



T.C.
GIDA TARIM VE HAYVANCILIK BAKANLIĞI
Strateji Geliştirme Başkanlığı

7/38590-7/38596

Ek 104

Sayı : 54045643/610 — 960
Konu : Yazılı Soru Önergesi

20.02.2014

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

İlgi : 11/02/2014 tarih ve 43452547-120-00-164150 sayılı yazınız.

İlgi yazı ekinde alınan, Bingöl Milletvekili İdris BALUKEN'e ait 7/38590, Gaziantep Milletvekili Mehmet ŞEKER'e ait 7/38591, Giresun Milletvekili Selahattin KARAAHMETOĞLU'na ait 7/38592, Ankara Milletvekili Özcan YENİÇERİ'ye ait 7/38593, 7/38595 ve 7/38596, İstanbul Milletvekili Durmuşali TORLAK'a ait 7/38594 esas no'lu yazılı soru önergelerine ilişkin Bakanlığımız görüşü ekte sunulmaktadır.

Bilgilerinize arz ederim.

Mehmet Mehdi EKER
Bakan

EKLER :

1- Görüş

7/38590, 7/38591, 7/38592,
7/38593, 7/38594, 7/38595,
7/38596 (9 Sayfa)

YAZILI SORU ÖNERGESİ

Önerge Sahibi : Mehmet ŞEKER
Gaziantep Milletvekili
Esas No : 7/38591

Firmalar, kurumlar ürettikleri mal ve hizmetlerin satışını artırmak için bir pazarlama yöntemi olarak reklamı yazılı, görsel ve işitsel medya aracılığıyla yoğun bir şekilde kullanmaktadırlar. Reklamın amacına ulaşabilmesi yanı üretilen mal veya hizmetin satışını artırması için de tiraj payı, izlenme veya dinlenme oranları yüksek olan medya kuruluşları seçilmektedir.

Ancak, özellikle son yıllarda kamu kuruluşları reklamı asıl amacı dışında, bazı imtiyazlı medya kuruluşlarına kaynak aktarmak, maddi destek olmak için kullanmaktadırlar. Tiraj payları ya da izlenme ve dinlenme oranları çok düşük medya kuruluşlarına oldukça yoğun reklam verilmesi bunun bir göstergesidir. Örneğin Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü'nün (ÇAYKUR) yüksek oranda reklam verdiği TV kanallarının tamamının izlenme payı %2'nin altındadır. Diğer taraftan ÇAYKUR, izlenme oranı çok daha yüksek olan TV kanallarına düşük paylı reklam vermiştir.

Konuya ilişkin olarak;

SORU 1) 1 Ocak - 31 Aralık 2013 arasında, ÇAYKUR'un TV kanallarındaki reklam ve sponsorluk kullanımlarının tarihleri, süreleri, bu TV kanallarının adları, izlenme payları ve reklam/sponsorluk için yapılan harcamanın miktarı nedir?

SORU 2) 1 Ocak - 31 Aralık 2013 arasında, ÇAYKUR'un radyo kanallarındaki reklam ve sponsorluk kullanımlarının tarihleri, süreleri, bu radyoların adları, dinlenme oranları ve reklam/sponsorluk için yapılan harcamanın miktarı nedir?

SORU 3) 1 Ocak - 31 Aralık 2013 tarihleri arasında, ÇAYKUR hangi gazeteye kaç adet reklam vermiştir, bu reklamlar için ne kadarlık ödeme yapmıştır? Bu gazetelerin reklamın verildiği tarihteki tiraj payları nedir?

SORU 4) ÇAYKUR'un reklam vereceği yazılı, görsel ve işitsel medya kuruluşlarını seçerken kullandığı kriterler nelerdir? Bu kriterler arasında "hükümet yanlısı yayın yapıyor olmak" yer almakta mıdır?

SORU 5) ÇAYKUR'un, düşük tirajlı ya da izlenme/dinlenme oranı açısından oldukça düşük olan gazete, TV ve radyolara reklam vermesinin, diğer taraftan yüksek tiraj, izlenme ve dinlenme oranı olan medya kuruluşlarına hiç reklam vermemesinin nedeni nedir?

CEVAP 1-2-3-4-5) ÇAYKUR tarafından kampanya dönemlerinin başlangıcı olan 17 Ocak 2013 tarihinden kampanya dönemlerinin sonu olan 31 Ekim 2013 tarihine kadar ulusal ve yerel TV kanallarına, 20/06/2013 - 31/12/2013 döneminde farklı radyo kanallarına, 01/01/2013 - 31/12/2013 döneminde ise farklı yerel ve ulusal gazetelere reklam verilmiştir.



T.C.
GIDA, TARIM VE HAYVANCILIK BAKANLIĞI
Strateji Geliştirme Başkanlığı

ÇAYKUR tarafından yazılı ve görsel medyanın kullanılmasının yanında, uygun zamanlarda yapılan promosyon uygulamaları ile satışlar desteklenmekte ve gerek yurt içi ve yurtdışı fuarlara iştirak edilerek ÇAYKUR ve ürünlerinin reklamı ve tanıtımı yapılmaktadır. Bu uygulamalarda fayda maliyet kriterleri göz önünde bulundurulmakta olup, günümüzün en etkili reklam mecralarının kullanılması esas alınmaktadır.

ÇAYKUR tarafından uydudan yayın yapan Karadeniz bölgemizdeki televizyon ve radyo kanallarına zaman zaman reklam verilmekte olup, bu konuda ayırım gözetilmemektedir. Gazete ve dergi reklamlarında da düşük veya yüksek tirajlı gibi bir ayırım yapılmakta olup, hedef kitle ve fiyat kriterlerine göre işlem yapılmaktadır.