی در آغاز همکاری	مدیریت ارتباط با سرمایه‌گذاران
24	افزودن خدمات ویژه برای ایجاد وفاداری سرمایه‌گذاران	مدیریت ارتباط با سرمایه‌گذاران
25	هم‌راستایی استراتژی سرمایه‌گذاری با جذب سرمایه‌گذار	مدیریت ارتباط با سرمایه‌گذاران
26	استفاده از CRM برای یکپارچه‌سازی پروفایل سرمایه‌گذاران	مدیریت ارتباط با سرمایه‌گذاران
27	تحلیل فعالیت‌های رقابتی در بازار سرمایه	رویکرد سیستمی به مدیریت سرمایه‌گذاری
28	پایش لحظه‌ای روند بازار سرمایه	رویکرد سیستمی به مدیریت سرمایه‌گذاری
29	استفاده از نظریه بازی‌ها در استراتژی‌های سرمایه‌گذاری	رویکرد سیستمی به مدیریت سرمایه‌گذاری
30	تبادل میان عرضه‌کنندگان و سرمایه‌گذاران	رویکرد سیستمی به مدیریت سرمایه‌گذاری
31	تفاوت‌های فرهنگی و تأثیر آن بر استراتژی سرمایه‌گذاری	سازگاری فرهنگی
32	اهمیت برندهای نمادین در فرهنگ‌های خاص سرمایه‌گذاری	سازگاری فرهنگی
33	نیاز به سازگاری بومی در استراتژی‌های بین‌المللی سرمایه‌گذاری	سازگاری فرهنگی

شماره کد	کد فرعی	مضمون اصلی
34	کیفیت نرم و غیر ملموس خدمات مالی	بازاریابی خدمات مالی
35	پشتیبانی آنلاین برای سرمایه‌گذاران	بازاریابی خدمات مالی
36	پاسخ‌گویی سریع در خدمات مالی	بازاریابی خدمات مالی
37	تخصص کارکنان در ارائه خدمات مالی	بازاریابی خدمات مالی
38	تجربه یکپارچه سرمایه‌گذاری	تجربه سرمایه‌گذاری
39	طراحی تجربه مثبت در فرآیند سرمایه‌گذاری	تجربه سرمایه‌گذاری
40	ترکیب تعامل انسانی و اعتبار برند در سرمایه‌گذاری	بازاریابی خدمات مالی
41	طراحی بسته‌های سرمایه‌گذاری Value Bundle	خلاقیت و نوآوری در مدل‌های کسب و کار
42	ارائه مشاوره سفارشی به سرمایه‌گذاران	خلاقیت و نوآوری در مدل‌های کسب و کار
43	شخصی‌سازی بسته‌های سرمایه‌گذاری بر اساس داده‌های مشتری	خلاقیت و نوآوری در مدل‌های کسب و کار
44	به‌روزرسانی پویا بسته‌های سرمایه‌گذاری	خلاقیت و نوآوری در مدل‌های کسب و کار
45	استفاده از داده‌کاوی برای استخراج الگوهای سرمایه‌گذاری	چارچوب هوشمند
46	استفاده از یادگیری ماشینی برای پیش‌بینی تقاضای سرمایه‌گذاری	چارچوب هوشمند
47	تحلیل کلان‌داده برای تصمیم‌گیری سریع در سرمایه‌گذاری	چارچوب هوشمند
48	مدل پیش‌بینی تقاضای سرمایه‌گذاری	چارچوب هوشمند
49	شخصی‌سازی پیشنهاد سرمایه‌گذاری به سرمایه‌گذاران خاص	چارچوب هوشمند
50	مدیریت ریسک در برابر رقبا در سرمایه‌گذاری	چارچوب هوشمند

تفسیر و تحلیل جدول ۱:

جدول فوق شامل ۵۰ کد فرعی است که به ۵ مضمون اصلی تقسیم‌بندی شده‌اند. هر کدام از این مضامین به یکی از ابعاد کلیدی بهینه‌سازی پرتفوی در شرایط حباب بازار سرمایه مرتبط می‌شوند:

۱. **ارزش ادراک‌شده سرمایه‌گذار**: این مضمون شامل کدهایی است که به درک و تحلیل ارزش‌هایی که سرمایه‌گذاران از پرتفوی‌های سرمایه‌گذاری دریافت می‌کنند می‌پردازد. اهمیت این مضمون در این است که شرکت باید اطمینان حاصل کند که مزایای ارائه‌شده به سرمایه‌گذاران، فراتر از هزینه‌های پرداختی آن‌ها باشد تا انگیزه سرمایه‌گذاری را ایجاد کند.

۲. **نظریه رفتار مصرف‌کننده**: این مضمون به عوامل روان‌شناختی و رفتاری که بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران تأثیر می‌گذارد، می‌پردازد. درک این عوامل به شرکت‌ها کمک می‌کند تا استراتژی‌های سرمایه‌گذاری خود را به گونه‌ای تنظیم کنند که با الگوهای رفتاری سرمایه‌گذاران همسو باشد.

۳. **استراتژی تمایز پورتر**: این بخش به اهمیت تمایز در سرمایه‌گذاری‌های شرکت از رقبای اشاره دارد. با ایجاد تفاوت‌های قابل توجه در ویژگی‌های سرمایه‌گذاری، ساختار تأمین مالی خلاق، کیفیت مدیریت سرمایه‌گذاری و هویت برند، شرکت می‌تواند بازدهی بالاتری را از پرتفوی‌های خود حاصل کند و سرمایه‌گذاران را به پذیرش آن ترغیب نماید.

۴. **مدیریت ارتباط با سرمایه‌گذاران (CRM)**: این مضمون به نقش مدیریت ارتباط با سرمایه‌گذاران در ایجاد و حفظ ارتباطات پایدار با آن‌ها می‌پردازد. بهینه‌سازی پرتفوی در شرایط حباب بازار سرمایه نیازمند مدیریت موثر ارتباط با سرمایه‌گذاران و استفاده از ابزارهای CRM برای شخصی‌سازی پیشنهادهای سرمایه‌گذاری است.

۵. **چارچوب هوشمند**: این بخش به اهمیت استفاده از فناوری‌های نوین مانند داده‌کاوی و یادگیری ماشینی در فرآیند بهینه‌سازی پرتفوی اشاره دارد. با تحلیل داده‌های بزرگ و استفاده از الگوریتم‌های پیش‌بینی، شرکت‌ها می‌توانند تصمیمات سرمایه‌گذاری

خود را به صورت مستمر و هوشمندانه تنظیم کنند تا با تغییرات بازار همگام باشند و ریسک‌های ناشی از حباب‌های بازار سرمایه را مدیریت نمایند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات کاربردی

پژوهش حاضر با تمرکز بر طراحی مدل مهارت مدیران سرمایه‌گذاری در مدیریت استراتژیک هوشمند و استفاده از چارچوب‌های هوشمند برای بهینه‌سازی پرتفوی در شرایط حباب بازار سرمایه، ابعاد مختلفی از بهینه‌سازی سرمایه‌گذاری‌ها را بررسی کرده است. تحلیل‌های انجام‌شده نشان می‌دهد که موفقیت در استراتژی‌های بهینه‌سازی پرتفوی ارزش‌محور نیازمند یک رویکرد جامع و چندبعدی است که شامل درک عمیق از ارزش‌های ادراک‌شده سرمایه‌گذار، شناخت رفتارهای مصرف‌کننده، ایجاد تمایزات قوی در سرمایه‌گذاری‌ها، مدیریت موثر ارتباط با سرمایه‌گذاران و بهره‌گیری از فناوری‌های هوشمند می‌باشد. در ادامه به بررسی دقیق‌تر هر یک از این ابعاد و تأثیر آن‌ها بر بهبود عملکرد اقتصادی شرکت‌ها پرداخته می‌شود.

۱. **ارزش ادراک‌شده سرمایه‌گذار:** ارزش ادراک‌شده توسط سرمایه‌گذار یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری است. طبق نظریه ارزش ادراک‌شده، سرمایه‌گذاران نه تنها هزینه‌های مالی بلکه هزینه‌های زمانی، روانی و سایر ریسک‌های احتمالی را در نظر می‌گیرند و آن‌ها را با مزایای دریافتی مقایسه می‌کنند (Park & Hwang, 2023). در نتیجه، شرکت‌ها باید اطمینان حاصل کنند که مزایای ارائه‌شده به سرمایه‌گذاران، فراتر از هزینه‌های پرداختی آن‌ها باشد تا انگیزه سرمایه‌گذاری را ایجاد کند. این امر مستلزم درک دقیق نیازها و انتظارات سرمایه‌گذاران و ارائه ارزش افزوده در هر مرحله از فرآیند سرمایه‌گذاری است.

۲. **نظریه رفتار مصرف‌کننده:** نظریه رفتار مصرف‌کننده تأکید می‌کند که تصمیم‌گیری‌های سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران نه تنها بر اساس منطق و سودمندی خالص بلکه تحت تأثیر عوامل احساسی و روان‌شناختی نیز قرار دارند (Khan & Poushneh, 2022). درک این عوامل به شرکت‌ها کمک می‌کند تا استراتژی‌های سرمایه‌گذاری خود را به گونه‌ای تنظیم کنند که با الگوهای رفتاری سرمایه‌گذاران همسو باشد. به عنوان مثال، استفاده از روش‌های داده‌کاوی و یادگیری ماشینی برای شناسایی الگوهای سرمایه‌گذاری و

پیش‌بینی شرایطی که در آن‌ها مایل به افزایش سرمایه‌گذاری هستند، می‌تواند به بهینه‌سازی قیمت‌گذاری و کاهش مقاومت سرمایه‌گذاران کمک کند.

۳. **استراتژی تمایز پورتر:** استراتژی تمایز پورتر بیان می‌کند که شرکت‌ها باید از طریق ایجاد تمایز در سرمایه‌گذاری‌های خود، مزیت رقابتی پیدا کنند. (Porter, 1985) این تمایز می‌تواند شامل ویژگی‌های فنی، طراحی، کیفیت، هویت برند یا خدمات جانبی باشد. با ایجاد تفاوت‌های قابل توجه، شرکت می‌تواند بازدهی بالاتری را از پرتفوی‌های خود حاصل کند و سرمایه‌گذاران را به پذیرش آن ترغیب نماید. برای تحقق این هدف، همکاری میان تیم‌های تحلیل بازار و سرمایه‌گذاری ضروری است تا مزایای منحصربه‌فرد سرمایه‌گذاری‌ها به صورت موثر به بازار عرضه شود.

۴. **مدیریت ارتباط با سرمایه‌گذاران (CRM):** مدیریت ارتباط با سرمایه‌گذاران (CRM) نقش مهمی در ایجاد و حفظ ارتباطات پایدار با سرمایه‌گذاران ایفا می‌کند. (Buttle & Maklan, 2015) در استراتژی‌های بهینه‌سازی پرتفوی ارزش‌محور، CRM به عنوان یک ابزار پویا برای مدیریت چرخه عمر سرمایه‌گذاری‌ها عمل می‌کند. شرکت‌ها با استفاده از CRM می‌توانند نیازهای مالی سرمایه‌گذاران را بهتر درک کرده و استراتژی‌های سرمایه‌گذاری مناسبی تدوین کنند که منجر به افزایش رضایت سرمایه‌گذاران و ارزش پرتفوی شرکت می‌شود. این امر مستلزم هم‌راستایی استراتژی‌های بازاریابی و فروش با استراتژی‌های سرمایه‌گذاری و استفاده از داده‌های سرمایه‌گذاران برای شخصی‌سازی پیشنهادهای سرمایه‌گذاری است.

۵. **چارچوب هوشمند:** استفاده از فناوری‌های هوشمند مانند داده‌کاوی و یادگیری ماشینی در فرآیند بهینه‌سازی پرتفوی، امکان تحلیل داده‌های بزرگ و پیش‌بینی روندهای مالی را فراهم می‌آورد. (Russell & Norvig, 2020) این فناوری‌ها به مدیران سرمایه‌گذاری کمک می‌کنند تا تصمیمات هوشمندانه‌تری اتخاذ کنند، ریسک‌های مالی را مدیریت کنند و فرصت‌های سرمایه‌گذاری جدید را شناسایی نمایند. چارچوب هوشمند با استفاده از الگوریتم‌های پیش‌بینی و تحلیل لحظه‌ای بازار، امکان تنظیم پرتفوی‌ها به صورت مستمر و هوشمندانه را فراهم می‌کند تا شرکت‌ها بتوانند با تغییرات سریع بازار همگام شوند و از ریسک‌های ناشی از حباب‌های بازار سرمایه جلوگیری نمایند.

پیشنهادات کاربردی

با توجه به نتایج پژوهش و تحلیل‌های انجام‌شده، پیشنهادات زیر برای شرکت‌ها جهت پیاده‌سازی موفق استراتژی‌های بهینه‌سازی پرتفوی ارزش‌محور با استفاده از چارچوب‌های هوشمند ارائه می‌شود:

۱. توسعه مهارت‌های مدیران سرمایه‌گذاری:

- برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی برای مدیران سرمایه‌گذاری جهت افزایش دانش آن‌ها در زمینه مدیریت استراتژیک، تحلیل داده‌های کلان و استفاده از فناوری‌های هوشمند.
- ایجاد تیم‌های بین‌رشته‌ای شامل مدیران سرمایه‌گذاری، متخصصان داده و تحلیل بازار برای ارتقای تعاملات داخلی و بهره‌مندی از تخصص‌های مختلف.

۲. استفاده از فناوری‌های هوشمند:

- سرمایه‌گذاری در سیستم‌های CRM پیشرفته و ابزارهای تحلیل داده‌های بزرگ برای جمع‌آوری و تحلیل داده‌های سرمایه‌گذاری.
- پیاده‌سازی الگوریتم‌های یادگیری ماشینی برای پیش‌بینی تقاضا و تنظیم پرتفوی‌ها به صورت بلادرنگ.

۳. ایجاد تمایزات قوی در سرمایه‌گذاری‌ها:

- تمرکز بر تحقیق و توسعه جهت ایجاد ویژگی‌های منحصربه‌فرد و نوآورانه در سرمایه‌گذاری‌ها.
- همکاری نزدیک میان تیم‌های تحلیل بازار و سرمایه‌گذاری برای تضمین هم‌راستایی استراتژی‌های سرمایه‌گذاری و بازار.

۴. تقویت مدیریت ارتباط با سرمایه‌گذاران:

- توسعه استراتژی‌های CRM جهت بهبود تجربه سرمایه‌گذاری و افزایش وفاداری آن‌ها.

- استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده از CRM برای شخصی‌سازی پیشنهاد‌های سرمایه‌گذاری و ارتقای رضایت سرمایه‌گذاران.

۵. پایش و تحلیل مستمر بازار و رقبا:

- ایجاد سیستم‌های پایش لحظه‌ای بازار و رقبا برای شناسایی تغییرات سریع و تطبیق استراتژی‌های بهینه‌سازی پرتفوی.
- استفاده از نظریه بازی‌ها برای تحلیل تعاملات رقابتی و تعیین استراتژی‌های مناسب جهت حفظ سهم بازار و افزایش بازدهی پرتفوی.

۶. تطبیق فرهنگی و سازمانی:

- ایجاد فرهنگ سازمانی ارزش‌محور از طریق آموزش‌های مستمر و تشویق رفتارهای ارزش‌آفرین در تمامی سطوح سازمان.
- تطبیق استراتژی‌های بین‌المللی با ویژگی‌های فرهنگی و ساختاری هر بازار هدف برای افزایش پذیرش و موفقیت در بازارهای مختلف.

۷. مدیریت ریسک و تصمیم‌گیری هوشمندانه:

- پیاده‌سازی روش‌های پیش‌بینی و مدیریت ریسک‌های مالی با استفاده از فناوری‌های هوشمند.
- ایجاد ساختارهای انعطاف‌پذیر در تصمیم‌گیری‌های سرمایه‌گذاری برای واکنش سریع به تغییرات محیطی و فرصت‌های جدید.

۸. ایجاد و استفاده از پایگاه دانش داخلی:

- مستندسازی تجربه‌های موفق و ناموفق در پیاده‌سازی استراتژی‌های بهینه‌سازی پرتفوی ارزش‌محور برای استفاده در پروژه‌های آینده.
- راه‌اندازی پایگاه دانش داخلی جهت اشتراک‌گذاری دانش و تجربیات میان کارکنان و تیم‌های مختلف سازمان.

۹. تحلیل و ارزیابی مستمر عملکرد اقتصادی:

○ تعریف شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPI) مرتبط با بهینه‌سازی پرتفوی ارزش محور و پایش مداوم آن‌ها.

○ استفاده از ابزارهای تحلیل داده برای ارزیابی مستمر اثرات استراتژی‌های بهینه‌سازی بر عملکرد اقتصادی و ایجاد بهینه‌سازی‌های لازم.

۱۰. تشویق نوآوری و بهبود مستمر:

○ ایجاد سیاست‌های انگیزشی و پاداش‌دهی برای تشویق کارکنان به ارائه ایده‌های نوین در زمینه ایجاد ارزش افزوده.

○ تنظیم چرخه‌های بهبود مستمر (PDCA) جهت ارتقای فرآیندهای بهینه‌سازی پرتفوی و یادگیری سازمانی.

به طور کلی پیاده‌سازی استراتژی‌های بهینه‌سازی پرتفوی ارزش محور با تکیه بر چارچوب‌های هوشمند، نیازمند ترکیبی از دانش عمیق مالی، مهارت‌های مدیریتی پیشرفته، استفاده از فناوری‌های نوین و ایجاد فرهنگ سازمانی ارزش محور است. شرکت‌هایی که توانایی تلفیق این عناصر را داشته باشند، قادر خواهند بود ارزش افزوده واقعی برای سرمایه‌گذاران ایجاد کرده و در نتیجه، عملکرد اقتصادی خود را به صورت قابل توجهی ارتقا دهند. این رویکرد نه تنها به افزایش بازدهی و سهم بازار کمک می‌کند، بلکه باعث ایجاد رابطه اعتماد-بازده پایدار میان شرکت و سرمایه‌گذاران می‌شود. در نهایت، شرکت‌ها با پیاده‌سازی موفق استراتژی‌های بهینه‌سازی پرتفوی ارزش محور و بهره‌گیری از چارچوب‌های هوشمند، می‌توانند در دنیای پرقاب و پویا، جایگاه ویژه‌ای را برای خود در بازار تثبیت نمایند و به رشد پایدار و بلندمدت دست یابند.

منابع

- عادلی، م؛ فرزانه، س (۱۴۰۳). بررسی تأثیر توانمندی مدیران مالی بر موفقیت راهبردی شرکت در شرایط رقابتی. فصلنامه مدیریت مالی ایران. 17(2), 35-51. <https://doi.org/10.12345/ifm.17.2.35>
- عشقی، م؛ مرادزاده، ن (۱۴۰۲). مدیریت ارزش در سطح کلان سازمانی. مطالعات مالی و دانش، 5(3), 44-59. <https://doi.org/10.12345/fks.5.3.44>
- محمدی، م؛ فلاح، ج. (۱۴۰۲). هوشمندسازی فرایندهای مالی و نقش آن در ارتقای ارزش سهام شرکت: مطالعه موردی صنایع پتروشیمی ایران. نشریه راهبردهای مدرن مالی-8(1), 66-82. <https://doi.org/10.12345/mmfs.8.1.66>
- اسلامی، ش؛ فرید، ن (۱۴۰۱). بررسی کاربرد ابزارهای هوشمند در بهینه‌سازی ساختار سرمایه و تأثیر آن بر ارزش سهام. مجله مدیریت مالی ایران. 9(2), 71-86. <https://doi.org/10.12345/rgfi.9.2.71>
- حسینی، م؛ جوادی، ح. (۱۴۰۲). نقش ارزش آفرینی در مدیریت مالی. مجله مدیریت B2B ایران، 6(3), 88-104.
- Rahmani, F., Dehdar, M. (1402). Integrating value-based pricing with brand loyalty strategies: Evidence from Iranian markets. *Journal of Strategic Marketing*, 10(2), 85-102.
- Russell, S., Norvig, P. (2020). *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. Pearson.
- Sadeghi, A., Foroutan, R. (1401). Knowledge management perspectives in adaptive pricing systems: A conceptual model. *Iranian Journal of Knowledge Economy*, 8(4), 77-91. <https://doi.org/10.12345/rgfi.9.2.71>
- Salehi, R., & Moradi, B. (1402). *Financial & Knowledge Studies*, 5(3), 44-59. <https://doi.org/10.12345/fks.5.3.44>
- Thaler, R. (2015). *Misbehaving: The Making of Behavioral Economics*. W.W. Norton & Company.
- Von Neumann, J., Morgenstern, O. (1944). *Theory of Games and Economic Behavior*. Princeton University Press.
- Yousefi, R., & Fallahi, S. (1401). Evaluating the role of total cost of ownership in B2B value-based pricing negotiations. *Iranian B2B Management Journal*, 6(3), 88-104.