

VII. BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

VII.1. SONUÇ

Pazarlama, işletmelerin yaşamlarını devam ettirebilmelerinde önemli bir yönetim aracıdır. İşletmeler gerçekleştirdikleri faaliyetlerde, pazarlama yöntem ve tekniklerinden yararlanırken, birer işletme olan kütüphanelerin söz konusu yöntem ve teknikleri kullanmaması düşünülemez. Öte yandan üniversitelerimizin nitelikli bir şekilde eğitim, öğretim ve araştırma faaliyetlerinde bulunmaları ve toplum tarafından beklenen işlevleri yerine getirmelerinde önemli rol oynayan üniversite kütüphanelerinin, bu görevi yerine getirmelerinde kullanıcılara hizmetlerini tanıtmaları ve bu hizmetlerden yararlanmalarını sağlaması gerekmektedir.

Bir işletme olarak günümüz üniversite kütüphaneleri, sınırlı kaynaklarını en etkin şekilde kullanmak, potansiyel pazarları hakkında bilgi edinmek, kullanıcıların gereksinim ve beklentilerini belirleyerek, bu gereksinim ve beklentileri karşılayacak hizmetleri geliştirmek durumundadır. Söz konusu amaçları gerçekleştirebilmek için pazarlama yöntem ve teknikleri üniversite kütüphanelerinde kullanılmalıdır.

Araştırmamızda, HÜ Beytepe Merkez Kütüphanesi'nin pazarlama politikasının olmayışı kullanıcıların kütüphaneyi kullanımları, kütüphane hizmetlerinden etkin olarak yararlanmaları ve kütüphane hizmetlerinden haberdar olmaları üzerinde etkili midir? Üniversite kütüphanelerinde pazar bölümlendirmesinde en etkin değişken nedir? sorularına yanıt aranmaya çalışılmıştır.

Yukarıda yer alan sorulara yanıt aramak amacıyla gerçekleştirdiğimiz araştırmamızın hipotezi: "Beytepe Merkez Kütüphanesi tarafından sunulmakta olan hizmetlerin etkinliğinin artırılmasında, bu kütüphane tarafından geliştirilmiş bir

pazarlama politikasının olmayışı önemli bir engel oluşturmaktadır” şeklinde belirlenmiştir.

Hipotezimizin sınanmasında betimleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemine göre var olan durum betimlenmiş, yöntemimize uygun olarak anket ve görüşme teknikleriyle veriler toplanmış, kapsamlı bir literatür incelemesiyle birlikte elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Yaptığımız araştırma sonucu elde edilen bulgular değerlendirilmiş ve hipotezimiz doğrulanmıştır.

Araştırmamızda, pazar bölümlendirmesinde hareket noktasını saptamak amacıyla; cinsiyet, unvan ve fakülte değişkenleri ile diğer değişkenler arasında anlamlı ilişkilerin bulunup bulunmadığı, var olan ilişkilerde de ilişki miktarları ortaya çıkarılmıştır. Buna göre öğretim elemanlarının cinsiyetleri ile diğer değişkenler arasında herhangi bir ilişki olmadığı, öğretim elemanlarının unvanları ile kütüphane kullanımı, öğretim elemanlarının bağlı oldukları fakülte ile kütüphane kullanımı, öğretim elemanlarının bağlı oldukları fakülte ile kütüphanedeki bazı hizmetleri (CD-ROM tarama hizmeti, tez hizmeti, e-veri tabanı hizmeti, gör-işit hizmeti) kullanımları, öğretim elemanlarının bağlı oldukları fakülte ile e-posta hesabına sahip olma arasında anlamlı ilişkilerin olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bulgular bağlamında kütüphanenin pazar bölümlendirmesinde fakülteleri temel alması gerektiği sonucu çıkmaktadır. Çünkü en belirgin ayırt edici özellik fakülte değişkenidir. Örneğin hem unvan, hem de bağlı olunan fakülte ile kütüphane kullanımı arasında ilişki olmasına karşın, bağlı bulunulan fakülte ile kütüphane kullanımı arasındaki ilişki miktarı ($C=.32$) öğretim elemanlarının unvanları ile kütüphane kullanımları arasındaki ilişki miktarından ($C=.18$) oldukça yüksektir. Aynı şekilde; öğretim elemanlarının kütüphane Web sitesi kullanımı ile unvanları ve bağlı buldukları fakülte arasında da anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Öğretim elemanlarının kütüphane Web sitesi kullanımı ile bağlı oldukları fakülte arasındaki ilişki miktarı ($C=.29$), kütüphane Web sitesi kullanımıyla unvanları arasındaki ilişki miktarından ($C=.23$) fazladır. Bu durum öğretim elemanlarının kütüphane kullanımında, bağlı olunan fakültenin unvandan daha etkin bir değişken olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Kütüphanelerin hizmetlerini kullanıcılara iyi bir şekilde tanıtılması ve bu hizmetlerden mümkün olabilecek en verimli biçimde yararlanılmasını sağlayabilmesinde, detaylı şekilde planlanmış bir pazarlama programı uygulanmasının önemi büyüktür. Bilgi hizmetlerinin pazarlamasına yönelik bir pazarlama programı;

- Kütüphane ve kullanıcılar arasında planlı ve düzenli bir iletişim kurulabilmesini,
- Kütüphanenin hizmet verdiği kullanıcılar ve bu kullanıcıların gereksinim, beklenti ve taleplerine yönelik bilgi sahibi olmasını,
- Kullanıcıların kütüphane hizmetlerinden haberdar olmasını ve bu hizmetlerden verimli bir şekilde yararlanabilmesini,
- Kütüphanenin bütçe, koleksiyon oluşturma, kullanıcı eğitimi gibi hizmet ve işlemlerde daha kolay kararlar verip uygulayabilmesini,
- Kütüphane kullanımının artmasını,
- Kütüphanenin geleceğe yönelik planlama faaliyetlerinde daha sağlıklı kararlar verebilmesini sağlamaktadır.

Araştırmamız sonucunda elde edilen bulgular, Beytepe Merkez Kütüphanesi'nde bilgi hizmetlerinin pazarlamasına yönelik bir programın uygulanmadığını göstermektedir. Bu durum, kullanıcıların kütüphanede verilen hizmetlerden haberdar olmalarını ve bu hizmetlerden verimli bir şekilde yararlanmalarını olumsuz yönde etkilemektedir.

Çalışmamızda elde ettiğimiz bulgular ve yaptığımız değerlendirmeler ışığında vardığımız sonuçlar şöyledir:

- Araştırmamız sonucunda Beytepe Merkez Kütüphanesi'nde bilgi hizmetlerine yönelik herhangi bir pazarlama programı uygulanmadığı saptanmıştır.
- Araştırmamız sonucunda cinsiyet faktörünün Beytepe Merkez Kütüphanesi hizmetlerinin pazarlamasında etkin bir değişken

olmadığı saptanmıştır. Fakülte değişkeni, unvan değişkeni ile karşılaştırıldığında çok daha etkin bir değişken olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, yapılacak pazar bölümlendirmesinde fakültelere yoğunlaşarak planlama yapılması gerekmektedir.

- Bulgular öğretim elemanlarının Beytepe Merkez Kütüphanesi'ni kullanım sıklıklarının yoğun olmadığını göstermektedir. Bu durum pazarlamada önemli bir unsur olan kütüphane ve hizmetlere yönelik tanıtım faaliyetlerinde sadece kütüphane içi ortamların değil aynı zamanda elektronik ortam, basılı ortam ve sözlü iletişim gibi kullanıcılara ulaşılacak diğer unsurlardan da yararlanılması gerekliliğini ortaya koymaktadır.
- Öğretim elemanlarının Beytepe Merkez Kütüphanesi'ni kullanmama nedenlerinin başında kütüphane koleksiyonundaki kaynakların bilgi gereksinimlerini karşılamaması gelmekte ve bunu başka kütüphanelerden yararlanmak takip etmektedir. Beytepe Merkez Kütüphanesi'ndeki kaynakların öğretim elemanlarının gereksinimlerine cevap verememesinin, öğretim elemanlarını başka kütüphaneleri kullanmaya yönelttiği görülmektedir.
- Öğretim elemanlarının Beytepe Merkez Kütüphanesi'ndeki hizmetleri kullanım oranları arasında oldukça büyük farklılıklar görülmektedir. Kütüphane hizmetleri arasında en yoğun kullanılan hizmet ödünç vermedir. Bunu elektronik veri tabanı hizmeti takip etmektedir. Bu iki hizmetin kullanım oranları ile diğer hizmetlerin kullanım oranları karşılaştırıldığında; kütüphane/kaynak tanıtımı, OBES ve gör-ışit araçları hizmetlerinin kullanım oranlarının oldukça düşük olduğu saptanmıştır.

- Öğretim elemanlarının yararlanmadıkları kütüphane hizmetlerine yönelik olarak, bu hizmetleri kullanmama nedenleri arasında hizmetleri kullanmaya gereksinim duymamaları ve bu hizmetlerden haberdar olmamaları yer almaktadır. Özellikle kütüphanede verilen hizmetlerden haberdar olmayanların küçümsenemeyecek bir oranda olması, pazarlamanın tanıtım ögesinin şimdiye kadar etkin olarak kullanılmadığını göstermesi bakımından önemlidir.
- Araştırmaya katılan öğretim elemanlarının büyük bir çoğunluğu Beytepe Merkez Kütüphanesi'ni ayda bir kez kullanmaktadır. Öğretim elemanları Beytepe Merkez Kütüphanesi dışında en yoğun olarak Bilkent ve ODTÜ Kütüphaneleri'nden yararlanmaktadırlar. Öğretim elemanlarının Beytepe Merkez Kütüphanesi dışında başka kütüphanelerden yararlanmalarının nedenleri arasında, bu kütüphanelerin gerek koleksiyon gerekse fiziksel olanaklar ve sahip oldukları donanımın kullanıcıların gereksinimlerine cevap verebilmesi yer almaktadır. Kullanıcıların başka kütüphanelere yönelmelerinde Beytepe Merkez Kütüphanesi'nin koleksiyon açısından sahip olduğu olumsuz imajın da etkisi bulunmakta, kullanıcıların kimi zaman Beytepe'de olan bir kaynak için başka kütüphanelere gittikleri gözlemlenmektedir.
- Kütüphane kullanıcılarının hizmetlerden verimli bir şekilde yararlanabilmeleri ve gereksinim duydukları bilgiyi mümkün olabilecek en kısa süre içinde elde edebilmelerinde kütüphane eğitiminin önemi büyüktür. Araştırmamız sonucunda öğretim elemanlarının büyük bir çoğunluğunun böyle bir eğitim programına katılmadıkları saptanmıştır. Beytepe Merkez Kütüphanesi'nde kullanıcı eğitimi planlı bir şekilde belli gün ve saatlerde yapılmamakta, bu eğitim sadece bölümlerden gelen talep doğrultusunda gerçekleştirilmekte ve eğitim programları genellikle

öğrencilere yönelik olmaktadır. Fakat öğretim elemanlarının kullanıcı eğitimi için talepte bulunabileceklerine ilişkin yeterince bilgilendirilmedikleri anlaşılmaktadır. Bu durum üniversitedeki birçok öğretim elemanının bu hizmetten haberdar olmamasına neden olmakta ve kullanıcı eğitimi hizmetinden yararlanmayı olumsuz yönde etkilemektedir.

- Araştırmaya katılan öğretim elemanlarının büyük bir çoğunluğunun ödünç verme kuralları, sağlama hizmeti ve kütüphanenin açık olduğu saatlerle ilgili bilgi sahibi olmadıkları görülmektedir. Bu konulara yönelik yanlış bilgi sahibi olanların oranı da oldukça fazladır. Bu durum kütüphanenin vermiş olduğu hizmetleri ve bu hizmetlere yönelik prosedürleri kullanıcılara tanıtmaya ve kullanıcıları kütüphane hakkında bilgilendirme işlemlerine ağırlık vermesinin gerekliliğini göstermektedir.
- Öğretim elemanları arasında kütüphanedeki bilgi kaynaklarının gereksinimlerini karşıladığını belirtenlerin oranının çok düşük olduğu görülmektedir. Bu durum, öğretim elemanlarının büyük bir çoğunluğunun Beytepe Merkez Kütüphanesi dışında başka kütüphanelere yönelmeleri ve bu kütüphaneleri kullanma oranlarının Beytepe Kütüphanesi'ne göre fazla olmasına neden olmaktadır. Özellikle Güzel Sanatlar ve İktisadi ve İdari Bilimler Fakülteleri'ndeki öğretim elemanlarının tamamının kütüphane koleksiyonundaki kaynaklardan tatmin olmaması kütüphaneye kaynak alımında öncelikli olarak bu alanlara ağırlık verilmesi gerektiğini göstermektedir.
- Öğretim elemanlarının kütüphanede öncelikli olarak verilmesini istedikleri hizmetlerin başında alanlarına yönelik basılı kaynakların sağlanması gelmektedir. Bu isteği elektronik kaynakların sağlanması

ve kütüphaneye yeni alınan kaynakların duyurulması takip etmektedir. Genel olarak bakıldığında, kullanıcıların kütüphaneye yönelik beklentilerinde ağırlıklı olarak bilgi kaynakları üzerinde yoğunlaştıkları görülmektedir. Bu durum, öğretim elemanlarının kütüphane koleksiyonundaki bilgi kaynaklarının gereksinimlerini karşılamadığı yönündeki değerlendirmeleriyle tutarlılık göstermektedir. Beytepe Merkez Kütüphanesi'nde gerek basılı gerekse elektronik olsun yeni alınan kaynaklar kullanıcılara sadece kütüphane Web sitesinden ve e-posta aracılığı ile duyurulmaktadır. Kullanıcıların yeni alınan kaynakların duyurulmasına yönelik istekleri, sadece elektronik ortamdan yapılan duyurunun yeterli olmadığını göstermesi bakımından önemlidir. Ayrıca araştırmamız sonucunda görülmektedir ki elektronik ortamı kullanmayan öğretim elemanları da bulunmaktadır.

- Fakültele göre kütüphanenin Web sitesini kullanım oranları arasında oldukça büyük farklılıklar bulunmaktadır. Özellikle Güzel Sanatlar Fakültesi'nde Web sitesinin kullanım oranları Mühendislik, İktisadi ve İdari Bilimler ve Fen Fakülteleri'ndekilere oranla oldukça düşüktür. Bu sonuç kütüphane hizmetlerinin pazarlamasına yönelik faaliyetlerde elektronik ortamdan yararlanırken fakültelerin bu ortamla ilişkilerinin de incelenmesi ve dikkate alınması gerektiğini göstermektedir.
- Öğretim elemanlarının büyük bir çoğunluğu, Beytepe Merkez Kütüphanesi Web sitesini elektronik kaynaklardan yararlanmak amacıyla kullanmaktadırlar. Özellikle bu hizmete yönelik pazarlama faaliyetlerinde kullanıcıların talebinin de fazla olduğu göz önüne alınarak gerek elektronik kaynakların seçimi gerekse kullanımlarının sağlanmasına yönelik işlemlerde hizmet verilen kullanıcı grubunun gereksinim ve beklentilerini karşılamaya yönelik uygulamalara ağırlık verilmelidir.

- Öğretim elemanlarının kütüphanenin verdiği hizmetler içinde en fazla memnuniyet duyduğu konular; elektronik veri tabanlarına erişim, ödünç alınan bir kitabın süresini telefonla uzattırabilmek ve kütüphane personelinin yardımlarıdır.
- Öğretim elemanlarının büyük bir çoğunluğu kütüphaneyi havalandırma, ısınma, aydınlatma gibi fiziksel koşullar ve binanın estetiği bakımından yetersiz bulmaktadırlar. Bu durum, pazarlama karmasının yer unsurunda yer alan donanım, fiziksel koşullar, iletişim kanalları gibi özelliklere dikkat edilmesinin kullanıcılar üzerinde oluşturabileceği olumlu etkiyi göstermesi bakımından önemlidir.
- Öğretim elemanları Beytepe Merkez Kütüphanesi'ndeki ödünç verme hizmetinin halen otomasyona geçmemiş olmasının hizmetteki hız ve kaliteyi düşürdüğünü belirtmektedirler. Ödünç vermenin kütüphane hizmetleri arasında en yoğun kullanılan hizmet olduğu göz önünde bulundurulduğunda, öğretim elemanlarından en fazla bu hizmete ilişkin şikayet alındığı görülmektedir. Bu durum kütüphanenin kullanıcıların hizmetlere yönelik beklentilerine ağırlık vermesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

VII.2. ÖNERİLER

Üniversite kütüphanelerinde bilgi hizmetlerinin pazarlanmasını ele aldığımız araştırmamızda, Beytepe Merkez Kütüphanesi ve bu kütüphanenin potansiyel kullanıcıları içerisinde önemli yer teşkil eden öğretim elemanları üzerinde yoğunlaşmıştır. Fakat aşağıda sıralayacağımız öneriler genel olarak üniversite kütüphanelerinde de uygulama alanı bulabilecek niteliktedir.

Araştırmamızdaki sonuçlarla doğru orantılı olarak aşağıdaki önerileri sunmak olanaklıdır.

- İlk olarak yapılması gereken iş Beytepe Merkez Kütüphanesi'nin pazarlama bilincine sahip olmasının sağlanmasıdır. Kütüphanelerin, bilgi hizmetlerini pazarlamalarında amaca inanmış olmalarının yanı sıra bu konuda tam bir adanmışlığa sahip bulunmaları, yapılacak faaliyetlerin olumlu sonuçlar vermesi açısından önemlidir.
- Üniversite kütüphaneleri bilgi hizmetlerini pazarlama faaliyetlerinde bulunurlarken potansiyel kullanıcıları hakkında elverdiğince fazla bilgiye gereksinim duymaktadırlar. Kullanıcı merkezli anlayışın gitgide daha da önem kazanarak benimsendiği günümüz üniversite kütüphanelerinde iyi bir “pazarlama bilgi sistemi” oluşturmak gerekmektedir. Bu bağlamda Beytepe Merkez Kütüphanesi, söz konusu sistemin oluşturulması için potansiyel kullanıcıların gereksinim ve isteklerinin belirlenmesine çalışmalı, kütüphane içi yönetim istatistiklerine sahip olmalı ve bu bilgileri etkin şekilde kullanmalıdır.
- Beytepe Merkez Kütüphanesi iyi planlanmış bir pazarlama programına sahip olmalıdır. Pazarlama programı üzerinde titizlikle durulmalı, kısa ve uzun dönemli hedefler gerçekçi bir bakış açısı içerisinde saptanmalıdır.
- Üniversite kütüphanesinde çalışan kütüphanecilerin pazarlama konusunda eğitim almaları, bilgi hizmetlerinin pazarlanması bağlamında yapacakları işlerde oldukça yarar sağlayacaktır. Beytepe Merkez Kütüphanesi'ndeki kütüphaneciler bu konuda kampüste bulunan İşletme Bölümü ile iletişim kurup gerekli altyapıyı sağlayabilirler.

- Olanaklar elverdiğince üniversite kütüphanelerinde bir pazarlama biriminin yer alması yararlı olacaktır. Beytepe Merkez Kütüphanesi, en azından bir kütüphaneciyi tam zamanlı olarak bilgi hizmetlerinin pazarlanmasında kullanmalıdır. Çünkü kütüphanede pazarlama üzerine yoğunlaşan bir bölümün olması, kütüphane açısından kullanıcılar ile daha rahat iletişim kurma ortamını da beraberinde getirecektir.
- Beytepe Merkez Kütüphanesi'nin mekân olarak, üniversitede gerçekleştirilen faaliyetlerde kullanılmasıyla ilgili çalışmalar yapılmalıdır. Yer sorununun aşılabildiği ölçüde film gösterisi, konferans, seminer gibi üniversite camiasının ilgisini çekebilecek faaliyetlerin kütüphane çatısı altında yapılması sağlanmalıdır. Kütüphane yönetimi bu tür organizasyonlara aktif olarak katılmalıdır. Toplantıların kütüphane ile doğrudan ilgili konularda olması gerekmemektedir. Söz konusu faaliyetlerin olduğu zamanlarda, ilgili konulardaki kütüphane materyallerinin sergilenmesi ilginin çekilmesi açısından yararlı olacaktır.
- Beytepe Merkez Kütüphanesi yöneticileri her fırsatta üniversite yönetimi ile karşılıklı görüş alışverişinde bulunmalı, ilişkilerini geliştirmelidir. Çünkü mevcut yapı içerisinde günümüz üniversite kütüphanelerine kaynak sağlanmasında üniversite yönetiminde yer alan kişilerin büyük etkisi bulunmaktadır.
- Öğretim elemanlarının kütüphaneye ve hizmetlerine yönelik farkındalık dereceleri artırılmalıdır. Bu konuyla ilgili olarak broşür ve afişler hazırlanmalıdır.
- Mevcut yapı içerisinde bölümlerde kütüphane temsilcileri bulunmaktadır. Fakat araştırmamız mevcut sistemin işlevselliği

konusunda olumsuz yargılara varmamıza neden olmuştur. Öğretim elemanları ile birlikte her bölümden en az birer öğrenci kütüphane temsilcisi olarak seçilmeli, bu kişilerin kütüphane ile bölümler arasında köprü görevi görmesi sağlanmalıdır. Söz konusu temsilcilerin ve kütüphane sorumlularının katılacağı düzenli toplantılar ile, bölümlerin kütüphanedeki gelişmelerden haberdar olması ve yetersizliklerin görüşülerek geri bildirim mekanizmasının sağlıklı bir şekilde çalışması sağlanabilir.

- Beytepe Merkez Kütüphanesi çalışma saatleri ve kütüphanenin açık olduğu saatler içinde verilen hizmetler mutlaka gözden geçirilmeli, kullanıcıların bu konudaki beklentileri dikkate alınmalıdır.
- Bir çok ülkemiz kütüphanesi gibi Beytepe Merkez Kütüphanesi'nin de kaynak açısından yetersiz kaldığı görülmektedir. Fakat var olan kaynakları da en üst düzeyde kullanıcılara kullandırmak da kütüphanenin amaçları arasında yer almalıdır. Bazı kullanıcıların Beytepe'de olan bir kaynağı başka kütüphanelerde araması üzücüdür. Özellikle kütüphanedeki kaynaklara ilişkin olarak tanıtıcı faaliyetlerin artmasında yarar bulunmaktadır. Ayrıca kütüphane, koleksiyonda yer alan kaynakları belli bir plan dahilinde kullanıcıların gereksinim, beklenti ve talepleri doğrultusunda yeniden gözden geçirip değerlendirmelidir.
- Beytepe Merkez Kütüphanesi'nin bilgi hizmetlerinin pazarlanmasına yönelik faaliyetlerde bulunurken sponsorluk mekanizmasını da devreye sokmasında yarar bulunmaktadır. Kütüphaneye elektronik kaynak sağlayan firmalar bu bağlamda katkıda bulunabilir.
- Beytepe'deki kişilere, kampuste kendilerine hizmet vermeye hazır bir kütüphanenin olduğu imajı verilmelidir. Beytepe Merkez Kütüphanesi

bütün potansiyel kullanıcılarının gereksinimlerini belirlemeli, iş yoğunluğunun artması endişesi taşımadan kullanıcı olmayan kesimi de kütüphane kullanıcısı yapmalıdır.

- Her ne kadar e-posta aracılığıyla tüm potansiyel kullanıcılara ulaşım sağlanamasa da, kütüphane ile ilgili elektronik bir tartışma listesinin olması son derece yararlı olacaktır. Çünkü e-posta aracılığıyla, kütüphanenin kullanıcılardan çok hızlı bir şekilde geri bildirim alma olanağı bulunmasının yanı sıra, kullanıcıların kütüphane hizmetleri konusunda bilgilendirilmesi de sağlanabilir. Beytepe Merkez Kütüphanesi elektronik tartışma listesini kullanıcıların kütüphane ile ilgili şikayet, beklenti ve sorunlarını çözmede bir araç olarak kullanabilir.

Araştırmamız bir yüksek lisans çalışması olması nedeniyle, Beytepe Kampüsü'nde yer alan altı fakültede görev yapmakta olan öğretim elemanları ile sınırlandırılmış, öğrenciler ve idari personel çalışmanın dışında tutulmuştur.

Ülkemizde bilgi hizmetlerinin pazarlanması bağlamında yapılan çalışmalar oldukça azdır. Ülkemizde bu alanda yapılacak yeni çalışmalarla literatüre katkıda bulunulmasında yarar bulunmaktadır. Özellikle üniversite kütüphanelerinde bilgi hizmetlerinin pazarlanması ile ilgili çalışma konuları şunlar olabilir:

- Üniversite kütüphanelerinde, pazarlamanın hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyeti üzerindeki etkisi
- Üniversite kütüphanelerinde pazarlama faaliyetlerinin etkisinin deneysel yöntemlerle ortaya konulduğu çalışmalar
- Üniversite kütüphanelerinde bilgi hizmetlerinin pazarlanmasında İnternet araçlarının rolü

- Üniversite kütüphanelerinde bilgi hizmetlerinin pazarlanmasında Web kullanımı ve üniversite Web sitelerinin pazarlama unsurları açısından değerlendirilmesi
- Üniversite kütüphanelerinde bilgi hizmetlerinin pazarlanmasında kütüphane personelinin etkisi
- Üniversite kütüphanelerinde bilgi hizmetlerinin pazarlanmasında ergonomik faktörlerin etkisi

Yukarıda sözü edilen araştırmalarda kullanıcı tabanlı hareket edilmesinin önemi büyüktür. Sadece üniversite kütüphanelerine yönelik değil, diğer kütüphane türlerinin de konu edinildiği araştırmaların yapılması mesleki literatürümüzde bu konuyla ilgili boşlukların doldurulmasını sağlayacaktır.