

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
ORTADOĞU ARAŞTIRMALARI ENSTİTÜSÜ
ORTADOĞU İKTİSADI ANABİLİM DALI

**TURİZMİN DUBAİ EKONOMİSİNE KATKISI
(2000 ve SONRASI)**

Yüksek Lisans Tezi

MESRUR YERSEL

İSTANBUL, 2010

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
ORTADOĞU ARAŞTIRMALARI ENSTİTÜSÜ
ORTADOĞU İKTİSADI ANABİLİM DALI

**TURİZMİN DUBAİ EKONOMİSİNE KATKISI
(2000 ve SONRASI)**

Yüksek Lisans Tezi

MESRUR YERSEL

Danışman: YARD. DOÇ. DR. İ. MURAT BOZKURT

İSTANBUL, 2010

ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasında; öncelikle turizmin tanımı, şekilleri ve çeşitlerine değinilerek, turizmin ekonomiye olan olumlu ve olumsuz etkileri kapsamında, dünya genelinde turizm sektörünün gelişimi ve dünya ekonomisindeki konumu ele alınmıştır. Son yıllarda turizm alanında yapmış olduğu büyük çaplı yatırımlarla adını duyuran Dubai'nin ekonomisi ile ilgili bilgiler sunulduktan sonra; turizmin Dubai ekonomisine olan katkısı detaylı bir şekilde incelenmiş; "Turizmin Dubai Ekonomisine Katkısı (2000 yılı ve sonrası)" konu başlığı altında çalışılmıştır.

Bu çalışmamın tamamlanmasında benden yardım ve desteğini esirgemeyen danışman hocam Yard. Doç. Dr. İ. Murat BOZKURT'a; tavsiyeleri ile bana yardımcı olan, fikirlerinden yararlandığım öğretim görevlisi Bilgehan ALAGÖZ'e, bana her koşulda maddi ve manevi destek olan aileme ve arkadaşlarıma teşekkür eder, tez çalışmamın tüm ilgililere yararlı olmasını dilerim.

İstanbul, 2010

Mesrur YERSEL

ÖZET

Son zamanlarda popülerliği artan turizm sektörü, ekonomiye doğrudan katkı sağladığından, özellikle gelişmekte olan ülkeler için, önemi giderek artan bir sektör haline gelmektedir. Ekonominin yanı sıra kültürler arası etkileşimi artırmak, uluslararası ilişkileri geliştirmek ve ziyaretçilere iyi hizmet vermek için yapılan alt ve üst yapı çalışmaları gibi etkilerle, turizm yoğunlaştığı bölgeye sosyal açıdan ve yaşam kalitesi açısından da katkı sağlamaktadır.

Birleşik Arap Emirlikleri'ni oluşturan 7 emirlikten biri olan Dubai; ülkenin en büyük ve en kalabalık şehri konumundadır. Emirlik yönetimi şehrin ekonomisinin petrol gibi rezervleri giderek azalan bir sektöre bağlı kalmaması ve gelirlerindeki sektörel dağılımı zenginleştirerek dengelemek için; 1980'li yılların başında turizmi geliştirme amaçlı belirlediği proje dahilinde yatırımlarını turizm sektörüne yapmaya başlamıştır.

Dubai'nin küçük yüzölçümüne rağmen, bulunduğu bölgedeki ülkelerden farklı bir duruş sergilemesi Dubai'yi ön plana çıkarmaktadır. Vergisiz alışveriş, lüks hizmet anlayışı, ekonomik ve politik istikrar, güvenlik sorununun olmaması, batı kültürüne yakın ve saygılı bir yönetim anlayışına sahip olması ve geniş turizm yelpazesıyla Dubai Ortadoğu'nun en önemli turizm merkezlerinden biri haline gelmiştir. Ayrıca Dubai'nin Avrupa, Asya ve Afrika kıtalarına yakın bir konumda bulunması, bu bölgedeki insanların Dubai'yi kısa süreli tatiller için de tercih etmelerinde önemli bir etken olmaktadır.

Dubai'nin hızlı bir şekilde gelişmesinde ve adının duyulmasında önemi çok büyük olan turizm sektörü, Dubai Hükümeti tarafından planlanan 2015 Kalkınma Planı'nda ekonominin lokomotif sektörü konumundadır. En çok turisti gelişmiş ülkelere sahip olan Avrupa ülkelerinden çeken Dubai 2009 yılı verilerine göre 6.1 milyon kişiyi ağırlamış ve hedefini 2015 yılında 15 milyon turist ağırlamak ve 23 milyar \$ gelir elde etmek olarak belirlemiştir.

Anahtar Kelimeler: Dubai, turizm, ekonomi.

ABSTRACT

With its increasing popularity in recent years and its direct benefit to the national economies, tourism sector is becoming more and more important particularly for developing countries. Apart from its economic contribution, with the infrastructure and upper structure projects carried out to provide better service to tourists, tourism sector enhances the quality of life and diversifies social life by improving inter-cultural interaction and developing international relations.

Dubai, one of the 7 emirates making up the United Arab Emirates, is the largest and most crowded city of the country. In order to avoid dependence of the city's economy on the oil sector which gives signs of decreasing reserves and to diversify and balance its revenues, emirate government has started to invest heavily in the tourism sector as part of the project initiated by the beginning of 1980s which aims to improve the tourism sector in the country.

Despite its small acreage, Dubai has always been at the forefront as a result of its unique stance among other countries in the region. With tax-free shopping, concept of luxury service, economic and political stability, lack of security issues, a respectful government that is close to western culture and with its wide array of touristic offers, Dubai has turned into one of the most important tourism centers of Middle East. Also, proximity of Dubai to Europe, Asia and Africa continents, is an important factor allowing people living in these areas to choose Dubai for short vacations.

Tourism sector which has a great contribution in terms of promoting Dubai and helping the country to develop, is the locomotive of the economy as defined in the Development Plan for Year 2015 developed by Dubai Government. Dubai attracts the highest number of tourists mainly from European countries and based on data from 2009, Dubai hosted 6.1 million tourists and has set its goal as 15 million tourists and 25 billion USD of tourism revenue for year 2015.

Key words: Dubai, tourism, economy.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
TABLO LİSTESİ	viii
GRAFİK LİSTESİ.....	ix
ŞEKİL LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR.....	xi
GİRİŞ	1

I. BÖLÜM

1.GENEL OLARAK TURİZM SEKTÖRÜ

1.1. Turizmin Tanımı.....	3
1.2. Turistin Tanımı.....	5
1.3. Turizmin Tarihçesi.....	6
1.4. Turizmin Şekilleri.....	9
1.4.1. Turistin Geldiği Yere Göre.....	9
1.4.2. Sosyo-ekonomik Durumuna Göre.....	10
1.4.3. Turist Sayısına Göre.....	11
1.4.4. Seçilen Zamana Göre.....	11
1.4.5. Yaş Düzeyine Göre.....	12

1.5. Turizmin Türleri.....	13
1.5.1. Tatil Turizmi.....	13
1.5.2. İş Turizmi.....	14
1.5.3. Sağlık Turizmi.....	14
1.5.4. Spor Turizmi.....	14
1.5.5. Kıyı Turizmi	15
1.5.6. Kongre ve Toplantı Turizmi.....	15
1.5.7. Kültürel Turizm ve Etnik Turizm.....	16
1.5.8. Kuş Gözlemciliği Turizmi.....	16
1.5.9. Golf Turizmi.....	17
1.6. Dünyada Turizm ve Geleceği	17
1.6.1. Orta Doğu'da Turizm.....	19
1.7. Turizmin Ekonomik Etkileri.....	20
1.7.1. Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri.....	21
1.7.1.1. Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi.....	21
1.7.1.2. Turizmin Gelir Yaratıcı Etkisi.....	24
1.7.1.3. Turizmin İstihdam Yaratıcı Etkisi.....	25
1.7.1.4. Turizmin Bölgeler Arası Ekonomik Gelişme Üzerindeki Etkisi.....	26
1.7.1.5. Turimin Ekonominin Diğer Sektörleri Üzerinde Yarattığı Etkiler.....	27
1.7.2. Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri.....	30

1.7.2.1. İthalat Etkisi.....	30
1.7.2.2. Turizmin Enflasyon Üzerindeki Etkisi.....	31
1.7.2.3. Turizmin Fırsat Maliyeti Etkisi.....	33
1.7.2.4. Turizmin Mevsimsellik Etkisi.....	34
1.7.2.5. Yabancı Sermaye Etkisi.....	35

II. BÖLÜM

2. DUBAİ'NİN COĞRAFİ YAPISI ve EKONOMİSİ

2.1.Dubai.....	37
2.2. Dubai Ekonomik Tarihi.....	39
2.3. Dubai Ekonomisi.....	40
2.3.1 Dubai'nin Endüstriyel Sektörleri.....	41
2.3.2. Dubai İhracat ve İthalat.....	44
2.4. 2000 Sonrası Dubai Ekonomisi.....	45
2.5. Dubai Ekonomik Krizi.....	51

III. BÖLÜM

3. DUBAİ'DE TURİZM ve TURİZMİN EKONOMİYE KATKISI

3.1. Dubai Turizm Türleri.....	54
3.1.1. Tatil Turizmi.....	55

3.1.2. Kongre ve Toplantı Turizmi.....	55
3.1.3. Kuş Gözlemciliği Turizmi.....	55
3.1.4. Sağlık Turizmi.....	56
3.1.5. Spor Turizmi.....	56
3.1.6. Çöl Turizmi.....	57
3.2. Önemli Turistik Mekanlar.....	57
3.2.1. Burj Al-Arab.....	57
3.2.2. The World.....	58
3.2.3. Palmiye Adaları.....	58
3.2.4. Dubai İnternet City.....	58
3.2.5. Dubai Altın Çarşısı.....	58
3.2.6. Ski Dubai.....	59
3.2.7. Dubailand.....	59
3.3. Etkinlik Ve Festivaller.....	59
3.4. Dubai Hükümeti Turizm ve Ticaret Departmanı.....	60
3.5. Turizmin Dubai Ekonomisine Katkısı.....	62
3.6. Diğer Ekonomik Etkiler.....	73
3.7. Dubai Hükümeti 2015 Stratejik Büyüme Planı.....	75
SONUÇ	78
KAYNAKÇA	81

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Pozitif – Negatif Etki	22
Tablo 2: Dış Turizm Bilançosu	22
Tablo 3: Ekonomik Sektörlerin Dubai Ekonomisi İçindeki Payı (2000-2008)	48
Tablo 4: Gelen Turistlerin Aylara Göre Dağılımı 2000-2008.....	70
Tablo 5: Ziyaretçilerin Geldikleri Bölgeye Göre Sayıları.....	71
Tablo 6: Otel Türlerine Göre Ziyaretçi Sayıları.....	72

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Sektörlere Göre GSYİH 2000-2005.....	64
Şekil 2: Gelecekteki Sektörel Büyüme Işığında Dubai'nin Sektörel Dayanımları.....	76
Şekil 3: Stratejik Hedef	77

GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1: Dubai Ekonomik Büyüme Oranı I (Arap Ülkeleri).....	46
Grafik 2: Dubai Ekonomik Büyüme Oranı II (Dünya).....	47
Grafik 3: Dubai Kişi Başı Milli Gelir	49
Grafik 4: Dubai Alışveriş Merkezi Kapasitesi	63
Grafik 5: Dubai Otelleri Ziyaretçi Sayıları.....	65
Grafik 6: Dubai Otelleri Konaklama Gelirleri.....	66
Grafik 7: Dubai Otelleri Ortalama Ücretleri	67
Grafik 8: Dubai Otelleri Diğer Gelirler	68
Grafik 9: Dubai Otelleri Toplam Geliri.....	69

KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AED	Arab Emirates Dirham
BAE	Birleşik Arap Emirlikleri
BBC	British Broadcasting Corporation
CIS	Commonwealth of Independent States
DCB	Dubai Convention Bureau
DTCM	Department of Tourism and Commerce Marketing
FDI	Foreign Direct Investment
GSYİH	Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
IBM	International Business Machines
MENA	Middle East and North Africa
MÖ	Milattan Önce
PGA	Professional Golfers Association
SPA	Sanitas Per Aquam
\$	Amerikan Doları
TC	Türkiye Cumhuriyeti
VIP	Very Important Person
WTO	World Tourism Organization

GİRİŞ

Turizm; ülke ve toplum için, gelir kaynağı ve yatırım teşviki sağlama, istihdam alanı yaratma, farklı kültürleri tanıma, dinlenme, eğlenme, gezme, çeşitli aktivitelerde bulunma gibi; hem ekonomik hem de sosyal açıdan etkili olan; çeşitli şekillerde ve farklı amaçlarla gerçekleşen bir hizmet sektörüdür.

Turizm, ülkeler arasındaki ve aynı ülke içindeki farklı bölgeler arasındaki ekonomik dengesizlikleri giderdiği gibi, çeşitli iş alanları yarattığı ve ülke ekonomisine doğrudan katkı yaptığından dolayı; özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için önemli bir faaliyet alanıdır.

Dünya turizmi, çeşitli dönemlerde duraklamalar yaşasa da, II. Dünya Savaşı'ndan sonra turizm hareketleri hızlı bir şekilde artış göstermeye başlamıştır. Bu artıştaki en önemli sebepler ise; ülkelerin barış sürecine girmeleri, özellikle teknolojinin gelişmesine bağlı olarak ulaşım imkanlarının artması ve ucuzlaması; bunun sonucunda da ulaşımın lüks olmaktan çıkıp, toplumun genelinin faydalanabileceği bir duruma gelmesidir.

Coğrafi konum bakımından Ortadoğu'da bulunan Dubai, bulunduğu bölgedeki diğer ülke ve şehirlerden fiziki ve coğrafi özellik bakımından çok farklı olmamasına rağmen; gerek sosyal hayatı, gerekse giderek gelişen ekonomisi bakımından Ortadoğu'da farklı bir görüntü çizmektedir. Geçmişte batılı ülkelerin sömürgesi olmanın da etkisiyle, özellikle ekonomik ve yönetim anlayışı bakımından bu ülkeleri örnek alarak, Ortadoğu'daki diğer ülkelere farklı bir şekilde ve hızla büyümektedir.

20. yüzyılın sonlarına kadar turizm alanında varlık gösteremeyen Dubai; bu dönemden sonra politika değiştirmiş; Dünya'nın her tarafından insanları çekecek sürekli bir turizm merkezi haline gelmek ve turizmin ekonomiye yapacağı katkılarla ekonomisini sektörel bakımdan zenginleştirip, petrole bağımlı bir ekonomi olmaktan kurtulmak amacıyla; petrolden elde etmiş olduğu geliri alt yapı ve turizmi geliştirmeye harcayarak, turizm sektörüne yönelmiştir.

Bu çalışmanın amacı; günümüzde önemi gittikçe artan turizm sektörünün, son yıllarda turizm alanında yapmış olduğu büyük çaplı yatırımlarla ön plana çıkan ve Ortadoğu’da bir turizm ve tatil merkezi haline gelen Dubai’nin ekonomisine katkısını araştırmaya yöneliktir.

Çalışmamızda araştırma metodu olarak, kütüphane, kitap, ansiklopedi, kalkınma planları, resmi kurumlar tarafından yayınlanan raporlar ve internet sitelerinden faydalanılmıştır.

Üç bölümden oluşan çalışmamızın birinci bölümünde; turizm ve turist kavramları tanımlanarak; turizmin geçirmiş olduğu tarihsel süreçler, turizm şekilleri, turizm türleri, son olarak turizmin ekonomik etkileri ve dünyada turizm hareketleri ve turizmin geleceği konusuna değinilmiş; Ortadoğu ülkeleri ve bu ülkelerdeki turizm faaliyetleri incelenmiştir.

İkinci bölümde, Dubai’nin genel özellikleri, şehrin ekonomik ve tarihsel geçmişi kısaca açıklanmaya çalışılmış, Dubai ekonomisinin yapısı ve 2000 yılından günümüze sonra göstermiş olduğu iniş-çıkışlar incelenmiştir.

Üçüncü ve son bölümde; Dubai’nin ekonomik gelişme süreci ve bu sürecin içinde bulunan “Dubai Hükümeti Turizm ve Ticaret Departmanı”, Dubai’nin turizm çeşitliliği, turistik açıdan önemli mekanlar, Dubai etkinlik ve festival takvimi incelenmiş; sayısal veriler, grafikler, şekiller ve tablolardan faydalanılarak turizmin Dubai ekonomisine katkısı değerlendirilmiş, turizmin gelecekte Dubai ekonomisi içindeki rolü incelenmiştir.

Sonuç bölümünde ise; Dubai’nin son yıllarda göstermiş olduğu ekonomik büyüme ve ulaşılan sonuçlar genel bir çerçevede özetlenmiştir. Dubai’nin coğrafi ve iklimsel imkanları dahilinde izlenen hükümet politikaları, önemli mekan ve devam etmekte olan projelerin turizme olan etkileri değerlendirilerek, Dubai turizminin ekonomik geleceği hakkında beklentiler yer almaktadır.

I. BÖLÜM

1. GENEL OLARAK TURİZM SEKTÖRÜ

1.1. Turizmin Tanımı

Turizm kelimesi, Latince'deki kelime anlamıyla dönme hareketini ifade eden "tornus" sözcüğünden gelmektedir. İngilizce'deki; zevk için yapılan, eğitsel, ve kültürel özellik gösteren seyahatler için kullanılan "touring" deyimini ve bazı şehir, yöre ve ülkelerin ziyaretini, iş ve eğlence amacıyla yapılan ve sonunda hareketin başladığı yere dönülen yer değiştirme hareketini ifade eden "tour" deyimleri de bu sözcükten türemiştir¹.

Turizmin bir çok bilim dalı ile ilişki içinde olan, çok yönlü bir hizmet sektörü olması, turizmin herkes tarafından kabul edilen bir tanımının olmasını engellemiştir. Konuya eğilenlerin hareket noktalarının farklı olması; konuya yaklaşım açıları ve önem verdikleri unsurların farklı olması turizmin çeşitli tanımlarının ortaya çıkmasına sebep olmuştur².

Turizmin bugüne kadar yapılan tanımlarını inceleyecek olursak ilk başlarda turizmin sadece olay yönünden dikkate alınarak, seyahat yönünün üzerinde durulduğu ve turizmin bu yönden incelenerek tanımlarının bu doğrultuda yapıldığını, daha sonraki tanımlarda ise toplumsal ve endüstriyel özelliklerine vurgu yapılarak tanımların giderek iktisadileştiğini görmekteyiz.

Modern anlamda turizmin ilk tanımının Alman E.Guyar-Freuler tarafından 1905 yılında yapıldığını görmekteyiz. Bu tanıma göre turizm; artan ticaret ve dinlenme ihtiyacının, endüstri ve ulaşım araçlarının gelişmesi sonucu insan topluluklarının ilişkisi³ şeklinde tanımlarken; M. Meyer ise turizmin soysal yönünü ön plana çıkararak;

¹ AKAT, Ömer, **Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği**, Ekin Kitabevi, Bursa, 2000, s. 2.

² TOSKAY, Tunca, **Turizm: Turizm Olayına Genel Yaklaşım**, Der Yayınları, İstanbul, 1983, s. 19

³ YILMAZ, Devrim vd., **Genel Turizm:Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler**, Turhan Kitabevi, Ankara, 2007, s.2

her insanda farklı derecelerde bulunan kaçma ve uzaklaşma istediğinden kaynaklanan psikolojik temelli yer değiştirme hareketi⁴ olarak tanımlamıştır.

Birleşmiş Milletler'e bağlı olarak çalışan WTO'nun(Dünya Turizm Örgütü) yaptığı tanıma göre ise turizm; gelir getirici etkinlikler dışında kalan, boş zamanların hemen hepsini içine alan bir seyahat, bundan doğan konaklama, yeme-içme, ulaşım eğlence gibi hizmetler ve ilişkileridir⁵ diye tanımlamaktadır.

T.C. Turizm Bakanlığı ise turizmi; kişilerin ikamet ettiği yer dışındaki bir yere bir yılı aşmamak üzere, boş zaman değerlendirme, iş ve diğer benzeri amaçlarla yaptıkları seyahatler biçiminde tanımlamaktadır⁶.

Genel olarak yapılan turizm tanımlarına bakacak olursak her tanımda bir seyahat olgusunun, yer değiştirme durumunun olduğu, dikkat çekmekle beraber her seyahatin de turizmin kapsamına girmediğini görmekteyiz. Yapılan seyahatin turizmin kapsamına girmesi için; devamlı ikamet edilen, günlük ihtiyaçların giderildiği, çalışılan yerin dışına olması ve tekrar dönüş amacı ile yapılması gerekirken; seyahatin ticari ve politik bir görev amacı taşımaması gerekmektedir.⁷ Yapılan seyahatin turizm etkinliğinin içinde değerlendirilebilmesi için; şahıslara bir zorunluluk hissettirmemesi, kişisel ihtiyaçları giderme amacı ile olması gerekmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda; turizmi tek bir olguyla tanımlamak doğru değildir. Turizm sadece seyahat hareketi değil, seyahatin başlangıcından itibaren, geri dönüşü kadar olan sürecin tamamını ifade etmektedir.

⁴ KOZAK, Nazmi-AKDOĞAN, KOZAK Meryem- KOZAK Metin, **Genel Turizm İlkeler-Kavramlar**, Turhan Kitabevi, Ankara, 2000, s. 1

⁵ ERDOĞAN, Nazmiye, **Çevre ve (eko)turizm**, Erk Yayınları, Ankara, 2003, s.76

⁶ SOYAK, Alkan, **Türkiye'ye Yönelik Yabancı Turizmin İktisadi Etkileri**, Derin Yayınları, 2. Basım, İstanbul, 2009, s.9.

⁷ OLALI, Hasan, **Turizm Dersleri**, İzmir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Turizm Enstitüsü Yayınları, No:2, İzmir,1965, s. 33

1.2. Turistin Tanımı

Turizmin öneminin gittikçe artması, özellikle bazı ülkelerin ekonomilerinde büyük bir ağırlık kazanması ve her yıl büyük kitlelerin uzun mesafeleri aşarak seyahat etmeleri, bu defa da turistin tanımlanması ihtiyacının duyulmasına sebep olmuştur⁸.

Turizm olayını gerçekleştiren kişiye denen ‘turist’ kelimesinin ilk olarak İbraniler tarafından kullanıldığını görmekteyiz. İbraniler, olağan bir biçimde yaşanan yer dışındaki uzak yerleri görmek, oradaki yaşantıları tanımak, insanların ekonomik ve sosyal durumlarını incelemek üzere gönderdikleri kişilere turist ve bunların eylemlerine de turlamak demişlerdir⁹.

Genel olarak turist kavramı; “turizm olayına katılan ve bu olaya yön veren, turizm tanımında yer alan özelliklere uygun olarak sürekli yaşadığı yeri ticari kazanç dışı nedenlerle geçici ve belirli bir süre için terk edip seyahat eden ve konaklayan, ziyaret ettiği yerde 24 saatten fazla kalan ya da gidilen ülkenin herhangi bir konaklama işletmesinde en az bir geceleme yapan, psikolojik tatmin arayan, sınırlı harcama gücü ve zamanı ile tüketimde bulunan kişi”¹⁰ olarak tarif edilmektedir.

Bu tanımlara göre, aşağıdakileri “turist” kabul etmek mümkündür¹¹:

Zevk, ailevi nedenler, sağlık vb. nedenlerle seyahat edenler,
Çeşitli nedenlerle toplantılara katılmak amacıyla (bilimsel, idari, dini, ticari, diplomatik, sportif vb.) seyahat edenler,
24 saatten az kalsalar bile gemi (cruise) ile seyahat edenler.

Bu tanımlara bazı istisnalar getirilmekte ve her seyahate çıkan kişi turist olarak değerlendirilmemektedir. Buna göre aşağıdakiler turist olarak kabul edilmezler:

Bir iş sözleşmesi olsun ya da olmasın, herhangi bir ülkeye çalışmak veya ticari bir faaliyette bulunmak için gidenler,

⁸ Toskay, s. 19

⁹ ERDOĞAN, Harun, **Uluslararası Turizm**, Uludağ Üniversitesi Yayını, Bursa, 1995, s. 8

¹⁰ Yılmaz, s. 7

¹¹ USTA, Öcal, **Genel Turizm**, Anadolu Matbaacılık, İzmir, 2001, s. 11

Bir ülkeye yerleşmek ve sürekli kalmak için gidenler,
Bir ülkeye asker, öğrenci, diplomat, göçmen ve çalışma amacıyla
gidenler,
Seyahatleri 24 saati geçse bile, bir ülkeden durmadan (mola vermeden)
geçenler.

Turist kavramıyla karıştırılabilen bir diğer kavram günübirlikçi kavramıdır. Günübirlikçi (ekskürsionist), gittiği ülkede 24 saatten az kalan, geceleme yapmayan ziyaretçi olarak tanımlanmakta ve bir ziyaretçinin turist sayılması için en az bir gece konaklaması gerekmektedir¹².

1.3. Turizmin Tarihçesi

Turizm olayının tam anlamıyla kavraması, güncel durumunun iyi analiz edilmesi ve turizmin geleceğine dair güvenilir tahminlerin yapılabilmesi için turizmin geçmişini ve geçirdiği süreçleri bilmek gerekmektedir.

Turizmin tanımını insanların buldukları bölgeden farklı bir bölgeye seyahat etmesi olarak yaparsak, turizmin tarihinin insanlık tarihi kadar eski olduğu sonucuna ulaşırız. Fakat bu ilk yer değiştirmelerin amacına baktığımızda bunların avcılık, yiyecek toplama, daha elverişli ve güvenli yaşam alanları arama isteklerinden kaynaklandığını ve günümüzdeki modern turizm tanımının uzağında kaldığını görürüz.

Dünyada turizmin tarihsel gelişimi incelenirken; konunun tarihi bölümlere ayırmanın değişmez bir ölçüsü olan “çağ” yaklaşımıyla ele alınması faydalı olacaktır. Bu ayrımın yapılmasındaki asıl amaç, tarih çağlarını tek tek ele alıp ayrıntılı bir biçimde incelemekten çok; genel bir takım bilgiler vererek turizmin tarihsel süreçte gelişiminin anlaşılmasını sağlamaktır¹³.

¹² ÖZTAŞ, Kadir – KARABULUT, Tahsin, **Turizm Ekonomisi; Genel Turizm Bilgileri**, Nobel Yayın Dağıtım Ankara, 2006, s. 18

¹³ Yılmaz, s. 23

İlk çağlardaki turizm hareketlerine baktığımızda, insanların artan merak duygularının ve refah seviyelerinin artmasının da bu seyahatlerde önemli rol oynadığını görürüz.¹⁴

İlkçağda turizm; insan topluluklarının alış-veriş, takas, ticaret, olimpiyat oyunlarına katılma, dini yerleri ziyaret ve hac, kaplıca ve sıcak su merkezlerini ziyaretler şeklinde yoğunlaşarak; ekonomik, spor, din ve sağlık amaçlı olarak belli başlı 4 amaçla gerçekleşmiştir¹⁵.

Ortaçağda turizmin gelişmesi ve seyahat eden insan sayısının artmasına rağmen turizm hareketleri biraz daha farklı bir hal almıştır.

Ortaçağda Avrupa'daki ekonomik ve sosyal durgunluğun yanı sıra dinin bilime ve sosyal hayata olan tesiri bu çağın en mühim karakteristiklerini teşkil etmiştir. Bu ortamda, bütün sosyal düşünceler ve davranışlar gibi turizm hareketleri de dinin etkisi altında kalmıştır¹⁶. Yine bu dönemde İslamiyet'in doğuşu ve "Kabe" ziyaretlerinin farz olması turizmi hareketlendiren bir diğer dini etmen olmuştur¹⁷. Bu dönemdeki birçok turizm faaliyetinin dini eserlerin ziyareti amaçlı gerçekleşmesi, önemli dini eserlerin bulunduğu turizm merkezi olmasını sağlamıştır.

Ortaçağda Avrupa'dan Ortadoğu'ya yapılan dinsel temelli haclı seferleri ve ipek yolunun aktif hale gelmesi, ülkeler arasındaki etkileşimi artırmış; ilkçağda Roma İmparatorluğu sınırları içinde gerçekleşen seyahatlerin ortaçağda kıtalar arası boyut kazanmasını sağlamıştır¹⁸.

Ortaçağ turizminin önemli noktalarından biri de, dünya tarihinde ilk gezgin olarak bilinen ve kabul edilen Marco Polo'nun bu dönemde gerçekleştirdiği, hiçbir

¹⁴ ORHON, Erol, **Turizmin Kalkınmadaki Fonksiyonu**, Ankara, 1977, s. 3

¹⁵ Usta, s. 27

¹⁶ Orhon, s. 3

¹⁷ CEYLAN, Ali – İPEKYÜZ, Ahmet, **Turizmin Türkiye ve Bursa Ekonomisindeki Yeri**, Bursa Ticaret ve Sanayii Odası Yayını, Yayın no:20, Bursa, 1985, s.4

¹⁸ Yılmaz, s. 25

ticari ve askeri amacı olmadan ve sadece diğer ülke ve insanları tanımak amacıyla gerçekleştirdiği seyahatlerdir¹⁹.

Yeniçağda ise, yaşantıyı doğrudan etkileyen dini fikirler, Rönesans hareketleri sonucu değişmeye başlamış; bunun olumlu bir etkisi olarak da başta dinsel alan olmak üzere, bilimde, sanatta ve yönetim şekillerinde yeni arayışlar ortaya çıkmıştır. Bu dönemde; Vasco de Gama'nın gemi ile Hindistan'a ulaşması ve Macellan'ın 1519 yılında başlayan dünya seyahati; yeni yerlerin keşfedilmesinin yanı sıra, insanların görme ve tanıma isteği ve merak duygusu nedeniyle yapmış oldukları yolculukların temelini oluşturan en önemli tarihi olaylar olmuşlardır²⁰.

19. Yüzyılın ikinci yarısından sonra özellikle teknik alanda yaşanan gelişmeler sonucunda, buharlı gemilerin ve demiryollarının gelişmesi, mesafeleri kısaltmış ve seyahat giderlerini azaltmıştır. Bunun neticesinde, belirli bölgelere sıkışan turizm alanı genişlemiş ve turizm, yalnız zengin insanların gerçekleştirdiği bir aktivite olmaktan çıkıp, orta halli insanlara yayılmaya başlamıştır²¹.

1841 yılında ise Thomas Cook, 570 kişilik bir grubu, kişi başına aldığı sabit bir ücretle, başka bir şehre götürüp getirmek suretiyle ilk organize kitle turizm hareketini gerçekleştirmiş olup, modern anlamda turizmin temelini atmıştır²².

Bu dönemde, demokratikleşme hareketlerinin kişilere sağladığı seyahat özgürlüğü, halkın yönetime katılımı, demografik şartlardaki değişme, çalışanlara tanınan ücretli tatil hakkı turizmi gelişmesini sağlayan etmenler olmuştur. Ayrıca yazarların dünyanın değişik bölgelerini gezmeleri ve bu deneyimlerini yayınlamaları, diğer insanlardaki merak ve seyahat duygusunu canlandırmış, turizmin gelişmesine katkı sağlamıştır²³.

Ekonomik refah ile birlikte, devletlerin turizm faaliyetlerine katkı sağlayan müdahalelerde bulunması turizmi hızlı bir gelişme sürecine sokmuştur. Bunun

¹⁹ Akat, s. 9

²⁰ a.g.e., s. 9

²¹ Orhon, s. 4

²² Öztaş-Karabulut, s. 3

²³ a.g.e., s. 4

neticesinde, turizm hayat standardı içinde şahsın bir tüketim elemanı olmuş ve seyahatler milli hudutları da aşarak uluslar arası ekonomik ve sosyal bir konu olmuştur²⁴.

Bu dönemde turizmin gelişmesini olumsuz etkileyen en önemli faktör, hiç şüphesiz dünyanın bir çok ülkesini etkileyen savaşlar olmuştur. 18. Yüzyılda başlayan bölgesel savaşlar 19. Yüzyılda iki dünya savaşına sebep olmuştur. 1930'da dünyayı sarsan önemli ekonomik krizde, turizmin gelişmesini yavaşlatan etkenler olmuştur. Ancak, II.Dünya savaşından sonra, dünyada sağlanan barış ortamı turizmin gelişmesi için elverişli koşulları meydana getirmiştir. Özellikle, II.Dünya Savaşında gelişen savaş teknolojisiyle sağlanan bilgi birikiminin, barış döneminde, sivil yaşama aktarılmasıyla; özellikle havayolu ulaşımını hızla geliştirmiş ve ucuzlatmıştır²⁵.

Turizmin tarihini kısaca özetleyecek olursak; askeri ve ticari amaçlarla başlayan hareketlerin giderek; modern anlamdaki turizm olayına özgü hareketlere dönüştüğü görmekteyiz. Turizm hareketlerinin geçmişte yaşadığı değişmelerin günümüzde de devam ettiğini ve farklı biçimlerinin gelişebileceği gerçeğini dikkate almalıyız.

1.4. Turizmin Şekilleri

Turizm faaliyeti seyahatin amacı ile sınıflandırılmakla beraber, çeşitli ölçütlere göre de şekillenmektedir.

1.4.1. Turistin Geldiği Yere Göre

İnsanlık tarihiyle yaşıt olarak kabul edilen turizm hareketleri, özellikle birçok teknolojik yeniliğin ortaya çıkmasıyla gelişerek, yeni anlayışlar kazanarak önemini artırmıştır. Turizm olayı meydana geldiği yere göre iç turizm ve dış turizm olarak iki ana kısımda incelenmektedir.

İç turizm, aynı ülke içindeki vatandaşların pasaport, vize, yabancı dil bilgisi, döviz sorunu durumlarla karşılaşmadan çeşitli amaçlarla seyahat etmeleridir. İç turizmin

²⁴ Orhon, s. 5

²⁵ Öztaş-Karabulut, s. 4

ekonomiye döviz girdisi sağlayıcı bir etkisi olmamasına rağmen; iç turizmin gelişimi, ülke içindeki firma ve işletmelerin, uluslararası alandaki benzer firma ve işletmelerle rekabet edebilmesi için önem teşkil etmektedir. Çünkü iç turizm yoluyla ülke içine yönelik hizmet sunan turizm işletmeleri, zamanla hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti, hız ve esneklik gibi konularda kendilerini geliştirme fırsatı bulur ve ülke dışındaki benzer firmalarla rekabet etme gücü kazanırlar²⁶.

Dış turizm, insanların vatandaşı oldukları ülke dışındaki yabancı bir ülkeye seyahat etmeleridir. Dış turizm faaliyetinde bulunan kişilere “yabancı turist” denilmekte ve turistlerin bir ülkeden diğerine olan giriş ya da çıkış durumuna göre, ülke ekonomisine döviz girdisi ya da çıktısı sağlaması dış turizmin en önemli özelliği olarak göze çarpmaktadır. Buna göre, taşıdığı ekonomik değer bakımından dış turizmi, yurtdışından gelen yabancı turistlerin seyahat ve konaklamalarından doğan turistik hareketler olarak aktif dış turizm (gelir turizmi) ve ülke vatandaşlarının yurt dışına turizm amacıyla yaptıkları seyahatleri de pasif dış turizm (gider turizmi) şeklinde ayırmak mümkündür²⁷.

1.4.2. Sosyo-ekonomik Durumuna Göre

Turizmin sosyo-ekonomik duruma göre sınıflandırılmasını, bireylerin yıllık gelir miktarı ve turistik refah seviyesi belirlemektedir. Sosyo-ekonomik duruma göre sınıflama, lüks turizm ve sosyal turizm olarak iki grupta incelenmektedir.

Lüks turizm; üst gelir seviyesinde bulunan, ekonomik gücü ve geliri fazla olan kesimlerin turizm aktivitelerini kapsayan bir turizm biçimidir. Bu kesimlerin turizm anlayışı toplumun diğer gruplarına göre çok farklıdır. Bu tür gruplar, daha çok kumar, golf, av, kurvaziyer gibi turizm çeşitlerini, konaklamalarında ise süper lüks oteller, özel konut ve malikane gibi yüksek maliyetli yerleri tercih ederler²⁸.

²⁶ BAHAR, Ozan-KOZAK, Metin, **Turizm Ekonomisi**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2006, s. 35

²⁷ DİNÇER, Zeki, **Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm**, Filiz Kitabevi, 1993, s. 11

²⁸ Öztaş-Karabulut, s. 29

Sosyal turizm ise; zamanımızın sosyal gelişme anlayışı içerisinde, gelir düzeyi ve satın alma gücü nispeten zayıf; memur, işçi ve öğrenci gibi sınıfların turistik amaçlı yaptıkları seyahatlerden meydana gelen iş ve ilişkilerdir²⁹.

1.4.3. Turist Sayısına Göre

Turizm olayını, turizm hareketine dahil olan tüketici sayısını ölçüt olarak sınıflandırdığımızda, turizmin bu açıdan üç bölümde sınıflandırıldığını görmekteyiz.

Bireysel turizmde, kişi herhangi bir gruba veya tura katılmadan, nerelere gideceğini kendisi planlayarak kendi başına ya da arkadaşı veya ailesiyle birlikte, seyahati tasarlar ve yapar.

Grup turizmi ise; birbirini tanıyan bireylerin bir araya gelerek planladığı veya bir kurum ya da seyahat acentesi tarafından bireyler bir araya getirilerek yapılan seyahattir. Gruplardaki kişi sayısının bir önemi yoktur. Gruplar sayıca küçük olabilecekleri gibi orta veya geniş sayıda da olabilirler³⁰.

Kitle turizmi, bireysel ve grup turizmini de kapsayan, çeşitli amaçlarla yapılan seyahatler bütünüdür. Kitle turizmi denildiğinde, birbirini tanımayan ve birbirleriyle ilişkisi sadece aynı bölgede bulunmak olan, sayıca büyük insan toplulukları anlaşılır. Kitle turizmine örnek olarak; kıyılara ve New York, İstanbul, Londra gibi büyük metropollere olan hareket ve yığılmalar gösterilebilir³¹.

1.4.4. Seçilen Zamana Göre

Turistik tüketicilerin, seyahat ve konaklamada seçtiği dönem esas alınarak yapılan bir sınıflandırmadır. Bu sınıflandırma yaz turizmi ve kış turizmi olarak ikiye ayrılmaktadır.

²⁹ Orhon, s. 11

³⁰ a.g.e., s. 78

³¹ a.g.e., S. 78-79

Yaz turizmi denildiğinde, yaz mevsimi süresince gerçekleşen turizm türü akla gelmektedir. Bu dönemde gerçekleşecek turizm etkinliklerinin başında denizden ve doğal alanlardan faydalanılan etkinlikler ve kültürel aktivitelere katılma gelmektedir.³²

Yaz turizminin en önemli özelliği, birden fazla turizm türü ile aynı anda pazarlanabilmesine olanak sağlamasıdır. Birden fazla turistik çekiciliğin aynı anda sunulması, turistlerin konaklama sürelerinin uzatmalarını ve aynı zamanda tatmin olgularının üst düzeyde gerçekleşmesini sağlayacaktır³³.

Kış mevsiminde gerçekleşen turizm türü olan kış turizmine konu olan en önemli etkinlik kayak sporudur. Kış turizmi merkezlerinin dağlık alanlar olması ve bu bölgelerdeki iklim koşullarının daha elverişli olmasının yanında; bir çok aktiviteye imkan tanınması nedeniyle, kış turizmi rekreasyon turizmi olarak da adlandırılmaktadır. Bu turizm türünün özellikle son yıllarda önemli gelişmeler göstermesinin yanında, küresel ısınma nedeni ile oluşan iklim değişikliklerinin gelecekte kar turizmini olumsuz yönde etkileyeceği öngörülmektedir³⁴.

1.4.5. Yaş Düzeyine Göre

Turizm faaliyetine katılan turistik tüketicilerin yaşları da turizmin sınıflandırılmasında bir ölçüt olarak ele alınmaktadır. Bu sınıflandırma gençlik dönemi, orta yaş dönemi ve üçüncü yaş dönemi olarak üç grupta değerlendirilmektedir.

Gençlik turizmi; yaşları 15-25 arasında bulunan gençlerin kamu ve özel organizasyonların sağladığı destek ve teşviklerden yararlanarak bireysel ya da grup halinde ülke içinde veya ülke dışında kültür ve tatil amaçlı yaptıkları seyahat ve konaklamalardan oluşan ekonomik, sosyal ve kültürel bir olgudur³⁵.

25-60 yaş aralığında; çalışma, üretme döneminde bulunan insanların katıldığı turizm aktivitelerine orta yaş turizmi adı verilmektedir. Bu gruptaki insanlar genellikle

³² HUSSEIN, Azize Tunç –SAÇ, Firuzan, **Genel Turizm; Geçmiş – Geleceği**, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2008, s. 40

³³ a.g.e., s.41

³⁴ a.g.e., s. 43

³⁵ Öztaş-Karabulut, s. 29

aile sahibi olduklarından, bu grubun gezi şekli ve zamanının belirlenmesinde; aile fertlerinin okul, çalışma zamanı gibi faktörler etkili olmaktadır³⁶.

60 ve üzeri yaş insanların katıldıkları turizm etkinliklerine “üçüncü yaş turizmi” adı verilmektedir. Refah seviyesinin yüksek olduğu gelişmiş ülkelerde, sağlık koşullarının iyi olmasının ve buna bağlı olarak ortalama yaşam süresinin uzun olması, bu yaş grubundaki insanların nüfus içindeki oranını yükseltmiş ve bu insanların gelir ve boş zamanın yeterli olması da bu yaş grubundaki insanları turizm faaliyetlerine daha çok katılmaya yöneltmiştir³⁷.

1.5. Turizmin Türleri

Bireylerin turizm faaliyetlerine katılmasını sağlayan nedenler, her turistin turizm faaliyetine katılmadaki amacı farklı olabilmektedir. Bu nedenle turizm, turistlerin seyahate karar verme amaçlarına göre türlerine ayrılmaktadır.

1.5.1. Tatil Turizmi

Günümüz yaşam ve çalışma koşullarında yorulan insanların, yıllık izin sürelerinde ve boş zamanlarında sürekli yaşadıkları yer dışına çıkarak, bedensel ve ruhsal olarak rahatlama, dinlenme ve monoton yaşam koşullarından bir süreliğine uzaklaşmak amacıyla seyahat etmeleri sonucu ulaşılan turizm türüdür³⁸.

Tatil turizminin bir diğer adı da “rekreasyon turizmi”dir.

Rekreasyon ise; “insanların boş zamanlarında eğlence, dinlenme amaçlı tatmin motivasyonları ile ilgili gönüllü olarak katıldıkları faaliyetlerdir”³⁹.

Turistik hareketlerin yoğunluğu bu açıdan değerlendirildiğinde, tatil turizminin diğer turizm türlerine oranla daha çok tercih edildiğini görmekteyiz.

³⁶ a.g.e., s. 30

³⁷ a.g.e., s. 31

³⁸ a.g.e., s. 11

³⁹ HACIOĞLU, Necdet, **Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi**, Teksir, 1992, s. 22

1.5.2. İş Turizmi

Diğer turizm türleriyle eş zamanlı olarak da gerçekleştirilebilen iş turizmi; iş amacıyla düzenlenen seyahat, fuar ve sergilere katılmak; buralarda ticari bağlantılar kurmak ve ticaret merkezlerini ziyaret etmek gibi faaliyetlerden oluşur⁴⁰.

Günümüz koşullarında ekonomik gelişme ve bürokrasi, birçok kişinin iş amaçlı seyahat etmesine olanak sağlamaktadır. Temelinde iş amaçlı yapılan bu seyahatlerin çoğu turistik bir hedef taşımamakla birlikte, bu tür seyahatlerin yarattığı tüketim ve ulaştığı boyutlar, bu seyahatlerin de turizm türü olarak değerlendirilmesini sağlamıştır⁴¹.

1.5.3. Sağlık Turizmi

Turizmin amacı her zaman eğlence, yeni yerler görme, yeni insanlar ve kültürler tanıma yani boş zamanı değerlendirme ya da hobi olmayabilir. Kişiler fiziksel ya da ruhsal rahatsızlıklarını gidermek ve buna bağlı olarak rahatlamak ve dinlenmek amacıyla da turizm faaliyetlerine de katılabilmektedir.

Sağlık turizmi, genel olarak doğanın sağlık verici özelliklerinden faydalanmak isteyen insanların sıcak su, maden suyu, kaplıca, hamam ve bunları tamamlayan kür merkezlerini ve tıbbi hizmetlerin sunulduğu sağlık merkezlerine yönelik olarak düzenledikleri seyahatleri kapsamaktadır⁴².

1.5.4. Spor Turizmi

Spor turizmi; kişilerin spor sayılan faaliyetlere katılmak ya da izleyici olmak amacıyla yaptıkları seyahatleri kapsamaktadır. M.Ö. 700'lü yıllarda olimpiyatların yapılmaya başlanması ve insanların bu olimpiyatlarda düzenlenen müsabakalara katılmak ve seyretmek için seyahat etmeleri spor turizmini, turizmin en eski türlerinden biri yapmaktadır.

Spor turizmi günümüzde birçok ülkede gelişen bir turizm türü haline gelmiştir. Gelişmiş ülkelerde yaygın olarak düzenlenen tenis, yüzme, kayak, golf, futbol ve

⁴⁰ AVCIKURT, Cevdet, **Turizm Sosyolojisi; Genel ve Yapısal Yaklaşım**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2007, s. 15

⁴¹ İÇÖZ, Orhan, **Turizm Ekonomisi**, Turhan Kitabevi, Ankara, 2005, s. 110

⁴² Yılmaz, s. 11-12

basketbol gibi sporlar seyahat için önemli sportif güdüleyiciler arasındadır. Söz konusu sportif faaliyetlerin düzenlenmesi ile elde edilen turizm gelirleri de oldukça yüksektir⁴³.

1.5.5. Kıyı Turizmi

Kıyı turizmi denizden çok çeşitli rekreasyonel faaliyetlerle büyük ölçüde faydalanan ve konaklama, ağırlama gibi hizmetleri kıyıya bağlı olarak sağlayan bir turizm çeşididir⁴⁴.

Kıyılar çok çeşitli rekreasyon faaliyetleri için kullanılan mekanlardır-yüzme, dalma, yatçılık, balık tutma, güneş banyosu, su sporlarının hemen tümü, manzara seyretme vb. gibi aktif ya da pasif rekreasyon faaliyetleri bunlardan birkaçıdır. Kıyılara olan talep kıyılar boyunca sayısız turizm alanı ve sayfiye yerlerinin gelişmesine yol açmıştır. Bunlardan bazıları eski balıkçı köylerinin turizm merkezleri haline dönüşmesiyle ortaya çıkarken, bazıları da boş kıyılarda yeni turizm yatırımları olarak belirlenmiştir⁴⁵.

1.5.6. Kongre ve Toplantı Turizmi

Kongre turizmi insanların ikamet ettikleri yerden farklı bir yere meslekleriyle alakalı belli bir konuda; ya da uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda bilgi alışverişi, bilgi paylaşımı yapmak amacıyla bir araya gelmelerinden ortaya çıkan turizm olayıdır. Kongre turizmi genelde ulaşımın kolay olduğu, toplantı ya da kongreye uygun alan veya salon bulunan büyük metropollerde düzenlenir.

Kongre turizminde asıl amaç olan kongrenin, bir türevi olarak turizm olayı ortaya çıkmaktadır. Kongre turizmi çok yönlü bir turizm türüdür. Bir kongre programında yalnızca toplantılar yer almamakta, toplantı haricinde serbest zamanlar da planlanarak eğlence, alışveriş, gezi vb. aktiviteler düzenlenmektedir⁴⁶. Bu tip aktiviteler de kongrenin ya da toplantının düzenlendiği yerin ekonomisine katkı sağlamakta ve sosyal hayatını hareketlendirmektedir.

⁴³ a.g.e., s. 12

⁴⁴ DOĞANER, Suna, **Türkiye Turizm Coğrafyası**, Çantay Kitabevi, İstanbul, 2001, s. 1

⁴⁵ ÖZGÜÇ, Nazmiye, **Turizm Coğrafyası; Özellikler ve Bölgeler**, Çantay Kitabevi, İstanbul, 2007, s. 113

⁴⁶ AYMANKUY, Yusuf, **Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2003, s. 7

1.5.7. Kültürel Turizm ve Etnik Turizm

Şehirselle kaynakların dışında kalan ve bir ülke ya da bölge halkının yaşam tarzı, gelenek-görenek, değer yargıları ve alışkanlıklar, din, dil, giyim-kuşam, mutfak, mimari ve el sanatları gibi dışarı yansıyan özellikleri kültürel turizm içine almaktadır.

Kültür turizmi ya da kültürel turizm, kültürler arasındaki farklılıktan doğar. İnsanların kendisinininkinden farklı kültürleri görmeye, öğrenmeye karşı olan merakı kültür turizmini yaratmıştır. Bu tür turizm, özellikle satın alma gücü yüksek, çok turist gönderen gelişmiş Batı ülkelerinde daha büyük boyutlara erişmektedir. Bu ülkelerin kendi içlerindeki bölgesel ve aralarındaki ulusal farklılıklar (dil, yeme-içme vb.) birbirleri arasında çok büyük boyutlarda turist akışına yol açmaktadır⁴⁷.

Etnik turizm, bir başka kültürün uygulamasıyla yaşanan deneyimlere dayanır. Etnik turizme katılanların egzotik kültürlerle, yerinde ve otantik deneyimler geçireceği varsayılır.

Etnik turizm konusundaki başlıca güdü, turist ile ev sahibi toplum arasındaki karşılıklı etkilenmedir⁴⁸.

1.5.8. Kuş Gözlemciliği Turizmi

Kuş gözlemciliği, doğayı kuşların dünyasından tanımaya sağlayan bir gözlem sporudur. Sağlıklı bir çevrenin en iyi göstergesi olan kuşlar, her türlü yaşam ortamında bulunabilmektedir. Kuş gözlemcisi ise; bir ağaç ve biraz temiz havadan ibaret olmayan doğayı bir kaşif maharetiyle yaşayabilenlerdir.⁴⁹

⁴⁷ Özgüç, s.150-151

⁴⁸ a.g.e., s. 151-152

⁴⁹ KÜÇÜKASLAN, Nazife, **Özel İlgi Turizmi**, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Ankara, 2007, s. 222

1.5.9. Golf Turizmi

Golf, küçük bir topun özel sopalarla, golf sahasında bulunan deliklere en az vuruşla sokmayı amaçlayan bir açık hava sporudur⁵⁰.

Her ne kadar golf sahaları belirli standartlar çerçevesinde inşa ediliyor olsa da, golf ün açık alan sporu olmasından dolayı hiçbir saha birbirinin aynısı olmamakta ve bu da oyuncuların farklı sahalarda farklı heyecanlar yaşamasını sağlamaktadır.

Golf sporu daha önce de belirtildiği gibi bir açık hava sporu olduğu için hava koşullarının bu oyun üzerindeki etkisi büyüktür. Bu yüzden golf sahasının bulunduğu bölgedeki iklim o sahanın yıllık kullanım oranını doğrudan etkilemekte, kendi ülkesinde uygun iklim koşullarına sahip olmayanların elverişli koşulların olduğu yerleri tercih etmelerini sağlamaktadır.

Bu iki husus golfün bir turizm aracı haline dönüşmesine sebep olan en önemli faktörlerdir. Özellikle kendi ülkesindeki elverişsiz iklim koşullarından uygun iklim koşullarının bulunduğu ülkelere⁵¹ gitmek bu turizmin en etkileyici özelliğidir⁵².

1.6. Dünyada Turizm ve Geleceği

Dünyada en çok turist çıkaran bölgelerin sanayileşmiş ülkelerin yer aldığı Avrupa ülkeleri, Pasifik ülkeleri ve Kuzey Amerika ülkeleri olduğu görülmektedir. 1960'dan beri uluslararası turizme katılanların sayısı 10 kattan fazla arttığı halde, turizm hala sanayileşmiş ülkelere özgü bir olgudur. Uluslararası turizm hareketlerinin yarıdan fazlası bu sanayileşmiş ülkelere olurken, dünya turizm pazarının yüzde 90'ından fazlasını da yine bu ülkeler oluşturmaktadır.

Buna karşılık, dünyanın başlıca turizm merkezleri Akdeniz Havzası, Orta Amerika ve Karayipler'de toplanmış durumdadır. Turizm olayı da gerek sanayileşmiş ülkeler arasında gerekse bu bölgelerden, gelişmekte olan ülkelerdeki başlıca turizm

⁵⁰ Hürriyet Gazetesi, **Temel Britanica: Temel Eğitim ve Kültür ansiklopedisi**, Ana Yayıncılık A.Ş., İstanbul, 1992, 7. Cilt, s. 182

⁵² KASAP, Arife Aycan –FAİZ, Gökçen, **Bir Endüstri Olarak Golf**, Sim Matbaacılık Ltd. Şti. Türkiye Golf Federasyonu Yayınları, Ankara, 2008, s. 39-40

kaynaklarının bulunduğu bölgelere doğru bir akış halinde meydana gelmektedir. Avrupa'nın Akdeniz havzasına da kıyıları olması bu bölgeyi tartışmasız dünyanın en büyük turizm alanı yapmaktadır⁵³.

Uluslararası turizmdeki büyüme hızı dünyanın her tarafında eşit oranda olmamakla birlikte, genelde turizmde en büyük harcamayı zengin ülkelerden çıkan turistler yapmaktadır ve yine en önemli istikrar kazanmış turizm çekicilik alanları da zengin ülkelerde yer almaktadır. Bütün ülkeler için önem taşıyan turizm gelirleri özellikle gelişmekte olan ve ekonominin diğer sektörlerinin de fazla gelişemediği ülkeler için daha da büyük önem taşımaktadır –bu ülkeler ise bir yandan turizm gelirlerini artırma savaşı verirken, bir yandan da kalkınma süreci içindeki kendi toplumları turizm ve tatil olayına daha fazla katılmaya başlamışlardır. Bu yüzden de gelişme oranları en yüksek bu ülkelerde gerçekleşmektedir⁵⁴.

Yirminci yüzyılda ortaya çıkan teknolojik gelişmeler devrim niteliğinde bir dönüşüme yol açarak, dünyada yeni bir dönemi başlatmıştır. Bu gelişmeler sonucunda sanayi toplumu bilgi toplumuna dönüşerek, global bir ekonomi haline gelmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, turizm sektöründe de yaygın kullanım alanı bulmuş ve bunun sonucunda da toplumsal dönüşüm ve teknoloji devrimi turizm sektörünün arz ve talebini değiştirmiştir⁵⁵.

Turizmdeki büyüme devam ederken, turizm endüstrisi de değişime uğramaktadır. Günümüz turistlerinin önemli bir kısmı kalite bakımından yükselen beklentiler içindeyken, çevre ve doğal-kültürel miras açısından da daha duyarlı bir turizm anlayışı gelişmeye başlamıştır. Turistler, 1970'lerde belirmeye başlayan kitlesel betonlaşmış sayfiye yerlerinden uzaklaşarak, çevre koşullarıyla uyum içindeki daha seçkin, daha çekici ortamları aramakta ve geleneksel turizm alanlarına yeni yerlerin eklenmesi ve bunların hızla yaygınlaşmaları, turizm bölgelerinin katı bir şekilde sınırlandırılması ve sınıflandırılmasını olanaksızlaştırmaktadır. Bu taleplere cevap veren

⁵³ Özgüç, s.209-210

⁵⁴ a.g.e., s.213

⁵⁵ YILMAZ, Burcu Selin, s.378-379

miras turizmi, yeşil turizm, ekoturizm, doğa turizmi gibi turizm şekilleri önem kazanmaya devam etmektedir.

Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) Kasım 1997'de İstanbul'da yaptığı tarihin en kapsamlı toplantısındaki tahminlere göre; uluslararası turist sayısının 2020 yılında 1.6 milyara, yani 1996 yılındakinin yaklaşık 3 misline çıkacağı ve insanların yılda birden fazla tatil yapabilecekleri öngörülmüş, bununla beraber turizm harcamalarının da yaklaşık beş kat artacağı tahmin edilmiştir⁵⁶.

1.6.1. Orta Doğu'da Turizm

Günümüzde Ortadoğu denilince; kuzeyde Türkiye, batıda Mısır, doğuda İran ve güneyde Yemen ülkelerinin çerçevelediği, dikdörtgenimsi bölgeyi içine alan⁵⁷; yani Küçük Asya ve onun Avrupa'ya doğru uzantısı olan İstanbul topraklarını, Suriye ve Irak çevreleri dahil, Arap Yarımadası'nı kapsayan bölge akla gelmektedir⁵⁸.

Ortadoğu bölgesi kültürel değerlere göre değerlendirildiğinde; Fas'tan Endonezya'ya kadar uzanan, İslam kültürünün hakim olduğu bölge olarak tanımlanmaktadır⁵⁹. Bizim burada ele alacağımız Ortadoğu ise; batıda Mısır, doğuda İran, kuzeyde Türkiye'nin sınırladığı ve Arap Yarımadasını içine alan bölgedir.

Ortadoğu ülkeleri içinde turizm açısından potansiyel önem taşıyan çok sayıda ülke bulunmasına rağmen turizm çok azında belli bir düzeye gelebilmiştir. Ortadoğu'nun petrol ihraç eden ülkelerinde kişi başına gelirin olağanüstü yüksekliğine rağmen, bu ülkeler Gelişmiş Dünya ülkeleri olarak kabul edilmemektedirler. Bu ülkelerin bazıları ülke dışına turist göndermede üst sıralarda yer alırken, kendilerinin birer turizm merkezi haline gelmeleri olasılığı çok azdır.

Ortadoğu ülkelerinin turizm faaliyetlerini kısıtlayan en önemli etken iklimdir. Fiziki olarak Arabistan Yarımadası tamamen bir çöl durumundadır. Bölge ülkeleri zengin tarihsel ve kültürel kaynaklara sahip olmalarına rağmen bu kaynakları turizmin

⁵⁶ Özgüç, s. 214

⁵⁷ ÖZEY, Ramazan, **Dünya ve Ülkeler Coğrafyası**, Öz Eğitim Center Basım Yayım Dağıtım Ltd. Şti, İstanbul, 1999, s. 328

⁵⁸ GARNIER, Jacqueline Beaujeu, **Ortadoğu Ekonomisi**, Kitapçılık Tic. Ltd. Şti. Yay., İstanbul, 1967, s. 7

⁵⁹ DURSUN, Davut, **Ortadoğu Neresi**, İnsan Yayınları, İnsan Yayınları, İstanbul, 1995, s. 16

geliştirilmesi için kullanamamaktadırlar. Bölgenin siyasi bakımdan istikrar sağlayamaması, petrol zengini ülkelerde turizmin genelde iş turizmi şeklinde gelişmesi, Suudi Arabistan'ın sadece inanç turizmi için vize vermesi gibi nedenler bölgedeki turizmin gelişmesine engel teşkil eden diğer sebeplerden bazılarıdır. Ortadoğu'da turizmi geliştirmeye yönelik çaba içinde olan ve yatırımlarını buna göre planlayan ülkeler ise; Mısır, İsrail, Lübnan, Ürdün ve Körfez Ülkeleri'dir⁶⁰.

1.7. Turizmin Ekonomik Etkileri

Turizm, ekonomi ile iç içedir ve ekonomiden ayrı düşünülemez bir yapıya sahiptir. Çünkü turizm ekonomisi, insanın turizme yönelik gereksinimlerini turizm kaynaklarıyla karşılamaya çalışan emek-yoğun ağırlıklı bir alandır⁶¹.

Turizm ekonomisi; turistik olayların sebeplerini, içeriğini, gelişme şartlarını, sonuçlarını, bu olaylar arasındaki sebep-sonuç ilişkisini bilimsel yöntemlerle ekonomik açıdan araştırarak turizm olayının bağlı olduğu yasa ve ilkeleri ortaya koyan bir disiplindir⁶².

Turizmin ekonomik önemi onun özellikle görünmeyen bir ithalat ve ihracat şekli olmasında görülür. Bir ülkeye gelen turist bu ülkeye getirdiği dövizle ulusal paraya olan isteği artırır. Dış ülkelere turist gönderen bir ülke, o ülkelerin parası için de istekte bulunur⁶³.

Turizm bir döviz kaynağı olarak gelir arttırıcı, yeni üretim kollarına imkan verici ve istihdam yaratıcılığı ile siyasi, sosyal, kültürel ulusal ve uluslar arası münasebetlerde sağladığı kolaylıklarla çok vecheli fonksiyonunu açıkça ortaya koymuş ve modern ekonominin bir unsuru olmuştur⁶⁴.

⁶⁰ Özgüç, s. 345-346

⁶¹ Bahar-Kozak, s. 56

⁶² Öztaş-Karabulut, s. 43

⁶³ GÖKSAN, Ergun, **Turizmoloji**, Uğur Ofset Matbaası, İzmir, 1978, s. 28

⁶⁴ Orhon, s. 5

1.7.1. Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri

Ekonomik koşulların giderek ağırlaştığı ve rekabetin çok yoğun bir şekilde uygulandığı günümüzün bu küresel ortamında, turizm ülke ekonomileri için oynadığı rol tartışılmayacak kadar açıktır. Gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun turizmin, ülkelerin ekonomik gelişiminde belirli bir payı bulunmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, tasarrufların yetersiz oluşu, yeterli ihracat olanaklarının ve kaynaklarının olmaması, gerekli olan döviz gelirlerinin ucuz ve zahmetsiz elde edilmesi yönünde turizme önemli görevler yüklemektedir.

1.7.1.1. Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi

Ödemeler dengesi, geniş anlamıyla, bir ekonomide yerleşik kişilerin (merkezi hükümet, bankalar, gerçek ve tüzel kişi ve kuruluşlar), diğer ekonomilerde yerleşik kişiler (yurtdışında yerleşikler) ile belli dönem içinde yapmış oldukları ekonomik işlemlerin sistematik kayıtlarını elde etmek üzere hazırlanan istatistiki bir rapordur⁶⁵.

Bir ülkenin dış alemle yaptığı yaptığı çok sayıda ekonomik işlemler, birbirlerine benzerliklerine ve ekonomi üzerindeki etkilerine göre gruplandırılarak çeşitli hesaplar içinde toplanır⁶⁶.

Uluslararası turizmde, görünmez bir ihracat kalemi olarak, ödemeler dengesi hesabına doğrudan etki yapmakta ve bu nedenle de söz konusu bilançonun uluslararası hizmetler bölümünde yer almaktadır. Ödemeler bilançosu, yabancı turistlerin ülkede yaptıkları harcamaları (ülkeye olan döviz akışını) ve ülkeden yurtdışına çıkan ülke vatandaşlarının yapmış olduğu harcamayı (ülkeden döviz çıkışını) ve sonuçta turizmin ekonomiye olan net katkısını göstermesi bakımından önem arz etmektedir.

Ülkenin turizmden elde etmiş olduğu döviz geliri, ülkeden turizm amacıyla çıkan döviz giderinden fazla ise, turizm ödemeler bilançosu hesabına olumlu etki etmektedir. Tersine durumda da, ülkenin turizmden elde etmiş olduğu döviz geliri, ülkeden turizm amacıyla çıkan turizm giderinden daha düşük ise, turizm ödemeler

⁶⁵TCMB, http://www.tcmb.gov.tr/yeni/iletisimgm/odemeler_dengesi.htm, Erişim Tarihi: 13.01.2010

⁶⁶ Öztaş-Karabulut, s. 60

dengesi hesabına olumsuz etki etmektedir. Bu bağlamda, turizmin ödemeler dengesine olumlu etkisinden söz edebilmek için, ülkenin turizmden elde etmiş olduğu döviz gelirlerinin, döviz kayıplarından daha fazla olması gerekmektedir⁶⁷

Tablo 1
Pozitif-Negatif Etki

DÖVİZ GELİRİ	>	DÖVİZ GİDERİ	→	POZİTİF ETKİ
DÖVİZ GELİRİ	<	DÖVİZ GİDERİ	→	NEGATİF ETKİ

Kaynak: Ozan BAHAR, Metin KOZAK, Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık, Ankara, 2006, s. 13

Yukarıda, tabloda, gösterilen etki, dış turizm bilançosunun özünü oluşturmaktadır. Yani; bir ülkenin belirli bir zaman içinde diğer ülkelerle olan ilişkileri sonucunda meydana gelen turizm gelir ve giderleri, dış turizm bilançosunda gösterilmektedir.

Tablo 2
Dış Turizm Bilançosu

Aktif dış turizm (Turizm gelirleri)	Pasif dış turizm (Turizm giderleri)
Turistlerin ülkedeki konaklama, ulaştırma, yeme-içme eğlence vb. ödemeler	Vatandaşların ülke dışındaki konaklama, ulaştırma, yeme-içme eğlence vb. giderleri
Turizm amaçlı tüketim malları ve hediyelik eşya dış satımı	Turizm amaçlı tüketim malları ve hediyelik eşya dışalım
Turizm amaçlı dış yatırımlar ve ülkeye kar transferleri	Turizm amaçlı yabancı sermaye yatırımları ve ülke dışına kar transferleri
Yabancıların kiraladıkları turizm amaçlı tesisleri kira gelirleri	Yabancı ülkelerdeki turizm amaçlı kiralanan tesislere yapılan ödemeler
Yabancı personelin eğitimi için yapılan ödemeler	Yabancı ülkelerdeki personel için yapılan eğitim giderleri
Yabancıların ülkedeki turizm amaçlı reklam ve tanıtım harcamaları	Yabancı ülkelerde turizm amaçlı reklam ve tanıtım giderleri
Yabancı turizm işletmelerinden alınan komisyonlar	Yabancı turizm işletmelerine ödenen komisyonlar
Yabancıların ülkedeki banka ve sigorta kuruluşlarına yaptığı ödemeler	Yerli işletmelerin dış ülkelerdeki banka ve sigorta kuruluşlarına yaptığı ödemeler
Diğer döviz girdileri	Diğer döviz çıktıları
Net giderler	Net gelirler

Kaynak: Ozan BAHAR, Metin KOZAK, Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık, Ankara, 2006, s.132

⁶⁷ Bahar-Kozak, s. 130-131

Uluslar arası ticarete dengeleyici bir faktör olarak, turizmin ödemeler dengesi üzerinde bir diğer olumlu etki meydana getirdiği bilinmektedir. Örneğin, Japonya gibi ödemeler dengesi fazla veren gelişmiş bazı ülkeler bu fazlalığın enflasyona yol açmaması için ülke vatandaşlarını harcama yapmaları için ülke dışındaki turizm hareketlerine katılmaları yönünde teşvik etmektedir. Konuya ters açıdan bakıldığında, ödemeler dengesi açık veren az gelişmiş ya da gelişmekte olan birçok ülkede; bu açığın gelir dağılımında, istihdamda, ücret ve fiyatlarda, dış borçların daha rahat ve etkin sürdürülebilirliği noktasında vb. diğer makro ve mikro büyüklüklerde olumsuz gelişmelere neden olmaması için, ülkelerine gelen yabancı turist sayısını ve sonuçta ulusal gelirlerini artırmak için çaba harcamaktadırlar. Böylece, uluslararası turizmden elde edilecek olan gelir ya da yapılacak harcamalar yoluyla ülkeler, ödemeler dengesini sağlamaya çalışırlar⁶⁸.

Turizmin yarattığı diğer bir etkiye bakacak olursak, ülke içinde geri kalmış bölgeler arasındaki eşitlikçi gelir dağılımı ve ekonomik kalkınma açısından dengeleyici bir faktör olduğunu, uluslararası alanda ise ülkeler arasındaki ekonomik dengesizliklerin giderilmesine yardımcı olduğunu görmekteyiz. “Çünkü az gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülke turizm aracılığıyla ihracatı söz konusu olmayan doğal, jeo-ekonomik, sosyo-kültürel ve tarihi varlıkların yanında; ülkelerine/bölgelerine özgü değerleri, malları, hizmetleri ve olayları ülke dışından gelen yabancı turistlere pazarlayarak, ülkelerine önemli miktarda döviz girdisi kazandırmaktadırlar”⁶⁹.

Az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerin ekonomik bir aktivite olarak turizmden elde etmiş ve edecek oldukları gelirler, dış ülke ve kuruluşlardan alınan ekonomik yardım, borç ve desteklere oranla daha önemli üstünlüklere sahiptir. Çünkü bu sektörden elde edilen gelirler politik ve ekonomik kısıtlamalardan uzak olduğu gibi, herhangi bir baskı aracı olarak kullanılamazlar. Bununla birlikte; az gelişmiş veya gelişmekte olan bir ülke, turizm ürününün fiyatını kendisi istediği şekilde belirleyebilir ve bu nedenle de ekonomideki diğer ihracat ürünlerine oranla, turizm ürününü iç turizm

⁶⁸ İçöz-Kozak, s. 198-199

⁶⁹ Bahar-Kozak, s. 134

piyasasına göre yabancı turistlere daha yüksek bir fiyata satabilir⁷⁰. Ayrıca, turizm bu yönüyle diğer sektörler gibi ihracat açısından bir çeşitlendirme ve ürün farklılaştırması oluşturmakta ve döviz gelirlerinde bundan doğabilecek dalgalandırmaları da en aza indirmekte ya da tamamen ortadan kaldırmaktadır. Turizmden elde edilen döviz geliri diğer sektörlerde elde edilen döviz gelirine oranla daha az maliyetli olduğundan; bu sektörden elde edilen gelirler imalat başta olmak üzere, diğer sektörlerin geliştirilmesi, kalkınmanın sürdürülebilmesi, dış borç yükünün hafifletilmesi, yeni iş ve istihdam olanaklarının yaratılması ve sonuçta kişi başına düşen ulusal gelirin daha da artırabilmesi için kullanılmaktadır⁷¹.

1.7.1.2. Turizmin Gelir Yaratıcı Etkisi

Turizmin ekonomiye en belirgin etkisi gelir yaratma etkisidir. Turistlerin seyahat amacıyla gittikleri bölge ya da ülkede; gezi-eğlence, konaklama, ulaşım, alışveriş, yeme-içme, vb. gibi gereksinimlerini karşılamak amacıyla yaptıkları harcamalar söz konusu yerde bulunan insanların ekonomik olarak gelirinin artmasına neden olacaktır.

Turizm sektörü birçok sektörle karşılıklı ilişki içinde olduğundan, elde edilen turizm gelirleri diğer sektörlerdeki birçok mal ve hizmet ihracatına, ithalatına, üretimine ya da tüketimine neden olmaktadır. Böylelikle elde edilen turizm gelirleri diğer sektörlerdeki üretim faktörleri sahipleri tarafından harcanarak ve ekonomi içinde el değiştirerek diğer faktör sahiplerine de gelir oluşturacaktır. Bu bağlamda, ekonomide turistler tarafından yapılan harcamalar öncelikle kendi büyüklükleri kadar bir gelir etkisi meydana getirmekte, daha sonra oluşan bu gelirin bir kısmı o ülke ekonomisi içinde tasarruf, yatırım, harcama ve vergi gibi çeşitli şekillerde yeni gelirlerin meydana gelmesine neden olmaktadır⁷².

⁷⁰ R. R. Croes(2006), " A Paradigm Shift to a New Strategy for Small Island Economies: Embracing Demand Side Economics for Value Enhancement and Long Term Economic Stability", Tourism Management ' dan Aktaran: Ozan BAHAR, Metin KOZAK, **Turizm Ekonomisi**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2006, s. 134

⁷¹ Bahar-Kozak, s. 134-135

⁷² a.g.e., s. 137

Turistik tüketim harcamalarının gelir sağlayıcı etkisi dışında, turizm işletmelerinden alınan direkt vergiler, ülkeye gelen turistlerden alınan vize ayakbasta parası gibi vergiler, iç turistik tüketim harcamaları da turizmden sağlanabilecek devlet gelirlerinin içinde yer almaktadır⁷³.

1.7.1.3. Turizmin İstihdam Yaratacılığı Etkisi

Diğer ekonomik faaliyetlerde olduğu gibi, turizmin oluşturduğu gelir ve döviz akımı gelişen ülke ve turistik istasyonun ekonomisinde birbirini takip eden ekonomik etkiler oluşturur. Turizmin oluşturduğu diğer ekonomik etkiler yanında, turistik tüketim harcamalarını gelir olarak elde eden sektörlerde de turizm istihdamı etkiler.

Turistik tüketim harcamalarının ilk aşamasında elde edilen gelirlerin tekrar harcanması ile ikinci derece istihdam etkisi ortaya çıkar. İstihdam etkisi, turizmin gelişmesine ve turizm talebinin yoğunluğuna bağlı olarak artar. Turizmin gelişmesinin paralel olarak turistik yatırımların artması, işgücü talebini artırdığı gibi, turizmin mevsimlik özelliğinin bir sonucu olarak talebin yoğunlaştığı dönemlerde turistik işletmelerinde işgücü talebi artar. Mevsim dışında ise işgücü talebi azalmakla birlikte yine de bir devamlılık gösterir.⁷⁴

Turizmin bir ekonomi içinde yarattığı istihdam etkisini, turizm sektöründe direkt(doğrudan) istihdam etkisi ve endirekt(dolaylı) istihdam etkisi olarak ikiye ayırabiliriz.

Sektörün emek-yoğun üretim tarzı ile çalışılması, turistik mal ve hizmet üretiminde makinalaşmaya ve otomasyona büyük ölçüde gitmenin imkansızlığı, turizmin direkt istihdam etkisini artırmaktadır.

Turizm sektöründe mekanizasyona ve otomasyona gitme imkanı oldukça sınırlı olduğundan, turizm sektörünün istihdam yoğunluğu diğer sektörlerle oranla daha yüksektir. Turistik tüketim harcamaları sektöründe emek-yoğun üretimin hakim olması

⁷³ Öztaş-Karabulut, s. 63

⁷⁴ Öztaş-Karabulut, s. 64

mal ve hizmet veren yan sektörde yeni iş imkanları sağlayarak endirekt istihdam etkisi oluşturur.⁷⁵

1.7.1.4. Turizmin Bölgeler Arası Ekonomik Gelişme Üzerindeki Etkisi

Uluslararası turizm, görünmez bir ihracat kalemi olarak değerlendirildiğinden ülke ekonomisine dışarıdan döviz girmesini, yani ödemeler dengesi hesabına doğrudan bir katkı olmasını sağlamaktadır. Bu gelirin ülke ekonomisi içinde yeniden harcanması, kişi başına harcanabilir geliri, kamu gelirlerini ve istihdamı artırır ve bu da yeni iş imkanlarının oluşturulması için olanak sağlar. Bu bağlamda, uluslar arası turizm bir ülkeye döviz girmesini, iç turizm ise turizm ülkesinin sınırları içinde turizmden elde edilen bu gelirin yeniden değerlendirilmesini sağlar ve bölgeler arası ekonomik kalkınmaya ve gelişmeye katkıda bulunur.

Bununla birlikte turizm, ekonominin diğer sektörlerine oranla ülkenin geri kalmış ya da az gelişmiş bölgelerindeki ekonomik gelişme için daha etkili alternatif fırsatlar sunar. Aslında bu tür geri kalmış bölgelerde turizmin önemli etkileri olduğunu söylemek mümkündür. Şöyle ki, bu tür bölgelerdeki çiftçilik ya da balıkçılık gibi meslek grubundaki insanlar turizm sektörüne yönelik çalışarak veya geçimlerini bu sektörden sağlayarak gelirlerini önemli ölçüde arttırma olanağı bulmaktadır. Turizmin bu ve benzeri bölgelerde yaygınlaşması, yerel el sanatları, hediyelik eşya vb. yöresel faaliyetlerin, hizmetlerin gelişmesine neden olacaktır. Böylece, bu durum söz konusu bölgeye parasal olarak bir kaynak ve teşvik sağlayacak ve yerel halk bölgedeki otellere/işletmelere yöreye özgü mal ve hizmetleri sunma olanağına kavuşacaktır. Bu da, bölge ekonomisinin gelişmesine katkı sağlayacaktır. Buradan hareketle, turizmin bir ülkenin daha az gelişmiş bölgesinde tanınması ve yaygınlaşması, daha gelişmiş bölgesine oranla yerel halkın ekonomik zenginliğini büyük oranda etkileyebilecektir.⁷⁶

Diğer yandan; turizm, ekonomik ve sosyal gelişme ile bölgeler arası gelişme farklılıklarını en aza indirme amacını da taşımaktadır. Tarım ve sanayi faaliyetleri açısından yeterli kaynak ve gelişme olanaklarına sahip olamayan ancak; zengin turizm

⁷⁵ a.g.e., s. 64-65

⁷⁶ Bahar-Kozak, s. 141

potansiyeline sahip ülkelerin/bölgelerin, planlı ve etkin bir turizm politikası uygulaması sonucunda turizmde dengeli bir gelişme sağlayacaklardır. Bunun sonucunda ise, söz konusu ülke ekonomileri uluslararası turizm gelirinden belirli oranda pay elde edebilecektir. Bu açıdan bakıldığında; turizm politikaları, genel olarak döviz gelirleri başta olmak üzere, ekonomik gelişmeyi tek başına gerçekleştirmeye yeterli olmamasına karşın, gelişmeye hız vermesi ve tamamlayıcı etkileri açısından da önemli olmaktadır.⁷⁷

Turizmin bölgelerarası ekonomik gelişmeye bir diğer etkisi de ülkeye olan turist hareketliliği nedeniyle, o bölgenin vatandaşları; kitle ulaştırma sistemlerinde yüksek standartlara, elektrik, su vb. alt yapı hizmetlerinde üstün bir düzeye ve belki de başka bir şekilde sahip olamayacakları alış-veriş ve eğlence merkezine kavuşurlar. Böylece turizm, belirli bir niteliğe sahip olmayan işsiz insan kaynaklarının azaltılmasına olanak sağlayarak, ekonomik yapının çeşitlenmesine ve ülkede/bölgede diğer sektörlerin gelişmesine de uygun bir ortam hazırlamaktadır.⁷⁸

1.7.1.5. Turizmin Ekonominin Diğer Sektörleri Üzerinde Yarattığı Etkiler

Turizm sektörü de ekonominin diğer sektörlerinde olduğu gibi, turizm faaliyetinin gerçekleştirildiği bölge ya da ülkenin içinde bulunan diğer sektörleri doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemektedir. Bu etki hem turizm faaliyetinin meydana geldiği bölge hem de ulusal ekonomi açısından önemlidir. Bu doğrultuda; turizmin tarım başta olmak üzere, sanayi ve hizmetler sektörü üzerinde meydana getirmiş olduğu etkiler, aşağıda sırasıyla incelenecektir.

Turizm sektörünün bir bölgede gelişmesi, hiç kuşkusuz o bölge ekonomisinin canlanmasına ve hareketlenmesine yol açmaktadır. Çünkü bir turizm bölgesinde oteller, apart oteller, tatil köyleri ile irili-ufaklı çok sayıda pansiyon bulunmaktadır. Buraya gelen yerli ya da yabancı turistin beslenme yani yeme ve içme gereksiniminin karşılanabilmesi için özellikle tarım sektöründe çalışan bölge insanına önemli görevler düşmektedir. Tarım sektöründe çalışan nüfus, turizm sezonunda artan talebi karşılayabilmek için daha fazla üretim yapmak zorundadır. Bu durum, hem turiste daha

⁷⁷ ERKAL, Mustafa E., **101 Soru 101 Cevap Bölge Açısından Azgelişmişlik**, Der Yayınları, İstanbul, 1990, s. 234-236

⁷⁸ BARUTÇUGİL, İsmet, **Turizm İşletmeciliği**, Beta Yayıncılık, İstanbul, 1989, s. 30

kaliteli mal ve hizmet sunumu için önemli bir faktördür ve hem de tarım sektörü için görünmez bir ihracat kaynağıdır. Turizme bu yolla sağlanan tarım ürününün fiyatı da, normal sezonla karşılaştırıldığında çok daha fazla olmaktadır. Turizmin dolaylı yünden etkilediği tarım sektöründe, normal zamanda düşük fiyattan işlem gören tarım ürününün fiyatı yükselecek ve bu yolla ek bir katma değer sağlanacaktır.

Turizm sezonunda artan tarımsal ürün talebi, bölge insanının daha kaliteli mal ve hizmet arzıyla, birlikte ulusal ve kişi başına düşen gelirinde artmasına neden olacaktır. Söz konusu üretim artışı, aynı zamanda yeni istihdam alanlarının doğmasını da sağlayacaktır. İnsanlar turizm sektöründe meydana gelen katma değer artışından daha fazla yararlanabilmek için, tarım sektöründen turizme yönelik bir yapısal değişime yönelirler. Diğer bir deyişle, yerli halk turizmden daha fazla gelir sağlamak adında; tarım arazisini, çiftliğini vb. mekanları kendi işletmekte, kiralamakta ya da satmaktadır. Böylece turizm yoluyla bölge halkının refah düzeyi de yükselmiş olmaktadır.

Ancak burada önemle belirtilmesi gereken bir nokta bulunmaktadır. Turizmin özellikle kırsal alanda gelişmesiyle beraber ikinci konut yapımı ve satın alımında da artışlar söz konusu olmakta, bu ise turizm bölgelerindeki yerel ekonomiler üzerinde olumsuz etkiler meydana getirmektedir. Büyük kapasiteli turizm yatırımları ile yarışamayan ve herhangi bir turizm geliri olmayan yerel halkın, faaliyette bulunduğu tarım alanlarının zamanla azalması, o bölgede yaşayan insanların ekonomik açıdan marjinal duruma düşmesine neden olmaktadır.⁷⁹ Dolayısıyla; turizmin tarım sektörü üzerinde olumlu etkileri olduğu gibi olumsuz etkilerinin olduğu da dikkate alınmalıdır.

Turizm sektörünün sanayi sektörü üzerindeki etkisi, imalat sanayi üretiminin alt sektörlerine göre değişiklik göstermektedir. Bilindiği üzere, imalat sanayi üretimi; tüketim malı, ara malı ve yatırım malları şeklinde üç alt sektöre ayrılmaktadır.⁸⁰ Dolayısıyla, turizmin belirtilen alt sektörler üzerindeki etkisi de farklılık arz etmektedir.

⁷⁹ Ozan BAHAR, **Impacts of Mass Tourism on the Natural Environment**, Quarterly Journal Of University of Economics Bratislava, 4, s. 433-448 'den aktaran: BAHAR-KOZAK, s. 142-143

⁸⁰ EREN, Aslan, **Mikroekonomi**, Esin Ofset Matbaacılık, Muğla, 1998, s. 272

Turizmin; tüketim malı ve ara malı üreten deri seramik gibi sanayi kesimi üzerindeki etkisi yüksekken; yatırım malı üreten sanayi sektöründeki etkisi nispeten düşüktür⁸¹.

Turizmin sanayi sektörü üzerindeki temel etkisi ise; artan turizm yatırımları sonucunda, bu yatırımlarda kullanılan sanayi malları üzerinde kendisini göstermektedir. Bunlar, ağır sanayi ürünleri başta olmak üzere, çimento, demir çelik, bilgisayar teknolojileri, karayolu, deniz ve hava limanları gibi alt yapı olanakları ile inşaat, orman ve seramik gibi diğer sanayi ürünlerini kapsamaktadır. Bu araç gereçleri ve üreten sanayi kolları ile gerekli alt ve üst yapıyı sağlayan sektörlerde, turizm sayesinde bir canlılık ve hareketlilik yaşanmaktadır. Bu ve benzeri sanayi dallarında, özellikle turizm sezonu ile birlikte, artan talep sonucunda üretim artışları söz konusu olmaktadır⁸².

Ödemeler dengesine bakıldığında; uluslararası turizm uluslararası hizmetler içinde değerlendirilmektedir. Turizm ekonomisi açısından bakıldığında ödemeler dengesindeki en önemli kalem uluslararası hizmetlerdir. Dolayısıyla turizm, içinde yer aldığı hizmetler sektörünü de önemli ölçüde etkilemekte ve gelişmesine değişik şekillerde katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda; turizmin hizmet sektörü üzerindeki etkilerini aşağıdaki şekilde incelemek mümkündür⁸³:

1. Cari tüketimle ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine yardımcı olur.
2. Donatım sanatları ile ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine yardımcı olur.
3. Konforla ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine yardımcı olur.
4. Yardım ve güvenlik hizmetleri ile ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine yardımcı olur.
5. Toplum arasında lüks olarak kabul gören hizmetlerle ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine yardımcı olur.
6. Tatil ve turizme yönelik hizmetlerin yerine getirilmesine destek olur.
7. Bir bölgede turizmin gelişimi ile birlikte o bölge kapsamındaki kamu hizmetleri de gelişir.

⁸¹ OLALI, Hasan-TİMUR, Alp, **Turizmin Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık Şti, İzmir, 1988, s. 113

⁸² Bahar-Kozak, s. 143

⁸³ ÇAKIR, Pembegül, **Türkiye'nin Turizm Gelirlerinin Ödemeler Dengesine Katkısının Analizi**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın no: 1119, Eskişehir, 1999, s. 79-80

Buradan hareketle; bir bölgedeki turizm hareketlerinin, harcama-gelir ilişkisi yoluyla yukarıda belirtilen ve hizmet sektöründe yer alan faaliyetlerde niteliksel ve niceliksel gelişmelere neden olduğu yorumunu yapmak mümkündür.

1.7.2. Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri

Turizmin ekonomik etkileri incelenirken, genellikle turizmin olumlu yönleri ön planda tutulmaktadır. Fakat bir bölgede meydana gelen turizm hareketinin sadece olumlu ekonomik etkiler meydana getireceğini söylemek mümkün değildir. Turizmin günümüze ulaşana kadar geçirdiği evreler, turizmin olumsuz gelişmelere de neden olduğunu göstermektedir.

1.7.2.1. İthalat Etkisi

Uluslararası turizm hareketlerinin ülkelerin ekonomik bağımsızlığını teşvik ettiği belirtilmesine karşın, gelişmiş ülkelere Üçüncü Dünya ülkelerine giden turistlerin bölge ekonomisi üzerinde bağımlılık yarattıkları da kabul edilmektedir. Gerek tüketim amaçlı, gerekse turizmin toplumun tüketim alışkanlıklarında ortaya çıkarabileceği etkiler nedeniyle, bazı malların (gıda, inşaat malzemeleri, mutfak malzemeleri vb.) yurtdışından ithali gerekebilmektedir. Turizm, beraberinde teknolojik yatırımları da getireceği için ülkenin ithal eğilimini arttırabilir. Bu durum, özellikle gerekli sermaye ve teknolojiye sahip olmayan geri kalmış ya da gelişmekte olan ülkelerdeki turizm hareketleri için söz konusudur. Ülke içindeki belirli bölgelerde turizmin geliştirilmesi, yerli ve yabancı turistlerin yanı sıra çalışmak amacıyla o bölgeye gelecek kişilerin mal ve hizmet gruplarına gösterecekleri talep, bölgedeki mal ve hizmet fiyatlarının artmasına (bölgesel enflasyon) yol açabilir. Bu durumdan ise, o bölgede uzun yıllar yaşayan yerel halk daha fazla etkilenmektedir.

Turizm sektörü, ekonomi içindeki diğer sektörlerle oranla bazı dönemlerde daha fazla öncelik isteyebilir. Sadece turizm yatırımlarının teşvik edilmesi ise, sektörler arası dengesizliğe yol açabilir. Nitelikli işgücünün bölgeden karşılanamaması durumunda gerek bölge dışından gerekse ülke dışından işgücünün transfer edilmesi gerekebilir. Bu ise, elde edilen gelirin bir kısmının bölge dışına çıkması nedeniyle bölgede yaratılan çarpan etkisinin azalmasına yol açabilir.

Son olarak, turizm bölgedeki mevcut kamu hizmetlerinin yükünü artırabilir. Yeni alt ve üst yapı yatırımlarının yapılması, mevcut olanların yenilenmesi için ek harcamaların yapılması gerekmektedir⁸⁴.

1.7.2.2. Turizmin Enflasyon Üzerindeki Etkisi

Enflasyon, ekonomideki tüm fiyatlarda meydana gelen genel artıştır⁸⁵. Yani toplam talebin toplam arzı aşması sonucu, fiyatların sürekli artması; buna bağlı olarak da paranın satın alma gücünün azalmasıdır.

Enflasyonun üç temel özelliği bulunmaktadır:

Ekonomideki tüm mallar ve hizmetlerin fiyatları yükselecek,
Söz konusu bu fiyat artışları sürekli olacak,
Fiyat artışları önemli düzeyde olacak.

Ülke ekonomisinde bu şekilde ortaya çıkan bir etki, enflasyon olarak kabul edilmektedir. Enflasyon neden önemlidir ya da enflasyonun yol açtığı olumsuzluklar nelerdir sorusuna verilecek yanıt şudur: Çünkü enflasyonla birlikte bir ülkede kişi başına gelir de çok daha dengesiz dağılmaktadır. Enflasyonun gelir dağılımı bozucu bir etkisi vardır. Ayrıca, üretimin zamanla azalmasına paranın dış değerinin iç değerine oranla daha hızlı düşmesine ve sonuçta ihracatın artması ve ithalatın azalmasına neden olur. Böylece, ülkenin kıt olan kaynakları çok ucuz bir fiyata ülke dışına pazarlanmış olur. Enflasyon, “paradan kaçış” olgusunu gündeme getirerek, zamanla sabit sermaye yatırımlarının artmasını ve ekonomik faaliyetlerin durma noktasına gelmesini sağlar. Son olarak da, devlete duyulan güven sarsılır ve girişimciler artık yatırım yapmaktan kaçmaya başlar⁸⁶.

Bir ülke ekonomisinde turizmin meydana getirmiş olduğu enflasyon etkisi ise değişik şekillerde görülmektedir. Bunları kısaca belirtmek gerekirse: Turizm sezonu ile birlikte, Türkiye, Tunus, Mısır, Fas vb. az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yabancı turistlerin alım gücünün yerli halka oranla çok daha fazla olduğu düşünülecek olursa;

⁸⁴ Kozak vd., s. 88-89

⁸⁵ ALKİN, Erdoğan, **İktisada Giriş**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın no: 1472, Eskişehir, 2004, s. 251

⁸⁶ GÜRKAN, Ömer, **İktisada Giriş**, Attila Kitabevi, Ankara, 1997, s. 189

turistlerin fiyatı yüksek mal ve hizmetleri satın almaya ve daha fazla fiyat ödemeye razı oldukları görülmektedir. Bölgede faaliyet gösteren perakendeci satıcılar, turistlere sattıkları turizm ürününün fiyatını yükseltmek suretiyle, kar marjlarını artırmak istemektedir.⁸⁷ Bunun sonucunda özellikle gayrimenkul ve arsa fiyatlarında bir artış meydana gelecek, bu artış sonucunda da insanlar daha fazla vergi ve kira ödeyecekler, dolayısıyla enflasyon baskısı artacaktır. Bu bağlamda, bir turizm bölgesinde/ülkesinde turizmin gelişmesiyle birlikte enflasyonist bir baskı oluşup oluşmayacağı aşağıdaki üç koşula bağlıdır⁸⁸:

1. Öncelikle bir ülkede turizm yoluyla elde edilen döviz gelirleri, daha doğrusu net döviz gelirleri döviz giderlerinden daha az ise, turizmin enflasyonist bir baskıya yol açtığını söylemek mümkündür. Çünkü böyle bir durumda elde edilen döviz geliri, sektörün üretmiş olduğu “turizm ürünü” tarafından emişmiş olacaktır. Daha açık bir şekilde söylemek gerekirse, ülkedeki döviz arz-talep dengesine bozulacak olursa, ekonomide fiyat istikrarı sağlanamayacak ve sonuçta bu da enflasyona yol açacaktır. Turizm yoluyla talep edilen döviz miktarı, döviz arzını aştığı zaman bunun enflasyona neden olması kaçınılmazdır.

2. Turizm sektörü ulusal ekonomi içinde diğer sektör çalışanları açısından önemli bir sektör olarak değerlendirilir ve turizmi bir pilot faaliyet olarak seçerlerse, turizmin enflasyonist bir baskı oluşturması kaçınılmazdır. Çünkü gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi, turizm sektöründe diğer sektörlerle oranla daha fazla gelir elde etme şansı olduğundan, diğer sektörlerden turizme yönelik bir iş ve girişimci akını başlar. Bu durumun, turizm sektörü ve sonuçta ekonominin genelinde enflasyonist bir baskı meydana getirme olasılığı bulunmaktadır. Bu olasılık, turizmin ülke ekonomisi içindeki sahip olduğu ekonomik ağırlıkla paralellik arz etmektedir.

3. Turizmin enflasyonist bir baskı oluşturup oluşturmayacağı, reel döviz kuru⁸⁹ değerine göre de belirlenebilmektedir. Şöyle ki; turizm etkisiyle harcanan ulusal

⁸⁷ Harun ERDOĞAN, s. 293

⁸⁸ a.g.e., s. 294-296

⁸⁹ Burada reel kur ile elde edilen net döviz gelirlerinin elde edilmesi için turizm sektörünün yaptığı masrafların ulusal para ile ifade edilmesi anlaşılmalıdır.

para miktarı, turizmden sağlanan net döviz geliri toplamından fazlaysa, bu durumda reel döviz kuru 1'den küçük olacağı için turizmin enflasyonist bir baskı oluşturduğunu söylemek olasıdır. Ancak döviz kurunun 1'e eşit ya da büyük olduğu durumlar için böyle bir enflasyonist baskı söz konusu değildir.

1.7.2.3. Turizmin Fırsat Maliyeti Etkisi

Fırsat maliyeti, kıt kaynakların alternatif kullanım olanakları arasında bir tercih yapılması, yani; tercih edilen malın üretimini bir birim artırmak için gereken kaynakları serbest bırakmak üzere, başka bir malın üretiminden vazgeçilmesidir.

Turizm sektörü açısından bir değerlendirme yapılacak olursa; ülkelerin turizm sektörüne yapacakları yatırımla elde edecekleri gelirin, diğer sektörlerde yapıldığı zaman elde edileceği öngörüden gelir ile kıyaslanmasına kısaca turizmin fırsat maliyeti denilebilir. Fırsat maliyeti olgusu bu anlamda, ülkenin kıt olan ekonomik kaynaklarının en iyi yerlere yönlendirilmesi sonucu elde edilebilecek maksimum hasıla miktarı olarak da algılanabilir. Örneğin, bir bölgede yatırım için bütçeden belirli bir miktar kaynak ayrıldığı varsayalım. Bu parasal kaynağın, büyük beş yıldızlı bir otelin inşa edilmesinde, söz konusu bölgenin su ve kanalizasyonun yapımında ya da bir okulun inşasında kullanılabilmesi düşünülecek olursa; mevcut kaynağın o bölgenin gereksinimini karşılayacak ve kişi başına düşen gelir ile ulusal geliri de uzun vadede arttıracak en iyi seçeneğe yönlendirilmesi gerekmektedir. Eğer yapılan fayda/maliyet analizine göre, yatırımın yapılması gereken en verimli alan okul inşaatı iken, kaynaklar otel yapımına ayrılırsa; kaynakların etkin ve verimli kullanımından söz etmek mümkün olmayacak ve sonuçta ülke insanı açısından ekonomik bir refah kaybı söz konusu olacaktır⁹⁰.

Nitekim az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için daha da önem arz eden bu durum, kıt olan kaynakların belki daha verimli olabilecek alanlar varken, göreceli olarak daha az verimli turizm alanına yatırılmasına ve bu kaynakların israf edilmesine neden olacaktır. Böylece ülke kaynaklarının etkin ve verimli yatırım alanlarına yönlendirilmesi için, özellikle turizm potansiyeline sahip olan ülkelerdeki politika yapıcıların bu noktaları önemle göz önüne almaları gerekmektedir. Hangi sektörde

⁹⁰ Bahar-Kozak, s. 148

olursa olsun, yapılacak yatırımların en iyi sonucu vermesi, diğer bir deyişle girdi/çıkıtı oranı şeklinde de ifade edilecek olan yatırımın verimliliği, ülke ekonomisi açısından önemli bir konu olmaktadır.

1.7.2.4. Turizmin Mevsimsellik Etkisi

Turizmin mevsimsellik dalgalanma özelliği kendini en yoğun şekilde konaklama sektöründe hissettirmektedir. Şöyle ki; turizm hareketlerinin yılın belirli dönemlerinde yoğunlaşması ve ağırlıklı olarak yabancı ziyaretçiler tarafından yapılması, talebin çok yüksek olduğu yaz dönemlerinde turizm bölgelerindeki konaklama arzını zorlamaktadır. Talebin daha yüksek olduğu yaz dönemine oranla, kış döneminde turizm bölgelerindeki kapasite oranı düşmekte ve arzın atıl kalmasına neden olmaktadır. Bu durum, konaklama tesislerinin yılın belirli bir döneminde faaliyetlerini durdurmaya ya da az bir gelirle de olsa çalışmaya devam etmelerine neden olmaktadır. Bunun yarattığı en önemli olumsuzluk, konaklama sektöründeki tesislerin sezon boyunca kazandıkları gelir ile bir yıl geçinmek zorunda kalmalarıdır. Böylece, boş sezonda çalışan iş gücünün bir kısmı işten çıkarılacak diğer bir deyişle mevsimlik işsizlik sorunu gündeme gelecek; diğer yandan da turizm sektöründe yatırımların geri dönüş sürelerinin uzun olması, mevsimsellik özelliğinin de etkisiyle yatırımcıların bu sektöre yatırım yapmalarını engelleyecektir. Turizmin mevsimsellik özelliği sonucunda sektördeki kapasite artırımı engellenecek, işsizlik artacak, hem ulusal gelir de ve hem de kişi başına düşen gelirden bir azalma söz konusu olacaktır⁹¹.

Turizmin mevsimsellikten olumsuz etkilenmesini en aza indirmek için, turizm sezonunun yılın tamamına yayılması ve turizm çeşitliliğinin artırılmasına yönelik programlar üretilmesi gerekmektedir. Turizm çeşitliliğinin artması sonucunda, sezon dışında boşta kalan kapasite verimli ve etkin kullanılmış olacak, dolayısıyla turizm talebi artacak ve ülkeye gelen turist sayısı ve turizm gelirlerinde de artış meydana gelecektir. Mevsimsellik özelliğini en aza indiren ülke, pazar payını koruyacak, geliştirecek, yeni pazarlara girebilecek ve bunun sonucunda da rakiplerine oranla büyük bir rekabet gücü elde edebilecektir.

⁹¹a.g.e., s. 149

1.7.2.5. Yabancı Sermaye Etkisi

Bir ülkenin, karşılığını değişik şekillerde ileride ödemek üzere, diğer ülkelerden temin ederek kısa sürede ekonomik gücüne ekleyebileceği mali ya da teknolojik kaynaklar⁹² olarak tanımlanan yabancı sermayenin, turizm sektörü açısından değerlendirildiğinde yararları olduğu kadar bir takım olumsuzluklara da neden olduğu görülmektedir. Çünkü yabancı sermaye başka bir ülkeye kar güdüsüyle gitmektedir. Bu ekonominin doğasında olan bir şeydir. Bu bağlamda insanlar en yüksek kar beklentisi olan yere, karlarını maksimum yapmayı amaçlayarak giderler.

Yabancı sermayenin turizm sektörü üzerindeki olası ekonomik etkilerini aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür⁹³:

Yabancı firmaların kendi aralarında yapmış olduğu yatay ve dikey birleşmeler, piyasada tekeli bir güç oluşmasına yol açmakta ve yerli firmaların rekabet gücünü ve Pazar payını kırmaktadır.

Yabancı sermayedarların, gittikleri ülkede çalıştıracakları personeli kendi ülkelerinden götürmeleri, gidilen ülkelerdeki istihdam yapısı üzerinde olumsuz etkiler meydana getirebilecektir.

Yabancı sermayenin ülkeye gelmesiyle birlikte, yatırım için gerekli olan gelişmiş makine ve teçhizatın dışarıdan ithal edilme yoluna gidilmesi, benzer şekilde döviz kaybına neden olacaktır.

Yabancı firmalar yatırım maliyetlerinin artmasına neden olmakta ve bunun sonucunda ise, yerli firmalar yetersiz sermaye yapısından dolayı, yüksek fiyatlarla gayrimenkul satın almamakta ve böylece turizm sektörüne girmekten vazgeçmektedir.

Yabancı firmaların, ülke içinden temin edebilecekleri bazı ara ve yatırım mallarını dışarıdan ithal etmeleri, yabancı özel sermayenin ülke ekonomisi ve turizm sektörü üzerinde oluşturduğu diğer bir olumsuz etkidir.

⁹² ÇEKEN, Hüseyin, **Küreselleşme, Yabancı Sermaye ve Türkiye Turizmi**, Değişim Yayınları, İstanbul, 2003, s. 31

⁹³ a.g.e., s. 176-178

Benzer şekilde, yabancı firmaların elde ettikleri gelirlerin büyük bir kısmını, ülke içinde tam anlamıyla yatırıma dönüştürmeden kendi ülkesine transfer etmesi, söz konusu ülkenin ödemeler dengesinde bir açığa yol açmakta ve böylece ülke ekonomisi bundan olumsuz etkilenmektedir.

Yukarıda değinilen bu olumsuz noktalar, yabancı sermayenin ülke ekonomisi ve turizm sektörü üzerindeki olumlu etkileri azaltmaktadır. Bu nedenle, ülkenin iyi bir ekonomiye sahip olması için öncelikle bu sorunları ortadan kaldırması ya da minimuma indirmesi gerekmektedir. Eğer bu mümkün değil ise, yabancı sermayeyi kaçırmayacak yasal düzenlemeler yapılarak ülkeye gelen yabancı sermaye sürekli ve yeterli bir denetim altında tutulmalıdır.

Sonuç olarak, bazı olumsuzlukları olmasına karşın ülkeye ve turizm sektörüne gelecek olan yabancı sermaye miktarının; sektörün gelişmesi, yeni tesislerin kurulması, know-how, yönetim bilgileri, pazarlama teknikleri ve yeni teknoloji transferi açısından önemi büyüktür⁹⁴.

⁹⁴ Bahar-Kozak, s.152

II. BÖLÜM

2. DUBAİ'NİN COĞRAFI YAPISI ve EKONOMİSİ

2.1. Dubai

Dubai Emirliği, Arap Körfezi kıyısında bulunur ve Birleşik Arap Emirliklerini oluşturan yedi emirlik içindeki, Abu Dhabi ve Sharjah arasında, ikinci büyük emirliktir⁹⁵.

Dubai Arapça'da "Dübey" olarak adlandırılır. Dübey; dü-iki, bey-yaka kelimelerinden oluşmakta yani iki yaka anlamına gelmektedir. Şehrin ikiye bölen halicin karşı kıyılarındaki iki farklı yerleşim merkezinin birleşmesi sonucu Dubai adını almıştır⁹⁶.

Coğrafi konum olarak Dubai; 25° 15' 8" Kuzey enleminde, 55° 16' 48" Doğu boylamında; İran körfezi üzerinde, Birleşik Arap Emirliklerinin kuzeyinde bulunmaktadır. İklim olarak Dubai; kışları ılık, yazlarınsa çok sıcak ve nemli yaşandığı kurak bir çöl ülkesidir. Dubai'de resmi dil Arapça olmakla beraber, birçok insan iş hayatında ve sosyal yaşantısında İngilizce kullanmaktadır. Dubai'nin nüfusu, dörtte üçü erkek olmak üzere, yılda %7 civarında büyümeyi sürdürmektedir. Kentin 2010 yılı içinde 2.000.000 gibi bir nüfusa sahip olacağı tahmin edilmektedir⁹⁷.

20. Yüzyılın sonlarına kadar çok az kişinin bildiği Dubai, bir insanın yaşam süresine sığacak kadar kısa bir zaman diliminde, küçük bir balıkçı kasabasından modern bir metropol haline gelmiştir.

Kentle ilgili ilk buluntular M.Ö.5000 yılına kadar geriye gitmektedir. Bölgede yapılan incelemeler ışığında kıyı halkının o dönemde geçimini balıkçlıkla sağladığı, iç kısımlarda ise avcılık ve hayvancılık yapıldığı, kuzey ülkeleriyle kuru balık ve inci karşılığında ticaret yapıldığı sonuçlarına varılmıştır.

⁹⁵ **The U.A.E.**, The Department of Minisrty Information&Culture, Abu Dhabi, 1989, s.116

⁹⁶ ⁹⁶ Uğur GÜZEL, **Dubai Şeyhleri**, Emre Yayınları, İstanbul, 2006, s. 139

⁹⁷ DUBAI, <http://www.dubai.com/v/geography/>, Erişim Tarihi: 13.01.2010

19. yüzyılın başlarında bölgede Avrupalı güçler egemenliklerini hissettirmeye başlamış, bu devletlerin himayesi altında Dubai’de başta inci olmak üzere deniz ticareti gelişme göstermeye başlamıştır.

Modern Dubai’nin karakteri ise kentin ticari açıdan önemli olduğu dönemlere dayanmaktadır. 21. Yüzyılın başında emirliğin rezervlerinin kurumaya başlamasıyla petrolden yoksun bir geleceğe hazırlanma ihtiyacı belirmiş ve yönetici Maktum Ailesi 1969 yılından beri petrolden kazanılan serveti kenti geliştirmek ve ilerletmek için girişimlerde bulunmuştur. Petrol, 20. Yüzyılın ikinci yarısında gerçekleştirilen, Dubai’nin adının duyulmasını sağlayan büyük projelere kaynak sağlamış, Dubai’nin büyük bir dünya kenti olarak öne çıkmasına olanak sağlamıştır. Bu bağlamda petrolün Dubai’nin gelişmesindeki etkisi büyüktür. Bu değişimin kaynağı petrol üretimi değil, ziyaretçilerden para kazanılacağına fark edilmesidir⁹⁸.

Maktum Hanedanı’nın yönetimi ele geçirmesinden sonra izlenen politikalarla Dubai bölgenin en önemli liman kenti olmaya başlamıştır. Özellikle 19. yüzyılın sonunda İran’ın Lingah Limanı’ndaki fümruk vergilerini artırdığında, Maktum Ailesi; Pakistanlı ve Hindistanlı tüccarları kente çekebilmek için vergisiz ticareti başlatarak Dubai’yi serbest ticaret limanına dönüştürmüştür. Böylelikle yabancı tüccarların akını başlamış, nüfus artmış ve yerel halk zenginleşmeye başlamıştır. Bugünkü Maktum Hanedanı da geçmişten gelen bu anlayışı sürdürmekte, tbişim teknolojilerinin yabancı uzmanları ile medya ve finans sektörlerinin önde gelen isimlerini Dubai Internet City, Dubai Media City ve Dubai International Financial Centre gibi 21. yüzyıl serbest ticaret bölgelerine çekmektedirler⁹⁹.

Önceleri zengin petrol yatakları, gümrüksüz alışveriş mağazaları ve incisiyle tanınan Dubai, bu imajını hızlı bir şekilde değiştirerek, yapılan yatırım ve çalışmaların iyi bir şekilde pazarlanması sonucu Ortadoğu’nun ticaret ve turizm merkezi oldu.

⁹⁸ JONES, Matt, **Dubai**, Dost Yayınevi, Ankara, 2009, s. 13

⁹⁹ a.g.e., s. 21-22

Dubai, gelecekte farklı milletlerden milyonlarca kent sakinine ev sahipliği yapmak ve uluslararası bir turizm kenti kimliği kazanmak amacıyla, çöle ve denize doğru hızla büyümeye devam etmektedir.

2.2. Dubai Ekonomik Tarihi

Bani Yas Kabilesi'nin Maktum Ailesi'nden gelmiş olan 800 üyesi, 1883 yılında Dubai şehrinin kurulduğu Arap Körfezi'nin ağzına yerleşmiştir. Arap Körfezi coğrafi konumu gereği doğal bir limandır ve bunun da etkisiyle Dubai kısa sürede balıkçılığın, inci çıkarmanın ve deniz ticaretinin merkezi haline gelmiştir.

20. yüzyıla başlarken Dubai bölgenin hareketli bir liman şehirlerinden biri görünümündeydi. Körfezin Deira kıyısındaki çarşı, 350 dükkan, kalabalık ziyaretçi ve tüccarlar ile en büyük sahili oluşturmaktaydı. 1930'larda Dubai nüfusu göç olarak 20.000 oldu.

1950lerde körfez, sayıları artan gemilerin kullandıkları atıklar nedeniyle kirlenmeye başladı. Dubai'nin en son yöneticisi Şeyh Muhammed Bin Raşid El-Maktum suyolunun taranmasına karar verdi. Maliyeti yüksek ve gerçekleştirilmesi çok zor olan bu projenin başarıyla ve Dubai'nin elindeki kargo birimlerinin artmasıyla sonuçlandı. Devam eden süreçte de Dubai körfezdeki ana ticaret merkezi haline geldi.

Petrol 1966'da keşfedildiğinde Şeyh Raşid petrol rezervlerini Dubai'nin altyapı gelişimini teşvik için kullandı (okullar, hastaneler, yollar, modern bir telekomünikasyon ağı). Yeni bir liman ve Dubai Uluslararası Havaalanında bir terminal binası inşa edildi. Uçak pisti, her çeşit uçağın ikmal edilebileceği şekilde genişletildi. İnsanın ürettiği dünyadaki en büyük rıhtım Jebel Ali Limanı inşa edildi ve limanın çevresinde serbest bölge oluşturuldu.

Dubai'nin kalkınmak için geliştirdiği formül herkes tarafından açık bir şekilde görülüyordu (hayalperest bir lider, yüksek kalite altyapı, göç alan bir çevre, bireyler ve şirketler için gelir vergisi alınmaması ve düşük ithalat vergileri). Mısır'dan Hindistan'a ve Güney Afrika'dan şimdi CIS ülkeleri olarak bilinen ülkelere kadar uzanan bir bölgede, Dubai hızla gelişerek bir iş ve turizm merkezi haline geldi.

1980'lerde ve erken 1990'larda, Dubai stratejik bir karar olarak uluslararası düzeyde kaliteli turizm merkezi olarak belirdi. Turizme olan yatırımlar yıllar boyunca cömertçe geri döndü. Dubai şimdi emsalsiz otelleri, çarpıcı mimarisi, dünya düzeyindeki eğlenceleri ve sportif etkinlikleriyle kendini gösteriyor. Burj Al Arab oteli Jumeira plajının kıyı çizgisi boyunca 7 yıldızlı dünyanın tek oteli olma özelliğini taşıyor. Çarpıcı bir oranda gelişen bir şehirde ticari güveni hatırlatan 350 metre yükseklikteki Emirates Kuleleri Orta Doğu ve Avrupa'daki en uzun binalardan biri olma özelliğine sahip.

Dubai, 2008'de Financial Times'a dayanarak Londran'nin FDI (Foreign Direct Investment) Intelligence magazini tarafından FDI merkezi olarak sayılmıştır.

FDI için 2008'deki en iyi merkez olarak gösterilen Dubai, toplamda 342 projeyi cezbetmiş, 20 milyar \$'lık sermaye yatırımı yapılmış, ve 58000'den fazla yeni iş alanı yaratmıştır. FDI projelerinin sayısı Dubai'de 2007 hesaplamalarında %59 oranında artmış ve sermaye yatırımları 2007-2008 yılları arasında %12,3'lük bir artış göstererek 9 milyar \$'dan 21 milyar \$'a çıkmıştır. Dubai, dünyada ilk kez en çok beğenilen Londra ve Sangay'i geçerek en iyi merkez olarak sınıflandırılmıştır. 2008'den itibaren FDI sayesinde Dubai toplam projelerin % 35'ini, sermaye yatırımlarının %14'unu cezbetmiş ve MENA (Middle East and North Africa) bölgesinde %25 oranında iş alanı sağlamıştır¹⁰⁰.

2.3. Dubai Ekonomisi

Basra Körfezinde bulunan Dubai yedi emirlikten oluşan Birleşik Arap Emirliği federasyonunun bir parçasıdır. Dubai deniz seviyesinden 16 metre yüksekte bulunmakla birlikte, Kuzey Doğusunda Sharjah Emirliği, güneyinde Abu Dabi Emirliği ve güney doğusunda Umman Sultanlığı bulunmaktadır.

¹⁰⁰DUBAIDED, <http://www.dubaided.gov.ae/English/ecosrch/EcoHistDb/default.aspx>, Erişim Tarihi: 21.12.09

Dubai, Birleşik Arap Emirlikleri'nin en büyük ve en kalabalık şehri olmakla beraber, ülkenin ana limanı ve ticari merkezi konumundadır. 1833 yılına kadar Abu Dabi yönetimine bağlı olan Dubai, 1960'ların başında kendi zengin petrol kaynaklarını keşfetmesiyle önemli bir bölgesel güç haline gelmiş, Ortadoğu'da Singapur gibi bir şehir devlet olmaya başlamıştır.

Pek çok kişi Dubai'nin ekonomisinin tamamen petrol ve doğal gaz üzerine kurulu olduğunu düşünse de, günümüzde petrol Dubai ekonomisinin küçük bir kısmını karşılamakta ve sanılanın aksine Dubai ekonomisi Ortadoğu bölgesindeki diğer ülkelere göre ekonomik sektör bakımından zengin sayılabilecek bir konumdadır¹⁰¹.

Dubai ekonomisi şu temel faaliyetlerden meydana gelmektedir:

- Emlak ve inşaat
- Ticaret
- Limancılık faaliyetleri – nakliyat, depolama ve lojistik
- Turizm
- Finansal hizmetler
- Petrol ve doğalgaz

2.3.1 Dubai'nin Endüstriyel Sektörleri

Petrol, geleneksel olarak Dubai'nin temel endüstriyel sektörü olmuştur. Geçtiğimiz bir kaç on yıl içerisinde Dubai ülkeye döviz girişini sürdürmek için, özellikle petrol rezervlerinin giderek azalmasının sonucunda, petrol-dışı sektörlerle yapmış olduğu yatırımları genişletmiştir. Bunda dayanarak Dubai hükümeti sırf petrol ve ticarete dayalı bir ekonomi olma yerine, stratejisini değiştirerek büyük oranda hizmet ve turizm sektörüne dayalı bir ekonomi olma bağlamında sektörel çeşitlendirme yoluna gitmiş ve çalışmalarını bu yöne kaydırmıştır.

¹⁰¹ ECONOMYWATCH, http://www.economywatch.com/world_economy/dubai/, Erişim Tarihi: 18.03.2010

Petrol: Dubai, ekonomisini petrol üzerine kurmuş ve petrol endüstrisi uzun yıllar Dubai ekonomisinin bel kemiği olmuştur. Ancak petrol rezervlerindeki azalma sebebiyle, petrol ve doğalgazın emirliklerin toplam gayri safi yurt içi hasılası içindeki payı giderek azaldı. 2006 yılı itibarı ile petrol ve doğal gaz, ülke gelirlerinin %6'dan azını teşkil etmeye başlamıştır. Yapılan tahminlere göre Dubai'de günde 240,000 varil petrol üretilmektedir. Buna ilave olarak kıyı ötesi tesislerden de ciddi oranda doğal gaz üretimi gelmektedir. Dubai'nin Birleşik Arap Emirliklerindeki doğal gaz gelirindeki payı ise sadece %2'dir. Bazı spekülasyonlara göre Dubai'nin petrol ve doğalgaz rezervleri 2030 yılından önce tükenmiş olacaktır.

Emlak ve Gayrimenkul: Dubai gayrimenkul sektörüne ciddi yatırımlar gerçekleştirmiş olup bunun sonucu olarak da 2004 ile 2006 yılları arasında emlak ve gayrimenkul fiyatlarında ciddi artışlar gözlemlenmiştir. Dubai bu yatırımlar çerçevesinde inşa edilen; dünyanın en yüksek binası olan Burj Khalifa, dünyanın tek 7 yıldızlı oteli Burj Al Arab, Emirates Tower ve insan eliyle yapılan en büyük yapılardan olan Palmiye Adaları gibi dünyaca ünlü bazı gayrimenkullere de ev sahipliği yapmaktadır.

Ancak 2008-2009 ekonomik krizi Dubai emlak pazarını da önemli ölçüde etkilemiştir. Bu kriz sonucunda ciddi oranlarda işten çıkarmalar meydana gelmiş ve inşaat firmaları faaliyetlerini büyük oranda durdurmak zorunda kalmışlardır. Daha kapsamlı bir değerlendirme yapıldığında, Dubai emlak piyasasının krizden ciddi oranda değer kaybettiğini ve bazı gayrimenkullerin 2001 ile 2008 yılları arasında değerlerini %60 oranında kaybettiklerini görülmektedir.

Turizm: Bu sektör ülkenin en önemli döviz kaynaklarından biridir. Dubai hükümeti, petrol rezervlerinin tükenmesinden sonra ülke ekonomisini ayakta tutabilmek için şimdiden turizme ciddi yatırım yapmakta. Turistlerin en çok ziyaret ettikleri yerler arasında Dubai Alışveriş Festivali gibi alışveriş festivalleri ve Dubai Yaz Sürprizleri, eski ve modern inşaat harikaları vardır. Dubai 2007 yılında dünyanın en çok ziyaret edilen şehri olmuştur ve 2010 yılında 15 milyondan fazla ziyaretçiyi ağırlayacağı tahmin edilmektedir. 2020 yılına kadar 68 milyon turist Dubai'yi ziyaret etmiş olması beklenmektedir. Dubai'nin turizm endüstrisinin GSYİH'ya ciddi katkısı vardır.

Dubai'ye havayolu ile kolayca ulaşılabilmektedir. Ulusal havayolları olan Dubai Emirates Havayolları 61 ÷lkede toplam 101 noktaya uçmaktadır. Emirates Havayollarının birinci sınıf altyapısı ve yaygın ulaştırma bağlantılarının Dubai'nin büyümesine ciddi katkıları olmuştur.

Perakende sektörü: Dubai ünü tüm dünyaya yayılan alışveriş merkezleri ile ünlüdür. Dünyanın en büyük alışveriş merkezi olan Dubaimall ile birlikte Dubai'de 70'in üzerinde alışveriş merkezi bulunmaktadır. Şehrin bu alandaki özellikleri dikkate alındığında; şehir "Ortadoğu'nun alışveriş başkenti" olma özelliğini elinde bulundurmaktadır.

2008'in başlarında ÷lkenin toptan satış perakende pazarının değeri 23.3 milyon AED idi. 2009 yılında %4 yükseldi ve 24.2 milyon AED (88.8 milyon ABD doları) seviyesinde durakladı. Üretim sektörünün büyüklüğü 2008'in birinci çeyreğinde 13.5 milyon AED idi ve %2.91 artışla 2009 yılında 13.9 milyon AED'ye yükseldi.

Dubai Hükümeti perakende sektörünü geliştirmek amaçlı çeşitli etkinlik ve festivaller düzenlemektedir. Farklı ÷lke ve bölgelerden gelen perakendeciler Dubai Alışveriş Festivali ve Dubai Yaz Sürprizleri gibi aktivitelere katılmakta ve ekonomiye önemli ölçüde katkı sağlamaktadırlar. Örnek olarak Dubai Gemicilik Festivali 2009'u 3.35 milyon kişi ziyaret etmiş ve 32 gün gibi bir sürede, ekonomik krize rağmen, toplam 9.8 milyar AED harcamıştır.

Dubai ekonomisinden bahsederken serbest bölgelerin Dubai'nin büyümesindeki yeri önemlidir. Dubai ekonomisi dünyadaki en kendine özgün ve sıra dışı ekonomilerdendir. Serbest bir liman olarak, ithal mallara gümrük vergisi uygulanmamaktadır. Dubai ihracata yönelik yatırım ve üretimi teşvik etmek, doğrudan yabancı yatırımları ve teknoloji girişini hızlandırmak, işletmeleri ihracata yönlendirmek ve uluslararası ticareti geliştirmek amacıyla, ÷lkenin diğer bölgelerinden farklı imtiyazlarla kurulan birden fazla serbest bölgeye sahiptir. Dubai'de bulunan serbest bölgeler ciddi oranda doğrudan yabancı yatırım çekmiştir.

Teknolojinin sürekli gelişme gösteren bir sektör haline gelmesi sebebiyle Dubai Hükümeti yabancı sermayenin girişini sürekli kılmak amacıyla, Dubai Internet

şehri ve Dubai Medya Şehri gibi serbest bölgeler kurarak hizmet sektörünü de geliştirmeyi amaçlamaktadır. İnternet ve medya serbest bölgelerinin ikisine birden YECOM (Dubai Teknoloji, Elektronik Ticaret ve Medya Serbest Bölge Otoritesi) adı verilmektedir. Dubai Medya Şehri ile birlikte Dubai İnternet Şehri profesyonel bir kuruluş olup üyeleri arasında: Microsoft, IBM ve EMC Corporation gibi önde gelen bilgi teknolojisi ve bilişim devleri; Reuters, AP CNN, BBC, MBC ve Sky News gibi medya firmaları bulunmaktadır¹⁰².

Ticaret: Modern Dubai'nin temellerine baktığımızda Dubai'nin gelişimindeki en büyük payın ticarete ait olduğunu görürüz. Özellikle 1930'lu yıllarda izlenen ticarete dayalı strateji, Dubai'nin şehirleşme sürecini hızlandırmıştır¹⁰³. Bölgede Dubai adının ticaretle aynı anlama geldiği kabul edilmektedir. 300 yılı aşkın süredir Arap Körfezi'nin en önemli ticaret merkezi olan Dubai, özellikle Uzakdoğu, Hindistan ve Doğu Afrika ile ticaret yapılmasını sağlayan, bölgedeki en büyük uluslararası limandır. Şehri ikiye bölen haliç, kent için önemli bir avantaj sağlamakta, deniz ticaretinin şehrin merkezine kadar girmesini sağlamaktadır. Dhow adı verilen küçük ticaret yelkenlileri, özellikle İran ve Körfez Ülkeleri ile yapılan ticarete önemli rol oynamakta ve ticaretin sürekliliğini sağlamaktadır¹⁰⁴.

2.3.2. Dubai İhracat ve İthalat

Bulunduğu konum itibariyle bölgenin önemli ticaret merkezlerinden olan Dubai'nin ekonomisi ile ilgili hazırlanan raporlara ve endüstri uzmanlarına göre, 2010 yılında Dubai ekonomisinin büyümesi istikrarlı şekilde devam etmekte ve 2011 yılında bu büyümenin hızlanarak artması beklenmektedir. Dubai Ticaret ve Endüstri Odasının raporuna göre 2009 yılında ihracat yapılan destinasyonların sayısı geçmiş yıllara göre artarak 163'e çıkmıştır. Dubai'nin en önemli ihraç ürünü şeker olmakla birlikte; şekerin ihracat miktarı 2008 yılında 1.4 milyar AED olmuştur. Diğer önemli ihraç kalemleri

¹⁰² ECONOMYWATCH, http://www.economywatch.com/world_economy/dubai/industry-sector-industries.html, Erişim Tarihi: 18.03.2010

¹⁰³ MALCOLM, C. Peck, **The United Arab Emirates : a venture in unity**, Westview Press ; London : Croom Helm, 1986, s.9.

¹⁰⁴ HIGGINS, Kevin, **The Emirates : Abu Dhabi, Dubai, Sharyah, Ras al-Khaimah, Fujairah, Umm al-Qaiwain, Ajman**, South Street : Garnet Publishing, 1995, s.71.

arasında hurma, incir ve mango vardır ve bu ürünlerin toplam hacmi 285 milyar AED'dir.

Emirliğin petrol dışı ihracatı 2008 yılına kıyasla 2009 yılında %23 oranında artmıştır. 2008 yılında 42.6 milyar AED tutarında mal ihracatı yapılmış, bu rakam 2009 yılında 52.4 AED'ye kadar yükselmiştir. Bu rakama yeniden ihraç ürünleri dahil edildiğinde ise 186.1 milyar AED ihraç yapıldığı görülmektedir. Ancak Dubai Ticaret ve Sanayi Odasına göre 2009 yılında petrol dışı ihracat artmasına rağmen, toplam ihracat %16 azalmıştır. Dubai'nin en önemli ihracat destinasyonları ise; 790 milyon ABD doları ile İran, 204 milyon ABD doları ile Hindistan ve 194 milyon ABD doları ile Suudi Arabistan'dır.

Dubai'nin ithalatına baktığımızda ise; Birleşik Arap Emirlikleri'ne gelen ithal ürünlerin üçte ikiden fazlasının Dubai'ye yönlendirildiğini görmekteyiz. 2008 yılı itibari ile Dubai'nin en önemli ithalat kaynağı olan ülkeler: 1.5 milyar ABD Doları ile Japonya, 1.4 ABD Doları ile Çin ve ABD'dir. Dubai'nin en önemli ithalat kalemlerini ise; tüketim ürünleri, çimento, demir, yiyecek ürünleri ve yarı mamuller oluşturmaktadır.

Dubai ithalatındaki önemli verilere bakacak olursak; 2009 yılında Dubai'ye meyve ve sebze ithalatı %12 oranında artmış ve sadece 2007 yılında Dubai, hızla büyüyen inşaat sektörünü desteklemek için 2.96 milyon ton çimento ithal etmiştir. Ayrıca Dubai 2008 yılında 300 ton altın ithal etmiş ve 2009'un ilk çeyreği itibari ile toplam altın ticareti 14.69 milyar ABD doları seviyesine ulaşmıştır. Altın ticaretinin serbest olması sebebiyle Dubai dünyanın önemli altın ticaret merkezleri arasında gösterilmektedir¹⁰⁵.

2.4. 2000 Sonrası Dubai Ekonomisi

City Majors tarafından yapılan bir ankete göre Dubai dünyadaki en iyi 44. finans şehri konumundadır. Yine bu kurum Dubai'yi aynı zamanda, satın alma gücü paritesine göre dünyadaki en zengin şehirler kategorisinde de 33. sıraya yerleştirmekte

¹⁰⁵ECONOMYWATCH, http://www.economywatch.com/world_economy/dubai/export-import.html, Erişim Tarihi: 18.03.2010

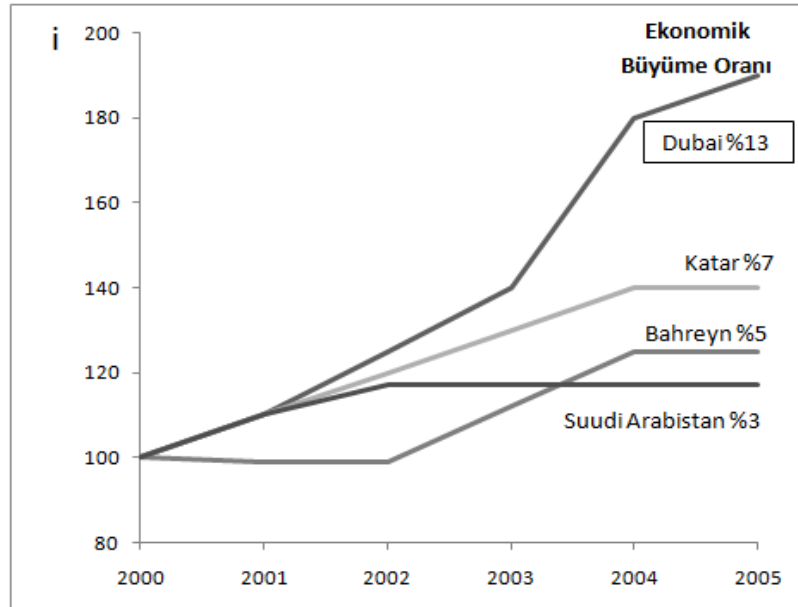
ve Dubai'yi Ortadoğu'daki en önemli uluslararası finans merkezi olarak nitelendirmektedir. Dubai ekonomisinin büyüğü 2006 yılı itibari ile 46 milyar ABD doları idi.

Dubai ekonomisini 2000-2005 yılları arasında incelediğimizde, Dubai ekonomisinin sürekli artan bir ivmeyle geliştiğini ve bu süreçte %13 gibi bir büyüme yaşadığını görmekteyiz. Dubai'nin uygulamış olduğu ekonomik programların, aynı bölgede ve benzer koşullara sahip ülkelerden farklı olması; ekonomisini petrole bağımlılıktan kurtarıp çeşitlendirmesi, Dubai'nin diğer ülkelerden daha fazla ekonomik büyüme göstermesini sağlamıştır. Bu dönemde Dubai'nin büyüme oranını, bu bölgedeki diğer ülkelerin büyüme oranlarıyla karşılaştırıldığımızda, Dubai'nin ne kadar hızlı bir şekilde büyüdüğünü daha net görebilmekteyiz.

Aynı süreç içinde ve bu bölgede, Dubai'ye en yakın oran %7'lik büyüme ile Katar'a ait. Bu ülkeyi de %5'lik büyüme oranıyla küçük bir ada ülkesi Bahreyn, %4'lük oranıyla Kuveyt, %3'lük oranlarıyla da Suudi Arabistan izlemektedir.

Grafik 1

Dubai Ekonomik Büyüme Oranı I (Arap Ülkeleri)

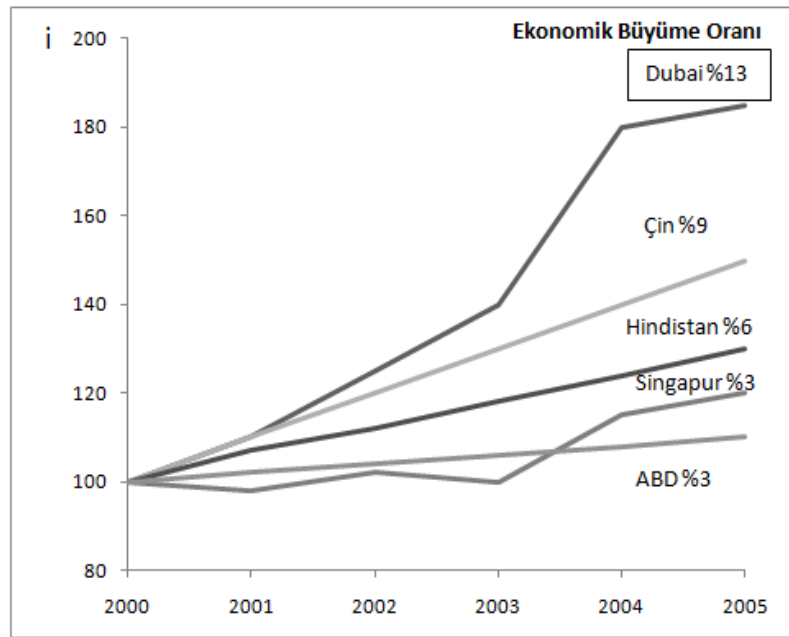


Kaynak: <http://egov.dubai.ae/opt/CMSContent/Active/CORP/en/Documents/DSPE.pdf>, s. 16, Erişim Tarihi: 23.01.2010

Yine 2000-2005 yıllarını kapsayan dönem içinde Çin ekonomisinin %9, Hindistan ekonomisinin %6, İrlanda ekonomisinin %5, Singapur ve Amerika Birleşik Devletleri'nin ekonomilerinin de %3'lük bir büyüme gösterdiği göz önüne alındığında, Dubai ekonomisinin %13'lük bir büyüme ile çok büyük bir başarı yakaladığını görmüş oluruz.

Grafik 2

Dubai Ekonomik Büyüme Oranı II (Dünya)



Kaynak: <http://egov.dubai.ae/opt/CMSContent/Active/CORP/en/Documents/DSPE.pdf>, s. 17, Erişim Tarihi: 23.01.2010

2000-2008 yılları arasında, Dubai ekonomisine baktığımızda; petrol sektörünün 6,285,000 milyon AED ile gayrisafi yurtiçi hasıla içinde yüzde 10 gibi bir pay aldığını, petrol dışı sektörlerin ise 53,881,000 AED ile geri kalan yüzde 90'lık kesimi oluşturduğunu görmekteyiz.

Petrol sektörünün 2000 yılından 2008 yılına kadar incelediğimizde, bazı yıllar itibariyle petrol sektöründen elde edilen gelirin ve buna bağlı olarak da gayri safi yurt içi hasıla içindeki payının giderek azaldığını görmekteyiz. Bunun yanında Dubai

Hükümeti'nin turizm atılımlarına öncelik vererek, ekonomiyi yeniden yapılandırma hamlesinin başarılı olduğunu; petrol dışı sektörlerden elde edilen gelirin, bu kararların alındığı yılları takip eden yıllarda arttığını ve 2008 yılına baktığımızda ise petrol dışı sektörlerin gayri safi yurt içi hasıla içindeki payının yüzde 98 gibi yüksek bir paya ulaştığını görmekteyiz.

Tablo 3
Ekonomik Sektörlerin Dubai GSYİH İçindeki Payı (2000 –2008)

Yıl	Petrol Sektörü		Petrol Dışı Sektörler		Toplam		Petrol / Petrol Dışı
	Değer	% Değişim	Değer	% Değişim	Değer	% Değişim	
2000	\$ 1.713	32,5	\$ 14.681	5,50	\$ 16.394	7,8	10:90
2001	\$ 1.492	-12,9	\$ 16.026	9,2	\$ 17.518	6,9	9:91
2002	\$ 1.375	-7,8	\$ 19.366	8,9	\$ 18.826	7,5	7:93
2003	\$ 1.467	6,7	\$ 19.366	11	\$ 20.833	10,7	7:93
2004	\$ 1.826	24,4	\$ 28.325	46,3	\$ 30.202	44,7	6:94
2005	\$ 2.035	11,5	\$ 36.116	27,7	\$ 38.202	26,7	5 :95
2006	\$ 2.320	14	\$ 43.669	20,7	\$ 45.989	20,4	5:95
2007	\$ 1.635	-29,5	\$ 70.347	61,1	\$ 71.982	56,5	2:98
2008	\$ 1.736	6,2	\$ 80.443	14,4	\$ 82.179	14,2	2:98

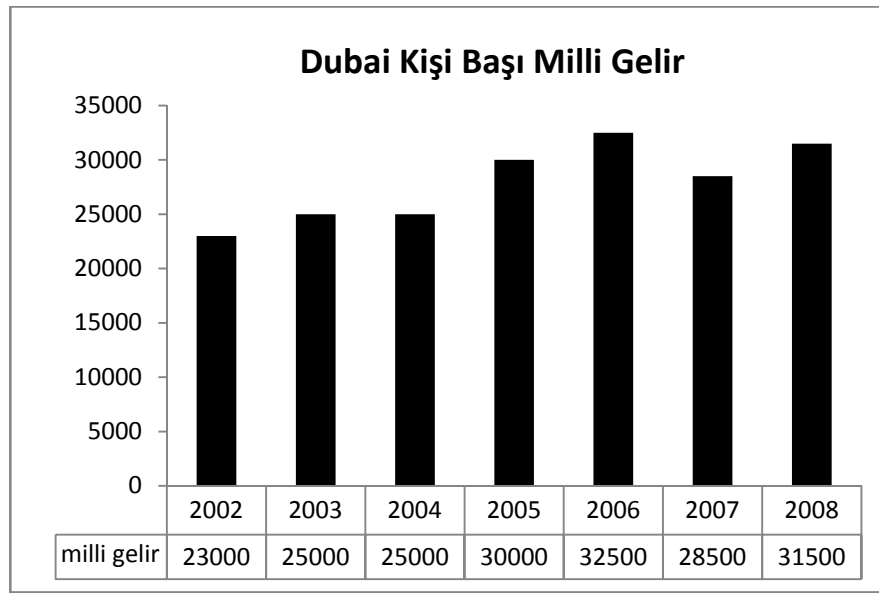
Kaynak: Department of Tourism and Commerce Marketing, eco indicators_dubai 1998-2008.pdf., s.1

Petrol dışı sektörlerin büyümesi anlamında Dubai, diğer körfez şehirlerini geride bırakmıştır. Uluslararası Para Fonu'nun tahminlerinin aksine 2007 yılında GSYİH'sını %16 oranında arttırabilmiştir. Ekonominin büyümesindeki temel faktörler yükselen petrol fiyatları ve petrol-dışı sektörlerin büyümesi olmuştur. 2008 yılı

verilerine göre ise Dubai'nin GSYİH (Gayri Safi Yurtiçi Hasıla)'sı ise 82.11 milyar ABD doları olarak raporlanmıştır.

Grafik 3

Dubai Kişi Başı Milli Gelir



Kaynak:http://www.economywatch.com/world_economy/dubai/structure-of-economy.html, Erişim Tarihi: 18.03.2010

2000 sonrası hızlı bir şekilde yükselişe geçen Dubai ekonomisinin giderek güçlenmesi, Dubai'nin kişi başı gelirinin de artmasını sağlamıştır. 2002 yılında Dubai'de kişi başı milli gelir 23.000 \$ iken; kişi başı milli gelir 2007 yılı hariç düzenli bir şekilde artış göstererek, 2008 yılında 31.500'a ulaşmıştır.

Dubai ekonomisinin yükselişe geçtiği bu dönemde Dubai'nin dış borcu ise Şubat 2009 itibari ile yaklaşık 100 milyar ABD doları olmuştur. Bu bağlamda Dubai hükümeti başarısını sürdürmek için nüfusunun %96'sının yabancı olmasına dayanarak perakendecilik ve turizm sektörlerini lokomotif sektörler olarak belirlemiştir. Buna ilave olarak, Dubai'ye düzenli olarak turist gelmesini sağlamak, ticari ve kurumsal faaliyetler şeklinde gelir üretici kanalları çeşitlendirmek için Dubai Hükümeti çalışmalarını bu alanda yoğunlaştırmaktadır. Özellikle turizmin geliştirilmesi amacıyla Dubai Metrosu

ve Dubailand gibi önemli projeler üzerinde çalışılmaktadır. Devam eden diğer projeler arasında sayfiye yerleri, tema parkları, alışveriş merkezleri ve stadyumlar gibi turizm alanları inşa edilmesi vardır.

Günümüzde tüm dünyada büyük bir sorun olan işsizlik dışarıdan yoğun göç alan Dubai'nin de en büyük problemlerinden biri. Dubai hükümeti ekonomiyi istikrara kavuşturmak ve işsizliği azaltmak için özellikle ulaştırma ve turizm alanında adımlar attı ve kısmen başarılı oldu. Ancak hükümetin bu alandaki politikaları başarılı sonuçlar ortaya koymasına rağmen ülkedeki temel problem işsizlik sorununa kalıcı bir çözüm bulamadığı yaşanan krizden sonra ortaya çıktı. Günümüzde uzmanlar Dubai'deki işsizlik oranını %40 ila %50 arasında yüksek bir oranda olduğunu raporlamaktadırlar. Bununla birlikte yüksek enflasyon oranı, süren ekonomik durgunluk ve hızlı nüfus artış oranı sebebiyle hükümet çözüm bulmak amacıyla dış yardımlara bel bağlamış durumdadır.

Fakat Dubai ekonomisi geçirmiş olduğu krize rağmen ekonomik verilerde olumlu bir gelişme göstermiş, Dubai'de enflasyon oranı Ocak 2010 itibarı ile %1.3'lük düşüş sergilemiştir. Üstelik bu oranla Dubai geçtiğimiz yıl tarihindeki en düşük orana ulaşmış durumdadır. Şehirde içeceklerin ve yiyeceklerin fiyatlarında %2.3 ve iletişim fiyatlarında %7.8'lik düşüş olmasına rağmen yaşam maliyeti yükselmiştir. Bu sebeple dünyanın önde gelen ekonomik kurumlarından olan Deutsche Bank, Dubai ve diğer Emirliklerin negatif enflasyon yaşayacaklarını öngörmektedir.

Son yıllarda Dubai'nin ekonomik anlamda yaşamış olduğu diğer bir sürpriz bir gelişme de cari dengesi ve ticaret hacmi ile ilgili olmuştur. 2009 yılında, gelirlerde özellikle düşen petrol fiyatları sebebiyle azalma kaydedilmiştir. Fakat bu azalmadaki diğer önemli nedenlerden biride ticaret gelirlerinin %33 azalmasıdır. 2008 yılında ticaret hacmi 231.1 milyar AED seviyesindeyken 2009 yılında 154.8 milyar AED seviyesine düşmüştür. Bunun ardından cari dengede de %65'lik bir azalma meydana gelmiş, 2008'deki 81.8 milyar AED'lik seviyeden 2009 yılında 28.8 milyar AED seviyeye gerileme olmuştur. Ticaret fazlasındaki bu düşüşün temel sebebi ise azalan hidrokarbon ihracatıdır.

Son yıllarda Dubai'nin ön plana çıkmasını sağlayan sektörler arasında ulaştırma ve turizm vardır. Ulaştırma sektörüne yönelik olarak, hükümet tarafından serbest bölgeler geliştirilmiştir ve hızla büyüyen Emirates Havayolları ile bu sektör ciddi şekilde büyümüştür. Bu sebeple, Dubai, dünyadaki en büyük insan yapımı limanına da ev sahipliği yapmaktadır. Serbest bölgeler ile birlikte, Dubai dışarıdan hizmet veren firmalar için tasarlanmış bir dışarıdan hizmet bölgesi de kurmuştur. Toplamda bakıldığında Dubai ekonomisi uzun yıllardır güçlü bir resim ortaya koymakta ve Ortadoğu'da hızla gelişen bir şehir, bir marka olarak dünyanın ilgisini bu bölgeye çekmektedir.

Son olarak Dubai ekonomisini genel bir şekilde değerlendirecek olursak, Dubai ekonomisi başta diğer Ortadoğu ülkelerinde olduğu gibi, petrol üzerine kurulu bir ekonomiyken; günümüzde bu özelliğinden uzaklaşarak serbest piyasa ekonomisine doğru geçmektedir. Bulunduğu coğrafi konum itibariyle batılı üretici firmalar için önemli bir liman teşkil etmekte olup, finans merkezleri ve bankaların büyük çoğunluğu bu limanın çevresinde bulunmaktadır¹⁰⁶.

2.5. Dubai Ekonomik Krizi

Gelişimi petrol gelirine bağlı ve otokratik rejimlerle yönetilen Ortadoğu ülkelerinin aksine, Dubai batıya dönük yapısı, modern yönetim anlayışı ve meritokrasi ile idare edilen kurumları ile farklı ve güvenilir bir merkez olarak dikkat çekmektedir.

Dubai Hükümeti ekonomisini petrole bağılıktan kurtarmak için köklü değişiklikler yapmış ve ülkenin gelir kaynakları çeşitlendirilmeyi amaçlamış; bu doğrultuda petrolden elde edilen gelirleri, emlak projelerine yatırarak Dubai çekici kılmak istenmiştir.

Uzun vadeli borçlanma yoluyla finanse edilen konut sektöründe geri ödemede meydana gelecek bir devamsızlık, beraberinde daha büyük sorunları tetiklemektedir.

¹⁰⁶ECONOMYWATCH,http://www.economywatch.com/world_economy/dubai/,Erişim Tarihi: 18.03.2010

Özellikle Dubai gibi büyük yatırımların yapıldığı bir merkezde böyle bir sorunla karşılaşılması yaşanacak muhtemel sorunun büyüklüğünü de artıracaktır.

Dubai çöl üzerinde kurulmuş bir balıkçı kenti iken, modern alt yapı ve inşaat projeleri ile lüks ve modern bir metropol görünümüne kavuşmuş, turizm ve iş merkezi haline gelmiştir.

Bu hızlı yapılanma içinde gayrimenkul piyasasına yabancı yatırımcıları çekmek için, yabancıların özel mülk sahibi olabilmelerinin yolunu açan imtiyazlar tanınmış, Dubai'deki gevşek kurallar ve liberal vergi sistemi de spekülasyon amaçlı yatırımların yapılmasına yardımcı olmuştur. Devlet ve özel sektör yatırımcıları tarafından yapılan bir kısmı spekülasyon nitelikteki yatırımlara olan aşırı talep, gayrimenkul piyasasında fiyatların şişmesine yol açmıştır.

Kriz öncesindeki dönemde bu durumdan yatırımcılar yatırımlarının fiyatları arttığı için; düşük faizlerle gayrimenkul sahibi olanlar da varlıklarının değerleri arttığı için memnundu. Bu durumda firmalar projelerini rahatlıkla hayata geçirebiliyorlardı.

Ancak 2008 sonuna doğru global krizin etkisiyle yatırımcılar yatırımlarının durdurup ülkeden çıkmaya başladılar. Kredi koşullarının kötüleşmesiyle ve iş hacminin daralmasıyla, konut ve iş alanlarında gayrimenkul talebi önemli ölçüde azalmaya başladı. Yapmış olduğu yatırımlardan yeterli karı elde edemeyen firmalar yeni yatırımları durdurma kararı aldılar. Bu dönemde devlet teşebbüsü olan Dubai World ve bağlı ortaklıklarının finansman dengesi de bozulmaya başladı. Devam eden süreçte yapılan büyük emlak yatırımlarının finansmanı için ihraç edilen tahvillerin ve alınan banka kredilerinin geri ödenmesinde meydana gelen likidite krizi, Dubai krizinin temelini oluşturmaktadır. Dubai'de konut piyasasında ortaya çıkan açığı Abu Dhabi'nin finanse etmekten desteğini çekmesi; Dubai World'ün borç erteleme talebini beraberinde getirmiş ve bu durumda da kriz meydana gelmiştir.

Dubai krizinin dünya piyasalarını bu kadar etkilemesinin en önemli nedeni Dubai World'ün borç erteleme açıklaması yaptığında, yapılandırılmasını istediği borç miktarıyla ilgili açıkça bilgi paylaşmamasıdır. Başta dünya piyasaları tarafından 200 milyar ABD \$ olarak tahmin edilen borç miktarı, Dubai World'ün bu miktarın 30

milyar ABD \$ olarak açıklamasıyla ve Abu Dhabi Hükümeti'nin Dubai World'ün borçlarını geri ödemesi için yapacağı 10 milyar ABD \$ yardım yapacağını açıklaması ile kriz aşılmış; risk unsuru borçların global bir krize neden olabilecek boyutta olmadığını anlayan piyasalar tekrar yükselişe geçmiştir.

Dubai'de yaşanan bu krize bakacak olursak, Dubai World ve iştiraklerinin finansal bir kuruluş olmaması ve Dubai'de riskin sadece firmaların kendi hesapları ile sınırlı olması; BAE Merkez bankasının Dubai World ve iştiraklerinde alacağı olan yerel ve ulusal bankalara vermiş olduğu güvence krizin daha geniş alana yayılmasını engellemiş ve dünya üzerinde yaşanmış olan diğer krizlerden farklı bir konumda tutmuştur. Bunun yanında dünya piyasalarının da krizlere karşı eskisi kadar kırılğan olmadıkları ve bu açıdan almış oldukları tedbirleri artırdıkları görülmüştür. Ancak devletlerin vermiş oldukları güvenceleri çekmeleri ya da çekme ihtimallerinin piyasaları ne derecede olumsuz etkileyeceği de bu krizle desteklenmiştir.

Dubai yaşanan krize rağmen bölgedeki önemini korumakta ve özellikle Arap dünyasında popülaritesini artırmaktadır. Yüksek maaşlar, gelir vergisinin olmaması, lüks imkanlar şirketlerinin bu bölgede toplanmasını; Dubai'yi bölgenin en önemli finans ve iş merkezi konumuna gelmesini sağlamaktadır¹⁰⁷.

¹⁰⁷ ERDEM, Bülent, <http://www.stratejikboyut.com/haber/dubai-krizinin-perde-arkasi--28989.html>, Erişim Tarihi: 21.01.2010

III. BÖLÜM

3. DUBAİ'DE TURİZM ve TURİZMİN EKONOMİYE KATKISI

3.1. Dubai Turizm Türleri

Dubai'nin turizm türlerine baktığımızda bulunduğu bölgedeki diğer ülke ve turistik mekanlara oranla turizm çeşitliliği bakımından Dubai'nin daha geniş bir yelpaze sunduğu görülmektedir. Bundaki en büyük etkenler ise Dubai'nin coğrafi konumu ve bu alanda yaptığı yatırımlardır.

Dubai bulunduğu konum itibariyle, Arap Körfezi kıyısında ve çok temiz kıyılara sahiptir. Dubai'nin 72 km uzunluğundaki doğal kıyı şeridi görece kısadır. Kentin güneyindeki Jumeira bölgesinde lüks resort otellerle dolu güzel kumsallar vardır. Bu tesisler Dubai'yi Mısır'dan sonra Ortadoğu'nun ikinci en önemli turizm bölgesi yapmıştır. Bununla beraber yıl boyunca tatil yapılabilen Dubai mükemmel iklim koşullarına sahiptir ve yılın her dönemi güneşle kutsanmıştır¹⁰⁸.

Kenti ilgi çekici kılan bir diğer şey ise geniş alışveriş olanaklarıdır. Dubai ünlü müşterilerin alışveriş cennetidir. Dünyanın pek çok ünlü markası kentin şık alışveriş merkezlerinde temsil edilmektedir. Sheikh Zayed Road'da yer alan Burj Dubai kompleksinde 836.000 m²'lik alana yayılan Dubai Mall ile Dubailand'da bulunan aynı büyüklükteki Mall Of Arabia “dünyanın en büyük alışveriş merkezi” unvanı için rekabet etmektedir¹⁰⁹.

Dubai'nin 2007 Dünya Turizm Ödülleri'nde; dünya'nın en iyi plajı (Le Royal Meridian Resort&Spa), en iyi kongre merkezi (Dubai World Trade Center), ailelere yönelik en iyi plaj (Madinat Jumeirah), en iyi otel (Burj Al Arab), en iyi apart otel (Grosnevor House), en iyi oteller zinciri (Jumeirah) ve en iyi turizm yatırım şirketi (Nakheel) gibi 7 farklı kategoride ödül alması yapılan yatırımların başarılı olduğunu göstermektedir¹¹⁰.

¹⁰⁸ Jones, s. 9

¹⁰⁹ a.g.e., s.10

¹¹⁰ a.g.e., s. 25

3.1.1. Tatil Turizmi

İnsanların boş zamanlarını ya da tatillerini geçirecek yerleri değerlendirirken eğlenme, dinlenme, bedensel ve ruhsal açıdan rahatlama gibi pek çok şeye dikkat ettikleri görülmektedir. Bu açıdan rakiplerine oranla Dubai'nin farklı ve daha çok alternatif sunması Dubai'yi tercih edilme konusunda öne çıkarmaktadır.

Dubai'de, şehir turu, çöl turu, tekne turu ve helikopter turu gibi çeşitli gezi imkanları sunulmakta; çeşitli sportif etkinliklerde bulunulabileceği gibi izleyici olarak katılmaya imkan tanıyan pek çok spor türü bulunmaktadır. Ayrıca Dubai alışveriş, müzik, sanat ve eğlence hayatı bakımından da oldukça zengindir.

3.1.2. Kongre ve Toplantı Turizmi

Dubai, stratejik konumu gereği Avrupa, Asya ve Afrika'nın kesiştiği bir noktada bulunmasının yanı sıra yeterli sayıda otel ve iş merkezine sahip olmanın ve ulaşım olanaklarının elverişli olmasının avantajını çok iyi değerlendirmektedir. Her yıl yüzlerce saygın organizasyona ev sahipliği yapan Dubai, bu bakımdan en çok tercih edilen şehir olma özelliğini elinde bulundurmaktadır. Dubai büyük kongre ve toplantılar için elverişli ortamları sağlarken; alışveriş, şehir turu, çöl aktiviteleri gibi pek çok alternatifi beraberinde sunarak kongre turizmindeki yerini geliştirerek, bu alandaki liderliğini korumayı hedeflemektedir¹¹¹.

3.1.3. Kuş Gözlemciliği Turizmi

Birleşik Arap Emirlikleri Arabistan Yarımadası'nın birinci kuş izleme merkezidir. Ülkenin göçmen kuşların geçiş yolları üzerinde bulunması, Avrupa'da ya da Ortadoğu'da bulunmayan kuşları görme imkanı verir. 400'den fazla farklı kuş türüne ev sahipliği yapan Khor Dubai bölgenin en büyük doğal kuş parkıdır. Bu park yılın her döneminde kuş gözlemcisi ve fotoğraf meraklısı yüzlerce turisti kendine çekmektedir¹¹².

¹¹¹DUBAITOURISM, <http://www.dubaitourism.ae/Portals/0/Brochures/LowResolutionPDFs/Conferences%20and%20Exhibitions.pdf>, Erişim Tarihi: 02.02.2010

¹¹²DUBAITOURISM, <http://www.dubaitourism.ae/Portals/0/Brochures/LowResolutionPDFs/Conferences%20and%20Exhibitions.pdf>, Erişim Tarihi: 02.02.2010

3.1.4. Sağlık Turizmi

Dubai’de gelişen bir diğer turizm türü de sağlık turizmidir. Sağlık turizminin son yıllarda tüm dünya da potansiyelinin artmasıyla birlikte; Dubai’de bulunan lüks oteller kaplıca tesisleri ve sıcak su ve masajla rahatlatma olarak bilinen SPA (Sanitas Per Aquam) hizmetlerini bünyelerine almakta ve şehri sağlık turizmi açısından da tercih sebebi yapmayı hedeflemektedirler¹¹³.

3.1.5. Spor Turizmi

Spor aktivitelerini tüm yıla yaygın Dubai, spor turizmi bakımından çok ileri bir seviyeye ulaşmış ve Ortadoğu’nun spor başkenti olarak anılmaya başlamıştır. Dünya’nın en yüksek ödüllü at yarışı olan Dubai Dünya Kupası, ünlü tenisçilerin katıldığı Dubai Açık ve uluslararası powerboat, yelken ve kitesurf yarışlarıyla birçok katılımcı ve sporsever turisti Dubai’ye çekmektedir¹¹⁴. Düzenlenen organizasyonların yanı sıra Dubai, deniz kıyısında bulunmanın avantajını da çok iyi değerlendirmekte, başta yüzme olmak üzere pek çok su sporuna imkan sağlamaktadır. Kıyılarında bulundurduğu su altı dalış alanlarıyla da dalış turizmini geliştirmeyi amaçlamaktadır¹¹⁵.

Günümüzde golf sporunun ayrı bir turizm türü olarak gelişme göstermeye başlaması ve yüksek gelir sahibi kişilerin bu sporla ilgilenmesi, Dubai Hükümetinin bu alanda çalışmalar yapmasını sağlamıştır. PGA’nın (Professional Golfers Association) Avrupa takviminde yer alan Dubai Çöl Klasifiği, her yıl şubat-mart aylarında düzenlenmekte, dünyanın en ünlü golfçüleri ve izleyicilerin katılımıyla, Dubai bu alanda dünyanın ve Ortadoğu’nun önemli golf merkezlerinden biri olmayı hedeflemektedir. Dubai, özellikle elit bir ortamda golf oynamak isteyen zenginler için sunduğu olanaklar itibarıyla ideal bir merkezdir. Şehrin merkezinde ve şehrin dışında,

¹¹³ DUBAITOURISM, <http://www.dubaitourism.ae/Portals/0/Brochures/LowResolutionPDFs/Spa.pdf>, Erişim Tarihi: 23.01.2010

¹¹⁴ DUBAITOURISM, <http://www.dubaitourism.ae/Portals/0/Brochures/LowResolutionPDFs/Festivals%20and%20Events.pdf>, Erişim Tarihi: 23.01.2010

¹¹⁵ DUBAITOURISM, <http://www.dubaitourism.ae/Portals/0/Brochures/LowResolutionPDFs/Watersports.pdf>, Erişim Tarihi: 23.01.2010

Çöl gibi doğal bir ortamda, birçok golf kursu bulunmakta ve çeşitli zamanlarda ünlü golf oyuncularının da katıldığı golf turnuvaları düzenlenmektedir.¹¹⁶

3.1.6. Çöl Turizmi

Dubai'nin coğrafi olarak çölden oluşması sebebiyle, Dubai hükümeti bu alanları da turizme kazandırmak, çöl turizmini geliştirmek amacıyla, "Dubai öl Koruma Birimi" kurmuştu ve bu birimin önderliğinde vahşi hayatın bölgede yeniden ulaşmasını sağlamak için; Amerika'nın Arizona Eyaleti'nden birçok vahşi çöl hayvanı bu bölgeye taşımıştır. Vahşi hayatın yeniden oluşmaya başlamasıyla bu alanlarda turizm hareketleri başlamış, 4x4'lerle çöl safarileri, çölde at ve deve turları düzenlenmeye başlanmıştır¹¹⁷.

3.2. Önemli Turistik Mekanlar

Dubai'de turistik açıdan önem taşıyan pek çok mekan ve turizmin gelişmesini sağlayacak yapım ve plan aşamasında olan birden fazla proje bulunmaktadır. Dubai'nin son yıllarda turizm alanında atılım yapmasında, dünyadan pek çok yatırımı ve turisti kendine çekmesinde, bu mekan ve projelerin önemi büyüktür.

3.2.1. Burj Al-Arab

7 yıldızla tescillenmiş, dünyanın en lüks oteli olan Burj Al-Arab'da normal standartlarda oda bulunmamakta ve tamamen zengin kesime hitap etmektedir. Kıyıdan açıkta yapay bir ada üstüne inşa edilen otel 321 metre yüksekliğiyle dünyanın en yüksek otellerindedir. 1999 yılında hizmete açılan otel, denizde yüzen yelkenli şeklindeki mimarisıyla Dubai'nin simgesi olmuştur¹¹⁸.

¹¹⁶ DUBAITOURISM, <http://www.dubaitourism.ae/Portals/0/Brochures/LowResolutionPDFs/Golf.pdf>,

Erişim Tarihi: 23.01.2010

¹¹⁷ DUBAITOURISM, <http://www.dubaitourism.ae/Portals/0/Brochures/LowResolutionPDFs/Deserts.pdf>,

Erişim Tarihi: 24.01.2010

¹¹⁸ Güzel, s.127-128

3.2.2. The World

Kıyıya yaklaşık dört kilometre açıktaki 300 kadar küçük yapay takım adadan oluşan yapı, kuş bakışı olarak Dünya'yı temsil etmektedir. Büyüklükleri 23 dönüm ile 84 dönüm arasında değişen her ada bir ülkeyi, bölgeyi ya da kıtayı temsil etmektedir. Dubai sahilinin uzunluğunu yaklaşık iki kattan fazla artıran Dünya Takımadaları, aynı zamanda beyaz kuma sahip plajlarıyla da dünyanın önde gelen plajlarından olmayı hedeflemektedir. Dünya'da tek olan, bu büyük projenin toplam maliyetinin 7.5 milyar doları geçmesi beklenmektedir¹¹⁹.

3.2.3. Palmiye Adaları

Palmiye Adaları, Dubai sahilinde inşa edilen; palmiye ağacı şeklinde Jumeirah, Jebel Ali ve Deira isimli üç büyük yapay adadan oluşmaktadır. Adalar tamamlandığında, adalar üzerinde lüks konut ve oteller inşa edilip Dubai turizmine kazandırılması amaçlanmaktadır¹²⁰.

3.2.4. Dubai İnternet City

Dubai Emirligi tarafından kurulmuş olan Dubai İnternet City, Ortadoğu'nun en büyük teknoparkı olmakla birlikte; dünyadaki bilişim ve enformasyon alanlarındaki bütün önemli şirketlerin yatırımlarını çekmektedir¹²¹.

3.2.5. Dubai Altın Çarşısı

Dubai Altın Çarşısı dünyanın en büyük külçe altın merkezlerinden biridir. Bünyesinde 700 dükkan bulunduran Dubai Altın Çarşısı; bu alanda dünya üzerindeki en ucuz pazardır. Yıl boyunca turist çekim merkezi olan çarşı özellikle ocak ayı içinde düzenlenen Dubai Alışveriş Festivali sırasında çok kalabalık olur.¹²²

¹¹⁹ United Arab Emirates yearbook : 2005, Abu Dhabi, Trident Press Ltd, 2005, s. 162

¹²⁰ Güzel, s.132-133

¹²¹ a.g.e., s.130

¹²² Jones, s.40

3.2.6. Ski Dubai

Ski Dubai, Ortadoğu'nun ilk kapalı kayak merkezidir. Kayak ve kış sporları ile vakit geçirmek isteyen pek ve özellikle yakın bölgedeki Arap ülkelerinden pek çok turisti kendine çekmektedir¹²³.

3.2.7. Dubailand

278 km² alana kurulu olan Dubailand; içerisinde otel, park, kültür, spor ve alışveriş merkezlerini barındıran, tatil, eğlence ve turizm merkezi olarak planlanmakta ve Aralık 2010'da faaliyete geçmesi beklenmektedir.

Dubailand, farklı iş kollarının içinde yer aldığı, ekonominin gücüne ve devamlılığına katkı sağlayıp; 2015'e kadar ziyaretçi sayısını 15 milyona çıkarmayı hedeflemekte ve Dünya üzerinde Dubailand markası yaratmayı amaçlamaktadır¹²⁴.

3.3. Etkinlik Ve Festivaller

Dubai etkinlik ve festival bakımından çok zengindir. Spor, sanat, din ve alışveriş gibi farklı kategorilerde düzenlenen bu festival ve etkinlikler, hem yıl boyunca kente pek çok turist gelmesini hem de kentte bulunan turistlerin mümkün olduğunca eğlenceli vakit geçirmelerini sağlamaktadır. Turizm faaliyetinin her dönemde sürmesi ve iklimin olumsuz etkilerini engellemek için bu festival ve etkinlikler yılın tamamına yayılmıştır.

Dubai'de ocak ayı içinde düzenlenen alışveriş festivalinde 2 milyondan fazla ziyaretçi gelmektedir. Şubat-Mart döneminde düzenlenen Dubai Çöl Klasiği Golf Turnuvası ve Dubai Açık Tenis Turnuvası için de birçok sporsever kenti ziyaret etmektedir. Bunlar dışında mart-nisan döneminde gerçekleşen, dünyanın en yüksek ödüllü at yarışı Dubai Dünya kupası ve yaz aylarında düzenlenen Dubai Yaz Sürprizleri de kente turist çeken diğer önemli organizasyonlardır.

¹²³ SKIDXB, <http://www.skidxb.com/about-ski-dubai/about-us.aspx>, Erişim Tarihi: 15.03.2010

¹²⁴ DUBAILAND, http://www.dubailand.ae/strategy_objectives.html, Erişim Tarihi: 23.02.2010

Düzenlenen bu etkinliklerin bir kısmı Dubai hükümeti tarafından finanse edilmekle beraber, çeşitli firma ve kuruluşlar tarafından düzenlenen organizasyonlar da mümkün olduğunca desteklenmektedir¹²⁵.

3.4. Dubai Hükümeti Turizm ve Ticaret Departmanı

Dubai turizm ve ticaret departmanı, DTCM: (a) Dubai'nin uluslararası ticari reklamı açısından, önceki ticaret ve turizm bölümünün sorumluluklarının yerini almak amacıyla, (b) Emirliklerin içinde turizm sektöründe planlama, yönetim ve gelişim alanında birincil otorite rolünü üstlenmek amacıyla, 1997 yılı "kanun 1" altında kuruldu.

DTCM'nin yöneticisi, turizmin gelişmesine çok fazla önem veren, Birleşik Arap Emirlikleri başbakanı ve Dubai Emiri Şeyh Mohammed bin Rashid Al-Maktoum'dur. Genel yöneticisi ise, Khalid A. Bin Sulayem'dir.

Pazarlama sorumluluklarını yerine getirirken, DTCM uluslar arası reklamları ve toplum hizmetlerini içe içe ve ortak bir program içerisinde planlar. Bu plan fuar katılımlarını, ürün tanıtımlarını, pazarlama ziyaretlerini, sunumları, VIP ve yönetsel görevleri, dostluk ziyaretlerini, reklam faaliyetlerini, broşür basım ve dağıtım faaliyetlerini, medya ilişkilerini kapsar.

Dubai'deki baş ofisin yanı sıra, DTCM'nin 18 denizaşırı ülkede ofisi vardır. Bu ofisler; New York (USA), Londra (İngiltere ve İrlanda), Paris (Fransa), Frankfurt (Almanya), Stockholm (İskandinavya Bölgesi), Milano (İtalya), Moskova (Rusya Federasyonu, Baltık Ülkeleri ve CIS Ülkeleri), Sydney (Avustralya), Johannesburg (Güney Afrika), Mumbai (Hindistan), Çin (Pekin, Shanghai ve Guangzhou), Hong Kong (Uzakdoğu), Tokyo (Japonya), Suudi Arabistan (Jeddah ve Riyad) ve Zurich (İsviçre ve Avusturya)'da bulunmaktadır.

Dubai'deki yönetsel sorumluluklarını üstlenirken DTCM; otel, apart otel, tur operatörlerini, turizm şirketlerini ve acenteleri lisanslandırır. Yönetsel alanları ise

¹²⁵ DUBAI, <http://www.dubai.com/v/festivals/>, Erişim Tarihi: 23.12.2009

ayrıca; turistik, arkeolojik ve kültürel miras olarak nitelendirilmekte, bölgenin korunması ve turizm konferansları düzenlenmektedir. Dubai'nin turizm önerilerinin geliştirilmesinin bir parçası olarak DTCM Mart 2001'de 3.300 m² büyüklüğünde Dubai gezi terminalini kurdu. Bunun amacı, Emirlikleri uluslararası gezi turizminde Ortadoğu'nun merkezi haline getirmektir. Mayıs 2002'de, DTCM önemli etkinlikleri Dubai'ye çekmek için emirlikler adına her türlü uluslararası bağlantıları kurması için Dubai Kongre Bürosu'nu (Dubai Convention Bureau) kurdu. DCB ayrıca toplantı, kongre, fuar, turizm geliştirmede kullanılacak teminatlar gibi Dubai ile ilgili geniş çaplı reklamsal faaliyetleri yürütür. Hem Dubai'yi ziyaret eden sayısını artırmak hem de ziyaretçilere yüksek kalitede deneyimler yaşatmanın önemli stratejilerinden biri de özel turizm sektör eğitimleridir. Hali hazırda var olan potansiyel turizm çalışanları kritik rolleri oynayan önemli üyelerdir. DTCM, ilgili turizm partnerleriyle beraber, bütün iş gücünü eğitime yoluna gitti ve bu sayede iş gücü sürekli gelişen sektörde daha kalifiye ve rekabetçi hale geldi.

DTCM, Dubai turizminin Dünya çapında gelişiminin her anlamda ve alanda ehil insanlarla devamlılığını sağlamanın bir parçası olarak gezi, turizm ve misafirperverlik için eğitim programları geliştirdi. DTCM Turizm ve Misafirperverlik Eğitim Programı; üniversiteler ve kolejler tarafından sağlanan diğer eğitimlerden farklıdır. Çünkü program sektörün eğitimi için her anlamda en iyi materyalleri kullanır ve eğitimin her aşamasında sektörle paralel bir yol izler.

DTCM ayrıca kendini adanmış ve yetenekli iş gücü kullanarak Dubai'de "Emirsitation" başlattı. Turizm ve misafirperverlik kariyer odaklı yeni jenerasyon için geleneksel olarak birincil tercih değildi fakat; DTCM'nin başlattığı "Emirsitation" sayesinde turizm sektörünün yeni jenerasyon genç insanlara sunduğu fırsatlar ön plana çıkarıldı¹²⁶.

Dubai Hükümeti Ticaret ve Turizm Departmanı'nın bu bağlamdaki hedefine ve buna ulaşırken uygulayacağı politikalara bakacak olursak:

¹²⁶DUBAITOURISM, <http://www.dubaitourism.ae/AboutDTCM/DTCMProfile/tabid/118/language/en-US/Default.aspx>, Erişim Tarihi: 21.01.2010

Vizyon; Dubai'yi dünyanın önde gelen ticaret ve turizm merkezlerinden biri yapmak.

Misyon; Dubai ekonomisinin güçlenmesi için;

Sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi,

Dubai ticaret ve turizmi için yenilikçi ve uygun promosyonlar üretilmesi,

Yatırımcılar ile kurulan ortaklıkların geliştirilmesi.

3.5. Turizmin Dubai Ekonomisine Katkısı

Turizmi, Dubai'nin bulunduğu körfez bölgesi bakımından incelediğimizde, turizmin çok eski bir faaliyet olduğunu söylemeyiz. Zira bu bölgenin turistleri çekecek zengilikte doğal güzelliklere sahip olmadığını söylemek yanlış olmaz.

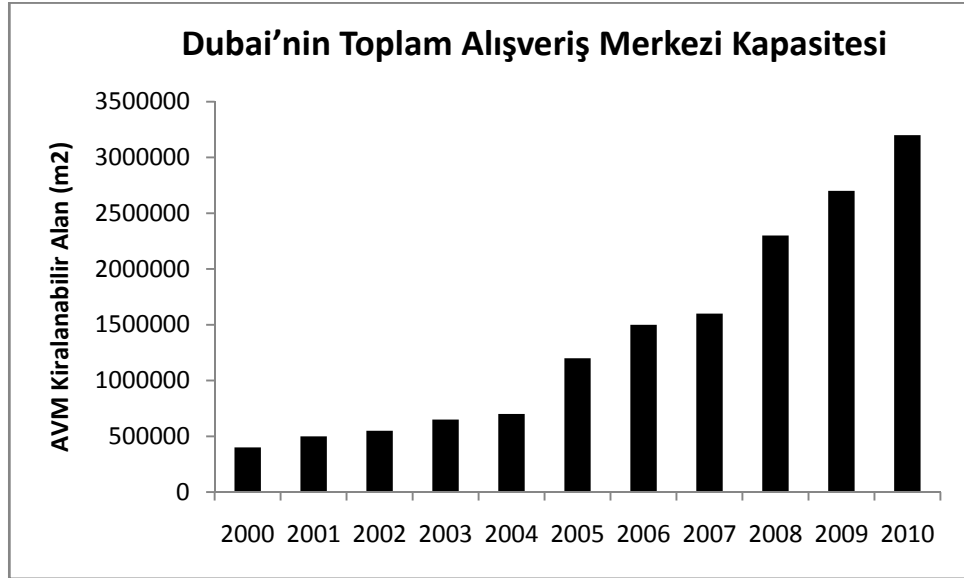
Ancak Dubai hükümeti bu konuda bulunduğu bölgedeki diğer ülkelerden çok farklı bir strateji izlemiştir. Petrol, petrol ürünleri ve doğalgazdan elde ettiği geliri alt yapı ve şehirleşmeye harcamış ve turizmi geliştirmek için yeni yatırımlar yapmaya başlamıştır. Bu hamleyle amaçlanan, Dubai'yi sadece petrol ekonomisine bağımlı olmaktan kurtarıp, petrole alternatif güçlü bir sektör oluşturmaktır. Böylece gelecekte petrol rezervlerinin tükenmesi durumunda, ekonominin tamamen durmasının ve olası bir sosyal bunalımın önüne geçilmiş olacaktır.

Dubai'de turizm sektörünün gelişmesiyle beraber alışveriş merkezlerinin sayısındaki artış da dikkat çekicidir. Turizmin gelişmeye başladığı 2000'li yılların başında Dubai'deki alışveriş merkezlerinin toplam kiralanabilir alanı 500.00 m² yakın iken, bu alan 2010 yılında 3.500.000 m² ye yaklaşmış, 10 yıl gibi kısa bir sürede yaklaşık 7 kat artmıştır. Dubai'nin özellikle perakende sektörünü gelişmesi için göstermiş olduğu çaba bu alanda sonuçlarını vermiş; gerek hükümet gerekse sivil kuruluşların düzenlemiş olduğu etkinlik ve festivaller sayesinde Dubai turizmciler için alışveriş merkezi olarak anılmaya başlamıştır. Dünyanın her yerinden yüzlerce turist yılın her döneminde Dubai'nin serbest bölgelerindeki vergisiz alışveriş imkanından

faydalanmak için ve alışveriş merkezlerinde bulabileceği marka ve ürün çeşitliliği bakımından Dubai'yi tercih etmektedir.

Grafik 4

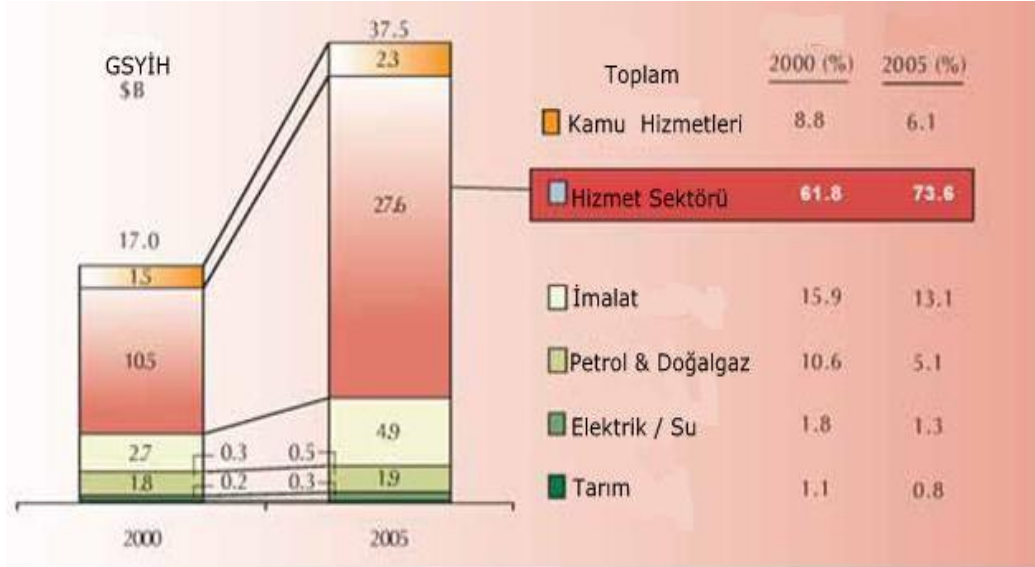
Dubai Alışveriş Merkezi Kapasitesi



Kaynak: http://www.economywatch.com/world_economy/dubai/industry-sector-industries.html, Erişim Tarihi: 18.03.2010

Bu dönem içinde Dubai ekonomisi içinde aktif rol oynayan sektörleri, GSYİH'ya yapmış olduğu katkılar açısından incelediğimizde ise; bütün sektörlerin katkılarını artırdığını; fakat sadece hizmet sektörünün GSYİH içindeki payını artırdığını görürüz.

Şekil 1
Sektörlere Göre GSYİH 2000-2005

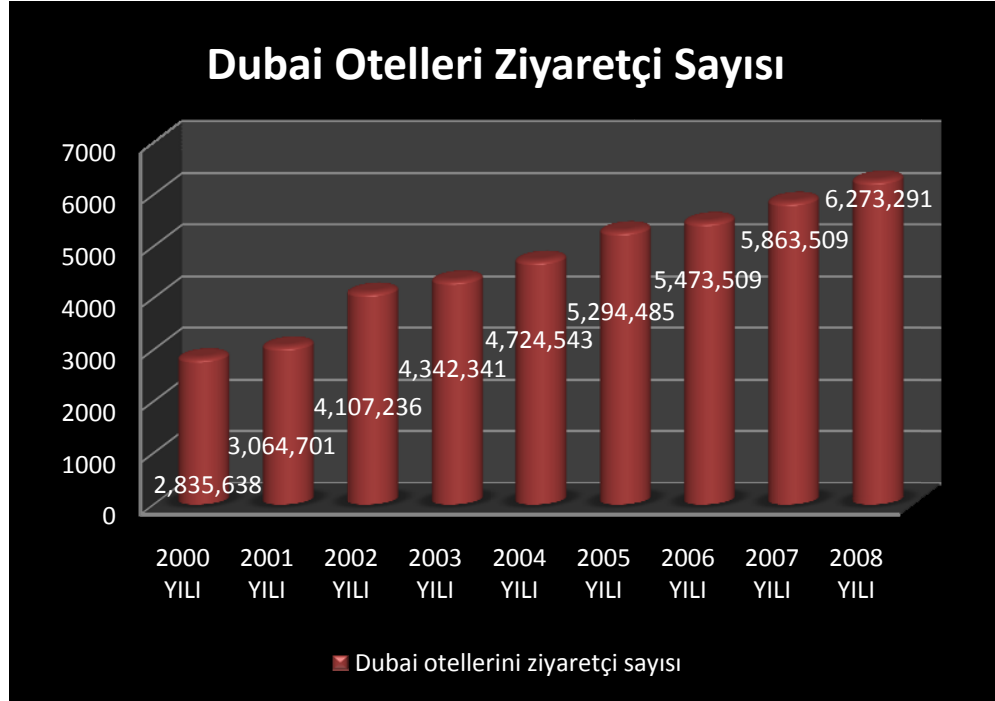


Kaynak: <http://egov.dubai.ae/opt/CMSContent/Active/CORP/en/Documents/DSPE.pdf>, s. 19,
Erişim Tarihi: 23.01.2010

Şekilde de görüldüğü üzere, turizmin de içinde bulunduğu “hizmet sektörü”, 2000-2005 yılları arasında, ekonominin büyümesinde lokomotif sektör olmuş, ekonomik büyüme açısından kilit bir rol üstlenmiştir.

Hizmet sektörünün 2000 yılında toplam gelir içindeki payı %61.8 iken, 2005 yılında gelindiğinde ekonominin içindeki payını artırdığını ve %73.6 gibi bir paya ulaştığını görmekteyiz.

Grafik 5
Dubai Otelleri Ziyaretçi Sayıları



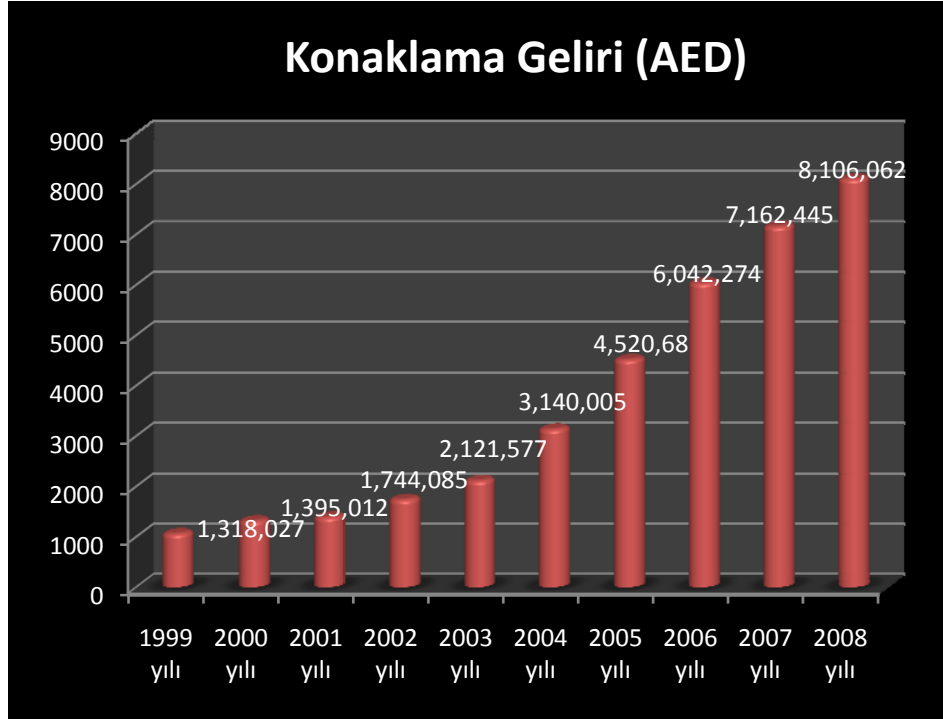
Kaynak: Department of Tourism and Commerce Marketing, 1999-2008 Hotel Statics Summary.pdf, s. 65

Grafikten de görüldüğü üzere Dubai otellerinde kalan ziyaretçilerin sayısı, 2000 yılından itibaren sürekli bir artış göstermiş ve 2008 yılında 6.273.291 'e ulaşmıştır.

2000 yılında Dubai otellerinde kalanların sayısının 2.835.638 olduğu göz önünde bulundurulduğunda, Dubai otellerinde kalan ziyaretçilerin sayısının 2008 yılına gelindiğinde yaklaşık 2.5 kat arttığını görmekteyiz.

Grafik 6

Dubai Otelleri Konaklama Gelirleri

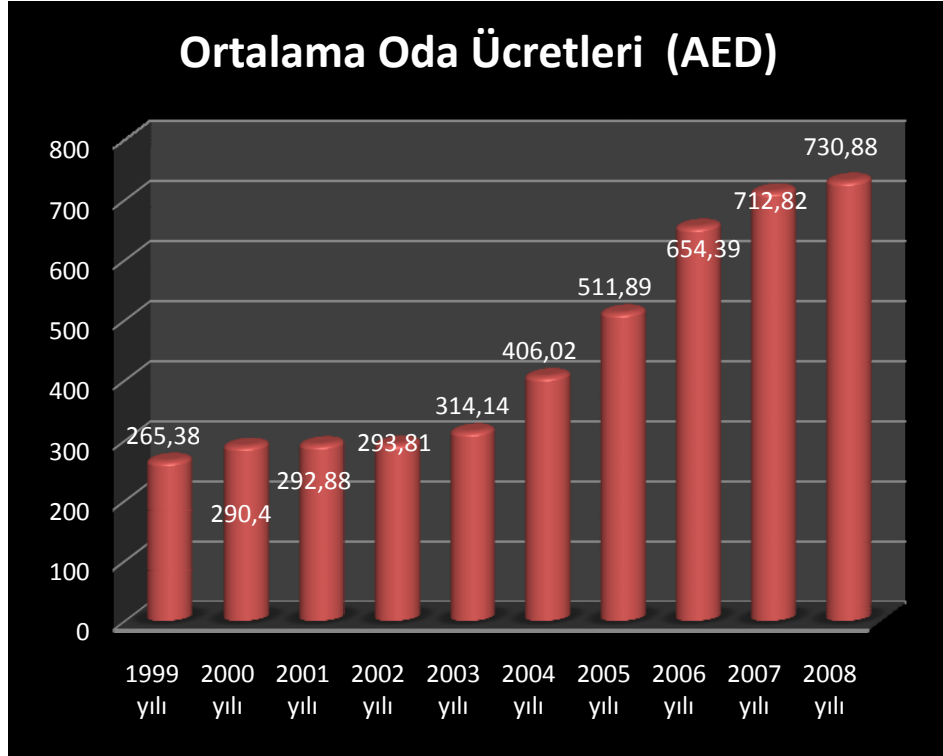


Kaynak: Department of Tourism and Commerce Marketing, 1999-2008 Hotel Statics Summary.pdf, s. 73

Grafikte de görüldüğü üzere 2000-2008 yılları arasında oda ücretlerinden elde ettiği gelirden sürekli ve hızlı bir artış vardır. 2000 yılında 1.318.027 AED olan gelir özellikle 2004 yılından sonra hızla bir yükselişe geçerek 2008 yılında 8.106.062 AED'ye ulaşmıştır. 2000-2008 yılları arasındaki farka baktığımızda 9 yıllık bu süre içerisinde oda ücretlerinden elde edilen gelirin 6 kattan fazla arttığını görmekteyiz.

Grafik 7

Dubai Otelleri Ortalama Oda Ücretleri

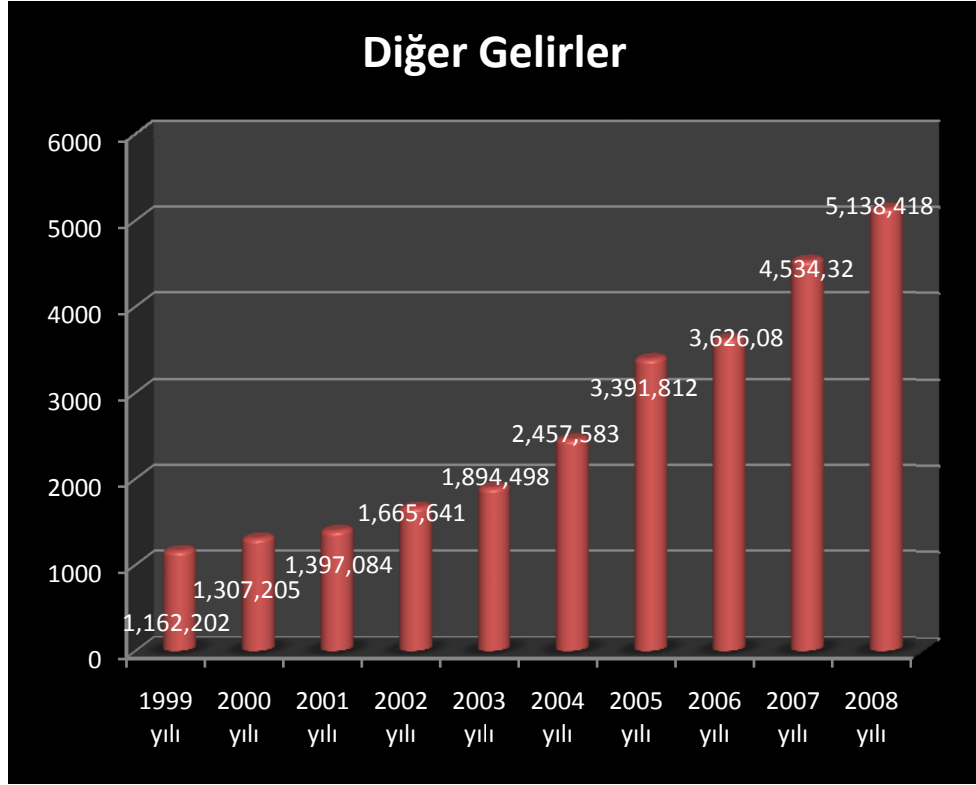


Kaynak: Department of Tourism and Commerce Marketing, 1999-2008 Hotel Statics Summary.pdf, s. 74

Grafikten de anlaşılacağı üzere ortalama oda ücretlerinde de sürekli bir artış yaşandığını görmekteyiz. 2000 yılında Dubai’de ortalama oda ücreti 290.4 dirhem’ken 2008 yılında bu rakamın 730.88 dirhem olduğunu görmekteyiz. Bu 2.5 katlık artışta Dubai turizminin giderek gelişmesinin, lüks otellerin sayısının ve bunlarda konaklayan turistlerin sayısının giderek artmasının önemi büyüktür.

Grafik 8

Dubai Otelleri Diğer Gelirler



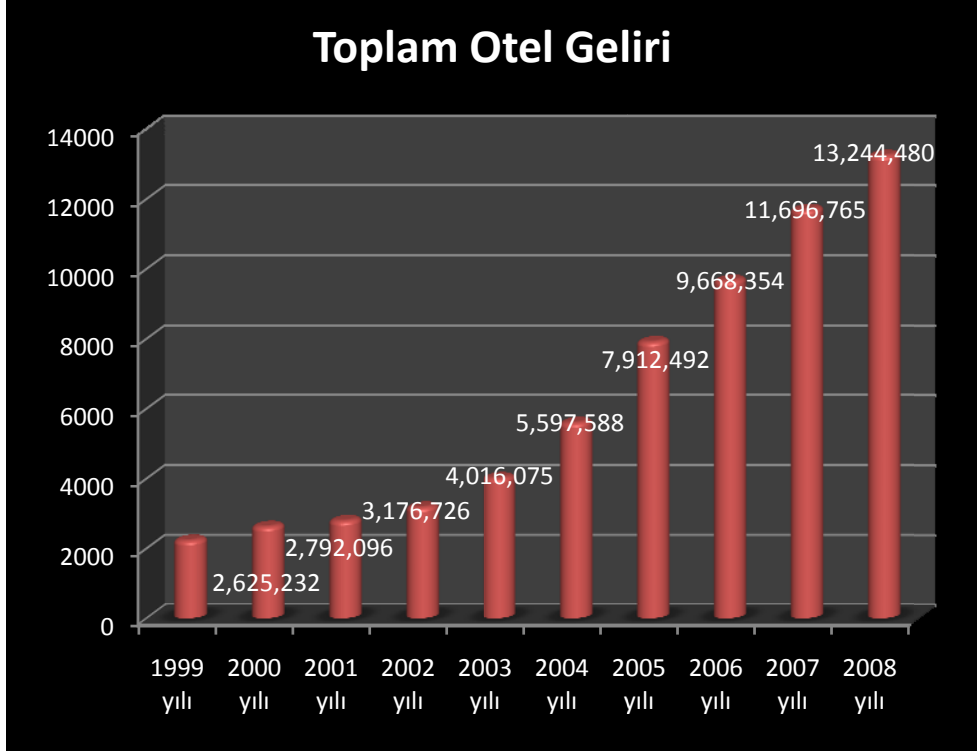
Kaynak: Department of Tourism and Commerce Marketing, 1999-2008 Hotel Statics Summary.pdf, s. 73

Otellerin oda ücretlerinden elde ettiği gelirlerin dışındaki diğer gelirlerine bakacak olursak, bu alanda da sürekli bir artışın yaşandığını görmekteyiz. Otellerin oda ücretlerinin yanında; otellerde bulunan bar ve gece kulüpleri, düzenlenen toplantı ve organizasyonlar, spor salonları, spa merkezleri, plajlar ve plajlarda verilen hizmetler gibi pek çok alandan da ciddi miktarda gelir elde ettiklerini görmekteyiz.

2000 yılında 1.307.205 milyon AED olan gelirin, bu 9 yıl içinde yaklaşık 4 katına çıktığını ve 2008 yılında 5.138.418 milyon AED'ye ulaştığını görüyoruz.

Grafik 9

Dubai Otelleri Toplam Geliri



Kaynak: Department of Tourism and Commerce Marketing, 1999-2008 Hotel Statics Summary.pdf, s.74

Otellerin konaklamalardan elde ettiği gelir ve bunun dışındaki faaliyetlerden elde ettikleri gelir toplamlarına baktığımızda, Dubai’de otellerin ekonomiye yaptıkları katkının yüksek bir hızla arttığını görmekteyiz.

Otellerin 2000 yılında ekonomiye sağlamış olduğu katkı 2000 yılında 2.625.232 AED’yken, bu rakamın 2008 yılında 13.244.480 AED’ye çıkarak 5 kat arttığını görmekteyiz.

Tablo 4
Gelen Turistlerin Aylara Göre Dağılımı
2000-2008

Ay	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Ocak	230,813	247,139	311,411	423,452	386,53	441,332	449,08	479,18	472,394
Şubat	230,506	261,506	335,044	381,812	412,824	431,736	472,297	500,334	526,137
Mart	273,282	290,932	366,496	295,26	409,719	474,587	500,522	503,571	563,316
Nisan	248,262	242,688	330,634	321,711	388,019	434,584	441,454	471,553	629,733
Mayıs	214,946	245,573	338,973	379,253	370,409	434,228	419,54	449,196	467,611
Haziran	218,555	225,465	298,851	333,727	352,436	403,398	401,878	454,685	397,84
Temmuz	239,601	271,387	323,695	367,753	415,158	420,843	450,254	497,789	514,318
Ağustos	247,59	303,745	345,117	426,504	436,984	471,083	512,358	561,967	591,204
Eylül	22,021	244,524	352,362	356,888	390,612	470,484	434,9	418,924	391,607
Ekim	236,73	261,738	424,153	368,657	361,822	360,169	388,771	453,371	629,856
Kasım	251,764	227,791	266,226	296,635	385,809	463,403	492,565	560,389	549,455
Aralık	221,568	242,213	414,274	390,689	414,221	488,638	509,89	512,577	539,82
Toplam	2835,638	3064,701	4107,236	4342,341	4724,543	5294,485	5473,509	5863,509	6273,291

Kaynak: Department of Tourism and Commerce Marketing, 1999-2008 Hotel Statics Summary.pdf, s. 63

2000 ve 2008 yılları arasında Dubai'ye gelen turistlerin, Dubai'yi tercih ettikleri aylara baktığımızda, yıl içinde aylar arasında çok fark olmadığı görülmekle beraber, 2000 yılından 2008 yılına doğru geldikçe her geçen yılda gelen turist sayısının arttığını görmekteyiz.

Gelen turist sayısının mevsimlere göre düşüş göstermemesinde; yani ilk bölümde belirttiğimiz üzere “mevsimsellik etkisi” görülmemesinde, en büyük etken Dubai'nin mevsiminin değişkenlik göstermemesidir. Yıl içinde sıcaklık farkı fazla olmayan Dubai, bu avantajı iyi değerlendirmiş ve yılın her döneminde turist çekmeyi başarmıştır.

Bunun yanında Dubai'nin yılın tamamına yayılmış bir etkinlik ve festival takviminin bulunması, yılın her ayında şehirde mutlaka bir etkinlik/festival olmasını sağlamış, bu da eğlenceli vakit geçirmek isteyen ya da düzenlenen organizasyona katılmak isteyen turistlerin Dubai'yi tercih etmelerini sağlamıştır.

Tablo 5
Ziyaretçilerin Geldikleri Bölgelere Göre Sayıları
2000-2008

Bölge	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
BAE	192,957	207,884	280,223	311,756	266,548	265,072	257,562	297,883	343,879
Diğer Körfez Ülkeleri	602,539	669,382	833,114	836,715	858,53	975,414	819,31	783,143	645,342
Diğer Arap ülkeleri	292,107	299,565	429,328	447,684	412,709	457,96	483,074	476,246	474,67
Asya	634,908	667,028	923,676	1048,378	1039,574	1070,011	1174,661	1301,642	1466,685
Avustralasya-Pasifik	32,161	43	64,038	72,96	95,922	131,748	162,255	177,107	197,984
Afrika	134,708	179,11	260,802	254,971	257,065	305,392	356,032	377,402	406,231
Avrupa	839,633	881,094	1123,226	1182,916	1580,513	1767,901	1832,372	1981,72	2180,096
Amerika	106,625	117,638	192,829	186,961	213,682	320,987	388,243	468,366	558,404
TOPLAM	2835,638	3064,701	4107,236	4342,341	4724,543	5294,485	5473,509	5863,509	6273,291

Kaynak: Department of Tourism and Commerce Marketing, 1999-2008 Hotel Statics Summary.pdf, s. 64

Tabloda da görüldüğü üzere, bütün yıllar içinde Dubai'ye en çok tursit Avrupa Kıtası'ndan gelmektedir. Avrupa Kıtası'ndan Dubai'ye gelen turistlerin sayısı, bu yıllar içinde sürekli bir artış göstererek, 2008 yılında 2.180.096 kişiye ulaşarak, toplam turist sayısının içinde %34,8 gibi bir oranı yakalamıştır.

Asya bölgesinden gelenleri incelediğimizde ise; yıllar itibariyle genel olarak artış görülmektedir. Asya bölgesi oran bakımından, her yıl Avrupa'nın ardından Dubai'ye en çok turist gönderen ikinci bölge olmuş; 2008 yılında Asya bölgesinden gidenlerin sayısı, toplam turist sayısı içinde %23,4'e ulaşmıştır.

Diğer körfez ülkelerinin gönderdiği turist sayısı baktığımızda, turist sayısının bazı yıllarda artmasında rağmen, oran bakımından düştüğü görülmekte ve 2008 yılında toplam turist sayısı içindeki payı %10,3'e düşmektedir.

Bunların dışında Amerika ve Avustralasya-Pasifik bölgelerinden gelen turist sayılarında ve toplam turist sayısına oranlarında bir artış görülmekte; Birleşik Arap Emirlikleri içinden ve Afrika bölgesinden gelen turist sayılarında çok büyük farklılıklar gözlenmemektedir.

Tablo 6
Otel Türlerine Göre Ziyaretçi Sayıları
2000-2008

otel sınıfı	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
5 yıldızlı	888,474	1052,218	1522,733	1541,004	1815,361	1996,605	2137,515	2223,091	2546,763
4 yıldızlı	510,662	656,539	623,254	799,053	821,891	1007,038	1108,097	1440,133	1555,042
3 yıldızlı	574,607	502,945	833,848	890,941	943,099	952,913	876,771	832,401	860,501
2 yıldız	272,192	313,605	490,303	469,65	460,031	510,659	555,484	524,001	523,712
1 yıldızlı	190,671	222,184	285,39	402,499	454,436	600,965	643,687	744,439	732,461
listed	399,032	317,21	351,708	239,194	229,725	226,305	151,955	99,444	54,812
Toplam	2835,638	3064,701	4107,236	4342,341	4724,543	5294,485	5473,509	5863,509	6273,291

Kaynak: Department of Tourism and Commerce Marketing, 1999-2008 Hotel Statics Summary.pdf, s.65

Dubai'ye gelen ziyaretçilerin tercih ettiği otellere baktığımızda ise; turistlerin, her dönem içinde, konaklamalarında lüks otelleri tercih ettiğini görmekteyiz.

5 yıldız diye tabir edilen lüks otellerde kalanların sayısı 2000 yılından 2008 yılına kadar her yıl artış göstermiş, 2008 yılında 5 yıldızlı otellerde kalan turistlerin sayısı 2.546.763'e ulaşmıştır. Bu sayının 2008 yılı içindeki toplam turist sayısı içindeki oranına baktığımızda, %40 gibi yüksek bir oran oluşturduğunu görmekteyiz.

5 yıldızlı otellerin dışındaki otellerde de yıllar itibariyle bir artış meydana gelmekte; fakat ağırladıkları misafir oranı bakımından 5 yıldızlı otellerin çok gerisinde kaldıkları görülmektedir.

Dubai turizme yapmış olduğu yatırımların sonuçlarını uluslararası alanda almaya başlamış; 2007 yılında Dünya Ekonomik Forumu Birleşik Arap Emirlik'lerini, İspanya'nın ardından, Portekiz ve Japonya gibi turizm alanında gelişmiş ülkelerin

önünde, dünyanın en rekabetçi on sekizinci turizm destinasyonu olarak seçmiştir. Yine Bu forumda yapılan değerlendirmeler sonucunda Birleşik Arap Emirlikleri'nin Orta Doğudaki en önemli rakibi ise otuz ikinci sırada yer alan İsrail olmuştur¹²⁷.

Birleşik Arap Emirlikleri'nin 7 emirliğinden biri olan Dubai, Avustralya, Brezilya veya Hindistan gibi büyük ülkelere kıyasla çok daha fazla sayıda turist çekmektedir. Turizm; 2006 yılı itibariyle Dubai ekonomisinin dörtte birini teşkil etmiş ve toplamda 8 milyar dolar ciro üretmiştir. Emirliğin hedefi ise 2015 yılı itibarı ile 15 milyon turist ağırlamak ve ekonomiye 23 milyar dolar katkıda bulunmaktır.

Son olarak 2009 turizm verilerine baktığımızda, Dubai'nin turizmde çok büyük ilerleme kaydettiğini fakat hedeflemiş olduğu noktaya ulaşamadığını görmekteyiz. 1985 yılında Dubai'de sadece 42 otel toplamda 4.600 oda kapasitesi ile hizmet verirken¹²⁸; 2009 yılında Dubai'de turizm standartlarına uygun 352 otel toplamda 43.419 oda kapasitesi ve %70 doluluk oranıyla hizmet vermiştir. Ortalama oda ücreti 582 AED olup, 2009 yılında 6.105.813 kişi Dubai otellerinde konaklamış ve yaklaşık 3.5 milyar AED gelir bırakmıştır¹²⁹.

3.6. Diğer Ekonomik Etkiler

Turizmin bölgeler arası ekonomik gelişme üzerindeki etkisi üzere turizmin, yoğunlaştığı şehre ya da bölgeye; toplu taşıma, alt yapı hizmetleri, sosyal yaşam olanakları ve kültürel zenginlik gibi pek çok alanda katkı sağladığı görülmektedir. Bu bakımdan turizmin Dubai'ye çok büyük etkisinin olduğunu görmekteyiz. Bölgedeki diğer şehirlere kıyasla Dubai'nin daha fazla teknolojik imkana, alyapıya ve sosyal olanağa sahip olduğunu, özellikle Ortadoğu ülkelerinin baskıcı yaşam koşullarına göre daha rahat yaşam koşullarının geçerli olduğunu görürüz. Dubai diğer Ortadoğu ülkelerine nazaran kültürel açıdan daha zengin, daha kozmopolit bir görüntü çizmektedir.

¹²⁷ KRANE, Jim, **DUBAİ: The Story of ThenWorld's Fastest City**, Atlantic Books, London, 2009, s. 118

¹²⁸ a.g.e., s.117

¹²⁹ Dubai Statics Center,Hotels, Number of Guests and Room Occupany- Emirate Of Dubai 2009.pdf, s1

Turizmin Dubai ekonomisine yapmış olduğu etkileri inceleyecek olursak daha önce de belirtmiş olduğumuz gibi hem su, yol, elektrik, ulaşım gibi fiziksel alt yapısının hemde turist büroları, rehberler, turistik hizmetler, konaklama ve ağırlama gibi kurumsal alt yapısının gelişmiş olduğunu söyleyebiliriz. Turizmin gelişmesinin en büyük etkilerinden birini Dubai ulaşım alanında yaşamaktadır. Ortadoğu ile Uzakdoğu arasındaki en önemli liman olarak kabul edilen Dubai Uluslararası Havalimanı ve 2012’de eksiksiz olarak hayata geçirilmesi planlanan ve tamamlandığında dünyanın en uzun kesintisiz raylı sistemi olacak olan Dubai Metrosu turizmin ulaşım alanında Dubai’ye kazandırdığı olanaklardandır. Özellikle Dubai Metrosunun bölgedeki tek raylı sistem olması önemli bir ayrıntı olarak dikkat çekmektedir. Bunların dışında Dubai’nin bölgedeki en fazla alışveriş merkezine sahip olan şehir olması ve bölgede gece hayatının yaşandığı tek merkez olması, turizmin sosyal hayatı ne derece etkilediğini gözler önüne sermektedir¹³⁰.

Turizmin ekonomiye yapmış olduğu diğer katkılardan biri de yöresel faaliyetleri hizmet sektörüne katarak bu alanda yöre halkına yeni iş imkanları sunmasıdır. Dubai’de bunun örneğini doğanla avlanmak anlamına gelen ve yöresel kültürün bir ürünü olan ‘doğancılık’ta görürüz. Yöreğe özgü olan bu avlanma şekli özellikle diğer ortadoğu ülkelerinden gelen arap turistlerin yoğun ilgisini çekmekte ve çöl bedevilerinin hizmete sunduğu bir aktivite olarak karşımıza çıkmaktadır¹³¹.

Turizmin Dubai’ye yapmış olduğu katkılardan bir diğeri de, gelişmiş ülkelerden geri kalmasını önlemiş olması, bölgesel olarak gelişme farklılığını azaltması ve bulunduğu bölgede Dubai’yi gerek ekonomik bakımdan gerekse yaşam standartları bakımından öne çıkarmasıdır. Yani ekonomik olarak petrol dışında, sanayi, tarım, hayvancılık gibi alternatif bir geçim kaynağı olmayan Dubai, ekonomisini çeşitlendirerek petrol rezervlerinin tükenmesi durumunda ekonomisinin çökmesini engellemeyi ve petrole bağıllığı şimdiden azaltmayı hedeflemektedir.

Turizmin hızlı bir şekilde gelişmesinin sonuçlarından biri de toprak sorunudur. Dubai’nin dünya turizminde adını duyurmaya başlamasından sonra gayrimenkul

¹³⁰ Güzel, s. 97-99

¹³¹ Jones, s.

fiyatlarında bir artış meydana gelmiştir. Dubai'nin bulunduğu konum itibariyle çöllerle kaplı olması bu durumu daha da olumsuz etkilemiş, emlak ve arsa fiyatları aşırı bir şekilde yükselmiştir. Dubai'ye gelen turistlerin sayılarının her geçen yıl artması girişimcileri Dubai'ye yatırım yapmaya teşvik etmiş ve dünya çapında projeler hayata geçirilmeye başlanmış ve bunun sonucunda da şehir çöle ve denize doğru gelişmeye başlamıştır.

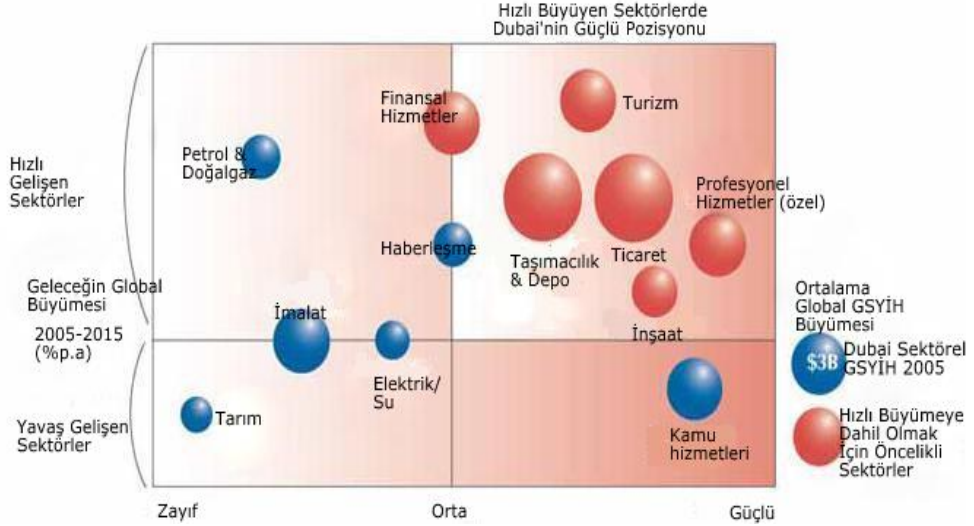
3.7. Dubai Hükümeti 2015 Stratejik Büyüme Planı

Dubai Hükümeti, geleceğin Dubai'sini kurmak için hazırlamış olduğu "2015 Stratejik Büyüme Planı"nda; şehrin gelişmesi, yaşanabilirliğinin ve refahın artması, büyümenin devam etmesi bazı konulara öncelik verilmiştir.

Dubai Hükümeti'nin öncelik verdiği konuların başında; ekonomik kalkınma, sosyal kalkınma, güvenlik ve adalet, altyapı, yaşanabilir alan ve çevre düzenlemeleri ve kamu hizmetleri gelmekte ve plan bu konulara dayanılarak 5 ayrı kısımda değerlendirilmektedir.

Şekil 2

Gelecekteki Küresel Büyüme Işığında Dubai'nin Sektörel Dayanımları



Kaynak: <http://egov.dubai.ae/opt/CMSContent/Active/CORP/en/Documents/DSPE.pdf>

s. 20, Erişim Tarihi: 23.01.2010

Şekilden de görüldüğü üzere, ekonomik gelişme açısından Dubai'nin uluslararası standartları yakalaması ve Dünya'yla uyumlu bir şekilde hızlı bir ekonomik büyüme sürecine girmesi zor değildir.

Tablodaki; finansal hizmetler, turizm, ticaret, taşımacılık, inşaat, profesyonel hizmetler gibi sektörlerin, dünya çapında "hızlı gelişen sektörler" olarak adlandırıldığını ve bu sektörlerin tamamında da Dubai'nin güçlü bir pozisyonda olduğunu görmekteyiz.

Bu doğrultuda Dubai Hükümeti, bu alanlardaki yatırımlarını hızlandırarak bu sektörlere önem vermeye başlamış ve stratejik büyümenin taşıyıcı sektörleri olarak bu sektörlere ağırlık vermeye başlamıştır.

Dubai Hükümeti, ekonomik büyümeyi temel hedef olarak belirlediği "2015 Stratejik Planı"nda, ekonominin gelişmesi için bazı sektörleri öncü sektör olarak belirlemiştir. Bu sektörler belirlenirken, sektörlerin bugünkü durumlarına ve uluslararası

rekabete açık olma durumlarına dikkat edilmiş; bu sektörlerin geliştirilmesi için uygun ortamların ve gerekli koşulların oluşturulması sağlanmaya çalışılmıştır.

Şekil 3

Stratejik Hedef



Kaynak: <http://egov.dubai.ae/opt/CMSContent/Active/CORP/en/Documents/DSPE.pdf>, s. 21, Erişim Tarihi: 23.01.2010

Ancak bu hedeflere ulaşırken; beşeri sermaye, verimlilik, bilim, teknoloji ve yenilikçilik, iş yapma ve geçim ücreti, yaşam kalitesi, ekonomi politikası ve kurumsal çerçeve, kanun ve yönetmelikler gibi bir takım kavramların göz ardı edilmemesi gerekmekte, gelişmelerin hızlı sonuç vermesi ve sürdürülebilir olması için bu kavramlar kıstas alınmaktadır.

SONUÇ

Turizm; kişilerin günlük hayatta yaşadıkları yer dışında başka bir yere; kendi özgür iradeleriyle karar verdikleri, eğlenme, dinlenme, aile ilişkisi, sağlık sorunu, gezi gibi nedenlerle; sürekli kalma, çalışma, ticari faaliyette bulunma, askerlik, eğitim gibi amaçları gütmeyen, seyahat etmeleridir.

Turizm, döviz girdisi ve istihdam sağlama gibi özellikleriyle ülke ekonomisine katkı sağlarken; toplumlar arası iletişimi ve işbirliğini geliştiren, toplumlar arasında kültür alışverişini sağlayan ve aynı zamanda toplumları bütünleştiren bir sosyal olgudur.

Dünya’da turizme olan ilginin giderek artmasının bir sonucu olarak, ülkelerin turizme daha fazla önem verdikleri ve daha fazla turist çekmek için rekabete girdikleri, yeni yatırımlar yaptıkları görülmektedir.

Arap Körfezi kıyısında ve Birleşik Arap Emirlikleri ülke sınırları içinde bulunan Dubai; 2009 verilerine göre 1.327.000’i erkek ve 395.000’i kadın olmak üzere toplamda 1.722.000 nüfusu ile ülkenin en kalabalık şehridir. Erkek nüfusunun kadın nüfusundan bu kadar fazla olmasının nedeni; şehirdaki yatırımlar sebebiyle, özellikle asya ülkelerinden çalışmak için gelen işçiler olduğu görülmektedir.

Şehrin coğrafi özelliklerinin turizme olan etkileri dikkate alındığında; Dubai’nin deniz kıyısında olmasının Dubai’nin en büyük artısı olduğu görülmektedir. Şehir, denizden ve şehrin zengin su sporları alternatiflerinden faydalanmak isteyen turistleri kendine çekmekte ve “deniz, kum, güneş” olarak özetlenen tatil turizmi için elverişli bir mekan olmaktadır. Kentin ikliminin her mevsim turizme uygun olması ise şehrin diğer bir avantajıdır. Topraklarının neredeyse tamamı çöl olan Dubai; olumsuz gibi görünen bu özelliğini “çöl turizmi” adı altında yeni bir turizm türü geliştirerek avantaja çevirmiş durumdadır.

Yılın her ayında Dubai’de, en az bir festival ya da etkinlik olması; sırf bu etkinlik ve festivallere katılmak isteyen milyonlarca insanın şehre gelmesini ve yılın her döneminde turistlerin Dubai’yi tercih etmelerini sağlamakta; bu da Dubai ekonomisine yılın her döneminde büyük bir katkı olmasını sağlamaktadır.

Turizm türleri açısından baktığımızda ise; yapılan yatırım ve çalışmalarla Dubai'nin turizm yelpazesinin geliştirildiğini görürüz. Kentte bir çok lüks alışveriş merkezinin ve lüks otelin bulunması, gece hayatının diğer ortadoğu ülkelerine göre hareketli olması, dinlenme, eğlenme ve gezme açısından bir çok alternatif sunması; kenti “Tatil Turizmi” açısından Dünya’da ve Ortadoğu’da çok önemli bir yere getirmiştir. Şehir büyük toplantı salonları ve kongre merkezleri ile “Kongre&Toplantı Turizmi”nde Dünya’da lider konumda bulunmakta ve bir çok uluslararası organizasyona ev sahipliği yapmaktadır. “Spor Turizmi” açısından; düzenlenen uluslararası turnuvalar, şehrin adının duyulmasında önemli rol oynamakta ve şehrin ekonomisine önemli katkı sağlamaktadır. Bunun yanında şehrin deniz kıyısında olması ve şehirde bir çok açık ve kapalı yüzme havuzunun bulunması, şehri su sporları açısından tam bir cennet yapmaktadır. Hatta Dubai bünyesinde bulundurduğu Ortadoğu’nun tek kapalı kayak merkezi ile kış sporlarından faydalanma imkanını da ziyaretçilerine sunmaktadır. Şehirde bulunan Khor Dubai Kuş Parkı, özel ilgi turizmi olan “Kuş Gözlemciliği Turizmi”nde de kentin faaliyet göstermesini sağlamakta, göçmen kuşların geçiş noktalarında bulunmanın avantajı ile kuş gözlemcilerini kente çekmektedir. Otellerin sunmuş olduğu spa hizmetleri ve kentte bulunan kaplıcalar ile kent “Sağlık Turizmi” alanında da hizmet vermekte, turistlere alternatif bir turizm türü daha sunmaktadır. Dubai’nin bulunduğu bölge bir çok medeniyetin kurulmuş olması ve şehrin bir liman kenti olmasından dolayı zaman zaman farklı devletlerin etkisi altına girmesi kenti “Tarih Turizmi” açısından önemli kılmaktadır. Dubai’de “Çöl Turizmi” adı altında çöller de turizm alanları içine dahil edilmiş, çölde lüks 4x4’lerle safari , at ya da develerle çöl gezintisi, kum kayağı gibi etkinliklerle yeni bir turizm türü oluşturmuştur. Özellikle yüksek gelire sahip insanlar tarafından tercih edilen bir spor türü olan golf de Dubai’de turizm türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Şehirde bulunan bir çok golf kursu, golf sahası ve düzenlenen uluslararası turnuvalar ile; Dubai bu sporu sevenler tarafından tercih edilen bir yer olmaktadır.

Bununla beraber Dubai’de bulunan serbest bölgede sunulan vergisiz alışveriş imkanı şehrin bu açıdan da ziyaret edilmesini sağlamakta; vergisiz alışveriş yapmak isteyenleri şehre çekmektedir.

Dubai’de bulunan görkemli yapıların ve lüks otellerin turizme olan katkısı da oldukça fazladır. Dünya’nın en yüksek binasının Dubai’de bulunması ve en yüksekteki otelin bu binada bulunması, yine dünyadaki ilk ve tek 7 yıldızlı kabul edilen otelinin burda olması gibi pek çok özellik turistler açısından merak uyandırmakta ve Dubai’nin tercih edilmesini sağlamaktadır.

Dubai’ye gelen turistlerin her yıl artması Dubai’de turizmin sürekli geliştiğini ve bu alanda yapılan yatırımların sonuç vermeye başladığını göstermektedir. Nüfusu 2 milyon olan bir şehrin bir sene içerisinde 6 milyondan fazla turisti ağırlaması, ve gelecek 5 yıl içerisinde bu rakamı 15 milyona yükseltmek istemesi turizm sektöründe ne kadar ilerlediğini göstermektedir.

2000 yılında petrol dışı gelirlerin toplam ekonomi içindeki payı %90 iken, 2008 yılına gelindiğinde bu payın %98’e çıktığı görülmektedir. Bu dönemde turizme yapılan yatırımların arttığı ve gelen turist sayısının da sürekli arttığı dikkate alındığında, turizmin bu artıştaki payının çok büyük olduğu görülmektedir.

Bu alanda yapılan yatırımlar ve beklentiler artarak devam etmektedir. Nisan 2010 ve Aralık 2013 tarihleri arasında, 37 tanesi 5 yıldızlı olmak üzere toplamda 52 otelin hizmete girecek olması Dubai’nin turizmden beklentisini gözler önüne sermektedir.

Dubai’ye 2010 yılı itibariyle 10 milyon turist gelmesi beklenmekte ve bu rakam 2015 yılı için 15 milyon olarak hedeflenmektedir.

Günümüzde “zaman” kavramının önemli olması; insanların tatil sürelerini, boş vakitlerini daha da önemli hale getirmektedir. Yoğun çalışma temposundan sıkılan insanlar boş vakitlerini değerlendirmek ya da tatillerini geçirmek için gidecekleri yerleri seçerken ulaşım olanakları, iklim koşulları, etkinlikler, kültürel organizasyonlar, konaklama, dinlenme, eğlenme gibi pek çok ayrıntıyı değerlendirmektedirler. Bu açıdan bakıldığında Dubai gelişmiş otelleri, ulaşım olanaklarının rahatlığı, şehirde sunulan imkanlar, kültürel aktiviteler ve turizm çeşitliliği ile ön plana çıkmakta ve her geçen gün daha fazla insanın ilgisini çekerek bu insanların Dubai’ye turist olarak gitmesini sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

Kitaplar

- AKAT, Ömer, **Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği**, Ekin Kitabevi, Bursa, 2000.
- ALKİN, Erdoğan, **İktisada Giriş**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın no: 1472, Eskişehir, 2004.
- AVCIKURT, Cevdet, **Turizm Sosyolojisi; Genel ve Yapısal Yaklaşım**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2007.
- AYMANKUY, Yusuf, **Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2003.
- BAHAR, Ozan-KOZAK, Metin, **Turizm Ekonomisi**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2006.
- BARUTÇUGİL, İsmet, **Turizm İşletmeciliği**, Beta Yayıncılık, İstanbul, 1989.
- CEYLAN, Ali – İPEKYÜZ, Ahmet, **Turizmin Türkiye ve Bursa Ekonomisindeki Yeri**, Bursa Ticaret ve Sanayii Odası Yayını, Yayın no:20, Bursa, 1985.
- ÇAKIR, Pembegül, **Türkiye'nin Turizm Gelirlerinin Ödemeler Dengesine Katkısının Analizi**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın no: 1119, Eskişehir, 1999.
- ÇEKEN, Hüseyin, **Küreselleşme, Yabancı Sermaye ve Türkiye Turizmi**, Değişim Yayınları, İstanbul, 2003.
- DİNÇER, Zeki, **Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm**, Filiz Kitabevi, 1993.
- DOĞANER, Suna, **Türkiye Turizm Coğrafyası**, Çantay Kitabevi, İstanbul, 2001.
- DURSUN, Davut, **Ortadoğu Neresi**, İnsan Yayınları, İnsan Yayınları, İstanbul, 1995.
- ERDOĞAN, Harun, **Uluslararası Turizm**, Uludağ Üniversitesi Yayını, Bursa, 1995.
- ERDOĞAN, Nazmiye, **Çevre ve (eko)turizm**, Erk Yayınları, Ankara, 2003.

ERKAL, Mustafa E., **101 Soru 101 Cevap Bölge Açısından Azgelişmişlik**, Der Yayınları, İstanbul, 1990.

GARNIER, Jacqueline Beaujeu , **Ortadoğu Ekonomisi**, Kitapçılık Tic. Ltd. Şti. Yay., İstanbul, 1967.

GÖKSAN, Ergun, **Turizmoloji**, Uğur Ofset Matbaası, İzmir, 1978.

GÜRKAN, Ömer, **İktisada Giriş**, Attila Kitabevi, Ankara, 1997.

GÜZEL, Uğur, **Dubai Şeyhleri**, Emre Yayınları, İstanbul, 2006.

HACIOĞLU, Necdet, **Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi**, Teksir, 1992.

HİGGİNS, Kevin, **The Emirates : Abu Dhabi, Dubai, Sharyah, Ras al-Khaimah, Fujairah, Umm al-Qaiwain, Ajman**, South Street : Garnet Publishing, 1995.

HUSSEIN, Azize Tunç –SAÇ, Firuzan, **Genel Turizm; Geçmişi – Geleceği**, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2008.

İÇÖZ, Orhan, **Turizm Ekonomisi**, Turhan Kitabevi, Ankara, 2005.

İÇÖZ, Orhan - KOZAK, Metin, **Turizm Ekonomisi**, Turhan Kitabevi, Ankara, 2002.

JONES, Matt, **Dubai**, Dost Yayınevi, Ankara, 2009.

KASAP, Arife Aycan –FAİZ, Gökçen, **Bir Endüstri Olarak Golf**, Sim Matbaacılık Ltd. Şti. Türkiye Golf Federasyonu Yayınları, Ankara, 2008.

KOZAK, Nazmi-AKDOĞAN, KOZAK Meryem- KOZAK Metin, **Genel Turizm İlkeler-Kavramlar**, Turhan Kitabevi, Ankara, 2000.

KRANE, Jim, **DUBAİ: The Story of ThenWorld's Fastest City**, Atlantic Books, London, 2009.

KÜÇÜKASLAN, Nazife, **Özel İlgi Turizmi**, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Ankara, 2007.

MALCOLM, C. Peck, **The United Arab Emirates : a venture in unity**, Westview Press ; London : Croom Helm, 1986.

OLALI, Hasan, Turizm Dersleri, **İzmir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi**, Turizm Enstitüsü Yayınları, No:2, İzmir,1965.

ORHON, Erol, **Turizmin Kalkınmadki Fonksiyonu**, Ankara, 1977.

OLALI, Hasan – TİMUR, Alp, **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık Şti, İzmir, 1988.

ÖZEY, Ramazan, **Dünya ve Ülkeler Coğrafyası**, Öz Eğitim Center Basım Yayım Dağıtım Ltd. Şti, İstanbul, 1999.

ÖZGÜÇ, Nazmiye, **Turizm Coğrafyası; Özellikler ve Bölgeler**, Çantay Kitabevi, İstanbul, 2007.

ÖZTAŞ, Kadir – KARABULUT, Tahsin, **Turizm Ekonomisi; Genel Turizm Bilgileri**, Nobel Yayın Dağıtım Ankara, 2006.

SOYAK, Alkan, **Türkiye'ye Yönelik Yabancı Turizmin İktisadi Etkileri**, Derin Yayınları, 2. Basım, İstanbul, 2009.

The U.A.E., The Department of Minisrty İnformation&Culture, Abu Dhabi, 1989.

TOSKAY, Tunca, **Turizm: Turizm Olayına Genel Yaklaşım**, Der Yayınları, İstanbul, 1983.

USTA, Öcal, **Genel Turizm**, Anadolu Matbaacılık, İzmir, 2001.

United Arab Emirates yearbook : 2005, Abu Dhabi, Trident Press Ltd, 2005.

YILMAZ, Devrim, **Genel Turizm:Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler**, Turhan Kitabevi, Ankara, 2007.

Ansiklopediler

Hürriyet Gazetesi, **Temel Britanica: Temel Eğitim ve Kültür ansiklopedisi**, Ana Yayıncılık A.Ş., İstanbul, 1992, 7. Cilt.

İnternet Kaynakları

DUBAI, <http://www.dubai.com/v/history/>, Erişim Tarihi: 12.01.2010

DUBAIDED, <http://www.dubaided.gov.ae/English/ecosrch/EcoHistDb/default.aspx> , Erişim Tarihi: 21.12.09

DUBAITOURISM, <http://www.dubaitourism.ae/AboutDTCM/DTCMProfile/tabid/118/language/en-US/Default.aspx>, Erişim Tarihi: 21.01.2010

DUBAITOURISM, <http://www.dubaitourism.ae/Portals/0/Brochures/LowResolutionPDFs/Conferences%20and%20Exhibitions.pdf>, Erişim Tarihi: 02.02.2010

DUBAIOTELLERİ, <http://www.dubaiotelleri.com/tursaglik.htm>, Erişim Tarihi: 21.02.2010

SKIDXB, <http://www.skidxb.com/about-ski-dubai/about-us.aspx>, Erişim Tarihi: 15.03.2010

DUBAILAND, http://www.dubailand.ae/strategy_objectives.html, Erişim Tarihi: 23.02.2010

DUBAİ, <http://www.dubai.com/v/festivals/>, Erişim Tarihi: 23.12.2009

DUBAI, <http://egov.dubai.ae/opt/CMSCContent/Active/CORP/en/Documents/DSPE.pdf>, s. 16, Erişim Tarihi: 23.01.2010

TCMB, http://www.tcmb.gov.tr/yeni/iletisimgm/odemeler_dengesi.htm, Erişim Tarihi: 13.01.2010

TEZ ONAYI

Marmara Üniversitesi Ortadoğu Araştırmaları Enstitüsü Ortadoğu İktisadi Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans öğrenimi gören 301100720070006 no. lu Mesrur YERSEL'in hazırladığı "Turizmin Dubai Ekonomisine Katkısı (2000 ve Sonrası)" konulu YÜKSEK LİSANS TEZİ ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI lısansüstü Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin 15. maddesi uyarınca 15.10.2010 Cuma günü saat 14.30'da yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonucunda adayın tezinin ..Kısa.. ne OYBİRLİĞİ/OYÇOKLUĞUYLA karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	KANAATI	İMZA
Yard. Doç. Dr. İ. Murat BOZKURT	Olumlu	İ. Murat Bozkurt
Prof. Dr. Tiğınçe OKTAR	Olumlu	Tiğınçe Oktar
Yard. Doç. Dr. Hamdi GENÇ	Olumlu	Hamdi Genç