



تأثیر برنامه ریزی منابع سازمانی در موفقیت تجاری شرکت مینا در ورود به بازارهای بین الملل

سهیل آفاق دشتی^۱، وحید ناصحی فر*^۲، منصوره علیقلی^۳

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی، مدیریت بازرگانی، تهران، ایران

۲- عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علامه طباطبایی، مدیریت بازرگانی، تهران، ایران

۳- عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، مدیریت بازرگانی، تهران، ایران

خلاصه

هدف سیستم های برنامه ریزی منابع سازمانی، یکپارچه سازی و خودکار کردن تمام فرایندهای کسب و کار یک سازمان است. مروری بر ادبیات گذشته نشان داد که بسیاری از پیاده سازی های برنامه ریزی منابع سازمانی نمی توانند انتظارات را برآورده کنند و از بودجه و زمان مورد انتظار فراتر می روند. تحقیق حاضر به بررسی تأثیر برنامه ریزی منابع سازمانی در موفقیت تجاری شرکت مینا در ورود به بازارهای بین الملل پرداخته است. جامعه آماری تحقیق مورد نظر مدیران، کارشناسان و خبرگان شرکت مینا می باشد روش نمونه گیری در تحقیق حاضر تصادفی ساده است و جهت تعیین حجم نمونه با توجه به جدول مورگان تعداد نمونه برابر با ۳۸۴ نفر به دست آمد که بدین منظور فرضیات تحقیق به بررسی تأثیر برنامه ریزی منابع سازمانی در موفقیت سازمان در ورود به بازارهای بین الملل اشاره دارد که نتایج نشان از تایید فرضیات مذکور است. همچنین با توجه به نتایج ابعاد برنامه ریزی منابع سازمانی که عبارت بودند از بخش مالی، بخش منابع انسانی، بخش پشتیبانی، بخش مدیریت ارتباط با مشتریان و بخش مدیریت و برنامه ریزی تولید به عنوان شاخصی از برنامه ریزی منابع سازمانی در موفقیت شرکت مینا در ورود به بازارهای بین الملل تأثیر دارند.

کلید واژگان: برنامه ریزی منابع سازمانی، موفقیت تجاری، شرکت مینا، ورود به بازارهای بین الملل

* Corresponding author: دانشیار دانشگاه علامه طباطبایی

Email: Nsehifar@yahoo.com