7/3920 -3-

T.C.
TURİZM BAKANLIĞI
Araştırma Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı

Sayı : B17 0 APK 505-11183
Konu: Soru Önergesi

ANKARA
13.04.2001

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

İLGİ : 3 Nisan 2001 tarih ve 3920-9637/22939 sayılı yazınız.

Konya Milletvekili Sayın Veysel CANDAN'ın soru önergesine ilişkin olarak Bakanlığımız cevabı ekte sunulmaktadır.

Bilgilerinize arz ederim.

Erkan MUMCU
Bakan

EK: 3

7/3920 29-4-

KONYA MİLLETVEKİLİ SAYIN VEYSEL CANDAN'IN SORU ÖNERGESİ

SORU-1 : En son Almanya'nın Berlin Şehrinde düzenlenen turizm fuarında stand açılması için Bakanlığınız veya bağlı kuruluşlarınıza ödenen para miktarı nedir?

CEVAP-1 : Bu yıl Almanya'nın Berlin şehrinde düzenlenen ITB Berlin Turizm Fuarının Türkiye standı; yeni tanıtım konsepti çerçevesinde oluşturulan Seçici Kurul ve Komisyon tarafından uygun görülen stand projesi ihale edilmiş ve konstrüksiyon teklifleri alınmış, komisyonca en uygun teklifi veren firmaya 850.000-USD karşılığı yaptırılmıştır.

SORU-2 : Açılışa Bakanlığınızdan heyet olarak kaç kişi iştirak etmiş ve bunlarla ilgili olarak Bakanlığın doğrudan veya dolaylı olarak ödediği ücret ne kadardır? Ayrıca bu seyahate heyette bulunanların eşleri de katılmışmıdır? Katıldıysalar ücretleri kim tarafından karşılanmıştır?

CEVAP-2 : Sözkonusu fuarın açılışına Bakanlar Kurulu Kararnamesi ekinde yer alan 7'si TBMM üyesi olmak kaydıyla toplam 20 kişilik bir heyetle iştirak edilmiş ve yasal yevmiyeleri ile yol giderleri Bakanlığımızca karşılanmıştır. Heyet listesinde yer alan kişilerin eşlerinin ücretlerinin Bakanlığımızca ödenmesi sözkonusu değildir.

SORU-3 : İki yıl önce stand açımı için 1,5 milyon Mark ödendiği halde, bu yıl 2 milyon Mark ödendiği ifade edilmektedir. Bu rakamlar doğrumudur? Bu işlem hangi usul ve esaslara göre yapılarak fiyat tespit edilmiştir?

CEVAP-3 : İki yıl önce gerçekleştirilen ITB Berlin Turizm Fuarı'nın stand konstrüksiyonun 1,5 Milyon DM'YE (yaklaşık 750.000 USD) yaptırıldığı doğrudur. Bu yıl ise yukarıda belirtildiği (Cevap 1'de) üzere 850.000 USD'ye yaptırılmıştır. Sözkonusu stand konstrüksiyonun tüm teknik ekipmanı ve malzemeleri 2001 yıl sonunda Bakanlığımıza hibe edilecektir. Bu ekipman ve malzemeler gelecek yıllarda gerçekleştirilecek fuarlarda kullanılacaktır.

SORU-4 : Bu iş için 879 bin Mark fiyat veren Firmanın devre dışı bırakılma sebebi nedir? Bakanlığınızda bu işlemleri yapanlar hakkında bir soruşturma açmanız söz konusumudur?

CEVAP-4 : Berlin ITB 2001 Fuarında yaptırılan Türk Standı ile ilgili olarak 5 firma teklif vermiştir. (Hanseatiç Messebau GmbH 2.050.000 DM; Aktiv Kommunikations Marketing GmbH 879,090 DM; Arasta Mimari Tasarım A.Ş 850.000 USD; Forum Fuarcılık ve Geliştirme A.Ş. 1.100.000 USD; Dialog Reklamcılık A.Ş. 1.040.000 USD)

Teklifler incelendiğinde, beş firmadan dördünün birbirlerine yakın, diğerinin de (Aktiv Kommunikations Marketing GmbH) farklı fiyat teklifi verdiği görülmektedir.

Düşük fiyat teklifi veren Aktiv Kommunikations Marketing GebH adlı firma 07.02.2001 tarihli ilk teklifinde fiyatını 629.090 DM olarak belirtmiş olup, 15.02.2001 tarihli yazısıyla fiyat teklifini 879.090 DM'ye çıkartmıştır.

7/3920 cgl-5-

Ayrıca söz konusu firma, gerek birinci, gerekse ikinci teklif yazılarında Bakanlığımızın belirlediği normlarda ve öngördüğü stand malzemelerini kullanarak işi teslim garantisi veremeyeceğini belirtmiştir.

İhale esnasında çelişkili yaklaşımlarda bulunan Aktiv Kommunikations Markezing GmbH adlı firmasının teklifi, komisyon tarafından samimi bulunmamış ve firma üzerende kuşku yaratmıştır.

Bu durumda söz konusu iş, birbirine yakın teklifler veren firmalardan en düşük fiyat veren Arasta Mimari Tasarım A.Ş. adlı firmaya verilmiştir.

SORU-5 : Bu yıl yapılan standın gerek vatandaşlar ve gerekse turizm şirketlerinin yetkilileri tarafından beğenilmediği doğrumudur?

CEVAP-5 : ITB'nin açılımı Uluslararası Turizm Borsası (Ing. İnternational Tourism Exchange, Alm. İnternationale Tourismus Börse)'dır. Bu bağlamda anılan fuar, tüketiciden ziyade profesyonellere hitap etmektedir. Bu fuardaki amaç, turizm sezonu ile ilgili olarak talep ve iyi iş bağlantılarının gerçekleşmesi için ortam yaratmaktır.

Bu anlayışla yaptırılan stand konstrüksiyonu, amacına ulaşmış ve birçok gerçek turizm profesyoneli tarafından takdir edilmiştir. Ayrıca Türkiye, 2001 yılına yönelik ulaştığı muazzam rezervasyon sayısı bakımından, en çok konuşulan ve takdir edilen ülke olmuştur.

Aynı stand konstrüksiyonu projesi MITT 2001 (Moscow İnternational Travel-Tourism Exhibition 2001) Fuarı'nda da uygulanmış ve fuar sonrası fuar organizatörü ITE firması ile TTG Rusya Gazetesinin gerçekleştirdiği bir araştırma sonucunda çeşitli dallarda verilen "Rus Seyahat Ödülleri" yarışmasında Moskova Tanıtma Müşavirliğimiz fuardaki performansı da dikkate alınarak "En Başarılı ve En İyi Ulusal Turizm Ofisi" ödülünü almıştır.

SORU-6 : Fuar katoloğunda bulunan Türk Sayfasında Ermeni reklamlarının yapılmasına neden ilgisiz kalınmıştır? Bu hata bir unutmamıdır, gecikmemidir yoksa bu sayfaya konmasının bir amacı varmıdır?

CEVAP-6 : Fuar kataloglarının metin seçimi, dizgi, renk ayrımı ve basımı tamamen fuar idarelerinin sorumluluğunda gerçekleştirilmektedir. Söz konusu kataloğun basımından önce hiçbir ülke turizm temsilciliğine görüş sorulmadığı gibi, hiçbir ülkenin de bu hususa müdahale hakkı bulunmamaktadır.

Bu gerçeğe rağmen, Ataşeliğimiz nezdinde ilgililerle temasa geçilmiş olup, konuyla ilgili olarak açıklama talep edilmiştir.

Basımevinden Ataşeliğimize gönderilen cevabı yazıda, Ermenistan reklamının kataloğun 185. sayasında yayınlanmayı planladıklarını ancak, aynı reklamın sehven Türkiye Bölümünün yer aldığı 834 nolu sayfada da ikinci kez yayınlandığını ifade ederek, bu durumdan dolayı üzüntü duyduklarını belirtmişlerdir. Ayrıca, önümüzdeki yıllarda bu konuya daha fazla itina göstererek.

Türkiye'nin bulunduğu bölümde hiçbir ülke reklamına yer vermeyeceklerinin garantisini vermişlerdir.

SORU-7 : Şüphesiz Türkiye'yi turizm fuarlarında tanıtmak çok önemlidir. Ancak, ülkenin içinde bulunduğu ekonomik krizde dikkate alınarak en iyi reklamın en ucuza yapmak gibi Bakanlığınızın yaptığı bir çalışma varmıdır?
CEVAP-7 : Bilindiği gibi; 1999 yılında turizm sektörümüz bazı sıkıntılar yaşamıştır. 2000 yılında büyük bir atılım yapılarak bu sıkıntılar büyük ölçüde aşılmıştır. Bu amaçla, tanıtım stratejilerimiz değiştirilmiş, global nitelikte bir kampanya amacıyla 2000 yılında tanıtım kampanyalarında farklı bir yaklaşım, yeni bir konsept ve günün koşullarına göre bir model geliştirilmiş ve bu model ile Türkiye'nin yeniden aranan bir tatil hedefi haline gelmesi sağlanmıştır.

Bu çerçevede;
- Kendi içinde bütünlüğü olan,
- Özel sektörün katılımına dayalı,
- Yeni mesajlar, sloganlar içeren kampanyalarının uygulanmasına olanak veren bir model oluşturmak üzere; Bakanlığımız Reklam ve PR Ajansları'nın profesyonelleri ile arama konferansları ve değişik çalışma seansları düzenlemiş, 2000 yılı için global ölçekte uygulanabilecek konseptin elde edilmesi sağlanmıştır. Türkiye'nin bir turizm ülkesi olarak imajı geliştirerek bir "Türkiye Markası" yaratılmıştır.

Bu model içerisinde; beklenmedik bir zamanda güvenlik faktörüne bağlı krize girilmesi ihtimali dikkate alınarak ek iletişim stratejileri ve bu tür durumlarda hangi pazarlara, segmentlere ve promosyon taktiklerine öncelik verileceği, kriz yönetimi yaklaşımı içerisinde belirlenmiştir.

2001 yılı tanıtım programımız, 2000 yılı paralelinde ve en az maliyet ile en çok verim ilkesiyle yürütülmektedir.