

# تأثیر شایستگی‌های بازاریابی سازمان بر موفقیت مدیریت پروژه شرکت‌های عمرانی طرف قرارداد با شرکت آب و فاضلاب استان گیلان

سحر ییلاق بیگی \*، 166،

1397-05-09

چکیده صنعت ساخت‌وساز یک نوع تجارت رقابتی همراه با ریسک زیاد به حساب می‌آید که با مشکلات بسیاری همچون همکاری ضعیف، عدم اعتماد و ارتباط غیر مؤثر که منجر به روابط ناسازگار بین طرفین می‌شود، مواجه می‌باشد. بنابراین شناسایی و تحلیل عوامل موفقیت در این پروژه‌ها از الویت‌های موجود در این صنعت به شمار می‌رود. هدف از این تحقیق تأثیر شایستگی‌های بازاریابی سازمان بر موفقیت مدیریت پروژه در شرکت‌های عمرانی طرف قرارداد با شرکت آب و فاضلاب در استان گیلان می‌باشد. رویکرد پژوهش حاضر از نوع کمی است. این پژوهش بر اساس هدف از نوع کاربردی و به لحاظ ماهیت از نوع توصیفی - همبستگی می‌باشد. اطلاعات اولیه از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده است. جامعه آماری مورد بررسی پیمانکاران شرکت‌های عمرانی طرف قرارداد با شرکت آب و فاضلاب گیلان می‌باشد که تعداد آن‌ها 200 پیمانکار می‌باشد که این آمار از امور قراردادهای شرکت آب و فاضلاب تهیه شده است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، تعداد 121 نفر برآورد شد که به از روش نمونه‌گیری غیر احتمالی در دسترس از بین پیمانکاران شرکت‌های عمرانی طرف قرارداد با شرکت آب و فاضلاب گیلان انتخاب گردید. کلیه تجزیه و تحلیلها به وسیله نرم‌افزار PLS Smart انجام گردید. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ابعاد شایستگی‌های بازاریابی سازمان بر موفقیت مدیریت پروژه تأثیرگذار بوده و از سه شاخص شایستگی‌های بازاریابی سازمان، ارتباطات سازمانی بالاترین اثر و از هشت شاخص موفقیت مدیریت پروژه شاخص‌های مدیریت زمان و هزینه بالاترین تأثیر را دارند و همچنین عوامل سابقه کار و تعداد پروژه‌های انجام شده بر شایستگی افراد برای انجام پروژه‌های عمرانی می‌افزاید. واژگان کلیدی: شایستگی‌های بازاریابی، ارتباطات سازمانی، راهبردهای سازمانی، موفقیت مدیریت پروژه، تعداد پروژه‌های در دست اقدام، سابقه کار

کلمات کلیدی: واژگان کلیدی: شایستگی‌های بازاریابی، ارتباطات سازمانی، راهبردهای سازمانی، موفقیت مدیریت پروژه، تعداد پروژه‌های در دست اقدام، سابقه کار

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه‌ها](#)