



7/1841

T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı

SAYI : 16APK0201ARGE-940/176
KONU : Soru Önergesi

26 10/1 2004

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

İLGİ : Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı, Genel Sekreterliği, Kanunlar ve Kararlar Dairesi Başkanlığı'nın 10.04.2003 tarih ve 358-6/369-1361 sayılı yazısı.

Niğde Milletvekili Sayın Orhan ERARSLAN'ın soru önergesine istinaden hazırlanan Bakanlığımız cevabı ekte sunulmaktadır.

Bilgilerinize arz ederim.


Erkan MUMCU
Bakan

EKLER :
EK-1

7/1844

**NİĞDE MİLLETVEKİLİ SAYIN ORHAN ERARSLAN'IN SORU
ÖNERGESİNE İSTİNADEN HAZIRLANAN BAKANLIĞIMIZ CEVABI**

SORU 1-2: Savaş nedeniyle zarar gören acentaların durumu ne olacaktır? İflas noktasındaki acentalara KDV ve vergi indirimi gibi kolaylıklar sağlamayı düşünüyor musunuz? “Turizm sektöründe ortaya çıkan zararlar karşılanacaktır.” şeklinde açıklamanız oldu. Bununla kastedilen nedir? Uygulamada neler yapılacaktır?

CEVAP 1-2 : 1999 yılında başlayan, 11 Eylül 2001 tarihinde üst düzeye çıkan ve son olarak Irak Savaşı'ndaki olumsuzluklardan etkilenen sektörlerin başında turizm sektörü yer almaktadır. Bu olumsuzluklar turizm sektörünü ekonomik kriz riskiyle karşı karşıya bırakmıştır.

Sorunların 2003 yılı ve daha sonraki yıllara yansımaması ve özellikle turizm sektörünün beklenen hedefine ulaşabilmesi amacıyla kısa ve uzun döneme ilişkin politikaların saptanarak bir an önce yürürlüğe konulması ve sektörün mali açıdan güçlendirilmesi gerekmektedir.

Ülkemizin içinde bulunduğu ekonomik sıkıntılardan en fazla etkilenen sektörlerin başında gelen turizm sektörünün teşvik edilmesi amacıyla Bakanlığımızca, ilgili kamu kurum ve kuruluşları nezdinde girişimlerde bulunmaktadır.

Bu doğrultuda;

. Turizm sektörünün tümünün KOBİ kapsamına alınması.

. KDV oranının düşürülmesi,

. Seyahat acentalarının . Türk özel havayolu şirketlerinin ve Türk kökenli tur operatörlerinin teşviki,

. Düşük faizli, uzun vadeli yatırım ve işletme kredisi olanaklarının sağlanması ve Eximbank kredi uygulamasının yaygınlaştırılması.

. 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nun 16ncı Maddesi kapsamında, elektrik, gaz ve su ücretlerinin en düşük tarifieden ödenmesine yönelik uygulamanın devam etmesinin sağlanması,

. Kruvaziyer turizmde uygulanan liman harçlarının düşürülmesi, yat işletmeleri ve yat limanlarının teşvikine yönelik olarak çalışmalar sürdürülmektedir.

YANIT 3: Savaşın etkisi ile Bahar Sezonu kaybedilmiştir. Savaş uzadığı takdirde yaz sezonu da kaybedilecektir. Bu gelişmelerin olumsuz etkilerini azaltmak için Bakanlık olarak ne gibi önlemler almayı düşünüyorsunuz ?

YANIT 3: Ülkemizin güvenli olduğu ve savaş riski taşımadığı hususunu belirtmek gerekirse;

Bilindiği üzere savaşın yaratmış olduğu kriz ortamından çıkılmış ve normalleşme sürecine dönülmüştür. Bu nedenle Bakanlığımızca 50 ülkede etkin reklam kampanyası başlatılmış ve halen devam etmektedir.

ABD'nin Irak'a operasyon düzenleyeceği söylentileri ile birlikte: Ortadoğu'da ortaya çıkan gerginliğin hangi pazar ülkede ne ölçüde ve biçimde etki yapacağı, bu ülkelerde reklam faaliyetlerine ne zaman, ne şekilde başlanması gerektiği konusunda Yurtdışı Müşavirliklerimiz/ Ataşeliklerimizin görüşleri doğrultusunda, görev bölgelerindeki ülkelerde mevcut pazar koşullarını da olumlu değerlendirerek, reklam faaliyetleri başlatılmıştır.

Ancak, Irak Savaşı'nın kısa sürede sona ermesi ve 2003 Yılı Bütçesinin T.B.M.M.'nde kabul edilmesinden sonra reklam kampanyalarının mümkün olduğunca öne çekilerek, biran önce başlatılması yönünde karar alınmış ve tüm Yurtdışı Müşavirlik/Ataşeliklerimize talimat verilmiştir.

Savaş sırasında pazar ülkelerden, ülkemize yönelik taleplerde düşüş ve rezervasyon iptalleri yaşanmış olmakla birlikte, savaşın kısa sürmesi ve Türkiye'nin savaş ortamında olmaması nedenleriyle 2003 Bahar sezonu tam anlamıyla kaybedilmemiş olup, 47 Milyon \$'lık bütçe ile 50 ülkede yürütülen hızlı bir reklam ve PR kampanyası faaliyetleri kapsamında, şu günlerde talebin yeniden canlanmaya başladığı gözlenmektedir.

Bu çerçevede, Bakanlığımızca yapılmakta olan 47 Milyon \$'lık reklam bütçesinin amacı, hızlı ve dinamik bir şekilde başlatılan reklam kampanyalarının sürdürülmesi, reklam çalışmalarını destekleyici yöndeki halkla ilişkiler faaliyetleri'nin gerçekleştirilmesi ve etkililiği yüksek olan ekstra reklam fırsatlarının değerlendirilmesidir.

Ayrıca, tanıtım kampanyalarımızın önemli bileşenlerinden biri olarak, tanıtma ve pazarlama faaliyetlerimize destekleyici ve tamamlayıcı yönde katkıda bulunması amacıyla, Bakanlığımızca geçmiş yıllarda da uygulanan, pazar ülkelerimizde Türkiye'ye tur düzenleyen tur operatörleri/ seyahat acentalarının faaliyetlerine katkıda bulunmaktadır.

7/1841

4: Yabancı ülkelerde, Türkiye'nin savaş ortamında olmadığına dair tanıtımlar yapılmakta mıdır, yapılacak mıdır ?

YANIT 4: Pazar Ülkelerde sürdürülen tanıtım kampanyalarında Türkiye'nin güvenli bir ülke olduğunun vurgulanması, reklam ve halkla ilişkiler tekniği açısından sakıncalı olduğundan, bu ifadenin kullanılması ya da çağrıştırılması, Türkiye ile ilgili kafasında olumsuz herhangi bir düşüncesi olmayan turistlerin aklına Türkiye'de bir güvenlik sorunu olduğunu getirebileceği gibi, güvenlik endişesi bulunan turistlerin üzerindeki olumsuzluğu da pekiştirecektir.

Diğer bir ifadeyle, Türkiye'de güvenlik sorunu olmadığı mesajını vermenin en etkin yolu, güvenlik kelimesini kullanmadan ya da çağrıştırmadan Türkiye'nin huzurlu, her türlü endişeden uzak, ideal bir tatil geçirilebilecek bir destinasyon olduğunun vurgulanmasıdır.

Bilindiği gibi şu anda Türkiye'de herhangi bir turizm bölgesi ile ilgili hiçbir güvenlik sorunu bulunmamakta ve halen ülkemizde bulunan turistler huzurlu bir tatil geçirmektedirler.