

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 Winter 1402 issue of our scientific research journal presents a collection of innovative and diverse research articles that delve into various aspects of strategic management and smartization across different managerial and economic domains. This issue focuses on the smartization of green business strategies, strategic transformation in marketing management, portfolio optimization, financial managers' skills in intelligent strategic management, value-added pricing strategies, smart value strategies, and organizational justice in strategic management, highlighting the pivotal role of advanced technologies in enhancing organizational performance and increasing productivity.

The studies featured in this issue underscore the importance of integrating cutting-edge technologies with traditional management processes, which can lead to increased efficiency, productivity, and enhanced competitive positioning in complex and dynamic markets. Specifically, the smartization model of green business strategies for a novel path to increase the stock prices of manufacturing companies, the strategic transformation in marketing management with the intelligent impact of marketing mix factors on customer retention, portfolio optimization in the stock market bubble environment, a framework for enhancing corporate stock value through the financial managers' skills in intelligent strategic management, and the development of value-added pricing strategies are examples of the practical applications of these technologies in improving decision-making processes and organizational productivity.

Additionally, the examination of smart value strategies and the differences between value engineering and value management on managers' behaviors, as well as the role of organizational justice and job satisfaction in the intelligent strategic management of organizational citizenship behaviors, highlight the critical importance of the intelligent use of advanced strategies and technologies in creating added value and increasing employee and customer satisfaction.

In conclusion, this issue emphasizes the necessity of implementing innovative and strategic solutions within organizations to address the challenges of today's complex and competitive environments. By offering a diverse and valuable array of content, this journal serves as an essential reference for managers, researchers, and students in various managerial and economic fields.

Keywords: Strategic Management, Green Business, Marketing Management, Portfolio Optimization, Intelligent Financial Management, Value-Added Pricing, Value Engineering, Value Management, Organizational Justice, Job Satisfaction

How to Cite: Torabi, M. A. and Alipour Darvishi, Z. (2024). Editor's Note. Journal of Intelligent Strategic Management, 2(4), 1-6. doi: BUMARA.3.2.15564.35836.66987959



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 زمستان ۱۴۰۲ نشریه علمی پژوهشی ما با ارائه مجموعه‌ای از مقالات پژوهشی نوآورانه و متنوع، به بررسی و تحلیل جنبه‌های مختلف مدیریت استراتژیک و هوشمندسازی در حوزه‌های مختلف مدیریتی و اقتصادی پرداخته است. این شماره با تمرکز بر هوشمندسازی استراتژی‌های کسب و کار سبز، تحول مدیریت استراتژیک بازاریابی، بهینه‌سازی پرتفوی سهام، مهارت‌های مدیران مالی در مدیریت استراتژیک هوشمند، استراتژی‌های قیمت‌گذاری ارزش افزوده، هوشمندسازی استراتژی‌های ارزش، و عدالت سازمانی در مدیریت استراتژیک، نقش کلیدی فناوری‌های نوین را در بهبود عملکرد سازمان‌ها و افزایش بهره‌وری آن‌ها برجسته می‌کند.

مطالعات موجود در این شماره نشان‌دهنده اهمیت ادغام فناوری‌های نوین با فرآیندهای مدیریتی سنتی است که می‌تواند منجر به افزایش کارایی، بهره‌وری و ارتقای موقعیت رقابتی در بازارهای پیچیده و پویا شود. به طور خاص، مدل هوشمندسازی استراتژی‌های کسب و کار سبز در خصوص مسیر نوین برای افزایش قیمت سهام شرکت‌های تولیدی، تحول در مدیریت استراتژیک بازاریابی با تأثیر هوشمندانه عوامل آمیخته بازاریابی بر حفظ مشتری، بهینه‌سازی سبد سهام در فضای حباب بازار سرمایه، چارچوبی برای ارتقای ارزش سهام شرکتی از طریق مدل مهارت مدیران مالی در مدیریت استراتژیک هوشمند، و تدوین استراتژی‌های قیمت‌گذاری با رویکرد ارزش افزوده، نمونه‌هایی از کاربرد عملی این فناوری‌ها در بهبود فرآیندهای تصمیم‌گیری و افزایش بهره‌وری سازمانی هستند.

علاوه بر این، بررسی هوشمندسازی استراتژی‌های ارزش و تفاوت مهندسی ارزش و مدیریت ارزش بر رفتار مدیران، و نقش عدالت سازمانی و رضایت شغلی در مدیریت استراتژیک هوشمند رفتارهای شهروندی سازمانی، نشان‌دهنده اهمیت استفاده هوشمندانه از استراتژی‌ها و فناوری‌های پیشرفته در ایجاد ارزش افزوده و افزایش رضایت کارکنان و مشتریان است.

در نهایت، این شماره تأکید می‌کند که پیاده‌سازی راهکارهای نوآورانه و استراتژیک در سازمان‌ها برای مواجهه با چالش‌های محیط‌های پیچیده و رقابتی امروزی ضروری است. این نشریه با ارائه مطالب متنوع و ارزشمند، مرجع مناسبی برای مدیران، پژوهشگران و دانشجویان در زمینه‌های مختلف مدیریتی و اقتصادی محسوب می‌شود.

کلیدواژه‌ها: مدیریت استراتژیک، کسب و کار سبز، مدیریت بازاریابی، پرتفوی سهام، مدیریت مالی هوشمند، قیمت‌گذاری ارزش افزوده، مهندسی ارزش، مدیریت ارزش، عدالت سازمانی، رضایت شغلی

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

استراتژیک هوشمند، ۲(۴)، ۱-۶.



مدیریت استراتژیک هوشمند (JISM) در توسعه و تکامل تحت مجوز بین‌المللی کرییتیو کامنز با شرایط انتساب-غیرتجاری ۴٫۰ منتشر می‌شود.

©نویسندگان

مقدمه

شماره زمستان ۱۴۰۲ نشریه علمی پژوهشی ما با ارائه مجموعه‌ای از مقالات پژوهشی نوآورانه و متنوع، به بررسی و تحلیل جنبه‌های مختلف مدیریت استراتژیک و هوشمندسازی در حوزه‌های مختلف مدیریتی و اقتصادی پرداخته است. این شماره با تمرکز بر هوشمندسازی استراتژی‌های کسب و کار سبز و تأثیر آن بر افزایش قیمت سهام شرکت‌های تولیدی، نقش کلیدی فناوری‌های نوین را در بهبود عملکرد سازمان‌ها و افزایش بهره‌وری آن‌ها برجسته می‌کند.

در این سخن سردبیر، قصد داریم به معرفی جامع‌تر مقالات ارائه شده در این شماره پردازیم و اهمیت هر یک را در چارچوب کلی مدیریت استراتژیک و هوشمندسازی بررسی کنیم. همچنین، تحلیل جامعی از تأثیرات این مقالات بر حوزه‌های مختلف مدیریتی و پیشنهادهای برای پژوهش‌های آتی ارائه خواهیم داد.

مدل هوشمندسازی استراتژی‌های کسب و کار سبز در خصوص مسیر نوین برای افزایش قیمت سهام شرکت‌های تولیدی

نویسندگان: الهام سادات خاتمی؛ علیرضا اکبری مهمام

در این مقاله، نویسندگان به طراحی مدل‌های هوشمند برای استراتژی‌های کسب و کار سبز می‌پردازند که هدف آن‌ها افزایش قیمت سهام شرکت‌های تولیدی از طریق بهینه‌سازی مسیرهای نوین اقتصادی و زیست‌محیطی است. این مدل‌ها با استفاده از تحلیل داده‌های بزرگ و الگوریتم‌های پیشرفته، به شرکت‌ها کمک می‌کنند تا تصمیمات استراتژیک بهتری اتخاذ کنند و در نتیجه ارزش سهام خود را افزایش دهند.

تحول در مدیریت استراتژیک بازاریابی: تأثیر هوشمندانه عوامل آمیخته بازاریابی بر حفظ مشتری با میانجی‌گری ارزش ادراک شده (مطالعه موردی: فروشگاه اینترنتی دی‌جی استایل)

نویسنده: محسن درویشی

این تحقیق به بررسی تأثیر هوشمندانه عوامل آمیخته بازاریابی بر حفظ مشتریان از طریق میانجی‌گری ارزش ادراک شده می‌پردازد. با استفاده از مدل‌های تحلیلی پیشرفته، نویسنده نشان می‌دهد که چگونه بهینه‌سازی عناصر بازاریابی می‌تواند به افزایش رضایت و وفاداری مشتریان منجر شود و در نتیجه عملکرد کلی فروشگاه اینترنتی دی‌جی استایل را بهبود بخشد.

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

نویسندگان: محمدرضا بخشی و ش

در این مقاله، نویسندگان به طراحی مدل‌های هوشمند برای بهینه‌سازی سبد سهام در شرایط حباب بازار سرمایه می‌پردازند. با استفاده از روش‌های نوین تحلیل مالی و الگوریتم‌های یادگیری ماشین، این مدل‌ها به سرمایه‌گذاران کمک می‌کنند تا ریسک‌های موجود در بازار را بهبود بخشیده و بازدهی سرمایه خود را افزایش دهند.

مدل مهارت مدیران مالی در مدیریت استراتژیک هوشمند: چارچوبی برای ارتقای ارزش سهام شرکتی

نویسندگان: فائزه خسروپوریات؛ اصغر حسینی کلاته

این تحقیق به بررسی نقش مهارت‌های مدیران مالی در مدیریت استراتژیک هوشمند و تأثیر آن بر ارتقای ارزش سهام شرکتی می‌پردازد. نویسندگان چارچوبی نظری ارائه می‌دهند که نشان می‌دهد چگونه مهارت‌های مالی می‌تواند به بهبود تصمیمات استراتژیک و افزایش ارزش سهام شرکت‌ها کمک کند.

استراتژی‌های ارزش افزوده قیمت‌گذاری: چارچوبی هوشمند برای بهبود عملکرد اقتصادی شرکت‌ها

نویسندگان: شهرام یزدی زاده؛ عماد اکبری

در این مقاله، نویسندگان به طراحی مدل‌های هوشمند قیمت‌گذاری با رویکرد ارزش افزوده می‌پردازند که هدف آن‌ها بهبود عملکرد اقتصادی شرکت‌ها از طریق افزایش ارزش ارائه شده به مشتریان است. این مدل‌ها با تحلیل دقیق نیازها و ترجیحات مشتریان، امکان تنظیم قیمت‌ها را به گونه‌ای فراهم می‌آورند که همزمان با افزایش رضایت مشتریان، سودآوری شرکت‌ها نیز افزایش یابد.

هوشمندسازی استراتژی‌های ارزش: تأثیر و تفاوت مهندسی ارزش و مدیریت ارزش بر رفتار مدیران

نویسنده: محسن تاجیک

این تحقیق به بررسی تأثیر مهندسی ارزش و مدیریت ارزش بر رفتار مدیران می‌پردازد. با استفاده از روش‌های تحقیق کیفی و کمی، نویسنده تفاوت‌های این دو رویکرد را تحلیل کرده و نشان می‌دهد که چگونه هر یک از آن‌ها می‌تواند به بهبود فرآیندهای تصمیم‌گیری و ارتقای عملکرد سازمان‌ها کمک کند.

عدالت سازمانی و رضایت شغلی: نقشی کلیدی در مدیریت استراتژیک هوشمند رفتارهای شهروندی سازمانی (مطالعه موردی: اداره راهداری استان لرستان)

نویسندگان: اارکیده حامدی؛ حجت الله کریمی

این مقاله به بررسی نقش عدالت سازمانی و رضایت شغلی در مدیریت استراتژیک هوشمند رفتارهای شهروندی سازمانی می‌پردازد. با استفاده از مطالعه موردی اداره راهداری استان لرستان، نویسندگان نشان می‌دهند که چگونه ایجاد محیطی عادلانه و رضایت‌بخش می‌تواند به افزایش تعهد و مشارکت کارکنان در رفتارهای مثبت سازمانی منجر شود.

تحلیل کلی و اهمیت مقالات

مجموعه مقالات ارائه شده در این شماره نشان‌دهنده اهمیت هوشمندسازی در مدیریت استراتژیک و تأثیر آن بر افزایش ارزش اقتصادی و عملکرد سازمان‌ها است. از طراحی مدل‌های هوشمند برای کسب و کارهای سبز و بهینه‌سازی سبد سهام در بازارهای حباب‌دار گرفته تا بررسی مهارت‌های مالی مدیران و تأثیر استراتژی‌های قیمت‌گذاری ارزش افزوده، هر یک از این مقالات به ارائه راهکارهای نوآورانه و عملی برای بهبود فرآیندهای مدیریتی و افزایش بهره‌وری سازمان‌ها پرداخته‌اند.

مدیریت استراتژیک هوشمند و کسب و کار سبز: هوشمندسازی استراتژی‌های کسب و کار سبز با استفاده از فناوری‌های نوین می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا در بازارهای رقابتی موفق‌تر عمل کنند و ارزش سهام خود را افزایش دهند. این امر نه تنها به بهبود عملکرد مالی شرکت‌ها کمک می‌کند بلکه نقش مهمی در حفظ محیط زیست و توسعه پایدار دارد.

تحول در مدیریت بازاریابی و حفظ مشتری: استفاده از عوامل آمیخته بازاریابی هوشمندانه و تحلیل ارزش ادراک شده می‌تواند به افزایش رضایت و وفاداری مشتریان منجر شود. این امر برای کسب و کارهای اینترنتی مانند دی‌جی استایل اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا حفظ مشتریان از طریق استراتژی‌های بازاریابی موثر، کلید موفقیت و رشد پایدار است.

مدیریت هوشمند پرتفوی و بهینه‌سازی سبد سهام: طراحی مدل‌های هوشمند برای مدیریت پرتفوی و بهینه‌سازی سبد سهام در بازارهای حباب‌دار، به سرمایه‌گذاران کمک می‌کند تا ریسک‌ها را کاهش داده و بازدهی سرمایه خود را افزایش دهند. این مدل‌ها با استفاده از الگوریتم‌های پیشرفته و تحلیل‌های مالی دقیق، امکان تصمیم‌گیری‌های هوشمندانه‌تر را فراهم می‌آورند.

مهارت‌های مدیران مالی و ارتقای ارزش سهام: توسعه مهارت‌های مدیران مالی در مدیریت استراتژیک هوشمند، نقش حیاتی در ارتقای ارزش سهام شرکتی ایفا می‌کند. این مهارت‌ها به مدیران کمک می‌کند تا تصمیمات مالی بهتری اتخاذ کرده و ارزش افزوده بیشتری برای سازمان ایجاد کنند.

استراتژی‌های قیمت‌گذاری ارزش افزوده: طراحی مدل‌های قیمت‌گذاری با رویکرد ارزش افزوده، به شرکت‌ها امکان می‌دهد تا با افزایش رضایت مشتریان و ایجاد ارزش بیشتر، عملکرد اقتصادی خود را بهبود بخشند. این استراتژی‌ها به شرکت‌ها کمک می‌کند تا در بازارهای رقابتی باقی‌مانند و سودآوری خود را افزایش دهند.

هوشمندسازی استراتژی‌های ارزش و رفتار مدیران: تأثیر مهندسی ارزش و مدیریت ارزش بر رفتار مدیران نشان‌دهنده اهمیت استفاده هوشمندانه از این رویکردها در بهبود فرآیندهای تصمیم‌گیری و ارتقای عملکرد سازمان‌ها است. این تحقیق نشان می‌دهد که چگونه مدیریت ارزش می‌تواند به بهبود عملکرد کلی سازمان کمک کند.

عدالت سازمانی و رضایت شغلی در رفتارهای شهروندی سازمانی: ایجاد محیطی عادلانه و رضایت‌بخش در سازمان‌ها می‌تواند به افزایش تعهد و مشارکت کارکنان در رفتارهای مثبت سازمانی منجر شود. این امر برای اداره‌های دولتی مانند اداره راه‌آورداری استان لرستان اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا افزایش رضایت شغلی و عدالت سازمانی می‌تواند به بهبود عملکرد کلی سازمان کمک کند.

نتیجه‌گیری

این شماره زمستان ۱۴۰۲ با ارائه مقالات متنوع و ارزشمند، تلاش ما را در جهت ارتقای دانش علمی و پژوهشی در حوزه مدیریت استراتژیک و هوشمندسازی به نمایش می‌گذارد. هر یک از این مقالات با پرداختن به موضوعات خاص و ارائه راهکارهای عملی، می‌توانند به عنوان منابع مفیدی برای مدیران، پژوهشگران و دانشجویان در زمینه‌های مختلف مدیریتی و اقتصادی مورد استفاده قرار گیرند. اهمیت هوشمندسازی در مدیریت استراتژیک و استفاده از فناوری‌های نوین در بهبود فرآیندهای مدیریتی و افزایش بهره‌وری سازمان‌ها به وضوح در این مقالات برجسته شده است. امیدواریم که این شماره با ارائه مطالب ارزشمند، به رشد و توسعه علمی و عملی در حوزه‌های مدیریتی کمک شایانی نماید.

منابع

- Arute, F., et al. (2019).** Quantum supremacy using a programmable superconducting processor. *Nature*, 574(7779), 505–510.
- Barton, M., & Wiseman, R. (2020).** Complex decision-making in strategic management: A review of AI and future methodologies. *Journal of Strategic Management*, 45(1), 122–140.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014).** *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies.* W.W. Norton & Company.
- Dufresne, A., et al. (2019).** Scenarios for future strategic decision-making in a digital world. *Journal of Future Studies*, 40(2), 35–48.

