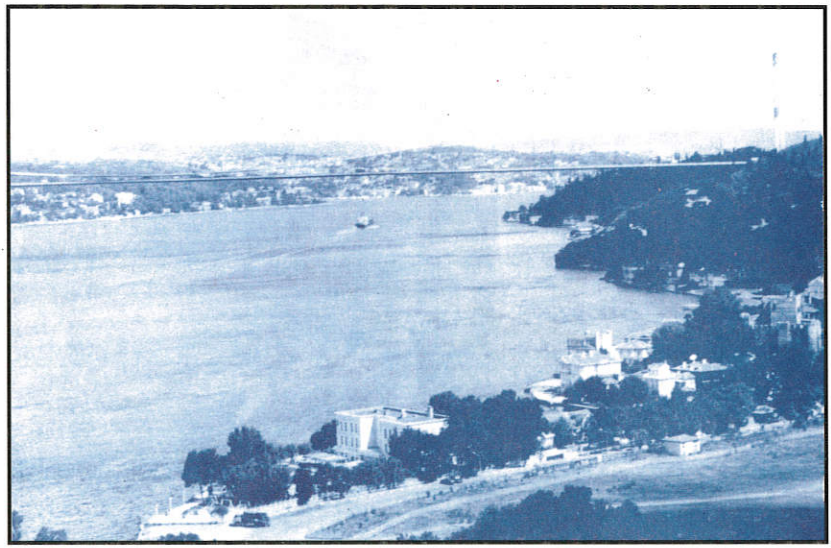
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR YÜKSEKOKULU

CİLT: 1 SAYI: 2 HAZİRAN-2000

DİNAMİK



SPOR BİLİMLERİ DERGİSİ
II. SPOR BİLİMLERİ KONGRESİ ÖZEL SAYISI
8 - 10 MAYIS 1997

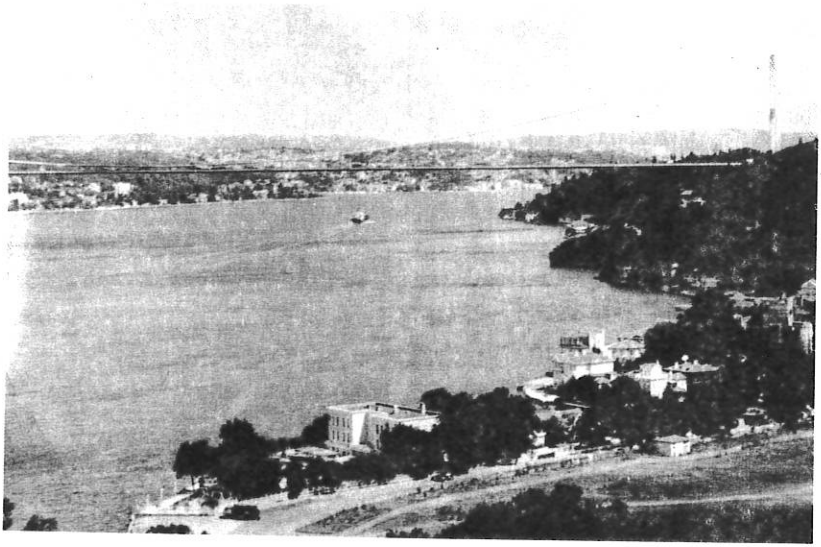
DYNAMIC JOURNAL OF SPORTS SCIENCES
SPECIAL ISSUE OF 2'ND SPORT SCIENCES CONGRESS

MARMARA ÜNİVERSİTESİ

BEDEN EĞİTİMİ ve SPOR YÜKSEK OKULU

II. SPOR BİLİMLERİ KONGRESİ

8 - 9 - 10 Mayıs 1997



OLİMPİYAT EVİ

İSTANBUL

Marmara Üniversitesi
Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu
Dinamik Spor Bilimleri Dergisi

Sahibi
Owner

Prof.Dr. Vural Akarçay
Marmara Üniversitesi
Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu adına

Yazı İşleri Müdürü
Editor

Yrd.Doç.Dr. Ali Kızılet

Bilimsel Danışma Kurulu
Scientific Advisory Board

Prof.Dr. Vural Akarçay
Prof.Dr. Sami Mengütay
Prof.Dr. Hasan Kasap
Doç.Dr. Müslim Bakır
Doç.Dr. Bilsen Sirmen
Doç.Dr. Serap İnal
Doç.Dr. Can İkizler

Yayın Kurulu
Editorial Board

Doç.Dr. Salih Pınar
Yrd.Doç.Dr. Banu Ayça
Yrd.Doç.Dr. Ali Kızılet
Yrd.Doç.Dr. Zahit Serarslan
Yrd.Doç.Dr. Cengiz Karagözoğlu
Yrd.Doç.Dr. Ayşe Atalay
Öğr.Grv.Dr. M. Tayfun Amman

Teknik Kurul
Technical Board

Yrd.Doç.Dr. Şinasi Ünal
Öğr.Grv.Dr. Mustafa Arslan
Öğr.Grv. Fatih Sani
Öğr.Grv. M. Mehmet Yorulmazlar
Öğr.Grv. Şahin Özen
Arş.Grv. Serap Mungan Ay
Arş.Grv. Abdurrahman Kepoğlu
Arş.Grv. Ani Agopyan

Yayın ve Dağıtım Koordinatörlüğü
Coordinators

Öğr.Grv. Lale Güler
Arş.Grv. Nail Yılmaz
Arş.Grv. Vedat Demir
Arş.Grv. İnci Karadenizli Akan
Arş.Grv. Filiz Çamlıgüney

Baskı Öncesi Hazırlık

Sevil Girit

Yazışma Adresi
Correspondence Address

Marmara Üniversitesi
Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu
81616 Anadoluhisarı-İSTANBUL

Orta Öğretimde Beden Eğitimi Derslerine Katılan Öğrenciler İle Okul Takımı ve Kulüplerde Çalışmalara Katılan Öğrencilerin Postür - Biomotor Özelliklerinin Karşılaştırılması 206
S. Karakuş, F. Kılınç

Türkiye'de Kış Turizm Merkezlerinin Durumu ve İdeal Yapıya Göre Değerlendirilmesi 224
H. Yılmaz, M 2 Serarslan

Sporcuların Performans Arttırmak Amacıyla Kullandıkları İlaçlar ve Besin Tamamlayıcıları 238
B. Ayça, F. Çiloğlu, İ. Demir

Beden Eğitimi Öğretmenlerinin Hizmet- İçi Eğitim Programlarını Hazırlamada Üniversitenin Rolü 248
H. Köksal

Taekwondo Müsabakaları Esnasında Sporcuların İdrar Gamma Glutamil Transferaz Aktivitelerinin İncelenmesi 254
B. Ayça, A. Şener, N. Ramazanoğlu

Üniversiteli Sporcularda Antropometrik Ölçümler İle Branşlara Uygunlukların Değerlendirilmesi 262
O. İmamoğlu, E. Tutkun, C. Kopuz, Ş. Dabak

Üniversiteli Bayan Sporcularda Plazma Lipid ve Lipoprotein Düzeylerinin Kontrol Grubuyla Karşılaştırılması 277
E. Tutkun, O. İmamoğlu, Y. Taşmektepligil, S.A. Ağaoğlu

Giresun İli Kitle Sporu Ve Tesis Politikalarına İlişkin Bir Araştırma 285
A. Kepoğlu

Spor Malzemesi Üreten Sektörde Yeralan İşletme Yöneticilerinin Ürettikleri Malzemenin Kalite ve Standardizasyona Verdikleri Öneme Yönelik Bir Araştırma 296
M. Aybeniz, A. Kepoğlu, M. Yorulmazlar

Spor Malzemelerinde Standardizasyon ve Kalitenin Tüketiciye Yansıması 310
M. Aybeniz, A. Kepoğlu, M. Yorulmazlar

Sporda Ekonomik Açıdan Ödül ve Ceza-Motivasyon İlişkisinin İncelenmesi 322
S. M. Ay

SPOR MALZEMELERİNDE STANDARDİZASYON VE KALİTENİN TÜKETİCİYE YANSIMASI

M.AYBENİZ, A.KEPOĞLU, M.YORULMAZLAR*

ÖZET

Dünya'nın ekonomik düzeni içinde standardizasyon ve kalitenin önemi daha iyi kavranmış ve daha kaliteli, güvenilir ve standartlara uygun spor malzemesi üretiminde tüketicinin korunması öncelik kazanmıştır. Buna karşılık ülkemizde standardizasyon ve kalitenin önemi tam olarak algılanamamıştır.Amaç; tüketicinin tatmin edilmesi olduğuna göre, onun performansını arttıracak uygun, güvenilir, sağlam, estetik ve sağlıklı spor malzemesini piyasaya sunmak günümüzde zorunlu hale gelmiştir.

Araştırmamızın problemi: spor malzemelerini talep eden tüketicilerin kalite ve standardizasyon hususunda ne kadar bilinçli olduklarını ortaya koymaktır.

Araştırmamız, tüketicilerin giderek bilinçlendiğini ve teknolojik gelişmelere paralel olarak kalite ve standartların ülkemizde de uygulanmasını istediklerini göstermiştir.

Spor malzemelerinde Avrupa ve Dünya'da uygulanan en son teknolojiye dayalı standartların ülkemizde uygulanması hem tüketicinin hem de ülkenin sportif başarısında önemli rol oynayacaktır. Tüketici tatminini ön plana çıkaran "Toplam Kalite Yönetimi" bir yaşam tarzı olarak spor malzemesi üretiminde ileriye dönük bir hedef olmalıdır. Zira; sporda çağdaşlığı yakalamanın önemli faktörlerinden biri de en son teknolojiye dayalı, performansı yükselten, sakatlıkları minumum seviyeye indiren kaliteli ve standartlara uygun spor malzemesi kullanmaktır.

ANAHTAR KELİMELER:

-spor malzemesi -kalite -Toplam Kalite Yönetimi
-tüketici bilinci -standardizasyon -teknoloji
-tüketici -performans

---

* **M.Ü. Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu**

SUMMARY

THE STANDARDIZATION OF SPORTS EQUIPMENT AND THE EFFECT OF QUALITY ON CONSUMERS

Economically, all around the world, the importance of standardization and quality has been well understood additionally, it is taken into seriously that support for the interests of consumers, for example; in making sure that prices are not too high, that the quality of goods is satisfactory.Unlikely, this is not the case in our country. Now that the is to satisfy the consumer, it is inevitable that we are supposed to market reliable, durable, esthetic and healthy products.

The problem of our study: I intend to make clear how conscious the consumers are about the quality and standardization.

Our study indicates that the consumers are gradually getting conscious and well-educated about the quality and standardization; and also they requiredthe same criteria standards changing because of technological improvements.

The applicatious of standards based on the most contemporary technology in Europe and all across the world will be beneficial not only to the consumers but also to the success of our country in sport."Total Quality Management" giving us the importance of the consumer' satisfaction should be the prominent objective as a way of living in the future because the unique way of keeping up with the modern level is to produce sports equipment, enhancing performance, reducing accidents according to quality andstandards.

KEY WORDS:

- sport equipment
- quality
- Total Quality Management
- conscious of the consumer
- standardization
- technology
- consumer
- performance

GİRİŞ

Tüketici, spor malzemesi üretimini, dağıtım ve fiyatını etkileyebilecek güce sahiptir. Tüketicilerin mamul seçiminde etkili olan unsurlardan biri motivasyondur. Tüketicinin seçimini belirleyen iki temel unsur şunlardır:

a- Satın alanın (Tüketici) kişiliği

b- Ürünün özelliği

Tüketici davranışlarını inceleyen çalışmalara göre altı tüketici tipinden sözedilebilir:

- Alışkanlıklarına bağlı olarak belirli markaları seçen tüketici

- Rasyonel davranan tüketici

- Ürün seçiminde fiyatı esas alan tüketici

- Ani karar veren, ürünün fiziki çekiciliğine kapılan ve markaya daha az önem veren tüketici

- Duygusal davranan tüketici

- Yeni ve davranışları belirli olmayan tüketici

Ekonominin genel olarak amacı tüketicinin taleplerini karşılayacak ve tüketiciyi tatmin edecek mal ve hizmetleri üretmektir. Bunu başarmanın yoluda tüketicinin motivasyon ve alışkanlıklarını dikkate alarak üretim yapmak, fiyat belirlemek ve ürünü geliştirmektir (1).

Tüketici, ürünleri amaçları ve tatmin olma istekleri doğrultusunda kullanan bireydir. Bu noktada tüketicinin karar vermesi, seçim yapması, tüketimi yönlendirmesi, mal ve hizmetleri satın almak için gelirini kullanması yoluyla oluşan tüketici davranışları önem kazanmaktadır. Tüketici davranışlarının en önemli aşaması, karar verme sürecinin sonunda gerçekleşen satın alma işlemidir. Bu işlem; farkında olma, bilgi toplama, tercih etme, beğenme, ikna olma ve satın almanın gerçekleştirilmesi aşa-

malarından oluşur (2).

Yukarıda belirtilen unsurların gerçekleşmesi, tüketicinin tatmini ve korunması ancak kaliteli ve standartlara uygun spor malzemesi üretmekle mümkündür. Buna karşılık ülkemizde standardizasyon ve kalitenin önemi tam olarak algılanamamıştır. Amaç; tüketicinin tatmin edilmesi olduğuna göre, onun performansını arttıracak uygun, güvenilir, sağlam, estetik ve sağlıklı spor malzemesini piyasaya arzetmek günümüzde zorunlu hale gelmiştir.

Standart ve kaliteye üretimde önem verilmesi sonucunda tüketici şu faydaları sağlar:

- Can ve mal güvenliğinin korunması

- Karşılaştırma ve seçim kolaylığı

Standartlaştırma mallarda sadeleştirmeyi bir örnekleştirmeyi sınıf ve türlerini ayırmayı ve bu özelliklerin karşılaştırılmasını mümkün kılacak analiz ve denetim yöntemlerinin belirlenmesini sağlar. Böylece malları karşılaştırma imkanı verir daha kaliteli mal yapılmasını sağlar, verimliliği arttırır (3).

- Fiyat ve kalite yönünden aldanmaların önlenmesi

- Ucuzluğa yol açması

- Ruh sağlığının korunması ve stresin önlenmesi

- Tüketicinin bilinçlenmesinde etkin rol oynaması

Tüketicinin bilinçlenmesi konusunda tüketici eğitimi gerekli olmaktadır. Tüketici eğitimi sadece kişi için değil aynı zamanda büyüyen ve gelişen ekonomi içinde zorunlu bir ihtiyaçtır. Çünkü ekonominin gelişmesi tüketicinin bilinçli ve bilgili bir şekilde piyasada ekonomik tercihini kullanarak üreticiyi kendi ihtiyaç ve isteklerini daha iyi gidermeye yönlendirmesi ile mümkün olur. Kıt kaynaklarını daha fazla mal ve hizmet elde edecek şekilde düzenlemeyi öğrenen rasyonel tüketicilerin geliştiği

bir toplumda üretimden maksimum verimlilik elde edilecektir. Gereksiz tüketim ortadan kalkacak ve üreticiler ekonomide en yararlı mal ve hizmet üretimine yoğunluk vereceklerdir. Tüketicinin korunmasında ideal olan onun rasyonel karar vermesini sağlayacak üç temel ortak yol söz konusudur. Üretici - Devlet - Tüketici; Tüketicilerin piyasada rollerinin gerektirdiği hak ve sorumlulukları öğrenmeleri güvenilir bir seçim ve satın alma yapabilmeleri konusunda yeterli bilgi ilgi ve bilinç seviyesine ulaşarak kendi kendilerini korumalarını sağlayacak şekilde eğitilmeleridir (4).

Kalite; bir malın tüketici istek ve beklentilerini karşılama özelliğidir. Bu anlamda bir malın uzun ömürlü olması dayanıklı estetik ve ucuzluk gibi belirleyici kalite özelliklerini taşıması gerekli olmaktadır. Dolayısıyla kalite yönetilmek zorundadır (5).

GEREÇ VE YÖNTEM

Araştırmamızın problemi: Spor malzemelerini talep eden tüketicilerin kalite ve standardizasyon hususunda ne kadar bilinçli olduklarını ortaya koymaktır.

Araştırmamızın amacı, önemi ve kapsamı: Spor malzemesi talep eden ve spor ile uğraşan tüketicilerin bu konudaki bilinç seviyesinin tesbiti ile hem tüketicilerin hem de spor malzemesi üreten firmaların standardizasyon ve kalite konusuna verdikleri önem oluşturmaktadır. Araştırmamızın kapsamı içersinde M.Ü.Beden Eğitimi ve Spor Y.O. öğrencilerine yönelik olarak 23 sorudan oluşan bir anket uygulanmıştır.

Araştırmamızda karşılaşılan zorluk ve sınırlılıklar: Araştırmamıza katılan deneklerin anket sorularına vermiş oldukları cevaplar samimi ve doğru kabul edilerek değerlendirmeye alınmıştır.

Materyal ve metod: Bu araştırma teorik ve alan çalışması olarak iki ana bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde tüketici ve kalite tanımları üzerinde durularak, üretimde standardizasyona gidilmesinin tüketiciye ve dolayısıyla ekonomiye getirdiği faydalar üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde ise anket uygulama aşamasına geçilmiştir. Burada iki grup değişken ele alınmıştır. Spor malzemesi tüketen tüketicilerin önem-

le üzerinde durduğu kalite, marka, fiyat ve standartlar bağımlı değişkenleri, spor malzemesi üreten işletmelerin standardizasyona verdiği önemde bağımsız değişkenleri oluşturmaktadır.

Anakütle ve örnek kütle: Araştırmamızın anakütlesi M.Ü.B.E.S.Y.O.öğrencileri olan 1700 kişidir. Örnek kütle ise 117 öğrencidir.

Anketin hazırlanması: Uygulanan ankette 23 soru bulunmaktadır. 1-4.sorularda özel bilgiler, diğer sorularda ise; performanslarına etkilerini ve vücutlarına uygunluğu ile alakalı olarak; firmalar, markalar, sundukları alternatifler, standartlar, sağlamlık, teknolojik yenilik, yabancı ve yerli ürünlerin karşılaştırılması, sağlık,malzemelerin genel olarak spora katkısı hakkındaki görüşleri ile bilinçli bir tüketici olup olmadıkları hakkında soru sorulmuştur.

Anketin uygulanması: Tüketicilere yönelik ankette 1700 Yüksekokul öğrencisi anakütle olarak alınmış, 117 öğrenciden oluşan örneklem oluşturularak onlara anket uygulanmıştır.

Verilerin toplanması ve analizi: Anket formları ile toplanan bilgiler ön kontrolden geçirilerek, yanlış, eksik ve kullanılmaz durumdaki formlar ayıklanmıştır. Kalan 90 adet anket formu verileri değerlendirmeye alınarak analiz edilmiştir. Değerlendirmeye alınan anketlere verilen cevaplar kodlandırılmak suretiyle çarşaf liste haline getirilerek bilgisayara girilmiştir. Bilgisayardan yararlanılarak verilen cevapların frekans ve yüzdeleri alınmıştır. Bilgi ve verilerin analizlerinde istatistik paket programından yararlanılmıştır.

Araştırmamızda ele alınan bağımsız değişkenler: Araştırmamızda üç tür bağımsız değişken yer almaktadır.

- Sosyal faktörlere ilişkin değişkenler
- Demografik faktörlere ilişkin değişkenler
- Ekonomik faktörlere ilişkin değişkenler

Araştırmamızın geçerliliği ve güvenilirliği: Araştırmamızın geçerlilik ve güvenilirliğini etkileyecek olan, olgunlaşma, test, araç ve seçim gi-

bi çeşitli geçersizlik kaynaklarından mümkün olduğunca arındırılmış ve güvenilebilirliği kabul edilebilir sınırlar içine sokulmuştur.

BULGULAR

- DENEKLERİN SPOR YAPARKEN KULLANDIKLARI SPOR MALZEMELERİNİN VÜCUT YAPISI VE PERFORMANS YÖNÜNDEN ETKİSİ

Değer Adı	Değer	Frekans	Yüzdelik	Geçerli Yüzdelik	Yığılma Yüzdelik
Olumlu	1.00	71	78.9	78.9	78.9
Olumsuz	2.00	13	14.4	14.4	93.3
Malzeme Kalitesiz	3.00	06	06.7	06.7	100
TOPLAM		90	100.0	100.0	

Ankete katılanların %78,9'u aldıkları spor malzemelerinin performanslarını olumlu yönde etkilediğini, %14,4'ü aldıkları spor malzemelerinin vücut yapılarına uygun olmadığı için performanslarını olumsuz etkilediğini, %06,7'si ise aldıkları spor malzemelerinin dayanıksız ve kalitesiz olduğunu belirtmektedir.

- SPOR MALZEMESİ SATINALINAN FİRMANIN,ÜRÜNLERİNİN NİTELİKLERİ HAKKINDA DENEKLERİN BİLGİLENDİRİLMESİ

Değer Adı	Değer	Frekans	Yüzdelik	Geçerli Yüzdelik	Yığılma Yüzdelik
Evet	1.00	45	50.0	50.6	50.6
Hayır	2.00	44	48.9	49.4	100.0
Cevapsız		1	1.1		
TOPLAM		90	100.0	100.0	

Ankete katılanların %50,6'sı alınan spor malzemesinin niteliği ve kullanma şekli hakkında üreten firmanın kendilerini yeterince bilgilendirdiğini,%49,4'ü ise bilgilendirilmediğini belirtmektedirler.

- DENEKLERİN BİLİNÇLİ BİR TÜKETİCİ OLUP OLMADIKLARI

Değer Adı	Değer	Frekans	Yüzdelik	Geçerli Yüzdelik	Yığılma Yüzdelik
Evet	1.00	70	77.8	78.7	78.7
Hayır	2.00	19	21.1	21.3	100.0
Cevapsız		1	1.1		
TOPLAM		90	100.0	100.0	

Ankete katılanların %78,7'si bilinçli bir tüketici olduklarını,malzeme alırken bilinçli davrandıklarını belirtmişlerdir.%21,3'ü ise bilinçli değildir.

- DENEKLERİN SPOR MALZEMESİ ALIMINDA MARKAYA VERDİKLERİ ÖNEM

Değer Adı	Değer	Frekans	Yüzdelik	Geçer Yüzdelik	Yığılma Yüzdelik
Evet	1.00	14	15.6	15.6	15.6
Hayır	2.00	76	84.4	84.4	100.0
TOPLAM		90	100.0	100.0	

Ankete katılanların %15,6'sı malzeme alırken markaya önem verdiğini, belirli markaları aldığını belirtirken, %84,4'lük büyük kesim ise markadan ziyade diğer özelliklerine (ucuzluk, kalite, dış görünüş, firma adı vb.) daha fazla önem verdiklerini belirtmiştir.

- DENEKLERİN SPOR MALZEMESİ ALIMINDA,MALIN KALİTE VE FİYATINA VERDİKLERİ ÖNEM

Değer Adı	Değer	Frekans	Yüzdelik	Geçerli Yüzdelik	Yığılma Yüzdelik
Kalite	1.00	83	92.2	92.2	92.2
Fiyat	2.00	07	07.8	07.8	07.8
TOPLAM		90	100.0	100.0	

Ankete katılanların %92,2'si kaliteyi fiyata tercih etmektedir.

- PİYASADA BULUNAN SPOR MALZEMELERİNİN ÜRETİMİNDE GENEL KABUL GÖRMÜŞ STANDARTLARA UYGUNLUĞA VERİLEN ÖNEM

Değer Adı	Değer	Frekans	Yüzdelik	Geçerli Yüzdelik	Yığılma Yüzdelik
Evet Uyuluyor	1.00	24	26.7	26.7	26.7
Hayır Uyulmuyor	2.00	17	18.9	18.9	45.6
Fikrim Yok	3.00	39	43.3	43.3	88.9
Uyulduğunu Duydum	4.00	10	11.1	11.1	100.0
TOPLAM		90	100.0	100.0	

Ankete katılanların %37,8'i piyasada bulunan spor malzemelerinin genel kabul görmüş standartlara uygun olduğunu, %18,9'u uygun olmadığını belirtirken %43,3'ü ise bilmediklerini söylemişlerdir.

- SPOR MALZEMESİ ÜRETİMİNDEKİ GELİŞMELERİN GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE TEKNOLOJİK GELİŞMELERE UYGUNLUĞU

Değer Adı	Değer	Frekans	Yüzdelik	Geçerli Yüzdelik	Yığılma Yüzdelik
Olumlu	1.00	65	72.2	73.0	73.0
Yetersiz	2.00	18	20.0	20.2	93.3
Olumsuz	3.00	0.6	06.7	06.7	100.0
Cevapsız		1	1.1		
TOPLAM		90	100.0	100.0	

Ankete katılanların %73,3'ü spor malzemesindeki geçmişten günümüze uzanan teknolojik gelişmelerin spor malzemesi üretimine olan katkısını olumlu bulmaktadır. %20,2'si yetersiz olduğunu ve %6,7'si ise olumsuz olduğunu belirtmiştir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

- Spor malzemelerinde Avrupa ve Dünya'da uygulanan, en son teknolojiye dayalı standartların ülkemizde uygulanması hem tüketicinin hem de ülkenin sportif başarısında önemli rol oynayacaktır.

- Firmaların ürünleri hakkında tüketiciyi bilgilendirmedikleri tesbit edilmiştir.

- Tüketiciler ve özellikle bayan tüketicilerin giderek bilinçlendiği ve satınaldıkları spor malzemelerinde standart ve kaliteye daha fazla önem vermeye başladıkları görülmüş ve burada medyanın büyük etkisi olmuştur.

- Spor malzemesi üreten firmaların ürünlerini talep edip tüketen tüketicilerin isteklerini gözönüne alarak planlı çalışmalar yapmaları firmaların satış politikalarının hedefine ulaşması açısından büyük bir aşama sağlamış olacaklardır.

- Tüketiciler ürün alırken vücut yapılarına uygun malzeme ile performanslarının yükseleceği inancı içindedirler. Türk insanının vücut yapısına, iklim ve çevre şartlarına uygun malzemenin piyasaya sunulması tüketiciyi memnun edecektir.

- Reklamların tüketiciler üzerindeki büyük etkisi nedeniyle, özellikle 16-18 yaş grubu tüketicilerin bilinçlendirilmesinin olumlu olacağı görülmüştür.

- Tüketici tatminini ön plana çıkaran "Toplam Kalite Yönetimi" bir yaşam tarzı olarak spor malzemesi üretiminde ileriye dönük bir hedef olmalıdır.

- Sporda çağdaşlığı yakalamanın önemli faktörlerinden biride en son teknölojiye dayalı, performansı yükselten, sakatlıkları minumum seviyeye indiren kaliteli ve standartlara uygun spor malzemesi kullanmaktır. Bunun içinde Avrupa ve Dünyanın uyguladığı, T.S.E.'nin de içinde yer aldığı kalite ve standartların özellikle ISO-9000 VE CN-21000 standartlarının uygulanması zorunludur.

KAYNAKLAR

1. Bayraktar M.:Tüketici Kararlarının Psikolojik Boyutu, T.S.E.Tüketici Bülteni, s.80, sh.3, Ankara 1985.
2. Özgen ,Ö:Tüketici Davranışlarının Yönlendirilmesinde Ailenin Rolü.T.S.E. Tüketici Bülteni 80: 5, Ankara 1985.
3. Cemalcılar İ,Bayar D, Aşkun İC, Öz-alp Ş.:İşletmecilik Bilgisi, Anadolu Ün., sh. 191, Eskişehir 1985.
4. T.S.E.: Tüketicinin Eğitimi, STANDART Ekonomik ve Teknik Dergi, sh.65-66, Ankara 1997.
5. Yıldırımçakar,O.:Toplam Kalite Yönetimi ve Rekabet, 16 Şubat Sabah Gazetesi Özel Eki, sh.20, İstanbul 1996.
6. Aybeniz M.:Spor Malzemelerinde Standardizasyon ve Kalite, M.Ü.S.B.E. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul 1996.