

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ

BAYINDIRLIK, İMAR, ULAŞTIRMA VE TURİZM KOMİSYONU

TUTANAK DERGİSİ

4'üncü Toplantı

22 Mart 2023 Çarşamba

(TBMM Tutanak Hizmetleri Başkanlığı tarafından hazırlanan bu Tutanak Dergisi'nde okunmuş bulunan her tür belge ile konuşmacılar tarafından ifade edilmiş ve tırnak içinde belirtilmiş alıntı sözler aslına uygun olarak yazılmıştır.)

İ Ç İ N D E K İ L E R

Sayfa

I.- GÖRÜŞÜLEN KONULAR

II.- OTURUM BAŞKANLARININ KONUŞMALARI

1.- Komisyon Başkanı Tahir Akyürek'in, Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı ve 2021 Yılı Sayıştay Raporu'nun görüşülme sürecine ilişkin sunumu

2.- Komisyon Başkanı Tahir Akyürek'in, Aydın Milletvekili Hüseyin'in Yıldız'a ağabeyinin vefatı dolayısıyla başsağlığı dilediğine ilişkin açıklaması

III.- SUNUMLAR

1.- Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı Nadir Alpaslan'ın, 2021-2022 yıllarında Türkiye turizmi ve Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı hakkında sunumu

2.- Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı Genel Müdürü Yalçın Lokmanhekim'in, Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı 2021-2022 yılları faaliyetleri hakkında sunumu

IV.- KANUN TEKLİFLERİ VE DİĞER İŞLER

A) DİĞER İŞLER

1.- 7183 Sayılı Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı Hakkında

*Kanun Uyarınca Sayıştay Başkanlığınca Düzenlenen 2021 Yılı Raporunun
Sunulduğuna Dair Sayıştay Başkanlığı Tezkeresi (3/2275)*



4'üncü Toplantı

22 Mart 2023 Çarşamba

I.- GÖRÜŞÜLEN KONULAR

TBMM Bayındırlık, İmar, Ulaştırma ve Turizm Komisyonu, saat 14.35'te açıldı.

Komisyon Başkanı Tahir Akyürek,

Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı ve 2021 Yılı Sayıştay Raporu'nun görüşülme sürecine,

Aydın Milletvekili Hüseyin'in Yıldız'a ağabeyinin vefatı dolayısıyla başsağlığı dilediğine, İlişkin açıklama yaptı.

Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı Nadir Alpaslan tarafından, 2021-2022 yıllarında Türkiye turizmi ve Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı;

Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı Genel Müdürü Yalçın Lokmanhekim tarafından, Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı 2021-2022 yılları faaliyetleri,

Hakkında sunum yapıldı.

7183 Sayılı Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı Hakkında Kanun Uyarınca Sayıştay Başkanlığınca Düzenlenen 2021 Yılı Raporunun Sunulduğuna Dair Sayıştay Başkanlığı Tezkeresi (3/2275) görüşmeleri tamamlandı

Komisyon gündeminde görüşülecek başka konu bulunmadığından, saat 15.34'te toplantıya son verildi.

22 Mart 2023 Çarşamba

BİRİNCİ OTURUM

Açılma Saati: 14.35

BAŞKAN: Tahir AKYÜREK (Konya)

BAŞKAN VEKİLİ: Metin YAVUZ (Aydın)

SÖZCÜ: Jülide İSKENDERÖĞLU (Çanakkale)

KÂTİP: Burhan ÇAKIR (Erzincan)

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Toplantı yeter sayımız var, toplantımızı açıyoruz.

Sayın Bakan Yardımcımız Nadir Bey, arkadaşlarımızı tanıtır mısınız.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKAN YARDIMCISI NADİR ALPASLAN – Sayın Başkanım, değerli milletvekilleri; saygılar sunuyorum.

Bugün, bağımsız denetim kurulunun Sayıştaya sunmuş olduğu raporun Meclisimize arz edilmesi üzerine TGA’nın bütçesiyle ilgili huzurlarınızdayız.

(Katılımcılar kendilerini tanıttılar)

II.- OTURUM BAŞKANLARININ KONUŞMALARI

1.- Komisyon Başkanı Tahir Akyürek’in, Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı ve 2021 Yılı Sayıştay Raporu’nun görüşülme sürecine ilişkin sunumu

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Teşekkür ederiz.

Şimdi, öncelikle hepinize hoş geldiniz diyoruz.

Tabii, Halil İbrahim Hoca’mızın dediği gibi, Meclisimizin son çalışma haftalarından birisindeyiz. Bu yasama döneminin son haftaları. Cenab-ı Hak herkes için hayırlar nasip etsin, hayırlısını nasip etsin; onu diliyoruz ve toplantımızı açıyoruz.

27’nci Yasama Döneminin 14’üncü, Altıncı Yasama Yılı’nın 4’üncü Toplantısı’nı açıyoruz şu anda.

Bugün gündemimizde daha önce Komisyonumuzda görüştüğümüz 7183 sayılı Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı Hakkında Kanun’un 7’nci maddesine göre hazırlanan ve Meclisimize sunulan, Başkanlık tarafından da Komisyonumuza havale edilen Ajansın 2021 Yılı Sayıştay Raporu bulunmakta.

Ajans denetim raporunu 2’nci defa görüşmüş olacağız. Geçtiğimiz yıl ilkinin görüşmüştük, daha önce ilk 2021 yılında 2020 yılını görüşmüştük. Toplantıya geçmeden önce toplantımızın usulü hakkında kısaca bilgi vermek istiyorum.

7183 sayılı Kanun’un 7’nci maddesi “(1) Ajansın Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu tarafından yayımlanan Türkiye Finansal Raporlama Standartlarına uygun olarak hazırlanan yıllık finansal tabloları bağımsız denetime tabidir. Bağımsız denetim, Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu tarafından kamu yararını ilgilendiren kuruluşların denetimini yapmak üzere yetkilendirilen bağımsız denetim kuruluşlarının en az üçünden teklif alınmak suretiyle İcra Kurulu tarafından yaptırılır.

(2) Denetim sonucunda düzenlenen bağımsız denetim raporları Sayıştaya gönderilir. Sayıştay, münhasıran kendisine sunulan bağımsız denetim raporlarını esas alarak hazırlayacağı raporu Türkiye Büyük Millet Meclisine sunar.” hükmünü ihtiva etmektedir. Bu hükme istinaden hazırlanan ve Meclisimizin bilgisine sunulan bu rapor Meclis Başkanlığınca Komisyonumuza havale edildi.

Öncelikle, Ajans temsilcisi arkadaşlarımız, Bakanlık temsilcisi arkadaşlarımız kısaca bir sunum yapacaklar, sonra da gerek Bakanlık yetkililerimize gerekse Ajans temsilcilerine sorularımız varsa onlar da cevaplandırılmış olacak.

Raporu görüşmemizin amacı, kanunun amir hükmü doğrultusunda faaliyetler hakkında bilgi edinmek, faaliyetleri değerlendirmek, yeni kurulan Ajansa rehberlik etmek ve Komisyonumuzun özellikle turizm alanından gelen Komisyon üyelerinin değerli fikirlerini Ajansın istifadesine sunmak. Toplantı bu minvalde devam edecek, görüşler tespit edilecek ve görüşmelere ilişkin hazırlayacağımız rapor da Meclis Başkanlığına sunulacak. İç Tüzük’ün 42’nci maddesinde belirtildiği üzere aynı zamanda ek görüş eklenebilir. Şu anda rapor incelemesinden sonra yani raporla ilgili görüşmeleri müteakip sanıyorum, Komisyon üyelerimizin iradesi doğrultusunda pazartesi mesai bitimine kadar falan süre verilerek yazılı olarak da bu rapor üzerindeki değerlendirmelerini Komisyon üyelerimiz iletebilirler Komisyonumuza. Biz de Meclis Başkanlığına intikal ettiririz.

Toplantımızın hayırlı olmasını diliyorum ve ilk sözü ben Bakan Yardımcımıza veriyorum.

Nadir Alparıslan Bey, buyurun.

III.- SUNUMLAR

1.- Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı Nadir Alparıslan’ın, 2021-2022 yıllarında Türkiye turizmi ve Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı hakkında sunumu

KÜLTÜR VE TURİZM BAKAN YARDIMCISI NADİR ALPARıSLAN – Komisyonumuzun Sayın Başkanı, çok kıymetli milletvekilleri; ben de saygılar sunuyorum.

Meclisimizin 27’nci Döneminin bu son çalışmalarından bir tanesini gerçekleştiriyoruz. Hayırlara vesile olmasını diliyorum ülkemiz adına, milletimiz adına.

6 Şubat’ta yaşadığımız elim deprem için de tüm ülkemize, milletimize geçmiş olsun diyorum; hayatını kaybedenlere Allah’tan rahmet diliyorum, yaralıları acil şifalar diliyorum.

Sayın Başkanım, değerli milletvekilleri; Sayıştay’ın 2021 yılı...

II.- OTURUM BAŞKANLARININ KONUŞMALARI (Devam)

2.- Komisyon Başkanı Tahir Akyürek’in, Aydın Milletvekili Hüseyin’in Yıldız’a ağabeyinin vefatı dolayısıyla başsağlığı dilediğine ilişkin açıklaması

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Nadir Bey, bir saniye.

Komisyon üyemiz Aydın Milletvekili Hüseyin Yıldız Bey’in ağabeyi rahmetli olmuş. O nedenle aramızda değil, kendisine de başsağlığı diliyoruz. Vefat eden ağabeyine de rahmet diliyoruz, bugün cenazesi varmış. Onu da Komisyonumuz adına belirtmiş olalım.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Buyurun.

III.- SUNUMLAR (Devam)

1.- Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı Nadir Alparıslan’ın, 2021-2022 yıllarında Türkiye turizmi ve Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı hakkında sunumu (Devam)

KÜLTÜR VE TURİZM BAKAN YARDIMCISI NADİR ALPARıSLAN – Ben de değerli Komisyon üyemiz Hüseyin Yıldız Vekilimize başsağlığı diliyorum Bakanlığımız adına, Allah rahmet eylesin.

Sayın Başkanım, 2021 yılı Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı ki biliyorsunuz 2019 yılında Meclisimizin takdiriyle kurmuş olduğumuz Türkiye'nin turizm değerlerinin tanıtılmasıyla ilgili olarak sektör ve Bakanlık; kamunun ortaklaşa, birlikte kurmuş olduğu bir kurumdu. Yine geçen yıl yaptığımız bir yasal değişiklikle yönetim kurulu yapısında da küçük değişiklikler yaparak 18 kişiden oluşan bir yönetim kurulumuz var bildiğiniz üzere. Üç tane kamu temsilcisi var; ilgili Bakan Yardımcısı olarak ben, Tanıtma Genel Müdürümüz ve Türk Hava Yolları Yönetim Kurulu Başkanı; diğer 13 üyemizin tamamı seçimle sektörlere seçiliyorlar. Geçtiğimiz yıl 2022 yılının sonunda yine seçimlerle yeni yönetim kurulu teşekkül etti, çalışmalarına başladı. Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı, tabii, Türkiye'nin turizm tarihinde ve son beş yılda Türkiye'de turizmde katetmiş olduğumuz çok önemli mesafeler ki tüm dünyada bunu takdir ediyor. Burada Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansının çok çok önemli bir rolü var, çok büyük faydalar var. Biz bunu gördük, sorularınız içerisinde ve süreç içerisinde bunları daha detaylı olarak anlatmak isterim.

Tabii, Sayıştayın huzurlarınıza göndermiş olduğu raporda şöyle bir mantıksal veya konum olarak bir anlaşılammaya değer bir husus var. Şimdi, Sayıştay raporu Ajansın gelir ve giderlerinden ortaya çıkarak 2020 yılında şu kadarlık kârı vardı, 2021 yılında da şu kadarlık zarar var gibi olayı tabiri caizse çok farklı bir alana indirgeyen bir rapor hâlinde sizlerin huzurlarına sunmuş durumda. Oysa işin temelinde bir hata var; burası kâr veya zarar eden bir şirket yapılanması veya öyle bir amaç güden, kâr eden veya zarar edecek gibi bir piyasada işlem gören veya piyasada bir faaliyet gösteren şirket gibi bir algı oluşturuyor ilk etapta ki kamuoyunda da basında da buna benzer haberler oldu. Burada çok temel bir yanlış var; bu Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı kâr etmek amacıyla kurulmuş bir şirket değil, tam tersine, tabiri caizse, kamu hizmeti gören, Türkiye'nin turizm değerlerini tanıtan, kamudan, devletten ve sektörden elde ettiği gelirlerle Türkiye'nin tanıtımı üzerinde faaliyet gösteren ki tanıtım faaliyetleri de en az bütçesinin yüzde 85'inden az olamayacak bir yapı. Dolayısıyla elde ettiği gelirleri tamamen Türkiye'nin turizm tanıtımı için harcayan, kullanan bir kuruluş. Kâr etme gibi asla ve asla öyle bir amacı, öyle bir derdi olmayan bir kuruluş ve kurulduğu günden beri Türkiye'nin turizm değerlerini, turizm potansiyelini tüm dünyaya tanıtarak Türkiye'nin turizmde elde ettiği kazançları arttırmaya yönelik bir kuruluş ve -biliyorsunuz- 2019 yılında Türkiye turizmde kendi tarihi açısından en parlak yılını yaşamıştı, 34,5 milyar dolar, sonra düzeltmeyle 37 milyar dolarlık bir turizm geliri elde etmiştik; 51,7 milyon yabancı ziyaretçiyi de ülkemizde ağırlamıştık. Tabii, tüm dünyanın kapandığı 2019 yılında Çin'de başlayan ve 2020 yılında Martta ülkemizde görülen Covid-19 vakalarıyla beraber -biliyorsunuz- tüm dünya kapanmıştı; tüm sektörler başta turizm olmak üzere ciddi bir zarar görmüştü, zaten seyahat yasağı vardı; insanlar bırakın ülkeden ülkeye ziyaret etmeyi, evlerinden bile dışarı çıkmadıkları için 2020 yılında tüm dünyada turizmde yüzde 80'lere varan bir daralma yaşanmıştı. Biz, elimizde bulunan bu Türkiye Turizm Geliştirme Ajansı enstrümanını Türkiye açısından, milletimiz açısından, ülkemiz açısından çok etkin ve verimli kullanarak dünyanın yaşamış olduğu küçülmeden, daralmadan daha küçük bir daralma yaşayarak 2020 yılını kapatmıştık. Tabii, 2019 yılında 51 milyon ziyaretçimiz olmasına rağmen 2020'de bu rakam 24-25 milyona kadar düşmüştü ve 12,5 milyar dolar turizm geliri elde etmiştik, 2019'a göre çok ciddi bir daralma yaşamıştık Covid-19 sebebiyle. 2021 yılında, bu Covid sürecini de dikkate alarak, ona yönelik stratejiler ve politikalar belirleyerek hızlı bir yükselişe geçmiştik ve 2020 yılına göre yüzde 100'ün üzerinde hem turizm gelirinde hem de turist sayısında gelişme sağlayarak dünyada turizmde en hızlı büyüyen 3 ülkeden biri olmuştuk; Meksika, Hırvatistan ve biz. Meksika, tabii, bizim kategorimizde olmadığı için, Hırvatistan'ın da ölçeği çok daha küçük olduğu için biz aslında dünyada turizmde en hızlı büyüyen ülke olduk pandemi sonrasında ve yine o yıl -bildiğiniz gibi- Güvenli Turizm Sertifika Programı'nı uygulayarak, tüm dünyaya örnek olarak, Türkiye Turizm Geliştirme Ajansının üzerinden Güvenli Turizm Sertifika Programı'nı uygulayarak bu

başarıyı elde etmede ciddi bir rol oynamıştık yine aşı programı ve benzeri tanıtım programlarımızla; bu da tüm dünyanın takdirine yol açmıştı ve yine 2021 yılında, biz dünyada en fazla turist ağırlayan 4'üncü ülke olmuştuk.

Yine, 2022 yılında da -onun raporu henüz huzuruza gelmedi- ama biz dünyada örnek gösterilecek bir büyüme sağlayarak turizmde, turizm gelirimizi 46 milyar dolar gibi tarihin en üst noktasına çıkardık ve yine 2019'daki turist rakamını yakaladık -ki orada çok önemli bir ayrıntı- biz 2022'de 2019 yılında sağladığımız turist sayısını sağlayarak, daha fazla gelir elde ederek, yaklaşık 10 milyar dolar daha fazla gelir elde ederek turizmde dünyaya çok iyi bir örneklik sergilemiş olduk, çok parlak bir yıl yaşadık. Bu da ülkemizde hep eleştirilen “Türkiye’ye turist geliyor ama işte çok nitelikli turist değil; para harcamıyorlar, gelir getirmiyorlar.” diye; bunun da tersine çıkarak hem kişi başı harcamada hem kişi gecelik gelirden de ciddi artışlar sağlayarak tarihimizin hem kişi başı gelirinde hem turizm gelirinde 2022 yılını en iyi sezon olarak yakaladık. Dünyaya örnek bir ülke olarak, ki bunu Dünya Turizm Örgütü dünya sıralamalarını daha henüz açıklamadı ama açıkladığında da göreceğiz, daha üst sıralara, daha iddialı konumlara gelmiş olacağız. Türkiye’nin -hepinizin de bildiği gibi- çok zengin, çok çeşitli bir turizm potansiyeli, turizm imkânı var. Biz de hem Bakanlık olarak hem sektörle birlikte hem de Türkiye Turizm Geliştirme Ajansını doğru kullanarak çok ciddi adımlar, çok ciddi programlar yaparak turizmimizi her yıl daha üst noktalara taşıyoruz. Biliyorsunuz, 2028’e kadar da öngörümüzü yaptık; bunu kamuoyuna da açıkladık. Biz 2028 yılında, 90 milyon turist hedefine ve 100 milyar dolar turizm gelirine, inşallah, ulaşacağız yapacağımız adımlarla. Buna da nasıl ulaşacağımızı adım adım kamuoyuyla paylaştık. Çok fazla vaktinizi almamak için detaylara girmek istemiyorum.

Yine, bu yıl da depreme rağmen -ki şimdi arkadaşımız kısa bir sunumla da ifade edecek- şu anda biz dünyada turizm konusunda Türkiye olarak en etkin tanıtımı yapan, global mecralarda spesifik değil tüm global mecralarda en etkin tanıtımı yapan, dünyanın turizm konusunda en etkin aktörlerini Türkiye’de ağırlayan, tanıtımda neredeyse dünyaya örnek olan ve Türkiye’de, yine, pandemi döneminde uygulamış olduğumuz Güvenli Turizm Sertifika Programı’nı 2030 perspektifine kadar Sürdürülebilir Turizm Sertifika Programına dönüştürerek yine Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi ile birlikte uluslararası akredite kuruluşlarla yine dünyaya örnek bir uygulamayla Sürdürülebilir Turizm Sertifika Programı’nı da başlattık. Dolayısıyla Türkiye’nin çok zengin ve güçlü turizm potansiyelini çok hızlı bir şekilde turizm ürünlerine dönüştürerek Türkiye’nin turizm gelirlerini her yıl çok daha üst noktalara ve dünyanın en iddialı ülkelerinden biri olmaya doğru hızla ilerlemekteyiz. Bu da Türkiye’de refahın, cari açığın, istihdamın çok daha iyi noktalara gelmesi anlamına geliyor. Dolayısıyla, biz Türkiye Turizm Geliştirme Ajansını da kullanarak bu başarıları elde ettik. Bu başarıların elde edilmesinde Türkiye Turizm Geliştirme Ajansı’nın çok çok büyük önemi var; bunun altını çizmek istiyorum. Dolayısıyla Sayıştay raporuyla “Sizin huzuruza gelen şirket, 2020 yılında şu kadar kâr etmişti, 2021 yılında da şu kadar zarar var.” gibi çok basit bir indirgeme olayın gerçekliğiyle hiç uzaktan yakından ilgisi olmayan bir değerlendirme olarak gelmiş. Dediğimiz gibi, burası kâr amacı gütmeyen, ticari bir amacı olmayan bir kuruluş. Tamamen, sektörden ve kamudan elde ettiği gelirlerle Türkiye’nin turizminin tanıtımına harcamalarını yapan bir kuruluş. Bu anlamda da çok verimli ve çok etkin bir şekilde görevini yerine getirmekte, çok başarılı çalışmalara, dünyaya örnek olan çalışmalara imza atmakta; ben bunun altını çizmek istiyorum.

Ne kadar uygun görürseniz de Türkiye Turizm Geliştirme Ajansı Genel Müdürümüz faaliyetleriyle ilgili çok kısa bir şekilde daha detaylı sizi bilgilendirmek ister.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Kaç dakika sürer?

KÜLTÜR VE TURİZM BAKAN YARDIMCISI NADİR ALPASLAN – Siz ne kadar arzu ederseniz biz o şekilde sunarız. Bir on dakika, on beş dakika arasında bir sunumla gerçekleştirebiliriz.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Beş dakika...

KÜLTÜR VE TURİZM BAKAN YARDIMCISI NADİR ALPASLAN – Peki Sayın Başkanım.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Konuya en hâkim olan kişi en kısa sunum yapabilen kişidir.

Buyurun.

2.- Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı Genel Müdürü Yalçın Lokmanhekim'in, Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı 2021-2022 yılları faaliyetleri hakkında sunumu

TÜRKİYE TURİZM, TANITIM GELİŞTİRME AJANSI GENEL MÜDÜRÜ YALÇIN LOKMANHEKİM –Teşekkür ederim.

Sayın Başkan, saygıdeğer milletvekilleri, Sayın Bakan Yardımcım, Genel Müdürüm; hepinizi kendim ve Ajansta çalışan tüm arkadaşlarım adına en derin saygılarımla selamlıyorum.

Efendim, şimdi, tabii, beş dakikayla sınırlandırarak beni birazcık acele ettirdiniz.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Meclis teamülünde bir dakika da ilave veriliyor.

TÜRKİYE TURİZM, TANITIM GELİŞTİRME AJANSI GENEL MÜDÜRÜ YALÇIN LOKMANHEKİM –Teşekkür ederim. Elimden geleni yapacağım.

Efendim, şimdi, bildiğiniz gibi Ajansımız Türkiye'nin bir turizm markası ve destinasyon olarak dünyada tanıtılması misyonuyla kuruldu. Kurulduğu yılda, 2019'da dünyaya baktığımız zaman turizmde ileri giden, turizmden ekonomisine katkıda bulunan ana ülkelere göz attığımızda bizim benzerimiz olan ajanslar yaklaşık yüz yıldır vardı. Yani biz 2019'da kurulduğumuzda İtalya'nın ajansı yüz yaşındaydı. Almanya'nın 1948'de, İngiltere'nin 69'da, Amerika'nın 81'de, Fransa'nın 87'de, bize benzer yapılarla turizm tanıtımları üzerinden çalışmalar başlattığını gördük.

Az önce Sayın Bakan Yardımcımızın da ifade ettiği gibi Ajansımız 18 üyeden oluşan bir yönetim kurulu tarafından yönetilmekte. Yönetim Kurulu Başkanlığını Bakan Yardımcımız...

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Onları geçebiliriz.

TÜRKİYE TURİZM, TANITIM GELİŞTİRME AJANSI GENEL MÜDÜRÜ YALÇIN LOKMANHEKİM –Tamam, geçelim bunları peki.

Bizim organizasyon yapımız çeşitli branşlardan oluşuyor.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Sunumu WhatsApp'tan da atabiliriz değil mi Nadir Bey?

KÜLTÜR VE TURİZM BAKAN YARDIMCISI NADİR ALPASLAN –Getirdik efendim biz.

TÜRKİYE TURİZM, TANITIM GELİŞTİRME AJANSI GENEL MÜDÜRÜ YALÇIN LOKMANHEKİM – Sunumun kopyasını biz getirdik efendim; hepinize birer tane takdim edeceğiz.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Tamam.

TÜRKİYE TURİZM, TANITIM GELİŞTİRME AJANSI GENEL MÜDÜRÜ YALÇIN LOKMANHEKİM – Şimdi, o zaman hızlıca stratejimizden bahsedeyim ben.

TGA'nın stratejisi aslında, Türkiye'yi destinasyon ve tema markalarıyla çeşitlilik üzerinden tanıtmak ve Türkiye'ye direkt uçuş alan tüm hedef ülkeler, destinasyonlar bizim hedefimizde. Bizim esas stratejimiz çeşitlilik üzerine kurulu. Yani biz Türkiye'yi çok daha fazla pazarda, pazar çeşitliliğini arttırarak ki bunun faydalarını global krizlerde gördük; ne kadar fazla pazarda müşterimiz varsa biz bu krizleri daha kolay atlatabiliyoruz. Ve aynı zamanda da kendi çeşitliliğimizle yani ürün çeşitliliğimizle,

destinasyonlarımızla, temalarımızla, sadece deniz, kum, güneşle değil; şehirlerimizle, tarihimize, zengin mutfağımızla ve bunun gibi destinasyonları ön plana çıkararak Türkiye’yi tanıtmak üzerine bir strateji kurduk.

2021’e baktığımızda, 97 ülkede tanıtım yaptık, 23 ülkede televizyonlarda olduk, 97 de dijital mecraları kullandık, 9 ülkede basılı yayın organlarını kullandık, 97 ülkede kurumsal iletişim faaliyeti yürüttük, ülkemizde 3.770 kişi ağırladık; bunların içinde basın mensupları, sosyal medyada etkili kişiler, çeşitli etkinliklere gelen sporcular, sanatçılar vardı. Amacımız bunları ağırlayıp bunlar vasıtasıyla, bunların geniş iletişimleriyle kendi tanıtımımızı yurt dışında yapmak ve sosyal medyada da 7,3 milyondan fazla erişim yaptık. Şöyle bakalım, burada çok önemli bir konu var: 2018’den 2021’e gelişimize baktığımız zaman aslında, bizim, ulusal kanallarda, dijitalde, basılı yayında ne kadar fazla bir mecra artışına gittiğimizi ve kullandığımız malzemeyi de ne kadar çok çeşitlendirerek sayısını artırdığımızı görmek mümkün. TV reklamlarımızı 2021’de 5 ana film üzerine kurduk, bunu 23 ülkede tanıttık. Yaklaşık 80 bin gibi bir ölçüm değeri olan TRP, çok yüksek bir değer yani bu aslında, hedeflediğimiz kitlenin ne kadarına ulaştığımızı gösteren bir değer. 80 bin gibi de çok yüksek bir TRP oranıyla televizyonlarda olduk. Bu, televizyon reklamlarımızda biz, dedim ya, çeşitliliğe gittik, İstanbul’u öne çıkardık, yeni bir İstanbul markası ortaya çıkardık. Ege’yi bir marka yaptık, “Türk Egesi” dedik. Güvenli turizm üzerine -ki o zaman Covid’in daha henüz ortadan kalkmadığı zamanlardı- kampanya yürüttük. Bunun Yanında Türkiye’nin çeşitli bölgelerini tanıtan, işte hatıralarına yön ver, seç gibi çeşitli kampanyalarla da televizyonlarda yer aldık.

Dijital mecralara baktığımız zaman, 97 ülkede 14 milyardan fazla gösterim yaptık dijital mecralarda, yaklaşık 2 milyara yakın da bir erişime ulaştık, insanlar bu gösterimlerimize ilgi gösterdi. 8 ülkede 27 farklı dergi ve gazetede çeşitli haber benzeri “advertorial”lar, ilanlar ve reklamlar çıkarttık. Sosyal medyada -tabii bu 2021 rakamı- en etkin mecra olan Instagram’da 1 milyon takipçiye ulaştık ki şu anda 2,5 milyona doğru gidiyoruz. Diğer mecraları da son derece etkin, zengin bir çeşitlilikle kullanıyoruz.

Yabancı ülkelerde, hedef ülkelerimizde Türkiye’ye turist getiren başlıca tur operatörleri ve hava yolu şirketleriyle ortak reklam kampanyaları düzenliyoruz. Onlarla beraber bir medya planı üzerinden o ülkedeki etkili mecralarda, televizyonlarda, radyolarda, dijitalde, bu operatörlerin satış noktalarında içeriğini bizim sağladığımız Türkiye’yi tanıtan, o ülkeye özgün, o ülkenin halkının merak duyduğu özelliklere özgün reklamlar yaparak da yurt dışı ortaklarıyla o ülkelerde yerinde pazarlama faaliyetleri yürüttük. Az önce söyledim, 3.770 kişiyi ağırladık, bu çok önemli, Türkiye’nin tanıtımı için bizim en önemli silahlarımızdan biri bu. Biz bu insanları özenle seçiyoruz, bunların çevrelerine bakıyoruz, geçmişteki haberlerine bakıyoruz, kaç kişinin onları takip ettiğine bakıyoruz ve ilgi alanlarına göre -bunların kimi sporcu, kimi sanatçı, kimi basın mensubu, kimi tur operatörü- bunları Türkiye’de ağırlayıp onların ilgilerini çekecek etkinliklerde ve Türkiye’nin tüm sathında ağırlayıp geri gönderiyoruz. Sonra da arkalarından bu Türkiye ziyaretlerinde edindikleri tecrübeleri nasıl paylaştıklarını takip ediyoruz ve kaç kişiye ulaştığımıza bakıyoruz. Bu dolaylı yolla 2021’de 1,1 milyar erişim sağlamışız.

Burasını çok hızlı geçebilirim. 2020 yılında bunların sayısı çok fazla çok fazla etkinliğimiz var, bunların arasında büyükelçi ağırlamasından tutun da çeşitli spor organizasyonları, uluslararası bisiklet yarışları, spor müsabakaları, sanat etkinlikleri konusunda pek çok etkinlikte yer aldık ve ağırlamalarımızı yaptık.

Bu arada, tabii kurumsal iletişime çok önem veriyoruz. Dünya çapında hedef ülkelerimizin tamamına yakınında çalıştığımız kurumsal iletişim ajansları var. Bu ajanslar vasıtasıyla da buradan merkezî bir stratejiyi ajansların bulunduğu ülkelere özgün bir şekilde onların dilinde, onların anlayacağı

şekilde o ülkelerde yayın yaparak kendi iletişim mesajlarımızı da bir yandan bu ajanslar üzerinden de dağıtıyoruz Burada da basın yansıma adetlerini görebiliriz. Burada yapılan görüntülemeler ve erişimlerde de çok ciddi rakamlara ulaştık bu kurumsal iletişim ajansları sayesinde.

“Go Türkiye” adını verdiğimiz bir dijital portalimiz var, bunu gururla söyleyebiliriz, bu kendi içinde muadilleri arasında -yani ülkelerin kendi tanıtımları için kurdukları sosyal medya “web” portalları arasında- açık ara ilerde. 10 farklı dilde yayın yapıyor, Türkiye’nin tüm bölgeleri, tüm illeri, tüm destinasyonları, rotaları, yemeği, inanç rotası, efendime söyleyeyim arkeolojisi, tarihi burada. Bu, çok dinamik bir içerik, onun için buna portal diyoruz, bu bir “web” sayfası değil, durağan bir içerik değil. Biz, bunu sürekli zenginleştiriyoruz ve her dilde de bu yayını yapmasını sağlıyoruz. Çok ciddi de bir ilgi ve erişim sağlıyor, bunu da takip ediyoruz. “GoTürkiye.com” gerçekten dünyada eşine benzerine rastlanmayacak büyüklükte bir ülke tanıtım portalı.

Şunu söylemeden geçemeyeceğim. Tabii, biz işimiz gereği tüm dünyada global turizmi kaynaklarından takip ediyoruz çünkü strateji belirlemede data takibi artık günümüzde yapılması gereken olmazsa olmaz. Biz, hem turizmi takip ediyoruz hem de diğer yandan kendi gelişimimiz olan yapay zekâya sahip bir algı takip mekanizmamız var. Başta Twitter olmak üzere ve pek çok haber portalı sitesinde, çok büyük sayıda sitede çok ciddi veri işliyoruz yani sistemde 900 milyondan fazla veri var takip ettiğimiz. Haber kaynaklarını takip ediyoruz 80 binden fazla, günlük ortalama 60 bin haber okuyoruz, her gün 750 binden fazla sosyal medya içeriği takip ediyoruz. Bu yapay zekâ bunları ayırıştırıyor; olumlu mu, eleştirisel mi, iyi mi, kötü mü? Bununla da ilgili, dünyanın neresinde Türkiye ve turizmi hakkında ne konuşuluyor, nasıl bir algı var, nasıl bir reaksiyon var, bunu takip ediyoruz ve o ülkelerde yerinde, amacına ulaşan, değişken, ülkeye özel bir strateji takip ediyoruz. Örnek bir vaka vereyim: Tabii, çok acı bir şey yaşadık, Taksim bombalaması sonrasında biz anında sosyal medyadan ve haber sitelerinden bu haberin dakika dakika nasıl yayıldığını, hangi ülkelerden yayıldığını, ne kadar olumsuz tepkiye yol açtığını, ne kadar zamanda sönümlendiğini dakika dakika takip ettik ve bu takip sayesinde iletişim kanallarımızı da anlık yönettik. Bazı haberlere, iletişimlere “Dur!” dedik, bunu hemen yapabiliyoruz, TGA’nın en büyük avantajı aslında bu dinamik yapısını, biz tüm bu iletişim stratejisini televizyonundan dijitaline kadar çok dinamik bir şekilde yönetme yetkisine sahibiz yani uzun karar mekanizmalarımız yok, günler, haftalar, aylar sürmeden karar verebiliyoruz.

(Mikrofon otomatik cihaz tarafından kapatıldı)

İBRAHİM HALİL ORAL (Ankara) – Başkanım, bir dakika daha verebilir misiniz?

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Toparlayalım.

TÜRKİYE TURİZM, TANITIM GELİŞTİRME AJANSI GENEL MÜDÜRÜ YALÇIN LOKMANHEKİM – Güvenli Turizm Sertifika Programı’ndan az önce Sayın Bakan Yardımcımız bahsetti. Bu, bizim pandemiden çok daha çabuk ayağa kalkmamızı sağlayan bir yöntemdi. Şimdi, bunun üzerine bir de “Sürdürülebilirlik Sertifikası” üzerine çalışıyoruz çünkü dünyanın gündemi sürdürülebilirlik. Sürdürülebilirlik, hepimizin geleceğe yapması gereken bir yatırım, sürdürülebilirlik konusunda da turizme yön veren bir programımız var.

Bir yandan yurt içinde çalışıyoruz, il tanıtım ve geliştirme programlarını il kurullarıyla beraber yürütüyoruz. Burada da amaç, her il ve her yörede Türkiye turizmine katkıda bulunacak, pazarlanabilir, turist çekebilecek değerleri ön plana çıkarmak. Aynı zamanda, ürün geliştirme ve pazarlama yapıyoruz; kruvaziyer turizmden inanç turizmine, gastronomi turizminden tarihe, kültüre, spora, bisiklete de yönelik çok ciddi çalışmalarımız var. Bununla da ilgili örnekler görüyorsunuzdur mutlaka, işte, Michelin’in Türkiye’ye gelmesi mesela, bu çalışmaların bir sonucudur.

Yurt dışında, tüm diğer rakip ülkeleri gibi, Türkiye'yi tanıtan, satan yabancı insanlara yani operatörlerin çalışanlarına da Türkiye'yi öğreten on-line bir eğitim programımız var. Bu programı geliştirdik, şu anda içinde 26 tane modül var -orada "7" yazıyor, bu, 2021'in sunumu- 26 modülde Türkiye tanıtımı ve öğretisi yapıyoruz ki bizi pazarlayan, satan çalışanlar Türkiye'yi çok daha yakından tanıyabilsin.

Diğer yandan, tabii, kongre turizmi üzerinde ciddi çalışmalarımız var, bununla ilgili global kuruluşlara üyeyiz. Yurt dışında Türkiye kongre kapasitesini tanıtıcı ziyaretler yapıyoruz, fuarlara katılıyoruz, üyeliklerimiz var. Fuarlar aynı şekilde... Biz fuarlar konusunda da seçici davranıyoruz bayrak göstermemiz gereken çok önemli fuarlarda -çünkü artık fuar algısı bu, yüz yüze iletişimin zayıflamasından sonra değişti- çok etkili fuarlarda da Türkiye'yi tanıtan stantlarımız var.

Dünyanın dört bir yanında, Amerika'dan Çin'e kadar turizmle ilgili tüm uluslararası kuruluşlarda üyeliklerimiz var, bunları takip ediyoruz. Bu, gündemi takip etmemizi, dünyayı takip etmemizi sağlıyor, bu konuda da stratejilerimizi belirliyoruz.

Beş dakikam bitiyordur sanırım.

Son olarak şuna yer vereyim: Tabii -az önce Sayın Bakan Yardımcımız da bahsetti- ziyaretçi sayılarına bakıldığında, 2019'dan sonra pandeminin yarattığı o düşüşten başarılı bir şekilde çıktık, tanıtım faaliyetlerimize de bunun faydası olduğunu düşünüyoruz. 2022'de 51,4 milyon turist ağırladık, 2028'e kadar da bu stratejiyi devam ettirerek bu sayıyı 90 milyona çıkarmayı hedefliyoruz. Turizm gelirlerimizde bir rekor kırdık. Bu gelirden -bir sonraki tabloda göstereceğim- gecelik kişi başı gelirin artışıyla beraber artması yönünde ilerliyoruz.

Bir önceki sayfaya gelip sözümü bitireceğim, en altta çok önemli bir şey var. Biz sürekli şunu da takip ediyoruz: Ana rakiplerimize göre ne durumdayız? Hep 2019'u mukayese ediyoruz; 2019'a göre 2021'de, 2022'de ne yapmışız? Baktığınız zaman, biz, gerek ağırladığımız turist sayısı gerekse turizm geliri bakımından Fransa, İspanya, İtalya ve Yunanistan'a göre çok daha çabuk toparlanmışız; bizim gelişmemiz 2022'de artışı geçmiş, rakiplerimizin en iyisi şu anda daha kafa kafaya gelebilmiş durumda.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Teşekkür ederiz.

Bazı rakamlar güncellenememiş sanıyorum.

TÜRKİYE TURİZM, TANITIM GELİŞTİRME AJANSI GENEL MÜDÜRÜ YALÇIN LOKMANHEKİM – Evet.

Sayın Başkanım, tabii, 2021'i baz alarak hazırladık biz bu sunumu yani aslında günümüze baktığımız zaman, bu etkinliklerin rakamları tabii ki buradakinden farklı 2023'te.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Peki.

Söz almak isteyen?

Hocam, buyurun.

IV.- KANUN TEKLİFLERİ VE DİĞER İŞLER

A) DİĞER İŞLER

1.- 7183 Sayılı Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı Hakkında Kanun Uyarınca Sayıştay Başkanlığınca Düzenlenen 2021 Yılı Raporunun Sunulduğuna Dair Sayıştay Başkanlığı Tezkeresi (3/2275)

İBRAHİM HALİL ORAL (Ankara) – Teşekkür ederim Sayın Başkan.

Kıymetli arkadaşlar, şimdi, Sayın Başkanımın sözünden ben hareket edeyim, Komisyonumuzun son toplantısı olduğunu söyledi, Sayın Bakanımız da bunu gündeme getirdi. Tabii, Komisyonumuzun son toplantısı olunca, Allah nasip ederse Millet İttifakı'nın Turizm Geliştirme Ajansının idealleri, projeleri nelerdir ben kısaca onu belirtiyim ki bundan sonra inşallah o komisyon gelecek, onlarda bulunacağız.

Millet İttifakı olarak Ortak Mutabakat Metni'nde TGA'yla ilgili vaatlerimiz nelerdir Komisyonumuzun ve Bakanlığımızın personelinin de duymasını isterim ben. "Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tüm paydaşları kapsayacak, daha etkili tanıtım yapacak, sektörün gelişimine yönelik somut projeler üretecek, sorunlara ortak akılla hızlı çözüm bulacak, liyakatli kadrolardan oluşacak şekilde yeniden yapılandıracağız." vaadimiz var.

Sayın Genel Müdürümüz çok somut ve güzel şeyler hazırladı, sunmuştu; ben teşekkür ederim, Sayın Bakanıma teşekkür ederim ama tabii, Sayıştay raporunda böyle dikkatimizi çeken bir takım eleştirilerimiz de var, izninizle onları da sunmak isterim. Sayıştay raporunu Sayın Bakanım eleştirdiniz, Sayıştay Türkiye'nin en itibarlı kurumudur.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKAN YARDIMCISI NADİR ALPASLAN – Sayıştayımızı eleştirmedim raporunu...

İBRAHİM HALİL ORAL (Ankara) – Yani o zaman şöyle çevirelim: Sayıştay raporunu biz söyledik ama bu rapor baştan hazırlanırken bağımsız bir denetleme şirketine yaptırıldı. Biz, burada Sayıştay raporu olarak görüyoruz ama Sayıştay raporu olarak değil, bunu o zaman bağımsız bir şirketin postasıyla Sayıştay'a geldi, Sayıştay da yüce Meclisimize gönderdi gibi algılamak lazım. Bu bizim vebalimiz değil, sizin oluşturduğunuz bağımsız şirketin verileridir. Onun için ona kızmaya, ona sitem etmeye de hakkımız yok.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKAN YARDIMCISI NADİR ALPASLAN – Sayın Vekilim, verilerde bir sıkıntı yok, veriler doğru ama okumasında bir hata var. Burası kâr veya zarar eden bir şirket değil, elde ettiği gelirleri Türkiye'nin turizmi için harcayan bir şirket, kâr etmek gibi bir amacı yok.

İBRAHİM HALİL ORAL (Ankara) – Yani izin verirsiniz ben o dikkat çeken şeyleri de size belirtmek isterim yani bağımsız denetim şirketlerinin değerlendirmesi ve sorulması gereken soruları böyle bir...

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Yani yargı ve yürütme ayrılığını gerçekleştirmişiz gördüğüm kadarıyla.

İBRAHİM HALİL ORAL (Ankara) – Ama işte, sizin daha opsiyonel olarak rahat edebilmeniz için, Komisyonun daha rahat daha "large" hareket edebilmesi için yaptığınız bir hamledir, onu da inşallah değiştireceğiz diyorum ben.

Şimdi, turizm tesislerinden gelirlerinden 2020 yılında 218 milyon Türk liralık pay alan Ajansın bu yılki tesis payı geliri 763 milyon 456 bin Türk lirasına ulaşırken, buna karşın 2020 yılında 250 milyon Türk lirası kâr elde eden Ajansın 2021 yılını 66 milyon 794 bin TL tutarında zararla kapatması dikkat çekmektedir. Her ne kadar siz buna itiraz ettiyseniz de bu dikkati çekiyor yani nasıl bu kâr edildi? Bu kadar fazla büyük kâr varken zararın sebebi neydi?

KÜLTÜR VE TURİZM BAKAN YARDIMCISI NADİR ALPASLAN – Hemen açıklayabilirim.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Yok, onları not alalım da Nadir Bey.

İBRAHİM HALİL ORAL (Ankara) – İsterseniz bitirelim, daha sonra.

Televizyon kanallarına reklam verildiğini belirtiyorsunuz. Bu harcamalar hangi televizyon kanallarına yapılmıştır? Yapılan harcamalar kanallar arasında nasıl bir şekilde pay edilmiştir? Yapılan bu TV giderlerinin tüm yönleriyle turizme katkısı nedir? Ajansın bu katkıyı ölçecek başarı kriterleri nelerdir? Bunları da öğrenmek isteriz.

Üç; hangi televizyon kanallarına kaç adet reklam verilmiştir? Bunların somut olarak bize belirtilmesi gerektiğine inanıyorum.

Dört; TGA'nın Eski Basın Sözcüsü "2021 yılında olduğu gibi 2022'de de yani 2023'te de tanıtım ve reklam faaliyetleri tam gaz sürecek." tabirini -bu ifadeler ona aittir- ifadelerini kullanmıştır. Bu durumun TGA'nın bütçesine zararı daha da fazla olmayacak mıdır diye dikkatimizi çekiyor. Turizm tesislerinin gelirlerinden 2020 yılında 218 milyon Türk liralık payı alan bu Ajansın bu yıllık tesis payı geliri 763 milyon 456 bin Türk lirasına ulaşırken buna karşın, 2020 yılında 250 milyon Türk liralık kâr elde eden Ajansın 2021 yılını 66 milyon lira zararla kapatması, hakikaten, demin söylediğim gibi, dikkati çekiyor. Ajansın gelirlerinin yüksek ölçekte artmış olmasına rağmen ajansın bütçesinin ekside olmasının nedenleri nedir? Bu nedenlerin tespit edildiği kapsamlı bir rapor hazırlanmış mıdır? Bu ajansa aktarılan turizm tesis gelirlerinin ne kadarı sponsorluk giderlerine harcanmıştır? Ajansın sponsorluk yaptığı kurum ve kuruluşlar hangileridir? Hangi kurumlara bu sponsorluk gelirleri verilmiştir? Ajansın yönetim giderlerindeki artış da dikkati çekmektedir. Yönetim Kurulu Başkanlığını Sayın Kültür Bakan Yardımcımız Nadir Alpaslan'ın yaptığı Ajans, 2020 yılında genel yönetim gideri için 8 milyon 16 bin Türk lirası harcamıştır. Bu kalem, 2021 yılında 5 kat artarak -dikkatinizi çekerim, Türkiye'deki enflasyondan çok çok daha fazla bir şey görünüyor- 41 milyon 499 bin Türk lirasına ulaşmıştır. Bu rakamın 22 milyon 808 bin Türk lirasını personel gideri oluşturmaktadır. Bunun da bir izahını yapmak lazımdır.

TGA'nın denetlenmesi neden bir devlet kurumu olan -biz- kurulurken de çok ısrar ettik ve defaatle dile getirdik, şimdi siz de gündeme getirdiğinizi söylüyorsunuz- Sayıştay yerine yurt dışı ortakları bulunan bir firmaya verilmiştir? Bu kadar yüksek personel harcamalarının olduğu bir Ajansın yurt dışı ortakları olan bir şirket tarafından denetlenmesi hangi stratejik karar temel alınarak belirlenmiştir?

Beş, bütçesi ekside olan Ajansın turizmin ülke ekonomisindeki payını artırma adına nasıl bir katkıda bulunması öngörülmektedir?

Altı, Yüksek ücretlerle çalıştırılan personelin isimleri, eğitim durumları ve benzeri özlük bilgileri neden çok açık ve şeffaf değildir?

Yedi, Ajansa ait personel alımında ne tür bir prosedür uygulanmaktadır? Bunun da bilinmesi yüce Parlamento tarafından merak ediliyor.

Sekiz, Ajansın dijital içeriğe ait projeleri istihdam edilen personel eliyle mi yapılmaktadır? Bunları öğrenmek istiyoruz.

Sayın Başkanım, teşekkür ederiz.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Teşekkür ederiz.

Buyurun Gökan Bey.

GÖKAN ZEYBEK (İstanbul) – Teşekkür ederim Sayın Başkan.

Değerli Komisyon üyesi arkadaşlarım, ben de beş yıl süresince birlikte çalışmaktan büyük mutluluk duyduğum farklı siyasi partilerden Bayındırlık, İmar, Ulaştırma ve Turizm Komisyonunun üyesi değerli milletvekillerimize ve Komisyon çalışanı arkadaşlarımıza teşekkürlerimi iletiyorum. Yeni dönemin memleketimize hayırlı olmasını temenni ediyorum.

Şimdi, gördüğümüz Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansının doğrudan Sayıştay denetimine tabi olmamasına yasa görüşmelerinde karşı çıkmıştık. Gürelî Denetim Ajansı tarafından yapılmış okunması son derece zor bir rapor Sayıştaya sunulmuş ve yasanın öngördüğü biçimiyle de Sayıştay, herhangi bir biçimiyle harcamaları denetlemeksizin bir üst raporla da Meclise ve Komisyonumuza da raporu göndermiş gözüküyor.

Şimdi, tabii, sormak istediğim şu: Israrla ve inatla, Bakan Yardımcımız turizmdeki dolar cinsinden artışları sanki dünyada dolar enflasyonu yok, Amerika’da enflasyon yok, doların değer kaybı yokmuş biçiminde -yani enflasyondan arındırılmış reel bir hesap yapmaksızın- önümüze rakamlar getiriyor. Ya Amerika’da da yüzde 10’ların üzerinde dolar enflasyonu oldu yani Amerikan para birimi de kendi ülkesinde değer kaybettiği için doların satın alma gücü bütün para birimleri karşısında azaldı. O nedenle, konaklama birim fiyatlarındaki dolar cinsinden artışları baz alıyorsanız, 2019 yılını baz alıyorsanız 2019’dan sonraki enflasyondan arındırılmış rakamlarla dolar cinsinden bize verirsiniz buradaki net artışı biz görebiliriz. Yani Amerika’da insanların maaşları dolar cinsinden artıyor, ekmeğin fiyatı da dolar olarak artıyor. O nedenle, bu değerlendirmeyi lütfen -bundan sonra en azından Komisyona bir daha gelirsiniz- bu biçimde yapmanızı isterim.

Şimdi, 2020 ile 2021 yılı arasında... Arkadaşlar, yüksek bir enflasyon yaşadık biz 2022 ve 2023’te ama Türkiye’de 2020 yılı TÜFE enflasyon rakamları yüzde 14,60, 2021 yılı TÜFE rakamları da yüzde 13,58; o nedenle gider kalemlerindeki artışları mutlaka enflasyonla ilintili hâle getirmek lazım. Yani 2022 ve 2023 yılında -önümüzdeki dönem onu da yeni Meclis denetleyecek- buradaki rakamlardaki artışları anlayabiliriz ama enflasyonun son derece, işte, yüzde 10’lar seviyesinde olduğu bir dönemdeki maliyet artışlarının mutlaka açıklanmaya ihtiyacı var. Sayın Oral’ın sorduğu biçimiyle, giderler kaleminde yani daha yeni kurulmuş bir kurumun öngörülenle bütçelenen rakamlar ile gerçekleşen rakamlar arasında ciddi bir farklılık yaratıyor olması zaten başlangıçta bu kurumun çok hızlı bir biçimiyle planlandığını ve ciddi hatalar yaptığını gösteriyor. Yani daha bir yıl içinde siz yüzde 400’lük bir bütçe hatası yapamazsınız arkadaşlar, yani öngördüğünüz rakamın yüzde 420 fazlası bir bütçe rakamıyla gelemesiniz, üstelik bu kurum, tabii, kâr ve zarar eden bir kurum değil ama lime lime dökülen ekonomik politikalar içinde bütçe hedeflerini tutturmak da her kamu yöneticisinin ya da kurumunun temel görevidir. Yani siz öngörülen bütçenin içinde kalarak faaliyet yapmak yerine, burada genel bütçeden aktarılan paylarla üzerine ek yükler getirmişsiniz. “Genel bütçeden ilave pay aktarmak” demek de aynı zamanda kamu maliyesi açısından “bütçe açığı” demektir, bütçe açığı da “enflasyon” demektir. Hiç ilintisi olmayan, şu arka sıralarda çalışan bütün çalışanların enflasyon karşısında ezilmesinin temel nedenlerinden bir tanesi de bütçe hedeflerinin tutturulamamasıdır.

Şimdi, burada, tabii, televizyon giderleri... Bu, yurt dışı televizyon giderleri mi, yurt içi televizyon giderleri mi? Açıkçası çok anlaşılamıyor. Yani 460 milyon TL’ye yakın bir tanıtım yapıldığı söyleniyor, çok önemli bir rakam; eğer yurt içindeyse, zaten izlenmeyen televizyonlara bu reklamları verdiyseniz yani gerçekten fecaat demektir.

İlgiyi çeken şu: Mesela, bir kalem var, nedir o? Turizm geliştirme projeleri. Turizm geliştirme projeleri için 13 milyon liralık bir bütçe ayrılmış, gerçekleşen rakam 5 milyon 900 bin yani turizmi geliştirmeye ilgili öngördüğünüz rakamı bile oluşturamamışsınız. Yine, turizm fuarlarıyla ilgili de kalemlerde ciddi eksik var. Şimdi, bu ajans kurulurken şu söylenmişti milletvekillerine, denildi ki: “Biz turizm fuarlarına katılacağız, en ön stantlarda yer alacağız ve oradaki tur operatörlerinden başlamak üzere, turizmde seyahat acenteleriyle ve Türkiye’ye turist satan büyük şirketlerle iletişim kuracağız.” Bunun için de en geçerli yollardan bir tanesi de turizm fuarları, bunlarla ilgili de rakamın eksik kaldığı gözüküyor.

Şimdi, bir başka nokta personel giderleri. Şimdi, personel giderleri konusunda bir açıklamaya ihtiyaç var. Personel alımı mı devam ediyor, yoksa başlangıçta alınan personelin maaşlarına yüzde 70 zam mı yapıldı? Tekrar söylüyorum: 2020 enflasyonu yüzde 14,60 ise maaşlar da o yıllarda enflasyona orantılı olarak -2020 ve 2021 yılında- arttırıldığına göre, o zaman burada demek ki bu kurum sürekli olarak personel ilavesiyle... Ya da çalıştırdığı insanlara enflasyonun çok daha üzerinde maaş ödüyor.

Yine, bunu sormak zorundayız: Burada, Ajansta kamuyu temsil eden yöneticiler aynı zamanda başka kamu kurumlarından da ücret alıyorlar, maaş alıyorlar. Bundan dolayı siz de buradan yeni bir ücret alıyor musunuz? Yani skalanın içinde, maaş skalanızın içinde bu da ilave bir ücret olarak yansıyor mu? Bunun açıklığa kavuşması gerekiyor. Yani özellikle, bu devlette birden çok kurumda görev yapan insanların farklı kurumlardan maaş almasıyla ilgili toplumda genel bir eleştiri var ve bu konuyla ilgili de bir açıklama yapılırsa da mutlu olabilirim.

Son olarak da şunun bilinmesi gerekir: Bakın, devlet insanlardan vergi alıyorsa, bu, yasayla konulmuş bir vergiyse bunun mutlaka ama mutlaka bütçenin içine girmesi ve Sayıştay denetimine mutlaka tabi olması gerekir. Yani şu biçimiyle bir özel denetim şirketinin, ki bildiğimiz bir firma, güvenilir bir firma, güvenilirliği konusunda en ufak bir endişemiz olmayan bir firma, yeminli mali müşavir ve bağımsız denetim şirketinin raporunun sadece bir üst yazıyla Sayıştay tarafından tarafımıza iletiliyor olması yüz yıllık cumhuriyetimizin devlet geleneği açısından da uygun değildir. Bunun da önümüzdeki dönemde mutlaka değiştirileceğini ve Sayıştayın doğrudan denetimine tabi olacağını buradan belirtmek istiyorum. Bütün bu ve benzeri tanıtım üzerine kurulmuş olan her türlü ajansın artık kendisine yeni bir çekidüzen vererek mali disipline uymasının zorunlu olduğunu belirtmek istiyorum. Mali disipline uymamayı alışkanlık hâline daha 1'inci yılda bu Ajans ortaya koyarsa, o zaman bizim bütçe hedeflerini tutturabilmemiz ve kamu maliyesi açısından da gelir gideri bir dengede tutmak mümkün değil. Çünkü konuştuğumuz yıllar enflasyonun yüzde 14'ler, 13,58'ler seviyesinde olduğu yıllar. Önümüzdeki yıl 2022 ve 2023 görüldüğünde, bu rakamların nasıl başka noktalara gittiğini de mutlaka göreceğiz.

Teşekkür ediyorum.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Teşekkür ederiz.

Nadir Bey, buyurun.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKAN YARDIMCISI NADİR ALPASLAN – Çok teşekkür ediyorum Sayın Başkanım, değerli milletvekilleri.

Tabii, sayın milletvekillerimizin açıklamalarına ve sorularına ben hemen cevap vermek isterim. Öncelikle, ifade ettiğim gibi 18 kişiden oluşan Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansının Yönetim Kurulu üyeleri gerek kamudan gerek özel sektörden seçimle gelen üyelerin hiçbirisi buradan herhangi bir ücret almıyorlar. Tamamen Türkiye'nin turizmine yönelik çalışmalar yapılıyor. Hiçbir Yönetim Kurulu üyesi Ajanstan herhangi bir ücret almamakta, Ajansın personel giderleri tamamen profesyonel çalışan genel müdür ve genel müdürün altında oluşan Ajans çalışanlarından oluşmakta.

Personel giderlerinin artışı ifade edildi, doğrudur. 2022'de ve önümüzdeki süreçte 2021'e göre bu rakamlar daha da artacak. Sebebi, tabii 2019'da kurmuş olduğumuz bir Ajans. Sürekli gelişen, büyüyen ve Türkiye'nin -ifade ettiğim gibi- bu büyük turizm potansiyelini dünyaya çok daha iyi anlatmak ve turizm gelirlerimizi daha arttırmak adına biz burada -Genel Müdürlüğümüzün de sunumunda ifade ettiğim gibi- yapay zekâdan Türkiye'nin her alanına ve çok çeşitli ve dünyanın neredeyse tamamına, Türk Hava Yollarının uçtuğu tüm bölgelere, 200'e yakın bölgeyi hedef ülke olarak tanıtımını yaptığımız ülkede doğal olarak 2019'da minimum seviyede başladığımız personeli, nitelikli, dünya kriterlerine

göre en donanımlı personeli çeşitli sınav ve aşamalardan geçirdikten sonra istihdam ediyoruz ki bilgi işlem, bilgisayar gibi kamuoyunda daha üst düz düzeyde ücret ödenmesi gereken personelden tutun da şeye kadar -personel sayılarımızı Genel Müdürümüz ifade eder- 2019'dan itibaren personel sayımız sürekli artmakta. Dolayısıyla personel giderlerimiz artmakta, daha da artacak. Tabii, biz burada personel giderlerindeki bu şeylerde tabii ki biz kamu ve kamu hassasiyetini dikkate alarak bu personel politikalarımızı uyguluyoruz ama yani baştan da ifade ettiğim gibi bütçede de öngörülemeyen bir durum yok. Dünya Covid-19 gibi tüm dünyayı şoka çeviren, bütün alışkanlıkları değiştiren, insanların günlük yaşamlarını seyahat alışkanlıklarından ticarete kadar her şeyi tepeden tırnağa değiştirdiği bir ortamda tüm dünyanın neredeyse sıfıra inmiş olduğu bir turizm sektörünü tekrar ayağa kaldırmak adına yaptığımız çalışmalarda anlık gelişmelere göre, hızlı hareket etmemiz gereken, hızlı karar almamız gereken günlük gelişmelere göre belirlenen çalışmalarla bu süreçleri yürüttüğümüz için bu bütçedeki öngörememezlik, “öngörememezlik” demeyeyim ama sürekli değişimlerin yaşanması gayet doğal. İşte, 2020 yılında, 2020'nin sonları, hatırlarsanız o günlerde dünya Covid'den dolayı tamamıyla kapalıydı, uçuşlar yoktu, evden dışarı çıkışlar bile yasaktı. Böyle bir ortamda tanıtım yapmanız, reklam yapmanız, herhangi bir faaliyette bulunmanız bir nevi ölü yatırım olduğu için o dönemde biz o yatırımları Yönetim Kurulu olarak ki 13 tanesi dediğim gibi sektörün çeşitli düzeylerinden gelmiş, sektörde birikim sağlamış insanlardan oluşan, onlarla birlikte oturarak verilmiş stratejik kararı 2020 yılının biz son aylarında çok az tanıtım faaliyetinde bulunduğumuz için o bütçe gelirlerimiz bir sonraki yıl arttı. Tam tersine, 2021 yılında da canlanma olduğu için ve 2020'nin sonunda 2021'de tamamen Covid ortadan kalktığı için biz erken rezervasyonlar... Turizmde biliyorsunuz, altı ay önceden, tüm dünyada aylar öncesinden rezervasyonlar yapılır. Bu süreçte biz en etkin, en güçlü tanıtımları yapma adına da 2020'de tam anlamıyla durmuştuk, 2021'de bütün gücümüzle dünyada tanıtım atağına geçtik, tanıtımlar yaptık. Dolayısıyla, o günkü konjonktür gereği, o günkü dünyanın, ortamın bulunduğu durumu dikkate alarak biz, Yönetim Kurulu olarak Türkiye'nin turizmini geliştirmek adına o adımın daha doğru olacağına karar verdiğimiz için o şekilde hareket edilmiştir. Dolayısıyla, 2020'de neredeyse çok minimum düzeyde duran tanıtım harcamalarımız 2021 yılında çok güçlü bir şekilde yükselmiştir. Dolayısıyla, bu harcamalarımızdaki o değişkenliğin sebebi, dünyadaki gelişmeleri dikkate alarak, anlık hareket ederek ki Türkiye Turizm Geliştirme Ajansı'nı kurmamızın çok büyük avantajlarından bir tanesini kurduk. Biliyorsunuz, kamuda Kamu İhale Yasası, Sayıştay belli kurallar gereği siz yıllık tanıtım programınızı yaparsınız, ihalenizi yaparsınız, anlaşmalarınızı yaparsınız ve buna uymak durumundasınız. Velev ki önceki çalışmalarda olsaydı, biz, 2020 yılında tüm dünya kapalıyken ya o tanıtımları yapacaktık ya da yapmamak adına ciddi bedeller ödeyerek firmayı, anlaşmayı feshederek kalacaktık. Ama sonuçta, Türkiye Turizm Geliştirme Ajansı özel kurallara tabi olduğu için, özel kurallara tabi bir kamu yapılanması olduğu için biz anlık, hızlı karar verebilen ve doğru, dinamik bir şekilde hareket edilen o esnek yapısıyla bu süreci olağanüstü doğru bir şekilde yönettik. Sayın Vekilimin biraz önce ifade ettiği gibi “Türkiye Turizm Geliştirme Ajansı şöyle şöyle olacak.” şeyi, ben bütün samimiyetimle ve içerisindeki çalışmalarla ifade ediyorum ki, o ifade ettiği ilkeler, Türkiye Turizm Geliştirme Ajansı'yla şu anda bire bir uygulanmakta zaten sonuçlar da ortada, başka bir şeye gerek, ondan da bahsedebiliriz. Tüm rakip ülkelerimiz İspanya'sı, İtalya'sı, Fransa'sı o kadar birikimlerine, güçlerine, Avrupa'nın ortasında olmasına rağmen pandemi sonrasında daha 2019 rakamlarına gelmemişken biz 2019'un önüne geçtik. Bu da yani bize Türkiye Turizm Geliştirme Ajansı'nı elbette soracaksınız, elbette biz açıklayacağız ama “50 milyonluk, 100 milyonluk artış nereye gitti?” falan... Biz dünyadaki ortalama performansı sergilemiş olsaydık elbette soracaksınız, cevabını vereceğiz Sayın Vekilim.

GÖKAN ZEYBEK (İstanbul) – Sayın Bakan, bütçelenen rakamlar ile gerçekleşenler arasında... Bunu da siz yaptınız. Ben pandemiye sormadım size.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKAN YARDIMCISI NADİR ALPASLAN – Açıklayacağım efendim, ben genel şeyleri söylüyorum, her iki vekilimizin sorularını da açıklıyorum, onları da açıklayacağım.

Biz dünya ortalamasında olsaydık biz, bugün, 2022’de 46 milyar dolar turizm geliri elde etmiş değildik. Ben doları da bir şeye veya enflasyona bağlantılı olarak söylemedim. Tüm dünyada ülkelerinin turizm gelirleri dolar üzerinden hesaplandığı için bizim yıllar itibarıyla turizmde elde ettiğimiz gelirleri dolar ibaresinden ifade ettim yoksa benim “Amerika’daki enflasyon nedeniyle şu oldu.” filan diye bir açıklamam yok. Kaldı ki Türkiye’deki turizm tesisleri pazarlamasını aldığı ücretleri yabancılara karşı dolar da alıyor elbette ama daha ağırlıklı olarak euro cinsinden gelirlerini elde ediyor; onu da ifade etmiş olayım bu arada.

Biz, dünya ortalamasında olsaydık bırakın 46 milyar doları 35 milyar dolarlar seviyesinde olacaktık. 13 milyar dolarlık bir artı turizm geliri ki bu dünyada örnek ve başarı olarak hem Dünya Turizm Örgütü hem de çeşitli otoriterler tarafından açıklanmış durumda. Bunun Türkiye’ye getirisini ben sizlerin takdirine bırakıyorum. Dediğim gibi, personel giderleri 2020 yılına göre 2021’de doğal olarak artmıştır, personel sayımız arttığı için artmıştır. Tabii ki personelimizin yıl içerisinde enflasyon oranlarına ve kamudaki gelişmeleri dikkate alarak ücretlerinde artışlar sağlamaktayız, o da normal ama personel sayımız sürekli artmakta, 2022 yılında daha da arttı, 2023 yılında da daha da artacak çünkü biz, dünyada Türkiye’yi bir turizm markası hâline getirmek için bahsettiğimiz bu çalışmaları yapıyoruz. Tabii ki bizim reklam harcamalarımızın, tanıtım harcamalarımızın neredeyse tamamı yurt dışındadır.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Bir de bizim, televizyonlar konusunda da bir soru vardı Nadir Bey.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKAN YARDIMCISI NADİR ALPASLAN – Televizyon televizyon nerelerde ne reklam yaptığımızın bütün açılımlarını genel müdürüm size sunacaklar. Dolayısıyla, bizim o televizyon harcamalarımızın neredeyse tamamı yurt dışına ait. Yurt dışı harcamalarımız sadece biraz önce sunumda da ifade ettiğimiz gibi, biz, dünyada turizm anlamında ifade eden sanatçısı, sporcusu, bir turizm fenomeni olan insanları Türkiye’ye davet edip ülkemizin önemli turizm destinasyonlarında ağırlayarak onların Türkiye’yi dünyada tanıtımalarını sağlıyoruz, PR faaliyeti yapıyoruz.

Yurt içi harcamalarımızın, personel dışındakilerin, neredeyse büyük bir kısmı bunu oluşturmaktadır. Bir de yine kamuoyunun bildiği gibi, biz, yine sanatta Türkiye’yi dünyada marka yapmak ve bunun turizm gelirlerini elde etmek adına Kültür Yolu Festivallerini başlattık. Bu Kültür Yolu Festivallerimizin tanıtım anlamında bazı harcamalarımız oldu, onun dışındaki tüm tanıtım harcamalarımız yurt dışına sağlanmaktadır.

Yine, ben, sorulardan...

Dediğim gibi, yani, hâlen meselenin kâr-zarar... Yani, Sayıştayın sunmuş olduğu, sizlerin huzuruna getirmiş olduğu raporlarda, verilerde bu anlamda bir eksiklik, bir yanlışlık yok; ben onu ifade etmek istemedim. Sadece, bunun “kâr” ve “zarar” gibi kavramlarla açıklanması kuruluşun mantığıyla, anlamıyla, stratejisiyle bağdaşmıyor; onu söylemek istedim. Burası kamudan ve özel sektörün kuruluşlarından elde ettiği ve özel sektörün ağırlıklı olarak yönetiminin oluşturduğu, seçimle geldiği ve turizmin her sektöründen, her alanından oluşan yönetim kurulu üyelerinin ağırlıklı olduğu bir yapıda Türkiye’nin turizm-tanıtım anlamında belirlemiş olduğu stratejiyi ve bunun uygulamalarını gelirlerine göre gerçekleştiren bir kuruluş; dolayısıyla, kâr veya zarar etmeye değil, Türkiye’yi dünyada bir turizm markası yapmaya yönelik bir amacı vardır ve bunu da, ifade ettiğim gibi, son derece başarıyla yürütmekte.

Bunun dışında, reklamların içeriğiyle ilgili olarak genel açıklamamı yaptım, teknik anlamda huzur hakkı almadığımızı ifade ettim. Tabii, yasası gereği bu denetimi bu şekilde gerçekleştiriyoruz. Onun dışında, eğer reklamlarımızda adım adım, ne kadar personel çalıştırıldığını şey yapıyorsak onun hepsini Genel Müdürümüz size bütün detaylarla sunmaya hazırlar.

Arz ederim.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Gökan Bey, on beş dakika sonra ara vereceğiz yoklama nedeniyle. Eğer on beş dakikada biterse bitiririz. Zaten pazartesiye kadar süre vereceğiz. Eğer yazılı olarak şey yapmak...

İBRAHİM HALİL ORAL (Ankara) – Bizim bir şeyimiz yok zaten.

GÖKAN ZEYBEK (İstanbul) – Açıklama yaparsa bizim açımızdan sorun yok, ara vermenize gerek yok. Sayın Genel Müdür açıklama yapsın.

İBRAHİM HALİL ORAL (Ankara) – O zaman Sayın Genel Müdürümüz reklam reklam, televizyon televizyon nerelere...

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Tamam, bir o...

BAKİ ŞİMŞEK (Mersin) – Bilgi notu olarak verilse de olur, bilgi notu olarak.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Verir misiniz dijital...

KÜLTÜR VE TURİZM BAKAN YARDIMCISI NADİR ALPASLAN – Veririz tabii ki.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – O zaman, yazılı olarak eleştiri ve düşünce serdetmek isteyen Komisyon üyemiz varsa pazartesi mesai bitimine kadar onları teslim etsin diyoruz.

Bakan Yardımcımız, Genel Müdürümüz, Komisyon üyelerimize teşekkür ediyoruz.

SAYIŞTAY GRUP BAŞKANI RECEP KOÇYİĞİT – Başkanım, ben Sayıştay adına bir açıklama yapmak istiyorum müsaadenizle, 66 milyon lira zararla ilgili.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Peki, buyurun.

SAYIŞTAY GRUP BAŞKANI RECEP KOÇYİĞİT – Bu zarar bizim tespit ettiğimiz bir zarar değil.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Onu söyledi arkadaşlar zaten.

SAYIŞTAY GRUP BAŞKANI RECEP KOÇYİĞİT – Kurumun kendi muhasebe sisteminden çıkarmış olduğu mali tablolardan kâr-zarar cetvelinde açık olarak “zarar” yazan bir husus ama bunun okuması, bu anlamda, zarar değil tabii. Devlet muhasebesinde tahakkuk esaslı muhasebeye geçildi. Giderlerde bir gider tahakkuk ettiğinde o, muhasebeye “gider” olarak yazılıyor; gelirlerde de tahsil edildiğinde ancak “gelir” yazılıyor.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Bütçedeki gelir gider farkından bahsetti arkadaşlar zaten.

SAYIŞTAY GRUP BAŞKANI RECEP KOÇYİĞİT – Bu 66 milyonun anlamı şu: Kurumun tahakkuk ettiği hâlde ödenmemiş bir borcu var, ondan dolayı eksiyi düşmüş, ben onu arz etmek istedim.

Teşekkür ederim.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Evet, teşekkür ederiz.

Peki, pazartesi mesai bitimine kadar aktarmak isteyen varsa...

KÜLTÜR VE TURİZM BAKAN YARDIMCISI NADİR ALPASLAN – Sayın Başkan, bunu teknik olarak hemen cevaplayayım: Biz Ajans olarak yurt dışı tanıtımlarımızı yaparken televizyon reklamlarımızı...

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Konu anlaşıldı aslında Nadir Bey ya.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKAN YARDIMCISI NADİR ALPASLAN – Hemen, iki cümleyle ifade edeyim Sayın Başkanım: Tabii, biz Geliştirme Ajansı olarak yaptığımız faaliyetlerde bulunduğumuz harcamaları anında gerçekleştiriyoruz; belli bir süre alıyor. Dolayısıyla, tabii, yıllık burada bütçe söz konusu olduğu için, biz daha çok da yıl sonunda bu tanıtımları yaptığımız için, bunların ödemeleri bir sonraki yıl gerçekleştirildiği için o, öyle gözükmekte. Bu, teknik bir durum yani.

Teşekkür ediyoruz.

GÖKAN ZEYBEK (İstanbul) – Başkanım, gönderme sözü size ait yani evraklar gelecek.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKAN YARDIMCISI NADİR ALPASLAN – Evet, evet, gönderiyoruz.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Gönderiyoruz.

GÖKAN ZEYBEK (İstanbul) – Daha önce yazılı sorularımıza cevap gelecekti, onlar gelmedi.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKAN YARDIMCISI NADİR ALPASLAN – Hepsini gönderdik biz efendim.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Sizin adınıza söz verdik Nadir Bey.

Nadir Bey şey yapar.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKAN YARDIMCISI NADİR ALPASLAN – Tabii ki Sayın Başkan, göndeririz.

BAŞKAN TAHİR AKYÜREK – Teşekkür ederiz.

Toplantımızı kapatıyoruz.

Kapanma Saati: 15.34

