

بررسی رابطه کمال گرایی جوانان ورزشکار با رفتار خرید
مارک‌های معروف ورزشی

نویسندگان

طیبه عباسی

حسین منصوری

(مدرس دانشگاه)

رسول مروتی

(مدرس دانشگاه)



عباسی، طیبه، ۱۳۷۰-	:	سرشناسه
بررسی رابطه کمال گرایی جوانان ورزشکار با رفتار خرید مارک‌های معروف ورزشی/نویسندگان طیبه عباسی، حسین منصوری، رسول مروتی.	:	عنوان و نام پدیدآور
کرج: موسسه نشر سیمرغ آسمان آذرگان، ۱۳۹۹.	:	مشخصات نشر
ص ۷۵.	:	مشخصات ظاهری
978-622-730773-3	:	شابک
فیبا	:	وضعیت فهرست نویسی
کتابنامه: ص ۶۷.	:	یادداشت
برندسازی (بازاریابی) - ایران -- نمونه پژوهی	:	موضوع
Branding (Marketing) -- Iran -- Case studies	:	موضوع
کالاهای مارک‌دار - ایران -- نمونه پژوهی	:	موضوع
Brand name products -- United States -- Case studies	:	موضوع
کمال گرایی -- نمونه پژوهی	:	موضوع
Perfectionism (Personality trait) -- Case studies	:	موضوع
منصوری، حسین، ۱۳۶۱-	:	شناسه افزوده
مروتی، رسول، ۱۳۶۲-	:	شناسه افزوده
HF۵۴۱۵/۱۲۵۵	:	رده بندی کنگره
۶۵۸/۸۲۷۰۹۵۵	:	رده بندی دیویی
۷۲۷۷۶۲۸	:	شماره کتابشناسی ملی

بررسی رابطه کمال گرایی جوانان ورزشکار با رفتار خرید مارک‌های معروف ورزشی

نویسنده: طیبه عباسی، حسین منصوری، رسول مروتی

مؤسسه نشر سیمرغ آسمان آذرگان

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۹

چاپ و لیتوگرافی: چاپ پارمید

شمارگان: ۵۰۰

قیمت: ۲۰۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۳۰۷-۷۳-۳

آدرس: کرج، جاده ملارد، گلستان ۴۳، ساختمان دیبا، واحد ۲۹ - کد پستی: ۳۱۶۶۹۳۶۸۶۹



بیشگفتار

هدف اصلی نویسنده کتاب حاضر، تعیین رابطه بین کمال‌گرایی جوانان ورزشکار و رفتار خرید مارک‌های معروف ورزشی در بین جوانان ورزشکار می‌باشد. بدین منظور مطالعه‌ای ترتیب داده شده که از نظر هدف کاربردی و از نوع توصیفی-همبستگی بوده است. جامعه آماری پژوهش حاضر را تمامی ورزشکاران شهر ایلام را تشکیل می‌دهند. برای انتخاب نمونه با توجه به جدول مورگان تعداد ۳۸۴ نفر انتخاب شدند. در این پژوهش از مطالعات کتابخانه‌ای برای تکمیل مبانی نظری استفاده شده است. و برای جمع‌آوری اطلاعات نیز از پرسشنامه استاندارد کمال‌گرایی چندبعدی تهران بشارت (TMPS) و از پرسشنامه استاندارد لرمین برای رفتار خرید استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات جهت آمار توصیفی از آزمونهای فراوانی مانند مانکن، رصد، انحراف استاندارد، جداول و نمودارها و جهت آمار تحلیلی آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای آزمون تعیین نرمال بودن یا غیر نرمال بودن توزیع جامعه، از ضریب همبستگی پیرسون و آزمون رگرسیون برای بررسی ارتباط بین متغیرها استفاده شده است. یافته‌های پژوهش بشار داد بین کمال‌گرایی و مولفه‌های آن (خودمدار، دیگرمدار، جامعه‌مدار) با رفتار خرید مارک‌های معروف ورزشی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

فهرست

۵	پیشگفتار
۹	فصل اول: کلیات
۹	مقدمه
۱۳	تعاریف
۱۵	فصل دوم: مطالعات مرتبط؛ پیرامون کمال‌گرایی
۱۵	رفتار خرید
۳۵	کمال‌گرایی
۴۱	پیشینه، روش و مدل مفهومی پژوهش
۴۹	فصل سوم: روند مطالعه
۵۳	فصل چهارم: دستاوردها، مطالعه
۵۳	یافته‌های توصیفی
۵۷	یافته‌های استنباطی
۶۳	فصل پنجم: سخن آخر
۶۳	مقدمه
۶۳	خلاصه تحقیق
۶۵	پیشنهادهای نویسنده
۶۷	منابع
۷۱	پیوست
۷۱	پرسشنامه