

**BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİNİN GELİŞEN TURİZM ENDÜSTRİSİ  
KAPSAMINDA İHRACAT SEKTÖRLERİMİZE YÖNELİK  
ORTAYA ÇIKAN FIRSATLAR**

2006 yılı Uluslararası turizm gelirleri içinde Ortadoğu bölgesi 27 milyar ABD Doları ile %4'lük pay elde etmiştir. Anılan yılda bir önceki seneye göre %6'lık artış ile 40.7 milyon turist ağırlayan Ortadoğu bölgesinde, önümüzdeki 13 yıl zarfında 800 yeni otel açılması, 2020 yılında ise bölgeyi ziyaret edecek turist sayısının 170 milyona ulaşması beklenmektedir.

Körfez Bölgesinde halen devam eden toplam 273 milyar ABD Doları değerindeki Turizm yatırımları içinde Birleşik Arap Emirlikleri (BAE) %85'lik paya sahiptir. Bu kapsamda, BAE'de devam eden turizm yatırımları 558 milyon metrekarelik bir alana yayılmış olup, tüm Körfez bölgesindeki turizm amaçlı inşaat alanı dikkate alındığında genel toplam içinde BAE'nin payı %75'e tekabül etmektedir.

2018 yılına kadar tedrici olarak tamamlanması öngörülen turizm yatırımlarının %50'sine tekabül eden 122 milyar Dolarlık bölümü Dubai emirliğinde, 83 milyar Dolarlık bölümü ise Abu Dhabi emirliğinde gerçekleştirilecektir. 2006 senesinde 6.5 milyon turist ağırlayan Dubai emirliğinde faaliyette bulunan mevcut 415 otel ve geçici konaklama tesisine ait 40.000 adetlik yatak sayısının halihazırda devam eden yatırımlar neticesinde, 2008 yılında ilave edilecek 22.000 yatak ile 2015 yılı sonuna kadar 100.000 seviyesine yaklaşacağı tahmin edilmektedir.

Dubai emirliğindeki mevcut konaklama altyapısı itibariyle hizmet veren 300 otelden 150 adeti dört ve beş yıldızlı olup, üst sınıf konaklama tesislerine yönelik projeler dikkate alındığında; 2010 yılına kadar 77 yeni otelin ve 26,150 otel odasının devreye girmesi, 2015 yılında otel sayısının 431 adete ulaşması, turizm sektörünün ise 2017 yılına kadar 1.7 milyon kişilik ilave istihdam yaratması beklenmektedir. Dubai'deki otel sayısında, halen devam eden "Dubailand", "The World", "Palm Jumeriah" ve "The Waterfront" gibi mega yatırım projelerinin tamamlanmasıyla birlikte bir patlama yaşanacağı beklenmektedir.

Uluslararası transit merkezi konumundaki Dubai havalimanı, emirliğin turizm potansiyelinin de etkisiyle mevcut durum itibariyle yıllık 30 milyon yolcuya hizmet veren bir geçiş noktası haline gelmiştir. Bu rakamın, 2010 yılında 60 milyon yolcuya çıkacağı, bunlardan 15 milyonunun ise turist kategorisinde konaklama yapacağı hesap edilmektedir.

Dubai emirliğinde şu anda devam eden turizm, ağırlama hizmetleri, eğlence ve alışveriş merkezlerine yönelik inşaat projelerinin değeri 365 milyar ABD Doları olarak açıklanmaktadır. Petrol gelirleri Dubai'nin yıllık gayrisafi hasılası içinde sadece %5'lik bir yer tutarken, hizmetler sektörünün payı %74'dür.

Abu Dhabi Emirliği ise 2006 yılında bir önceki seneye göre %12 artışla turist sayısını 1.35 milyon kişiye çıkarmış, turizm geliri ise 2.37 milyar Dolar olmuştur. 2015 yılında 3 milyon üst gelir grubu turist ağırlamak üzere planlarını yapan Abu Dhabi Emirliğinin petrol dışı gelirlerinin %7.1'i turizm sektöründen gelmektedir.

Abu Dhabi Emirliği, özellikle üst gelir grubuna hitap edecek türde turizm altyapısını geliştirmek üzere geçtiğimiz dönemde önemli adımlar atmış ve başkent Abu Dhabi'nin çevresindeki adalarda turizm, eğlence merkezleri (Ferrari Theme Park) ve kültür turizmüne yönelik Louvre Abu Dhabi gibi dev ölçekli projelerin yapımını başlatmıştır.

Dubai Emirliği 30 milyon yolcu/yıl kapasiteli mevcut uluslararası havalimanını 4.5 milyar ABD Dolarlık yatırım ile genişletmek suretiyle 2020 yılında 70 milyon yolcuya çıkarmak üzere gerekli yapılanmayı sürdürmektedir. Bunun yanında, tamamlandığında dünyadaki en büyük havalimanı olacak Dubai Emirliğindeki Jebel Ali havalimanının yapım çalışmaları devam etmekte olup, 8.2 milyar Dolara mal olacak anılan havalimanının hizmet vermesiyle birlikte Dubai Emirliğindeki altyapı yıllık 120 milyon yolcu kapasitesine ulaşacaktır. Diğer taraftan, Abu Dhabi Uluslararası havalimanının mevcut yıllık 7 milyon yolcu kapasitesini 40 milyona çıkarmak üzere 6.8 milyar ABD Dolarlık bir proje başlatılmıştır.

Körfez Ülkeleri İşbirliği Konseyi üyesi ülkeler içinde yeni turizm yatırımlarından %75'lik pay alan BAE'de hızla gelişen turizm sektörünün ihtiyaçları paralelinde, bu büyük ölçekli girişimleri besleyecek biçimde inşaat malzemeleri, mobilya, ev tekstili ve endüstriyel mutfak malzemeleri gibi yan sektörler için de büyük iş olanakları ortaya çıkmaktadır.

2006 yılında Körfez Ülkeleri toplam 6.5 milyar ABD Doları tutarında mobilya ve aydınlatma malzemeleri, yer halıları, seramik kaplama ürünleri gibi diğer iç mekan tefrişatına yönelik malzeme ithalatı (re-eksport için yapılan ithalat dahil) yapmış olup, BAE % 48 pay ile anılan bölge ülkeleri arasında en yüksek hacimli ithalat gerçekleştirenidir.

BAE'de hızla genişleyen turizm konaklama tesislerindeki otel odası tefrişatına yönelik ev tekstili sektöründe ortaya çıkan imkanlar açısından, Çin Halk Cumhuriyeti ve Hindistan başta olmak üzere Asya kıtasındaki bellibaşlı tekstil merkezlerinin rekabet avantajlarını pazarlama kanalları oluşturma yoluyla geliştirme yönünde stratejileri göze çarpmaktadır.

Benzer durum, Pazar payları itibariyle İtalya (%30), ÇHC (%15), ABD (%7), İspanya (%4) ile Endonezya ve Malezya gibi Güneydoğu Asya ülkelerinin etkin olduğu mobilya sektöründe de mevcut olup, BAE'de şirket kurmak, acentalık veya distribütörlük vermek, ürün tanıtımına yönelik showrooamlar açmak suretiyle, anılan ülkelerin firmaları devam eden otel projeleri için yetkili müşavir firmalara tekliflerini vermekte, bir nevi ihale süreci çerçevesinde ürünlerini pazarlanmaktadır.

Diğer taraftan, bölgeyi ziyaret eden üst gelir grubuna mensup turistlerin öncelikleri arasında alışveriş turizmi de önemli yer tutmaktadır. Körfez Bölgesinde yapım ve proje aşamasındaki alışveriş merkezlerinin toplam değeri 65 milyar ABD Doları civarında olup, önümüzdeki beş yıllık dönem için piyasaya arz edilecek perakende alanı yıllık 4.2 milyon m<sup>2</sup>'dir. Tamamlanacak alışveriş merkezlerinin yaratacağı gelir senelik 110 milyar Dirhem olarak tahmin edilirken, bu rakam Bölge gayrisafi hasılasının %5.5'una tekabül etmektedir.

Birleşik Arap Emirlikleri, artan petrol gelirleri, re-eksport ağırlıklı ticareti ve turizmin de içinde bulunduğu dinamik hizmet sektörlerinin de etkisiyle hızla gelişen ekonomisi paralelinde uluslararası perakende yatırımları açısından da bir cazibe merkezi olma yolunda önemli gelişmelere sahne olmaktadır. Nitekim, dünyadaki yükselen piyasalar arasında yapılan sıralamada BAE ilk 20 pazar arasında yer alırken, düşük risk yapısı ve turizm cazibe merkezi olma yolundaki stratejisi uluslararası sermaye ve yatırımların çekilmesi açısından önemli rol oynamaktadır.

Gerçekten de, başta Dubai Emirligi olmak üzere bölgedeki büyük yerleşim merkezleri tarafından geleneksel hale getirilen uluslararası alışveriş festivalleri, üst gelir grubu turistlere hitap eden perakende piyasasının gelişmesini teşvik ederken, benzer biçimde uluslararası zincir mağazaların da alışveriş merkezlerinde mağazalar açmasını sağlamıştır. Büyük bölümü Batı Avrupa orijinli olan ve özellikle hazır giyim, ayakkabı, kozmetik, elektronik ve spor ürünlerine yönelik zincir mağazalar, gerek BAE vatandaşlarının gerekse turist konumundaki ziyaretçilerin ülkedeki iklim koşulları da dikkate alınarak kapalı mekanlarda alışveriş yapılması yönündeki trendi iyi kullanmak suretiyle, yeni açılan alışveriş merkezlerinde yapılanmıştır.

BAE piyasası genelinde incelendiğinde faaliyet gösteren firmaların %40'ı toptancı iken, geri kalan bölümü perakende sektöründe yer almaktadır. Toptancı firmaların %47'sinin ciroları yıllık 5 milyon Dirhemi aşmakta olup, perakendeciler açısından bakıldığında, bahsekonu miktarın üzerinde cirosu olanların oranı ise %30'dur. Toptancı firmaların sektörel dağılımı incelendiğinde, %20'sinin hazır giyim ürünleri, %16'sının elektronik ve elektrikli ev gereçleri, malzemeleri ile mobilya, %11'i taşıt ve yan sanayi, %10'u ise inşaat malzemeleri sektöründe iştigal ettiği görülmektedir.

Birleşik Arap Emirlikleri'ndeki toptancı firmaların ciroları içinde %61'lik bölümünün re-eksport gelirlerinden oluştuğu baz alındığında, BAE pazara giriş stratejisi neticesinde ulaşılabilecek tüketici kitlesi Orta Doğu, Körfez ülkeleri, güney Asya ve Doğu Afrikaya kadar genişlemektedir. Bu kapsamda, Dubai Emirligi, Hong Kong ve

Singapur'dan sonra dünyanın en büyük üçüncü re-eksport üssü olarak nitelendirilmektedir.

BAE'nin turizm endüstrisinin gelişimi paralelinde potansiyel vaadeden sektörlerden birisi de kuyumculuk ürünleri ve değerli taşlardır. Dünyanın en önemli altın tüketim merkezleri arasında yer alan Dubai emirliği, yıllık 500 ton tutarında altın ithal etmekte, bu miktarın 100 tonu ülke içinde satılırken, bakiye bölümü gene diğer ülkelere (Suudi Arabistan, Irak, Mısır ve Hindistan başta olmak üzere) re-eksport şeklinde gönderilmektedir. Ülkenin yıllık olarak %10 artış gösteren altın ürünleri talebi, özellikle Dubai Alışveriş Festivali gibi turizm aktivitelerine tekabül eden dönemlerde yükseliş trendine girmektedir. Bu kapsamda, önümüzdeki yıllarda turizm sektöründe beklenen gelişme paralelinde altın ithalatının %20 düzeyine ulaşacağı tahmin edilmektedir.

Turizm endüstrisine yönelik tesisler (otel ve eğlence merkezleri) yanında, büyük perakende merkezleri gibi BAE'deki yatırım projelerine yönelik ürün pazarlama faaliyetleri ve satış hedefleri açısından firmalarımızca aşağıda kısaca özetlenen hususların gözönünde bulundurulmasında yarar görülmektedir.

- BAE'de ürün pazarlamanın en etkin yolu bizzat üretici firmaların kendi temsilcilikleri veya irtibat bürolarını açmalarıdır. Satın alım kararlarında doğrudan tanıtım, teklif hazırlama kriterlerini yerine getirme, zamanlama ve hedef müşteri ilişkilerinin daimi olarak sıcak tutulması belirleyici olmaktadır.

- Turizm ve emlak piyasasında yoğunlaşan inşaat faaliyetleri dikkate alındığında yatırımcı firmalar arasında ortaya çıkan rekabet, önümüzdeki dönem en fazla ürün sunumunda farklılaşmaya ve kaliteye önem verenlerin lehine işleyecektir. Dolayısıyla, üretici firmaların da bu trendi dikkate alarak kaliteli, farklılaşmış, teknolojik gelişmelere uygun ürünlerin pazarlamasına ağırlık vermeleri gerekmektedir; artık nitelikli projelere yönelik sıradan/ucuz ürünlerin rekabet gücü oldukça sınırlı bir konuma gelmiştir.

- Ürün tedarikinde zamanlama giderek önem kazanmaktadır. Yoğun inşaat faaliyeti önceden vasıfları belirlenmiş malzemelere olan talebi artırmakta olup, arz piyasasının da tedarik zincirini aksatmayacak biçimde yapılması, yerine göre stok tutmasını gerektirmektedir, bu anlamda serbest bölgeler firmalara uygun avantajlar sunmaktadır.

- İnşaat ve dekorasyon malzemeleri açısından öncelikli karar verici birimler yatırımcı tarafından görevlendirilmiş proje müşavirlik ve mimarlık firmalarıdır. Dolayısıyla, BAE pazarında ithalatçı konumundaki şirketlerin önemi göreceli olarak azalmıştır. Malzeme üreticilerinin ürünlerinin pazarlanması anlamında çalışmalarını bahsekonu firmalar nezdinde yoğunlaştırmaları gerekmektedir.