



T.C.
ULAŖTIRMA VE ALTYAPI BAKANLIğI
Strateji GeliŖtirme BaŖkanlıđı
Strateji Daire BaŖkanlıđı

Türkiye Büyük Millet Meclisi
BaŖkanlıđı
Tarih: 15/10/2026 17:48
Sayı: E-120.07.03-1961485



COP31
TÜRKİYE
ANTALYA

7/47427

Sayı : E-44697349-610-3968797

Konu : Ŗanlıurfa Milletvekili Sayın Av. Mahmut
TANAL'ın yazılı soru önergesi

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŖKANLIđINA

İlgi : 07.08.2026 tarihli ve E-43452547-120.07.04-1910390 sayılı yazınız.

Ŗanlıurfa Milletvekili Sayın Av. Mahmut TANAL'ın 7/47427 esas sayılı yazılı soru önergesinin cevabı ilişikte sunulmaktadır.

Bilgilerinize arz ederim.

Abdulkadir URALOđLU
Bakan

Ek: Cevap Formu (1 Sayfa)

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Dođrulama Kodu: 8CC351E5-AD57-45AD-BEDE-3C5799472D39

Dođrulama Adresi: <https://www.turkiye.gov.tr/uab-ebys>

Hakkı Turaylıç Caddesi No:5 06338 Emek / Çankaya / ANKARA

KEP Adresi : uab@hs01.kep.tr

Bilgi için: Sevgül HASATEŖ
Memur





T.C.
ULAŞTIRMA VE ALTYAPI BAKANLIĞI
Strateji Geliştirme Başkanlığı

ŞANLIURFA MİLLETVEKİLİ
SAYIN AV. MAHMUT TANAL'IN
7/47427 ESAS SAYILI YAZILI SORU ÖNERGESİNİN CEVABI

PTT A.Ş. Genel Müdürlüğü reklam ve tanıtım faaliyetleri kapsamında; kurumsal kimliğinin ve marka değerinin güçlendirilmesi, sunulan ürün ve hizmetlerin ülke genelinde etkin biçimde tanıtılması, mevcut müşteri kitlesiyle ilişkilerin geliştirilmesinin yanı sıra potansiyel müşterilere erişimin sağlanması, rekabet gücü ve pazar payının desteklenmesi ile kurumsal itibarın güçlendirilmesine katkı sağlanması amaçlanmıştır.

Diğer taraftan, PTT A.Ş. Genel Müdürlüğünün reklam ve tanıtım harcamaları Sayıştay denetimine tabi olup yapılan denetimlerde tespit edilen herhangi bir usulsüzlük veya mevzuata aykırılık bulunmamaktadır.

TÜRKSAT A.Ş. tarafından televizyon kanallarına yönelik reklam ve tanıtım faaliyetleri sınırlı sayıda gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda son 5 yıllık dönem içerisinde, 7-11 Haziran 2023 tarihleri arasında 5 günlük süreyle bir televizyon reklam kampanyası yürütülmüştür.

Söz konusu reklam çalışmasında, mevcut bütçe imkanları ve kampanya koşulları birlikte değerlendirilmiş olup ulusal televizyon kanallarından ziyade; haber kanalları ile radyo kanallarına yönelik reklam çalışması yapılmıştır. Diğer taraftan, mecra ve kanal seçimleri herhangi bir subjektif tercih doğrultusunda değil; bütçe, rating, erişim, hedef kitle, maliyet-etkinlik ve bütçe kriterleri birlikte değerlendirilerek oluşturulan medya planlaması sonucunda gerçekleştirilmiştir.

TÜRKSAT A.Ş'nin tabi olduğu dış denetim mekanizmaları kapsamında, başta Sayıştay olmak üzere ilgili üst denetim mercileri tarafından gerçekleştirilen denetimlerde reklam ve tanıtım harcamalarına ilişkin herhangi bir tespit, öneri veya bulgu bildirilmemiştir.

Türk Telekom halka açık bir şirket olarak faaliyetlerini ticari esaslar ve rekabet koşulları çerçevesinde yürütmektedir. Reklam ve tanıtım faaliyetlerine ilişkin bütçeler; yıllık iletişim stratejileri, marka hedefleri, ürün ve hizmet öncelikleri ile Pazar koşulları doğrultusunda belirlenmektedir.