

ÖZET

Pazarlama, müşteriler ile müşterilerin gereksinim, istek ve taleplerini karşılamaya çalışan kuruluşlar arasında köprü görevi gören önemli bir yönetim aracıdır. Geçmişte sadece kâr amaçlı kuruluşların önemle ele aldığı pazarlama olgusu, günümüzde kâr amacı gütmeyen kuruluşlar için de vazgeçilmez bir yönetim aracı olmuştur. Kâr amaçsız bir kuruluş olan kütüphaneler de zamanla pazarlama yöntem ve tekniklerini uygulamaya başlamışlardır.

Araştırmamızda Beytepe Merkez Kütüphanesi'nin pazarlama politikası olmamasının kullanıcıların kütüphane kullanımına yönelik etkisi araştırılmıştır. Betimleme yönteminin kullanıldığı araştırmamızda, veriler literatür incelemesi, anket ve görüşme teknikleriyle toplanmıştır. Veri toplamak amacıyla, Beytepe Kampusü'nde yer alan Edebiyat, Eğitim, Fen, Güzel Sanatlar, İktisadi İdari Bilimler ve Mühendislik Fakülteleri'nde görev yapmakta olan 331 öğretim elemanına 36 sorudan oluşan bir anket uygulanmıştır. Araştırma hipotezimiz "Beytepe Merkez Kütüphanesi tarafından sunulmakta olan hizmetlerin etkinliğinin arttırılmasında, bu kütüphane tarafından geliştirilmiş bir pazarlama politikasının olmayışı önemli bir engel oluşturmaktadır" şeklinde düzenlenmiştir. Araştırmamız sonucunda hipotezimiz kanıtlanmıştır.

Araştırmamız sonucunda öğretim elemanlarının Beytepe Merkez Kütüphanesi'nde verilmekte olan bazı hizmetlerden haberdar olmadıkları ve bu nedenle söz konusu hizmetleri kullanamadıkları anlaşılmıştır. Ayrıca Beytepe Merkez Kütüphanesi'nde verilen hizmetler hakkında bilgi sahibi olmayan ya da yanlış bilgi sahibi olan çok sayıda öğretim elemanının bulunduğu saptanmıştır.