

با توجه به ظرفیت های صنعت گردشگری و اهمیت آن در رشد استان گیلان در زمینه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نیاز است تا مشکلات و ضعف های رشد این صنعت در استان گیلان مورد بررسی قرار گیرد. مشکلاتی از جمله ضعف تبلیغات و بازاریابی، عدم اطلاع رسانی جهت معرفی جاذبه های گردشگری و تاریخ استان گیلان، عدم بکارگیری یا بکارگیری نادرست روشهای نوین بازاریابی در مراکز ارائه دهنده خدمات گردشگری، نادیده گرفتن مزایای فراوان بازاریابی الکترونیکی و نامناسب بودن روشهای بازاریابی سنتی فعلی از جمله از ضعف هایی است که مانع رشد صنعت گردشگری در استان شده است.

لذا در این پایان نامه الزام استفاده از مزیت های روش های نوین بازاریابی از جمله بازاریابی الکترونیک و نحوه تأثیرپذیری صنعت گردشگری از بازاریابی الکترونیکی و شناسایی عوامل مؤثر بر پذیرش آن در صنعت گردشگری استان گیلان همراه با بررسی اثر متغیرهای سودمندی ادراک شده، سهولت ادراک شده، عوامل فناوری، محیطی و سازمانی بر پذیرش فناوری اطلاعات TAM نیز مورد مطالعه قرار گرفته است. روش تحقیق حاضر با هدف کاربردی و بر اساس روش گردآوری داده ها، توصیفی است. جامعه آماری تحقیق شامل مدیران ارشد هتل ها و آژانس های مسافرتی است. که پرسش نامه های استاندارد در بین آنها توزیع شده است. نتایج تحلیل داده های تحقیق با استفاده از نرم افزار SPSS و PLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. فرضیه ها در سه گروه اصلی هر کدام با زیر مجموع چهار فرضیه تشکیل شده اند. که هدف آن تحقیق در مورد تاثیر عوامل سازمانی، فناورانه، محیطی و سهولت استفاده از فناوری، مزیت نسبی استفاده از فناوری و سازگاری درک شده از آن است. در نهایت نتیجه بررسی و آزمون فرضیه ها به تایید همه فرضیه ها بوده است، که عوامل سازمانی بیشترین تاثیر را داشته است. در همین راستا به مدیران و مسئولین مرتبط در راستای افزایش آموزش تربیت نیروهای متخصص، استفاده از نرم افزارهایی همسو با اهداف و ارزش های سازمان پیشنهاداتی ارائه شده است. به تولید کنندگان وسایل الکتریکی و متخصصان فناوری اطلاعات پیشنهاد میشود. تجهیزات مناسب و با قیمت مناسب را ارائه دهند و به هتلها و آژانسهای مسافرتی نیز پیشنهاد میشود تجهیزاتی متناسب با نیازها و اهداف و فرهنگ را مورد استفاده قرار دهند. به هتل های استان گیلان پیشنهاد میشود بکارگیری بازاریابی الکترونیک را در برنامه استراتژیک خود بگنجانند و مقدمات استفاده از ابزارهای بازاریابی الکترونیک را فراهم آورند تا از مزایای این ابزارها بهره مند گردند و گامی در جهت توسعه و پیشرفت صنعت گردشگری استان بردارند.

کلیدواژه: بازاریابی الکترونیک، صنعت گردشگری، عوامل سازمانی، عوامل فناوری، عوامل محیطی