

چکیده

صنعت ساخت و ساز یک نوع تجارت رقابتی همراه با ریسک زیاد به حساب می آید که با مشکلات بسیاری همچون همکاری ضعیف، عدم اعتماد و ارتباط غیر مؤثر که منجر به روابط ناسازگار بین طرفین می شود، مواجه می باشد. بنابراین شناسایی و تحلیل عوامل موفقیت در این پروژه ها از الویت های موجود در این صنعت به شمار می رود. هدف از این تحقیق تأثیر شایستگی های بازاریابی سازمان بر موفقیت مدیریت پروژه در شرکت های عمرانی طرف قرارداد با شرکت آب و فاضلاب در استان گیلان می باشد. رویکرد پژوهش حاضر از نوع کمی است. این پژوهش بر اساس هدف از نوع کاربردی و به لحاظ ماهیت از نوع توصیفی - همبستگی می باشد. اطلاعات اولیه از طریق پرسشنامه جمع آوری شده است. جامعه آماری مورد بررسی پیمانکاران شرکت های عمرانی طرف قرارداد با شرکت آب و فاضلاب گیلان می باشد که تعداد آن ها ۲۰۰ پیمانکار می باشد که این آمار از امور قراردادهای شرکت آب و فاضلاب تهیه شده است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، تعداد ۱۲۱ نفر برآورد شد که به از روش نمونه گیری غیر احتمالی در دسترس از بین پیمانکاران شرکت های عمرانی طرف قرارداد با شرکت آب و فاضلاب گیلان انتخاب گردید. کلیه تجزیه و تحلیل ها به وسیله نرم افزار Smart PLS انجام گردید. نتایج تحقیق نشان می دهد که ابعاد شایستگی های بازاریابی سازمان بر موفقیت مدیریت پروژه تأثیرگذار بوده و از سه شاخص شایستگی های بازاریابی های سازمان، ارتباطات سازمانی بالاترین اثر و از هشت شاخص موفقیت مدیریت پروژه شاخص های مدیریت زمان و هزینه بالاترین تأثیر را دارند و همچنین عوامل سابقه کار و تعداد پروژه های انجام شده بر شایستگی افراد برای انجام پروژه های عمرانی می افزاید.

واژگان کلیدی: شایستگی های بازاریابی، ارتباطات سازمانی، راهبردهای سازمانی، موفقیت مدیریت پروژه،

تعداد پروژه های در دست اقدام، سابقه کار