



LOJİSTİK UYGULAMALARI VE ARAŞTIRMALARI MERKEZİ

LOJİSTİK SEKTÖRÜ

“SOSYAL MEDYA ARAŞTIRMASI”

Şubat, 2014

ÇALIŞMA EKİBİ

Bülent TANLA (Danışman)

Prof. Dr. Okan Tuna (Koordinatör-Raportör)

M. Murat ŞENTÜRK (Teknik Koordinasyon)

Tuğba GÜNGÖR (Veri Değerlendirme)

Burcu KASIMOĞLU (Veri Değerlendirme)

Arda ÇETİN (Teknik Destek)



ÇALIŞMA EKİBİ

Metin KAHRAMAN (Monitera Kurucu Ortağı)

Sinem ISİYEL (Account Executive)

Monitera Hakkında

"Markaların haklarında yazılan içeriklere hızlı ve eksiksiz ulaşmalarını hedefleyen Monitera, 2009 yılında kuruldu. O günden bu yana platformunu geliştiren ve ihtiyaçlar doğrultusunda sosyal medyanın geleceği üzerine çalışan Monitera ekibi, bugün sosyal medya gözlemlmeden filtrelemeye, veri toplamadan ölçümlemeye, kriz yönetiminden sosyal crm'e uzanan geniş bir yelpazede hizmet veriyor."

İÇİNDEKİLER

YÖNETİCİ ÖZETİ	1
1. GİRİŞ.....	2
2. ARAŞTIRMANIN KÜNYESİ.....	3
2.1. Araştırmanın Genel Tanımı	3
2.2. Araştırmanın Kapsamı	3
2.3. Örneklemin Tanımlanması ve Verilerin Analizi	3
3. ARAŞTIRMANIN SONUÇLARI	4
3.1. Sosyal Medyanın En Çok Konuştuğu Üç Lojistik Proje.....	4
3.1.2. Marmaray Projesine İlişkin Değerlendirme	4
3.1.2. Üçüncü Köprü'ye İlişkin Değerlendirme	7
3.1.3. Üçüncü Havalimanına İlişkin Değerlendirme.....	11
3.2. Sosyal Medyanın En Çok Konuştuğu Üç Lojistik İşletmesi	14
3.3. Sosyal Medyanın En Çok Konuştuğu Üç Sivil Toplum Kuruluşu.....	15

BEYKOZ LOJİSTİK MESLEK YÜKSEKOKULU LOJİSTİK UYGULAMALARI VE ARAŞTIRMALARI MERKEZİ (BLUARM)

Beykoz Lojistik Meslek Yüksekokulu, TÜRLEV (Türkiye Lojistik Araştırmaları ve Eğitimi Vakfı) tarafından kurulmuş "lojistik temalı" bir yükseköğretim kurumudur. Beykoz Lojistik Meslek Yüksekokulu; beceri ve deneyime sahip mesleki gelişimini tamamlamış insan kaynakları yetiştirme amacının yanı sıra; lojistik yönetimi alanında bilgi merkezi olmak, çağdaş ve rekabetçi lojistik politikalarının oluşturulmasına katkı sağlamak ve ürettiği bilgi ile ülke ekonomisine katkı sağlamak hedeflerini de gütmektedir.

Yukarıda ortaya konulan amaçlar çerçevesinde, bu sene beşinci yılını kutlayan Yüksekokul, “**Lojistik Uygulamaları ve Araştırmaları Merkezi (BLUARM)**”ni bünyesine kazandırarak lojistik sektörüne yönelik uygulama ve araştırmalar gerçekleştirmek için harekete geçmiştir.

Daha Önce Yapılan Araştırmalar:

- **Üçüncü Köprü Trafik Sorununa Çözüm Olur mu? - Algı Anketi**, Eylül, 2013
- **Lojistik Sektöründe Eğilimler Araştırması: Kalitatif Çalışma Sonuçları**, Eylül 2013
- **Lojistik Sektöründe Eğilimler Araştırması**, Aralık, 2013
- **İstanbul İli Trafik Eğilimleri Araştırması**, Şubat 2014

YÖNETİCİ ÖZETİ

- Bu rapora esas olan araştırma, Beykoz Lojistik Meslek Yüksekokulu, Lojistik Uygulamaları ve Araştırma Merkezi ve Monitera tarafından, 21 Kasım 2013-21 Aralık 2013 tarihleri arasından sosyal medyadaki tüm paylaşımların analizi sonucunda gerçekleştirilmiştir.
- Sosyal medyada en çok paylaşım yapılan lojistik projeler; “Marmaray (64.402)”, “Üçüncü Köprü (15.182) ve “Üçüncü Havalimanı (4.270)” olarak karşımıza çıkmaktadır.
- Marmaray projesinin konuşmalarının içerik analizi sonucunda %41,92’sinin negatif tonlu ve %52,66’sının da siyasi ağırlıklı olduğu gözlenmektedir.
- Marmaray projesi ile ilgili paylaşımlar ağırlıklı olarak twitter ortamı üzerinden (%98,13) ve erkekler tarafından (%65) gerçekleştirilmektedir.
- Üçüncü Köprü projesinin konuşmalarının içerik analizi sonucunda %61,43’ünün negatif tonlu ve %59,21’inin de siyasi ağırlıklı olduğu gözlenmektedir.
- Üçüncü Köprü projesi ile ilgili paylaşımlar ağırlıklı olarak twitter ortamı üzerinden (%84) ve erkekler tarafından (%66) gerçekleştirilmektedir.
- Üçüncü Havalimanı projesinin konuşmalarının içerik analizi sonucunda %44,79’unun nötr tonlu ve %78,13’ünün de siyasi ağırlıklı olduğu gözlenmektedir.
- Üçüncü Havalimanı projesi ile ilgili paylaşımlar ağırlıklı olarak twitter ortamı üzerinden (%97,64) ve erkekler tarafından (%74) gerçekleştirilmektedir.
- Yapılan analiz sonucunda, lojistik işletmelerinin sosyal medyada çok fazla konuşulmadığı ve yer almadığı gözlenmektedir. Arkas işletmesi 126 paylaşım ile birinci sırada yer almaktadır.
- Sosyal medyada konuşulma ve paylaşılma oranının düşüklüğü sivil toplum kuruluşları için de geçerlidir. Birinci sırayı Deniz Ticaret Odası (DTO) almakta, arkasından ise Uluslararası Nakliyeciler Derneği (UND) ve Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği (UTİKAD) gelmektedir.

1. GİRİŞ

Sosyal medya, her an değişen ve gelişen yapısı nedeniyle sürekli göz önünde tutulması gereken bir medya kanalı olarak karşımıza çıkmaktadır. Son dönemlerde, sosyal medya platformlarının kullanımının artmasıyla birlikte kişiler rahatlıkla duygu ve düşüncelerini bu tür ortamlarda açıklayabilmektedirler.

Bu çalışma, Monitera'nın alt yapısı kullanılarak lojistik anlamında belirlenen kilit kavramlar çerçevesinde yapılan bir araştırmanın sonuçlarını ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, lojistik kapsamında sosyal medyada en çok paylaşılan (diğer bir ifadeyle konuşulan) projeler, şirketler ve sivil toplum kuruluşları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Belli bir zaman dilimi kapsamında, lojistik ile ilgili bir değerlendirme olarak değerlendirebileceğimiz bu çalışma, özellikle sektör ile ilgili tüm taraflara karar verme süreçlerinde önemli ipuçları vermeye yönelik bir altyapı da hazırlamaktadır.

2. ARAŞTIRMANIN KÜNYESİ

2.1. Araştırmanın Genel Tanımı

Bu rapora esas olan araştırma, Beykoz Lojistik Meslek Yüksekokulu Lojistik Uygulamaları ve Araştırma Merkezi ve Monitera tarafından, 21 Kasım 2013 - 21 Aralık 2013 tarihleri arasından sosyal medyada paylaşılan verilerin analizi sonucunda gerçekleştirilmiştir. Beykoz Lojistik Meslek Yüksekokulu Lojistik Uygulamaları ve Araştırmaları Merkezi'nin özel teması olan **“Sosyal Medyada Lojistik”** temasına yönelik algı ve değerlendirmeler araştırılmıştır.

2.2. Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın kapsamında, sosyal medyayı kullanan tüm kurum ve kişiler yer almaktadır. Bu kapsamda aşağıda belirtilen araştırma sorularına cevap aranmaya çalışılmıştır;

- Sosyal Medyada en çok konuşulan lojistik projelerinin belirlenmesi,
- Sosyal medyada en çok konuşulan lojistik işletmelerinin tanımlanması,
- Sosyal medyada en çok konuşulan lojistik sivil toplum kuruluşlarının ortaya çıkarılması.

2.3. Örneklemenin Tanımlanması ve Verilerin Analizi

Araştırmanın ana kütlesi; 21 Kasım 2013 - 21 Aralık 2013 tarihleri arasında sosyal medyayı (Twitter, Facebook vd.) Türkiye genelinde kullanan tüm bireylerdir. Bu kullanıcıların paylaşımları, araştırma teması kapsamında belirlenen kilit kelimeler kapsamında taranmış ve 105.227 veri girişi örneklem kapsamı içerine alınmıştır. Kilit kelimeler kapsamında tanımlanan örneklem, yargısal bir örnekleme sonucu elde edilmiş olarak değerlendirilmelidir.

Örnekleme sonucunda belirlenen tüm veri girişleri, tek tek incelenerek, kategorik ve ton bazlı içerik analizine yönelik bir uygulama yapılmıştır. Çıkan tüm sonuçlar, bu kapsamda raporlanmıştır.

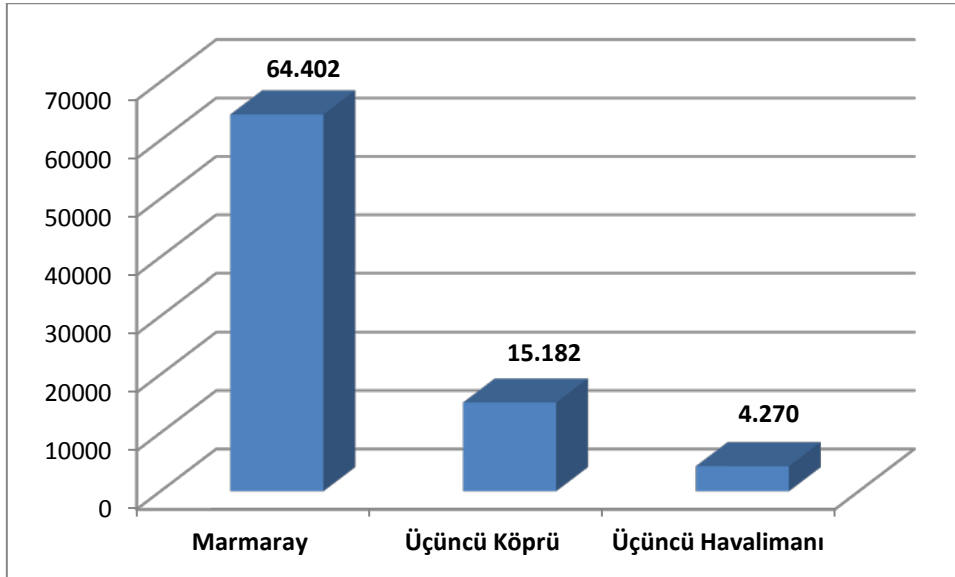
3. ARAŞTIRMANIN SONUÇLARI

Araştırmanın sonuçları, sosyal medyada en çok konuşulan projeler, işletmeler ve sivil toplum kuruluşları olarak sunulmaktadır. Belirlenen dönemde, işletmelerin ve sivil toplum örgütlerinin sosyal medyada konuşulma sayıları az olduğundan dolayı içerik analizi gerçekleştirilmemiştir.

3.1. Sosyal Medyanın En Çok Konuştuğu Üç Lojistik Proje

Araştırma kapsamında tanımlanan tarih aralıklarında en çok konuşulan projenin “Marmaray” projesi (64.402) olduğu tespit edilmiştir. Bu projeyi, “Üçüncü Köprü” (15.182) ve “Üçüncü Havalimanı” (4.270) projeleri takip etmektedir (Bkz. Şekil 1).

Şekil 1: Sosyal Medyada En Çok Konuşulan Üç Lojistik Proje

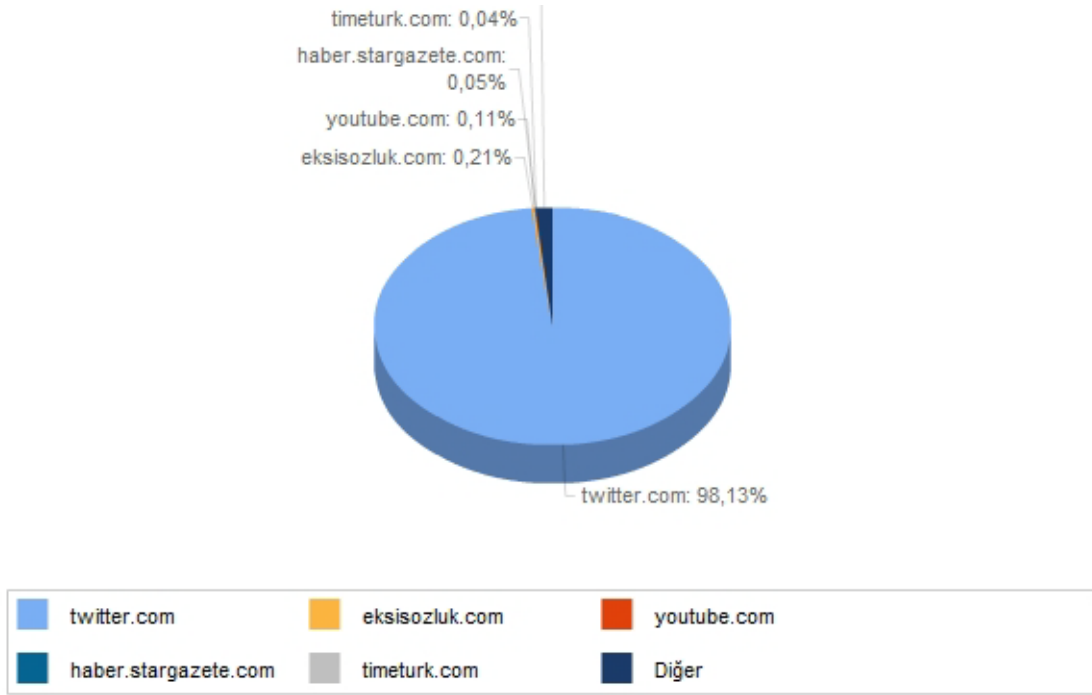


Çalışmanın bundan sonraki aşamasında, üç proje daha detaylı bir teknik analiz sonucunda değerlendirilecektir.

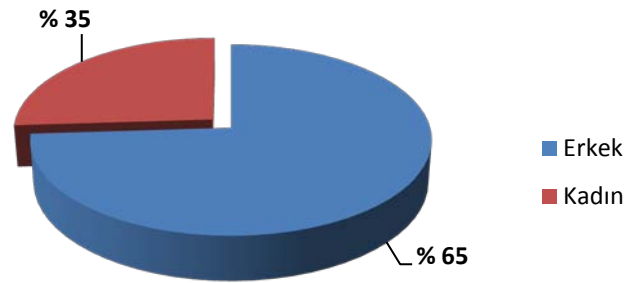
3.1.2. Marmaray Projesine İlişkin Değerlendirme

Konuşmaların ağırlıklı twitter üzerinden (%98,13) gerçekleştiği gözlenmektedir. (Bkz. Şekil 2). Twitter üzerinde yapılan konuşmaların %65'i ise erkek kullanıcılar tarafından yapılmıştır (Bkz. Şekil 3).

Şekil 2: Marmaray Projesinin Konuşulduğu Sosyal Medya Ortamlarının Dağılımı



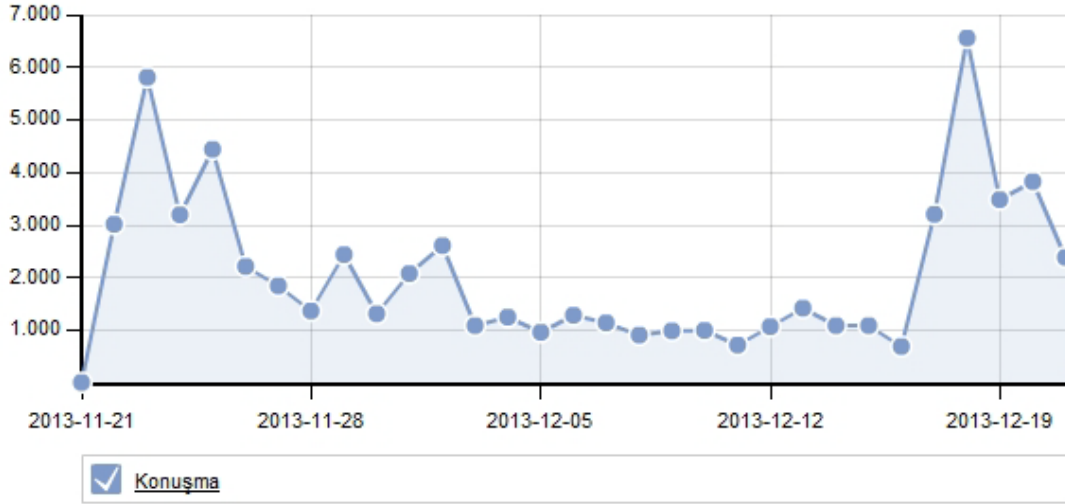
Şekil 3: Marmaray Projesini Twitter’da Paylaşanların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı



Marmaray projesi ile ilgili paylaşımların içerik analizi yapıldığında ağırlıklı olarak siyasi gündeme endeksli olduğu gözlenmektedir. 18 Aralık 2013 tarihinde paylaşımlar bir gün öncesi yaşanan gündemin sonucunda (17 Aralık) en yüksek seviyeye çıkmış (6.561) ve siyasi olarak tartışma gündemi içinde yer almıştır. 23 Kasım 2013 tarihi de Marmaray ile ilgili konuşmaların yoğun olduğu ikinci gün olarak tespit edilmiştir (5.810). Bu dönem de dersanelerin kapatılması ile ilgili söylemlerin başladığı dönemin hemen ertesi olarak değerlendirildiğinde tüm konuşmaların siyasi yönlü

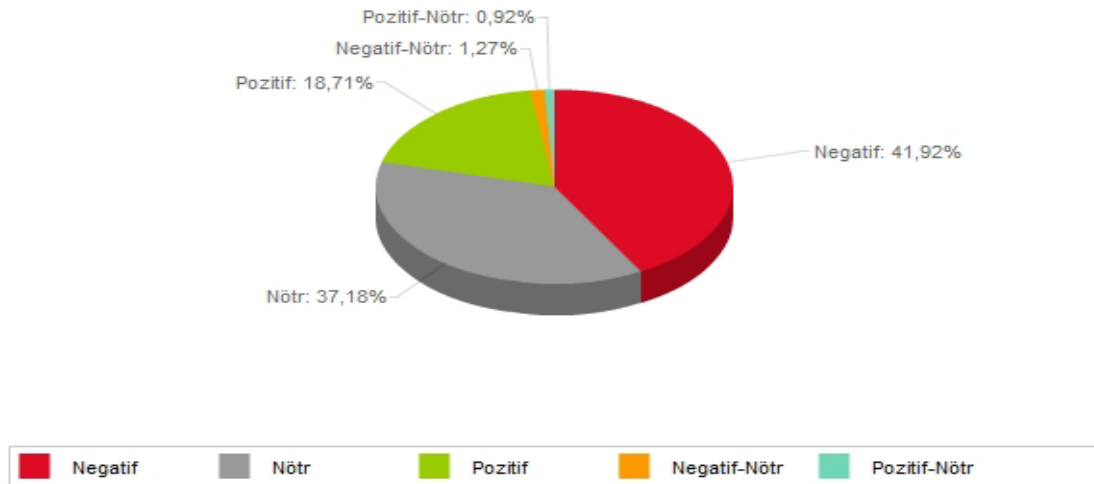
olduğu gözlenmektedir. Her iki tarih sonrası günlerde de artçı tartışmalar gözlenmiş ancak ilk günkü etkisini sürdürememiştir (Bkz. Şekil 4).

Şekil 4: Marmaray Projesinin Günlük Konuşma Grafiği
(21 Kasım 2013 – 21 Aralık 2013)



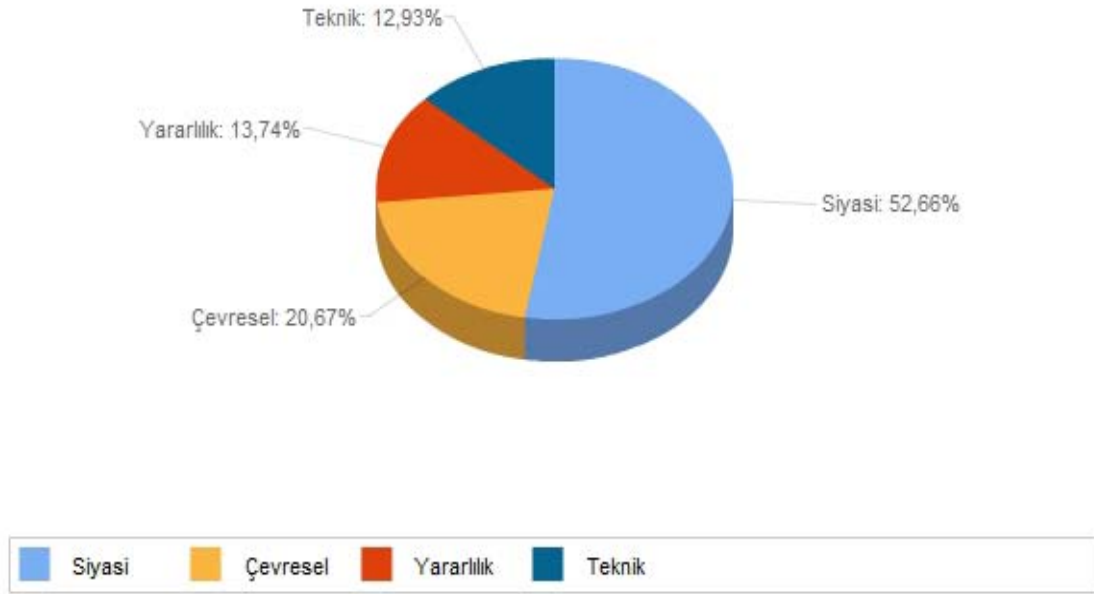
Tüm konuşmaların ton bazlı içerik analizleri yapıldığında ise %41,92'sinin negatif olduğu tespit edilmiştir. Buna karşın, pozitif konuşmalar ancak %18,71 gibi orana karşılık gelmektedir (Bkz. Şekil 5).

Şekil 5: Marmaray Projesinin Ton Bazlı İçerik Analizi



Konuşmaların, kategorik içerik analizleri, %52,66 gibi bir oranın siyasi olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, Marmaray gibi bir projenin ciddi anlamda siyasi bir olgu olarak değerlendirilmesini ortaya koymaktadır. Nitekim konuşmaların sadece %13,74'lük oranının yararlılık üzerine gerçekleşmiştir (Bkz. Şekil 6).

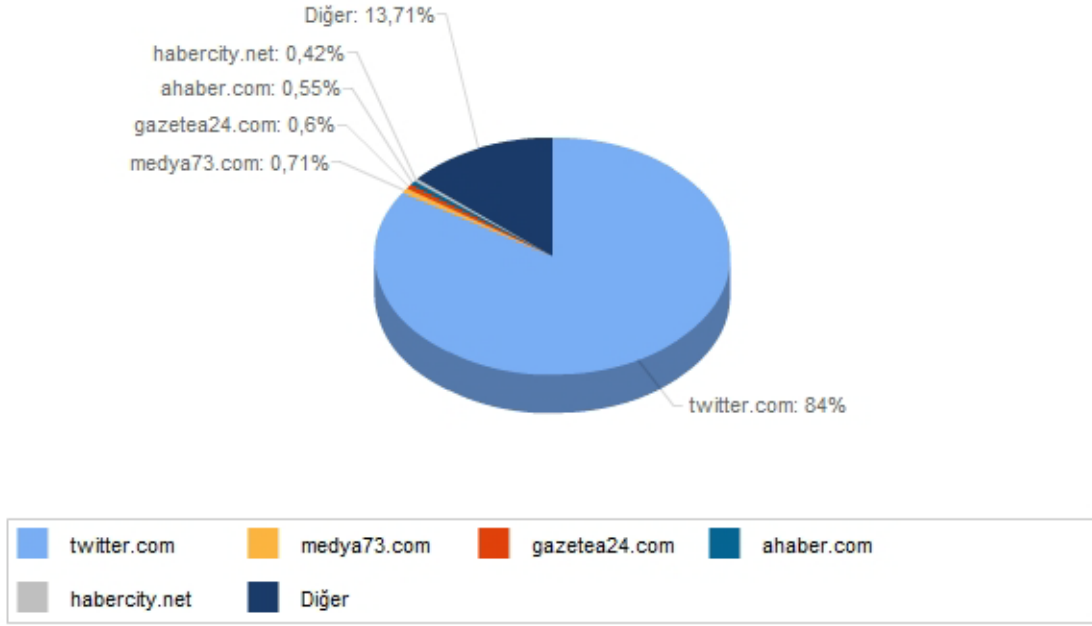
Şekil 6: Marmaray Projesinin Kategorik İçerik Analizi



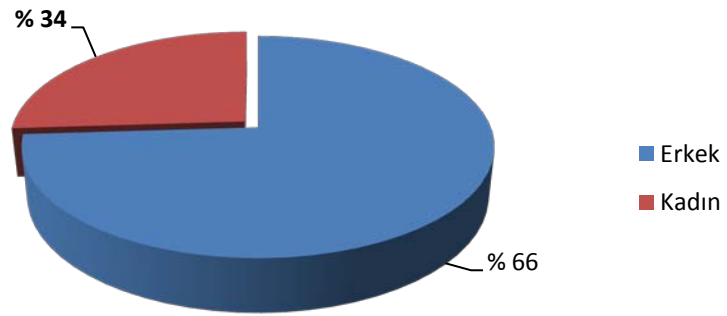
3.1.2. Üçüncü Köprü'ye İlişkin Değerlendirme

Konuşmaların ağırlıklı twitter üzerinden (%84) gerçekleştiği gözlenmektedir. (Bkz. Şekil 7). Twitter üzerinde yapılan konuşmaların %66'sı ise erkek kullanıcılar tarafından yapılmıştır (Bkz. Şekil 8).

Şekil 7: Üçüncü Köprü Projesinin Konuşulduğu Sosyal Medya Ortamlarının Dağılımı

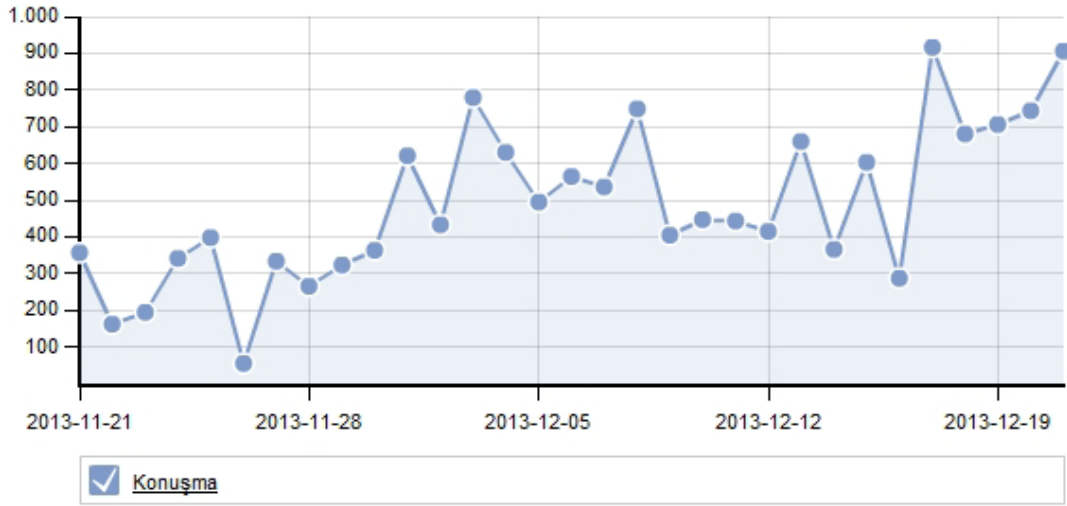


Şekil 8: Üçüncü Köprü Projesini Twitter’da Paylaşanların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı



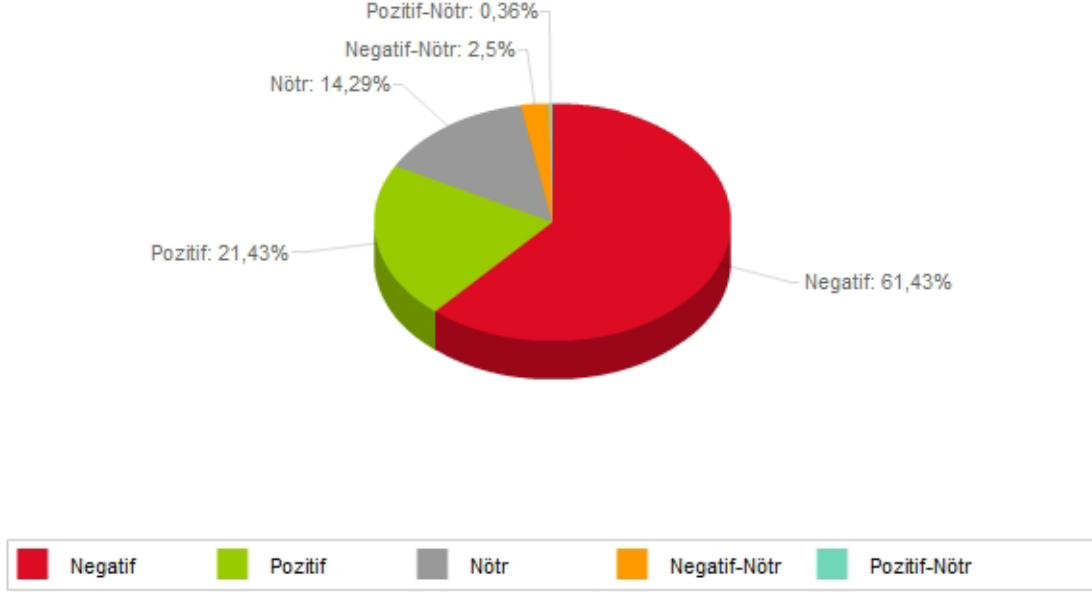
Üçüncü Köprü projesi ile ilgili paylaşımların içerik analizi yapıldığında ağırlıklı olarak siyasi gündeme endeksli olduğu burada da gözlenmektedir. 17 Aralık 2013 tarihinde paylaşımlar en yüksek seviyeye çıkmış (916) ve siyasi olarak tartışma gündemi içinde yer almıştır (Bkz. Şekil 9).

Şekil 9: Üçüncü Köprü Projesinin Günlük Konuşma Grafiği
(21 Kasım 2013 – 21 Aralık 2013)



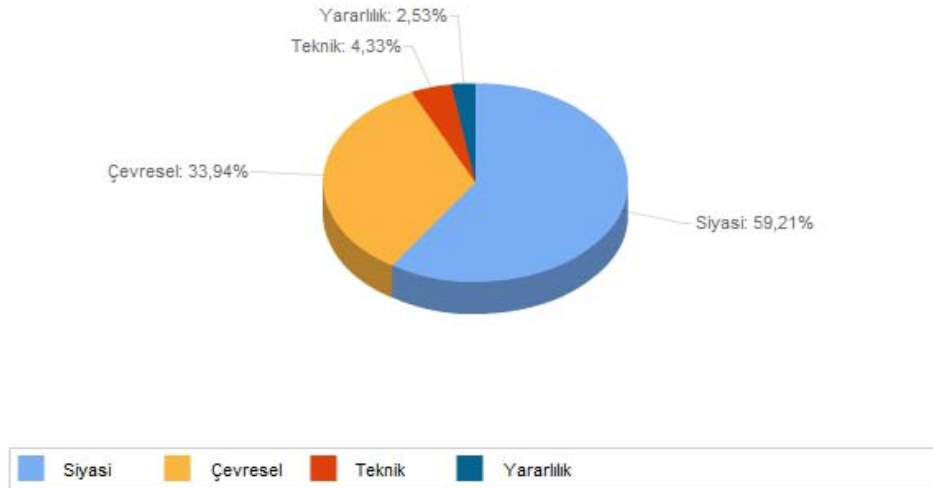
Tüm konuşmaların ton bazlı içerik analizleri yapıldığında ise %61,43'ünün negatif olduğu tespit edilmiştir. Buna karşın, pozitif konuşmalar ancak %21,43 gibi orana karşılık gelmektedir (Bkz. Şekil 10).

Şekil 10: Üçüncü Köprü Projesinin Ton Bazlı İçerik Analizi



Konuşmaların, kategorik içerik analizleri, %59,21 gibi bir oranın siyasi olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, Üçüncü Köprü gibi bir projenin ciddi anlamda siyasi bir olgu olarak değerlendirilmesini ortaya koymaktadır. Diğer taraftan, üçüncü köprü projesine yönelik çevresel bir bakış açısının da (%33,94) olduğu gözlenmektedir (Bkz. Şekil 11).

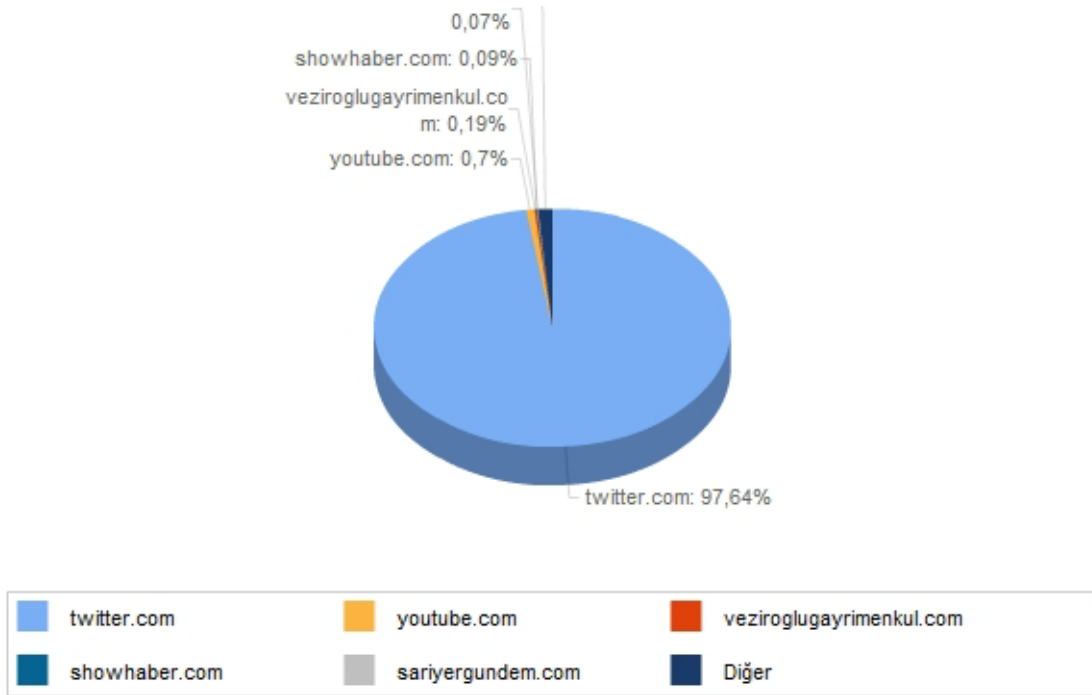
Şekil 11: Üçüncü Köprü Projesinin Kategorik İçerik Analizi



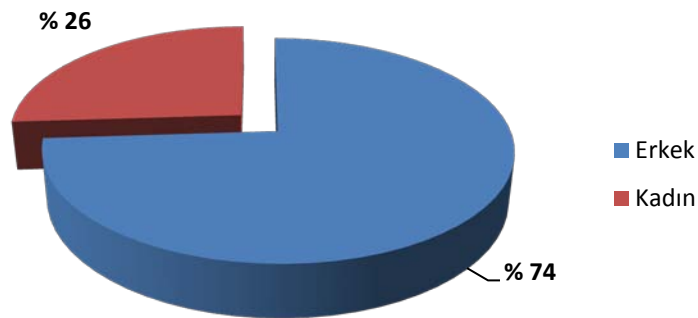
3.1.3. Üçüncü Havalimanına İlişkin Değerlendirme

Konuşmaların ağırlıklıla twitter üzerinden (%97,64) gerçekleştiği gözlenmektedir (Bkz. Şekil 12). Twitter üzerinde yapılan konuşmaların %74'ü ise erkek kullanıcılar tarafından yapılmıştır (Bkz. Şekil 13).

Şekil 12: Üçüncü Havalimanı Projesinin Konuşulduğu Sosyal Medya Ortamların Dağılımı

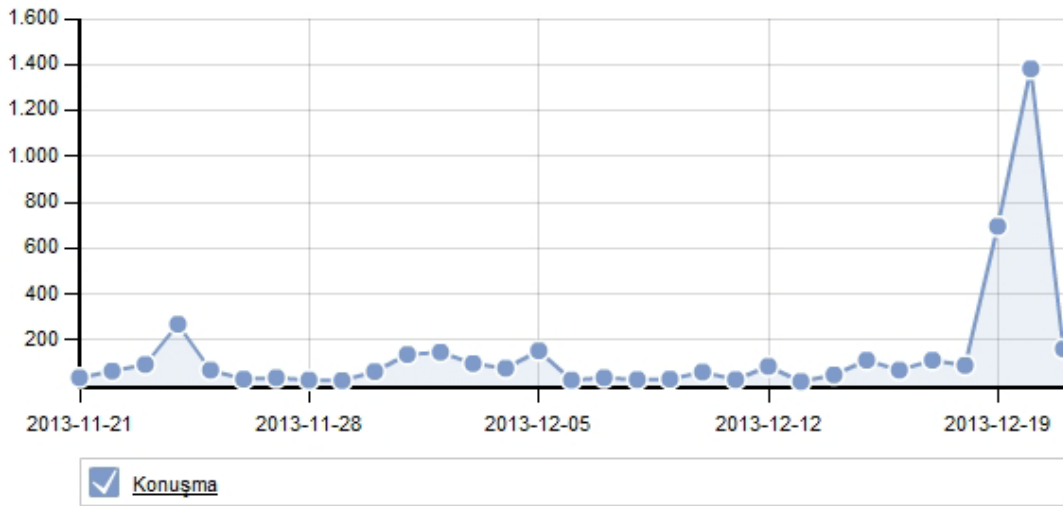


Şekil 13: Üçüncü Havalimanı Projesini Twitter'da Paylaşanların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı



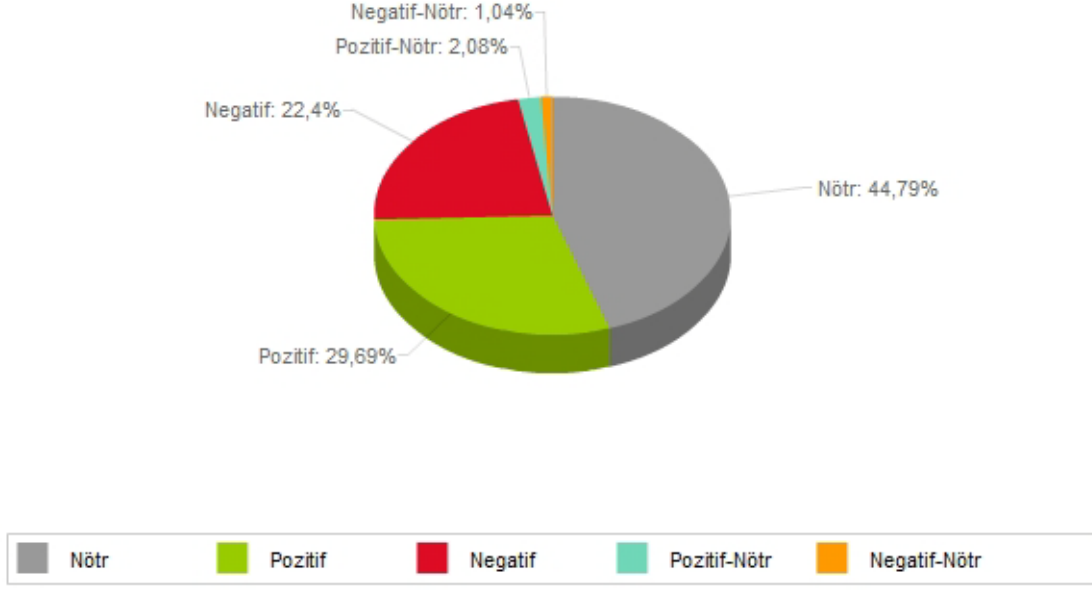
Üçüncü Havalimanı projesi ile ilgili paylaşımların içerik analizi yapıldığında ağırlıklı olarak siyasi gündeme endeksli olduğu gözlenmektedir. Paylaşımlar, 20 Aralık 2013 tarihinde en yüksek seviyeye çıkmış (1.382), ikinci en yüksek seviyeyi ise 19 Aralık tarihinde görmüştür (696). Paylaşımların, bu dönemde artması özellikle 17 Aralık 2013 tarihli siyasi gündemin yansıması olarak değerlendirilebilir. Dershanelerin kapatılması ile ilgili haberlerin yansıması (24 Kasım 2013) Üçüncü Havalimanı özelinde çok az bir hareket gerçekleştirmiştir (269).

Şekil 14: Üçüncü Köprü Projesinin Günlük Konuşma Grafiği
(21 Kasım 2013 – 21 Aralık 2013)



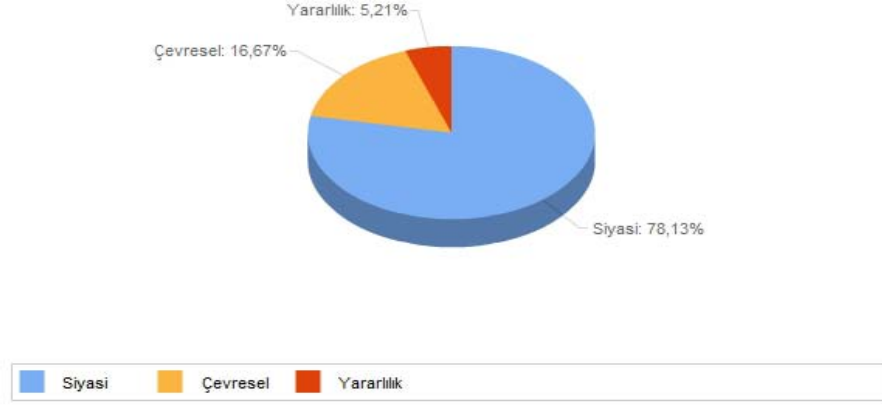
Tüm konuşmaların ton bazlı içerik analizleri yapıldığında ise %44,79'unun nötr olduğu tespit edilmiştir. Buna karşın, pozitif konuşmalar ancak %29,69 gibi orana karşılık gelmektedir.

Şekil 15: Üçüncü Havalimanı Projesinin Ton Bazlı İçerik Analizi



Konuşmaların, kategorik içerik analizleri, %78,13 gibi bir oranın siyasi olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, Üçüncü Havalimanı gibi bir projenin ciddi anlamda siyasi bir olgu olarak değerlendirilmesini ortaya koymaktadır. Nitekim konuşmaların sadece %5,21'lik oranı yararlılık üzerine gerçekleşmiştir.

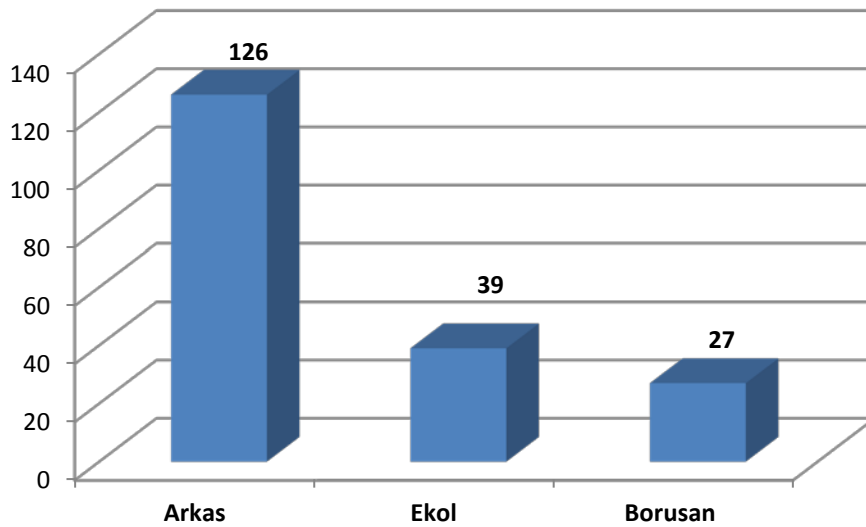
Şekil 16: Üçüncü Havalimanı Projesinin Kategorik İçerik Analizi



3.2. Sosyal Medyanın En Çok Konuştuğu Üç Lojistik İşletmesi

Yapılan analiz sonucunda, lojistik işletmelerinin sosyal medyada çok fazla konuşulmadığı ve yer almadığı gözlenmektedir. Arkas işletmesi 126 paylaşım ile birinci sırada yer almaktadır. Bunun en önemli nedeni, Arkas'ın özellikle sanat ve spor alanında yaptığı yatırımların bu mecralarda yoğun bir şekilde paylaşılmasından kaynaklanmaktadır. Ekol Lojistik ve Borusan Lojistik ise Arkas işletmesinin hemen ardından ikinci ve üçüncü sıraları paylaşmaktadır (Bkz. Şekil 17).

Şekil 17: Sosyal Medyada En Çok Konuşulan Lojistik İşletmeler



3.3. Sosyal Medyanın En Çok Konuştuğu Üç Sivil Toplum Kuruluşu

Sosyal medyada konuşulma ve paylaşılma oranının düşüklüğü sivil toplum kuruluşları için de geçerlidir. Birinci sırayı Deniz Ticaret Odası (DTO) almakta, arkasından ise Uluslararası Nakliyeciler Derneği (UND) ve Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği (UTİKAD) gelmektedir.

Şekil 18: Sosyal Medyada En Çok Konuşulan Sivil Toplum Kuruluşları

