Türkiye Büyük Millet Meclisi -
Türkiye Büyük Millet Meclisi
Başkanlığı
Tarih: 04/11/2026 17:24
Sayı: E-120.07.03-1977068

COP31 TÜRKİYE ANTALYA

7/43415 GK 145
7/46386
7/46388 GK 193
7/46389
7/46394

7/48315
7/48317
7/48319 GK 12
7/48320
7/49033

T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Strateji Geliştirme Başkanlığı

Sayı : E-85112434-610-9118845
Konu : Soru Önergeleri

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA
(Kanunlar ve Kararlar Başkanlığı)

İlgi : a) 24.04.2026 tarihli ve E-43452547-120.07.04-1843513 sayılı yazınız.
b) 17.07.2026 tarihli ve E-43452547-120.07.04-1894220 sayılı yazınız.
c) 04.09.2026 tarihli ve E-43452547-120.07.04-1932004 sayılı yazınız.
ç) 21.09.2026 tarihli ve E-43452547-120.07.04-1942877 sayılı yazınız.

İlgi yazılar ekinde yer alan soru önergelerine ilişkin Bakanlığımızca hazırlanan cevaplar Ek'te sunulmaktadır.

Bilgilerinize arz ederim.

Mehmet Nuri ERSOY
Bakan

Ek: Liste ve Cevaplar (20 Sayfa)

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.
Doğrulama Kodu: 77401A92-D4EF-44CF-91FB-B38A8645E8EE Doğrulama Adresi: https://www.turkiye.gov.tr/ktb-ebys

Cumhuriyet Bulvarı No: 4 Ulus Altındağ / ANKARA
Telefon No: (312) 470 8000 Belge Geçer No: (312) 470 5131
http://www.ktb.gov.tr http://sgb.ktb.gov.tr
KEP Adresi : kulturveturizmbakanligi@hs01.kep.tr

Bilgi için:Hasgül ÇAKAN
İşletme İşçisi
Telefon No:(312) 470 50 05

7/46394
GK 193

KOCAELİ MİLLETVEKİLİ SAYIN ÖMER FARUK GERGERLİOĞLU'NUN 7/46394 ESAS SAYILI SORU ÖNERGESİNE BAKANLIĞIMIZCA HAZIRLANAN CEVAP

Bakanlığımız (Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü)'ca;

Ülkemize gelen yabancı ziyaretçi sayılarına ilişkin verilere (Aylık ve Yıllık Sınır İstatistikleri Bültenleri), Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü internet sayfasında bulunan https://yigm.ktb.gov.tr/TR-249702/sinir-istatistikleri.html linki üzerinden ulaşılması mümkündür.

Bakanlığımız (Tanıtma Genel Müdürlüğü, Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı Genel Müdürlüğü)'ca;

Bakanlığımızın kamuoyuyla paylaştığı güncel resmî verilere göre; Mayıs-Temmuz 2026 döneminde Türkiye'ye en çok ziyaretçi gönderen ilk 20 ülke ve gelen ziyaretçi sayıları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Yabancı Ziyaretçi Sayısı (Mayıs-Temmuz 2026)			
Ülke	**Mayıs**	**Haziran**	**Temmuz**
Rusya Federasyonu	701.123	906.138	1.020.186
Almanya	686.194	605.963	968.203
İngiltere (Birleşik Krallık)	493.376	454.691	544.077
İran	232.130	303.891	322.256
Polonya	216.656	277.220	321.590
Bulgaristan	266.537	229.021	230.034
Amerika Birleşik Devletleri	150.039	185.463	174.124
Hollanda	121.906	99.755	261.526
Ukrayna	100.696	140.537	147.574
Romanya	80.313	138.674	148.828
Gürcistan	123.451	118.058	126.167
Fransa	84.155	81.341	191.515
Kazakistan	76.588	125.803	136.663
Suudi Arabistan	67.508	76.738	191.125
Irak	80.683	96.069	131.607
Azerbaycan	66.684	86.124	115.062
Belçika	48.989	56.357	142.459
İtalya	72.185	81.522	81.579
Özbekistan	54.717	81.566	85.646
Avusturya	39.558	46.768	130.340
Diğer Ülkeler	1.093.374	1.348.725	1.626.003
Yabancı Toplam	**4.856.862**	**5.540.424**	**7.096.564**

Bakanlığımızın kamuoyuyla paylaştığı güncel verilere göre, Ocak-Temmuz 2026 dönemindeki yabancı ziyaretçi sayıları 2025 yılının aynı dönemiyle karşılaştırılmış olup yabancı ziyaretçi sayısında oransal olarak en fazla düşüşün yaşandığı ilk 10 ülke aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Sıra	Ülke	Değişim (2026 Ocak-Temmuz/2025 Ocak-Temmuz)
1	Kuveyt	-47%
2	Birleşik Arap Emirlikleri	-40%
3	Umman	-29%
4	Hindistan	-25%
5	Meksika	-23%
6	Arjantin	-19%
7	Moldova	-17%
8	Tayvan	-17%
9	Japonya	-17%
10	Güney Kore	-17%

Bölgesel savaşlar ve jeopolitik gelişmeler seyahat talebinde başta kısa süreli bir duraksamaya neden olsa da rezervasyonlar kısa sürede yeniden toparlanmıştır. Bu dönemde Orta Doğu'yu ziyaret etmeyi planlayan bazı turistlerin tercihlerini Türkiye'den yana kullanması da ülkemize ek bir talep yaratmıştır. Bu durum, ziyaretçi sayılarındaki dalgalanmaların kalıcı bir kayıp değil, geçici bir süreç olduğunu göstermektedir. Ziyaretçi sayıları; jeopolitik riskler, küresel ekonomi, hedef pazarlardaki talep, son dakika rezervasyonları, rakip ülkelerin fiyat politikaları ve uçuş kapasiteleri gibi birçok dış faktörden etkilenmektedir. Bu kapsamda Bakanlığımız ve Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA); pazar verilerini, uçuş kapasitelerini ve sektörden gelen bildirimleri yakından izlemektedir. Bu veriler doğrultusunda, ilgili pazarlara yönelik tanıtım, pazarlama ve satış destek stratejileri dinamik bir şekilde güncellenmektedir.

Bakanlığımız ve TGA tarafından Türkiye'ye yönelik turizm talebi; kaynak pazarlardaki rezervasyon eğilimleri, tur operatörleri, çevrim içi seyahat platformları ve havayolu şirketlerinden alınan bilgiler, uçuş kapasitesi, arama verileri ile sektör temsilcilerinin değerlendirmeleri doğrultusunda düzenli olarak takip edilmektedir. Bu kapsamda; Rusya pazarında rezervasyonların son dönemde yeniden hareketlendiği, mevcut uçuş kapasitesi ve operasyon izinleri bakımından belirgin bir sorun bulunmadığı değerlendirilmektedir. Almanya pazarında operatör bazında farklılaşan bir görünüm bulunmakla birlikte, Türkiye'ye yönelik talep, canlılığını korumakta ve son dakika rezervasyonları satış performansını desteklemektedir. İngiltere pazarında ise şirket ve satış kanalı bazında farklılıklar gözlense de son dönemde bazı operatörlerde satışların güçlendiği ve Türkiye'ye olan talebin devam

ettiği takip edilmektedir. İran pazarı; bölgesel ve jeopolitik dinamikler, ulaşım olanakları ve kısa dönemli seyahat talepleri doğrultusunda yakından izlenmektedir. Avrupa pazarlarında ekonomik faktörler, artan maliyetler ve rakip destinasyonların fiyat politikaları etkili olsa da Türkiye; geniş ürün yelpazesi, lojistik avantajları ve yüksek hizmet kalitesiyle tercih edilen ana destinasyonlardan biri olmaya devam etmektedir.

Mevcut göstergeler, Türkiye'ye yönelik talebin genel olarak korunduğuna ve bazı pazarlarda son dakika satışlarının desteğiyle güçlenme potansiyeli bulunduğuna işaret etmektedir. Bu gelişmeler doğrultusunda TGA'nın tanıtım ve pazarlama faaliyetleri; pazar, dönem ve hedef kitle bazında güncellenerek sürdürülmektedir. Her pazarın kendine özgü dinamikleri bulunduğundan gelişmeler ülke bazında yakından takip edilip analiz edilmekte; Rusya, Almanya ve İngiltere gibi ana kaynak pazarlarda talebin sürdürülebilirliği desteklenirken, Avrupa pazarlarındaki ekonomik görünüm, tüketici davranışları ve rakip destinasyonların uygulamaları izlenmekte, İran pazarında ise bölgesel gelişmeler kaynaklı dönemsel dalgalanmalar yaşanabilmektedir. Bakanlığımız ve TGA tarafından elde edilen bu analizler doğrultusunda pazar bazlı stratejiler ihtiyaçlara göre biçimlendirilmekte ve kaynaklar en yüksek etkiyi sağlayacak alanlara yönlendirilmektedir.

Türkiye, UN Tourism 2025 verilerine göre dünyada en çok ziyaret edilen 4. ülke konumunda olup geçtiğimiz yıl 64 milyon yabancı ziyaretçi ağırlamıştır. TGA, yurt dışında ülkemizin destinasyon, kültür ve turizm değerlerini bütüncül bir anlayışla ele alan iletişim çalışmaları yürütmektedir. 200'den fazla ülkede yürütülen reklam, tanıtım ve PR faaliyetleriyle Türkiye, dünyanın en yoğun tanıtım yapılan ülkesi haline gelmiştir. Çalışmalarla; deniz-kum-güneş turizminin yanı sıra kültür, gastronomi, doğa, sağlık, inanç, sürdürülebilir turizm ve lüks turizm gibi alternatif segmentlerin de güçlendirilmesi hedeflenmektedir. Ülkemizde her bütçe grubuna ve ziyaretçi profiline hitap eden geniş bir yelpazede hizmet sunulmaktadır. TGA tarafından yürütülen iletişim çalışmalarında, hedef pazarların ilgi ve talepleri doğrultusunda farklı kesimlere yönelik ürün ve deneyimlere yer verilmektedir. Bu kapsamda ülkemiz; ödenen fiyat karşılığında en yüksek değeri sunan ve her bütçeye uygun seçenekler barındıran bir destinasyon olarak konumlandırılmakta ve tanıtılmaktadır. Uygulanan stratejinin olumlu sonuçları verilerde de açıkça görülmektedir. Kişi başına düşen gecelik harcama; 2017'deki ilk 6 aylık gerçekleşmeye göre 73 dolar seviyesinden 2025'te 106 dolara, 2026'nın ilk 6 ay ortalamasında ise 109 dolara çıkmıştır. 2026'nın ilk altı ayında turizm gelirimiz 25,7 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Bakanlığımız; turizm hareketliliğini destinasyon, turizm ürünü ve hedef pazar ölçeğinde düzenli olarak analiz etmekte, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini bu analizler doğrultusunda şekillendirmektedir. Bu kapsamda, sabit bir bölgesel destek programı yerine tüm destinasyon ve ürünlerimiz; hedef pazarların ilgi alanları, seyahat motivasyonları ve talep eğilimleri dikkate alınarak pazar bazında farklılaştırılmış iletişim stratejileriyle tanıtılmaktadır. İhtiyaç duyulan durumlarda ise

belirli destinasyon veya hedef pazarlara yönelik ilave tanıtım, iletişim ve satış destek faaliyetleri hayata geçirilmektedir. Bu çerçevede Kredi Garanti Fonu (KGF), turizm sektöründeki işletmelerin finansmana erişimini kolaylaştırmak amacıyla Hazine destekli uygulamaları devreye almıştır. Ayrıca, turizm işletmesi belgesine sahip konaklama tesisleri için yapılan yasal düzenlemeyle SGK prim desteği yürürlüğe girmiştir. Konaklama işletmelerinin mali yükünü hafifletmek için vergi indirimleri de hayata geçirilmiş ve bu kapsamda konaklama vergisi oranı %2'den %1'e indirilmiştir. Böylece kaynaklar; dönemsel ihtiyaçlar ve stratejik öncelikler doğrultusunda en yüksek etkiyi sağlayacak alanlara yönlendirilmektedir.

Tanıtım bütçesi, tüm hedef pazarlardaki performanslar düzenli analiz edilerek dinamik bir yaklaşımla yönetilmektedir. Bu doğrultuda, son üç ayda ihtiyaç duyulan pazarlara yönelik bütçe planlamaları yapılmış ve ilave tanıtım-pazarlama faaliyetleri hayata geçirilmiştir. Kaynak tahsisinde pazar performansı, sezon dinamikleri ve stratejik öncelikler esas alınmaktadır.

Turizm talebi; küresel ekonomik gelişmeler, jeopolitik gelişmeler, tüketici eğilimleri ve rakip destinasyonların uygulamaları gibi çok sayıda dış faktörden etkilenebilmekte ve dönemsel dalgalanmalar gösterebilmektedir. Bakanlığımız ve TGA, bu değişimleri pazar bazında sürekli analiz ederek gerekli tedbirleri dinamik bir yaklaşımla hayata geçirmektedir. Bu kapsamda, hedef pazarlardaki dijital mecralar, televizyon, açık hava ve diğer iletişim kanallarında tanıtım faaliyetleri ihtiyaçlara göre güçlendirilmekte; tur operatörleri, hava yolu şirketleri ve çevrim içi seyahat platformlarıyla yürütülen ortak tanıtım ve satış odaklı iş birlikleriyle Türkiye'ye yönelik talebin desteklenmesi, hava kapasitesinin korunması ve artırılması hedeflenmektedir. Bunun yanında; uluslararası spor, kültür, sanat, gastronomi ve benzeri organizasyonlar üzerinden Türkiye'nin güvenli, canlı ve dinamik turizm ortamı ile dört mevsime yayılan zengin turizm ürün çeşitliliği uluslararası kamuoyuna etkin biçimde aktarılmaktadır. Tüm bu iletişim çalışmaları, pazar koşullarına göre güncellenen veri odaklı analizler doğrultusunda sürdürülmektedir.