



43260

Turhan ÇÖMEZ
Balıkesir Milletvekili
İYİ Parti Grup Başkanvekili

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

Aşağıdaki sorularımın Kültür ve Turizm Bakanı Sayın Mehmet Nuri ERSOY tarafından Anayasa'nın 98'inci ve TBMM İçtüzüğü'nün 96 ve 99'uncu maddeleri gereğince yazılı olarak cevaplandırılmasını arz ederim. 18.03.2026



Turhan ÇÖMEZ
Balıkesir Milletvekili
İYİ Parti Grup Başkanvekili

Türkiye turizminin uluslararası alanda tanıtılması amacıyla faaliyet gösteren Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA) tarafından yürütülen "GoTürkiye" platformu ve buna bağlı uluslararası tanıtım kampanyaları son yıllarda Türkiye'nin turizm tanıtım stratejisinin merkezinde yer almaktadır. Dijital platformlar, sosyal medya kampanyaları, uluslararası reklam faaliyetleri ve açık hava reklamları aracılığıyla yürütülen bu çalışmaların önemli bir kamu kaynağı kullanılarak gerçekleştirildiği bilinmektedir.

Bakanlığınızın 2025 yılı faaliyet raporunda yer alan veriler incelendiğinde, turizm tanıtım faaliyetlerinin etkinliğini ölçmek amacıyla başlıca performans göstergesi olarak "etkileşim" verilerinin kullanıldığı görülmektedir. Raporda 2024 yılı için yaklaşık 422 milyon olarak açıklanan etkileşim sayısına karşın, 2025 yılı hedefinin 250 milyon olarak belirlenmiş olması dikkat çekmektedir. Performans göstergelerinde bir önceki yılın gerçekleşme verisinin önemli ölçüde altında bir hedef belirlenmesi, söz konusu verilerin ölçüm yöntemi ve güvenilirliği konusunda kamuoyunda çeşitli soru işaretlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Öte yandan faaliyet raporunda "etkileşim" göstergesinin "tekil ziyaretçiler ile sosyal medya etkileşimlerinin toplamı" olarak tanımlandığı görülmektedir. Ancak bu göstergenin hangi kriterleri kapsadığı, söz konusu etkileşimlerin ne kadarının yurt dışı kullanıcılarından kaynaklandığı, ücretli reklam trafiği ile organik etkileşimlerin nasıl ayrıştırıldığı ve bu verilerin doğruluğunun hangi yöntemlerle denetlendiği açık biçimde ortaya konmamıştır.

Turizm tanıtım faaliyetlerinin başarısının yalnızca dijital etkileşim verileri üzerinden ölçülmesi de ayrıca tartışma konusu olmaktadır. Zira uluslararası turizm pazarlama uygulamalarında tanıtım faaliyetlerinin etkinliği genellikle turist sayısındaki artış, kişi başı turist harcaması, ortalama kalış süresi, doluluk oranları ve rezervasyon dönüşüm oranları gibi somut ekonomik göstergeler üzerinden değerlendirilmektedir. Bu nedenle yüksek etkileşim verilerinin turizm gelirlerine veya turist sayısına ne ölçüde katkı sağladığının açıklanması kamuoyu açısından önem taşımaktadır.

Diğer taraftan GoTürkiye platformunun çok dilli içerik yapısı, Türkiye'nin farklı destinasyonlarını tanıtan kapsamlı bir dijital altyapı oluşturduğu görülmekle birlikte; söz konusu platformun turizm talebine somut katkısının nasıl ölçüldüğü ve bu platform için yapılan harcamaların turizm performansına nasıl yansıdığı konusunda yeterli açıklık bulunmamaktadır.

Ayrıca uluslararası tanıtım faaliyetleri kapsamında yurt dışında gerçekleştirilen billboard, açık hava reklamları ve medya satın alma faaliyetlerinin hangi ülkelerde, hangi yöntemlerle ve hangi bütçelerle gerçekleştirildiği hususu da kamuoyuna ayrıntılı biçimde açıklanmamıştır. Bu faaliyetlerin ihale yöntemi, medya satın alma süreçleri ve varsa aracı kurumlar aracılığıyla yürütülüp yürütülmediği konuları da kamu kaynaklarının etkin ve şeffaf kullanımı açısından önem arz etmektedir.

Kamu kaynakları kullanılarak yürütülen turizm tanıtım faaliyetlerinin şeffaflık, hesap verebilirlik ve etkinlik ilkeleri çerçevesinde değerlendirilmesi hem kamu mali yönetimi hem de turizm politikalarının sürdürülebilirliği açısından önem taşımaktadır.

Bu çerçevede aşağıdaki soruların cevaplandırılması önem arz etmektedir.

1. 2024 ve 2025 yılı içerisinde Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı ile Bakanlığınız tarafından turizm tanıtımı amacıyla toplam ne kadar bütçe harcanmıştır ve bu bütçenin dijital reklam, sosyal medya kampanyaları, açık hava reklamları (billboard vb.), televizyon reklamları ve diğer tanıtım faaliyetleri bakımından dağılımı nedir?
2. "GoTürkiye" platformunun geliştirilmesi, içerik üretimi, dijital reklam kampanyaları ve uluslararası tanıtımı için 2024 ve 2025 yılında yapılan toplam harcama tutarı ne kadardır?
3. 2024 ve 2025 yılında yurt dışında gerçekleştirilen billboard, açık hava reklamı ve benzeri tanıtım kampanyaları hangi ülkelerde ve hangi şehirlerde gerçekleştirilmiştir; bu kampanyalarda kaç adet reklam alanı kullanılmış, kampanyalar toplam kaç gün sürmüş ve ülke bazında toplam harcama tutarları ne olmuştur?
4. Yurt içi ve yurt dışı reklam ile tanıtım faaliyetleri hangi yöntemlerle gerçekleştirilmektedir? Bu faaliyetlerde 4734 sayılı Kamu İhale Kanunu kapsamında hangi ihale usulleri uygulanmaktadır?
5. Söz konusu tanıtım ve reklam faaliyetleri kapsamında medya satın alma ajansları veya reklam ajansları gibi aracı kurumlar kullanılmakta mıdır? Kullanılıyor ise bu ajansların isimleri nelerdir, bu ajanslara ödenen toplam tutar ne kadardır ve söz konusu ajanslara ödenen komisyon oranları nedir?

6. Bakanlığınızın faaliyet raporlarında ve TGA açıklamalarında yer alan "global sosyal medya etkileşimi", "gösterim (impressions)" veya benzeri performans göstergeleri hangi metodoloji ve kriterlere göre hesaplanmaktadır?
7. Söz konusu etkileşim ve gösterim verilerinin ne kadarı yurt dışı kullanıcılarına aittir, ne kadarı reklam kampanyalarından kaynaklanan ücretli trafiktir ve ne kadarı organik kullanıcı etkileşimidir?
8. Bu verilerin hesaplanmasında bot trafik, otomatik görüntülenme veya geçersiz trafik gibi unsurların ayrıştırılmasına yönelik herhangi bir teknik doğrulama veya denetim mekanizması bulunmakta mıdır?
9. 2024 ve 2025 yılında elde edilen dijital etkileşim ve gösterim verilerinin Türkiye'ye gelen turist sayısına, turizm gelirlerine, rezervasyonlara veya turizm harcamalarına somut etkisini ölçmeye yönelik herhangi bir etki analizi yapılmış mıdır?
10. GoTürkiye platformunda yer alan destinasyon ve deneyim içeriklerinin Türkiye'ye gelen turist sayısına veya turizm gelirlerine katkısını ölçmeye yönelik bağımsız bir değerlendirme, akademik çalışma veya performans analizi bulunmakta mıdır?
11. Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı'nın bütçe ve harcamaları Sayıştay tarafından denetlenmekte midir? Denetleniyor ise son denetim raporlarında tanıtım faaliyetleri ve harcamalarına ilişkin tespit edilen bulgular veya tavsiyeler nelerdir?