Strategic Planning for Academic Libraries: An Investigation

Asuman Çalış

Abstract

It is vital that business administrators should follow what is going on in external environment. Therefore, the external environment should be analyzed systematically and frequently. In this study it was investigated that if the Turkish University Libraries, have the strategic point of view or not and in their works, they do planning or not. Data was gathered through a questionnaire which was completed by academic libraries in Turkey. As a consequence, there is no strategic planning in the field of academic libraries in Turkey.

Giriş

Günümüzde işletmeler ekonomik, sosyal teknolojik ve politik açıdan hareketli ve belirsiz bir ortamda faaliyet gösterme zorunluluğundadır. İşletmenin uzun dönemde başarısını belirleyen ve sürekliğini sağlayan en önemli

* Bu makale, "Kütüphanelerde strateji formülasyonu ve üniversite kütüphaneleri üzerine bir araştırma" adlı yüksek lisans tezine dayanmaktadır.
** Asuman Çalış Sabancı Üniversitesi Kütüphanesinde kütüphanecidir.
faktör dış çevredir. Dolayısıyla işletmenin hayatta kalabilmesi, bu belirsiz ortamda sağlıklı bir biçimde gelişmesi gerekmektedir. İşletmelerin şimdiki ve gelecekteki yerini görebilmesi, fırsat ve tehditlerin önceden tahmin edilmesi ve başarlarını devam ettirebilmeleri yenilik yapmaya, açık ve dışa dönük stratejiler oluşturabilen bir yönetim yapısına sahip olmaya bağlı kalmaktadır. İşletmelerin değişime uyum sağlayabilmeleri için uygulamaları gerekten yönetim şekillerinden bugün artık en önemi stratejik yönetimdir.


Araştırma-geliştirmenin yapıldığı ve bilginin üretildiği yerlerin başında üniversiteler gelir. Bir üniversite de, araştırma-geliştirmenin yapılabildiği ve eğitim için hizmete tutulabilmesi için çok iyi bir kütüphane hizmetine sahip olması gerekir. Sürekli değişen bu çevre ortamında, kütüphaneler bu çevre ortamın belirsizliğinden etkilenmemek için iç ve dış çevre faktörleri analiz ederek, konularını belirleyerek, pazarı ve kullanıcı tercihlerini yakından takip etmeleri ve buna bağlı olarak pazarda oluşan tehdit ve fırsatları kendi lehellerine çevirebilmeleri gerekmektedir.

Stratejik Planlama

Yönetim faaliyeti yerine getirilirken öncelikli olarak yapılması gereken planlamadır. Planlama konusunda birçok tanım yapılmıştır. Stueart ve Moran planlamayı, “geleceğin değerlendirilmesini ilgilendiren analitik bir süreç, bu gelecek düşünülerek varılmak istenen amaçların belirlenmesini, bu amaçların gerçekleştirmesi için alternatif eylem yollarının gelişmesi ve alternatif yollarn arasından en uygun görülenin seçilmesi” (Stueart ve Moran, 1987:199), Koontz ve O’Donne’le ise “gelekte neyin, ne zaman, nasıl ve ki-
min yapacağına karar vermek" (Kumar, 1987: 29) olarak tanımlanmıştır. Planlama sadece bir davranış değil, örgütün şu an bulunduğu yerden, belirlenen zaman içinde istenen yere gelmesi için bir yöntemdir. Planlama ile ne yapılmasını, nasıl yapılmasını, ne zaman yapılmasını ve kimin yapması gerektiği karar verilir.


İşletmenin gerçekleştirilirilebilir amaçlarını ve alternatif stratejilerini ortaya koyabilmek dış çevrenin aynılığı bir şekilde tahlil edilmesine bağlıdır. Ancak bu amaçlara ulaşabilmek ve uygun stratejiyi seçebilmek için işletmenin kaynak ve kapasitesinin de belirlenmesi, güçlü ve zayıf yönlerinin açıka çıkarılması gerekir. (Dincer, 1994: 127) Herhangi bir plan yapılmadan önce gelecek için hizmetlerin neleri gerçekleştirilceğini ve bu nesil en iyi şekilde sağlanabileceğini önemlidir. Bir işletmenin analiz edilmesi ve değerendirilmesi işletmenin kimliğini ortaya koyma çabasıdır. İşletmenin güçlü ve zayıf yönlerinin açıkça bilinmesi ve analiz edilmesi yönetimine işletmenin
amaçlarına uygun stratejiyi seçmesini kolaylaştıracaktır. (Dinçer, 1994: 127-128)


1) Dış çevrenin analizi: Kütüphanenin dış çevresindeki değişim ve gelişmelerle bağlı olarak kütüphanenin karşı karşıya kalacağı fırsat veya tehditlerin önceden tahmin edilmesine yönelik çalışmaları.

2) Kütüphane içi kaynak ve kabiliyetlerin analizi: Dış çevredeki gelişmelerden ne kadar istifade edilebileceğinin belirlenmesi için kütüphanenin sahip olduğu kaynak ve kabiliyetlerinin teşhisine yönelik çalışmaları.

3) Stratejik amaçların ve hedeflerin belirlenmesi: Bu iki analizden sonra kütüphane içindeki ve stratejik sorumluluk alanına göre ulaşılmak istenen amaçlar ve hedefler tanımlanır.

Kütüphane yöneticilerinin dış çevrede ne olup bittiğini takip etmeleri, hayatı bir önem taşımaktadır. Bunun için dış çevrenin sürekli olarak ve sistematik bir şekilde analiz edilmesi gerekmektedir. Çevre analizi “kendi iş çevresi ve genel dış çevrerinin işletmeye sunduğu fırsat ve tehdikleri araştırma, gözeleme ve yorumlama işlemidir” (Dinçer, 1994: 97) Çevre analizi yazılmış çevre faktörleri incelenir. Kütüphane ile ilgili çevre faktörlerini ise en içerişine doğru gittikçe azalan bir etkileşim içinde üç gruba ayırabiliriz.

1) Uluslararası Çevre: Kütüphanenin içinde yaşadığı toplumu ve genel çevreyi etkileyen çevredir.

2) Genel Dış Çevre: Kütüphaneyi dolaylı olarak etkileyen çevredir. Bu çevre; ekonomik, teknolojik, sosyo-kültürel, hukuki-politik ve tabii çevre faktörelerinden meydana gelir.


Stratejik kararlar kütüphanenin geleceği ile ilgilidir. Bu nedenle stratejik planlar belirlenirken kütüphanede köklü değişikliklerin yapılmasını gerekebilir. Stratejik plan kütüphanenin geleceği kendisine çizdiği yönü göster
receptar. Böylece kütüphanenin belirlenmiş bu yolda ilerlerken önüne çıkabilecek olaylar ya da gerekleri önceden tahmin ederek gerekli önlemleri alması mümkün olabilecektir. Kütüphane açısından stratejik planlamayı özetlersek; kütüphane yönetimi, analizler sonucu ortaya çıkan bilgilere dayanarak stratejilerini uygulamaya koymadan önce;

*Nereye varmak istiyorsunuz?
Kütüphanenin varmak istediği amaç ve hedeflere karar verilir.

*Neredeyiz?
Kütüphanenin, zayıf ve güçlü yönlerini, etkileyen çevre faktörlerini, fırsatları ve tehlikeleri incelenir.

*Ne yapmamalıyız?
Kütüphanenin belirlendiği hedeflere varabilmek için stratejiler ve planlar hazırlanır.

*Nasıl ilerliyorumuz?
Seçilen amaçlar, hedefler, politika ve stratejilerin ne ölçüde gerçekleştiği kontrol edilerek, gerekli görülen değişiklikler yapılır ve sonuçlar test edilir.

Araştırmanın Amacı
Türkiye'deki üniversite kütüphanelerinde verimliliği arttırmak, hizmet üstünlüğü sağlamak ve kütüphanenin günümüzdeki bu değişimden en az etkilenmesi için çeşitli tekniklerden biri olan stratejik planlamının üniversite kütüphanelerinde yapıp yapılmadığını belirlemek ve stratejik planlama yapan kütüphanelerin, stratejik planlama yapmayan kütüphanelere göre etkin hizmet verip vermediklerini yeni hizmet etkinliği açısından bir farklılığın bulunup bulunmadığını belirlemek ve üniversite kütüphanelerinin stratejik planlamayı ne şekilde algıladıklarını ortaya çıkarmaktır.

Araştırmanın Yeri ve Veri Toplama Tekniği
Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmda test edilen hipotez şudur:

*Ho:* Türkiye’deki üniversite kütüphaneleri, geleceğe dönük planlar ve stratejik bakış açısından sahip değildir.

*H₁:* Türkiye’deki üniversite kütüphaneleri, geleceğe dönük planlar ve stratejik bakış açısından sahiptirler.

Araştırmada Kullanılan İstatistiksel Yöntemler

Araştırmda elde edilen verileri değerlendirmek amacı ile öncelikle tanımlayıcı istatistiksel yöntemlerden yararlanmıştır. Tanımlayıcı istatistiksel yöntemlerden merkezi eğilim ölçüleri olarak aritmetik ortalama kullanılmış ve çalışmada ayrıca çeşitli kişisel ve örgütsel özellikler açısından belirli konulardaki düşüncelerin farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla, SPSS/PC+3.1 paket programı kullanılarak, t testi ve $x^2$ testi analizi yapılmıştır.

Araştırmda elde edilen bulguların değerlendirilmesinde .05 önem düzeyi, diğer bir deyişle .95’lik güven derecesi temel alınmıştır.

Araştırmanın Bulguları

Üniversite Kütüphanelerinin Hizmet Faaliyetleri

Üniversite kütüphanelerinin hizmet etkinliği, kullanıcının tatmininin ölçülmesi ile mümkün olacaktır. Kullanıcının tatmini ve hedeflerin gerçekleştirilmelebilmesi, yürütülen hizmetin etkinliğinin ölçülecektir. Stratejik planlama yapmak üniversite kütüphanelerinin, stratejik planlama yapmayan kütüphanelere göre etkin hizmet verip vermedikleri ve hizmet üstünlüğü sağlamıp sağlamadığını belirlemek amacıyla üniversite kütüphanelerinin verdiği hizmetler ile stratejik planlama ilişkisi irdelenmiştir.

Yararlandırım Durumu

Türkiye’deki üniversite kütüphanelerinden ödünç alınan kitap sayısı, öğrenci, öğretim elemanına göre incelendiğinde (Tablo 1), yıldan yıla yararlanan
ve ödünç alınan kitap sayısında istikrarlı bir artışdan ziyade düşüşler bulunmaktadır.

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Öğrenci</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>10001-20000</td>
<td>1</td>
<td>2</td>
<td>7</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>20001+</td>
<td>8</td>
<td>8</td>
<td>9</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Toplam</strong></td>
<td><strong>19</strong></td>
<td><strong>44413.737</strong></td>
<td><strong>21</strong></td>
<td><strong>44813</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Öğretim-Elemanı</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0-1000</td>
<td>4</td>
<td>5</td>
<td>7</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>1001-10000</td>
<td>6</td>
<td>8</td>
<td>10</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>10001+</td>
<td>3</td>
<td>3</td>
<td>4</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Toplam</strong></td>
<td><strong>13</strong></td>
<td><strong>7537.846</strong></td>
<td><strong>13</strong></td>
<td><strong>6860.25</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Öğrenci</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>10001-20000</td>
<td>1</td>
<td>2</td>
<td>7</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>20001+</td>
<td>8</td>
<td>8</td>
<td>9</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Toplam</strong></td>
<td><strong>19</strong></td>
<td><strong>44413.737</strong></td>
<td><strong>21</strong></td>
<td><strong>44813</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Öğretim-Elemanı</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>0-1000</td>
<td>4</td>
<td>5</td>
<td>7</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>1001-10000</td>
<td>6</td>
<td>8</td>
<td>10</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>10001+</td>
<td>3</td>
<td>3</td>
<td>4</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Toplam</strong></td>
<td><strong>13</strong></td>
<td><strong>7537.846</strong></td>
<td><strong>13</strong></td>
<td><strong>6860.25</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Tablo 1. Yararlandırma Durumu**

**Kullanıcıların, Materyaller Konusundaki İsteklerinin Karşılamanı Durumu**

Üniversite kütüphanelinin görevi, kullanıcının kütüphanedenden yararlanmasını sağlamak ve kullanıcılarnın materyal (kitap, sürekli yayın, kitap dışı belgeler vb.) isteklerini karşılamaktır. Tablo 2'de görüldüğü gibi ancak 7 kütüphane kullanıcının materyal isteklerinin tamamını karşılayabilmekte, 19 kütüphanede ise bir kısmını karşılanmaktadır. 2 kütüphanede ise kullanıcı isteklerini karşılanamamaktadır.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Cevap</th>
<th>Sıklık</th>
<th>Geçerli Yüzde</th>
<th>Birikimli Yüzde</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1,00</td>
<td>7</td>
<td>25,0</td>
<td>25,0</td>
</tr>
<tr>
<td>2,00</td>
<td>19</td>
<td>67,9</td>
<td>67,9</td>
</tr>
<tr>
<td>3,00</td>
<td>2</td>
<td>7,1</td>
<td>7,1</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Toplam</strong></td>
<td><strong>28</strong></td>
<td><strong>100,0</strong></td>
<td><strong>100,0</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Tablo 2. Kullanıcı İhtiyaçlarının Karşılamanı Durumu**
Kullanıcıya Verilen Hizmet Türü

Kullanıcıya verilen hizmetler (Tablo 3) incelendiğinde, kullanıcıya verilen hizmetlerden %89.3 oranla muracaat hizmeti ve % 75 oranla kart kataloğu tarama hizmetidir. Bu sonuç, Türkiye'deki üniversitelerdeki kullanıcıya verilen hizmetlerin çeşitliliğinin çok olmadığı, geleneksel hizmetlerin ise devam ettiği göstermektedir.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Hizmetler</th>
<th>Hizmet Veriliyor</th>
<th>Hizmet Verilmıyor</th>
<th>Ort.</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kütüsayı Yüzde Sıkılık</td>
<td>Kütüsayı Yüzde Sıkılık</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Multimedya</td>
<td>1</td>
<td>3,6</td>
<td>27</td>
</tr>
<tr>
<td>Masasıtı yayınıcılık</td>
<td>2</td>
<td>7,1</td>
<td>26</td>
</tr>
<tr>
<td>Halka ilişkiler</td>
<td>2</td>
<td>7,1</td>
<td>26</td>
</tr>
<tr>
<td>Kullanıcı Hizmeti</td>
<td>6</td>
<td>21,4</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>Elektronik dergiler</td>
<td>6</td>
<td>21,4</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>OPAC</td>
<td>12</td>
<td>42,9</td>
<td>16</td>
</tr>
<tr>
<td>Internet</td>
<td>15</td>
<td>53,6</td>
<td>13</td>
</tr>
<tr>
<td>CD-ROM</td>
<td>20</td>
<td>71,4</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>Kart kataloğu tarama</td>
<td>21</td>
<td>75</td>
<td>7</td>
</tr>
<tr>
<td>Kütüphaneler arası odunç verme</td>
<td>23</td>
<td>82,1</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>Muracaat hizmeti</td>
<td>25</td>
<td>89,3</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>Kütüphaneler arası işbirliği</td>
<td>26</td>
<td>53,6</td>
<td>13</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Tablo 3. Kullanıcıya Verilen Hizmetler

Pazar Payını Artırmak ve Rekabet Avantajı Sağlamak ve CD-ROM Hizmeti

Üniversite kütüphanelerini pazar payını arttırmak ve rekabet avantajı sağlamak için çeşitli ve farklı hizmet türleri ortaya koyarlar. Bu rekabet farklı bir kurum olabileceği gibi bir üniversite kütüphaneside olabilir. CD-ROM hizmeti kütüphanelerde verilen hizmet çeşitliliği açısından önemlidir. Yapılan t-testinde kullanıcıya verilen cd-rom hizmeti ile pazar payını arttırmak ve rekabet avantajı sağlama anket sonuçlarına (Tablo 4) göre anlamba farklılığı tespit edilmiştir. Bu sonuç Ho hipotezini desteklemektedir.
<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>V188 (soru 30.7)</th>
<th>V134 1 (soru 18.3)</th>
<th>V134 2</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>20</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>2,4000</td>
<td>3,7500</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>1,046</td>
<td>1,282</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>.234</td>
<td>.453</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Anlam farkı = -1,3500
Varyansların Esitliği: F= 1,160 P= .291
t-testi için Anlamlılık Derecesi 95%

<table>
<thead>
<tr>
<th>Varyanslar</th>
<th>t-değer</th>
<th>df</th>
<th>2-T. S.</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Eşit</td>
<td>-2,90</td>
<td>26</td>
<td>.008</td>
</tr>
<tr>
<td>Eşit olmayan</td>
<td>-2,65</td>
<td>10,94</td>
<td>.023</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Eşit olmayan</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>(-2,308; -392)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>(-2,473; -227)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Tablo 4. Pazar Payı Artırmak ve Rekabet Avantajı Sağlamak ve Kullanıcuya verilen CD-ROM Hizmeti**

**Dünyadaki Globalleşme Akımı ve Internet**

Dünyadaki globalleşme akımı özellikle Interneti kullanmayı zorunlu hale getirmiştir. Kütüphaneler açısından kullanıcıların ve personelin dünyada çıkan her türlü yayının takip etmesi açısından çok önemli bir araçtır. Fakat, anket sonuçlarına (Tablo 5) göre yapılan t testinde iki konu arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>V183 (soru 30/2)</th>
<th>V135 1 (soru 18/4)</th>
<th>V135 2</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>15</td>
<td>13</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>3,5333</td>
<td>4,6923</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>1,407</td>
<td>.855</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>.363</td>
<td>.237</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Anlam Farkı = -1,1590
Varyansların Esitliği: F= 1,173 P= .001
t-testi için Anlamlılık Derecesi 95%

<table>
<thead>
<tr>
<th>Varyanslar</th>
<th>t-değer</th>
<th>df</th>
<th>2-T. S.</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Eşit</td>
<td>-2,58</td>
<td>26</td>
<td>.016</td>
</tr>
<tr>
<td>Eşit olmayan</td>
<td>-2,67</td>
<td>23,49</td>
<td>.014</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Eşit olmayan</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>(-2,082; -236)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>(-2,056; -262)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Tablo 5. Dünyadaki Globalleşme Akımı ve Internet**

**Yöneticinin Stratejik Planlamaya Karşı Tutumu ve Internet**

Anket sonuçlarının değerlendirilmesinde ise yöneticinin sorumluluklarından stratejik planlamaya karşı tutumuyla kullanıcıya verilen hizmet türlerinden olan internet arasında yapılan t-testi sonucu (Tablo 6) anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.
Tablo 6. Kütüphanelerin Stratejik Planlama Yapılması ve İnternet

Örgütsel Değişim, Personeli Değişim için İkna Etmek ve İnternet

Kütüphanelerde teknolojinin etkisi çok büyük olduğu için personelin işlerinde de birtakım değişikliklere sebep olacak, bu ise örgütte birtakım değişimlere sebep olacaktır. Değişikliklerin kabullenmesinde daima ilk tepki, karşı koyma şeklindedir. Ancak, stratejik planlama ile bu değişimlere insanlar daha önceden hazırlanırsa bu karşı koyma hareketi çok kolay ve olumlu yöne çekilebilir. Anket sonuçlarına (Tablo 7) göre yapılan t testi sonucunda kütüphane personelinin değişimleri kabul etmeleri sağlamak ile Internet arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu sonuç da Ho hipotezini desteklemektedir.

Tablo 7. Kütüphane Personelinin, Değişimleri Kabul Etmelerini Sağlamak ve İnternet İlişkisi

Teknolojinin Ürün ve Hizmet Kalitesini Geliştirmede Kullanılıp Kullanulma-diği ile İnternet

Değişen çevrenin bir parçası olarak teknolojik gelişme, kütüphanelere getirdiği ekonomik ve sosyal problemlerle başlı başına dikkatle ele alınması ge-

<table>
<thead>
<tr>
<th>V203 (soru 32/4)</th>
<th>V135 1 (soru 18/4)</th>
<th>V135 2</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>15</td>
<td>3,5333</td>
<td>1,457</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>13</td>
<td>4,7692</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>231</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Anlam Farkı = -1,2359  
Varyansların Eşitiği: F= 21,254 P= .000  
t-testi için Anlamlılık Derecesi  
Variyanslar t-değeri df 2-T. S.  
Eşit -2,70 26,012,458 (-2,178; -2,94)  
Eşit olmayan -2,80 22,76,010,441 (-2,150; -3,22)

Tablo 8. Internetle Ürün ve Hizmetlerin Kalitesini Artırmaya İlişkisi

**Bilgisayar Teknolojisinin Maliyetleri Azaltılmek için Kullanılabilmesi ile İnternet**

Anket sonuçlarına göre yapılan t-testi sonucunda (Tablo 9) bilgisayar teknolojisinin maliyetleri azaltılmek için kullanılabileceğini internet ile internet arasında bir anlam ilişki bulunamamıştır. Bu sonuç Ho hipotezini desteklemektedir.

<table>
<thead>
<tr>
<th>V204(soru 32/1)</th>
<th>V135 1 (soru 18/4)</th>
<th>V135 2</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>15</td>
<td>3,4000</td>
<td>1,404</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>13</td>
<td>4,6923</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>308</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Anlam Farkı = -1,2923  
Varyansların Eşitiği: F= 5,034 P= .034  
t-testi için Anlamlılık Derecesi  
Variyanslar t-değeri df 2-T. S.  
Eşit -2,67 26,013,484 (-2,287; -2,98)  
Eşit olmayan -2,72 25,81,012,476 (-2,270; -3,15)

Tablo 9. İnternet ile Bilgisayar Teknolojisinin Maliyetlerini Azaltılmek İçin Kullanılması İlişkisi
**Kütüphane ve Koleksiyon Tanıtım Çabaları**

Kütüphane kullanımını yaygınlaştırma çalışmaları incelendiğinde (Tablo 10) en çok tercih edilen yöntem, % 82.1 oranla “kütüphaneyi iyi kullanımlara yardım etme” olduğu görülmüştür. Koleksiyon tanıtımında ise en çok kullanılan yöntem, % 75 oranla “yeni yayınlar listesi hazırlama”dır.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Hizmetler</th>
<th>Hizmet Veriliyor</th>
<th>Hizmet Verilmiyor</th>
<th>Ort.</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>Kültüry. Yüzde</td>
<td>Kültüry. Yüzde</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Sikkik</td>
<td>Sikkik</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Çalışma yapılamamaktadır.</td>
<td>1</td>
<td>27</td>
<td>1,964</td>
</tr>
<tr>
<td>Kütüphanecilik dersleri,</td>
<td>3</td>
<td>25</td>
<td>1,893</td>
</tr>
<tr>
<td>Film, teyp, video gibi araçlar,</td>
<td>4</td>
<td>24</td>
<td>1,857</td>
</tr>
<tr>
<td>Konferans, seminerler,</td>
<td>8</td>
<td>20</td>
<td>1,714</td>
</tr>
<tr>
<td>Kullanıcı eğitimi</td>
<td>11</td>
<td>17</td>
<td>1,607</td>
</tr>
<tr>
<td>seminar. hazırlanması,</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Küt.rehber.haz.</td>
<td>16</td>
<td>12</td>
<td>1,429</td>
</tr>
<tr>
<td>Küt. kaynaklarını çekici kularak,</td>
<td>20</td>
<td>8</td>
<td>1,286</td>
</tr>
<tr>
<td>yeni yayınları təşhər ederek,</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Küt iyi kullanımlara ilgi göstererek</td>
<td>23</td>
<td>5</td>
<td>1,179</td>
</tr>
<tr>
<td>Hiçbir şekilde tanıtlamıyor.</td>
<td>4</td>
<td>24</td>
<td>1,857</td>
</tr>
<tr>
<td>Yeni yayınlar listesi hazırlayarak,</td>
<td>21</td>
<td>7</td>
<td>1,25</td>
</tr>
<tr>
<td>Konferans ve program düzenleyerek,</td>
<td>6</td>
<td>22</td>
<td>1,786</td>
</tr>
<tr>
<td>Tanıtıcı broşur, el kitabı vb. yay.,</td>
<td>11</td>
<td>17</td>
<td>1,607</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Tablo 10.** Kütüphane Kullanımını Yaygınlaştırma ve Koleksiyon Tanıtım Çabaları (soru 19, 20)
Teknolojinin Kütüphanelere Etkisinin Artması ile Kullanıcı Eğitim Seminerlerinin Hazırlanması


<table>
<thead>
<tr>
<th>V185 (soru 30/4)</th>
<th>V144 1 (soru 19/1)</th>
<th>V144 2</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>11</td>
<td>5,0000</td>
<td>.000</td>
</tr>
<tr>
<td>17</td>
<td>4,1176</td>
<td>1,409</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Anlam Farkı = .8824  
Varyansların Eşitliği: F= 50,029 P=.000  
t-testi için Anlamlılık Derecesi 95%  
Varyanslar t-değeri df 2-T. S.  

<table>
<thead>
<tr>
<th>Eğitim</th>
<th>2,06</th>
<th>26</th>
<th>.049</th>
<th>.428</th>
<th>(.003; 1,762)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Eşit olmayan</td>
<td>2,58</td>
<td>16,00</td>
<td>.020</td>
<td>.342</td>
<td>(.158; 1,607)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Tablo 11.** Teknolojinin Kütüphanelere Etkisinin Artması ve Kullanıcı Eğitim Seminerlerinin Hazırlanması Arasındaki İlişki

**Kütüphane Rehberinin Hazırlanması ile Bilgi Teknolojisinin Kullanıcı Hizmetlerini Geliştirmede Kullanılması**

Kütüphane rehberinin hazırlanması ile bilgi teknolojisinin kullanıcı hizmetlerini geliştirmede kullanılması arasında t-testi sonucu (Tablo 12) ilişki bulunamamıştır.
<p>| | | | | |</p>
<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>V200 (soru 32/1)</td>
<td>16</td>
<td>4,8125</td>
<td>.544</td>
<td>.136</td>
</tr>
<tr>
<td>V145 1 (soru 19/2)</td>
<td>12</td>
<td>3,8333</td>
<td>1,467</td>
<td>.423</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Anlam Farkı = .9792
Varyansların Eşitliği: F= 45,841 P= .000
t-testi için Anlamlılık Derecesi 95%

<table>
<thead>
<tr>
<th>Varyanslar</th>
<th>t-değeri</th>
<th>df</th>
<th>2-T.S.</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Eşit</td>
<td>2,47</td>
<td>26</td>
<td>.021</td>
</tr>
<tr>
<td>Eşit olmayan</td>
<td>2,20</td>
<td>13,28</td>
<td>.046</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Tablo 12. Kütüphane Rehberinin Hazırlanması ile Bilgi Teknolojisinin Kullanıcı Hizmetlerini Geliştirmede Kullanılması Arasındaki İlişki**

**Kullanıcıya Verilen Hizmetin Memnuniyetinin Belirlenmesi**

<table>
<thead>
<tr>
<th>YÖNTEM</th>
<th>CEVAP</th>
<th>SIKLIK</th>
<th>YÜZDE</th>
<th>GEÇERLİ YÜZDE</th>
<th>BİRİKİMLİ YÜZDE</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Anket (Soru 21/1)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>1,00</td>
<td>4</td>
<td>14,3</td>
<td>14,3</td>
<td>14,3</td>
<td>14,3</td>
</tr>
<tr>
<td>2,00</td>
<td>24</td>
<td>85,7</td>
<td>85,7</td>
<td>100,0</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Toplam</td>
<td>28</td>
<td>100,0</td>
<td>100,0</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Ortalama</td>
<td>1,857</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Yüzeye</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Görüşme (Soru 21/2)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>1,00</td>
<td>23</td>
<td>82,14</td>
<td>82,14</td>
<td>82,14</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>2,00</td>
<td>5</td>
<td>17,86</td>
<td>17,86</td>
<td>100,00</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Toplam</td>
<td>28</td>
<td>100,00</td>
<td>100,00</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Ortalama</td>
<td>1,17857</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Kullanıcı</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>İstatistikleri (Soru 21/3)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>1,00</td>
<td>12</td>
<td>42,8</td>
<td>42,8</td>
<td>42,8</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>2,00</td>
<td>16</td>
<td>57,2</td>
<td>57,2</td>
<td>100,0</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Toplam</td>
<td>28</td>
<td>100,0</td>
<td>100,0</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Ortalama</td>
<td>1,5714</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Şikayet ve İstek Kutususu (Soru 21/4)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>1,00</td>
<td>5</td>
<td>17,86</td>
<td>17,86</td>
<td>17,86</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>2,00</td>
<td>23</td>
<td>82,14</td>
<td>82,14</td>
<td>100,00</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Toplam</td>
<td>28</td>
<td>100,00</td>
<td>100,00</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Ortalama</td>
<td>1,8214</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Çalışma</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Yapılmamaktadır (Soru 21/5)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>1,00</td>
<td>4</td>
<td>14,29</td>
<td>14,29</td>
<td>14,29</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>2,00</td>
<td>24</td>
<td>85,71</td>
<td>85,71</td>
<td>100,00</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Toplam</td>
<td>28</td>
<td>100,00</td>
<td>100,00</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Ortalama</td>
<td>1,8214</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Tablo 13. Kullanıcı Memnuniyetinin Belirlenmesinde Yöntemler**
Stratejik Planlamaya İlişkin Değişkenler

Daha İyi Teknoloji ve Sistemlerinin Gereklilik Sebepleri


<table>
<thead>
<tr>
<th>Sebepler</th>
<th>Ağırlık</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>-Bizdeki Bilgi Teknolojisi İhtiyaca Cevap Veremeyecek Kadar Eski Olduğu İçin</td>
<td>81</td>
</tr>
<tr>
<td>-Hizmetleri Geliştirmek İçin</td>
<td>40</td>
</tr>
<tr>
<td>-Yurt İçindeki Rekabet Avantajı Sağlayabilmek İçin,</td>
<td>24</td>
</tr>
<tr>
<td>-Yurt Dışında Rekabet Avantajı Sağlayabilmek İçin</td>
<td>24</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Tablo 14. Daha İyi Teknoloji ve Sistemlerinin Gereklilik Sebepleri (soru 14)

Örgütün Birimleri ile Amaçlarının İlişkisi

İşletmede, stratejilerin örgütün tüm kademelerinde tanınması, anlaşılabili- mesi ve en önemlisi stratejik planlanmanın amacı ulaşması için örgütün tüm üyelerinin bu planlamayı benimsemiş ve buna inanmış olması gerekli- dir. Stratejik planlama ile, kütüphane içinde amaçları farklı bölümleri, genel amaç etrafında birleştirmeye ve tüm bölümleri kütüphanenin temel hedefine yönelte me görevini gerçekleştirecektir. Anket sonuçlarına göre yapılan değerlendirmede kütüphanenin stratejik planlaması yapmak ile kütüphane- nin örgütsel birimlerinin işbirliği içinde çalıştığı konusu üzerinde anlam

| V189 (soru 31/1) | 25 | 4,7200 | .980 | .196 |
| V130 1 (soru 16) | 3  | 3,0000 | 1,732| 1,000|
| V130 2           |    |        |      |      |

Anlam Farkı = 1,7200  
Varyansların Eşitliği: F = 2,731 P = .110  
t-testi için Anlamlılık Derecesi 95%

Varyanslar  t-değeri  df  2-T. S.
Eşit        2,66  26  .013  .646  (.393; 3,047)  
Eşit olmayan 1,69  2,16  .224  1,019  (-2,374; 5,814)

Tablo 15. Stratejik Planlamasını Yapmak ile Örgüt Üyelerinin İşbirliği İçinde Çalışmaları Arasındaki İlişki

Araştırma-Geliştirmenin Önemi

Örgütte AR-GE faaliyetlerine önlem verilmemesi gibi örgüte ait özellikler stratejik planlamada önlem kazanmaktadır. Çünkü örgütlerde araştırma ve geliştirme faaliyetlerine önlem verilmemesi kütüphane faaliyetlerinin başarısını çok yakından etkilemektedir. Kullanıcı hizmetlerini geliştirme ile araştırma geliştirme faaliyetlerine önlem verilmediği konusunda anlamlı bir ilişki t-testi (Tablo 16) sonucuna göre kurulamamıştır.

| V200 (soru 32/1) | 16 | 4,7500 | .683 | .171 |
| V131 1 (soru 17) | 11 | 3,8182 | 1,471| 444 |
| V131 2           |    |        |      |      |

Anlam Farkı = .9318  
Varyansların Eşitliği: F = 20,123 P = .000  
t-testi için Anlamlılık Derecesi 95%

Varyanslar  t-değeri  df  2-T. S.
Eşit        2,22  25  .035  .419  (.068; 1,795)  
Eşit olmayan 1,96  13,00  .072  .475  (-.095; 1,959)

Tablo 16. Kullanıcı Hizmetlerini Geliştirmek ile Araştırma-Geliştirmenin Faaliyetleri Arasındaki İlişki
Diğer yandan kullanıcılar hakkında daha fazla bilgi sahibi olabilmek için araştırma ve geliştirme faaliyetlerine önem verilip verilmediği konusunda da t-testi sonucuna (Tablo 17) göre bir ilişki bulunamamıştır. Kütüphaneler araştırma geliştirmede önemli bir kuruluş ve kullanıcılarla daha iyi hizmet vermesi için araştırma ve geliştirme faaliyetlerine önem vermesi gerekmektedir.

| V202 (soru 32/3) | 16 | 4,0000 | 1,366 | ,342 |
| V131 1 (soru 17) | 11 | 2,5455 | 1,214 | ,366 |

Anlam Farkı = 1,4545  
Varyansların Eşitliği: F= 2,323 P= ,140  
t-testi için Anlamlılık Derecesi 95%

| Varyanslar | t-değeri | df | 2-T. S. |
| Eşit | 2,84 | 25 | ,009 |
| Eşit olmayan | 2,91 | 23,25 | ,008 |

Tablo 17. Kullanıcılar Hakkında Daha Fazla Bilgi Sahibi Olabilmek için Teknolojinin Kullanılması ile Araştırma Gelişirmme Faaliyetlerinden İşletmenin Hangi Gruplamaya Girdiği İlişkisi

Pazarlama Faaliyetlerinin Tespiti


Tablo 18’da da görüldüğü gibi %46,43 oranıyla 13 kütüphane pazarlama faaliyetlerinden biri ya da birkaçını kullanmakta, %53,57 oranıyla 15 kütüphane pazarlama faaliyetlerinde bulunmamaktadır. Bu da stratejik planlama yapmayan kütüphanelerin hizmetlerini de pazarlamadıklarını göstermektedir. Özellikle pazarlama faaliyetlerinde önemli bir yeri olan çok kullanılan halka ilişkiler faaliyetleri Türkiye’de yapılmamaktadır.
<table>
<thead>
<tr>
<th>YÖNTEM</th>
<th>CEVAP</th>
<th>SIKLIK</th>
<th>YÜZDE</th>
<th>GEÇERLİ YÜZDE</th>
<th>BİRİKIMLI YÜZDE</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kullanma Oranı</td>
<td>1,00</td>
<td>13</td>
<td>46,43</td>
<td>46,43</td>
<td>46,43</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>2,00</td>
<td>15</td>
<td>53,57</td>
<td>53,57</td>
<td>100,00</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Toplam</td>
<td>28</td>
<td>100,00</td>
<td>100,00</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Ortalama</td>
<td>1,5397</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Araştırma</td>
<td>1,00</td>
<td>8</td>
<td>28,57</td>
<td>28,57</td>
<td>28,57</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>2,00</td>
<td>20</td>
<td>71,43</td>
<td>71,43</td>
<td>100,00</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Toplam</td>
<td>28</td>
<td>100,00</td>
<td>100,00</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Ortalama</td>
<td>1,7</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Kullanıcı Portföyü</td>
<td>1,00</td>
<td>2</td>
<td>7,14</td>
<td>7,14</td>
<td>7,14</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>2,00</td>
<td>26</td>
<td>92,86</td>
<td>92,86</td>
<td>100,00</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Toplam</td>
<td>28</td>
<td>100,00</td>
<td>100,00</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Ortalama</td>
<td>1,9285</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Halkla İlişkiler</td>
<td>1,00</td>
<td>—</td>
<td>—</td>
<td>—</td>
<td>—</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>2,00</td>
<td>28</td>
<td>100,00</td>
<td>100,00</td>
<td>100,00</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Toplam</td>
<td>28</td>
<td>100,00</td>
<td>100,00</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Ortalama</td>
<td>1,7</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Reklam</td>
<td>1,00</td>
<td>9</td>
<td>32,14</td>
<td>32,14</td>
<td>32,14</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>2,00</td>
<td>19</td>
<td>67,86</td>
<td>67,86</td>
<td>100,00</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Toplam</td>
<td>28</td>
<td>100,00</td>
<td>100,00</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Ortalama</td>
<td>1,6785</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Tablo 18. Pazarlama Faaliyetleri
Kütüphane ve Hizmetlerde İhtiyaç ve Sorun Ortaya Çıktıktan Sonra Karar Almadan Yöntemler


<table>
<thead>
<tr>
<th>Cevap</th>
<th>Sıklık</th>
<th>Yüzde</th>
<th>Geçerli Yüzde</th>
<th>Birikimli Yüzde</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>17</td>
<td>60,72</td>
<td>60,72</td>
<td>60,72</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>3</td>
<td>10,71</td>
<td>10,71</td>
<td>71,43</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>8</td>
<td>28,57</td>
<td>28,57</td>
<td>100,00</td>
</tr>
<tr>
<td>Toplam</td>
<td>28</td>
<td>100,00</td>
<td>100,00</td>
<td>100,00</td>
</tr>
<tr>
<td>Ortalama</td>
<td>1,6785</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Tablo 19. Sorun Ortaya Çıktıktan Sonra Karar Alma Yöntemi. (soru 24)

Stratejik Planlama Yapılıp Yapılmadığının Tespiti

Türkiye'deki üniversiteler kütüphanelerinde stratejik planlama yapmış oldukları belirlemek için stratejik planlama yapmış oldukları sorulmuştur. Tablo 20'de görüldüğü gibi % 42,8 oranıyla 12 kütüphane stratejik planlama yaptıklarını bildirmişler, % 57,2 ile 16 kütüphane ise stratejik planlama yaptıklarını bildirmişlerdir. Yukarıda ihtiyaç ve sorun
ortaya çıktktan sonra karar alma yönteminde (Tablo 19) ancak 8 kütüphane stratejik analiz yaptıklarını belirtmiştir. Kütüphanelerin bilinçli bir şekilde stratejik planlama yapılmadığı ve stratejik bakış açısına sahip olmadıkları sonucu ortaya çıkmaktadır.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Cevap</th>
<th>Sıklık</th>
<th>Yüzde</th>
<th>Geçerli Yüzde</th>
<th>Birikimli Yüzde</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>12</td>
<td>42.8</td>
<td>42.8</td>
<td>42.8</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>16</td>
<td>57.2</td>
<td>57.2</td>
<td>100.0</td>
</tr>
<tr>
<td>Toplam</td>
<td>28</td>
<td>100.0</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Ortalama</td>
<td>1,5714</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Tablo 20. Stratejik Planlama Yapılıp Yapılmadığının Tespiti (soru 25)

 Üniversite Kütüphanelerinde Stratejik Planlama Yapılıp Yapılmadığı

Üniversite kütüphanelerinde stratejik planlama yapılp yapılmadığının belirlenmesi sonucu ile çeşitli soruların sonucuna \( x^2 \) testi yapılmıştır.

Bunlar; stratejik planlama yapılp yapılmadığı ile yöneticinin stratejik planlama ile ilgili ifadelerden “çağıdaş ve etkin kütüphane hizmeti verme” ile \( x^2 \) testi yapılmıştır, sonucu ise 0,00306645, “teknolojinin kütüphanelere etkisinin artması” ile yapılan \( x^2 \) testi sonucu ise 0,000589106, “kütüphanelerde de çağdaş yönetim tekniklerinin kullanılmasını sağladığı yararlar” ile yapılan \( x^2 \) testi sonucu 0,000765957 çıkmıştır. Bu durum stratejik planlama yapılp yapılmadığının sonucu ile yukarıda \( x^2 \) testi sonucu bildirilen stratejik planlama ifadeleri arasında anlam farklılığı bulunmaktadır.

Diğer yandan, aynı ifade yöneticilerin sorumlulukları ile ilgili tutum araştırması ile ilgili ifadelerden “kütüphanenin stratejik planlamasını yapmak”la \( x^2 \) testi sonucu, 0,000255946, “içi bir koleksiyona sahip olmak için yöntemler geliştirmek” ifadesi ile \( x^2 \) testi sonucu, 0,000154835; “okuyucuya verilen hizmetler konusunda lider olmak” ifadesi ile \( x^2 \) testi sonucu, 0,04108625; “kullanıcıların ihtiyaçlarını analiz etmek” ifadesi ile \( x^2 \) testi sonucu 0,00345694 çıkılmıştır. Bu sonuçlar yöneticinin sorumlulukları ile ilgili yukarıdaki ifadeler ile üniversite kütüphanelerinde stratejik planlama yapılp yapılmadığının sonuçları arasında anlam farklılıkları tespit edilmiştir. Bu sonuçlar Ho hipotezini desteklemektedir.
Ayrıca, üniversite kütüphanelerinde stratejik planlama yapılmadığının sonucu ile bilgisayar teknolojisinin “kullanıcı hizmetlerini geliştirmek” ifadesi stratejik amaç için kullanılabilmesi sonucuna $x^2$ testi yapılmış, sonucu 0,001031855; “hizmetleri farklılaştırmak” ifadesi ile stratejik amaç için kullanılabilme sonucuna $x^2$ testi yapılmış, sonucu 0,000534157 çıkmıştır. Bu sonuçlar Ho hipotezini desteklemektedir.

Uygulanabilecek Stratejiler


Kütüphaneler hizmetlerle ilgili geliştirme stratejileri de uygulamaktadırlar. Çünkü kütüphaneler stratejik planlama yaptuktan sonra stratejiler geliştirmek zorundadırlar. Tablo 22'de görüldüğü en çok uygulanan strateji % 46.4 oranla “karşılıklı planlama” stratejisidir.
<table>
<thead>
<tr>
<th>YÖNTEM</th>
<th>CEVAP</th>
<th>SIKLIK</th>
<th>YÜZDE</th>
<th>GEÇERLİ YÜZDE</th>
<th>BİRİKİMLİ YÜZDE</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Mevcut Hizmetleri</td>
<td>1,00</td>
<td>23</td>
<td>82,14</td>
<td>82,14</td>
<td>82,14</td>
</tr>
<tr>
<td>Geliştirme</td>
<td>2,00</td>
<td>5</td>
<td>17,86</td>
<td>17,86</td>
<td>100,00</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>------</td>
<td>--------</td>
<td>-------</td>
<td>---------------</td>
<td>-----------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Toplam</td>
<td>28</td>
<td></td>
<td>100,00</td>
<td></td>
<td>100,00</td>
</tr>
<tr>
<td>Ortalama</td>
<td>1,7857</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Hizmet Çeşitlendirme</td>
<td>1,00</td>
<td>21</td>
<td>75,00</td>
<td>75,00</td>
<td>75,00</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>2,00</td>
<td>7</td>
<td>25,00</td>
<td>25,00</td>
<td>100,00</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>------</td>
<td>--------</td>
<td>-------</td>
<td>---------------</td>
<td>-----------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Toplam</td>
<td>28</td>
<td></td>
<td>100,00</td>
<td></td>
<td>100,00</td>
</tr>
<tr>
<td>Ortalama</td>
<td>1,25</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Maliyetleri Düşürme</td>
<td>1,00</td>
<td>5</td>
<td>17,86</td>
<td>17,86</td>
<td>17,86</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>2,00</td>
<td>23</td>
<td>82,14</td>
<td>82,14</td>
<td>100,00</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>------</td>
<td>--------</td>
<td>-------</td>
<td>---------------</td>
<td>-----------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Toplam</td>
<td>28</td>
<td></td>
<td>100,00</td>
<td></td>
<td>100,00</td>
</tr>
<tr>
<td>Ortalama</td>
<td>1,8214</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Strateji Uygulanmiyor</td>
<td>1,00</td>
<td>1</td>
<td>3,58</td>
<td>3,58</td>
<td>3,58</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>2,00</td>
<td>27</td>
<td>94,42</td>
<td>94,42</td>
<td>100,00</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>------</td>
<td>--------</td>
<td>-------</td>
<td>---------------</td>
<td>-----------------</td>
</tr>
<tr>
<td>Toplam</td>
<td>28</td>
<td></td>
<td>100,00</td>
<td></td>
<td>100,00</td>
</tr>
<tr>
<td>Ortalama</td>
<td>1,9642</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Tablo 21. Hizmet Stratejileri
<table>
<thead>
<tr>
<th>Cevap</th>
<th>Sıklık</th>
<th>yüzde</th>
<th>Geçerli</th>
<th>Birikimli</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>Yüzde</td>
<td>Yüzde</td>
</tr>
<tr>
<td>1,00</td>
<td>1</td>
<td>3,6</td>
<td>3,6</td>
<td>3,6</td>
</tr>
<tr>
<td>3,00</td>
<td>13</td>
<td>46,4</td>
<td>46,4</td>
<td>50,0</td>
</tr>
<tr>
<td>4,00</td>
<td>5</td>
<td>17,9</td>
<td>17,9</td>
<td>67,9</td>
</tr>
<tr>
<td>5,00</td>
<td>9</td>
<td>32,1</td>
<td>32,1</td>
<td>100,0</td>
</tr>
<tr>
<td>Toplam</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Ortalama</td>
<td>3,750</td>
<td>100,0</td>
<td></td>
<td>100,0</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Tablo 22. Gelişirme Stratejileri**

**Rollerin Benimsenmesine İlişkin Değişkenler**

Anket çalışmasına katılanların hizmet faaliyetlerine yönelik rol ve tutumları önceden tespit edilen kriterlere göre 5'li likert ölçeğinde değerlendirilmiştir. Anket sonuçlarında yöneticilerin tutumları ve rolleri Tablo 23.incelenliğinde daha önce cevapladıkları sorularla karşılaştırıldıklarında özellikle stratejik planlama ve etkin kütüphane hizmeti verme ile ilgili konularda çelişkilerin olduğunu saptayabiliriz. Kütüphane yöneticilerin rolünde özellikle 5'li likert ölçeğine göre tamamen katıldıkları konu kütüphane içi otomasyonu sağlamaktır, özellikle bu konu üzerinde yöneticiler yoğunlaştılar ve birinci sıraya koymışlardır. İkinci sırayı ise yönetici yetki ve sorumluluklarıyla ilgili ifade yer almaktan, bütçe, koleksiyonla ilgili ifadeler bu sıradan devam etmekte olup.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Değişken</th>
<th>Anlamı</th>
<th>Standart Sapma</th>
<th>Seçenekler</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>V198</td>
<td>4,89</td>
<td>,57</td>
<td>28</td>
</tr>
<tr>
<td>V192</td>
<td>4,89</td>
<td>,57</td>
<td>28</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Kütüphane içi otomasyonu sağlamak  
Kütüphanedeki yetki ve sorumluluklar,politikalar ve süreçler konusunda yeterli bilgiye sahip olmak,

| V195     | 4,82   | ,77            | 28         |
| V199     | 4,75   | ,93            | 28         |
| V190     | 4,75   | ,80            | 28         |

Yeni teknolojileri kullancıların ihtiyaçlarını doğrultusunda adapte etmek,  
Bütçenin artırılmasını sağlamak  
İyi bir koleksiyona sahip olmak için yöntemler geliştirmek

| V193     | 4,64   | 1,06           | 28         |
| V184     | 4,64   | 1,06           | 28         |
| V196     | 4,57   | 1,07           | 28         |
| V197     | 4,57   | 1,07           | 28         |

İnsan davranış, psikolojisi hakkında yeterli bilgiye sahip olmak  
Çağdaş ve etkin kütüphane hizmeti verme,  
Kullancıların ihtiyaçlarını analiz etmek,  
Kütüphane personelini değişimleri kabul etmeleri

| V186     | 4,56   | 1,09           | 27         |
| V189     | 4,54   | 1,17           | 28         |
| V201     | 4,50   | 1,11           | 28         |
| V185     | 4,46   | 1,17           | 28         |

Kütüphanelerde de çağdaş yönetim tekniklerinin kullanılmasını sağladığı yararlar  
Kütüphanenin stratejik planlamasını yapmak  
Hizmetleri farklılaştırılmak için  
Teknolojinin kütüphanelere etkisinin artması

| V200     | 4,39   | 1,13           | 28         |
| V205     | 4,36   | 1,19           | 28         |
| V194     | 4,32   | 1,25           | 28         |
| V191     | 4,14   | 1,33           | 28         |

Kullancı hizmetlerini geliştirmek için  
İşinizi daha iyi yapabileceğimiz yöntemler keşfedebilmek  
Yeni bilgi sistemi ve teknolojilerinin örgüt üyeleri tarafından benimsenmesi için,  
Okuyucuya verilen hizmet konusunda lider olmak

| V203     | 4,11   | 1,34           | 28         |
| V183     | 4,07   | 1,30           | 28         |
| V204     | 4,00   | 1,41           | 28         |
| V182     | 3,63   | 1,45           | 27         |
| V202     | 3,46   | 1,48           | 28         |
| V188     | 2,79   | 1,26           | 28         |

Ürün ve hizmetlerimizin kalitesini artırmak için  
Dünyadaki globalleşme akımı  
Maliyetleri azaltılacak için kullanılabilecekleri,  
Geleceğin belirsiz ve değişimden hızlı olması

| V187     | 2,75   | 1,29           | 28         |
| V206     | 2,68   | 1,54           | 28         |
| V207     | 2,48   | 1,45           | 27         |

Pazar payını artırmak ve rekabet avantajı sağlamak,  
Rekabetin yoğunluğu,  
Kitap satışları ve pazarlayıcılarıyla iletişim maliyetini düşürmek için,  
Stratejik planlama sürecini geliştirmek için kullanılamıyor

Tablo 23. Rollerle ilgili tutumlar
Sonuç


2) Üniversite kütüphanelerinde araştırma-geliştirmeye yeterince önem verilmemektedir.

3) Kütüphanelerde kullanıcıya hizmetleri tanıtma için yeterli pazarlama faaliyetlerinde bulunulmamaktadır.

4) Kütüphanelerin daha iyi teknolojiyle donatılmasınının sebebi, mevcut teknolojinin eskidiği olarak gösterilmektedir. Diğer çıkarılan bir sonuc, üniversite kütüphanelerinin ülke içi rekabete dönük olduğudur.
Bu sonuç, kütüphanelerin stratejik planlama bakış açısına sahip olmadığını göstermektedir.

5) Anket sonuçlarında, kütüphanenin tüm örgüt üyelerinin işbirliği içinde çalışması ile yöneticilerin stratejik planlama sorumluluğuna sahip olup olmadığını rolü arasında farklılık tespit edilmiştir.

6) Stratejik planlamayı yapacak liderlerin kendilerini geliştirmeye istediğini saptanmıştır. Fakat, liderlerin stratejik planlama ile etkin hizmet verme konusundaki rolleri ve tutumları konusundaki cevaplar incelendiğinde, stratejik planlama ve etkin hizmet verme ile ilgili rol ve tutumlar konusunda henüz bu konuda istekli ve uygulamaya yatkın olmadığı sonucu tespit edilmiştir.


**Değerlendirme**

Kütüphaneler bir hizmet ve kar amacı gütmeyen işletme olarak değerlendirildiğinde kütüphanelerin sermaye, kar, iflas pazar, arz- talep açısından işletme olduğu sonucu çıkarılmaktadır. Bu nedenle kütüphaneler bir işletme olarak stratejik planlamadan yararlanabilirler. Kütüphaneler, çevresindeki değişimlerden ve gelişmelerden etkilenmemek için çevresinde olan değişmeleri ve gelişmeleri yakından izlemelidirler. Oysa günümüzde, birçok kütüphane ancak sorunlarla karşı karşıya kaldığı zaman onları çözmeye çalışır ve üniversite kütüphanelerinin çoğununda açık seçik bir planlama sürecine sahip değildir. Bu tür bir stratejiden yararlanan kütüphane yöneticilerinin so-


kütüphanelerin kullanıcıyı tatmin etmesini, etkili ve verimli hizmet vermesini sağlayacaktır.

Kaynakça


Dinçer, Ömer (1994). Stratejik yönetim ve işletme politikası. İstanbul:İz.


