



**T.C. İSTANBUL T CARET
ÜNİVERSİTESİ**

FEN B LİMLERİ ENSTİTÜSÜ

İŞLETMELERDE VERİ ANALİZİ

Ezgi ÇİFÇİ

**Danışman
Prof. Dr. Oğuz BORAT**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
ENDÜSTRİ MÜHENDİSLİĞİ ANABİLİM DALI
İSTANBUL - 2020**

KABUL VE ONAY SAYFASI

Ezgi ÇİFÇİ tarafından hazırlanan "**İşletmelerde Veri Analizi**" adlı tez çalışması 14/07/2020 tarihinde aşağıdaki jüri üyeleri önünde başarı ile savunularak, İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü **Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı**'nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Danışman	Prof. Dr. Oğuz Borat İstanbul Ticaret Üniversitesi	
Jüri Üyesi	Doç. Dr. Berk Ayvaz İstanbul Ticaret Üniversitesi	
Jüri Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Fatih Öztürk İstanbul Medeniyet Üniversitesi	

Onay Tarihi: 24/07/2020

İstanbul Ticaret Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsünün 24.07.2020 tarih ve 2020/288 numaralı Yönetim Kurulu Kararının 1. maddesi gereğince, ders yüklerini ve tez yükümlülüğünü yerine getirdiği belirlenen "Ezgi ÇİFÇİ" (TC:27319426970) adlı öğrencinin mezun olmasına oy birliği ile karar verilmiştir.

Prof. Dr. Necip ŞİMŞEK
Enstitü Müdürü

AKADEMİK VE ETİK KURALLARA UYGUNLUK BEYANI

İstanbul Ticaret Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada,

- tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak gösterdiğimi,
- kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- ve bu tezin herhangi bir bölümünü bu üniversitede veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı

beyan ederim.

24/07/2020



Ezgi ÇİFÇİ

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
İÇİNDEKİLER.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
TEŞEKKÜR.....	iv
ŞEKİLLER.....	v
ÇİZELGELER.....	vi
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	vii
1 GİRİŞ.....	1
2 LİTERATÜR ÖZETİ.....	3
3 SARS-CoV-2.....	9
3.1 Covid-19 ile Çevrimiçi (Online) Satış.....	11
3.2 Covid-19 Ve Sonrası Etkileri.....	14
3.2.1 Covid-19'un sosyal etkileri.....	14
3.2.2 Covid-19'un ekonomiye etkileri.....	17
3.2.3 Covid-19'un teknolojiye etkileri.....	18
3.2.4 Covid-19'un kısa Süreli etkileri.....	19
3.2.5 Covid-19'un uzun süreli etkileri.....	20
4 REGRESYON ANALİZİ.....	22
4.1 Tek Değişkenli Regresyon Analizi.....	22
4.2 Çok Değişkenli Regresyon Analizi.....	24
4.3 Hareketli Ortalama Değeri.....	25
5 UYGULAMA.....	26
5.1 Atıştırmalık.....	27
5.2 Baharat.....	28
5.3 Bakliyat ve Kuru Gıda.....	29
5.4 Et Şarküteri.....	30
5.5 Hazır Gıda.....	31
5.6 İçecekler.....	32
5.7 Meyve.....	33
5.8 Sebze.....	34
5.9 Süt ve Kahvaltılık.....	35
5.10 Temizlik Ürünleri.....	36
5.11 Unlu Mamüller.....	37
5.12 Yağ Grubu.....	38
6 BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	40
7 SONUÇ VE ÖNERİLER.....	48
KAYNAKLAR.....	50
EKLER.....	54
EK – A 2020 Market Verileri.....	54
EK – B 2019 Market Verileri.....	65
EK – C 2019-2020 Kategori Bazlı Analiz Grafiği.....	76
ÖZGEÇMİŞ.....	77

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

İŞLETMELERDE VERİ ANALİZİ

Ezgi ÇİFÇİ

**İstanbul Ticaret Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı**

Danışman: Prof. Dr. Oğuz BORAT

2020, 77 sayfa

Bu çalışmada, müşterilerin bir marketten satın alma tercihleri incelenmiş ve elde edilen sonuçlar, TCMB verilerini kullanan TEPAV'ın banka ve kredi kartı ile yapılan harcamalar üzerindeki çalışmaları ile karşılaştırılmıştır. Regresyon analiz yöntemi kullanılarak 2019 verilerine göre 2020 verileri karşılaştırılmıştır. Ham veriler markete gelen kişilerin yaptığı alışverişler sonucu ortaya çıkmıştır. 11-17 Mart 2019 tarih aralığında 589 kişinin, 11-17 Mart 2020 tarih aralığında ise 645 kişinin alışveriş verisi kullanılmıştır. Uygulamada kullanılan veriler markette bulunan yazar kasadan alınarak toplanmıştır. Eğilimler aynı olmasına rağmen sayısal değerler arasında farklılıklar görülmüştür. Markette 11-17 Mart 2020 haftası boyunca yapılan nakit ve kredi kartı harcamaları, 11-17 Mart 2019 haftasındaki harcamalar göre %90 artış gösterirken TEPAV'ın kümülatif değeri %80 bulunmuştur. Benzer şekilde marketteki gıda maddelerindeki bir hafta boyunca artış %73 olarak hesaplanırken TAPEV'ın kümülatif değeri %60 olarak bulunmuştur. Ortaya çıkan farklılıkların, incelenen marketin ve bulunduğu çevrenin Türkiye ortalamasından farklı olması ve markette nakit ödeme farklılığının da etkili olacağı düşünülmektedir. Regresyon analizi sonucunda et şarküteri kategorisinde covid-19 döneminde tahmin edilenden az talep olduğu diğer kategorilerde ise tahminden yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, regresyon analizi, veri analizi.

ABSTRACT

M.Sc. Thesis

DATA ANALYSIS IN BUSINESS

Ezgi ÇİFÇİ

**İstanbul Commerce University
Graduate School of Applied and Natural Sciences
Department of Industrial Engineering**

Supervisor: Prof. Dr. Oğuz BORAT

2020, 77 pages

In this study, the preferences of customers to buy from a market are analyzed and the results are compared with TEPAV's studies on bank and credit card expenditures using CBRT data. Using the regression analysis method, 2020 data were compared according to 2019 data. The raw data resulted from the shopping made by the people who came to the grocery store. Shopping data of 589 people in the period of 11-17 March 2019 and 645 people in the period of 11-17 March 2020 were used. The data used in the application were collected from the cash register in the market. Although the tendencies are the same, there are differences between the numerical values. Cash and credit card spending during the week of 11-17 March 2020 increased 90% compared to the expenses of 11-17 March 2019, while the cumulative increase of TEPAV's study was found to be 80%. Similarly, while the increase in foodstuffs in the market was calculated as 73% for a week, the cumulative increase of TEPAV's study was found to be 60%. The analysis of the markets and the resulting differences in the environment is different from that found in Turkey and would mean different kinds of payments in the grocery are considered effective. The results are different, and the effective causes are thought that the variation and location of the groceries and difference in cash payments. As a result of the regression analysis, it was concluded that there was less demand than expected in the covid-19 period in the meat delicatessen category and that it was higher than the forecast in other categories.

Keywords: Covid-19 ,data analysis, regression analysis.

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın hazırlanma aşamasında bana gerek ders gerek tez dönemimde bilgi ve tecrübeleriyle katkı sağlayan çok değerli Sn. Prof. Dr. Oğuz BORAT'a, tez çalışmamda yardımını esirgemeyen değerli arkadaşlarım Emine BALCI'ya, Büşra TURAL'a, Resul AYDIN'a ve eğitim hayatım boyunca maddi manevi desteklerini hiç esirgemeyen değerli annem Nurhan ÇİFÇİ ve değerli babam Osman ÇİFÇİ'ye teşekkürlerimi sunarım.

Ezgi ÇİFÇİ
İSTANBUL, 2020

ŞEKİLLER

	Sayfa
Şekil 3. 1 Online harcama tutarındaki değişim, (Muradoğlu, 2020)	12
Şekil 5. 1 Online harcama tutarındaki değişim, (Muradoğlu, 2020)	43
Şekil 5. 2 Çeşitli gıda harcaması, milyar TL, (TEPAV-Nisan, 2020).....	43
Şekil 7. 1 Sınıflandırılmış ürünlerin 11-17 Mart 2019 tarihleri arasında (normal dönemdeki) satış adetleri	45
Şekil 7. 2 Sınıflandırılmış ürünlerin 11-17 Mart 2020 tarihleri arasında (covid-19 dönemdeki) satış adetleri	46
Şekil 7. 3 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde sınıflandırılmış ürünler	47
Şekil 7. 4 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde atıştırmalık bazında regresyon grafiği	27
Şekil 7. 5 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde baharat bazında regresyon grafiği	28
Şekil 7. 6 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde bakliyat ve kuru gıda bazında regresyon grafiği	29
Şekil 7. 7 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde et şarküteri bazında regresyon grafiği	30
Şekil 7. 8 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde hazır gıda bazında regresyon grafiği.....	31
Şekil 7. 9 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde içecekler bazında regresyon grafiği.....	32
Şekil 7. 10 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde meyve bazında regresyon grafiği	33
Şekil 7. 11 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde sebze bazında regresyon grafiği	34
Şekil 7. 12 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde süt ve kahvaltılık bazında regresyon grafiği	35
Şekil 7. 13 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde temizlik ürünleri bazında regresyon grafiği.....	36
Şekil 7. 14 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde unlu mamüller bazında regresyon grafiği.....	37
Şekil 7. 15 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde yağ grubu bazında regresyon grafiği.....	38

ÇİZELGELER

	Sayfa
Çizelge 3. 1 App Store’a kayıtlı olan ve çevrimiçi-online sipariş alan bazı.....	13
Çizelge 4. 1 Salgın Sürecinde Olumlu / Olumsuz Etkilenen Sektörler	17
Çizelge 5. 1 Banka kartı ve kreşi kartı ile yapılan harcamaların haftalık değeri (milyon TL) ve bir önceki haftaya göre değişimi, 6 Mart – 20 Mart 2020. Hesaplamalar: TCMB ve TEPAV.....	41
Çizelge 5. 2 Banka kartı ve kredi kartı ile yapılan harcamaların haftalık değeri (milyon TL) ve 13 Mart ve 3 Nisan haftasına göre değişimi, 10 Nisan 2020. Hesaplamalar: TCMB ve TEPAV	41
Çizelge 7. 1 Atıştırmalık kategorisi için regresyon tablosu	28
Çizelge 7. 2 Baharat kategorisi için regresyon tablosu	29
Çizelge 7. 3 Bakliyat ve Kuru Gıda kategorisi için regresyon tablosu	30
Çizelge 7. 4 Et Şarküteri kategorisi için regresyon tablosu.....	31
Çizelge 7. 5 Hazır Gıda kategorisi için regresyon tablosu.....	32
Çizelge 7. 6 İçecekler kategorisi için regresyon tablosu.....	33
Çizelge 7. 7 Meyve kategorisi için regresyon tablosu.....	34
Çizelge 7. 8 Sebze kategorisi için regresyon tablosu	35
Çizelge 7. 9 Sebze kategorisi için regresyon tablosu	36
Çizelge 7. 10 Sebze kategorisi için regresyon tablosu.....	37
Çizelge 7. 11 Unlu Mamüller kategorisi için regresyon tablosu	38
Çizelge 7. 12 Yağ grubu kategorisi için regresyon tablosu.....	39

SİMGELER VE KISALTMALAR

CDC	Centers for Disease Control and Prevention
CDS	Credit Default Swap
ETF	Exchange Traded Funds
GSYİH	Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
ILO	International Labour Organization
SHK	Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi
TCMB	Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TEPAV	Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı
YBÜ	Yoğun Bakım Ünitesi
WFP	World Food Programme
WHO	World Health Organization

1 GİRİŞ

Pazarlamanın temel hedefi tüketicilerdir. Tüketicilerin hemen her gün yaptığı satın alma veya almama kararını incelemek pazarlama için büyük önem taşımaktadır. Tüketici ne zaman bir ihtiyaçla karşılaşsa ya da bir mesele sonucu bir ürünü alma ihtiyacı doğsa o zaman satın alma işlemi başlamaktadır (Yücedağ, 2005).

Perakende sektöründe yapılan satın alma işlemleri toplumun temel yapısıyla ilgili birçok etkene bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Bunların başında başlıca ekonomik durum, sosyo-kültürel yapı gelmektedir. Tabii ekonomik durum, ortam, çevre şartları değiştikçe satın alma alışkanlıkları da değişim göstermektedir. Bunlara ek olarak eğitim düzeyi, teknolojik gelişmeler, doğal felaketler, salgın hastalıklar, ulaşım ve iletişimin kolaylaşması, e-ticaretin yaygınlaşması tüketici davranışını etkilemektedir (Topuzoğlu vd., 2007).

Aralık 2019'da Çin'de Wuhan'da bir pnömoni salgını bildirilmiştir, (The Editorial Board, 2020). Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization) 31 Aralık 2019'da önce 2019-nCoV geçici adını verdiği bu yeni covid-19 virüsüne sonra SARS- CoV-2 adını verdi ve 30 Ocak 2020'de bu salgını Uluslararası Endişe Duyulan Halk Sağlığı Acil Durumu olarak ilan etti ve 11 Mart 2020'de salgın olarak kabul etti, (Ghebreyesus, 2020).

Türkiye'de Covid-19 virüsü salgını 11 Mart 2020'de ilk vaka ile resmen açıklanmıştır. Bu ilk vakanın açıklanması ile birlikte bir hafta yoğun bir şekilde perakende sektörüne yönelik alışveriş yönelmesi olmuştur.

Bu çalışma literatürde regresyon analizi ile talep tahmini yapılan çalışmalarla birlikte Covid-19 salgını hakkında ekonomik ve sosyal hayata etkilerini inceleyen çalışmalar bulunmaktadır.

Daha sonra Covid-19 kavramından bahsedilmiştir. Salgının online alışverişe etkilerinden örnekler verilerek açıklanmıştır. Covid-19 ve sonrası etkileri ele

alınarak incelenmiştir. İzole hayat geçiş ile kredi kartı kullanımından bahsedilmiştir. Daha sonra analizde kullanılacak olan yöntemimiz regresyon analizi yöntemlerinden bahsedilmiştir.

Uygulama alanında TAPEV'in yaptığı araştırma sonucu ile benzer bir çalışma yapılarak karşılaştırma yapılmıştır. Bu karşılaştırma sırasında Covid-19'un ilanı ile %90 artış gösterdiği bulunmuştur. Sadece gıda maddeleri dikkate ele alındığında ise %73 artış olduğu görülmüştür.

Regresyon analizi yöntemi kullanılarak iki farklı senenin satış verilerinde analiz yapılmıştır. 2019 verilerine göre 2020 verileri tahmin edilerek ne kadar tutarlı olduğu gözlemlenmiştir. Et şarküteri kategorisinde beklenen talebin altında gözlem yapılmıştır. Baharat ve yağ kategorisinde iki senenin verileri oldukça yakın değerlerde çıkmıştır. Bakliyat ve kuru gıdaya olan talebin her iki yılda da çok fazla olduğu fakat covid-19 ile birlikte bu talebin arttığı gözlemlenmiştir. Temizlik malzemeleri, unlu mamüller gibi diğer kategorilere olan talep covid-19 ile birlikte tahminin üstünde olduğu görülmüştür.

Literatür incelendiğinde regresyon analizi yapılarak kategori bazında müşterilerin yaptığı alışverişleri iki yıla göre analiz yapan ve karşılaştıran bir çalışma görülmemiştir. Bu nedenle çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2 LİTERATÜR ÖZETİ

Kamenetzky vd. (1982), Güneybatıda yer almış Pennsylvania'da halkına yönelik yapılan talep tahmini araştırmasıdır. Çalışmadaki amaç şehirde ambulans hizmetlerine olan talebi anlamaktır. Analizde tahmin yapılacak bölgeye ilişkin kullanılan veriler; sosyo-demografik, geçmiş yıl talepleri ve ambulans hizmeti veren firma ve hizmetin niteliğine ilişkin verilerdir. Bu veriler kullanılarak çoklu regresyon analizi yapılmış ve analizler karşılaştırılmıştır.

Huss vd. (1985), Çalışma Amerika'da bulunan ve halka elektrik dağıtan firmaların verilerinden yararlanılmıştır. Toplam 49 firmanın verileri analiz için toplanmıştır. Geçmiş veriler alınarak talep tahminleri yapılmak amaçlanmıştır. Mevcutta var olan satış verileri kullanılarak doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Tarih olarak 2, 4, 6 ve 7 yılın satış tahminleri yapılmıştır ve elde edilen sonuçlar karşılaştırılmıştır.

Zotteri vd. (2005), Çalışmada analizi yapılacak olan Avrupa'da bulunan herhangi bir marketler zincirinden alınmış alışveriş verileri ile toplamda beş ürünün bütünsel talebini için tahmin yapılmak istenmiştir. Yöntem olarak logaritmik regresyon modelinin kullanılmış ve bu veriler doğrultusunda talepler karşılaştırılmıştır.

Li vd. (2020), Bu çalışmada, Çin'in Covid-19 salgını sırasında bireylerin ekonomik beklentilerini bir çeşit analizi yapmışlardır. Şubat ayı sonundan 2020 yılının ortalarına kadar Çin'de yedi ilden yaklaşık 1.900 kişiye anket uygulanarak analiz etmişlerdir. Analizin ilk aşamasında, Covid-19 salgınının şiddetinin bireyin ekonomisi üzerindeki etkisini incelemek istemişlerdir. Özellikle, bireyin iki dalga arasındaki ekonomik beklentisinin yaşadığı şehirdeki Covid-19 sonucu ortaya çıkmış yeni vaka sayısı ile eşleştirmişlerdir. Aynı katılımcılar üzerinde üç anket daha uygulanarak her katılımcının ekonomik beklentisini iki kez ölçebilmişlerdir. Analizin ikinci aşamasında, Covid-19 salgını sırasındaki ekonomik toparlanmanın bireylerin ekonomik beklentileri üzerindeki etkisini incelemiştir.

Rampratap (2020), araştırma makalesinde, bu küresel dönemde Covid-19'un sebzelerle ilgili müşterilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Marketlerden veya pazarlardan alma işlemine çevrimdışı satın alma olarak tanımlamışlardır. Alışveriş siteleri üzerinden yapılan alımlara ise çevrimiçi satın alma olarak ifade etmişlerdir. Covid-19 ile birlikte müşterilerin satın alma davranışlarını aydınlatmaya çalışmıştır. Online alışveriş 1995 yılında Hindistan'da internetin tanıtılmasıyla başladı. 1999-2000 yılında internet patlaması nedeniyle online alışveriş bazee.com olarak bilinen tanınmış açık artırma sitesi ile popüler oldu. Sonuç olarak hastalığın insanların satın alma davranışını etkilediği açıktır. Veri toplamak amacıyla yapılan anket sonuçlarına göre Hindistan halkının gelir düzeyi düşük olması sebebiyle çevrimiçi alışveriş oldukça az olduğu görülmektedir. Fakat hastalık ilerler birlikte %40'ı çevrimiçi alışveriş yaptığı görülmektedir.

Kundu vd. (2020), Bu çalışmada, Covid-19 salgınının Hindistan'daki topluma etkileri hakkında ayrıntılı olarak inceleme yapılması amaçlanmıştır. Hindistan ekonomisi, aile içi şiddet, politika ve Covid-19 nedeniyle toplum üzerine psikoloji ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Bu araştırmanın amacı, hastalığın yönetimi ve önlenmesi için salgın sırasında hükümete daha iyi yardımcı olabilecek mevcut toplumsal senaryo hakkında net bir anlayışa sahip çıkarımlarda bulunmaktır.

Ülkelerin çoğunda salgın sırasında, seyahat geçmişi olan bazı kişilerin izolasyonu sağlamış, Covid-19 bulaşmış insanlarla teması takip etmiş, bunlara ek olarak, hastane yataklarının arttırılmış, vantilatör temini, izolasyon koşulları gibi çalışmalar yapılmıştır. Çocuklar ve yaşlılar için risk daha yüksek olduğundan bu kesime daha fazla dikkat gösterilmiş, yaşlılardaki paniğin azaltılması için özel servis ve danışmanlıklar gerçekleştirilmiştir. Hükümetler ekonomik faaliyetlerin durduğu ilk dönemlerde düşük gelirli veya geliri kesilmiş kişilere çeşitli destekler sunmuştur. Ekonomik faaliyetleri duran ve gelirleri kesilen özel sektör çalışanlarının ücretlerini azaltmaya, hatta bazı çalışanları işten çıkarmaya başlamıştır. Bu duruma karşılık hükümetler, kendi

ülkesindeki hava yolları, otomotiv vb. kritik sektörlerle parasal destekler vermeye başlamıştır.

Chohan (2020), bu çalışmanın, covid-19 virüsün gelişmekte olan ülkelere getirdiği ekonomik tehlikeler üzerinde durmaktır. Covid-19'un Pakistan üzerindeki 3 aylık, 6 aylık ve 12 aylık etkilerini tahmin etmeye çalışarak, gelişmekte olan ülkelerde ekonomik durgunluk risklerini gösteren bu soruya bir miktar öngörme bağlamı sağlamaktır. 12 aylık bir durgunluk dönemi, tamamen mantıklı olsa da gelişmiş veya gelişmekte olan herhangi bir ekonomi için çok zor olacağı görülmüştür. Pakistan, Covid-19'un etkisi olmadan önce zaten ekonomisi ortalama olan bir ülke olması sebebiyle beklenen zorluklar normal karşılanmıştır. 3 aylık bir aşama, aşı dağıtımına başlama zamanı ve küresel tedarik zincirlerinin yeniden başlaması gibi faktörler göz önüne alındığında ideal olacağı kanısına ulaşılmıştır. Buna rağmen, Pakistan hükümeti bir eylem planı çıkarmıştır. Bu planla ekonominin karşılaştığı baskının en azından bir kısmını hafifletmeye yardımcı olabilecek bir teşvik programı olduğu gözükmemektedir.

Fister vd. (2020), çalışmasında araştırmacıların tarih boyunca Covid-19 benzeri salgın / pandemik durumlarda nasıl tepki verdiğini göstermektedir. Covid-19 gibi hastalıkların araştırması sadece yeni bir aşı arayışında olan tıbbi laboratuvarlardaki araştırmacıların alanı değil, aynı zamanda çeşitli bilimsel disiplinlerden gelen diğer tüm araştırmacı kitlelerinin dolaylı olarak alanına girmektedir. Bu çalışma, Covid-19 veri kümesinde bulunan makalelerin özetini ARTM yöntemini kullanarak analiz edilmiştir ve çok sayıda ilişkilendirme kurallarında gizlenen bilgileri metro haritası metodolojisi ile çıkarılmıştır. Daha sonra çıkarılan terimler, MEDLINE veri tabanında toplanan bildiri özetleri için anahtar kelimeler olarak kullanılmıştır. Çalışmanın sonuçları, metro haritası yöntemi tarafından önerilen terimleri içeren makale sayısının, tarih boyunca katlanarak arttığını göstermiştir.

Jribi vd. (2020), Covid-19 salgınının Tunus tüketici farkındalığı, gıda israfına ilişkin tutum ve davranışları üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlamıştır.

Covid-19 salgını ortaya çıktığı ilk 2 haftasında online bir anket gerçekleştirilmiştir. Anket demografik veriler, gıda atıklarına karşı farkındalık ve tutumlar, gıda satın alma davranışı ve hanehalkı gıda harcamaları tahmini hakkında bilgi toplamayı amaçlamıştır. Bu çalışmaya 284 kişi dahil edilmiştir. Katılımcıların yaklaşık %89'u gıda atıklarının farkında olduğunu belirtmiştir. Covid-19 salgını gıda alışverişi performanslarını oldukça arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır ve gıda israfı ile ilgili olumlu bir davranış değişikliği olduğu gözlemlenmiştir. %85'i katılımcıların satın aldıkları hiçbir şeyin atılmayacağını belirtirken, katılımcıların çoğu bir tasarruf, depolama ve yemek artıklarını değerlendirdiğini söylemiştir. Yiyecekleri atmak için en çok belirtilen nedenler aşırı pişirmek, uygunsuz depolama ve aşırı satın alma olduğu sonucu çıkmıştır. Tüketicilerin gıda atıklarının önlenmesindeki değişimleri muhtemelen Covid-19 salgınının sosyoekonomik bağlamından (yani gıda mevcudiyeti, kısıtlı hareketler, gelir kaybı) çevresel etkisi mevcuttur.

Team vd. (2020), Çalışmada, Amerika Birleşik Devletleri'nde 12 Şubat-16 Mart 2020 tarihleri arasında meydana gelen Covid-19 vakaları ve hastalığın şiddeti (hastaneye yatış, yoğun bakım ünitesine [YBÜ] ve ölüm) yaş grubuna göre analiz edilmiştir. 16 Mart itibarıyla, Birleşik Devletler'deki toplam 4.226 Covid-19 vakası Hastalık Kontrol ve Önleme Merkezlerine (Centers for Disease Control and Prevention-CDC) bildirilmiş, uzun süreli bakım tesislerinde yaşayan yaşlı yetişkinler arasında çok sayıda vaka bildirilmiştir. Genel olarak vakalar, hastaneye yatışların %45'i, YBÜ başvurularının % 53'ü ve Covid-19 ile ilişkili ölümlerin % 80'i 65 yaş üstü yetişkinler arasında olduğu tespit edilmiştir. 85 yaş grubundakiler arasında en yüksek ciddi sonuç yüzdesi olduğu görülmüştür. Buna karşılık, 19 yaşından büyük kişiler arasında YBÜ'ne kabul veya ölüm bildirilmemiştir. Diğer ülkelerden gelen raporlara benzer şekilde, bulgu Covid-19'dan kaynaklanan ciddi hastalık ve ölüm riskinin ileri yaş gruplarında daha yüksek olduğunu göstermektedir. 12 Şubat-16 Mart tarihleri arasında 49 eyalet, Columbia Bölgesi ve üç ABD bölgesinden CDC'ye bildirilen vakalardan elde edilen veriler analiz edilmiştir. Wuhan, Çin ve Japonya'dan (krvaziyer gemilerinden geri gönderilen hastalar dahil) Amerika Birleşik Devletleri'ne geri gönderilen kişiler hariç tutulmuştur. Devletler ve yargı daireleri daha önce

kullanılarak laboratuvarda onaylanmış Covid-19 vakaları hakkında gönüllü olarak veri rapor etmişlerdir.

Bu raporda açıklanan vakalar, hem eyalet ya da yerel halk sağığı laboratuvarları tarafından onaylanan Covid-19 vakalarının yanı sıra eyalette ya da yerel halk sağığı laboratuvarlarında pozitif test ve CDC'de onay olanlar içerir.

Haddad vd., (2020) Covid-19 krizi sırasında borç piyasalarındaki aksaklıkları incelenmiştir. Kredi yelpazesinin daha güvenli bir ucunda, standart temerrüt veya risk primi kanallarıyla tamamen uzlaştırılması zor olan önemli kayıplar yaşanmıştır. Kurumsal tahviller, ilgili Kredi Temerrüt Takas'larına (Credit Default Swap-CDS) büyük bir iskonto ile işlem görüldüğü ve daha güvenli tahviller için genişletilmiştir. Likit tahvil Borsa Yatırım Fonları (Exchange Traded Funds-ETF), Hazine, belediye tahvilleri ve yüksek dereceli şirketlere kıyasla daha yüksek kurumsal yatırımlar için indirimli işlem yapılmıştır. Bu gerçekler yatırımcıların para toplamak için daha güvenli, daha likit menkul kıymetler satmaya çalıştıklarını göstermektedir. 23 Mart'ta yatırım mevduatı borçlarının satın alınacağı duyurusu, yüksek getirili borçlar üzerinde neredeyse hiçbir etkiye sahip olmadığı görülmüştür. Üstelik fiyatlarında artışına sebep olmuştur. Bu çalışmada mali zorlukların krizdeki önemini vurgulamakla birlikte, bu sürecin mevcut teorilerini de sorgulamaktadır.

Feng vd., (2020) salgın sürecinde yatırım zorluklarını tespit etmek amacıyla bir araştırma yapmışlardır. Bazı firmaların hisselerini satın almanın olumlu getiri sağlayabileceği iki ana alan olan biyoteknoloji ve medya olarak tahmin edilmiştir. Biyoteknoloji incelendiğinde, daha da büyümesi beklenen virüsün ilaç ve tespiti konusundaki büyük talepten kaynaklanmaktadır. Halihazırda yeni bulgulara sahip olan veya bulabilecek biyoteknoloji şirketleri muhtemelen hisse senedi fiyatlarını artırabilirler. İkincisi olan medya incelendiğinde ise, birçok insanın virüsten korkabileceği, böylece evlerinde daha fazla kalabileceği ve medyaya daha fazla yöneleceği düşünülmektedir. Biyoteknoloji firmaları için "duygu analizi" (sentiment analysis) kullanılmıştır. Bloomberg'i kullanarak ilk 30 biyoteknoloji firması sıralanmaya çalışılmış ve her birinin göreceli haberleri

aranmıştır. İyi-kötü oranları en yüksek firmaları seçilmiştir. Medya firmaları için bunlar Canlı Video ve Oyun olmak üzere 2 kısma ayrılmıştır. Bu kez geçmişte daha iyi performans gösteren firmalar seçilmiştir. Başarılı çevrimiçi video firmalarının ve oyun firmalarının daha yüksek itibar kazanmalarının, pazardaki konumlarını sürdürmelerinin daha kolay olacağı sonucuna varılmıştır. Nihai sonuç varsayımlarının doğruluğunu desteklemiştir, yani daha iyi-kötü oranına sahip firmaların daha yüksek getiri sağladığı görülmüştür. Daha sonra portföyü Eşit Ağırlıklı, Piyasa Değeri Ağırlıklı, Küresel Pazar Varyans Ağırlıklı ve Maksimum Keskinlik Oranı olmak üzere dört şekilde doğrulamak ve sonuçları görmek için testleri kullanmışlardır. Dört portföyün hepsinin performansının piyasayı geride bıraktığı görülmüştür.

Şen, (2020) Covid-19 salgınından etkilenen hazır yemek üreten firmaların durumunu incelemek adına yapılan bir çalışmadır. Salgından etkilenmemek adına alınan tedbirler incelenerek gerekli tespitler yapılmaya çalışılmıştır. Marmara Bölgesi'nde bulunan yemek firmaları üzerinde çalışma verileri toplanmıştır. Firmada çalışan kişilerle iletişime geçilmiştir. 23 firma yetkilisi ile iletişime geçilmiştir. Çeşitli nedenlerden dolayı katılmak istemeyenler olmuştur. Sonuç olarak 14 katılımcı ile çalışma gerçekleştirilmiştir. Firmalar covid-19virüse karşı yeterli önlemleri aldığı görülmüştür. Fakat yapılan araştırma sonucunda ilgili kapasitede azalma olduğu görülmüştür. Bu azalmaya rağmen önlem alımı gerçekleşmediği anlaşılmıştır.

İbiş, (2020) Bu araştırmanın amacı Covid-19'un Türkiye'de bulunan seyahat acentalarını ne derece etkilediğini incelemektir. Araştırmayı yapmak amacıyla seyahat acentalarında yetkili bulunan kişiler ile iletişime geçilmiştir. Mülakat sonucunda seyahat acentaların tahminlerden daha çok etkilendiği gözler önüne serilmiştir. Gelir kaynaklarının kesilmesinden dolayı günlük yaşamlarını devam ettirmekte zorluk çekildiğinden bahsedilmişlerdir. Bundan kaynaklı olarak daha fazla desteğe ihtiyaç duyulduğu anlaşılmıştır. Acenta temsilcilerinin öngördüğü durumlardan biri ileride tüketime tamamen değişeceği yönündedir.

3 SARS-CoV-2

İlk olarak Aralık 2019'da Çin'in Wuhan şehrinde ortaya çıkan, dünyaya yayılan covid-19virüs veya Dünya Sağlık Örgütü tarafından adlandırılan Covid-19, dünya çapında binlerce ölüme sebep olmuştur. SARS covid-19 virüsü ve MERS covid-19 virüsüne benzeyen bu virüs Covid-19 olarak adlandırılan bir zoonotik covid-19virüs olarak tanımlanmıştır (Liu,2020).

Virüs muhtemelen şehrin Huanan Deniz Ürünleri Pazarı ile ilgili zoonotik bir kökene sahip olduğu söylene de, yayılma şekli insan-insan iletişimi ile olduğu netleşmiştir (Bernheim, 2020).

İlk olarak Aralık 2019'da Çin'in Wuhan şehrinde ortaya çıkan, dünyaya yayılan covid-19virüs veya Dünya Sağlık Örgütü tarafından adlandırılan Covid-19, dünya çapında binlerce ölüme sebep olmuştur. SARS covid-19 virüsü ve MERS covid-19 virüsüne benzeyen bu virüs Covid-19 olarak adlandırılan bir zoonotik covid-19virüs olarak tanımlanmıştır (Liu,2020).

Virüs muhtemelen şehrin Huanan Deniz Ürünleri Pazarı ile ilgili zoonotik bir kökene sahip olduğu söylene de, yayılma şekli insan-insan iletişimi ile olduğu netleşmiştir (Bernheim, 2020).

Bu araştırmanın yapıldığı tarihteki veriler doğrultusunda dünya çapında beş milyondan fazla enfeksiyona neden oldu. Şu anda Türkiye'de sağlık bakanının açıklamaları doğrultusunda 160.000'den fazla teyit edilmiş vaka ve virüs testlerini bekleyen binlerce insan var olduğu bilinmektedir.

Dünya Sağlık Örgütü 30 Ocak 2020'de küresel bir sağlık acil durumu ilan etti (Bernheim, 2020). 11 Mart 2020'de ise Dünya Sağlık Örgütü (WHO) covid-19virüs (Covid-19) salgınını resmi olarak ilan etti (Ghebreyesus, 2020).

Covid-19, küresel olarak yüz binlerce insan hayatına mal oldu diğer yandan sağlık çalışanları için zorlu süreçlere sebep oldu. Solunum (öksürme veya

hapşırma gibi semptomları olan kişi) enfeksiyonları farklı boyutlardaki damlacıklar yoluyla bulaşabilmektedir. Damlacık yoluyla iletimi ise bir kişi bu solunum semptomlarını bir metre içinde olan biriyle yakın temasta olduğunda ortaya çıkmaktadır. Bu damlacıklar genellikle 5 μ m'den büyük parçacıklar olarak kabul edilirler. Covid-19 virüsü, enfekte olmuş kişiyle doğrudan temas ve yakın çevredeki yüzeyle veya enfekte olmuş kişi tarafından kullanılan nesne ile dolaylı temas yoluyla bulaştığı bilinmektedir (Rampratap,2020).

Türkiye'de ise Covid-19 virüsü salgını 11 Mart 2020'de ilk vaka ile resmen açıklanmıştır. Bu ilk vakanın açıklanması ile birlikte bir hafta yoğun bir şekilde perakende sektörüne yönelik alışveriş yönelmesi olmuştur.

Büyük market zincirleri bu haftayla ilgili olarak siparişlerde yüzde 80'lik bir artış olduğunu açıklamıştır. Yapılan bir diğer açıklamada “Kuru gıda, taze et ürünleri, temizlik malzemeleri, meyve-sebze, kişisel bakım ve hijyen ürünlerinin en çok talep edilen mallar” olduğu bildirilmiştir (Üçhisarlı, 2020).

Covit-19 gibi özel kriz zamanlarında sosyo-ekonomik hatta sosyo-kültürel değişkenler çeşitli şekillerde etkilenmektedir. Virüs bulaşmasına karşı sınırlı işgücü ile çalışılması, üretimin azalması, ihracat ve ithalatın durması, kara-deniz-hava ulaşımının sınırlandırılması, sosyal mesafenin artırılması, karantina gibi önlemler Gayri Safi Yurt İçi Hasılanın (GSYİH) en önemli terimi olan tüketimi fevkalade etkilemektedir.

Son gelişmeler göstermektedir ki devletler olayın başında gelişmeleri izlenmekte, gerekli tedbirler almakta, daha sonra da piyasayı hareketlendirmeye, piyasaya para arzını artırıp ticareti canlandırmaya, üretime devam etmeye ve işsizliği azaltmaya çalışmaktadır.

Tüketicinin tasarruf, otomobil, beyaz eşya, emlak, turistik gezi gibi harcamaları önemli ölçüde azalmaktadır. Bütün bu gelişmelerde tüketicinin istikrarlı döneme göre davranışları değişmiştir; günlük yiyecek içecek, hijyen materyalleri ve karantina dönemi ihtiyaçları öne çıkmıştır.

Tüketicinin davranışları makro ekonomide ülkenin GSYİH değeri içine gömülüdür. GSYİH kapsamında gelir, gider, para talebi, para arzı, yatırım, üretim, harcama gibi değerler incelenebilmekte; bunların geçmiş durumları değerlendirilerek geleceğe ait bazı tahminlerde bulunulmaya çalışılmaktadır. Y = Nominal GSYİH, C = Tüketim, I = (Brüt Özel) Yatırım, G = Devlet Harcamaları, X = İhracat, M = İthalat şeklinde gösterilirse nominal GSYİH için

$$Y = C + I + G + (X - M) \quad (3.1)$$

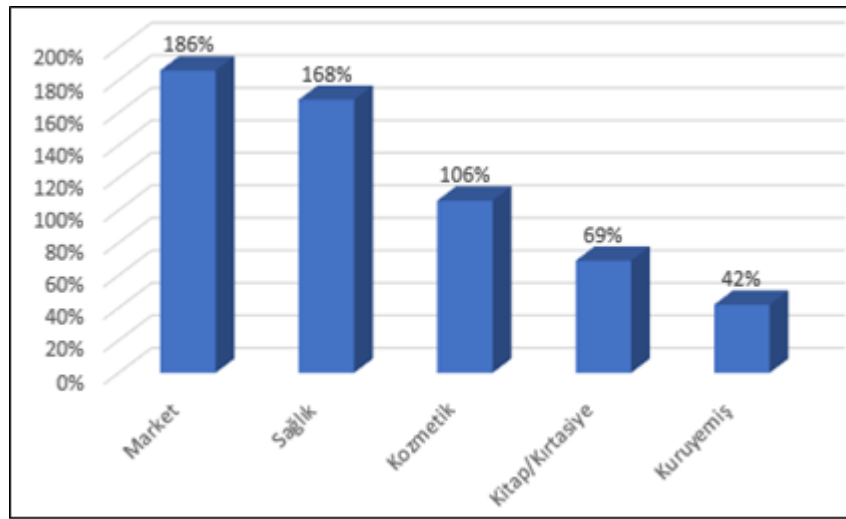
yazılabilmektedir. Para arzı ve devlet harcamaları için sabit değerler alınarak istikrar halinde (kararlı halde) “nominal GSYİH tüketim, yatırım ve faiz” değişkenlerinin zamana bağlı olarak ulaştığı değerler bulunmaya çalışılır. Bu denklemde işgücünün üretime katılımını gösteren açık bir değişken veya parametre yoktur; hasıla (ulusal katma değer) içerisinde kapalı olarak bulunmaktadır. Diğer taraftan zamana bağlı incelenen GSYİH değerlendirmeleri yıl veya çeyrek dönemlerde yapılmaktadır. Çok ani gelişen olaylar halinde GSYİH'daki değişkenler dinamik davranışlara geçmektedir. Dolayısıyla özel durumlarda dinamik davranışları analiz etmek gerekmektedir.

3.1 Covid-19 ile Çevrimiçi (Online) Satış

Covid-19 virüs tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Bu süreçten etkilenen alanlardan birisi de online satışlardır. Covid-19 virüs ile birlikte satışlarında olumlu ve olumsuz etkilenen alanlar olmuştur. Halk, virüsün kendilerine bulaşma ihtimalini düşürmek amacıyla market alışverişlerini online üzerinden yapmaya özen göstermiştir. Iyzico'nun araştırması göz önünde bulundurulduğunda, halka evde kalma zorunluluğu getirilmesiyle birlikte sektörlerin ve tüketim alışkanlıklarının normal süreçte yaşanan harcamaların çok dışında olduğu görülmüştür. Temel ihtiyaçların dışında evde uzun zamanlar geçirebilmek adına günlük yaşamı oldukça verimli geçirebilmek adına olumlu etkileyen ve zamanı değerlendirmenin en keyifli yolu olan kitap alışverişleri olmuştur. Kitap alışverişi %32 oranında arttığı görülmüştür ve sepetteki ortalama ücreti 80 TL olarak kayıtlara geçmiştir. Diğer yandan eğlencenin diğer

anlayışı kutu oyunlarda satın almada %46 ile artış göstermiştir. Evde kalınma ile birlikte seyahat satın almalarında %39'luk gerileme olmuştur. Karantinanın resmi olarak halka duyurulması ile birlikte ilk hafta da araç kiralama işlemlerinde %56'luk düşüş gerçekleştiği görülmüştür (Ulukan, 2020).

PayTR'nin Mart ayı itibari ile online satış verileri incelendiğinde % 186 oranında market alışverişi arttığı görülmektedir. Şekil 3.1'de detaylı şekilde gösterilmiştir. Bu oranlarla görüldüğü gibi haftada bir kez yüz yüze yapılan market alışverişleri haftada 3'e çıkararak online satışa dönüşmüştür.



Şekil 3. 1 Online harcama tutarındaki değişim, (Muradoğlu, 2020)

Salgından korunmak amacıyla evde kalınan günlerde halkın online alışveriş tercihini fırsata çevirmek isteyen birtakım kuruluşlarında olduğu görülmüştür. Gerçekliği kanıtlanmamış, sahte internet siteleri ve sosyal medya hesapları kullanıldığı görülmüştür. Bu görülen durumlar sonrasında, vatandaşların dikkat etmesi gereken konular ortaya çıkmıştır. Ürün satın almadan önce fiyat karşılaştırmalarını sağlayan sitelere özellikle başvurmaları önem kazanmıştır. Kullanılan tarayıcılardaki adres çubuğunda yer alan Güvenli Giriş Katmanı (SSL) sertifikasındaki yeşil bara dikkat ederek alışveriş yapmaları haber kaynakları üzerinden duyurulmuştur. Özellikle kredi kartı ödemelerinde "3D Secure" yöntemini kullanan firmaları tercih ederek bu tarz maddi zararların önüne geçilmesi gerekmektedir (Anadolu Ajansı, 2020).

App Store kayıtlı olan ve çevrimiçi-online sipariş alan uygulamalar Çizelge 3.1 de verilmiştir. Bu market zincirlerinin sanal market uygulamaları indirilmiş, 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde bazı güvenli olduğu bildirilen marketler incelemeye alınmış ve yapılacak siparişin teslimat günü yoğunluk sebebi ile dört gün içinde seçilememiştir.

Çizelge 3. 1 App Store'a kayıtlı olan ve çevrimiçi-online sipariş alan bazı

A 101	Glovo	Metro Türkiye
10 Dakka	Gönder	Migros Hemen
Akakçe	Gün	Migros Sanal Market
BİM	Happy	Migros Tam Bana Göre
CarrefourSa	İste Gelsin	Onur Market
Cepte Şok	Macro Center	Yanbakkal Sanal Market
Getir	Marketsenin.com	

3.2 Covid-19 ve Sonrası Etkileri

Covid-19'un dünya üzerinde etkisi gün geçtikçe artması sonucunda dünya düzeninde değişiklikler başlamıştır. Ekonomik, sosyal, teknoloji, politika gibi konularda değişiklikler yaşanmaya başlanmış ve birçok sektör, daha önce deneyimlenmemiş sorunlar ile karşı karşıya kalmıştır. Bununla birlikte, insanların yaşam standartlarında ve alışkanlıklarında önemli değişiklikler gözlemlenmiş, örgütlerin işleyiş biçimlerinde büyük farklılıklar meydana gelmiştir (Ekmekçi, 2020).

3.2.1 Covid-19'un sosyal etkileri

Salgının başlangıcı ile birlikte halkta yiyecek ve temizlik ürünlerine ulaşma kaygısı çok şiddetli bir şekilde yaşanmıştır. Temel ihtiyaçlar haline gelen sağlık malzemesi yanında temel gıda, sağlıklı gıda, ev-ofis ekipmanları vb. olan ürünlere oldukça talep artışı olmuştur.

İşten çıkarılma, maaşını alamama gibi durumlarla karşı karşıya gelen kişilerin alım gücü oldukça düşmüştür. Ürünler içerisinde lüks kategorisindeki ve yüksek yatırım gerektiren ürünlerin tüketimi bu durumla birlikte azalacağı öngörülmektedir.

Salgın resmi olarak bildirildiğinde halk marketlere yönelerek kolonya, eldiven ve çeşitli yiyecek ürünlerini ihtiyaçlarından fazla almışlardır. Covid-19 ile birlikte stoklama kültürünün yaygınlaştığı görülmektedir. Toplumlarda yeni küresel krizlerin oluşabileceği endişeleri oluşmakta, bunun sonucu bir korunma tepkisi olarak stoklama, yüksek adetlerde satın almalar görülmektedir.

Ülkelerde turizm, şehirlerarası ve uluslararası ulaşım, restoran, kafe, alışveriş merkezi (AVM), vb. ortamlardaki faaliyetler bir süreliğine durdurulmakta; daha sonraki gözlem ve bulgulara göre kısıtlamalar kontrollü ve kademeli bir şekilde kaldırılmaktadır.

En önemli alışveriş ortamı olarak kullanılan AVM ve kalabalık mağazalar yerine, başlangıçta karantina veya dışarıya çıkma kısıtlamaları nedeniyle başlayan çevrimiçi (online) alışveriş artık alışkanlık haline gelmektedir. Büyük markalar bu süreç içinde çevrimiçi satışlarda büyük kampanyalar yaparak evde kalmak zorunda olan kişileri alışverişe yönlendirerek süreci kendileri için doğru bir şekilde yönlendirmektedir.

Hijyen kültüründe değişiklikler olmaktadır. Başta el yıkama tekniklerini içeren videolar yardımı ile bireyler el temizliğinin önemini kavramaktadır. Mevcut alışkanlıklar değiştirilerek hijyen ve temizlik kültürü ciddiye alınarak uygulanmaktadır. Hijyen malzemesi alımı ve kullanımı evde kalınmanın etkisiyle artış göstermektedir. İş hayatına kesin dönüş yapılması ile birlikte kişilerin kurumlardan daha gelişmiş temizlik ve sağlık önlemleri bekleyeceği tahmin edilmektedir. Kişiler, iş- sosyal yaşam- sağlık dengesine fazlasıyla önem vermeye başlayacaktır.

Sağlık konusunda daha meraklı hale gelecek olan toplum sağlık okur yazarlığı konusunda kendini daha çok geliştirecektir. Bireyler aileleri için sağlık araştırmalarına başlayacak ve konuyla alakalı haberler ile daha fazla erişim talebi göstereceklerdir. Sağlıkla ilgili aşırı hassasiyet oluşan toplumda yeni sağlık problemleri oluşması kaçınılmaz olacaktır.

Salgın ilk ortaya çıktığında abartı şekilde yıkanan ve dezenfekte edilen ellerde egzama olduğu birçok kişide görülmüştür. Bir başka örnek vermek gerekirse; ailelerin korunmak adına kendilerini karantinaya almasıyla birlikte hareketsiz hayatlara başlanacak yani sosyal izolasyon oldukça artacaktır. Bu da birçok kişide sonradan çıkacak panik ataklara sebebiyet verebilecektir.

Sosyalleşme alışkanlıklarının süreç sonunda köklü olarak değişmesi beklenmektedir. Birden çok kişinin bir araya geldiği toplulukların spor, sanat, eğlence, iş dünyasına yönelik etkinliklere katılımın düşmesi konusunda insanların duyarlı olması sağlanmalıdır.

Katılım olması durumunda ise koşulları oldukça fazla olmalıdır. Örneğin girişlerde sağlık taramaları yapılarak, ek hijyen uygulamaları gibi önlemler artarak olabilecek bir enfeksiyon minimuma indirilmelidir. Evlerde yapılabilecek etkinlikleri ise küçük gruplar halinde katılımın az olacağı şeklinde düzenlenmesi uygun olacaktır.

Covid-19 ile birlikte hayatımıza giren kavramlardan biri de sosyal mesafedir. Özel alan, mahremiyet konuları oldukça önem kazanmıştır. Market alışverişlerinde, banka kuyruklarında vb. alanlarda fiziksel mesafeler belli kurallar çerçevesinde olacak ve bunun sonucunda kişiler arası ilişkilerde şüphecilik artacaktır.

Kişiler aileleri ve kendileri adına özel alanlarını oluşturarak koruma hassasiyetlerini arttıracaktır. Kişisel veriler sağlık tedbirleri açısından kullanıma açılacaktır. Bununla birlikte mahremiyet ihlali vakaları çoğalması beklenmektedir.

Aile büyükleri hastalık sürecinde en zayıf halka olma sebebi ile fiziksel etkileşimleri minimuma indirilmiştir. İletişim cep telefonu gibi teknolojik araçlar ile sağlanmıştır. Akıllı telefon kullanmayan aile büyüklerine bile bu süreçte akıllı telefona geçiş yapılmıştır. Uzun süreli karantina sonrasında aile üyeleri arasında anlaşmazlıklar ve boşanmaların olacağı öngörülmektedir.

Salgın ile birlikte en çok etkileşimde olan sektörlerden biri olan eğitim sektörüne ara verilmiştir. Hem eğitim alanında hem akademide hem de kurumsal eğitimlerde, online platformlarda eğitimlere başlanmıştır. İçeriklere olan ilgi artmış, geleneksel eğitimle birbirini tamamlayabildiği görülmüştür.

Mart ayı itibari ile eğitimde 2020 yılında kaybedilen zaman, online derslerle ve ödev içerikleriyle öğretmenlerin takibi ile telafi edilmiştir. Sıra ve sınıf kavramı yıkılarak mekândan bağımsız eğitim ve öğrenme kültürü oluşmaya başlamıştır.

3.2.2 Covid-19'un ekonomiye etkileri

Bu kriz döneminde belirli sektörlerde talep artarken belirli sektörlerde de talebin azaldığı olduğu görülmektedir. Çizelge 5.1'de salgın sürecinde olumlu / olumsuz etkilenen sektörlerde örnek verilmiştir.

Çizelge 4. 1 Salgın Sürecinde Olumlu / Olumsuz Etkilenen Sektörler

Salgın Süresince ve Kısa Dönemde Olumlu Etkilenen Bazı Sektörler	Salgın Süresince Kısa Dönemde Olumsuz Etkilenen Bazı Sektörler
Süpermarketler	Sağlık Hizmetleri
Temizlik Malzemeleri	Turizm
Sağlık Malzemeleri	Şehir içi, Şehirlerarası, Uluslararası Yolcu Taşımacılığı
Biyokimya Endüstrisi	Cafe – Restaurantlar, Catering Sektörü
Çevre Hizmetleri	AVM'ler – Mağazacılık
Koruyucu Maske, Tulum ve Elbiseler	Moda endüstrisi
Eczaneler, İlaç Sektörü	Eğlence ve Etkinlik Sektörü, (Spor, Sanat, Kongre, Konferans, Fuarçılık, Sinema ve Tiyatrolar vs.)
Laboratuvarlar	İnşaat
Lojistik	Mobilya
Ev-Ofis teknolojileri	Beyaz Eşya
Notebook, bilgisayar aksesuarları	Cep telefonu
Ev elektroniği	Otomotiv (ana sanayi ve parça tedariki),
Ev spor aletleri	Lojistik
Hobi malzemeleri	Bankacılık
Tarım	Akaryakıt
Konserve ve Paket Gıda	Kuaförler, Güzellik Salonları, Düğün Salonları, Fitness Salonları,
E-Danışmanlık Sektörü	Paylaşım ve kiralama hizmetleri

3.2.3 Covid-19'un teknolojiye etkileri

Olağanüstü üstü durumlar belirli dönemler ile yaşanmaya devam etmektedir. Bu tarz salgın hastalık gibi küresel krizlere sebep olan durumlarda yaşanan bireyler arasındaki iletişimi ve davranışları analiz etmek istenecektir.

Elde edilen verileri kullanmak ve analiz etmek adına veri analitiğinin önemi kavranmış ve önemi artmıştır. Zamanla veri hacminin arttığı, çeşitlendiği görülmektedir. Veri analitiğini yapabilecek insan kaynağına olan talep artacak yeni bir çalışma alanı oluşmuş olacaktır.

Kuantum- Süper bilgisayarlar gibi özel bilgisayarlar ile daha hızlı işlemler yapabilmek adına özellikle sağlık sektöründe ve güvenlik sektörlerinde önemi oldukça artacak hatta zorunlu hale gelecektir.

Salgın ile birlikte mekândan bağımsız çalışma ortamına girilmesi ile birlikte internet bağlantı hızı önem kazandı. Alt yapının kuvvetlendirilmesi ve buna ters orantılı olması istenen maliyetinin ise azaltılması adına çalışmaların yapılması gerekmektedir.

Mekan bağımsız çalışmaya geçilmesiyle birlikte dijital ve online toplantılarda yazılımlardaki olabilecek gizlilik ve güvenlik açıklarına siber saldırıların olması yaşanacak sorunlardandır. Bu tarz siber saldırılar kurumsal ve kişisel ayırt etmeksizin tüm internete bağlı cihazlara yapılabilmektedir. Artan siber saldırı tehditlerine karşı önemli güvenlik çalışmaları yapılacaktır.

İnsandan iş gücünü almak adına robot, yapay zeka gibi teknolojilerin iş hayatına tam olarak girmesi, fabrikalarda ve üretimde kullanılması istenecektir. İş hayatı dışında günlük yaşamda, evlerde robotların kullanımı yaygınlaşacaktır. Özellikle robotların olağanüstü durumlarda etkili kullanılması gerekmektedir.

Deprem, yangın, arama kurtarma vb. durumlarda robotların kullanımı artacaktır.

3.2.4 Covid-19'un kısa süreli etkileri

Covid-19 salgınının ekonomik dalgaları, hayvancılık sektörlerine doğrudan zarar veren SARS, kuş gribi ve MERS gibi önceki pandemilerden oldukça düzensiz olabilir ve bu da etkilenen bölgelerde gıda kıtlığı ve gıda fiyatı artışlarına yol açar. Bu dört aylık süre boyunca, ilk virüs vakasının salgından kaynaklanan ciddi gıda kıtlığı meydana gelmediğini doğrulanmıştır. Aksine, hastalık ve ölüm oranı, 1918'deki İspanyol gribi gibi salgınlara kıyasla oldukça düşüktür; COVID 19, bağışıklığı zayıf olan yaşlı insanlar için oldukça savunmasızdır, çoğunluğu işgücünde değildir. Bununla birlikte, ülkelerin sağlık giderleri son derece artmış ve imalat ve hizmet sektörlerindeki aktif iş gücü azalmıştır.

Bu ölümcül virüsün kadınlar üzerindeki etkisi birçok kişi tarafından unutuluyor. Enfekte kadınların sayısı erkeklere göre daha düşüktür. Bununla birlikte, dünyadaki kadınların çoğu düşük ücretli pozisyonlarda, kayıt dışı ekonomi veya daha düşük korumaya sahip tarım işlerinde çalışmaktadır. Ne yazık ki, bu sektörler en kötü şekilde vuruldu; milyonlarca insan yoksulluk içinde. Öte yandan, kadınlar ve kızlar işgücüne katılım türleriyle önemli bir enfeksiyon riskiyle karşı karşıyadır; yani kadınlar küresel sağlık ve sosyal işgücünün yüzde 70'inden fazlasını oluşturmaktadır.

Küresel ekonomide önemli bir etki, birçok ülkede sosyal uzaklaşma ve karantina kararlarıyla görülebilir. Yeme-içme mekanlarının kapatılması, seyahat kısıtlamaları, müşteri hizmetleri operasyonları ve dışarıdaki toplantılar üzerindeki kısıtlamalar ekonomideki zenginlik dolaşımını azaltmıştır.

Tarım sektörü birçok ülkede sürekli faaliyet göstermektedir; bununla birlikte, üretkenlik, virüs öncesi durumdaki gibi değildir. İşçiler işlerini gerçekleştiremedikleri için işgücü verimliliği üzerinde gözle görülür bir düşüş var, bu da işçilerin 2020'de işgücü verimliliğinde ortalama % 1,4 düşüş ve işgücü arzında % 1,4'lük bir düşüş anlamına geliyor.

Daha sonra, tedarik zincirindeki kesintiler, üretimin düşmesine neden olabilecek yeterli girdi ve hizmetlerin sağlanmasında güçlük çekmektedir. Firmalar işgücü küçültme politikalarını genişletmiş ve görünmeyen kâr nedeniyle aylık ücretleri düşürmüştür. Yabancı havale ve ihracat geliri gibi en az gelişmiş ülkelerin döviz kaynakları önemli ölçüde azalmıştır. Gelir getirme olasılıklarının çoğu beklemede. Bu, ülkelerdeki gelir, ücretler ve kilit emtia fiyatlarını olumsuz etkileyecektir (Ranasinghe, 2020).

Ekonominin kayıt dışı sektörü pek çok sektörde faaliyet göstermemektedir. Bu hane halkı gelirinin azalmasına yol açmış ve tüketim kalıplarına duyarlılık getirmesi, emtia fiyatlarının düşmesine neden olacaktır (Ranasinghe, 2018).

3.2.5 Covid-19'un uzun süreli etkileri

Covid-19 gelişmekte olan ekonomilerde bebek ve anne ölümleri, yetersiz beslenme ve eğitim başarısı gibi parasal olmayan göstergeleri ciddi şekilde vuracaktır. Kentsel hizmet sektörlerindeki işgücüne olan talebin azalması, çalışanları tarım sektörüne dönmeye zorlayabilir ve yerli gıda üretiminin artırılmasına önemli ölçüde katkıda bulunacaktır. Yine de bireysel gelir daha düşük kalabilir.

Dünya Gıda Programı (WFP), geçen yılki toplamı neredeyse iki katına çıkaran Covid-19'un 265 milyon insanın akut gıda güvensizliğine itilebileceği konusunda uyardı. Dünyanın 2019'da karşılaştığı en ciddi zorluklar gıda güvensizliği (77 milyon), iklim değişikliği (34 milyon) ve ekonomik krizler (24 milyon kişi); covid-19virüs bu krizleri ciddi şekilde karmaşıktırdı.

Firmalardaki operasyonların çoğu dijitalleştirilmiş platformlara dönüştürülecektir ve sosyal mesafeyi sürdürme gereği olarak “evden çalışma” teşvik edilen sanal operasyonlar maliyeti düşürecektir. Bu aynı zamanda temizlik, güvenlik, ulaşım, elektrik gibi tesislerin işletmelerde kullanımını azaltmasında etkili olacaktır.

Tedarik zincirinin dikkati dağılması nedeniyle ithal hammadde kıtlığı (Çin'den) en az gelişmiş ülkeleri etkileyecektir. Seyahat ve turizm sektörü, virüs enfeksiyonu tehdidi nedeniyle önümüzdeki birkaç yıl boyunca ciddi bir şekilde mücadele edecektir.

UNESCO, 1,25 milyar civarında öğrencinin etkilendiğini ve SKH (Kaliteli Eğitim) ulaşmada ciddi bir zorluk yarattığını tahmin etmektedir; ve Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), kayıt dışı istihdamda bulunanların çoğunun sosyal koruma eksikliğinden muzdarip olduğu yaklaşık 25 milyon kişinin işini kaybedebileceğini tahmin ediyor. Azalan ithalat ile birçok endüstri kısa vadede ve uzun vadede etkilenmektedir. Ancak ülkeler mevcut kaynakları kullanarak kendi malzemelerini üretmeye başlayacaklar. Hükümetler bu sektörleri korumalı ve gerekli desteklerle buluşları ve yenilikleri artırmayı teşvik etmelidir (Ranasinghe, 2020).

4 REGRESYON ANALİZİ

Regresyon analizi 19. Yüzyılda Francis Galton tarafından ortaya atılmıştır. Regresyon analizindeki ilk amaç kalıtım araştırması olmuştur. Bir aile içindeki anne ve babanın boy ölçümleri ile doğan çocukların boyları arasındaki bağlantıyı bulmak amacıyla çalışmalar başlamıştır. Daha sonrasında Udny Yüle ve Karl Pearson regresyon analizi üzerinde daha kapsamlı çalışmalar yürütmüşlerdir (Yule vd.,1897).

Regresyon analizi, sebep-sonuç ilişkisi barındırması mümkün her durum için iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkiyi saptamak ve bu ilişkiyi ile alakalı tahminler de bulunmak amacıyla yapılmaktadır.

Regresyon analizinde birden fazla değişkenler arasındaki ilişkiyi ölçmek için kullanılan analiz metodudur. Analiz esnasında tek bir değişken kullanılarak analiz yapılacak ise tek değişkenli regresyon olarak adlandırılır. Fakat birden fazla değişken kullanılacak ise çok değişkenli regresyon analizi olarak adlandırılmaktadır.

4.1 Tek Değişkenli Regresyon Analizi

Tek değişkenli regresyon analizi bir bağımlı değişken ve bir bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Bu analizde bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki doğrusal ilişkiyi göstermeyi amaçlayan bir doğru denklemi formüle edilerek analiz edilmektedir.

Gerçek veri setlerini incelemek adına tablo haline getirilmektedir. Tablo haline gelen verilerin incelenmesi sonucunda elde edilen bu verileri temsil edecek anlamlandırarak matematiksel bir fonksiyon elde edilmeye çalışılmaktadır. Fakat elde edilen bu fonksiyon verileri tam olarak ifade etmekte yeterli olmamaktadır. Elde var olan veri tablosuna en yakın olacağı düşünülen bir fonksiyon seçilir.

Örnek üzerinden detaylı anlatmak gerekirse herhangi bir çalışmanın sonucunda $x = 1, 2, \dots, n$ için (x_i, y_i) verileri elde edilsin. Elde edilen her bir y_i nin x_i ye bağlı olarak değiştiği varsayılmaktadır. (x_i, y_i) Bu noktaları herhangi bir düzlem üzerinde var olan noktalar olarak düşünelim. Genellikle bu elde edilen noktalar düzgün bir eğri üzerinde durmamaktadır.

Ancak, yapılan ölçümlerde hata olması düşünülerek eşitliklerin sağlanmadığı bilinmektedir. Her $x = 1, 2, \dots, n$ için $y_i = f(x_i)$ olarak kabul edilir, daha sonra y_i değeri $f(x_i)$ için yaklaşık değer kabul edilir. Bulunan yaklaşık değer için hatanın minimum olduğu f fonksiyonu belirlenir. Sonrasında f fonksiyonunun birtakım parametrelere bağlı bir ifadesi bulunduğu düşünülerek elde var olan verilerin yardımı ile parametre değerleri belirlenir. f fonksiyonu iki çeşit olabilir. Birincisi doğrusal bir fonksiyon diğeri ise ikinci dereceden bir fonksiyondur.

$y = f(x) = ax + b$ doğrusal denklemi ifade etmektedir.

$y = f(x) = ax^2 + bx + c$ ise ikinci derecen bir denklemi ifade etmektedir.

Belirlemek istenilen değişkenler ise bu denklemdeki a, b ve c değerleridir.

Yapılacak olan hata değeri hesaplaması için kurulacak denklem ise $y_i - f(x_i)$ olur.

Yıllara göre bağımsız değişken değeri (X), satış miktarlarına bağlı olarak değişiklik gösteren bağımlı değişken (Y) durumundadır. Fonksiyon çeşitleri arasında tiplerine göre normal denklemler olarak bilinen aşağıda gösterilmiş değerlerdir

$a, b, \dots$ katsayıları normal denklemler sonucu bulunmaktadır.

Doğrusal Fonksiyona ilişkin Normal Denklemler

$$\sum Y_t = n \cdot a + b \sum X_t \quad (4.1)$$

$$\sum X_t \cdot Y_t = a \sum X_t + b \sum X_t^2 \quad (4.2)$$

Parabolik Fonksiyona ilişkin Normal Denklemler

$$\sum Y_t = n \cdot a + b \sum X_t + c \sum X_t^2 \quad (4.3)$$

$$\sum X_t \cdot Y_t = a \sum X_t + b \sum X_t^2 + c \cdot \sum X_t^3 \quad (4.4)$$

$$\sum X_t^2 \cdot Y_t = a \sum X_t^2 + b \sum X_t^3 + c \cdot \sum X_t^4 \quad (4.5)$$

Değerlerin açıklamaları ise;

X_t = Yılları

Y_t =Satış Miktarlarını

n = Gözlem değeri (veri miktarı)

Teorik değerler ve gerçek değerler arasında aşağıdaki bağıntı olmalıdır;

$$\sum Y_t = \sum Y_t^* \quad (4.6)$$

Gerçek değerler ile teorik değerler arasındaki farklara tahmin hataları denmektedir.

4.2 Çok Değişkenli Regresyon Analizi

Bir adet bağımlı değişkenin ve birden fazla bağımsız değişkenin ile işlem yapılan regresyon modellerine çok değişkenli regresyon analizi denir. Çok değişkenli regresyon analizinde açıklamaya çalışılan konu tam olarak bağımsız değişkenler aynı zamanda bağımlı değişken hakkında da bilgi vermektir. Çok değişkenli regresyon analizi yorumlama açısından ve aynı zamanda hesaplama yönünden de tek değişkenli regresyon analizine benzerlik göstermektedir. Benzerlikleri olduğu kadar da farklılıkları da söz konusudur. Mesela, örnek verilmek istenirse, tek değişkenli regresyon analizinde çoklu regresyon katsayısı R olarak alınmaktadır. R değeri, X değişkeni olan bağımlı değişkendeki değişim ile aynı anda ele alınan ve birden fazla Y değişkenleri olan bağımsız değişkendeki değişim arasındaki ilişkiyi ifade etmektedir. Daha anlaşılır ifade etmek gerekirse, bağımlı değişken ile birlikte ele alınan bir grup bağımsız değişkendeki değişimin ilişkisi ifade edilmektedir.

4.3 Hareketli Ortalama Değeri

Hareketli ortalama değeri ile yapılan analizde yeni gözlem değeri işlemler sonucu bulunduğunda ortalama hesabına bu yeni değeri ilave edilir. Daha sonra bir önceki ortalamaya dahil edilen en eski tarihli değeri hesaptan çıkarır. Sonuç olarak da en sonda bulunacak olan k dönemin gözlem değerlerinin ortalaması öngörü değeri olarak alınarak işlemler yapılır.

İlgili formül şu şekildedir;

(4.7)

$$\hat{Y}_{t+1} = \frac{(Y_t + Y_{t-1} + Y_{t-2} + \dots + Y_{t+k-1})}{k}$$

5 UYGULAMA

Regresyon analizi yöntemleri kullanılarak kategori bazında tahminler gösterilmiştir. Var olan veriler ile hareketli ortalama, mevsimsellik ve trend analizi ve tahmin değerlerinin bulunacağı işlemler yapılmıştır. 11-17 Mart 2019 ve 11-17 Mart 2020 verilerinin 12 kategorisini içerisinde barındıran grafik çıkarılmıştır. EK-C ' de grafik detayı bulunmaktadır.

Satış adetleri ve tahmin değerleri hesaplanarak yukarıdaki grafik sonuçları toplu olarak gözükmemektedir. Atıştırmalık kategorisinin 2019 verisine göre tahminde bulunulduğunda daha az olması beklenirken 2020 ayında daha arttığı tahmin sonuçları ile gözükmemektedir.

Yağ kategorisi ve baharat için geçen seneye göre tahmin yapıldığında ise tahmin ile var olan verilerin yakın olduğunu görülmektedir.. Temizlik ürünleri için ise tahmin değerlerinin geçen seneye göre fazla arttığını görülmektedir..

Meyveye olan talebinde geçen seneye göre yapılan tahminler sonucunda arttığını görülmektedir. Bakliyat ve kuru gıda da artışın her iki yıl içinde yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Her iyi yıl içinde talepler yüksek ve birbirlerine yakın olduğu görülmektedir.

Sebze, süt ve süt ürünleri,hazır gıda, unlu mamüller ve içeceklere olan talep covid-19 süreci ile birlikte artış gösterdiği tahminler sonucu da gözükmemektedir.

Bir de excel kullanılarak yapılan regresyon analizinde 12 adet kategori bazında teker teker grafikleri ele alınmıştır.

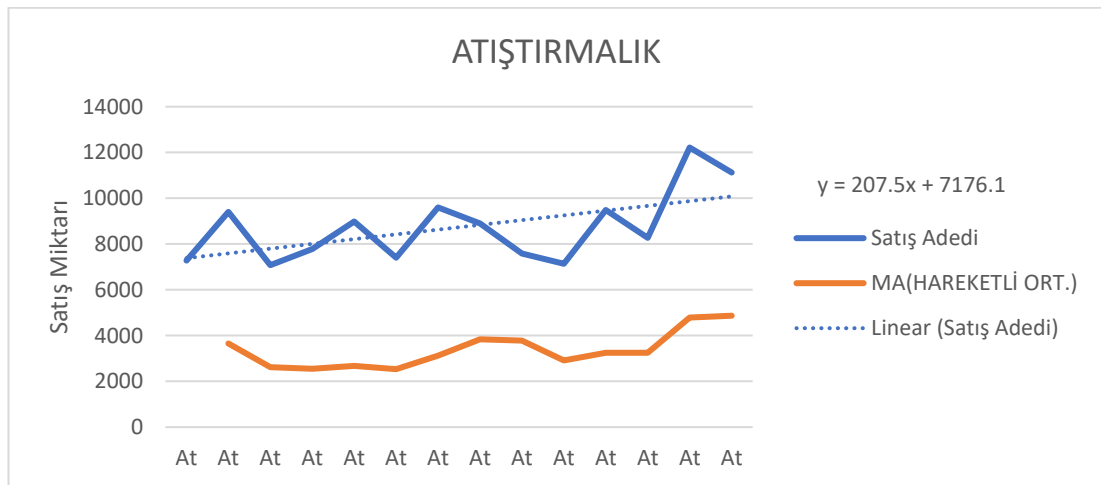
Bu kategoriler;

- 1.Atıştırmalık
- 2.Baharat
- 3.Bakliyat ve Kuru Gıda

- 4.Et Şarküteri
- 5.Hazır Gıda
- 6.İçecekler
7. Meyve
- 8.Sebze
9. Süt ve Kahvaltılık
- 10.Temizlik Ürünleri
- 11.Unlu Mamülleri
- 12.Yağ Grubu

Kategori bazlı regresyon analizi yapılarak Covid-19 öncesi ve Covid-19 sırasında müşterin market alışverişlerindeki değişimi gözlemleyerek ileriye dönük tahminlerde bulunulmuştur. Kategori bazında grafikler aşağıda yer verilmektedir.

5.1 Atıştırmalık



Şekil 7. 1 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde atıştırmalık bazında regresyon grafiği

Atıştırmalık kategorisindeki 3. Kez pik yaptığı nokta covid-19 virüs vakasının yayınlandığı gündür. Bu noktadan sonraki düşüş insanlardaki sokağa çıkma korkusunun var olduğunu göstermiştir. Daha sonrasında ise alışveriş talebi belli

aralıklarla artmıştır. Sokağa çıkma yasağı uygulandığı günlerde yine pik noktasına ulaştığı gözlemlenmiştir.

Çizelge 7. 1 Atıştırmalık kategorisi için regresyon tablosu

ÖZET ÇIKIŞI

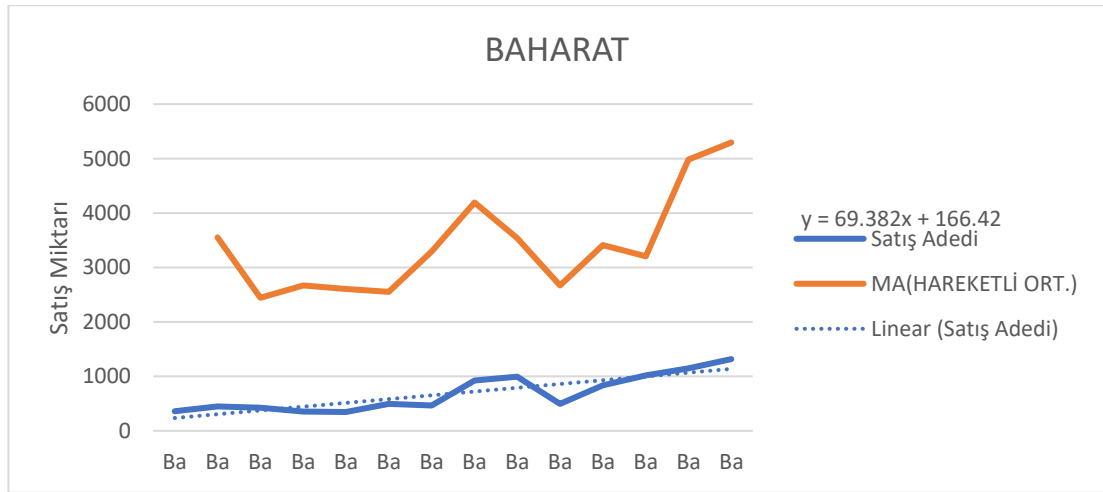
Regresyon İstatistikleri	
Çoklu R	0,508822176
R Kare	0,258900007
Ayarlı R Kare	0,19152728
Standart Hata	1399,229682
Gözlem	13

ANOVA

	df	SS	MS	F	Anlamlılık F
Regresyon	1	7523604,484	7523604,484	3,842801377	0,075774819
Fark	11	21536280,75	1957843,704		
Toplam	12	29059885,23			

	Katsayılar	Standart Hata	t Stat	P-değeri	Düşük %95	Yüksek %95	Düşük 95,0%	Yüksek 95,0%
Kesişim	7404,287546	830,8670848	8,911518679	2,30866E-06	5575,561422	9233,013669	5575,561422	9233,013669
1	16,94322344	8,643150383	1,96030645	0,075774819	-2,080222287	35,96666917	-2,080222287	35,96666917

5.2 Baharat



Şekil 7. 2 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde baharat bazında regresyon grafiği

Baharata olan talep artışı çok fazla olmamakla birlikte covid-19 sonrası artışa geçtiği analiz sonucu görülmektedir.

Çizelge 7. 2 Baharat kategorisi için regresyon tablosu

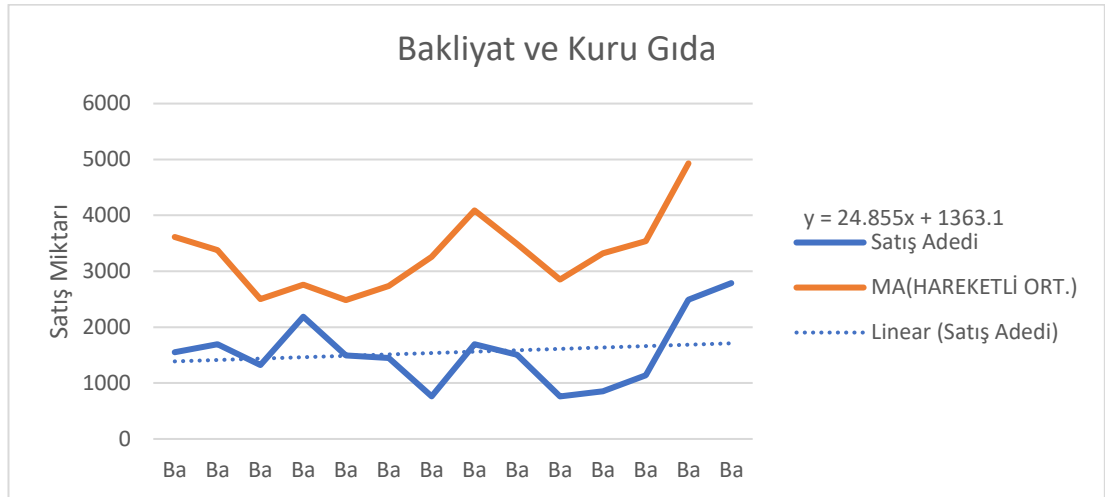
ÖZET ÇIKIŞI

Regresyon İstatistikleri	
Çoklu R	0,858170021
R Kare	0,736455785
Ayarlı R Kare	0,71249722
Standart Hata	180,1699553
Gözlem	13

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Anlamlılık F
Regresyon	1	997816	997816,352	30,73872681	0,000174254
Fark	11	357073	32461,2128		
Toplam	12	1354890			

	Katsayılar	Standart	t Stat	P-değeri	Düşük %95	Yüksek %95	Düşük 95,0%	Yüksek 95,0%
Kesişim	175,3351648	108,959	1,60919078	0,135874012	-64,48108299	415,1514127	-64,48108299	415,1514127
3	6,17032967	1,11292	5,54425169	0,000174254	3,720800898	8,619858443	3,720800898	8,619858443

5.3 Bakliyat ve Kuru Gıda



Şekil 7. 3 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde bakliyat ve kuru gıda bazında regresyon grafiği

Bakliyat ve kuru gıda alım miktarı analizi sonucunda covid-19 ile birlikte artış olduğu daha sonraki günlerde halktaki telaşın kısa süreliğine yavaşladığı gözükmemektedir. Sokağa çıkma yasağının etkilerini bu kategoride de görüyoruz. Hafta sonuna doğru alımın arttığını regresyon analizi ile görüyoruz.

Çizelge 7. 3 Bakliyat ve Kuru Gıda kategorisi için regresyon tablosu

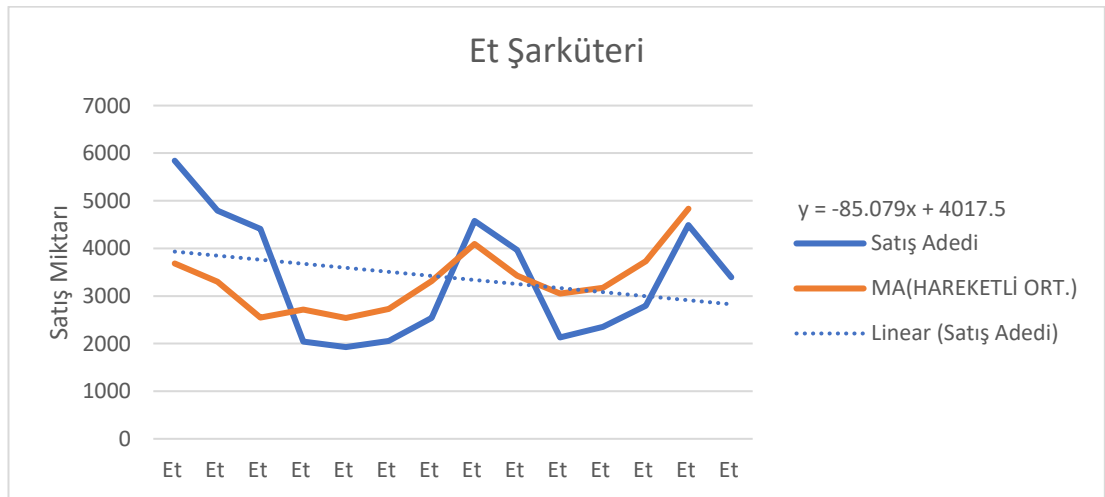
ÖZET ÇIKIŞI

Regresyon İstatistikleri	
Çoklu R	0,191215226
R Kare	0,036563262
Ayarlı R Kare	-0,051021895
Standart Hata	649,9156708
Gözlem	13

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Anlamlılık F
Regresyon	1	176330,9	176330,907	0,417459571	0,531455621
Fark	11	4646294	422390,379		
Toplam	12	4822625			

	Katsayılar	Standart Hata	t Stat	P-değeri	Düşük %95	Yüksek %95	Düşük 95,0%	Yüksek 95,0%
Kesişim	1318,530678	400,1914	3,29475044	0,007144235	437,7154218	2199,345933	437,7154218	2199,345933
5	2,593864469	4,01458	0,64611111	0,531455621	-6,24216556	11,4298945	-6,24216556	11,4298945

5.4 Et Şarküteri



Şekil 7. 4 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde et şarküteri bazında regresyon grafiği

Et şarküteri kategorisine olan talebin oldukça fazla olduğunu analiz sonucu görülmektedir. Covid-19 döneminde iki kez pik yapmış ve daha sonraki süreçte alımın azaldığını görülmektedir.

Çizelge 7. 4 Et Şarküteri kategorisi için regresyon tablosu

ÖZET ÇIKIŞI

Regresyon İstatistikleri

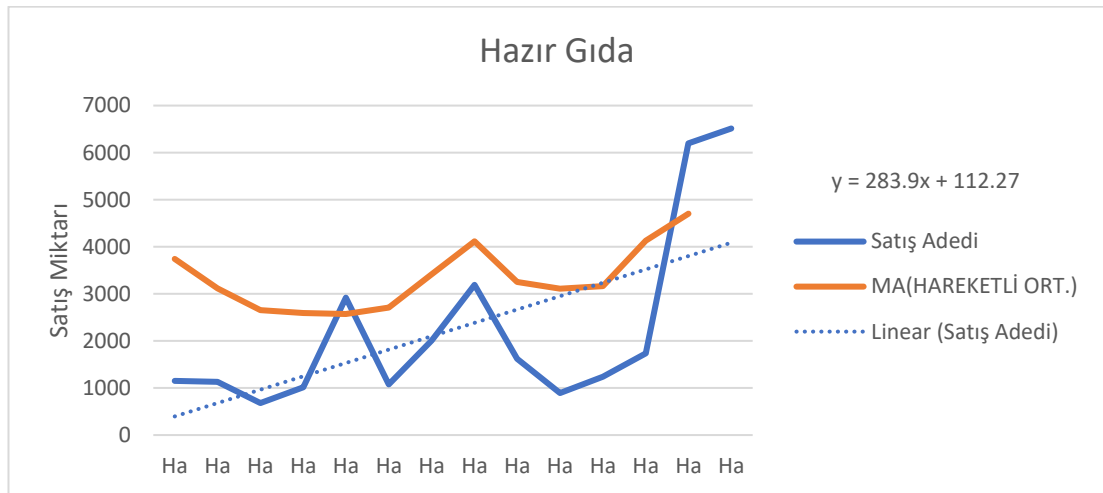
Çoklu R	0,0406742
R Kare	0,0016544
Ayarlı R K:	-0,089104
Standart H	1162,2786
Gözlem	13

ANOVA

	df	SS	MS	F	Anlamlılık F
Regresyon	1	24624,66484	24624,6648	0,018228455	0,89504059
Fark	11	14859806,26	1350891,48		
Toplam	12	14884430,92			

	Katsayılar	Standart Hata	t Stat	P-değeri	Düşük %95	Yüksek %95	Düşük 95,0%	Yüksek 95,0%
Kesişim	3278,1314	728,5320249	4,49963941	0,000901744	1674,643235	4881,61959	1674,64323	4881,619586
7	-0,969322	7,179484975	-0,1350128	0,89504059	-16,77126223	14,8326175	-16,771262	14,83261754

5.5 Hazır Gıda



Şekil 7. 5 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde hazır gıda bazında regresyon grafiği

Geçen yıllarda da mart aylarında kış mevsimi olması nedeniyle hazır gıdalara olan talebin fazla olduğunu görülmektedir.. Covid-19 ile birlikte talebin arttığını ve covid-19 süreci ilerledikçe bu artışın çok fazla olduğunu analiz sonucu görülmektedir..

Çizelge 7. 5 Hazır Gıda kategorisi için regresyon tablosu

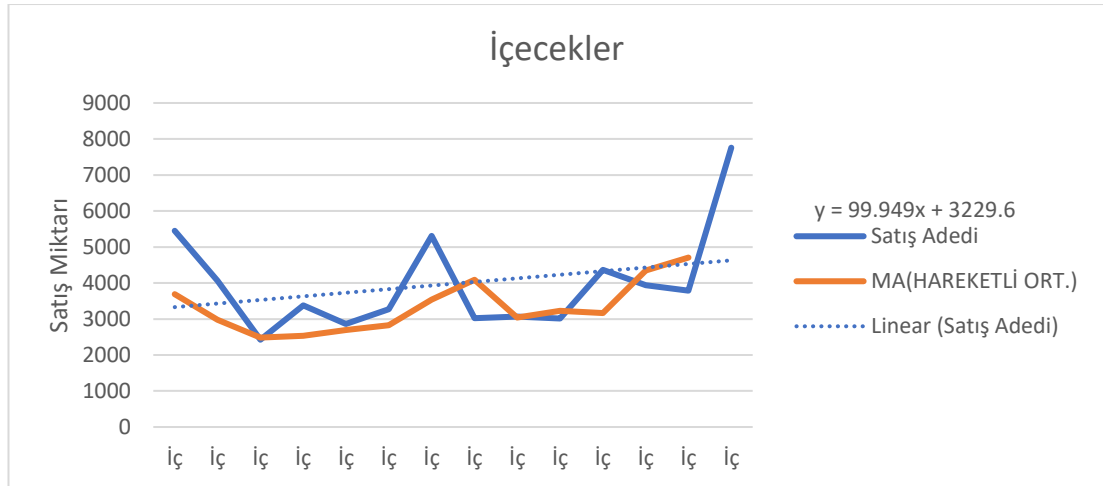
ÖZET ÇIKIŞI

Regresyon İstatistikleri	
Çoklu R	0,6280495
R Kare	0,3944461
Ayarlı R Kare	0,3393958
Standart Hata	1577,7101
Gözlem	13

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Anlamlılık F
Regresyon	1	17835366,35	17835366,4	7,165188393	0,021531414
Fark	11	27380861,34	2489169,21		
Toplam	12	45216227,69			

	Katsayılar	Standart Hata	t Stat	P-değeri	Düşük %95	Yüksek %95	Düşük 95,0%	Yüksek 95,0%
Kesişim	-100,9368	1006,446515	-0,1002903	0,921918407	-2316,11066	2114,23703	-2316,11066	2114,23703
9	26,086996	9,745637883	2,67678695	0,021531414	4,63699198	47,5370007	4,63699198	47,5370007

5.6 İçecekler



Şekil 7. 6 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde içecekler bazında regresyon grafiği

İçeceklerle olan talebin dönem dönem arttığını analiz sonucu görüyoruz. Fakat covid-19'nın ilerleyen süreci ile pik noktasına doğru gittiğini açık ara farkla görülmektedir.. Covid-19'nın birkaç günü durgunlaştığını bununda insanlarda temastan kaçmaya çalıştığı günler olarak düşünebiliriz.

Çizelge 7. 6 İçecekler kategorisi için regresyon tablosu

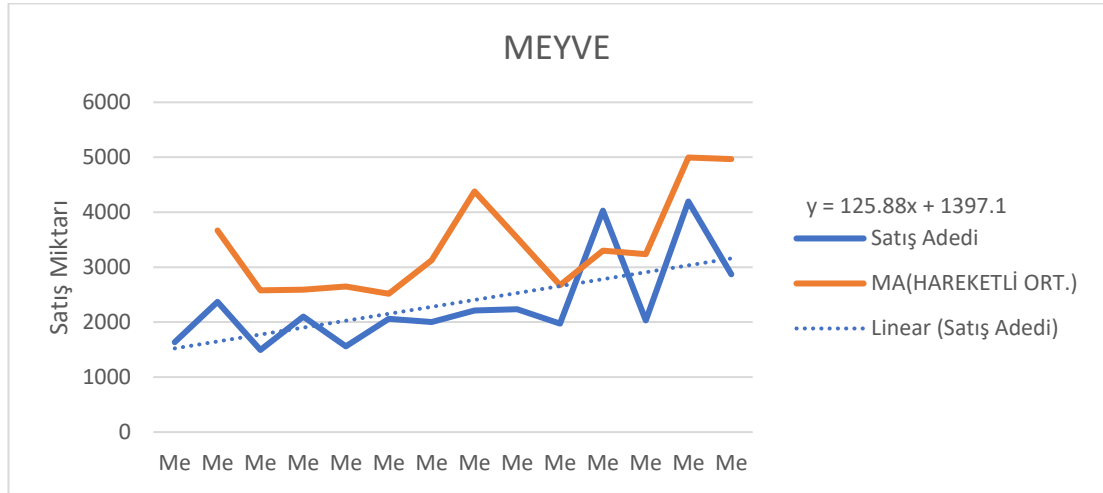
ÖZET ÇIKIŞI

Regresyon İstatistikleri	
Çoklu R	0,5071513
R Kare	0,2572024
Ayarlı R Kare	0,1896754
Standart Hata	1253,8647
Gözlem	13

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Anlamlılık F
Regresyon	1	5988231,698	5988231,7	3,808879699	0,07690309
Fark	11	17293943,07	1572176,64		
Toplam	12	23282174,77			

	Katsayılar	Standart Hata	t Stat	P-değeri	Düşük %95	Yüksek %95	Düşük 95,0%	Yüksek 95,0%
Kesişim	2430,3027	813,8379449	2,98622431	0,012380979	639,057416	4221,547895	639,0574162	4221,547895
11	15,115842	7,745219494	1,95163513	0,076903093	-1,9312707	32,16295566	-1,931270678	32,16295566

5.7 Meyve



Şekil 7. 7 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde meyve bazında regresyon grafiği

Covid-19 sürecinde meyve tüketiminin önemi sosyal medya kuruluşları üzerinden çok fazla duyurulmuştur. Halkın özellikle kış aylarında çok fazla olan C vitaminlerini tüketmeleri konusunda tavsiyelerde bulunulmuştur. Analizimiz sonucunda da talebin meyvelere karşı hep olduğunu görülmektedir..

Çizelge 7. 7 Meyve kategorisi için regresyon tablosu

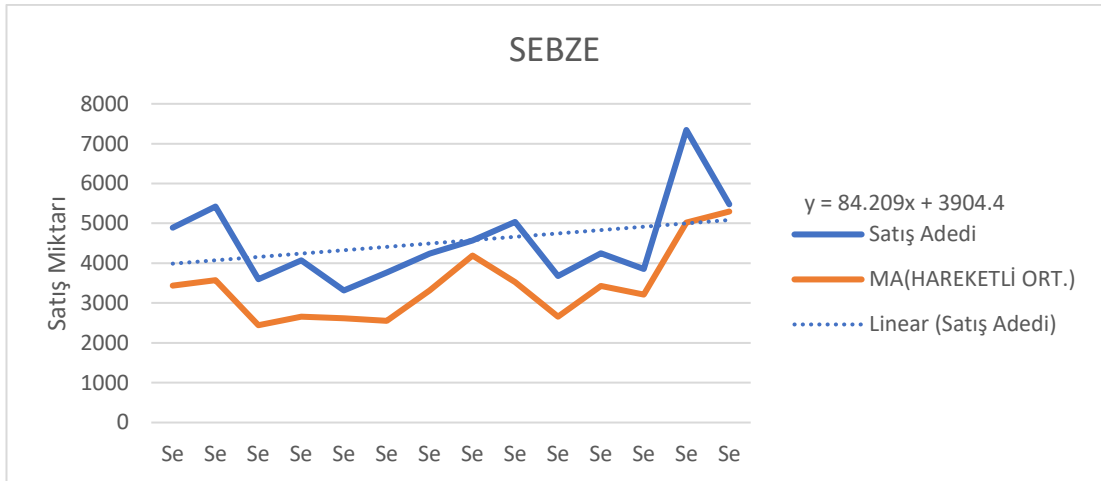
ÖZET ÇIKIŞI

Regresyon İstatistikleri	
Çoklu R	0,6066832
R Kare	0,3680645
Ayarlı R Kare	0,3106158
Standart Hata	693,90348
Gözlem	13

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Anlamlılık F
Regresyon	1	3084906,731	3084906,731	6,406840344	0,027915043
Fark	11	5296522,5	481502,0455		
Toplam	12	8381429,231			

	Katsayılar	Standart Hata	t Stat	P-değeri	Düşük %95	Yüksek %95	Düşük 95,0%	Yüksek 95,0%
Kesişim	1462,4936	415,8369602	3,516987978	0,004823939	547,2426114	2377,744568	547,2426114	2377,744568
2	10,849359	4,286295696	2,531173709	0,027915043	1,415285756	20,28343219	1,415285756	20,28343219

5.8 Sebze



Şekil 7. 8 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde sebze bazında regresyon grafiği

Sebze tüketiminin ağırlıklı olduğu bir bölge ait bir markettir. Analizler sonucu gördüklerimizde bunu onaylamaktadır. Sebze alımı covid-19 ile birlikte pik noktasına ulaştığını görmekteyiz.

Çizelge 7. 8 Sebze kategorisi için regresyon tablosu

ÖZET ÇIKIŞI

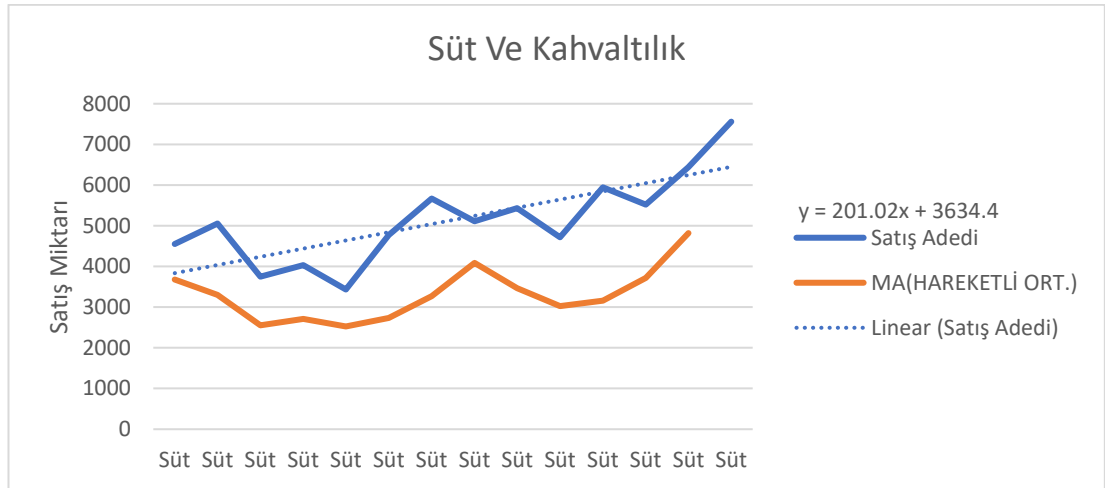
Regresyon İstatistikleri	
Çoklu R	0,4231358
R Kare	0,1790439
Ayarlı R Kare	0,1044115
Standart Hata	1035,4404
Gözlem	13

ANOVA

	df	SS	MS	F	Anlamlılık F
Regresyon	1	2572068,659	2572068,66	2,39901137	0,149685843
Fark	11	11793506,11	1072136,92		
Toplam	12	14365574,77			

	Katsayılar	Standart Hata	t Stat	P-değeri	Düşük %95	Yüksek %95	Düşük 95,0%	Yüksek 95,0%
Kesişim	3636,9121	631,8777956	5,75572067	0,000127295	2246,158437	5027,66574	2246,15844	5027,66574
	4 9,9065934	6,395996031	1,54887423	0,149685843	-4,170898941	23,9840858	-4,17089894	23,9840858

5.9 Süt ve Kahvaltılık



Şekil 7. 9 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde süt ve kahvaltılık bazında regresyon grafiği

Süt ve kahvaltılık kategorisinde talebin düzenli olarak olmadığını görüyoruz. Covid-19'nın ilerleyen sürelerinde talebin azalıp kısa sürede pik noktasına yaklaşmak üzere olduğunu da görülmektedir.

Çizelge 7. 9 Süt ve Kahvaltılık kategorisi için regresyon tablosu

ÖZET ÇIKIŞI

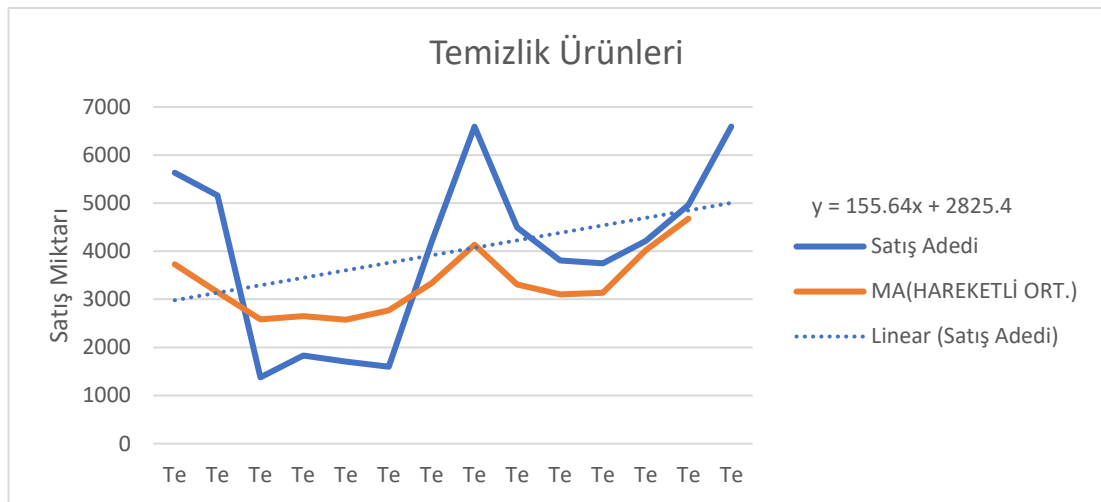
Regresyon İstatistikleri	
Çoklu R	0,7948948
R Kare	0,6318577
Ayarlı R Kare	0,5983902
Standart Hata	710,05035
Gözlem	13

ANOVA

	df	SS	MS	F	Anlamlılık F
Regresyon	1	9518631,231	9518631,23	18,87974885	0,00116488
Fark	11	5545886,462	504171,497		
Toplam	12	15064517,69			

	Katsayılar	Standart Hata	t Stat	P-değeri	Düşük %95	Yüksek %95	Düşük 95,0%	Yüksek 95,0%
Kesişim	3471,9615	441,1401787	7,87042692	7,62678E-06	2501,01855	4442,90453	2501,01855	4442,904525
6	19,057692	4,386036126	4,3450833	0,001164885	9,40409188	28,7112927	9,40409188	28,71129273

5.10 Temizlik Ürünleri



Şekil 7. 10 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde temizlik ürünleri bazında regresyon grafiği

Covid-19 sürecinde en çok önem verilen ve gündeme gelen konu temizlik olmuştur. Covid-19 ile birlikte el temizliği ve maske kullanımında ciddi artışlar görülmüştür. Analiz sonucunda da gözüktüğü gibi temizlik ürünlerine olan talep artış göstermiştir.

Çizelge 7. 10 Temizlik Ürünleri kategorisi için regresyon tablosu

ÖZET ÇIKIŞI

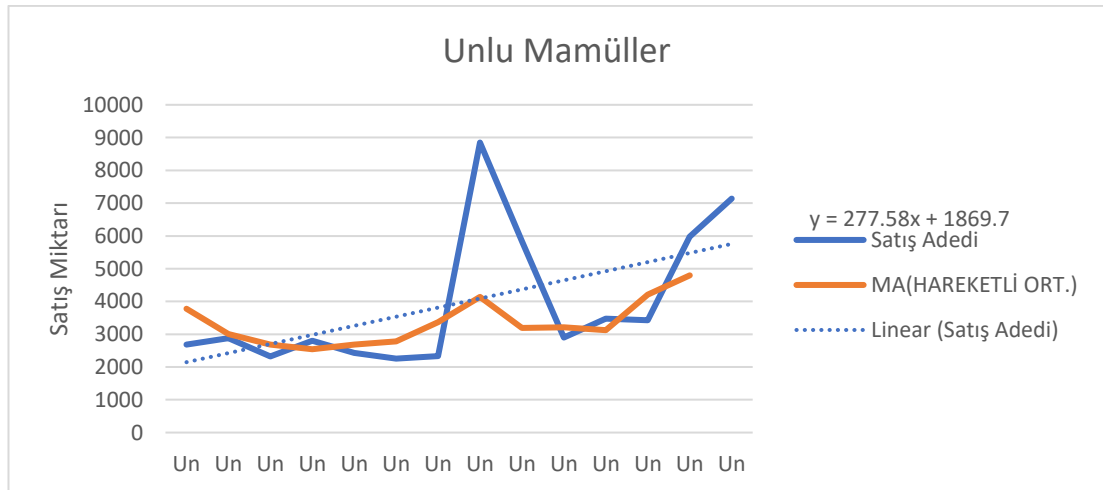
Regresyon İstatistikleri	
Çoklu R	0,5600265
R Kare	0,3136297
Ayarlı R Kare	0,2512324
Standart Hata	1549,6169
Gözlem	13

ANOVA

	df	SS	MS	F	Anlamlılık F
Regresyon	1	12069797,59	12069797,6	5,026333701	0,046542089
Fark	11	26414436,72	2401312,43		
Toplam	12	38484234,31			

	Katsayılar	Standart Hata	t Stat	P-değeri	Düşük %95	Yüksek %95	Düşük 95,0%	Yüksek 95,0%
Kesişim	1892,4341	979,9141652	1,93122432	0,079620674	-264,34247	4049,210602	-264,34247	4049,210602
8	21,460165	9,572103687	2,24194864	0,046542089	0,392106669	42,528223	0,39210667	42,528223

5.11 Unlu Mamüller



Şekil 7. 11 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde unlu mamüller bazında regresyon grafiği

Covid-19'nın ülkemizde ilk yayınlanmasıyla birlikte temel besin kaynağı olan unlu mamüllere talep pik noktasına ulaşmıştır. Daha sonra evlerde fazla biriktirilmesinin etkisi olduğu düşünülerek alım azalmış gibi gözükse de süreç boyunca artışın devam ettiği analiz sonucu gözükmemektedir.

Çizelge 7. 11 Unlu Mamüller kategorisi için regresyon tablosu

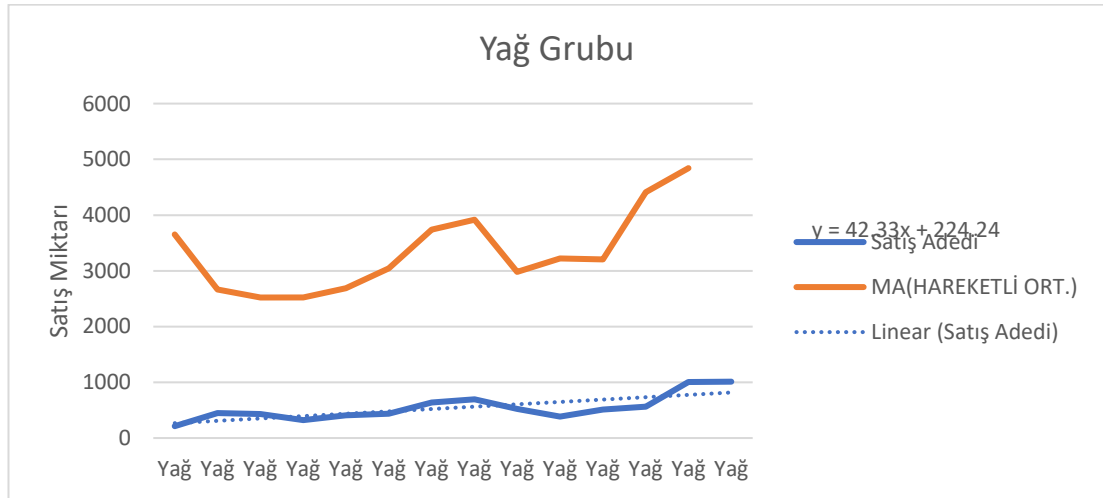
ÖZET ÇIKIŞI

Regresyon İstatistikleri	
Çoklu R	0,5367027
R Kare	0,2880498
Ayarlı R Kare	0,223327
Standart Hata	1907,8087
Gözlem	13

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Anlamlılık F
Regresyon	1	16198704	16198704,4	4,450518552	0,058614907
Fark	11	40037076	3639734,17		
Toplam	12	56235780			

	Katsayılar	Standart Hata	t Stat	P-değeri	Düşük %95	Yüksek %95	Düşük 95,0%	Yüksek 95,0%
Kesişim	1711,8104	1227,645	1,39438559	0,190723747	-990,2179	4413,83878	-990,2179	4413,83878
10	24,861264	11,78468	2,10962522	0,058614907	-1,07664795	50,7991754	-1,07664795	50,79917542

5.12 Yağ Grubu



Şekil 7. 12 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde yağ grubu bazında regresyon grafiği

Yağ grubuna dair talebin covid-19 ile birlikte arttığı görülmüştür fakat diğer kategoriler ile karşılaştırıldığında önemli bir talep artışı görülmemektedir.

Çizelge 7. 12 Yağ grubu kategorisi için regresyon tablosu

ÖZET ÇIKIŞI

<i>Regresyon İstatistikleri</i>	
Çoklu R	0,731929
R Kare	0,535721
Ayarlı R Kare	0,442865
Standart Hata	164,8197
Gözlem	13

ANOVA					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Anlamlılık F</i>
Regresyon	2	313456,5788	156728,3	5,769378	0,02157232
Fark	10	271655,4212	27165,54		
Toplam	12	585112			

	<i>Katsayılar</i>	<i>Standart Hata</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-değeri</i>	<i>Düşük %95</i>	<i>Yüksek %95</i>	<i>Düşük 95,0%</i>	<i>Yüksek 95,0%</i>
Kesişim	18451,68	22168,98661	0,832319	0,424659	-30943,902	67847,25829	-30943,9024	67847,25829
12	4,838992	2,073185045	2,334086	0,041758	0,2196478	9,458336089	0,219647797	9,458336089
43535	-0,41955	0,510848081	-0,82128	0,430629	-1,5577921	0,718688792	-1,55779212	0,718688792

6 BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Tüketici kültürü, bireyleri ve toplumları en çok şekillendiren bir güce dönüşmüştür. Tüketici kültürüne ait olma isteği ise evrensel olarak kabul edilmektedir. Paraya yönelik değişen tutumlar, tüketici kültürünün yayılmasının ardından önemli bir katalizör görevi görmüştür. Para kaygısı ile satın alma tutumlarının ilişkili olması kredi kartı kullanımını tetiklediği görülmektedir (Roberts vd., 2001).

Kredi kartları ülkemizde oldukça yaygın kullanılan ödeme aracı olarak büyük miktarda verilere ulaşmaktadır. Diğer bir ad olarak kredi kartları plastik para olarak da adlandırılmaktadır. Yaşam konforu sağlayan kredi kartları nakit, çek ve senet gibi ödemelerin önüne geçtiği ülkemizde ve genel dünya ekonomisinde hem miktar olarak hem de kullanım açısından sayısal olarak büyük rakamlara ulaştığı görülmektedir. Kredi kartlarının en büyük artısı olarak da bilinen konu kredi kartlarının düşük maliyetli kaynak oluşturmalarıdır. Bu oluşumun ulusal gelir üzerinde pozitif etkileri görülmektedir (Yılmaz, 1999).

Çizelge 5. 1 Banka kartı ve kredi kartı ile yapılan harcamaların haftalık değeri (milyon TL) ve bir önceki haftaya göre değişimi, 6 Mart – 20 Mart 2020. Hesaplamalar: TCMB ve TEPAV, (TEPAV-Mart, 2020)

	6.03.20 20	13.03.20 20	20.03.20 20	Bir önceki haftaya göre değişim, 13.03.20 20	Bir önceki haftaya göre değişim, 20.03.2020
Market ve Alışveriş Merkezleri	3.674	4.413	5.264	20%	19%
İnternet Üzerinden Yapılan Alışverişler	3.911	4.241	3.637	8%	-14%
Çeşitli Gıda	1.387	1.450	1.565	5%	8%

Çizelge 5. 2 Banka kartı ve kredi kartı ile yapılan harcamaların haftalık değeri (milyon TL) ve 13 Mart ve 3 Nisan haftasına göre değişimi, 10 Nisan 2020. Hesaplamalar: TCMB ve TEPAV, (TEPAV-Nisan, 2020)

	13.03.2020	3.04.2020	10.04.2020	13-03-2020 haftasına göre değişim, 10-04-2020	03-04-2020 haftasına göre değişim, 10-04-2020
Toplam	21.272	14.123	13.489	-37%	-4%
Market ve Alışveriş Merkezleri	4.413	4.054	4.164	-6%	3%
İnternet Üzerinden Yapılan Alışverişler	4.241	3.837	3.587	-15%	-7%
Çeşitli Gıda	1.450	1.181	1.256	-13%	6%

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB) Banka Kartı ve Kredi Kartı Harcama Tutarları haftalık verisi tüketici harcamalarının takibine olanak

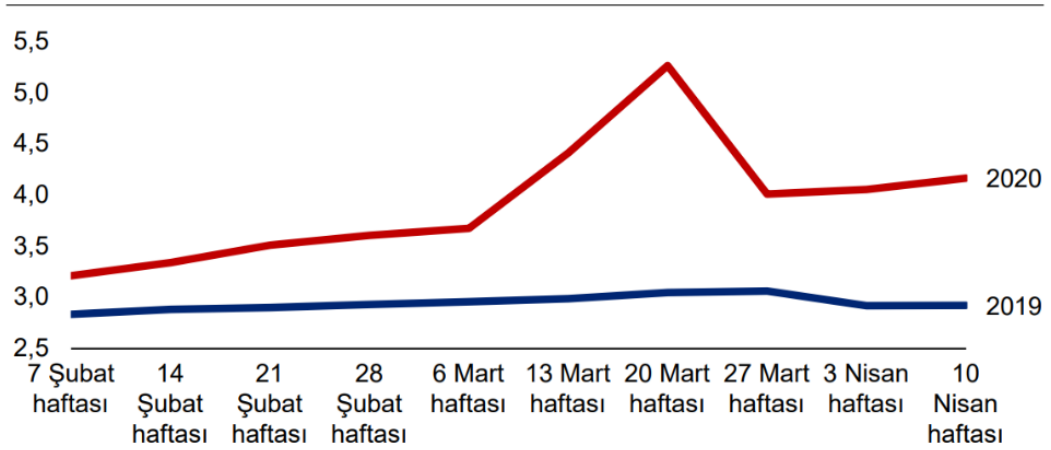
sağlamaktadır. 2017 verilerine göre 10 kişiden 7'si ödemelerinde kredi kartını tercih etmektedir. Covid-19 nedeniyle birçok kişinin ödemelerinde kredi kartını tercih ettiği bilinmektedir. Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (TEPAV), TCMB Banka Kartı ve Kredi Kartı Harcama Tutarları verilerini bazı hesaplamalar yaparak bültenlerle sunmaktadır, Çizelge 6.1 ve Çizelge 6.2, (TEPAV-Mart, 2020; TEPAV-Nisan, 2020).

13 Mart 2020 haftasına göre 10 Nisan 2020 haftası harcamaları %37 azalmıştır. 10 Nisan 2020 haftasında kart kullanılarak 13,5 milyar TL tutarında harcama yapılmış, bir önceki haftaya göre harcama 635 milyon TL (% 4) azalmış, işlem adedi %3 artmış 83 milyon olmuştur. 15 Mart -12 Nisan 2019 dönemine göre 13 Mart-10 Nisan 2020'deki işlem adedi ise %10, yapılan harcamaların tutarı %4 azalmıştır.

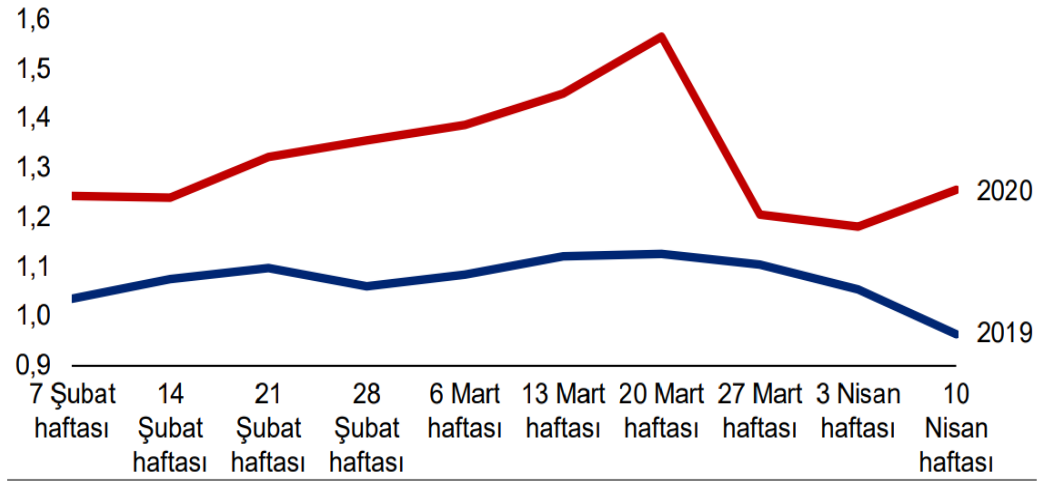
Covid-19 vakasının görüldüğü 13 Mart 2020 haftasından 4 hafta sonra, 10 Nisan 2020 haftasında market ve alışveriş merkezleri harcamaları %6 ve çeşitli gıda harcamaları %13 ve tüm harcama kalemleri %37 azalmıştır. 3 Nisan 2020 haftasına göre 10 Nisan haftasında market ve alışveriş merkezleri harcamaları 110 milyon TL (%3), çeşitli gıda harcamaları 75 milyon TL (%6) artmıştır.

Bu artışın 11-12 Nisan 2020 tarihlerinde gerçekleşen sokağa çıkma yasağından kaynaklandığı yorumu yapılmıştır.

Ancak sokağa çıkma yasağıyla market ve gıda harcamalarında görülen artış, ilk vakanın görüldüğü 13 Mart 2020 haftasındaki artışın yarısı kadardır. 20 yaş altı ve 65 yaş üstü kişilerin evde kalması, çevrimiçi-online eğitimin başlamasıyla elektrik-elektronik eşya, bilgisayar harcamaları 10 Nisan 2020 haftasında, 13 Mart 2020 haftasına göre %5 azalsa da 3 Nisan 2020 haftasına göre %6 artmıştır. 3 Nisan 2020 haftasına göre 10 Nisan 2020 haftasında genel olarak harcamalar artış göstermektedir, ancak 13 Mart 2020 haftasına göre harcamalar düşmektedir.



Şekil 5. 1 Online harcama tutarındaki değişim, (Muradoğlu, 2020)



Şekil 5. 2 Çeşitli gıda harcaması, milyar TL, (TEPAV-Nisan, 2020)

TEPAV tarafından hazırlanan Şekil 3.1 ve Şekil 3.2’de 7 Şubat -10 Nisan 2019 ile 7 Şubat -10 Nisan 2020 tarihleri arasında Türkiye’de market ve alışveriş merkezlerindeki harcamalar ile çeşitli gıda harcamaları gösterilmiştir.

Bu değişimlere göre 11-17 Mart 2019 ve 11-17 Mart 2020 tarihleri arasında market ve alışveriş merkezleri harcaması hafta başı takriben %30, hafta sonu %50 artış göstermiştir, yani bir hafta boyunca yapılan harcama toplamı-kümülatif olarak hesaplanırsa haftalık artış %80 olmuştur.

Çeşitli gıda maddeleri için hafta başı artış takriben %25, hafta sonu artış %35 arasındadır, yani kümülatif olarak haftalık artış %60 olmuştur (TEPAV-Nisan, 2020).

Bu çalışmada istisnaların saptanması şeklindeki bir bilgiye ulaşma hedeflenmiş ve bu amaçla çok sayıdaki ham verilerin sınıflandırılması işlevi kullanılmıştır. İki farklı yıla ait çok sayıdaki güvenilir ham veriler çeşitli sınıflandırmalara tabi tutularak incelenmiştir. Bu çalışma esnasında riskli dönem olarak, Covid-19 covid-19 virüs vakalarıyla karşılaşmıştır. Dolayısıyla tüketicinin normal ve riskli dönemlerde belirli bir alandaki satın alma davranışlarının değişimini tespit etmek hedefe alınmıştır.

Çalışmada İstanbul Ümraniye’de hizmet veren bir market seçilmiştir. Markete gelen müşterilerin satın aldıkları madde cinsleri, miktarları ve ödedikleri paralar yazar kasa yardımıyla kaydedilmektedir.

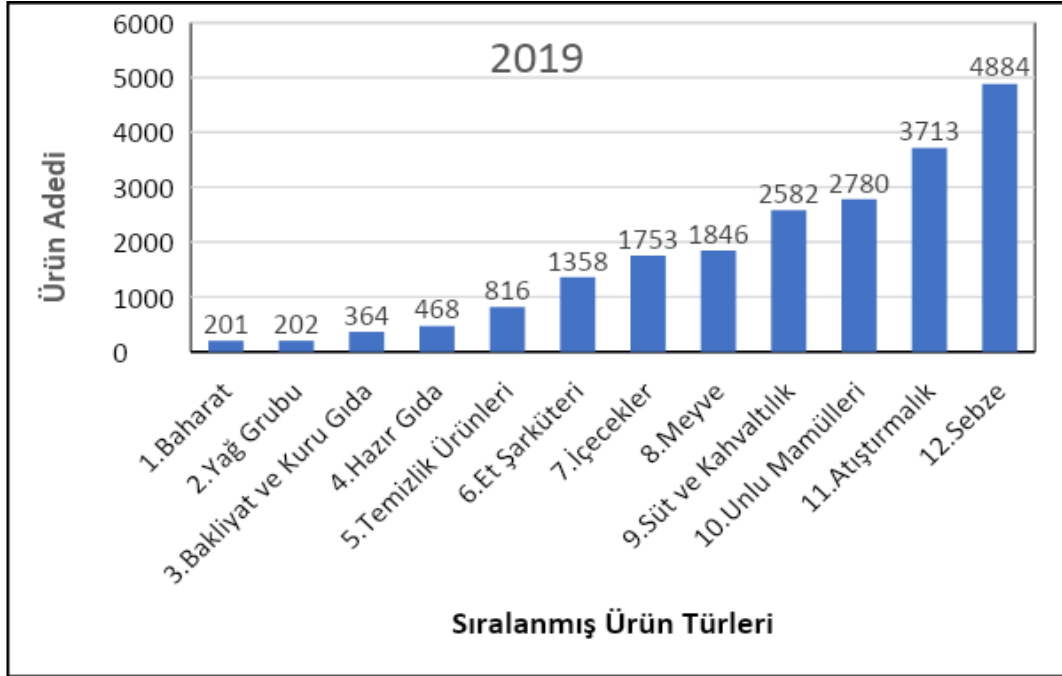
Çalışmada riskli dönem olarak, Covid-19 covid-19 virüs vakalarının Türkiye’de görülmeye başladığı 11-17 Mart 2020 tarih aralığı alınmıştır. Gerek bu zaman aralığı için gerekse bu tarihe karşılık gelen normal döneme ait EK-B’de bulunan veriler 11-17 Mart 2019 tarih aralığına ait yazar kasa kayıtları marketten temin edilmiştir. 11-17 Mart 2019 tarih aralığında marketten alışveriş yapan 589 kişiye ait, keza EK-A ‘ da bulunan 11-17 Mart 2020 tarih aralığında alışveriş yapan 645 kişiye ait ham veriler kullanılmıştır.

Ham verileri hazırlama işleminde önce önemli değişkenler saptanmıştır. Veri temizleme işlemleri için verilerde hata, tutarsızlık, tekrar ve eksik veriler üzerinde durulmuştur.

Bu konuda kasa kayıtlarında bir sorunla karşılaşılmamış, sadece ham verilerde bulunan ve çalışmada kullanılmayacak lüzumsuz veriler temizlenmiştir.

Ürünler marka, özel isim, büyüklük ve diğer tanıtıcı karakteristikler açısından çok büyük çeşitliliğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Veriler görsel olarak da incelenmiş, değişik sınıflandırma ve gruplamalar yapılmıştır.

Bu sınıflandırmalardan bir tanesi ürün cinslerine göredir; satın alınan maddeler 12 gruba ayrılmış ve sınıfların frekansı tespit edilmiştir. 12 gruba ayrılmış ve sınıfların frekansı tespit edilmiştir.

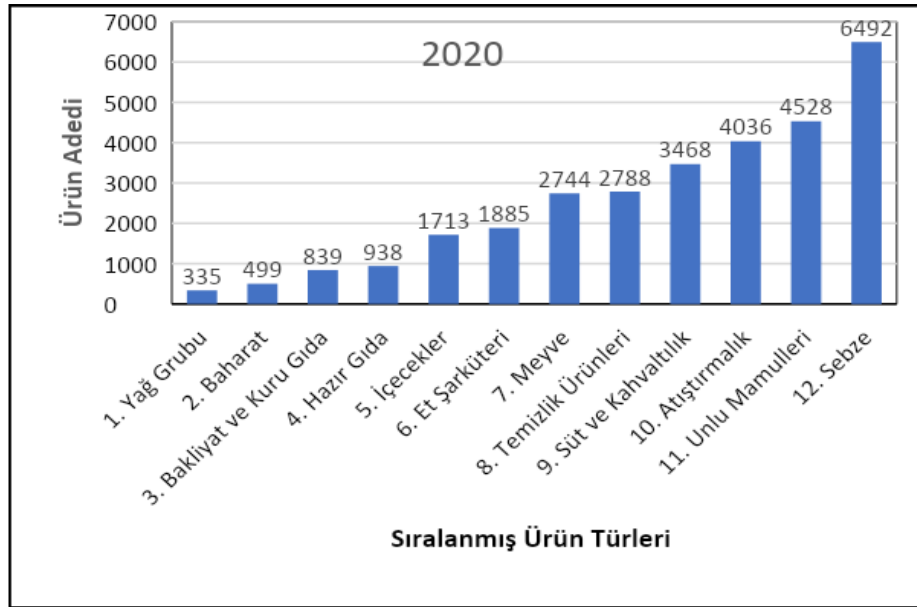


Şekil 7. 13 Sınıflandırılmış ürünlerin 11-17 Mart 2019 tarihleri arasında (normal dönemdeki) satış adetleri

11-17 Mart 2019 ve 11-17 Mart 2020 tarihleri arasında satılan ürünlerin sınıflandırılma isimleri şöyledir: 1. Yağ Grubu, 2. Baharat, 3. Bakliyat ve Kuru Gıda, 4. Hazır Gıda, 5. İçecekler, 6. Et Şarküteri, 7. Meyve, 8. Temizlik Ürünleri, 9. Süt ve Kahvaltılık, 10. Atıştırmalık, 11. Unlu Mamulleri, 12. Sebze. Sınıflandırılmış 12 ürünün 11-17 Mart 2019 tarihleri arasındaki satış adetleri Şekil 4.1’de, 11-17 Mart 2019 tarihleri arasındaki satış adetleri de Şekil 4.2’de verilmiştir.

Şekil 4.1 ve 4.2 karşılaştırılınca, 11-17 Mart 2020 tarih aralığı covid-19 döneminde hazır gıda satışının normal süreçtekinin iki katına çıktığı görülmektedir. Hazır gıda alımı iki katına çıkmasına rağmen tüketimdeki sıranın değişmediğini görüyoruz. Öncelik temel tüketim sebze ve daha sonrasında keyfi yiyecek olan atıştırmalıklar takip ederken covid-19 ile birlikte ekmek gibi temel ihtiyaçların besin kaynağı olan unlu mamuller atıştırmalıkların önüne geçmiştir.

Ayrıca covid-19 sürecinin başlaması ile birlikte tüketimde inanılmaz bir artış olmuştur.



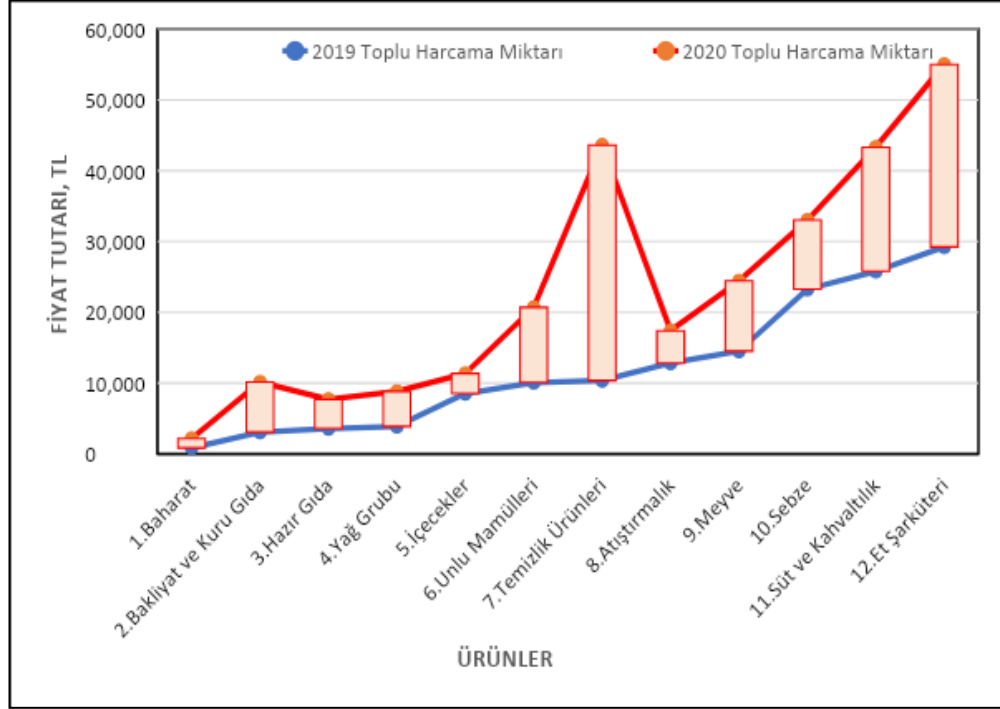
Şekil 7. 14 Sınıflandırılmış ürünlerin 11-17 Mart 2020 tarihleri arasında (covid-19 dönemdeki) satış adetleri.

Covid-19 sürecinde hastalıktan korunmada güçlü bağışıklık sisteminin önemi büyüktür. Bağışıklık sistemini güçlendiren C vitaminli yiyeceklerin daha fazla tüketilmesi gerektiği, suda eriyen C vitamininin vücutta depolanmadığı için günlük olarak alınması gerektiği, taze meyvelerin C vitamini deposu olduğu konusunda bireyler sosyal medya ile sürekli bilgilendirilmiştir.

Gene covid-19 virüsten korunmak için sosyal mesafe kadar temizliğin çok önemli olduğu sürekli tekrarlanmıştır. Temizlik malzemeleri 2019 yılında 8. sıradayken covid-19 süreci ile birlikte 5. sıraya yükselmiştir. Temizlik malzemelerinin ve evde oturma esnasında önemli görülen atıştırmalıkların yükselmesi ile meyvelerin 8. sıradan 7. sıraya gerilemiştir.

11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 Covid-19 covid-19 döneminde sınıflandırılmış ürünlerin toplu harcama miktarlarının karşılaştırılması Şekil 4.3 de verilmiştir. 11-17 Mart 2020 tarihlerinde en az satış adetleri “yağ, baharat bakliyat ve hazır gıda” maddelerinde, en çok satış

adetleri “süt ve kahvaltılık, atıştırmalık, unlu mamulleri, sebze” kalemlerinde görülmektedir. Temizlik ürünlerinden sonra en çok artış sebze görülmektedir.



Şekil 7.15 11-17 Mart 2019 normal dönem ve 11-17 Mart 2020 covid-19 döneminde sınıflandırılmış ürünler

Bu çalışmada incelenen markette 11-17 Mart 2020 haftası boyunca yapılan nakit ve kredi kartı harcamaları, 11-17 Mart 2019 haftasındaki harcamalar göre %90 artış gösterdiği bulunmuştur. Sadece gıda maddeleri dikkate alınırsa artış %73 dür.

TEPAV'ın hazırladığı Şekil 3.1 ve Şekil 3.2'ye göre, 7 Şubat -10 Nisan 2019 ile 7 Şubat -10 Nisan 2020 tarihleri arasında market ve alışveriş merkezlerindeki kümülatif harcamalar %80; çeşitli gıda harcamaları %60 artış göstermiştir.

Dolayısıyla bu çalışmada incelenen marketteki tüm harcamalar TEPAV'ın değerinden %10 fazla; gıda maddeleri harcamaları da %13 fazla çıkmıştır.

7 SONUÇ VE ÖNERİLER

Çin'de Wuhan'da Aralık 2019'da başlayıp diğer ülkelere sıçrayan salgın Türkiye'de 11 Mart 2020'de ilk vaka ile duyurulmuştur. Sosyal medyanın etkisi ve hızlı bir şekilde alınan önlemler halkın tabii olarak satın alma alışkanlıklarını değiştirmiştir. Bu çalışmada bir markette 11-17 Mart 2019 tarih aralığında 589 kişinin, 11-17 Mart 2020 tarih aralığında ise 645 kişinin alışveriş verisi kullanılarak iki yıl arasındaki farklılıklar bulunmuştur.

İki farklı yılın aynı ay ve haftası karşılaştırılmıştır. Uygulamada kullanılan ham veriler markette bulunan yazar kasadan alınmış, verilerin temizlenmiş, değişik parametrelere göre sınıflandırmış ve gruplamalar yapılmıştır.

TCMB verilerini kullanan TEPAV'nın banka kartı ve kredi kartı ile yapılan harcamalar üzerindeki çalışmaları ile markete ait sonuçlar karşılaştırılmıştır. . Eğilimler aynı olmasına rağmen sayısal değerler arasında farklılıklar görülmüştür. Markette 11-17 Mart 2020 haftası boyunca yapılan nakit ve kredi kartı harcamaları, 11-17 Mart 2019 haftasındaki harcamalar göre %90 artış gösterirken TEPAV'ın kümülatif değeri %80 bulunmuştur.

Benzer şekilde marketteki gıda maddelerindeki bir hafta boyunca artış %73 olarak hesaplanırken TAPEV'ın kümülatif değeri %60 olarak bulunmuştur. Ortaya çıkan farklılıkların, incelenen marketin ve bulunduğu çevrenin Türkiye ortalamasından farklı olması ve markette nakit ödeme farklılığının da etkili olacağı düşünülmektedir. Bu konuda yapılacak çalışmalarda market özelliklerini yansıtacak yaklaşımlara ihtiyaç vardır; ayrıca veri analizinde nakit ödemenin de dikkate alınması gerekecektir.

Ek olarak iki yılın veriler regresyon analizi ile de çözümlenmiştir. 12 kategoriye ayrılan veriler 2019 Mart ayı ve 2020 Mart ayı verileri kendi kategorisinde regresyon analizi yapılmıştır. 12'li gruplar halinde hareketli ortalama hesaplaması her kategori için ayrı ayrı bulunmuştur. Düzensizlikten kurtulmak amacıyla mevsimsellik değerleri hesaplanmıştır. Trend değeri hesaplaması

yapılmıştır. Tahmin değerlerine erişebilmek için trend hesaplaması yapılmıştır. Trend değeri hesaplamasını ise regresyon analizi sonucunda ortaya çıkan katsayılar alanındaki kesişim ve sıra değerleri alınarak yapılmıştır. Tahmin değerlerini ise mevsimsellik ve trend değerlerinin çarpımı sonucunda bulunulmuştur. Yapılan regresyon analizi sonucu; atıştırılmalık kategorisinin 2019 verisine göre tahminde bulunulduğunda daha az olması beklenirken 2020 ayında daha arttığı tahmin sonuçları ile gözükmemektedir. Yağ kategorisi ve baharat için geçen seneye göre tahmin yapıldığında ise tahmin ile var olan verilerin yakın olduğunu görülmektedir.. Temizlik ürünleri için ise tahmin değerlerinin geçen seneye göre fazla arttığını görülmektedir.. Özellikle maske ve kolonya tarzı malzemelerin alımının iki katına çıkmıştır. Maske ihtiyacının yaklaşık olarak 89 milyon olduğu kayıtlara geçmiştir. Meyveye olan talebinde geçen seneye göre yapılan tahminler sonucunda arttığını görülmektedir.. Et şarküteri kategorisine bakıldığında talebin azalışta olduğunu buna fiyat artışlarının da sebep olabileceği düşünülmektedir. Bakliyat ve kuru gıda da artışın her iki yıl içinde yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Her iyi yıl içinde talepler yüksek ve birbirlerine yakın olduğu görülmektedir. Sebze, süt ve süt ürünleri, hazır gıda, unlu mamüller ve içeceklerle olan talep covid-19 süreci ile birlikte artış gösterdiği tahminler sonucu da gözükmemektedir. İnsanların evlerinde ürünleri stoklamaya duydukları ihtiyacın arttığı covid-19 döneminde hazır gıdaya olan yönelim saklama koşullarından dolayı daha önem kazanmıştır.

Genel olarak et şarküteri kategorisine olan yönelim geçen sene tahminlerine göre azaldığı gözlemlenmiştir. Baharat ve yağ kategorisinde iki sene arasında talep açısından çokta büyük bir farkın olmadığı analiz sonucu çıkmıştır. Geçen yılların verileri toplanarak önümüzdeki yıllar içinde aynı veriler üzerinden taleplerin değişimi incelenebilir.

KAYNAKLAR

- Akçay, A., 2014. Bilgi ve Belge Yönetiminde Veri Madenciliği, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Alan, B., 2016. Veri Madenciliği ve Market Veri Tabanında Birliktelik Kurallarının Belirlenmesi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Rize.
- Alpaydın, E., 2000. Zeki Veri Madenciliği: Ham Veriden Altın Bilgiye Ulaşma Yöntemleri. Bilişim 2000 Eğitim Semineri, İstanbul.
- Anadolu Ajansı, 2020. Corona virüs günlerinde artan online alışverişte dikkat edilmesi gereken kurallar, NTV, 04.2020. Erişim: 16.05.2020
<https://www.ntv.com.tr/teknoloji/corona-virus-gunlerinde-artan-online-alisveriste-dikkat-edilmesi-gereken-kurallar,08rmU4xy-kKpyF1JdjCPew>
- Ayan, E. A., 2017. Veri Madenciliği Tekniklerinin İş ve Meslek Danışmanlığı Hizmetlerinde Kullanımı ve İŞKUR İçin Öneriler, Uzmanlık Tezi, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Bernheim, A., Mei, X., Huang, M., Yang, Y., Fayad, Z. A., Zhang, N., Li, S., 2020. Chest CT findings in coronavirus disease-19 (Covid-19), China.
- Berry M.; Linoff G., 2004. Data Mining Techniques for Marketing, Sales, and Customer Relationship Management, Second Edition, John Wiley & Sons.
- Bilgiç, E. 2018. R Programlama Dili İle Pazar Sepet Analizi: Muş İl Merkezindeki Bir Süpermarkette. Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 89-97.
- Chohan, U. W., 2020. Forecasting the Economic Impact of Coronavirus on Developing Countries: Case of Pakistan.
- Covid, C., Team, R., 2020. Severe outcomes among patients with coronavirus disease 2019 Covid-19, United States, February 12–March 16, 2020. MMWR Morb Mortal Wkly Rep, 69(12), 343-346.
- Çifçi, E., 2020. Mart 2019-2020 Verileri, Erişim: 04.06.2020
https://dosya.co/5gdi541he2k5/Mart_2019-2020_Veri_Seti.xlsx.html
- Dhanabhakya, M., Punithavalli, M., 2011. A Survey on Data Mining Algorithm for Market Basket Analysis. Global Journal of Computer Science and Technology, 11(11), 1-7.

- Ekmekçi, U., 2020. Krizlerde Sistematik Dönüşüm Modeli. Moderatör: Ömer Burhanoglu. Canlı Yayın. 07.05.2020. Fark Labs-Farplas. Erişim: 07.05.2020, <https://farklabs.com/farkli-konuk-umut-ekmekci/> 17:00-18:00
- Fayyad, U., Piatetsky-Shapiro, G., Smyth, P., 1996. The KDD Process for Extracting Useful Knowledge from Volumes of Data. *Communications of the ACM*, 39(11), 27-34.
- Feng, J., Bao, Y., Wang, Y., Meng, S., Xia, J., Zhang, T., 2020. Coronavirus VS Market: Investment Opportunities Lies Underneath the Epidemic. SSRN, Erişim Tarihi: 01.06.2020
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3563059
- Fister Jr, I., Fister, K., Fister, I., 2020. Discovering Associations in Covid-19 Related Research Papers. Erişim Tarihi: 01.06.2020
<https://arxiv.org/abs/2004.03397>
- Ghebreyesus, T. A., 2020. WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on Covid-19-11 March 2020. World Health Organization. 11 March 2020. Erişim: 27.04.2020.
<https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>.
- Gunadi, G., Sensuse, D.I., 2016. Penerapan Metode Data Mining Market Basket Analysis Terhadap Data Penjualan Produk Buku Dengan Menggunakan Algoritma Apriori Dan Frequent Pattern Growth (Fp-Growth): Studi Kasus Percetakan Pt. Gramedia. *Telematika MKOM*, 4(1), 118-132.
- Haddad, V., Moreira, A., Muir, T. 2020. When Selling Becomes Viral: Disruptions in Debt Markets in the Covid-19 Crisis and the Fed's Response. National Bureau of Economic Research.
- Han, J. Kamber, M., 2001. "Data Mining: Concepts and Techniques". Academic Pres.
- Hoche. S., Geist, I., Castillo, L. P., Schulz, N., 2006. 3.5 Databases, Knowledge Discovery, Information Retrieval, and Web Mining.data.
- İbiş. S., 2020. Covid-19 Salgınının Seyahat Acentaları Üzerine Etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 85-98.
- Jribi, S., Ben Ismail, H., Doggui, D., Debbabi, H. 2020. Covid-19 virus outbreak lockdown: What impacts on household food wastage? *Environment, Development and Sustainability*, 22, 3939-3955.
- Kundu, B., Bhowmik, D. 2020. Societal impact of novel corona virus (COVID- 19 pandemic) in India.

- Kurniawan, F., Umayah, B., Hammad, J., Nugroho, S.M.S., Hariadi, M. 2018. Market Basket Analysis to identify customer behaviours by way of transaction data. *Knowledge Engineering and Data Science*, 1(1), 20118-132
- Liu, K., Qin, Y., Wu, J., Yan, J. 2020. Containing the Virus or Reviving the Economy? Evidence from Individual Expectations during the Covid-19 Epidemic. *Evidence from Individual Expectations during the Covid-19 Epidemic*, March 29, 2020.
- Liu, Y., Gayle, A. A., Wilder-Smith, A., Rocklöv, J., 2020. The Reproductive Number Of Covid-19 is Higher Compared to SARS Coronavirus. *Journal of Travel Medicine*.
- Mahajan, K., Tomar, S. 2020. Here Today, Gone Tomorrow: Covid-19 and Supply Chain Disruption. *Gone Tomorrow: Covid-19 and Supply Chain Disruption*, May 9, 2020.
- Marquardt, C. G., Becker, K., Ruiz, D. D., 2004. A Pre-processing Tool for Web Usage Mining in the Distance Education Domain. In *Proceedings. International Database Engineering and Applications Symposium*, 2004. IDEAS'04, 78-87.
- Muratdoğlu, M., 2020. Covid-19'la birlikte Türkiye'de online tutarında nasıl bir değişim yaşandı? *Webrazzi*, 07.04.2020. Erişim: 03.05.2020. <https://webrazzi.com/2020/04/07/covid-19-la-birlikte-turkiye-de-online-harcama-tutarinda-nasil-bir-degisim-yasandi/>
- Rampratap, G.N., 2020. A Study on Purchasing Method of Vegetables online v/s offline during Lockdown Covid-19, With Special Reference o Kalyan City. *Studies in Indian Place Names*, 40(68), 321-328.
- Ranasinghe, R., Karunarathna, C., Pradeepamali, J., 2020. After Corona Covid-19 Impacts on Global Poverty and Recovery of Tourism Based Service Economies: An Appraisal.
- Ranasinghe, R., Sugandhika, M.G.P., 2018. The Contribution of Tourism Income for the Economic Growth of Sri Lanka, *Journal of Management and Tourism Research*, 1(2), 67-84.
- Roberts, J.A., Jones, E., 2001 Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying among American College Students., *Journal of Consumer Affairs*, 35(2), 213-240.
- Sathiyamoorthi, V., Bhaskaran, M., 2011. Data Pre-Processing Techniques for Pre-Fetching and Caching of Web Data through Proxy Server. *International journal of Computer Science and Network security*, 11(11), 92-98.

- Swamy, K.R., Babu, G.H., Venkatasubbaiah, R., 2015. Identification of Frequent Item Search Patterns Using APRIORI APRIORI Algorithm and WEKA Tool. International Journal of Innovative Technology and Research, 3(5), 2401-2403.
- Şen, M. A., 2020. Covid-19virüs (Covid-19) Salgınının Türkiye'deki Yemek Firmalarında Oluşturduğu Etkinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, Afet ve Risk Dergisi, 3(1), 89-100.
- TEPAV-Mart, 2020. Covid-19'un Tüketici Harcamalarına Etkisi. Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı. N202007. Ankara. 31 Mart 2020. Erişim: 27.04.2020.
https://www.tepav.org.tr/upload/mce/2020/notlar/covid19un_tuketici_harcamalarina_etkisi.pdf
- TEPAV-Nisan, 2020. Covid-19'un Tüketici Harcamalarına Etkisi. Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı. Ankara. 19 Nisan 2020. Erişim: 27.04.2020. <https://www.tepav.org.tr/tr/haberler/s/10119>
- The Editorial Board, 2020. Is the World Ready for the Coronavirus? Distrust in science and institutions could be a major problem if the outbreak worsens. The New York Times, 29.01.2020. Erişim: 27.04.2020.
<https://www.nytimes.com/2020/01/29/opinion/coronavirus-outbreak.html>.
- Topuzoğlu, A., Hıdıroğlu, S., Ay, P., Önsüz, F., İkışık, H., 2007. Tüketicilerin Gıda Ürünleri ile İlgili Bilgi Düzeyleri ve Sağlık Risklerine Karşı Tutumları, TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni, 6(4), 253-258.
- Ulukan, G., 2020. Corona virüs salgını süresince online alışverişin en fazla talep gören ürünleri. Webrazzi, 08.04.2020. Erişim Tarihi: 16.05.2020.
<https://webrazzi.com/2020/04/08/corona-virus-iyzico-online-alisveris/>
- Üçhisarlı, C. 2020. Corona Virüs Online Alışverişi Artırdı. Migros Pazarlamasyon, 16 Mart 2020. Erişim: 27.04.2020
<https://pazarlamasyon.com/corona-virus-online-alisverisi-artirdi/>
- Yılmaz, E., 1999. Türkiye'de Kredi Kartı Uygulaması ve Ekonomik Etkileri, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Yücedağ, K.İ., 2005. Tüketici Davranışı, İnsana Özgü İhtiyaçlar ve Hedonik Tüketim, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Aydın.
- Zheng, Y.Y., Ma, Y. T., Zhang, J. Y., Xie, X., 2020. Covid-19 and the Cardiovascular System, Nature Reviews Cardiology, 17(5), 259-260.

EKLER

EK – A 2020 Market Verileri

Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2020 07:45	0003	ÜLKER KEKSTRA JÖLEBAR ÇİLEK 47G	Atıştırmalık
11.03.2020 07:45	0003	ETİ POPKEK 60GR MUZLU	Atıştırmalık
11.03.2020 07:45	0003	ETİ POPKEK 60GR HİN.CEV.	Atıştırmalık
11.03.2020 07:45	0003	PINAR SÜT 200ML	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 07:55	0004	BOĞAZİÇİ KOLONYA 200ML LİMON	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 07:55	0004	DİMES M.SUYU 200ML KARIŞIK	İçecekler
11.03.2020 07:55	0005	KOTEX ULTRA 6'Lİ GECE	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 07:58	0006	ERİKLİ SU 5LT	İçecekler
11.03.2020 07:58	0006	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 08:00	0007	DİSNEY MİX.90GR ÇİLEK	Atıştırmalık
11.03.2020 08:00	0007	DAMLA SU 0,5LT	İçecekler
11.03.2020 08:02	0008	İÇİM YOĞ 500GR DOĞAL	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:02	0009	S.OĞLU REÇEL 380GR ÇİLEK	Hazır Gıda
11.03.2020 08:02	0009	NUTELLA 750GR KAKAOLU FIND.	Atıştırmalık
11.03.2020 08:02	0009	YÖRESEL ÇEÇİL PEYNİRİ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:02	0009	TAMEK M.SUYU 1LT KAYISI	İçecekler
11.03.2020 08:03	0010	SÜTAŞ SÜT 180ML ÇİLEK	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:03	0010	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 08:04	0011	İÇİM FAN SÜT 200ML ÇİKOLATALI	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:04	0011	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 08:05	0012	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 08:05	0012	YUMURTA KOLİ (30 AD)	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:05	0012	ŞÖLEN OZMO KEK 34GR OGOPOGO CAK5810X	Atıştırmalık
11.03.2020 08:05	0012	PINAR AÇ BİTİR HİNDİ SALAM 60GR 8AD	Et Şarküteri
11.03.2020 08:05	0012	SÜTAŞ SÜZME PEYNİR 250GR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:12	0015	ÜLKER RONDO 68GR ÇİLEK	Atıştırmalık
11.03.2020 08:12	0015	DAMLA SU 0,5LT	İçecekler
11.03.2020 08:12	0016	YÖRÜKOĞLU SÜT 1LT YARIM YAĞLI	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:12	0016	DANKEK RULO PASTA 235GR ÇİK.	Atıştırmalık
11.03.2020 08:12	0016	ETİ BALIK 35GR SEBZELİ	Atıştırmalık
11.03.2020 08:12	0016	ŞİPSEVDİ STICK 25GR MUZ-ÇİLEK	Atıştırmalık
11.03.2020 08:12	0016	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 08:13	0017	ÜLKER ÇOKOKREM 400GR	Atıştırmalık
11.03.2020 08:13	0017	KRAL YUFKA 5 YAPRAK	Unlu Mamülleri
Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2020 08:14	0018	TARİŞ S.SABUN 400ML ZEYTİNYAĞLI	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 08:14	0018	BOĞAZİÇİ KOLANYA 400ML	Temizlik Ürünleri

11.03.2020 08:14	0018	DURU B.SABUN 4X150GR KLASİK	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 08:14	0018	PROTEX SAB.90GR FRESH	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 08:17	0019	YUMURTA KOLİ (30 AD)	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:17	0019	LİMON KG	Sebze
11.03.2020 08:17	0019	SALATALIK (SİLOR)	Sebze
11.03.2020 08:17	0019	KERVAN TAM YAĞLI PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:17	0019	YÖRESEL ÇEÇİL PEYNİRİ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:17	0019	TURHAN ACUKA 200GR.	Hazır Gıda
11.03.2020 08:17	0019	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 08:18	0020	ETİ TUTKU 100GR MAYHOŞ	Atıştırmalık
11.03.2020 08:22	0021	İÇİM İÇİMİNO SÜT 200ML ÇİLEKLİ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:23	0022	LİMON KG	Sebze
11.03.2020 08:30	0023	ETİ PİZZA KRAKER 76GR	Atıştırmalık
11.03.2020 08:32	0024	SALATALIK (SİLOR)	Sebze
11.03.2020 08:32	0024	DOMATES SALKIM	Sebze
11.03.2020 08:32	0024	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 08:33	0025	SLEEPY SENS.JUMBO 15-25KG LARGE 24AD	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 08:33	0025	PRİMA ISLAK HAVLU 56'LI HASSAS	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 08:33	0025	PRİMA EKO.4 (9-14KG) 40AD	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 08:35	0026	YUMURTA KOLİ (30 AD)	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:35	0026	DOMESTOS 750ML LİMON FER.	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 08:36	0028	SARIMSAK	Sebze
11.03.2020 08:36	0028	ACTİVEX S.SAB.700ML HASSAS	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 08:36	0028	BİNGO MATİK 4KG RENKLİ BEYAZ	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 08:42	0029	ÇAVUŞOĞLU KAYMAK SÜT	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:42	0029	YUMURTA KOLİ (30 AD)	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:42	0029	GEMLİK EKSTRA ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:42	0029	İKBAL TENKE KAVURMA	Et Şarküteri
11.03.2020 08:42	0029	EKİCİ YUMUŞAK PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:42	0029	YÖRESEL TEREYAĞI 500GR	Yağ Grubu
11.03.2020 08:42	0029	TORKU MACAR DİL. SALAM 60GR.	Et Şarküteri
11.03.2020 08:44	0001	PORTAKAL LÜKS	Meyve
11.03.2020 08:44	0030	ÇAVUŞOĞLU KAYMAK SÜT	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:44	0030	SÜTAŞ TAZE KAŞAR 600GR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:44	0030	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 08:56	0002	DOMATES SALKIM	Sebze
11.03.2020 08:56	0002	SALATALIK (SİLOR)	Sebze
11.03.2020 08:56	0002	KERVAN TAM YAĞLI PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:56	0002	GEMLİK ÖZEL SEÇME ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 08:56	0002	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 08:57	0003	TORKU TOZ ŞEKER 5KG.	Bakliyat ve Kuru Gıda
11.03.2020 09:06	0004	COCA COLA PET 450ML	İçecekler

Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2020 09:12	0005	SÜTAŞ TEREYAĞ 450GR	Yağ Grubu
11.03.2020 09:12	0005	TAMEK 720 CC BEZELYE CAM	Hazır Gıda
11.03.2020 09:12	0005	PATLICAN	Sebze
11.03.2020 09:12	0005	SOĞAN	Sebze
11.03.2020 09:16	0005	E.SABRİ TUNCER KOL.400ML LİMON	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 09:23	0007	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 09:23	0007	SİMİT	Unlu Mamülleri
11.03.2020 09:23	0007	KOSKA HELVA 500GR CEVİZLİ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 09:25	0008	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 09:25	0008	YUMURTA 10'LU	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 09:25	0008	GEMLİK MEGA ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 09:25	0008	NAMET MACAR SALAM 50 GR.	Et Şarküteri
11.03.2020 09:25	0008	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 09:25	0008	TURHAN ACUKA 200GR.	Hazır Gıda
11.03.2020 09:25	0008	İÇİM DİLİMLİ KAŞAR 200GR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 09:25	0008	DOMATES KOKTEYL	Sebze
11.03.2020 09:25	0008	SALATALIK (SİLOR)	Sebze
11.03.2020 09:25	0008	S.OĞLU REÇEL 380GR AHUDUDU	Hazır Gıda
11.03.2020 09:25	0008	EDİN BEYAZ PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 09:25	0008	İÇİM TEREYAĞI 225GR YAYIK	Yağ Grubu
11.03.2020 09:25	0008	YÖRESEL ÇEÇİL PEYNİRİ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 09:27	0009	REBUL KOLONYA 270ML FIG BLOSSOM	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 09:28	0010	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 09:31	0011	SENSODYNE 100ML HASSAS SADE	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 09:32	0012	ERZİNCAN TULUM PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 09:35	0013	SIRMA SU 0,33ML	İçecekler
11.03.2020 09:38	0014	PERMA-SHARP	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 09:38	0014	GILLETTE T.KÖP. 200ML SENSİTİVE	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 09:38	0014	EZİNE BEYAZ PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 09:38	0015	BROKOLİ	Sebze
11.03.2020 09:38	0015	LİMON KG	Sebze
11.03.2020 09:38	0015	DOMATES LÜKS	Sebze
11.03.2020 09:38	0015	SALATALIK (SİLOR)	Sebze
11.03.2020 09:38	0015	MAYDANOZ TANE	Sebze
11.03.2020 09:39	0016	DEREOTU TANE	Sebze
11.03.2020 09:39	0016	MAYDANOZ TANE	Sebze
11.03.2020 09:40	0017	YEŞİL SOĞAN TANE	Sebze
11.03.2020 09:40	0017	YERLİ MUZ	Meyve
11.03.2020 09:40	0017	SOĞAN	Sebze
11.03.2020 09:40	0017	PIRASA	Sebze
11.03.2020 09:43	0018	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 09:47	0019	E.SABRİ TUNCER KOL.400ML LİMON	Temizlik Ürünleri

11.03.2020 09:47	0019	OSMANCIK PİRİNÇ	Bakliyat ve Kuru Gıda
11.03.2020 09:48	0020	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamülleri
Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2020 09:49	0021	ERZİNCAN PETEK BAL	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 09:49	0021	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 09:50	0022	ŞÖLEN OZMO 23GR FUN	Atıştırmalık
11.03.2020 09:57	0023	KÖY BİBERİ	Sebze
11.03.2020 09:57	0023	MAYDANOZ TANE	Sebze
11.03.2020 09:57	0023	DOMATES LÜKS	Sebze
11.03.2020 09:57	0023	KIRMIZI LAHANA KG	Sebze
11.03.2020 09:59	0024	SOLO KAĞ.HAVLU 8'Lİ	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 09:59	0024	DANA KIYMA	Et Şarküteri
11.03.2020 09:59	0024	ANKARA MAKAR.500GR YÜKSÜK	Unlu Mamülleri
11.03.2020 09:59	0024	ANKARA MAKAR.500GR FİYONK	Unlu Mamülleri
11.03.2020 09:59	0024	ANKARA MAKAR.500GR SPAGHETTİ	Unlu Mamülleri
11.03.2020 09:59	0024	AYBAR SERBEST YUMURTA 15'Lİ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:01	0025	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:01	0025	ÇİLEK LÜKS	Meyve
11.03.2020 10:02	0026	LEZİZ ÇİĞ SÜT 3KG	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:03	0027	BİLLUR TUZ 1,5KG.	Baharat
11.03.2020 10:03	0027	SOĞAN	Sebze
11.03.2020 10:03	0028	TORKU SÜT 1LT	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:03	0028	İÇİM İÇİMİNO SÜT 200ML MUZLU	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:03	0028	TORKU GOFRET 142GR ÇİLEK	Atıştırmalık
11.03.2020 10:03	0028	ETİ BALIK 35GR SEBZELİ	Atıştırmalık
11.03.2020 10:03	0028	YERLİ MUZ	Meyve
11.03.2020 10:03	0028	TAVUK IZGARA BUT	Et Şarküteri
11.03.2020 10:03	0028	TAVUK SPECIAL KANAT (UÇSUZ)	Et Şarküteri
11.03.2020 10:03	0028	KOSKA REÇEL 380GR ÇİLEK	Hazır Gıda
11.03.2020 10:04	0029	KENTON 200GR BUĞDAY NIŞASTASI	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:04	0029	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:07	0031	TORKU BANADA 400GR KAKAOLU FIND.	Hazır Gıda
11.03.2020 10:07	0031	COŞKUN KANGAL SUCUK	Et Şarküteri
11.03.2020 10:07	0031	CAPPY M.SUYU 200ML KAYISI	İçecekler
11.03.2020 10:07	0031	SİMİT	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:07	0031	TARIŞ KOLONYA 80ML LAVANTA	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:07	0031	SELPK MENDİL KLASİK TEK	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:07	0031	İNCIFRESH CEP ISLAK MENDİL	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:07	0031	FRESHIN SOFT ISLAK CEP MENDİL	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:11	0030	YÖRESEL TULUM PEYNİR (TEREYAĞLI)	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:11	0030	PORTAKAL (ÖZEL)	Meyve
11.03.2020 10:11	0031	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri

11.03.2020 10:12	0032	PINAR PROTEİN 500ML KAKAOLU	Atıştırma
11.03.2020 10:13	0033	ÜLKER KEKSTRA JÖLEBAR ÇİLEK 47G	Atıştırma
11.03.2020 10:13	0033	NESCAFE 2'Sİ 1 10GR	İçecekler
11.03.2020 10:13	0033	KOSKA LOKUM 500GR. GÜLLÜ	Atıştırma
11.03.2020 10:13	0033	KOSKA LOKUM 500GR. SADE	Atıştırma
Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2020 10:13	0033	TORKU SÜT 200ML SADE	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:13	0033	ÜLKER KEKSTRA 40GR ÇİLEKLİ	Atıştırma
11.03.2020 10:13	0033	DOMATES LÜKS	Sebze
11.03.2020 10:13	0033	NESCAFE 2'Sİ 1 10GR	İçecekler
11.03.2020 10:15	0034	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:15	0034	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:15	0034	SOĞAN	Sebze
11.03.2020 10:15	0034	PORTAKAL LÜKS	Meyve
11.03.2020 10:16	0035	SELPK İSLAK MENDİL 10'LU ANTİBAKTERİYEL	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:16	0035	TAVUK GÖĞÜS	Et Şarküteri
11.03.2020 10:16	0035	TAVUK SOTE	Et Şarküteri
11.03.2020 10:16	0035	İHE TAM BUĞDAY EKMEĞİ 400GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:16	0036	BODRUM (TAŞ) KIRMA ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:16	0036	ÇAVUŞOĞLU KAYMAK SÜT	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:16	0036	GEMLİK KURU SELE ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:16	0036	KARAKOÇ YUM. 10'LU ORGANİK	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:16	0036	EDREMİT ÇİZİK ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:16	0036	FINİŞ TABLET 80'Lİ HEPSİ 1	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:16	0036	ÜNAL TURŞU 450GR KARIŞIK	Hazır Gıda
11.03.2020 10:16	0036	CİF KREM 750ML FREZYA-MÜGE ÇİÇ.	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:16	0036	ACE Ç.SUYU 1LT NORMAL	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:16	0036	FINİŞ ÖZEL TUZ 1,5KG	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:16	0036	SÜTAŞ KAF KEFİR 1LT SADE	İçecekler
11.03.2020 10:16	0036	GÜVEN MANTI	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:16	0036	AYBAR SERBEST YUMURTA 15'Lİ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:16	0036	SOLO KAĞ.HAVLU 8'Lİ	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:20	0037	DAMAK LİMON TUZU 60GR	Baharat
11.03.2020 10:21	0038	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:23	0039	İHE TAM BUĞDAY EKMEĞİ 400GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:23	0039	YERLİ MUZ	Meyve
11.03.2020 10:23	0039	İÇİM SÜT 1LT	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:23	0039	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:23	0039	KARAKOÇ YUM. 10'LU ORGANİK	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:24	0040	DAMAK LİMON TUZU 60GR	Baharat
11.03.2020 10:24	0041	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:24	0042	GÜRPINAR SU 0,5ML	İçecekler

11.03.2020 10:26	0043	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:26	0044	TAMEK M.SUYU 1LT KAHVALTIM KARIŞIK	İçecekler
11.03.2020 10:26	0044	SIRMA SODA 200CC SADE	İçecekler
11.03.2020 10:26	0044	SIRMA M.SODA 200ML NAR	İçecekler
11.03.2020 10:26	0044	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:27	0045	ROXY MATİK 800GR. TOZ BAHAR ÇİÇ.	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:27	0045	ACTİVEX S.SAB.1.5LT HASSAS	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:27	0045	PATATES	Sebze
Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2020 10:27	0045	E.SABRİ TUNCER KOL.400ML LİMON	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:27	0045	SLEEPY SENS.JUMBO 7-14KG MAXİ 38AD	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:28	0046	ÜLKER RONDO 68GR ÇİLEK	Atıştırmalık
11.03.2020 10:28	0046	ÜLKER RONDO 68GR MUZLU	Atıştırmalık
11.03.2020 10:28	0046	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:29	0047	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:29	0048	LEZİZ ÇİĞ SÜT 3KG	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:31	0049	SARIMSAK	Sebze
11.03.2020 10:31	0049	AYVA 2	Meyve
11.03.2020 10:34	0050	MELCE SPORT	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:34	0050	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:36	0051	COCO POPS TOPLARI 225GR.	Atıştırmalık
11.03.2020 10:36	0051	SÜTAŞ SÜT 200ML YAR.YAĞ.	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:36	0051	YEŞİL ELMA	Meyve
11.03.2020 10:36	0051	SALATALIK (SİLOR)	Sebze
11.03.2020 10:36	0051	KABAK	Sebze
11.03.2020 10:36	0051	PATLICAN	Sebze
11.03.2020 10:36	0051	ARMUT (SANTA MARİA)	Meyve
11.03.2020 10:36	0051	SÜTAŞ TAZE KAŞAR 400GR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:36	0051	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:37	0052	GEMLİK LÜKS ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:40	0053	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:41	0054	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:41	0054	MURATBEY LOR PEYNİRİ 500GR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:41	0054	KRAL YUFKA 5 YAPRAK	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:41	0054	TORKU 500GR LOR PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:42	0055	BİNGO OKS.Ç.SUYU 750ML DER.HİJ.	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:42	0055	TARIŞ ÜZÜM SİRKESİ 500GR PET	Hazır Gıda
11.03.2020 10:43	0056	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:44	0057	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:44	0058	İHE ORG.TAM BUĞDAY 500GR.	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:44	0058	KASAP KÖFTESİ	Et Şarküteri

11.03.2020 10:46	0059	NAZ CEVİZ İÇİ LÜKS 200GR.	Atıştırmalık
11.03.2020 10:46	0059	SÜTAŞ YOĞ.1500GR KAYMAKSIZ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:46	0059	AYBAR SERBEST YUMURTA 15'Lİ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:46	0059	SİNANGİL UN 2 KG	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:46	0059	YUDUM 1LT. AYÇİÇEK YAĞI	Yağ Grubu
11.03.2020 10:46	0059	TORKU TOZ ŞEKER 2KG	Bakliyat ve Kuru Gıda
11.03.2020 10:46	0059	DR.OET. KABARTMA TOZU 5X10GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:46	0059	DR.OET. ŞEKERLİ VANİLİN 5X5GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:46	0059	H.ŞAKİR B.SABUN 600GR LEYLAK	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:47	0060	TAVUK TAŞLIK	Et Şarküteri
11.03.2020 10:48	0061	TAT 830GR DOMATES SALÇA	Hazır Gıda
11.03.2020 10:48	0061	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamülleri
Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2020 10:49	0062	HERO BABY PÜRE 120GR KARIŞIK MEYVELİ	Hazır Gıda
11.03.2020 10:49	0062	HERO BABY PÜRE 120GR KARŞ MEY YULAFLI	Hazır Gıda
11.03.2020 10:49	0062	ONEO 60 DK FERAHLIK 34GR	Atıştırmalık
11.03.2020 10:49	0062	TORKU TATKRAK ÇUB.KRAKER 82GR TUZLU	Atıştırmalık
11.03.2020 10:51	0064	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:51	0065	TAVUK BONFILE	Et Şarküteri
11.03.2020 10:51	0065	ÇARLİSTON BİBER	Sebze
11.03.2020 10:51	0065	DOMATES LÜKS	Sebze
11.03.2020 10:51	0065	SOĞAN	Sebze
11.03.2020 10:52	0066	TROPICANA M.SUYU 1LT BALLI CEVİZLİ	İçecekler
11.03.2020 10:52	0066	YERLİ MUZ	Meyve
11.03.2020 10:52	0067	İÇİM SÜT 1LT	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:52	0067	ETİ SÜT BURGER 35GR BALLI	Atıştırmalık
11.03.2020 10:52	0067	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:52	0067	SİMİT	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:54	0069	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:55	0070	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:55	0070	ACTİVEX S.SAB.700ML HASSAS	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:55	0071	ANKARA MAKAR.500GR ARPA ŞEHRİYE	Unlu Mamülleri
11.03.2020 10:55	0071	TAVUK BAGET	Et Şarküteri
11.03.2020 10:55	0071	DANA KIYMA	Et Şarküteri
11.03.2020 10:55	0071	İTİMAT YOĞ. 3KG	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:55	0071	E.SABRİ TUNCER KOL.400ML LİMON	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:57	0072	DOMESTOS 810GR DAĞ ESİNTİSİ	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:57	0072	YUMUŞ EXT.1440ML LİLYUM&LOTUS	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:57	0072	HEAD SHO. ŞAMP. 550ML. RAH.BAK.OKALİPTUS	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:57	0072	OMO MATİK 6KG A.FRESH	Temizlik Ürünleri

11.03.2020 10:57	0073	ÇİLEK LÜKS	Meyve
11.03.2020 10:57	0073	MAYLO DEV HAVLU	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 10:57	0073	MUZ İTHAL	Meyve
11.03.2020 10:57	0073	DOMATES SALKIM	Sebze
11.03.2020 10:57	0073	PORTAKAL LÜKS	Meyve
11.03.2020 10:57	0073	SALATALIK (SİLOR)	Sebze
11.03.2020 10:57	0073	ETİ 70GR ANTEP FIS. ÇİK.	Atıştırmalık
11.03.2020 10:58	0074	LÜKS GÖNEN BALDO PİRİNÇ	Bakliyat ve Kuru Gıda
11.03.2020 10:58	0074	GEMLİK DUBLE ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 10:58	0074	TAVUK GÖĞÜS	Et Şarküteri
11.03.2020 10:58	0074	DANA KIYMA	Et Şarküteri
11.03.2020 10:59	0075	YERLİ MUZ	Meyve

Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2020 11:00	0076	KAVAKLIDERE TEM.SİRKESİ 750ML	Hazır Gıda
11.03.2020 11:00	0076	TARIŞ ELMA SİRKESİ 1LT PET	Hazır Gıda
11.03.2020 11:00	0076	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:00	0077	DANA KIYMA	Et Şarküteri
11.03.2020 11:00	0077	YUMURTA KOLİ (30 AD)	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:00	0077	YÖRÜKOĞLU SÜT 1LT YARIM YAĞLI	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:00	0077	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:01	0078	PINAR SÜT 1LT	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:01	0078	BALKÜPÜ KÜP ŞEKER 1KG.	Bakliyat ve Kuru Gıda
11.03.2020 11:02	0080	DOLMA BİBER	Sebze
11.03.2020 11:02	0080	DEREOTU TANE	Sebze
11.03.2020 11:02	0080	MAYDANOZ TANE	Sebze
11.03.2020 11:02	0081	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:03	0082	YUMURTA KOLİ (30 AD)	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:03	0082	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:03	0082	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:04	0083	ONLY EVO PEÇETE 100'LÜ	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 11:04	0083	NESQUİK SÜT 180ML KAKAO	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:04	0083	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:04	0083	SİMİT	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:06	0084	PATOS BAHARATLI 85 GR.	Atıştırmalık
11.03.2020 11:07	0085	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:11	0086	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:14	0087	İHE ALTINÇÖREK 50GR. FIND. ÜZÜM	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:15	0088	SALATALIK (SİLOR)	Sebze
11.03.2020 11:15	0088	ELMA	Meyve
11.03.2020 11:15	0088	KIRMIZI BİBER KAPYA	Sebze
11.03.2020 11:15	0088	DOMATES SALKIM	Sebze
11.03.2020 11:15	0088	ÇARLİSTON BİBER	Sebze

11.03.2020 11:15	0088	ELMA	Meyve
11.03.2020 11:15	0088	PATATES	Sebze
11.03.2020 11:17	0089	DOĞUŞ B.ÇAYI 20X2,5GR KUŞBURNU	İçecekler
11.03.2020 11:17	0089	NESCAFE 3'Ü 1 ARADA ORJİNAL	İçecekler
11.03.2020 11:17	0089	DANA KUŞBAŞI	Et Şarküteri
11.03.2020 11:17	0089	GEMLİK MEGA ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:22	0090	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:22	0090	ŞÖLEN OZMO 23GR FUN 8799	Atıştırmalık
11.03.2020 11:22	0090	YUMURTA ADET	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:22	0091	SELPK İSLAK MENDİL 10'LU ANTİBAKTERİYEL	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 11:26	0092	SİMİT	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:26	0093	REBUL KOLONYA 270ML MANDARINE	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 11:26	0093	REBUL KOLONYA 270ML JASMINE	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 11:27	0094	REİS AŞURELİK BUĞDAY 1KG.	Bakliyat ve Kuru Gıda
Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2020 11:27	0094	GÜVEN MANTI	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:27	0094	DANA KUŞBAŞI	Et Şarküteri
11.03.2020 11:27	0094	DANA KIYMA	Et Şarküteri
11.03.2020 11:27	0094	PATATES	Sebze
11.03.2020 11:30	0095	TAVUK IZGARA BUT	Et Şarküteri
11.03.2020 11:33	0096	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:37	0097	KARAKOÇ YUM. 10'LU ORGANİK	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:37	0097	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:37	0098	MELİS 720ML KÖZ.K.BİBER	Sebze
11.03.2020 11:38	0099	YÖRÜKOĞLU SÜT 1LT YARIM YAĞLI	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:38	0099	ETİ PETİTO 72GR AYICIK	Atıştırmalık
11.03.2020 11:38	0099	YERLİ MUZ	Meyve
11.03.2020 11:38	0099	KİVİ KG	Meyve
11.03.2020 11:39	0100	KRAL YUFKA 5 YAPRAK	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:39	0100	ÇORUM KAVUKÇU UN 1KG	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:39	0100	FİLİZ MAKAR.500GR KALEM KISA	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:39	0100	FİLİZ MAKAR.500GR SPAGETTİ	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:39	0100	REİS BALDO PİRİNÇ 1 KG UZUN TANE	Bakliyat ve Kuru Gıda
11.03.2020 11:39	0100	EDREMİT ÇİZİK ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:39	0100	YERLİ MUZ	Meyve
11.03.2020 11:39	0100	YUMURTA 15'Lİ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:40	0101	TOPİTOP LOLİPOP 11GR MEYVELİ	Atıştırmalık
11.03.2020 11:40	0101	SİMİT	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:40	0101	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:41	0102	ETİ PETİTO 32GR MİNİ 8'Lİ	Atıştırmalık
11.03.2020 11:42	0103	LEZİZ ÇİĞ SÜT 3KG	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:42	0103	ÇAVUŞOĞLU KAYMAK SÜT	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:42	0103	İKBAL TENKE KAVURMA	Et Şarküteri

11.03.2020 11:42	0103	YÖRESEL ÇEÇİL PEYNİRİ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:42	0103	KARS ESKİ KAŞAR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:42	0103	ÜNAL EXT. PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:42	0103	TAT 350GR. KORNİŞON TURŞUSU	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:42	0103	EDREMİT KÖY KIRMA ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:43	0104	CAFE CROWN 17GR LATTE KÖPÜKLÜ	İçecekler
11.03.2020 11:43	0104	FALIM SAKIZ 7GR 5'Lİ ORMAN MEY.	Atıştırmalık
11.03.2020 11:43	0104	NESCAFE 3'Ü 1 ARADA ORJİNAL	İçecekler
11.03.2020 11:43	0105	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:44	0106	ÜNAL EXT. PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:44	0106	ÜNAL EXT. PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:44	0106	GEMLİK KURU SELE ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:44	0106	GEMLİK KURU SELE ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:44	0106	REBUL 100ML LAVANDA	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 11:44	0106	BOĞAZİÇİ KOLANYA 400ML	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 11:45	0107	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2020 11:45	0107	NUTELLA 750GR KAKAOLU FIND.	Atıştırmalık
11.03.2020 11:45	0107	S.FRESH PATATES 450GR.	Sebze
11.03.2020 11:45	0107	ARI MAMA 250GR SÜTLÜ PİRİNÇLİ	Bakliyat ve Kuru Gıda
11.03.2020 11:45	0107	SALATALIK (SİLOR)	Sebze
11.03.2020 11:46	0108	SİVRİ BİBER	Sebze
11.03.2020 11:47	0109	DİFAŞ D.FIRÇA 3'LÜ PERFORMANCE	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 11:47	0109	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:47	0109	SOFİA HAVLU 6'Lİ MUTFAK	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 11:47	0109	ÜNAL EXT. PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:47	0109	TUKAŞ TURŞU 1650GR KORNİŞON CAM	Hazır Gıda
11.03.2020 11:47	0109	ULUDAĞ LİMONATA 1LT ŞEKERSİZ	İçecekler
11.03.2020 11:47	0109	SALATALIK (SİLOR)	Sebze
11.03.2020 11:47	0109	YERLİ MUZ	Meyve
11.03.2020 11:47	0109	DOMATES SALKIM	Sebze
11.03.2020 11:47	0109	ROKA TANE	Sebze
11.03.2020 11:47	0109	DANA KUŞBAŞI	Et Şarküteri
11.03.2020 11:47	0109	KARNABAHAR KG	Sebze
11.03.2020 11:49	0110	PORTAKAL LÜKS	Meyve
11.03.2020 11:49	0111	DANA YAÇSIZ KIYMA	Et Şarküteri
11.03.2020 11:49	0111	EDREMİT ÇİZİK ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:50	0112	SÜTAŞ YOĞ.1000GR KAYMAKSIZ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:50	0112	FAİRY BUL.DET.650ML LİMON	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 11:50	0112	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 11:50	0112	COŞKUN KANGAL SUCUK	Et Şarküteri
11.03.2020 11:50	0112	YUMURTA 15'Lİ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:50	0112	MAYLO PEÇETE 100'LÜ	Temizlik Ürünleri

11.03.2020 11:50	0112	BOĞAZIÇI KOLANYA 400ML	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 11:50	0112	SELPK İSLAK MENDİL 10'LU ANTİBAKTERİYEL	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 11:50	0032	ONEO SLİMS SAKIZ 14GR NANE	Atıştırmalık
11.03.2020 11:50	0032	TAVUK BONFİLE	Et Şarküteri
11.03.2020 11:50	0032	ÜLKER PROBİS ATIŞTIRMALIK 75GR	Atıştırmalık
11.03.2020 11:53	0113	SELPK MENDİL MENTOLLÜ TEK	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 11:53	0113	TOPİTOP LOLİPOP 11GR MEYVELİ	Atıştırmalık
11.03.2020 11:53	0114	DEREOTU TANE	Sebze
11.03.2020 11:53	0114	M.EFENDİ 100GR TÜRK KAHVE	İçecekler
11.03.2020 11:57	0115	SALİNA TUZ 1,5KG SALAMURA	Baharat
11.03.2020 11:57	0115	ELMA	Meyve
11.03.2020 11:57	0115	PORTAKAL LÜKS	Meyve
11.03.2020 11:57	0115	EDREMİT ÇİZİK ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:57	0115	BODRUM (TAŞ) KIRMA ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 11:57	0115	DOMATES SALKIM	Sebze
11.03.2020 11:57	0115	OLCA DOMATES SALÇA 1650GR	Hazır Gıda
11.03.2020 11:58	0116	ÇİLEK LÜKS	Meyve
Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2020 12:01	0119	BİLLUR TUZ 750GR.	Baharat
11.03.2020 12:01	0119	YERLİ MUZ	Meyve
11.03.2020 12:01	0119	İHE TAM BUĞDAY EKMEĞİ 400GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 12:01	0119	ÇARLİSTON BİBER	Sebze
11.03.2020 12:01	0119	SALATALIK (SİLOR)	Sebze
11.03.2020 12:03	0033	CANBEBE STND MAXİ 10ADET	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 12:03	0033	EKMEK 220GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 12:04	0120	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 12:04	0120	ERİKLİ SU 5LT	İçecekler
11.03.2020 12:04	0034	UNO KEPEKLİ TOST 350GR	Unlu Mamülleri
11.03.2020 12:05	0035	ÜLKER ALBENİ KEK 43GR ÇİK.	Atıştırmalık
11.03.2020 12:05	0035	ETİ TOPKEK 35GR. FIN. KAKOLU	Atıştırmalık
11.03.2020 12:05	0035	BOĞAZIÇI KOLANYA 400ML	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 12:05	0035	BOĞAZIÇI KOLANYA 400ML	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 12:06	0036	ÇARLİSTON BİBER	Sebze
11.03.2020 12:06	0036	DOMATES SALKIM	Sebze
11.03.2020 12:06	0038	BOĞAZIÇI KOLONYA 200ML LİMON	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 12:07	0121	TADIMCA 30GR YER FISTIKLI	Atıştırmalık
11.03.2020 12:08	0122	FAMİLİA PEÇETE 200AD EXTRA EMİCİ	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 12:08	0122	SELPK HAVLU 12'Lİ	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 12:08	0122	SELPK TUVALET KAĞIDI 14+4	Temizlik Ürünleri
11.03.2020 12:08	0122	AYBAR SERBEST YUMURTA 15'Lİ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2020 12:08	0122	FALIM SAKIZ 7GR 5'Lİ KARIŞIK	Atıştırmalık
11.03.2020 12:08	0122	FALIM SAKIZ 7GR 5'Lİ KARIŞIK	Atıştırmalık

EK – B 2019 Market Verileri

Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2019 07:32	0001	PATATES	Sebze
11.03.2019 07:47	0002	ERİKLİ SU 0,5LT	İçecekler
11.03.2019 07:47	0002	FALIM SAKIZ 8GR 5'Lİ IŞIL NANE	Atıştırmalıklar
11.03.2019 07:51	0003	DOMATES SALKIM	Sebze
11.03.2019 07:51	0003	SALATALIK (SİLOR)	Sebze
11.03.2019 07:58	0004	İÇİM İÇİMİNO SÜT 200ML ÇİKOLATALI	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:04	0005	ELMA	Meyve
11.03.2019 08:10	0006	DİMES M.SUYU 200ML VİŞNE	İçecekler
11.03.2019 08:10	0006	GÜRPINAR SU 0,5ML	İçecekler
11.03.2019 08:12	0007	PATATES	Sebze
11.03.2019 08:12	0007	SOĞAN	Sebze
11.03.2019 08:12	0008	İHE TUZ İLAVESİZ T.BUĞDAY 400GR.	Unlu Mamüller
11.03.2019 08:12	0008	Y.DOĞAN YUMURTA 10'LU L BOY (63-72GR)	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:12	0008	KRAL YUFKA 5 YAPRAK	Unlu Mamüller
11.03.2019 08:14	0009	FİRST SENS.14TAB.DAMLA SAKIZ	Atıştırmalıklar
11.03.2019 08:14	0009	GÜRPINAR SU 0,5ML	İçecekler
11.03.2019 08:20	0010	TORKU BANADA 700GR FIN. KRE.	Atıştırmalıklar
11.03.2019 08:20	0010	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 08:22	0001	FALIM SAKIZ 7GR 5'Lİ DAMLA	Atıştırmalıklar
11.03.2019 08:22	0001	DOMATES LÜKS	Sebze
11.03.2019 08:22	0001	KOSKA REÇEL 760GR A.DUDU	Hazır Gıda
11.03.2019 08:22	0001	GEMLİK MEGA ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:22	0001	İÇİM YOĞ 500GR DOĞAL	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:22	0001	SARIBAŞ KLASİK PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:22	0001	ŞAHİNOĞLU HELVA KAKAOLU	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:23	0002	BİZİM ÇORBA DOMATES 65GR.	Hazır Gıda
11.03.2019 08:23	0002	ÇARLİSTON BİBER	Sebze
11.03.2019 08:23	0002	DOMATES LÜKS	Sebze
11.03.2019 08:23	0002	FINİŞ TABLET 70'Lİ HEPSİ BİR	Temizlik Ürünleri
11.03.2019 08:23	0002	LÜKS PİLAVLIK BULGUR	Bakliyat ve Kuru Gıda
11.03.2019 08:23	0002	LÜKS PİLAVLIK BULGUR	Bakliyat ve Kuru Gıda
11.03.2019 08:23	0002	M.BEYAZ PEÇETE 100'LÜ 30X30CM	Temizlik Ürünleri
11.03.2019 08:23	0002	MANTAR PAKET 400GR	Sebze
11.03.2019 08:23	0002	SOĞAN	Sebze
11.03.2019 08:23	0002	TAVUK SOTE	Et Şarküteri
11.03.2019 08:23	0002	TORKU YOĞURT 2KG. DOĞAL	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:23	0011	EZİNE BEYAZ PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:23	0011	M.BİRLİK KURU SELE 400GR (381-410)	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:23	0011	UNO PREM.ÇAVDARLI EKMEK 480GR.	Unlu Mamüller
11.03.2019 08:27	0012	DOMATES SALKIM	Sebze

Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2019 08:27	0012	ÖNCÜ DOMATES SALÇASI 1650GR	Hazır Gıda
11.03.2019 08:27	0012	KRAL YUFKA 5 YAPRAK	Unlu Mamüller
11.03.2019 08:27	0003	DOMATES KOKTEYL	Sebze
11.03.2019 08:27	0003	KOSLA OXI ACTION 800GR PEMBE	Temizlik Ürünleri
11.03.2019 08:27	0003	LİMON KG	Sebze
11.03.2019 08:30	0013	ELMA	Meyve
11.03.2019 08:30	0013	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 08:31	0004	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 08:32	0014	BİZİM KETÇAP 750GR	Hazır Gıda
11.03.2019 08:32	0014	BİZİM MAYONEZ 650GR.	Hazır Gıda
11.03.2019 08:32	0014	YUMURTA KOLİ (30 AD)	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:35	0015	PATATES	Sebze
11.03.2019 08:35	0005	TORKU ÇİFTÇİ SÜTÜ 1LT. GÜNLÜK	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:35	0005	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 08:36	0016	DANA KIYMA	Et Şarküteri
11.03.2019 08:36	0016	YÖRESEL DİL PEYNİRİ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:36	0016	KRAL YUFKA 5 YAPRAK	Unlu Mamüller
11.03.2019 08:37	0017	ÇAVUŞOĞLU KAYMAK SÜT	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:37	0017	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 08:39	0018	DOĞUŞ TIRYAKI 1KG	İçecekler
11.03.2019 08:40	0006	KEBİR TEREYAĞ 400GR	Yağ Grubu
11.03.2019 08:40	0006	LİMON KG	Sebze
11.03.2019 08:40	0006	MANTAR PAKET 400GR	Sebze
11.03.2019 08:40	0006	MAYDANOZ TANE	Sebze
11.03.2019 08:40	0006	NAMET SUCUK 225GR KLASİK	Et Şarküteri
11.03.2019 08:40	0006	PORTAKAL LÜKS	Meyve
11.03.2019 08:40	0006	ROKA TANE	Sebze
11.03.2019 08:40	0006	SOĞAN	Sebze
11.03.2019 08:40	0006	YERLİ MUZ	Meyve
11.03.2019 08:40	0006	AYBAR SERBEST YUMURTA 15'Lİ BEYAZ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:40	0006	EZİNE BEYAZ PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:40	0006	İÇİM SÜT 1LT	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:40	0006	YÖRÜKOĞLU SÜT 1LT. YARIM YAĞLI	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:43	0007	BROKOLİ	Sebze
11.03.2019 08:43	0007	KABAK	Sebze
11.03.2019 08:43	0008	HAVUÇ	Sebze
11.03.2019 08:43	0019	YÖRÜKOĞLU SÜT 1LT. YARIM YAĞLI	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:47	0009	ARKO KREM 20ML NEM Z.YAĞLI	Temizlik Ürünleri
11.03.2019 08:47	0010	KIVIRCIK TANE	Sebze
11.03.2019 08:47	0011	ÜNAL EXT. PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:47	0011	EDREMİT KÖY KIRMA ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:49	0012	NAMET MACAR SALAM 50 GR.	Et Şarküteri
11.03.2019 08:49	0012	SÜTAŞ KREM PEYNİR 300GR.	İçecekler

11.03.2019 08:49	0012	ÜNAL EXT. PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2019 08:49	0012	GEMLİK KURU SELE ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:50	0020	PORTAKAL LÜKS	Meyve
11.03.2019 08:51	0021	SAOL VİTAMİNLİ SU 500ML MAN	İçecekler
11.03.2019 08:52	0013	DEREOTU TANE	Sebze
11.03.2019 08:52	0013	İHE ORG.TAM BUĞDAY 500GR.	Unlu Mamüller
11.03.2019 08:52	0013	KABAK	Sebze
11.03.2019 08:52	0013	KIVIRCIK TANE	Sebze
11.03.2019 08:52	0013	MAYDANOZ TANE	Sebze
11.03.2019 08:52	0013	SIVRI BİBER	Sebze
11.03.2019 08:52	0014	ÇARLİSTON BİBER	Sebze
11.03.2019 08:52	0014	DOLMA BİBER	Sebze
11.03.2019 08:56	0022	ÇARLİSTON BİBER	Sebze
11.03.2019 08:56	0015	ÜLKER ÇİKOLATA 32GR. BİTTER	Atıştırmalıklar
11.03.2019 08:56	0016	ÇAVUŞOĞLU KAYMAK SÜT	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:56	0016	GEMLİK DUBLE ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:57	0017	ÇARLİSTON BİBER	Sebze
11.03.2019 08:57	0017	DANA KIYMA	Et Şarküteri
11.03.2019 08:57	0017	DOLMA BİBER	Sebze
11.03.2019 08:57	0017	DOMATES SALKIM	Sebze
11.03.2019 08:57	0017	İHE ÇAVDARLI EKMEK 400GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 08:57	0017	İHE TAM BUĞDAY EKMEĞİ 400GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 08:57	0017	SALATALIK	Sebze
11.03.2019 08:57	0017	SIVRI BİBER	Sebze
11.03.2019 08:57	0017	ÇAVUŞOĞLU KAYMAK SÜT	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:57	0017	AKTAR BUĞDAY NIŞAŞTASI 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 08:58	0018	EDREMİT ÇİZİK ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:58	0018	EKİCİ YUMUŞAK PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:58	0018	YÖRESEL ÇEÇİL PEYNİRİ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 08:58	0019	ŞÖLEN OZMO 23GR FUN 8799	Atıştırmalıklar
11.03.2019 08:58	0019	PATATES	Sebze
11.03.2019 08:58	0019	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 08:59	0020	ETİ BENİMO LOKMALIK 72GR	Atıştırmalıklar
11.03.2019 08:59	0020	ETİ BROWNİ 45GR KAKAO	Atıştırmalıklar
11.03.2019 08:59	0020	ETİ GONG POPS 80GR SADE	Atıştırmalıklar
11.03.2019 08:59	0020	ETİ KARAM 70GR. %45 BİTTER	Atıştırmalıklar
11.03.2019 08:59	0020	RUFFLES SÜPER BOY ORJİNAL	Atıştırmalıklar
11.03.2019 08:59	0020	İÇİM İÇİMİNO SÜT 200ML MUZLU	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:00	0021	PORTAKAL LÜKS	Meyve
11.03.2019 09:00	0022	FİSKOBİRLİK FİSKORELLA 400GR FINDIK KREMA	Atıştırmalıklar
11.03.2019 09:00	0022	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:00	0023	PAPİTA 33GR KAMEL	Atıştırmalıklar

11.03.2019 09:01	0024	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:02	0023	PINAR AÇ BİTİR HİNDİ SALAM 60GR 8AD	Et Şarküteri
11.03.2019 09:02	0023	Y.DOĞAN YUMURTA 15'Lİ L BOY (63-72GR)	Süt ve Kahvaltılık
Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2019 09:03	0025	ELMA	Meyve
11.03.2019 09:03	0025	HAVUÇ	Sebze
11.03.2019 09:03	0025	KIVIRCIK TANE	Sebze
11.03.2019 09:03	0025	LİMON KG	Sebze
11.03.2019 09:03	0025	MAYDANOZ TANE	Sebze
11.03.2019 09:03	0025	PORTAKAL (ÖZEL)	Meyve
11.03.2019 09:03	0025	ROKA TANE	Sebze
11.03.2019 09:03	0025	TAVUK SOTE	Et Şarküteri
11.03.2019 09:03	0025	TAZE NANE ADET	Baharat
11.03.2019 09:03	0025	TOMBUL EV TARHANA 500GR TATLI KESE	Hazır Gıda
11.03.2019 09:03	0025	TURP KG	Sebze
11.03.2019 09:03	0024	FİRST SENS.14TAB.YESİL NANE 27GR.	Atıştırmalıklar
11.03.2019 09:03	0024	ÜLKER ÇUBUK 40GR SADE	Atıştırmalıklar
11.03.2019 09:03	0024	İHE ALTINÇÖREK 50GR. FIND. ÜZÜM	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:05	0026	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:05	0027	COCA COLA 1LT	İçecekler
11.03.2019 09:05	0027	DOMATES KOKTEYL	Sebze
11.03.2019 09:05	0027	DOMATES SALKIM	Sebze
11.03.2019 09:05	0027	LİMON KG	Sebze
11.03.2019 09:05	0027	M.BEYAZ PEÇETE 100'LÜ 30X30CM	Temizlik Ürünleri
11.03.2019 09:05	0027	MELİS TURŞU 350GR KORNİŞON	Hazır Gıda
11.03.2019 09:05	0027	SALATALIK	Sebze
11.03.2019 09:05	0027	SİVRİ BİBER	Sebze
11.03.2019 09:05	0027	SOĞAN	Sebze
11.03.2019 09:05	0027	TORKU AYRAN 2LT	İçecekler
11.03.2019 09:05	0027	TURP KG	Sebze
11.03.2019 09:05	0027	YEDİGÜN 1LT PORTAKAL	İçecekler
11.03.2019 09:06	0025	YERLİ MUZ	Meyve
11.03.2019 09:06	0028	FİRST SENS.14TAB.YESİL NANE 27GR.	Atıştırmalıklar
11.03.2019 09:06	0028	AYVA	Meyve
11.03.2019 09:06	0028	PORTAKAL (ÖZEL)	Meyve
11.03.2019 09:06	0028	YERLİ MUZ	Meyve
11.03.2019 09:07	0029	PATATES	Sebze
11.03.2019 09:07	0030	DANA KUŞBAŞI	Et Şarküteri
11.03.2019 09:07	0030	DOLMA BİBER	Sebze
11.03.2019 09:07	0030	MANDALİNA LÜKS	Meyve
11.03.2019 09:07	0030	MAYDANOZ TANE	Sebze
11.03.2019 09:07	0030	PORTAKAL (ÖZEL)	Meyve
11.03.2019 09:07	0030	YUVA YAŞ HAMUR MAYASI 2X42 GR	Unlu Mamüller

11.03.2019 09:07	0030	YUMURTA 15'Lİ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:07	0030	DR.OET.KABARTMA TOZU 5X10GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:07	0030	DR.OET.ŞEKERLİ VANİLİN 5X5GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:07	0030	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:07	0030	KRAL YUFKA 5 YAPRAK	Unlu Mamüller
Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2019 09:09	0031	MAYDANOZ TANE	Sebze
11.03.2019 09:09	0031	MELİS TURŞU 1500GR BİBERİYE	Hazır Gıda
11.03.2019 09:09	0031	PINAR AÇ BİTİR HİNDİ SALAM 60GR 8AD	Et Şarküteri
11.03.2019 09:09	0031	ŞAHİN SUCUK 180GR. ACISIZ	Et Şarküteri
11.03.2019 09:09	0031	TURP KG	Sebze
11.03.2019 09:09	0031	ÜÇEL KAVURMA	Et Şarküteri
11.03.2019 09:09	0031	İÇİM DİLİMLİ KAŞAR 500GR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:09	0031	KAHVALTILIK LOR PEYNİRİ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:10	0026	AKTAR PİRİNÇ UNU 200GR.	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:11	0027	ÜLKER DİDO SÜTLÜ ÇİK.35GR	Atıştırmalıklar
11.03.2019 09:11	0027	ÜLKER DİDO SÜTLÜ ÇİK.35GR	Atıştırmalıklar
11.03.2019 09:11	0027	İÇİM SÜT 1LT. Y.YAĞLI	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:12	0028	ETİ FORM 50GR. ÇİK. KAPLI BİSKÜVİ	Atıştırmalıklar
11.03.2019 09:12	0028	DOMATES LÜKS	Sebze
11.03.2019 09:12	0028	NESCAFE 18,5GR 3 IN 1	İçecekler
11.03.2019 09:12	0028	SALATALIK	Sebze
11.03.2019 09:12	0028	PINAR DİLİM KAŞAR 60GR.	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:13	0029	LİMON KG	Sebze
11.03.2019 09:13	0029	TAVUK BAGET	Et Şarküteri
11.03.2019 09:13	0029	SÜTAŞ 60G DİLİMLİ KAŞAR PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:16	0030	TORKU SÜT 1LT	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:16	0030	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:19	0032	HAVUÇ	Sebze
11.03.2019 09:19	0032	İHE ALTINÇÖREK 50GR. FIND. ÜZÜM	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:19	0032	KIRMIZI BİBER KAPYA	Sebze
11.03.2019 09:19	0032	MANDALİNA LÜKS	Meyve
11.03.2019 09:19	0032	PATATES	Sebze
11.03.2019 09:19	0032	TORKU AYRAN 1LT.	İçecekler
11.03.2019 09:21	0033	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:22	0034	LİMON KG	Sebze
11.03.2019 09:22	0034	LİMON KG	Sebze
11.03.2019 09:26	0031	SALATALIK	Sebze
11.03.2019 09:26	0031	SİVRİ BİBER	Sebze
11.03.2019 09:26	0032	ÜNAL ESKİ KAŞAR (TRAKYA)	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:26	0032	GEMLİK EKSTRA ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:26	0032	KERVAN TAM YAĞLI PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:26	0032	S.OĞLU HELVA 175GR. SADE	Süt ve Kahvaltılık

11.03.2019 09:26	0032	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:27	0035	ERİKLİ SU 5LT	İçecekler
11.03.2019 09:27	0035	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:27	0036	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:28	0037	DANA KIYMA	Et Şarküteri
11.03.2019 09:28	0037	İHE ORG.TAM BUĞDAY 500GR.	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:28	0037	KARNABAHAHAR KG.	Sebze
Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2019 09:28	0037	KIRMIZI LAHANA KG	Sebze
11.03.2019 09:28	0037	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:31	0038	ETİ LİFALİF 500GR. YULAF EZMESİ	Atıştırmalıklar
11.03.2019 09:33	0039	ABC YUM. 1440ML SENSİTİVE	Temizlik Ürünleri
11.03.2019 09:33	0039	DANA KIYMA	Et Şarküteri
11.03.2019 09:33	0039	HAVUÇ	Sebze
11.03.2019 09:33	0039	MAYDANOZ TANE	Sebze
11.03.2019 09:33	0039	PATATES	Sebze
11.03.2019 09:33	0039	SALATALIK	Sebze
11.03.2019 09:33	0039	SOĞAN	Sebze
11.03.2019 09:35	0040	MELİS TURŞU 1500GR BİBERİYE	Hazır Gıda
11.03.2019 09:35	0040	MELİS TURŞU 1550GR JALEPON	Hazır Gıda
11.03.2019 09:36	0041	DOMATES SALKIM	Sebze
11.03.2019 09:36	0041	KIRMIZI BİBER KAPYA	Sebze
11.03.2019 09:36	0041	LİMON KG	Sebze
11.03.2019 09:36	0041	GEMLİK EKSTRA ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:36	0041	KERVAN TAM YAĞLI PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:36	0042	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:38	0043	DOĞUŞ TIRYAKI 1KG	İçecekler
11.03.2019 09:38	0044	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:39	0045	YERLİ MUZ	Meyve
11.03.2019 09:39	0045	İÇİM SÜT 1LT. Y.YAĞLI	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:39	0046	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:42	0047	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:44	0048	BURCU GARNİTUR 570GR CAM	Hazır Gıda
11.03.2019 09:44	0048	DANA KUŞBAŞI	Et Şarküteri
11.03.2019 09:44	0048	DOMATES SALKIM	Sebze
11.03.2019 09:44	0048	İÇİM SÜT 1LT. Y.YAĞLI	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:44	0048	İTİMAT YOĞ.800GR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:44	0048	FİLİZ MAKAR.500GR BONCUK	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:46	0050	BEŞLER DİLİMLİ SUCUK 260GR. HÜNKAR	Et Şarküteri
11.03.2019 09:46	0050	DOMATES SALKIM	Sebze
11.03.2019 09:46	0050	SALATALIK	Sebze
11.03.2019 09:46	0050	ÇAVUŞOĞLU KAYMAK SÜT	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:46	0050	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller

11.03.2019 09:48	0051	DOMATES LÜKS	Sebze
11.03.2019 09:48	0051	LİMON KG	Sebze
11.03.2019 09:48	0051	SALATALIK	Sebze
11.03.2019 09:48	0051	SİVRİ BİBER	Sebze
11.03.2019 09:48	0051	SOĞAN	Sebze
11.03.2019 09:49	0052	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:49	0053	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:52	0054	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:53	0055	FALIM SAKIZ 7GR 5'Lİ DAMLA	Atıştırmalıklar
Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2019 09:54	0056	Y.DOĞAN YUMURTA 15'Lİ L BOY (63-72GR)	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:56	0058	TORKU YOĞURT 900GR. DOĞAL	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:56	0059	İÇİM SÜT 1LT. Y.YAĞLI	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:56	0059	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:57	0060	ÇAVUŞOĞLU KAYMAK SÜT	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 09:57	0060	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 09:57	0060	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 10:00	0061	NAZ FINDIK İÇİ 250GR.	Atıştırmalıklar
11.03.2019 10:00	0061	BROKOLİ	Sebze
11.03.2019 10:00	0061	DOMATES KOKTEYL	Sebze
11.03.2019 10:00	0061	HERO BABY PÜRE 120GR KARIŞIK MEYVELİ	Hazır Gıda
11.03.2019 10:00	0061	KIRMIZI ELMA	Meyve
11.03.2019 10:00	0061	ÜNAL EXT. PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 10:00	0061	YUMURTA 15'Lİ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 10:02	0062	ETİ PETİTO 32GR MİNİ 8'Lİ	Atıştırmalıklar
11.03.2019 10:02	0062	KENT TOFİTA 47GR PORTAKAL	Atıştırmalıklar
11.03.2019 10:02	0062	KİNDER JOY KIZ 20GR.	Atıştırmalıklar
11.03.2019 10:02	0062	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 10:03	0063	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 10:11	0064	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 10:14	0065	ERİKLİ SU 1LT	İçecekler
11.03.2019 10:17	0066	ÜLKER NAPOLİTEN ÇİKOLATA 33GR.	Atıştırmalıklar
11.03.2019 10:17	0066	ÜLKER TAB.ÇİK.50GR HİN.CEVİZLİ	Atıştırmalıklar
11.03.2019 10:17	0066	BİZİM MARGARİN 250GR.	Yağ Grubu
11.03.2019 10:17	0066	DEREOTU TANE	Sebze
11.03.2019 10:17	0066	KIVIRCIK TANE	Sebze
11.03.2019 10:17	0066	LİMON KG	Sebze
11.03.2019 10:17	0066	M.EFENDİ 100GR TÜRK KAHVE	İçecekler
11.03.2019 10:17	0066	PATATES	Sebze
11.03.2019 10:17	0066	S.FRESH 3*220GR. MISIR	BAkliyat ve kuru gıda
11.03.2019 10:17	0066	SOĞAN	Sebze
11.03.2019 10:17	0066	TAT 350GR. KORNİŞON TURŞUSU	Hazır Gıda
11.03.2019 10:17	0066	TORKU SÜT 200ML SADE	Süt ve Kahvaltılık

11.03.2019 10:17	0066	TORKU YOĞURT 900GR. DOĞAL	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 10:17	0066	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 10:19	0067	ÜLKER METRO 36GR KAPL.BAR	Atıştırmalıklar
11.03.2019 10:19	0067	COCA COLA 1LT	İçecekler
11.03.2019 10:19	0067	DOMATES LÜKS	Sebze
11.03.2019 10:19	0067	SALATALIK	Sebze
11.03.2019 10:19	0067	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 10:20	0068	DOMATES LÜKS	Sebze
11.03.2019 10:20	0068	SİVRİ BİBER	Sebze
11.03.2019 10:21	0069	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 10:38	0070	İHE TAM BUĞDAY EKMEĞİ 400GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 10:39	0071	DANET PASTIRMA	Et Şarküteri
11.03.2019 10:39	0071	KAHVALTILIK ACUKA	Hazır Gıda
11.03.2019 10:39	0072	AKTAR MISIR UNU 500GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 10:39	0072	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 10:44	0073	SÜTAŞ SÜT 180ML ÇİKOLATALI	İçecekler
11.03.2019 10:44	0073	SÜTAŞ YOĞ.475GR ORMAN MEY.	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 10:45	0074	ÜLKER ÇİKOLATA 70GR. A.FISTIKLI	Atıştırmalıklar
11.03.2019 10:45	0074	ÜLKER TAB.ÇİK.80GR BİTTER	Atıştırmalıklar
11.03.2019 10:45	0074	BURCU GARNİTUR 570GR CAM	Hazır Gıda
11.03.2019 10:45	0074	M.EFENDİ 100GR TÜRK KAHVE	İçecekler
11.03.2019 10:45	0074	İÇİM SÜT 1LT. Y.YAĞLI	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 10:45	0074	SÜTAŞ YOĞ.1500GR KAYMAKSIZ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 10:47	0075	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 10:47	0076	İHE TOST EKMEĞİ 670G	Unlu Mamüller
11.03.2019 10:48	0033	HAVUÇ	Sebze
11.03.2019 10:48	0033	NAMET PASTIRMA 120GR SEÇME	Et Şarküteri
11.03.2019 10:48	0033	PORTAKAL (ÖZEL)	Meyve
11.03.2019 10:48	0034	YÖRESEL TULUM PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 10:48	0034	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 10:48	0077	DEREOTU TANE	Sebze
11.03.2019 10:48	0077	KABAK	Sebze
11.03.2019 10:48	0077	MAYLO PEÇETE 100'LÜ	Temizlik Ürünleri
11.03.2019 10:48	0077	SLEEPY SENS.JUMBO 11-18KG JUNIOR 28AD	Temizlik Ürünleri
11.03.2019 10:48	0077	SLEEPY SENS.JUMBO 9-16KG 26ADET MAXİ PLUS	Temizlik Ürünleri
11.03.2019 10:48	0077	EDREMİT KÖY KIRMA ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 10:48	0077	GEMLİK KURU SELE ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 10:54	0078	ÇARLİSTON BİBER	Sebze
11.03.2019 10:54	0078	DOMATES LÜKS	Sebze
11.03.2019 10:54	0078	LİMON KG	Sebze
11.03.2019 10:54	0078	SOĞAN	Sebze
11.03.2019 10:54	0078	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 10:54	0078	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 10:56	0079	TAVUK PİRZOLA (BAGET)	Et Şarküteri

11.03.2019 10:56	0080	İHE ÇAVDARLI EKMEK 400GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 10:57	0081	MUZ İTHAL	Meyve
11.03.2019 10:57	0081	TAVUK BUT	Et Şarküteri
11.03.2019 10:58	0082	DOMATES SALKIM	Sebze
11.03.2019 10:58	0082	İHE ÇAVDARLI EKMEK 400GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 10:58	0082	MAYDANOZ TANE	Sebze
11.03.2019 10:58	0082	SÜTAŞ SÜT 180ML ÇİKOLATALI	İçecekler
11.03.2019 11:01	0035	İNCİ PAMUK 50GR	Temizlik Ürünleri
11.03.2019 11:02	0083	DANA KIYMA	Et Şarküteri
11.03.2019 11:02	0083	DANET İKLİM SOSİS 250GR	Et Şarküteri
11.03.2019 11:02	0083	İHE ALTINÇÖREK 50GR. FIND. ÜZÜM	Unlu Mamüller
Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2019 11:02	0036	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 11:02	0036	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 11:03	0084	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 11:04	0037	TAVUK BAGET	Et Şarküteri
11.03.2019 11:04	0037	HABİTAT SELE ZEYTİN 1KG (321-350)	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 11:05	0038	KEREVİZ	Sebze
11.03.2019 11:05	0038	KIVIRCIK TANE	Sebze
11.03.2019 11:05	0085	ÇOKOPRENS SANDİVİC 30GR.	Atıştırmalıklar
11.03.2019 11:05	0085	FRUTTI 200ML ELMA	İçecekler
11.03.2019 11:06	0086	ÇAYKUR 500GR. ALTINBAŞ ÇAY	İçecekler
11.03.2019 11:06	0086	DOĞUŞ FİLİZ ÇAY 1KG	İçecekler
11.03.2019 11:07	0040	DOMATES SALKIM	Sebze
11.03.2019 11:07	0040	HOBBY S.SAB.2LT ORKİDE	Temizlik Ürünleri
11.03.2019 11:07	0040	MAYDANOZ TANE	Sebze
11.03.2019 11:07	0040	SALATALIK	Sebze
11.03.2019 11:07	0040	SARIMSAK KG	Sebze
11.03.2019 11:07	0040	YEŞİL SOĞAN TANE	Sebze
11.03.2019 11:07	0040	ÜNAL ESKİ KAŞAR (TRAKYA)	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 11:07	0040	ÜNAL EXT. PEYNİR	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 11:07	0040	Y.DOĞAN YUMURTA 30'LU L BOY (63-72GR)	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 11:07	0040	GEMLİK EKSTRA ZEYTİN	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 11:07	0040	İTİMAT YOĞ. 2KG	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 11:11	0042	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 11:12	0087	DANKEK Ç.SAATİ 200GR HİN.CEV.	Atıştırmalıklar
11.03.2019 11:12	0087	ETİ BUMBO 59GR	Atıştırmalıklar
11.03.2019 11:12	0087	ÜLKER DORE 86GR. SÜTLÜ	Atıştırmalıklar
11.03.2019 11:12	0087	TORKU TOST PEYNİRİ 650 G.	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 11:12	0087	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 11:15	0043	DANETTE 45GR ÇİKOLATA	Atıştırmalıklar
11.03.2019 11:15	0043	ÜLKER SMART SÜTKEK 35GR	Atıştırmalıklar
11.03.2019 11:15	0043	HAVUÇ	Sebze

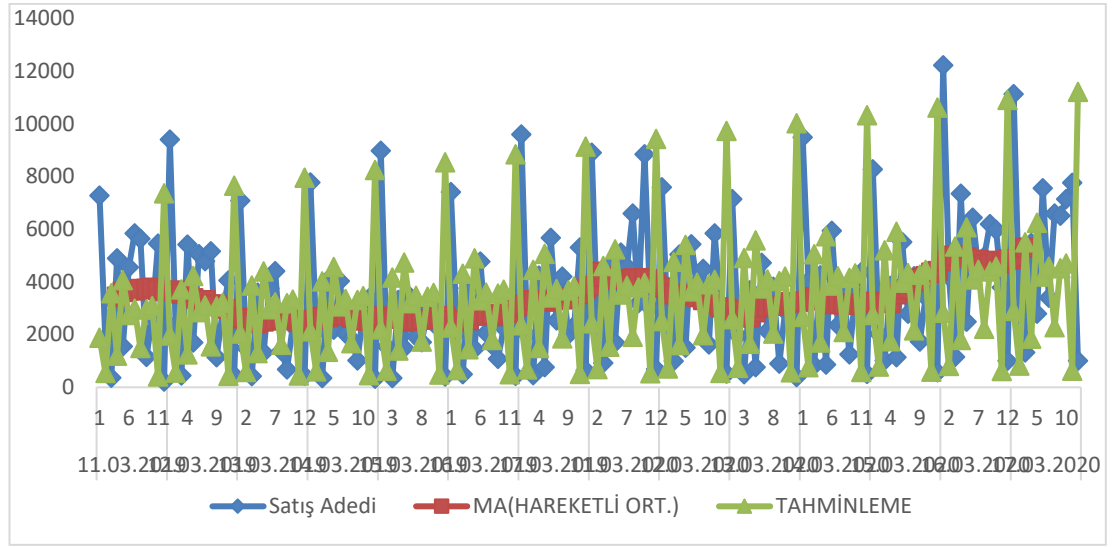
11.03.2019 11:15	0043	KIVIRCIK TANE	Sebze
11.03.2019 11:15	0043	MAYDANOZ TANE	Sebze
11.03.2019 11:15	0043	MAYDANOZ TANE	Sebze
11.03.2019 11:15	0043	ROKA TANE	Sebze
11.03.2019 11:16	0044	ETİ SÜT BURGER 35GR ÇİLEKLİ	Atıştırmalıklar
11.03.2019 11:16	0044	TADIM 250G KABUKLU FISTIK	Atıştırmalıklar
11.03.2019 11:16	0044	NESCAFE 3'Ü 1'ARADA 17,5GR FINDIK	İçecekler
11.03.2019 11:16	0044	TORKU SÜT 180ML ÇİLEKLİ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 11:16	0044	YUMURTA KOLİ (30 AD)	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 11:18	0045	KIVIRCIK TANE	Sebze
11.03.2019 11:18	0089	BİNGO SIVI MATİK 2LT SİYAH	Temizlik Ürünleri
11.03.2019 11:18	0089	ETİMATİK BORON 4KG	Temizlik Ürünleri
11.03.2019 11:21	0090	İHE TOST EKMEĞİ 670G	Unlu Mamüller
Tarih	Müşteri	Ürün	Kategori
11.03.2019 11:21	0091	MOLFIX BABY ISLAK HAVLU 60 ADET	Temizlik Ürünleri
11.03.2019 11:24	0046	BEYAZ LAHANA KG	Sebze
11.03.2019 11:24	0046	UNABELLA BAZLAMA 400GR BODRUM	Unlu Mamüller
11.03.2019 11:26	0047	KENT TOFİTA 47GR ÇİLEK	Atıştırmalıklar
11.03.2019 11:26	0047	İHE TOST EKMEĞİ 670G	Unlu Mamüller
11.03.2019 11:26	0047	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 11:28	0092	NESCAFE XPRESS 250ML ÇİKOLATA	İçecekler
11.03.2019 11:29	0048	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 11:30	0049	ETİ PETİTO 18GR PATİ	Atıştırmalıklar
11.03.2019 11:30	0049	YUMURTA KOLİ (30 AD)	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 11:30	0049	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 11:31	0093	DOMATES LÜKS	Sebze
11.03.2019 11:31	0093	FUJİ ELMA	İçecekler
11.03.2019 11:31	0093	KIVIRCIK TANE	Sebze
11.03.2019 11:31	0093	MAYDANOZ TANE	Sebze
11.03.2019 11:31	0093	ROKA TANE	Sebze
11.03.2019 11:31	0050	DANA KUŞBAŞI	Et Şarküteri
11.03.2019 11:31	0050	GÜRPINAR SU 5LT	İçecekler
11.03.2019 11:31	0050	TAVUK BUT	Et Şarküteri
11.03.2019 11:31	0050	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 11:32	0051	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 11:33	0094	M.BEYAZ PEÇETE 100'LÜ 30X30CM	Temizlik Ürünleri
11.03.2019 11:33	0094	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 11:36	0052	ETİ CRAX 140GR SUSAMLI	Atıştırmalıklar
11.03.2019 11:36	0052	ÜLKER HALLEY 30GR ÇİK.	Atıştırmalıklar
11.03.2019 11:36	0052	AYBAR SERBEST YUMURTA 15'Lİ BEYAZ	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 11:36	0052	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 11:36	0095	TAT 670GR FASÜLYE	Bakliyat ve Kuru Gıda
11.03.2019 11:37	0096	TADIM 80GR. İŞL.YER FİST.RİNGO	Atıştırmalıklar

11.03.2019 11:37	0096	TADIM KLASİK 75GR. KOKTEYL	Atıştırmalıklar
11.03.2019 11:37	0096	YERLİ MUZ	Meyve
11.03.2019 11:37	0096	AYBAR YUMURTA 10'LU ORGANİK	Süt ve Kahvaltılık
11.03.2019 11:38	0097	HALK EKMEK 300GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 11:39	0098	DANA YAĞSIZ KIYMA	Et Şarküteri
11.03.2019 11:39	0098	SÜTAŞ GÜNLÜK SÜT 1LT ŞİŞE	İçecekler
11.03.2019 11:44	0099	M.EFENDİ 100GR TÜRK KAHVE	İçecekler
11.03.2019 11:45	0100	ERİKLİ SU 0,5LT	İçecekler
11.03.2019 11:45	0101	COCA COLA 2,5LT	İçecekler
11.03.2019 11:45	0101	DOMATES LÜKS	Sebze
11.03.2019 11:45	0101	PATATES	Sebze
11.03.2019 11:45	0101	TAVUK GÖĞÜS	Et Şarküteri
11.03.2019 11:46	0102	EKMEK 200GR	Unlu Mamüller
11.03.2019 11:46	0103	DOĞUŞ TOZ ŞEKER 1KG	Bakliyat ve Kuru Gıda

Analizde kullanılan EK-A tablosu olan 11-17 Mart 2019 ile EK- B tablosu olan 11-17 Mart 2020 veri setlerinin devamına ulaşabilmek için aşağıdaki linki kullanabilirsiniz.

<https://dosya.co/5gdi541he2k5/Mart 2019-2020 Veri Seti.xlsx.html>

EK - C 2019-2020 Kategori Bazlı Analiz Grafiği



ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Ezgi ÇİFÇİ
Yabancı Dili : İngilizce
E-posta : ezgicifci44@gmail.com



Eğitim Durumu

Lisans : İstanbul Ticaret Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi,
Bilgisayar Mühendisliği Bölümü, 2017
Yüksek Lisans : İstanbul Ticaret Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü,
Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı, Endüstri Mühendisliği

Mesleki Deneyim

Nuevo Yazılım Çözümleri A.Ş.,
Proje Yönetimi 2019-...(devam ediyor)

Yayınları

Çifçi, E., Borat, O., 2020. İşletmelerde Veri Analiziyle İstisnaların Saptanması,
İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, Basımda.