

بررسی تأثیر تبلیغات اینترنتی بر تصمیم خرید مشتریان در خصوص پوشاک تولید داخلی شهر رشت

فاطمه صدقی ثابت

مدرس دانشگاه جامع علمی کاربردی رشت، محقق و مشاور مدیریت

استان گیلان ، رشت

۰۹۱۱۷۲۱۷۷۶۴

[Fateme.h.sedghi@ymail.com](mailto:Fatemeh.sedghi@ymail.com)

چکیده:

این مقاله با هدف بررسی تأثیر تبلیغات اینترنتی بر قصد خرید مشتریان در خصوص پوشاک تولید داخلی تدوین شده است. امروزه اینترنت به عنوان رسانه ای قدرتمند در اختیار صنعت تبلیغات قرار گرفته است. بدلیل ویژگی های فراوانی که اینترنت در مقایسه با رسانه های مختلف دارد ، تبلیغات اینترنتی شاهد رشد فراوانی در طی سالیان اخیر شده است. برای نیل به این هدف ، نمونه ۵۰ نفری با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی انتخاب گردید. ابزار گردآوری داده ها در این مقاله پرسشنامه استاندارد شده بوده است این مقاله به بررسی تبلیغات اینترنتی در شهر رشت مورد بررسی قرار گرفته و نتایج بدست آمده نشان داد که تبلیغات اینترنتی می تواند اثر معناداری بر روی قصد خرید مشتریان در پوشاک تولید داخلی داشته باشد.

کلید واژه ها:

اینترنت، تبلیغات اینترنتی ، شبکه اجتماعی ، قصد خرید ، مشتری ، خرید اینترنتی، پوشاک.

Investigating the effect of online advertising on customers purchasing decisions regarding domestically produced clothing in Rasht

Abstract:

This article has been compiled with the aim of investigating the effect of online advertising on customers intention to buy domestically produced clothing. Today the Internet has become a powerful medium for the advertising industry. Because of the many features that the Internet has compared to different media. Internet advertising has grown exponentially in recent years. To achieve this goal; a sample of 100 people was selected using random sampling method. The data collection tool in this article was a standardized questionnaire. This article examines online advertising in the city of Rasht and the results showed that online advertising can have a significant effect on the intention of customers to buy domestically produced clothing.

Keyword:

Internet; Internet advertisement; Social network; Intention to buy; Customer; Online Shopping ; Clothing.