

Editor's note

Mohammad Amin Torabi *

PhD in Business Administration, University of Tehran, Tehran, Iran.

Zahra Alipour Darvishi

Associate Professor, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran.

Abstract

The spring 2023 issue of our scientific research journal focuses on strategic management and the application of new technologies in various fields, providing a comprehensive review of current achievements and challenges in these fields. This issue includes six research articles, each of which examines an aspect of the interaction between strategic management and advanced technologies. The first article, titled "Strategic Management of Cloud Computing in Healthcare Organizations," discusses the key role of cloud computing in improving the performance and efficiency of healthcare organizations. In the second article, "Investigating the Effects of a Competitive Mindset on the Efficiency of Small and Medium-Sized Enterprises with a Moderating Role in Strategic Growth," the authors analyze the impact of competition on the performance of small and medium-sized enterprises and its role in the strategic growth path of these companies. The third article, titled "Strategic Risk Management in the Energy Industry Based on Artificial Intelligence Algorithm," discusses the application of artificial intelligence in identifying and managing risks in the energy industry. In the fourth article, "Strategic Management in Project Leadership with an Emphasis on Smartization," the authors examine the role of smart technologies in optimizing project management. The fifth article, "Creating Smart Strategies for NFTs Considering Brand Power," addresses strategic solutions for developing and managing NFTs with brand power in mind, and the sixth article, "A Look at the Strategic Management of Global Marketing of Companies Together with a Focus on Artificial Intelligence," analyzes the role of artificial intelligence in improving global marketing strategies. The overall analysis of these articles shows the importance of integrating new technologies such as cloud computing, artificial intelligence, and NFTs with traditional management processes, which can significantly help improve efficiency, increase productivity, and enhance the competitive position of organizations. Also, strengthening the competitive mindset in small and medium-sized enterprises and the intelligent use of new technologies in project management and global marketing are among the key topics discussed in this issue. Conclusion This publication emphasizes the need to implement innovative and strategic solutions in organizations to face the challenges in today's competitive and changing environments. By providing diverse and valuable content, this issue is considered a suitable reference for managers, researchers and students in various management and technological fields.

Keywords: Strategic Management, Cloud Computing, Artificial Intelligence, NFT, Small and Medium Enterprises, Risk Management, Global Marketing, Project Intelligence

How to Cite: Torabi, M. A. & Alipour Darvishi, Z. (2023). Editor's note. Journal of Intelligent Strategic Management, 2(1), 1-6. doi: bumara.3.2.15564.35887873.63089859



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

© Authors

* Corresponding Author: torabi628@gmail.com

سخن سردبیر

محمدامین ترابی*

دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

زهرا علیپور درویشی

دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران، ایران.

چکیده

شماره بهار ۱۴۰۲ نشریه علمی پژوهشی ما با تمرکز بر مدیریت استراتژیک و کاربرد فناوری‌های نوین در حوزه‌های مختلف، مروری جامع بر دستاوردها و چالش‌های فعلی در این زمینه‌ها ارائه می‌دهد. این شماره شامل شش مقاله پژوهشی است که هر یک به بررسی جنبه‌ای از تعامل میان مدیریت استراتژیک و فناوری‌های پیشرفته می‌پردازند. مقاله اول با عنوان "مدیریت استراتژیک رایانش ابری در سازمان‌های بهداشتی و درمانی" به نقش کلیدی رایانش ابری در بهبود عملکرد و کارایی سازمان‌های بهداشتی می‌پردازد. در مقاله دوم، "بررسی اثرات یک ذهنیت رقابتی بر کارایی شرکت‌های کوچک و متوسط با نقش تعدیل‌کننده رشد استراتژیک"، نویسندگان به تحلیل تأثیر رقابت بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط و نقش آن در مسیر رشد استراتژیک این شرکت‌ها می‌پردازند. مقاله سوم با عنوان "مدیریت ریسک استراتژیک صنعت انرژی بر اساس الگوریتم هوش مصنوعی" به کاربرد هوش مصنوعی در شناسایی و مدیریت ریسک‌های صنعت انرژی می‌پردازد. در مقاله چهارم، "مدیریت استراتژیک در رهبری پروژه با تأکید بر هوشمندسازی"، نویسندگان نقش فناوری‌های هوشمند در بهینه‌سازی مدیریت پروژه‌ها را بررسی می‌کنند. مقاله پنجم با عنوان "ایجاد استراتژی‌های هوشمند برای NFTها با لحاظ قدرت برندها" به راهکارهای استراتژیک برای توسعه و مدیریت NFTها با توجه به قدرت برندها می‌پردازد و مقاله ششم، "نگاهی بر مدیریت استراتژیک بازاریابی جهانی شرکت‌ها با یکدیگر با تمرکز بر هوش مصنوعی"، نقش هوش مصنوعی در بهبود استراتژی‌های بازاریابی جهانی را تحلیل می‌کند. تحلیل کلی این مقالات نشان‌دهنده اهمیت ادغام فناوری‌های نوین مانند رایانش ابری، هوش مصنوعی و NFTها با فرآیندهای مدیریتی سنتی است که می‌تواند به بهبود کارایی، افزایش بهره‌وری و ارتقای موقعیت رقابتی سازمان‌ها کمک شایانی نماید. همچنین، تقویت ذهنیت رقابتی در شرکت‌های کوچک و متوسط و استفاده هوشمندانه از فناوری‌های نوین در مدیریت پروژه‌ها و بازاریابی جهانی از جمله موضوعات کلیدی مطرح شده در این شماره هستند. نتیجه‌گیری این نشریه تأکید بر ضرورت پیاده‌سازی راهکارهای نوآورانه و استراتژیک در سازمان‌ها برای مواجهه با چالش‌های موجود در محیط‌های رقابتی و تغییرپذیر امروزی دارد. این شماره با ارائه مطالب متنوع و ارزشمند، مرجع مناسبی برای مدیران، پژوهشگران و دانشجویان در حوزه‌های مختلف مدیریتی و فناوری محسوب می‌شود.

کلیدواژه‌ها: مدیریت استراتژیک، رایانش ابری، هوش مصنوعی، NFT، شرکت‌های کوچک و متوسط، مدیریت ریسک، بازاریابی جهانی، هوشمندسازی پروژه

استناد به این مقاله: ترابی، محمدامین و علیپور درویشی، زهرا. (۱۴۰۲). سخن سردبیر. مدیریت

استراتژیک هوشمند، ۲(۱)، ۶-۱.



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

©نویسندگان

مقدمه

بهار ۱۴۰۲ نشریه‌ای پر از نوآوری‌ها و دستاوردهای علمی را برای شما به ارمغان می‌آورد. در این شماره، با ارائه مجموعه‌ای از مقالات پژوهشی برجسته و متنوع، به بررسی و تحلیل موضوعات استراتژیک و نوآورانه در حوزه‌های مختلف مدیریتی و فناوری پرداخته‌ایم. این شماره با تمرکز بر مدیریت استراتژیک و نقش فناوری‌های نوین در بهبود عملکرد سازمان‌ها و شرکت‌ها، پاسخگوی نیازهای علمی و پژوهشی خوانندگان عزیز خواهد بود.

در این سخن سردبیر، قصد داریم به معرفی جامع و مفصل‌تر مقالات ارائه شده در این شماره بپردازیم و اهمیت هر یک را در چارچوب کلی مدیریت استراتژیک و نوآوری‌های فناورانه بررسی کنیم. همچنین، تحلیل جامعی از تأثیرات این مقالات بر حوزه‌های مختلف مدیریتی و پیشنهاداتی برای پژوهش‌های آتی ارائه خواهیم داد.

۱. مدیریت استراتژیک رایانش ابری در سازمان‌های بهداشتی و درمانی

در این مقاله، ایرج بابایی و میلاد محمدی به بررسی نقش کلیدی رایانش ابری در سازمان‌های بهداشتی و درمانی می‌پردازند. در دنیای امروز، سازمان‌های بهداشتی با چالش‌های فراوانی از جمله مدیریت داده‌های حجیم، افزایش نیاز به خدمات سریع و دقیق، و نیاز به حفظ امنیت و حریم خصوصی اطلاعات مواجه هستند. رایانش ابری به عنوان یک فناوری نوین، می‌تواند این چالش‌ها را با ارائه راهکارهای مؤثر و بهینه‌سازی فرآیندهای مدیریتی حل کند.

نویسندگان در این مقاله به تحلیل مزایا و معایب پیاده‌سازی رایانش ابری در سازمان‌های بهداشتی می‌پردازند. از مزایای اصلی این فناوری می‌توان به افزایش دسترسی به داده‌ها در زمان واقعی، کاهش هزینه‌های نگهداری زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، و بهبود امنیت داده‌ها اشاره کرد. همچنین، معایب و چالش‌های احتمالی مانند نیاز به آموزش پرسنل، مسائل مربوط به انطباق با مقررات قانونی، و مشکلات مربوط به انتقال داده‌ها به محیط ابری نیز به تفصیل بررسی شده‌اند.

یکی از نکات برجسته این مقاله، تأکید بر اهمیت مدیریت تغییر در سازمان‌های بهداشتی هنگام پیاده‌سازی رایانش ابری است. نویسندگان نشان می‌دهند که موفقیت پیاده‌سازی رایانش ابری نه تنها به فناوری بلکه به توانایی سازمان در مدیریت تغییرات فرهنگی و فرآیندی نیز بستگی دارد. آنها پیشنهاد می‌کنند که سازمان‌های بهداشتی باید برنامه‌های آموزشی جامع و راهبردهای مدیریت تغییر مناسبی را برای پرسنل خود تدوین کنند تا بتوانند از مزایای کامل رایانش ابری بهره‌مند شوند.

۲. بررسی اثرات یک ذهنیت رقابتی بر کارایی شرکت‌های کوچک و متوسط با نقش تعدیل‌کننده رشد استراتژیک

زهره حسنی و اصغر طیبی در این مقاله به بررسی تأثیرات رقابت بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs) می‌پردازند. شرکت‌های کوچک و متوسط نقش حیاتی در اقتصاد هر کشور ایفا می‌کنند و توانایی آن‌ها در رقابت با شرکت‌های بزرگ‌تر می‌تواند به رشد و توسعه اقتصادی کمک شایانی نماید. نویسندگان با استفاده از روش‌های تحقیق کیفی و کمی، نشان می‌دهند که ذهنیت رقابتی می‌تواند به عنوان یک عامل تعدیل‌کننده در مسیر رشد استراتژیک این شرکت‌ها ایفای نقش کند.

یکی از یافته‌های کلیدی این مطالعه، این است که شرکت‌های کوچک و متوسط با اتخاذ یک ذهنیت رقابتی قوی، می‌توانند به بهبود کارایی و بهره‌وری خود دست یابند. این ذهنیت رقابتی می‌تواند شامل ارتقای کیفیت محصولات و

خدمات، بهبود فرآیندهای تولید و ارائه خدمات، و افزایش توانمندی‌های کارکنان باشد. علاوه بر این، نویسندگان به اهمیت ایجاد فرهنگ سازمانی مبتنی بر رقابت سالم و حمایت از نوآوری‌ها اشاره کرده‌اند که می‌تواند به تقویت موقعیت رقابتی این شرکت‌ها در بازارهای محلی و بین‌المللی منجر شود.

تحقیقات نشان می‌دهد که ذهنیت رقابتی نه تنها به افزایش کارایی و بهره‌وری منجر می‌شود بلکه می‌تواند انگیزه کارکنان را نیز افزایش دهد و به ایجاد محیط کاری پویاتر و خلاق‌تر کمک کند. نویسندگان پیشنهاد می‌کنند که شرکت‌های کوچک و متوسط باید استراتژی‌های مناسبی را برای تقویت ذهنیت رقابتی در سازمان خود تدوین کنند که می‌تواند شامل ایجاد برنامه‌های آموزشی، تشویق به نوآوری، و ایجاد سیستم‌های پاداش و تشویق برای عملکرد بالا باشد.

۳. مدیریت ریسک استراتژیک صنعت انرژی بر اساس الگوریتم هوش مصنوعی

صنعت انرژی یکی از حیاتی‌ترین صنایع در اقتصاد جهانی است که همواره با چالش‌ها و ریسک‌های متعددی مواجه است. بابک فرهادی و رضا سعیدی در این مقاله به بررسی نقش الگوریتم‌های هوش مصنوعی در مدیریت ریسک‌های استراتژیک این صنعت می‌پردازند. نویسندگان با ارائه مدل‌های تحلیلی پیشرفته، نشان می‌دهند که چگونه هوش مصنوعی می‌تواند در شناسایی و پیش‌بینی ریسک‌های احتمالی در صنعت انرژی کمک کند و راهکارهای موثری برای مدیریت این ریسک‌ها ارائه دهد.

یکی از نکات برجسته این مقاله، کاربرد الگوریتم‌های یادگیری ماشین و تحلیل داده‌های بزرگ در پیش‌بینی نوسانات بازار انرژی و شناسایی خطرات محیطی و فنی است. این الگوریتم‌ها می‌توانند با تحلیل داده‌های تاریخی و فعلی، روندهای آینده را پیش‌بینی کرده و به شرکت‌های فعال در صنعت انرژی کمک کنند تا تصمیمات استراتژیک بهتری اتخاذ کنند و از وقوع بحران‌های احتمالی پیشگیری نمایند.

علاوه بر این، نویسندگان به اهمیت ادغام فناوری‌های نوین با فرآیندهای مدیریتی سنتی در صنعت انرژی اشاره کرده‌اند که می‌تواند منجر به بهبود کارایی و کاهش هزینه‌های عملیاتی شود. آنها پیشنهاد می‌کنند که شرکت‌های فعال در این صنعت باید به سرمایه‌گذاری در فناوری‌های هوش مصنوعی و آموزش نیروی انسانی خود در زمینه استفاده از این فناوری‌ها توجه ویژه‌ای داشته باشند تا بتوانند از مزایای کامل آن بهره‌مند شوند.

۴. مدیریت استراتژیک در رهبری پروژه با تأکید بر هوشمندسازی

در این مقاله، علی نظری و علی اکبر رجیبی به بررسی نقش هوشمندسازی در بهبود مدیریت استراتژیک پروژه‌ها می‌پردازند. مدیریت پروژه به عنوان یکی از شاخه‌های مهم مدیریت استراتژیک، همواره با چالش‌های متعددی مانند مدیریت زمان، منابع و کیفیت مواجه است. نویسندگان با استفاده از روش‌های پژوهشی نوین، نشان می‌دهند که چگونه فناوری‌های هوشمند می‌توانند در بهینه‌سازی فرآیندهای مدیریتی و افزایش بهره‌وری پروژه‌ها مؤثر باشند.

یکی از محورهای این مقاله، استفاده از سیستم‌های هوشمند برای نظارت و کنترل پروژه‌ها در زمان واقعی است. این سیستم‌ها می‌توانند با تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده، نقاط ضعف و قوت پروژه را شناسایی کرده و پیشنهادات مناسبی برای بهبود عملکرد ارائه دهند. علاوه بر این، نویسندگان به اهمیت آموزش و توسعه مهارت‌های هوشمندسازی در مدیران پروژه اشاره کرده‌اند که می‌تواند به بهبود تصمیم‌گیری و مدیریت منابع منجر شود.

تحقیقات نشان می‌دهد که هوشمندسازی می‌تواند به کاهش زمان و هزینه‌های پروژه، افزایش کیفیت محصولات نهایی، و بهبود رضایت مشتریان کمک کند. نویسندگان پیشنهاد می‌کنند که سازمان‌ها باید استراتژی‌های مناسبی برای

ادغام فناوری‌های هوشمند در فرآیندهای مدیریت پروژه تدوین کنند که می‌تواند شامل استفاده از ابزارهای مدیریت پروژه مبتنی بر هوش مصنوعی، ایجاد تیم‌های تخصصی هوشمندسازی، و سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه فناوری‌های نوین باشد.

۵. ایجاد استراتژی‌های هوشمند برای NFT ها با لحاظ قدرت برندها

فناوری بلاک‌چین و توکن‌های غیرقابل تعویض (NFT) در سال‌های اخیر به عنوان یکی از نوآوری‌های برجسته در دنیای دیجیتال معرفی شده‌اند. در این مقاله، سجاد رحیمی و احمد اخوان به بررسی راهکارهای استراتژیک برای توسعه و مدیریت NFT ها با توجه به قدرت برندها می‌پردازند. نویسندگان با تحلیل بازار و بررسی نمونه‌های موفق، نشان می‌دهند که چگونه شرکت‌ها می‌توانند از NFT ها به عنوان ابزاری برای تقویت هویت برند و ایجاد ارزش افزوده استفاده کنند.

یکی از نکات کلیدی این مطالعه، اهمیت هماهنگی بین استراتژی‌های دیجیتال و قدرت برند است. نویسندگان تاکید می‌کنند که برای موفقیت در بازار NFT، شرکت‌ها باید استراتژی‌هایی هوشمندانه و متناسب با هویت برند خود تدوین کنند که می‌تواند شامل ایجاد محتواهای منحصر به فرد، استفاده از تکنولوژی‌های نوین در تولید NFT ها، و تعامل مستمر با جامعه کاربران باشد. علاوه بر این، مقاله به بررسی چالش‌های حقوقی و اخلاقی مرتبط با NFT ها پرداخته و راهکارهایی برای مدیریت این چالش‌ها ارائه داده است.

تحقیقات نشان می‌دهد که استفاده از NFT ها می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا از طریق ارائه محصولات و خدمات دیجیتال منحصر به فرد، تمایز خود را در بازار رقابتی افزایش دهند. همچنین، NFT ها می‌توانند به عنوان ابزاری برای ایجاد تعامل بیشتر با مشتریان و تقویت وفاداری آنان به برند عمل کنند. نویسندگان پیشنهاد می‌کنند که شرکت‌ها باید به تحقیق و توسعه در زمینه NFT ها و بررسی روندهای بازار ادامه دهند تا بتوانند از این فناوری به بهترین نحو بهره‌مند شوند.

۶. تگای بر مدیریت استراتژیک بازاریابی جهانی شرکت‌ها با یکدیگر با تمرکز بر هوش مصنوعی

هوش مصنوعی به عنوان یکی از پیشرفته‌ترین فناوری‌های عصر حاضر، تأثیرات گسترده‌ای بر حوزه‌های مختلف مدیریت استراتژیک، به ویژه بازاریابی جهانی داشته است. در این مقاله، فاطمه اسدی و امید سلامی به تحلیل نقش هوش مصنوعی در بهبود استراتژی‌های بازاریابی جهانی شرکت‌ها می‌پردازند. نویسندگان با استفاده از روش‌های پژوهشی متنوع، نشان می‌دهند که چگونه هوش مصنوعی می‌تواند به عنوان ابزاری قدرتمند در تدوین و اجرای استراتژی‌های بازاریابی مؤثر عمل کند و به شرکت‌ها کمک نماید تا در بازارهای جهانی رقابتی تر شوند.

یکی از محورهای اصلی این مقاله، کاربرد الگوریتم‌های هوش مصنوعی در تحلیل داده‌های بازار و پیش‌بینی روندهای آینده است. این تکنولوژی‌ها می‌توانند به شرکت‌ها کمک کنند تا نیازها و ترجیحات مشتریان خود را بهتر درک کرده و محصولات و خدمات خود را بر اساس این تحلیل‌ها بهبود بخشند. همچنین، نویسندگان به اهمیت شخصی‌سازی تجربه مشتری و استفاده از چت‌بات‌ها و سیستم‌های پاسخگو بر پایه هوش مصنوعی در بهبود تعاملات مشتری با برند اشاره کرده‌اند که می‌تواند به افزایش رضایت و وفاداری مشتریان منجر شود.

علاوه بر این، مقاله به بررسی چگونگی ادغام هوش مصنوعی با سایر فناوری‌های نوین مانند اینترنت اشیا (IoT) و بلاک‌چین می‌پردازد که می‌تواند به بهبود فرآیندهای بازاریابی و افزایش کارایی آن‌ها کمک کند. نویسندگان پیشنهاد

می‌کنند که شرکت‌ها باید به سرمایه‌گذاری در فناوری‌های هوش مصنوعی و توسعه مهارت‌های نیروی انسانی خود در این زمینه توجه ویژه‌ای داشته باشند تا بتوانند از مزایای کامل این فناوری بهره‌مند شوند.

نتیجه‌گیری

با توجه به رشد سریع بازار NFT ها و اهمیت آن‌ها در دنیای دیجیتال، تدوین استراتژی‌های هوشمندانه برای مدیریت و توسعه این دارایی‌ها امری ضروری است. این مقاله به بررسی راهکارهایی پرداخته است که می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا از NFT ها به عنوان ابزاری برای تقویت برند و ایجاد ارزش افزوده استفاده کنند. استفاده از NFT ها می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا از طریق ارائه محصولات و خدمات دیجیتال منحصر به فرد، تمایز خود را در بازار رقابتی افزایش دهند و همچنین به عنوان ابزاری برای ایجاد تعامل بیشتر با مشتریان و تقویت وفاداری آنان به برند عمل کنند.

شرکت‌های کوچک و متوسط با محدودیت‌های منابعی مواجه هستند و نیازمند راهکارهای نوآورانه برای رقابت با شرکت‌های بزرگ‌تر هستند. تقویت ذهنیت رقابتی در این شرکت‌ها می‌تواند به آن‌ها کمک کند تا با بهبود کارایی و بهره‌وری خود، جایگاه خود را در بازار تقویت کنند. این امر نه تنها به رشد و توسعه اقتصادی کشور کمک می‌کند بلکه باعث ایجاد فرصت‌های شغلی بیشتر و ارتقای سطح زندگی مردم نیز می‌شود.

هوش مصنوعی به عنوان یکی از پیشرفته‌ترین فناوری‌های عصر حاضر، توانسته است تأثیرات گسترده‌ای بر حوزه‌های مختلف مدیریت داشته باشد. در مدیریت ریسک صنعت انرژی، هوش مصنوعی می‌تواند به شناسایی و پیش‌بینی ریسک‌های احتمالی کمک کند و راهکارهای موثری برای مدیریت این ریسک‌ها ارائه دهد. در بازاریابی جهانی، هوش مصنوعی می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا نیازها و ترجیحات مشتریان خود را بهتر درک کرده و استراتژی‌های بازاریابی خود را بر اساس این تحلیل‌ها بهبود بخشند.

در دنیای دیجیتال که به سرعت در حال تحول است، شرکت‌ها نیازمند تدوین استراتژی‌های هوشمندانه برای مدیریت و توسعه دارایی‌های دیجیتال خود هستند. NFT ها به عنوان یکی از نوآوری‌های برجسته در این حوزه، می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا از طریق ارائه محصولات و خدمات دیجیتال منحصر به فرد، تمایز خود را در بازار رقابتی افزایش دهند و همچنین به عنوان ابزاری برای ایجاد تعامل بیشتر با مشتریان و تقویت وفاداری آنان به برند عمل کنند. بنابراین، تدوین استراتژی‌های هوشمندانه برای NFT ها امری ضروری است که می‌تواند به موفقیت و پایداری شرکت‌ها در دنیای دیجیتال کمک کند.

یکی از نکات کلیدی که در تمامی این مقالات برجسته شده است، اهمیت ادغام فناوری‌های نوین با فرآیندهای مدیریتی سنتی است. این ادغام می‌تواند منجر به بهبود کارایی و بهره‌وری سازمان‌ها شود و آن‌ها را قادر سازد تا با تغییرات سریع در نیازهای بازار و تکنولوژی همراه شوند. به عنوان مثال، استفاده از هوش مصنوعی در مدیریت پروژه می‌تواند به بهبود فرآیندهای مدیریتی و افزایش بهره‌وری پروژه‌ها کمک کند. همچنین، استفاده از رایانش ابری در سازمان‌های بهداشتی و درمانی می‌تواند به بهبود مدیریت داده‌ها و افزایش دسترسی به خدمات درمانی کمک کند.