

38458
GK-104

T.C.
BAŞBAKAN YARDIMCILIĞI

SÜRELİDİR

Sayı : 15671364-610- **0920**

16 / 6 / 2014

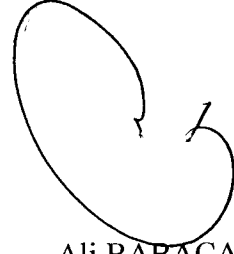
Konu : 7/38458 sayılı
yazılı soru önergesi

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

İlgi : a) TBMM Başkanlığı'nın 11/2/2014 tarih ve 43452547-120.00-279118 sayılı yazıları.
b) Başbakanlığın 14/2/2014 tarih ve 31853594-610-2-7564-1089 sayılı yazıları.

İlgi yazı eki Gaziantep Milletvekili Mehmet Şeker tarafından Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığına sunulan 7/38458 sayılı yazılı soru önergesinin cevabına ilişkin olarak, Toplu Konut İdaresi Başkanlığı'nın yazısı ekte sunulmaktadır.

Bilgilerine arz ederim.



Ali BABACAN
Başbakan Yardımcısı

Ek : Toplu Konut İdaresi Başkanlığı'nın 13/3/2014 tarih ve
018242 sayılı yazısı ve ekleri (3 sayfa)

DAĞITIM:

Gereği:

TBMM Başkanlığına

Bilgi:

Başbakanlığa



T.C.
BAŞBAKANLIK
Toplu Konut İdaresi Başkanlığı



Sayı : 91780221/610 - 258
Konu : Soru Önergesi Hk.

13.03.2014 *018242

BAŞBAKAN YARDIMCILIĞI
(Sayın Ali BABACAN)

İlgi : 18.02.2014 tarih ve 15671364-610-0565 sayılı yazıları.

Gaziantep Milletvekili Sayın Dr. Mehmet ŞEKER'in Sayın Başbakanımıza tevcih ettiği ve Sayın Başbakanımızın da kendileri adına Başbakan Yardımcısı Sayın Ali BABACAN koordinatörlüğünde cevaplandırılmasını istediği, ilgide kayıtlı 7/38458 sayılı soru önergesine ilişkin olarak hazırlanan İdaremiz görüşü, yazımız ekinde sunulmaktadır.

Bilgilerinize arz ederim.


Ahmet Haluk KARABEL
Başkan

EK : Soru Önergesi Cevabı.

T.C.	
BAŞBAKAN YARDIMCILIĞI	
TARİH:	13.3.2014
SAYI:	0920

Gaziantep Milletvekili Sayın Dr. Mehmet ŞEKER'in cevaplandırılmak üzere Sayın Başbakanımıza tevcih ettiği 7/38458 sayılı soru önergesine verilecek cevaba esas Toplu Konut İdaresi Başkanlığının görüşü aşağıda yer almaktadır.

SORU :

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 yani 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 Emlak Konut Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı'nın yüksek oranda reklam verdiği TV kanallarının tamamının izlenme payı %2'nin altındadır. Diğer taraftan Emlak Konut, izlenme oranı çok daha yüksek olan TV kanallarına düşük paylı reklam vermiştir.

Konuya ilişkin olarak;

- 1. 1 Ocak - 31 Aralık 2013 arasında, Emlak Konut GYO'nun TV kanallarındaki reklam ve sponsorluk kullanımlarının tarihleri, süreleri, bu TV kanallarının adları, izlenme payları ve reklam/sponsorluk için yapılan harcamanın miktarı nedir?**
- 2. 1 Ocak - 31 Aralık 2013 arasında, Emlak Konut GYO'nun radyo kanallarındaki reklam ve sponsorluk kullanımlarının tarihleri, süreleri, bu radyoların adları, dinlenme oranları ve reklam/sponsorluk için yapılan harcamanın miktarı nedir?**
- 3. 1 Ocak - 31 Aralık 2013 tarihleri arasında, Emlak Konut GYO hangi gazeteye kaç adet reklam vermiştir, bu reklamlar için ne kadarlık ödeme yapmıştır? Bu gazetelerin reklamın verildiği tarihteki tiraj payları nedir?**
- 4. Emlak Konut GYO'nun reklam vereceği yazılı, görsel ve işitsel medya kuruluşlarını seçerken kullandığı kriterler nelerdir? Bu kriterler arasında "hükümet yanlısı yayın yapıyor olmak" yer almakta mıdır?**
- 5. Emlak Konut GYO'nun, 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 :

Toplu Konut İdaresi Başkanlığı, Anayasanın her Türk vatandaşının güvenli ve çağdaş şartlara uygun konut sahibi olma hakkına dair 56. ve 57. maddelerinden hareketle, vatandaşları makul yaşam standartlarına kavuşturmak gibi toplumsal bir amaç doğrultusunda faaliyetlerini sürdürmektedir.

Bu doğrultuda, 2003 yılından itibaren, Hükümetimizin “Planlı Kentleşme ve Konut Üretimi Programı” çerçevesinde deklare ettiği önemli hedefleri doğrultusunda, konut üretimi ve planlı kentleşme birlikte ele alınarak, TOKİ tarafından, dar ve orta gelirli vatandaşların konut ihtiyacının karşılanması amacıyla ülke genelinde geniş çaplı bir konut seferberliği başlatılmıştır.

Toplu Konut İdaresi, kendi mülkiyetindeki arsalar üzerinde konut inşa ettirmekte ve bu konutları kredilendirerek satışa sunmaktadır. Konut satışları ile hedeflenen; mevcut piyasa koşulları ile konut sahibi olamayan ancak belirli bir birikime sahip dar ve orta gelirli ailelerin gelirlerine uygun ödeme koşulları ile kira öder gibi konut sahibi olmalarıdır.

TOKİ, Ocak 2003 – 02 Haziran 2014 tarihleri arasında 81 il, 800 ilçe, 2.943 şantiyede toplam 625.611 adet konutun üretimini başlatmış bulunmaktadır. Bu rakam 100 bini aşkın nüfuslu 23 adet şehir demektir.

TOKİ, 625.611 adet konutla birlikte;

- ✓ 962 Okul (lise, ilköğretim, anaokulu),
- ✓ 14 Üniversite,
- ✓ 41 Kütüphane,
- ✓ 982 Spor Salonu,
- ✓ 161 Yurt ve Pansiyon,
- ✓ 262 Hastane,
- ✓ 94 Sağlık Ocağı,
- ✓ 507 Ticaret Merkezi,
- ✓ 498 Cami,
- ✓ 124 Kamu Hizmet Binası,
- ✓ 19 Stadyum,

ile muhtelif sevgi evleri, engelsiz yaşam merkezleri, huzurevleri, eczaneler, karakollar, askeri hizmet binaları, halk eğitim merkezleri, kültür merkezleri, toplum merkezleri, sanayi sitelerindeki işyerleri ve uygulama otellerinden oluşan toplam 5.415 adet sosyal donatı inşaatını başlatmış ve büyük bir kısmını tamamlamıştır.

Üretilen konutların;

- 250.912 adedi dar ve orta gelir grubu uygulamaları,
- 144.453 adedi yoksul ve alt gelir grubu uygulamaları,
- 90.653 adedi gecekondü dönüşüm uygulamaları,
- 37.842 adedi afet konutu uygulamaları,
- 5.658 adedi (35 Köyde) tarım-köy uygulamaları,
- 89.738 adedi kaynak geliştirme uygulamaları (70.459 Emlak Konut GYO)

kapsamında olup, toplam 619.256 adet konutun 529.518 adedi, diğer bir ifadeyle yaklaşık %85’i, sosyal konut niteliğindedir.

Soru önergesinde yer alan konularla ilgili olarak;

Cevap)

Soru önergesi ile talep edilen, Emlak Konut GYO A.Ş. şirketi bünyesinde yapılan televizyon, gazete, radyo, reklam ve sponsorluk çalışmalarına ilişkin bilgiler “Ticari Sır” kapsamında olduğundan, bilgi verilememektedir.