

UNIVERZITET SINGIDUNUM
FAKULTET ZA TURISTIČKI I HOTELIJERSKI
MENADŽMENT

DIPLOMSKI RAD

Karakteristike turističkog razvoja Dubaija

Mentor:
Prof. dr Krunoslav Čačić

Student:
Milica Pralica
Br. indeksa: 218/2004

Beograd, 2010

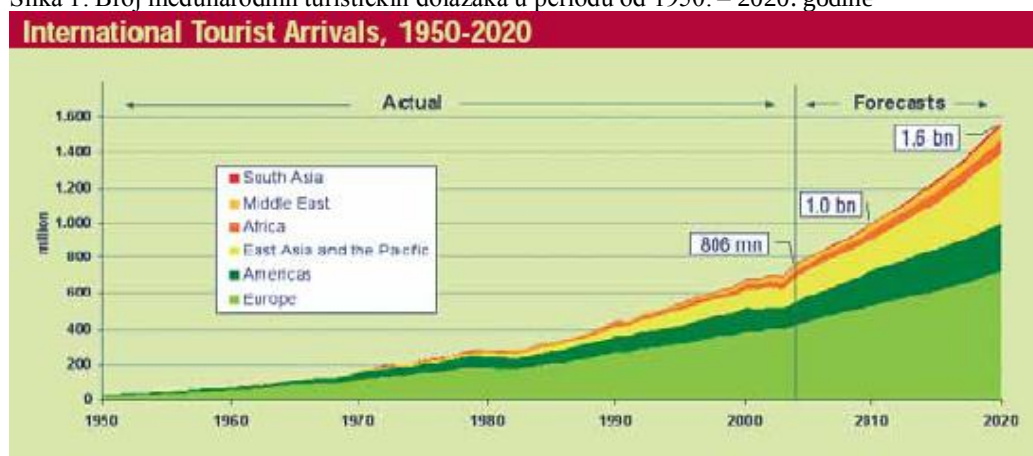
Sadržaj:

Uvod.....	3
1. Faktori koji utiču na razvoj turizma (prirodni, društveni i antropogeni).....	5
1.1 Prirodni Faktori	5
1.2 Društveni i antropogeni faktori	7
2. Ekonomski i organizacioni uslovi za razvoj turizma.....	12
2.1 Smeštajni kapaciteti	12
2.2 Saobraćajni uslovi.....	16
2.3 Organizacija turizma na makro nivou.....	18
2.4 Organizacija državnih organa nadležnih za turizam.....	19
2.4.1 Odeljenje za turizam i trgovinu : licenciranje i kvalifikacija	20
3. Mere turističke politike	23
3.1 Najznačajnije mere turističke politike u oblasti stimulisanja razvoja turističke ponude	23
3.1.1 Mere politike na razvoj turizma	23
3.1.2 Kompanija za razvoj turističkih projekata u Dubaiju	24
3.2 Najznačajnije mere turističke politike u oblasti finansiranja investicija	25
4. Karakteristike turizma Dubaija	27
4.1 Vrste turizma koje su razvijene u Dubaiju	27
4.1.1 Šoping turizam.....	27
4.1.2 Kulturni turizam	27
4.1.3 Kongresni turizam.....	28
4.2 Turistička ponuda Dubaija	29
4.3 Direktni uticaj turizma na privredni razvoj	32
4.3.1 Uticaj koji turizam ima na bruto društveni proizvod u Dubaiju.....	35
4.3.2 Uticaj turizma na zaposlenost.....	36
4.3.3 Uticaj turizma na regionalnu ekonomiju i zaposlenost.....	36
4.3.4. Uticaj turizma na platni bilans.....	38
4.4. Indirektni uticaj turizma na privredni razvoj.....	39
4.4.1 Investiranje u UAE.....	39
4.4.2 Tržište nekretnina.....	39
4.4.3 Strano ulaganje	39
4.4.4 Uticaj vlade.....	40
4.5 Turističko tržište.....	40
5. Ostvareni turistički promet	42
6. Održivi razvoj Dubaija.....	45
6.1 Projekat Smart City.....	46
6.2 Projekat Palm Islands.....	46
6.3 Strategijski plan za razvoj Dubaija kroz projekat Dubai World-a	47
6.4 Planiranje i upravljanje korišćenjem zemljišta.....	47
7. Zaključak.....	49
Literatura.....	51

Uvod

Turizam je postao svojevrsni masovni fenomen, a putovanja postaju potreba i neophodnost skoro svih slojeva društva. O ekspanziji turizma najčešće govore statistički podaci o stalnom porastu broja poseta i prihoda u svetskom turizmu. Opšti grafički prikaz na ovoj slici sa predviđanjima za budućnost sasvim je dovoljan za ovu temu, a sa druge strane sasvim slikovito prikazuje dinamiku kojom se kreću i kojom će se kretati turistički tokovi u svetu.

Slika 1. Broj međunarodnih turističkih dolazaka u periodu od 1950. – 2020. godine



Izvor: World Tourists Organization

Ta statistika nam ukazuje i na to da se tokom svog razvoja a posebno danas, kada je u svojoj kulminativnoj fazi, turizam i turistička industrija susreću sa najrazličitijim izazovima. Svakako, jedan od najznačajnijih na kome počiva celokupno poslovanje svakog poslovnog subjekta je sam potrošač. Potrošač je glavna karika u lancu turističke industrije i njegova satisfakcija je jedini i pravi put ka uspehu. Sam turistički proizvod se kreira na tražnji kako bi se uskladila svaka pojedinačna usluga i infrastruktura s ukupnim proizvodom i ukupnim doživljajem potrošača.¹ Neophodno je da se ulože marketing naponi turističkog preduzeća sa ciljem zadovoljenja zahteva turista, njihovih potreba i želja. Potrošač je zadovoljan kada proizvod ili usluga nadmaše njegova očekivanja. Ali paralelno sa razvojem društva, tehnologije i nauke razvija se svest i nivo kulture i obrazovanja potrošača pa samim tim i njihove potrebe postaju heterogenije i komplikovanije i u tom smislu jedan od najvažnijih elemenata poslovanja je upravo istraživanje turističke tražnje, uočavanje sadašnjih i predviđanje budućih trendova na osnovu kojih će se dalje utvrđivati smernice u poslovanju. Demografska istraživanja pokazuje da period XX veka karakteriše opadanje stope nataliteta, životni vek je produžen, ima manje brakova, više razvoda (30%), rast kupovne moći i slično tako da su turisti uglavnom sredovečne osobe između 50 i 65 godina, samci, strani radnici, mladi,

¹ Živkovic R., Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, 2007. godina, str. 119

mlade porodice itd.² Potrošači se sve više opredeljuju za daleke i atraktivne destinacije pa stoga u poslednjih nekoliko godina sve više dobijaju na značaju destinacije Afrike, Azije i Pacifika kao i Bliskog i Dalekog Istoka.

Moj rad će se upravo baviti proučavanjem turističke tražnje za destinacijom Dubai koja je u punom turističkom razvoju, i nastavlja da se razvija u korak sa ovim promenama, da ih prati ali i predviđa i utiče na njih.

Težište privredne aktivnosti, a time i stvaranje vrednosti, već odavno je u najvećem broju zemalja preneseno na uslužni sektor (service industries). Naravno, u ovome prednjače vodeće ekonomske sile sveta, ali isti trendovi su evidentirani i u svim ostalim zemljama, pa i siromašnim.³

Većina zemalja koje su za cilj imale da postanu jedna od najprivlačnijih turističkih destinacija, provele su decenije pokušavajući da izgrade infrastrukturu i reputaciju na osnovu kojih će privući brojne turiste iz celog sveta. Neke i posle nekoliko godina napora, nisu uspele da dospeju na listu najtraženijih turističkih destinacija. Dubai, je za razliku od prethodno navedenih zemalja, uspeo za vrlo kratak period, uz veliku podršku vlade, da postane jedna od vodećih turističkih destinacija, koju godišnje poseti više od 10 miliona turista. Kao takav Dubai, odnosno karakteristike razvoja turizma u Dubaiju će biti glavna tema ovog rada.

Dalje kroz rad biće navedeni i objašnjeni ekonomski i organizacioni uslovi za razvoj turizma, kategorizacija i broj smeštajnih kapaciteta, saobraćajni uslovi sa osvrtom na vidove saobraćaja zastupljene u Dubaiju. Kroz mere turističke politike biće objašnjeni uticaj vlade i pojedinih ministarstava za turistički razvoj Dubaija.

Biće reči i o direktnom i indirektnom uticaju na turizam, kao i turističkoj ponudi Dubaija. Pred kraj rada govoriće se o ostvarenom turističkom prometu praćenom u periodu od 2000. do 2007. godine, kroz tabele i uz objašnjenje. Održivi razvoj Dubaija kao neophodnost savremenog turizma.

² Zivkovic R., Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, 2007. godina, str. 82

³ Kancir R., Marketing usluga, Beogradska poslovna skola, Beograd 2007 godina, str 27

1. Faktori koji utiču na razvoj turizma (prirodni, društveni i antropogeni)

Prirodni faktori su položaj, klima, flora, fauna i sl.

Društveni faktori obuhvataju kulturno-istorijsko nasleđe, društvene manifestacije, siri spektar antropogenih faktora. Dok su antropogeni faktori stanovništvo, običaji, kultura.

1.1 Prirodni Faktori

Ujedinjeni Arapski Emirati su federacija sedam naftom bogatih država(emirata): Abu Dabi, Ajman, Dubai, Fudžairah, Ras al-Haimah, Šardžah i Um al-Kvain. Graniči se sa Omanom i Saudijskom Arabijom. Manjim delom Emirati izlaze i na Omanski zaliv. Nalazi se između $22^{\circ}50'$ i 26° severne geografske širine i između 51° i $56^{\circ}25'$ istočne geografske dužine.⁴

Zemlja je uglavnom ravna peščana pustinja, izuzev na severu, gde se Hadžarske planine uzdižu i do 2.081m iznad nivo mora. Leta su vrela i vlažna, a temperatura dostiže i 49°C . Ali, od oktobra do maja, vreme je preko dana toplo i sunčano, a večeri su prijatno prohladne.



⁴ www.wikipedia.org

Država:  Ujedinjeni Arapski Emirati

Osnovan: 9. jun 1833.

Stanovništvo : 1.500.000

Površina grada : 4,114 km²

Gustina stanovništva : 408,18 st/km²

Gradska vlast : web-strana www.dubai.ae

Gradonačelnik Mohamed bin Rašid Al Maktum

Valuta : Arab Emirates Dirhams (AED ili Dh)

Lokalno vreme : + 4 GMT, u odnosu na naše vreme Dubai je +3

Jezik : Oficijelni jezik je arapski, ali se pored arapskog engleski najčešće koristi u poslovne i komercijalne svrhe. Hindi i Urdu su široko zastupljeni.⁵

Od ukupnog broja stanovništva tek oko 20% je lokalno stanovništvo, dok su ostalo doseljenici.



Klima je veoma suva sa tek oko 100 mm kiše godišnje. Padavine su koncentrisane između januara i marta. Od kraja aprila do početka novembra tek jednom mesečno pada kiša (višegodišnji prosek). Usled vlažnosti vazduha od oko 60%, subjektivni osećaj toplote je znatno manji nego npr. u Evropi.

Linija Rakovog povratnika (najsevernija tačka na kojoj sunce može da se pojavi direktno iznad glave u podne) prelazi preko UAE, i uzrokuje da vreme bude toplo i sunčano.⁶

Zimi je prosečna dnevna temperatura oko 25°C, bliže obali od 12 do 15°C, u pustinji i planinama 5°C, sa relativno hladnim noćima. U priobalnom području vlažnost je u proseku između 50% i 60%.⁷

Leti je vreme veoma toplo i velika je vlažnost vazduha, sa temperaturama oko 45°C. Temperatura mora nekad dostiže i do 37°C, a vlažnost vazduha je u proseku preko 90%. Kišne padavine nisu česte, a kada ih ima ne traju dugo. Kiše najčešće padaju u zimskom periodu, u obliku kratkih pljuskova ili retkih oluja praćenih grmljavinom. U proseku, kiša pada 5 dana u godini.

Najbolji period za posetu Dubaiju je između oktobra i aprila kada je klima najsvežija, odnosno kada temperatura ne prelazi 35°C. Krajem decembra i početkom januara temperatura je između 18 i 26 stepeni. S obzirom da tada nije sezona za kupanje i sunčanje, vlada da bi privukla turiste je organizovala Shopping Festival, koji privlači turiste iz celog sveta.

⁵ www.wikipedia.org

⁶ www.dubai.com

⁷ Dubai Mini Visitors' Guide, Explorer, novembar 2009

U toku letnjih meseci od maja do septembra, temperatura je poprilično visoka i dostiže i 50°C. U najtoplijim mesecima (julu i avgustu) zbog visoke temperature turisti provode manje vremena na plaži, a više pored hotelskih bazena, u hladu. Hotel Atlantis The Palm je toliko išao u korak ka zadovoljenju potreba turista da je jedan deo obale duž mora klimatizovan, odnosno postavljeni su veliki rashladni uređaji, kako bi gostima bilo prijatno i na temperaturi od 50°C.



1.2 Društveni i antropogeni faktori

Stanovnici područja današnjih UAE krajem 18. i početkom 19. veka napadali su britanske brodove u Persijskom zalivu i Indijskom okeanu. Britansko carstvo odgovorilo je 1819. i nizom ugovora stavio države jugoistoka Arapskog poluostrva pod svoju kontrolu, preuzimajući odbranu i spoljnu politiku, a ostavljajući unutrašnje uređenje uglavnom nedirnutim.

Nakon britanskog povlačenja 1971. Katar i Bahrein odlučili su se za potpunu nezavisnost, a ostalih sedam emirata za ujedinjenje.

Prva decenija nezavisnosti protekla je u znaku borbe dveju najvećih emirata, Abu Dabija i Dubaija oko stepena centralizacije. Godine 1979. postignut je dogovor o podeli najviših funkcija u zemlji prema kojem mesto predsednika zauzima emir Abu Dabija, a premijera emir Dubaija.

Nakon zaoštavanja političkih prilika u regiji početkom 80-ih Emirati su se približili zemljama Zapada, posebno SAD-u, iako nisu bezrezervno podržali napad na Irak 2003.⁸

Glavni grad emirata Dubai se takođe zove Dubai. Poznat je u svetu kao jedan od najatraktivnijih turističkih destinacija.⁹

Posle Šangaja, Dubai je grad sa najbržim razvojem, svakog dana se u proseku izgradi 800 novih stanova ili kuća.



Grad je pun izuzetnih nebodera, među kojima se ističe najviša zgrada na svetu, Burj Dubai, i tehnološki najnaprednija zgrada na svetu, The Pad, koja je u izgradnji. Ova zgrada je osmišljena po principu iPod-a i ima najsavremeniju opremu koja ima moć da promeni interior stana i pogled kroz prozor kako god poželite.

⁸ www.wikipedia.org

⁹ www.wikipedia.org

Grad Dubai ima najveće prihode od turizma i do 30% za razliku od ostalih Emirata, a prihodi od nafte iznose samo 6% bruto nacionalnog dohotka. Izvori nafte se smanjuju svake godine tako da se više ne može osloniti na takav izvor prihoda. To je delimično razlog zašto je došlo do povećanog građevinskog razvoja da bi se diversifikovala ekonomija u ekspanziji komercijalne i korporativne aktivnosti. Samim time Dubai je postao svetski poznati grad kroz inovativne građevinske projekte, sportske događaje, konferencije i postizanja Ginisovih rekorda.¹⁰



Istorija Emirata ne doseže u mnogo daleku prošlost. Naime, oko 800 pripadnika Bani Yas plemena, predvođenih porodicom Maktoum nastanilo se 1883. u arapskom zalivu. Kako je zaliv bio prirodna luka, trgovina i ribarstvo su se veoma brzo razvijali. Dubai je takođe postao poznat po lovu na bisere, ali je ta grana ubrzo bila uništena kada su Japanci pronašli način da proizvode veštačke bisere. Do početka 20. veka Dubai postaje važna luka, a pijaca na kojoj se prodavala najrazličitija roba postaje najveća u tom delu sveta. Već 1930. godine Dubai ima skoro 20 000 stanovnika, od kojih oko 5 000 čine

doseljenici.

Naftna polja otkrivena su 1966. godine a prihod od nafte nije iskorišćen za bogaćene vladajuće porodice, već za izgradnju infrastrukture. Ogroman novac dobijan od nafte kanalisao je u naglu izgradnju ovog grada. Veliki broj Indijaca i Pakistanaca je došao u ovaj grad, da rade kao fizički radnici na ogromnim građevinskim radovima. Broj stanovnika od 1968. do 1975. povećao se 4 puta. Tako šejk Rašid počinje da gradi škole, bolnice, puteve, aerodrom... Osnovna formula bila je izgraditi dobru infrastrukturu, stvoriti povoljnu sredinu za doseljenike, ukinuti porez i smanjiti carinske namete. Zahvaljujući tome, Dubai postaje jedan od najvažnijih gradova u regionu.¹¹

Dubai postaje deo Ujedinjenih Arapskih Emirata 1971. godine kada su se Dubai, Abu Dabi, Ajaman, Umm Al Quwain, Fujairah i Ras Al Khaimah ujedinili i oformili zajedničku državu.

Prvi predsednik Emirata bio je šejk Zayed, koji je na ovoj funkciji bio do novembra 2004. kada je preminuo. Sada ga je na toj poziciji nasledio njegov sin. Inače, šejk Zayed je decenijama obožavan od strane svojih sunarodnika jer je sigurnom rukom i mudrim odlukama zemlju vodio u prosperitet. Pod njegovim vođstvom, Emirati su postali jedna od najbogatijih zemalja na svetu, sa godišnjim dohotkom po glavi stanovnika od 18 000 dolara.

Ipak, pravi razvoj nastupa krajem 80-ih i početkom 90-ih kada je odlučeno da se Dubai pozicionira kao turistička destinacija. Investicije u ovu granu višestruko su se isplatile, pa danas ovu malu zemlju godišnje poseti oko 10 miliona turista.

¹⁰ www.guide2dubai.com

¹¹ www.guide2dubai.com

Država Ujedinjenih Arapskih Emirata je najraznolikija država Bliskog Istoka u pogledu stanovništva. Sredinom 1980-ih godina veliki broj ljudi iz južne Azije je emigrirao u UAE. Visoki standard života i visoka mogućnost zapošljavanja je privukao veliki broj Indijaca i Pakistanaca. 2006. godine, u UAE bilo je prijavljeno oko 1,2 miliona državljana Indije i oko 300.000 državljana Pakistana. Stanovništvo UAE čine:

- Emirati (lokalni arapi) 11%
- Arapi iz drugih arapskih zemalja i Iranci (Persijci) 21%
- Državljeni zemalja južne Azije 57%
- Državljeni zemalja zapadne Azije 11%
-

Najnaseljeniji grad je Dubai. Ostali veliki gradovi su Abu Dabi, Šardza i Fudžaira.

Gradsko stanovništvo UAE čini oko 88%. Ostatak stanovništva živi u malim mestima i selima raštrkano po celoj zemlji i u mestima sagrađenim oko naftnih polja.

Dubai je jedan od multikulturnih gradova na svetu, gde stranci pokrivaju većinu populacije, a lokalno stanovništvo (Emirati) manje od 10%.

Službeni jezik u Dubaiju je arapski, međutim većina ljudi u i izvan svog rodnog mesta govori engleski jezik, upravo zato jer je u Dubaiju prisutno mnogo nacionalnosti pa je engleski jezik zajednički svim ljudima. Većina oglasa, znakova na prodavnicama i putevima, menijima u restoranima su i na engleskom i na arapskom jeziku. Takođe, primeri određenih korporacija ukazuju na veliki broj različitih nacionalnosti među zaposlenima. Na primer samo Hilton korporacija broji 69 različitih nacionalnosti.¹²

Način života je krajnje kosmopolitski, a kultura je ukorenjena u islamskoj tradiciji. Arapi koji žive u Emiratima su veoma tolerantni prema strancima kojih ovde ima oko pola miliona.

Takođe, hrišćanske crkve prisutne su u Dubaiju već dugi niz godina. Štampa, časopisi, filmovi i td. mogu se naći kako na arapskom tako i na engleskom i ostalim jezicima



Iako je u pitanju muslimanska zemlja, stranci mogu da se oblače kako žele. Lokalno stanovništvo uglavnom je obučeno tradicionalno - muškarci nose dugačke haljine koje se na arapskom zovu dishdasha ili khandura, i to bele leti i zelenkasto braonkaste zimi. Na glavi im je gutra ili marama bele ili karirano crveno bele boje, u zavisnosti od godišnjeg doba. Žene nose crne „prekrivače“ koji se zovu abava i crnu maramu koja prekriva kosu, a može prekrivati i lice.¹³

¹² Dubai Complete Residents' Guide, Explorer Publishing, januar 2009

¹³ Dubai Complete Residents' Guide, Explorer Publishing, januar 2009

Stranci masovno hrle u Dubai, jer ovaj grad zaista nudi beskrajne mogućnosti. Ipak, sve je organizovano tako da Arapima obezbeđuje apsolutno privilegovan položaj. Tako na primer, zakon predviđa da jedino Arapi mogu biti vlasnici zemlje. Stranac ne može samostalno otvoriti firmu, već samo uz sponzorstvo državljanina Emirata. Osim toga, postoje mnoge pozicije koje mogu obavljati samo i jedino Arapi, kao što su vojska i policija. To su dobre, sigurne pozicije i na taj način se obezbeđuje visok standard lokalnog stanovništva.

Osim toga, država svojim građanima koji završe škole u inostranstvu obezbeđuje posebne bonuse.¹⁴

Islamski praznici se praznuju u skladu sa lokalnim mesečevim menama, tako da imaju pokretne datume svake godine. Precizni datumi se objavljuju nekoliko dana pre nego što će se desiti. Ako datum praznika uključuje vikend, onda se za praznik uzima početak sledeće radne nedelje.

Dani žalosti se najčešće objavljuju kada umre član vladajuće porodice, premijer, ili vladar neke od država Ujedinjenih Emirata, i traju tri dana.

Državni praznici su: Nova godina (1. januar), Dan državnosti (2. decembar), Al-Hidžra (Islamska Nova godina), Mouloud (rođenje proroka), Leilat al-Meiraj (dolazak proroka), Eid al-Fitr (kraj Ramadana), Eid al-Adha (praznik žrtve).¹⁵

Za stanovnike Dubaija običaji su od velikog značaja, naročito oni koji se tiču muslimanske religije. To su, na primer, Eid al – Fitr i Eid al – Adha, festivali koji označavaju kraj Ramadana i na kojima se izvode tradicionalni plesovi uz istočnjački prizvuk.

Simboli i tradicije islama su dominantni u kulturi i religiji UAE. Vlada UAE ulaže velika finansijska sredstva kako bi se tradicionalna kultura zemlje sačuvala. Glavni vladin centar koji radi na očuvanju umetnosti, religije i kulture je u Abu Dabiju, i zove se Abu Dabi Kulturna Fondacija.

U UAE se mogu naći veliki broj crkava, kao i u susednim muslimanskim zemaljama koje su tolerantne prema drugim religijama. Kako veliki procenat stanovništva čine azijati, veliki broj restorana i kulturnih centara zemalja južne Azije je sagrađen. Takođe skroman broj evropskih kulturnih centara i škola danas postoje u UAE.

Pored tradicionalnih trka kamila, drugi sportovi postaju sve popularniji. Najpopularniji sportovi među lokalnim stanovništvom su golf i konjske trke. Svakog marta, najbogatija trka konja na svetu se održava u Dubaiju, u kojoj prva nagrada iznosi 6 miliona dolara. Trka se naziva Svetsko prvenstvo Dubai.

Od 60-ih godina temelj privrede Emirata čini proizvodnja nafte. Danas se UAE smatra trećim proizvođačem nafte na Bliskom istoku, iza Saudijske Arabije i Irana. Najvećim rezervama raspolaže Abu Dabi, a pretpostavlja se da su rezerve Dubaija pri kraju. U

¹⁴ Live Work Explore Magazine, Explorer, april 2009

¹⁵ John Vlahides i Matthew Lee, Dubai-City Guide, Lonely Planet, Njujork, 2007

poslednje dve decenije porastao je značaj ne-naftnog sektora, posebno trgovine, financija, industrije i turizma.

U početku su građevine bile nešto skromnije da bi 1990ih godina počeli da se grade objekti koji bi mogli da se nazovu svetskim čudima. Jedan od takvih je hotel Al Arab, koji je zvanično najveći i najviši hotel na svetu, i ujedno jedini hotel sa 7 zvezdica. Napravljen je u obliku jedra na ribarskom brodiću po želji samog emira. Ulazni hol je najveći na svetu, viši od same Ajfelove kule. Međutim nakon njegovog završetka počele su da se grade još nestvarnije tvorevine: poluostvrva u obliku palme i ostrva koja zajedno prave izgled cele zemaljske površine. Jedno veštački napravljeno ostrvo na tom arhipelagu košta preko 30 miliona dolara. Ceo grad ima veliki broj luksuznih tržnih centara, a jedan od njih je toliko veliki da su u njemu smestili skijašku stazu (Emirates Mall).¹⁶

Danas je Dubai grad prestiža za veliki broj turista iz vrhova svetske elite. Iako je grad nastao na proizvodnji nafte, ona sada učestvuje sa samo 6% u ukupnom nacionalnom dohotku koji iznosi preko 45 milijardi dolara.¹⁷

Dubai je dom mnogih građevinskih čuda, koja su ujedno savremena arhitektonska remek dela i vrhunac ugostiteljske i turističke ponude. Tako su o ovom gradu nalaze Emirates Towers, najviše zgrade na Bliskom istoku ali i u Evropi, zatim hoteli sa sedam zvezdica Burj al Arab ili Arapski Toranj i Atlantis- The Palm. Zatim Palm Island (ostrvo u obliku palme), osim kineskog zida jedina građevina koja je vidljiva sa Meseca. Palm Islanda je ostrvo/hotelski kompleks koji se prostire na površini od 120 kilometara. U okviru njega, nalazi se 2 000 vila, oko 40 luksuznih hotela, šoping centri, bioskopi, morski zabavni park i mnogo toga drugog.

Zatim, Burj Dubai ili Toranj Dubai, koji je najviša zgrada na planeti.

U planu je i Hidropolis, hotel od 15 spratova koji će se u potpunosti nalaziti pod vodom i koji će gostima koji to sebi budu mogli da priušte obezbediti niz fantastičnih usluga.

Ali, ni to nije sve. U Dubaiju se gradi i objekat u kome će zaljubljenici u zimske sportove moći da se skijaju i sankaju, i uživaju u zimskim čarolijama na veštačkom snegu. Pored snežnih padina, biće napravljeno veliko jezero u koje će se slivati voda od otopljenog snega.

¹⁶ www.wikipedia.org

¹⁷ www.guide2dubai.com

2. Ekonomski i organizacioni uslovi za razvoj turizma

2.1 Smeštajni kapaciteti

Najvažnije vrste objekata za smeštaj su : hoteli, prenoćišta ili svratišta, pansioni, turistička naselja , moteli, kampovi i smeštaj u okviru domaćinstva.

Uspeh u međunarodnim turističkim poslovima velikim delom vezan je za hotelske i njima slične (osnovne) kapacitete. Oni su udarni deo smeštajne ponude, pa im se stoga i poklanja posebna pažnja, kako u poslovnoj politici odgovarajućih preduzeća, tako i u turističkoj politici državnih organa.¹⁸

Hotelska preduzeća prateći razvoj međunarodnih putovanja, u svojoj globalnoj orijentaciji moraju da vrše stalna prilagođavanja tržišnim tendencijama u ovom domenu. Ono se pre svega odnosi na izbor vrste i kategorije klasičnog hotelskog objekta, čime se odmah postavljaju i osnove kvaliteta usluga u njemu, ali i na iznalaženje novih formi smeštaja uopšte, koje mogu da uključe i druge učesnike van preduzeća i obezbede njihovo prisustvo u poslovima na međunarodnom turističkom tržištu.¹⁹

Dubai turistima nudi različite tipove smeštaja, koji zadovoljavaju potrebe turista sa različitim budžetom i željama, počev od bekpekera (backpacker), preko budžet i hostela za mlade, do luksuznih hotela sa 5, ali i čak 7 zvezdica.

Većina hotela ima standardnu opremu kao sto su direktna telefonska linija, internet, room service, mini bar, priključak za modem, ne pušačke sobe ali i cele spratove, poslovne i fitness centre sa najnovijom opremom.

Dubai ima više od 400 hotela, i skoro svi su mlađi od 20 godina, a velika većina je izgrađena pre manje od 5 godina.²⁰

Smeštajni kapaciteti Dubaija do 1999. godine bili su podeljeni u 4 grupe i to: Deluxe, First Class, Second Class i Third Class. Za obeležavanje hotela od 2000. godine uvedena je nova klasifikacija i koriste se zvezdice za obeležavanje smeštajnih objekata.

Klasifikacija i kategorizacija imaju značajan uticaj na odluke hotelskog preduzeća u vezi sa nižom elemenata sadržanim u ponudi njegovih objekata, ali i na neke druge domene njegovog poslovanja, time se dobrim delom određuje ukupna tržišna pozicija preduzeća.²¹

¹⁸ Čačić K., Poslovanje hotelskih preduzeća, Ekonomski fakultet, Beograd 1995, str 86

¹⁹ Čačić K., Poslovanje hotelskih preduzeća, Ekonomski fakultet, Beograd 1995, str 87

²⁰ www.dubaihoteltravel.net

²¹ Čačić K., Poslovanje hotelskih preduzeća, Ekonomski fakultet, Beograd 1995, str 168

Kategorizacijom se za prethodno određene vrste objekata utvrđuju obavezni i izborni (fakultativni) elementi. Obavezni elementi obuhvataju dve grupe: tehničke, tj opremljenost i uređenost i usluge, odnosno njihov kvalitet. Izborni elementi obuhvataju položaj i izgled objekta, pogodnosti kojima on raspolaže za provođenje slobodnog vremena i druge elemente. Obavezni i izborni elementi daju se opisno ili se vrednuju odgovarajućim brojem poena – u tom slučaju se za svaku kategoriju utvrđuje minimalan broj poena koji objekat mora da sakupi da bi dobio tu kategoriju.²²

Kategorija hotela	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
5*	22	27	29	32	34	36	40	43
4*	23	26	27	30	29	35	40	49
3*	31	32	35	39	41	39	39	42
2*	41	43	49	48	45	41	42	39
1*	46	52	63	76	85	89	115	125
hosteli	102	84	69	46	42	50	26	21
UKUPNO	265	264	272	271	276	290	302	319

Broj hotela u Dubaiju u periodu od 2000. – 2007. Godine

Ukupan broj hotela u 2007. godini iznosio je 319 što je za 6% više u odnosu na 2006. godinu kada je broj hotela iznosio 302. U tabeli je dat prikaz hotela svih kategorija i jasno se vidi da je u 2007. godini dominantan broj hotela sa jednom zvezdicom 125 dok se na drugom mestu nalaze hoteli sa četiri zvezdice, 49. Strani turisti uglavnom borave u hotelima više kategorije dok domaći turisti borave u hotelima srednje i niže kategorije.²³

Kategorija hotela	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
5*	9,957	11,467	12,613	14,928	15,474	16,399	17,979	11,237
4*	4,320	4,927	5,502	5,878	6,080	7,677	8,388	6,428
3*	5,472	5,859	6,180	6,789	7,346	7,010	7,023	3,719
2*	4,432	4,705	5,279	5,233	5,060	5,851	6,365	2,457
1*	3,360	3,617	4,413	5,201	5,816	7,177	8,351	3,224
hosteli	6,183	4,908	4,399	3,197	3,036	2,887	1,993	462
UKUPNO	33,364	35,483	38,386	41,226	42,812	47,001	50,099	27,527

Broj raspoloživih ležajeva u periodu od 2000. – 2007. Godine

²² Čačić K., Poslovanje hotelskih preduzeća, Ekonomski fakultet, Beograd 1995, str 170

²³ www.dubaitourism.ae

Iz tabele se jasno vidi da je broj hotelskih soba u 2007. godini znatno porastao u odnosu na 2000. godinu za 12,302. Raste broj soba u hotelima, dok se u hostelima broj soba znatno smanjuje.

Oko 30.000 hotelskih soba je planirano u Dubaiju u narednom periodu, uprkos tome što je turistički sektor i tražnja u padu. Od toga 15.291 hotelska soba je već u izgradnji i biće dodati na već postojećih oko 60.000 soba. U poređenju sa regionom, Dubai je u novembru 2009. godine ostvario najveću iskorišćenost kapaciteta sa ukupno 29.727 popunjenih soba.²⁴

Što se tiče kapaciteta, s obzirom da su oni i značajno zastupljeni i nose veliki deo fiksnih troškova, izuzetno je značajno pravilno proceniti svaku nameru o njihovom proširivanju. Pogrešno doneta odluka o veličini kapaciteta ne može se ispraviti, već se samo kroz korišćenje pojedinih instrumenata mogu ublažiti njeni negativni efekti za hotelsko preduzeće.²⁵

Da li je procena vlade Dubaija da se poveća broj hotelskih soba dobar potez ili loša odluka pokazaću naredni period.

Hotel Atlantis- The Palm je izgrađen u avgustu 2008 i koji predstavlja još jedan hotel u Dubaiju sa 7 zvezdica. Hotelski kompleks sastoji se od dva povezana tornja, koji sadrže 1,539 soba, vodeni park površine 160,000 m²-park Aquaventure i delfinarijum Dolphin Bay, veliki akvarijum u hotelu Lost Chambers, konferencijski centar i 1900 m² poslovnog prostora. Prema neslužbenim podacima troškovi izgradnje hotela iznosili su 1,5 milijardi USD. Na svečano otvaranje hotela potrošeno je oko 28 miliona USD.



Hotel Burj Al Arab predstavlja jednu od najlepših građevina u svetu, samim tim što je podignut na veštački napravljenom poluostrvu i ima oblik tradicionalne arapske jedrilice. I prvi je hotel na svetu koji je dobio 7 zvezdica.

Izgradnja Bur Al Araba započeta je 1994. godine a svoja vrata za goste hotel je otvorio 1. decembra 1999. godine. Hotel se nalazi na veštački napravljenom poluostrvu 280m od plaže Džumeira. Smešten je u delu grada koji se naziva Umm Suqeim. Interesantne je arhitekture u obliku tradicionalne arapske jedrilice, prilično futurističkog izgleda sa perfektnim enterijerom koji je radio Kartije zajedno sa arhitektonskom firmom „Etkins“ iz Velike Britanije. Njima je trebalo tri godine da sagrađe most koji će povezivati poluostrvo sa kopnom i manje od tri godine da projektuju plan izrade. Ovo je najviši hotel na svetu sa visinom od 321m. Burj Al Arab je hotel izuzetnog luksuza, jedinstvenih elemenata i imponantne arhitekture. Hol hotela je najviši hol na svetu sa visinom od 180m dok je čak

²⁴ www.arabianbusiness.com

²⁵ Čačić K., Poslovanje hotelskih preduzeća, Ekonomski fakultet, Beograd 1995, str 315

9000m² prekriveno zlatom, mermerom, granitom i kristalom iz svih krajeva sveta. Hotel poseduje 202 apartmana od kojih najmanji obuhvata prostor od 169m² a najveći pokriva površinu od 780m². Postoje 142 De Luxe apartmana, 18 Panoramic apartmana, 4 Club apartmana, 28 Two Bedroom apartmana, 6 Three Bedroom apartmana, 2 Presidential apartmana i 2 Royal apartmana. Svi apartmani su opremljeni najsavremenijom tehnologijom uključujući interaktivnu multimediju, internet, a pojedini imaju i bazen.²⁶

Još jedan od značajnijih hotela je Jumeirah Beach Hotel, zatim Hilton Jumeirah Beach, Le Meridien Beach Resort & Spa, Sheraton Hotel kao i mnogi drugi. Pored najbrojanih hotela koji su sa 5 zvezdica Dubai poseduje i hotele sa 1,2,3 i 4 zvezdice, koji možda nisu toliko poznati kao napred navedeni, ali takođe atraktivni i zadovoljavaju potrebe i najzahtevnijih turista.

Uoči recesije, turističke posete u Dubaiju su porasle za 5% tokom prve polovine 2009.godine, velikom zaslugom usled smanjenja dnevnih hotelskih cena (hoteli sa 4 i 5 zvezdica su nudili dnevne cene i za manje od 100 dolara) i agresivnom marketinškom kampanjom. Krajem prve polovine 2009. godine Dubai je ostvario popunjenost od 58.000 soba, tj porast od 17% od početka godine.²⁷

Odeljenje za turizam i trgovinu (DTCM), objavilo je podatak da je 3.85 miliona turista posetilo Dubai u prvoj polovini 2009. godine, što je veliki porast u poređenju sa periodom od pre 10 godina kada je Dubai imao 3 miliona turista godišnje, odnosno pre 20 godina kada je Dubai posetilo jedva 600.000 turista.²⁸

Prihod od hotelskih soba u Dubaiju je opao za više od 40% u maju 2009.godine, kada se poredi sa istim periodom 2008.godine, jer su turisti smanjili turističku potrošnju usled uticaja ekonomske krize, tj 2008. godine prihod od hotelske sobe bio je u proseku 236 evra, dok je 2009 bio 141 evro.²⁹

Top 5 tržišta u pogledu posećenosti hotelskih kapaciteta na Bliskom Istoku i Afričkom regionu su Bejrut (sa porastom od 94%), Džeda, Abu Dabi, Istanbul i Aman. Dubai, koji je inače privlačio veliki broj turista, zbog prelepih plaža i luksuznih hotela, iz Evrope i Rusije, je usled finansijske krize pretrpeo pad u pogledu popunjenosti kapaciteta.

Hoteli u UAE, u novembru 2009, nastavljaju da se bore sa malom stopom zauzetih kapaciteta, koji su doveli do pada od 28% u pogledu prihoda po slobodnoj sobi (revPAR – revenue Per Available Room). Stopa popunjenosti kapaciteta u zemlji opala je za skoro 9% u novembru 2009. godine, u poređenju sa istim periodom 2008.godine, kada je popunjenost bila 75.5% od ukupnog broja kapaciteta. Dok je prihod po slobodnoj sobi opao (revPAR) za 28%, hoteli su se suočili i sa padom od 21% u pogledu prosečne

²⁶ www.jumeirah.com

²⁷ www.guide2dubai.com

²⁸ www.dubaitourism.ae

²⁹ www.ameinfo.com

dnevne cene smeštaja. Prihod od slobodnih soba, u novembru 2009.godine, iznosio je 150 evra, dok je prosečna dnevna cena smeštaja iznosila 205 evra.³⁰

2.2 Saobraćajni uslovi

Razvoj turizma i njegovih različitih oblika umnogome je bio uslovljen razvojem različitih vidova transporta. To dokazuju i sledeća tri fenomena, koja su do tada postojeća individualna putovanja pretvorila u masovni turizam:

- Železnica i njeno organizovanje dužih putovanja, predstavljenih od strane Thomasa Cook-a
- Motorno vozilo (automobil) koje je zadovoljilo individualnu tražnju u pogledu stalnog podsticanja na putovanja
- Avion koji se razlikuje od ostalih vidova transporta svojim kvalitetom, tj. brzinom i porastom kapaciteta³¹

Dubai's Roads and Transport Authority (RTA) reguliše prevoz unutar grada Dubaija. Dubai ima veliku mrežu autobusnog prevoza koje vodi the Roads and Transport Authority (RTA). Mreža autobusnog prevoza ima 193 linije radnim danima i preveze preko 30 miliona ljudi nedeljno.³²

Javni transport autobuskih prevoznika je veliki i napredan, ali ne dovoljno da preveze veliki broj ljudi koji ga koriste.



Autobusi su opremljeni najnovijom i najmodernijom tehnologijom kao na primer automatsko zvučno najavljuvanje sledeće stanice, sistem za brojanje putnika, sistem koji pokazuje poziciju autobusa (GPS sistem), i interni i eksterni LCD ekrani.

Dubai takođe ima napredni taxi sistem, za sada najučestalije prevozno sredstvo u Emiratima. Dubai poseduje i državne i privatne taxi kompanije. Dubai Transport Korporacija koristi taxi vozila krem boje. Taksimetar najčešće počinje od Dhs. 5.00 i najčešće se naplaćuje 1.5 Dhs po pređenom kilometru.

³⁰ prema podacima Global Data Dubai

³¹ Kaspar S., The Interdependence of Tourism and Transport and its Repercussions, The Tourist Review, 1967, broj 4, str 151-152

³² www.government.ae

Vlada je dosta ulagala u puteve tj infrastrukturu Dubaija, iako ovo nije uticalo na smanjenje u broju vozila, kojih ima previše. Trenutno je u izgradnji projekat Dubai Metro vredan 3.89 milijardi dolara. Očekivano je da će Metro biti završen i operativan do 2012. Metro će se sastojati od dve linije : Zelena linija od Rashidiya do glavnog centra grada i Crvena linija od aerodroma do Jebel Ali-ja. Crvena linija otvorena je 9 septembra 2009, a za početak povezivaće 10 stanica. Preostalih 19 stanica metroa trebalo bi da bude otvoreno do marta 2010. U junu 2010. godine biće otvorena i Zelena linija, a nakon toga metro u Dubaiju postaće najduža automatizovana metro linija na svetu. Kasnije, Crvena linija će biti produžena do granice sa Abu Dabijem. U 2012 biće otvorena i Ljubičasta linija koja će prevoziti putnike između Međunarodnog aerodroma u Dubaiju i Međunarodnog aerodroma Al Maktoum u Džebel Aliju koji bi trebao da se otvori 2010. godine.³³

Dubai gradi sistem tramvaja da olakša zagušenja u putnom saobraćaju i da obezbedi saobraćajne zahteve rastuće populacije.

Dubai ima dve velike komercijalne luke Port Rashid i Port Jebel Ali.

Jedan od tradicionalnih metoda prelaska preko Dubai Creek-a od Bur Dubai do Deira je putem abras , malih brodova . Prevoz između stanica u Bastakiya i Bani Yas Road, može se koristiti za sinboličnu naknadu od 1 UAE-Dirham.



Međunarodni aerodrom Dubai (The Dubai International Airport) je sedište Emirates Airline i sadrži veliki duty-free šoping centar. Aerodrom je dobio dosta nagrada za odličnu uslugu i dizajn. Novi terminal je dodeljen kompaniji Emirates Airlines i u potpunosti podržava nove avione marke Airbus A380. Po završetku ovog terminala kapacitet aerodroma će se udvostručiti.³⁴

Dubai World Central International Airport , trenutno u izgradnji, posedovaće novu slobodnu zonu unutar Dubaija i biće središte Jebel Ali Airport City-ja .

Iako je prvenstveno trebao da bude kargo aerodrom, planovi za novi Jebel Ali aerodrom su i da primi oko 120 miliona

putnika godišnje narednih 20 godina, što će najverovatnije nadmašiti kapacitete aerodroma Hartsfield-Jackson International u Atlanti, kao najprometniji svetski aerodrom.

Međunarodni aerodrom Dubai je ostvario porast od 9% u poređenju sa 2008.godinom, time što je primio 40.9 miliona putnika u 2009.godini i dobio neprikosnovenu titulu za najbrže rastući aerodrom u međunarodnom saobraćaju.³⁵



³³ www.government.ae

³⁴ www.dubaiairport.com

Dubai International aerodrom je povezan sa više od 220 destinacija, sa letovima više od 120 avio kompanija i 25 charter kompanija. Jedan je od 4 aerodroma na svetu koji je obeležio pozitivan rast u 2009.godini u poređenju sa 50 svetski najprometnijih aerodroma.³⁶

Dubai intenzivno ulaže u proširenje dometa svoje aviokompanije, Emirates. Želja je da se razvije avioindustrija Dubaija do tog nivoa da će putnici iz bilo kog grada sveta moći direktno da lete do Dubaija.

Srbija je sa Ujedinjenim Arapskim Emiratima potpisala u oktobru 2009 bilateralni sporazum o vazdušnom saobraćaju, što će avio-kompaniji „Emirati” omogućiti da uspostavi letove do Beograda, ali i do mnogih destinacija u Evropi i svetu.

Uvođenje direktne linije znatno će dobiti boljem prevozu putnika na relaciji Beograd-Dubai, i samim tim povećanju turističke tražnje. Jedan od razloga zbog koga je dosta naših putnika do sada zaobilazilo Dubai kao turističku destinaciju je loša povezanost. Za Dubai se moglo leteti iz Beograda jedino preko Istanbula, Beča ili Atine sa tranzitom i od po 9 sati, ili JAT-ovim letom preko Larnake, koji je bio poprilično redak i samim tim jako se teško dolazilo do slobodnih mesta.

2.3 Organizacija turizma na makro nivou

Organizacija turizma na makro nivou uključuje društvene turističke organizacije (receptivne i inicijativne), državne organe u turizmu (neposredne i posredne) i međunarodne turističke organizacije i udruženja.

Postoje različiti pristupi u razmatranju pitanja organizacije turizma na makro planu. Uglavnom je prihvaćen stav da se organizacija turizma posmatra sa stanovišta funkcija pojedinih učesnika u formiranju i sprovođenju turističke politike, a u vezi s tim i razvojnih planova.

U organizaciji turizma, zastupljena su 3 sektora: državni organi, asocijacija turističke privrede i asocijacija turističkih društvenih organizacija.³⁷

³⁵ www.guide2dubai.com

³⁶ www.dubaiairport.com

³⁷ Unković S. i Zečević B., *Ekonomika turizma*, Ekonomski fakultete, Beograd 2007, str 349

2.4 Organizacija državnih organa nadležnih za turizam

Odeljenje za turizam i trgovinu (The Department of Tourism and Commerce Marketing-DTCM) je osnovano na osnovu Zakona BR 1 od 1997, kako bi zamenilo i preuzelo odgovornost bivšeg odeljenja za trgovinu i promociju turizma Dubaija da preuzme ulogu kao glavni autoritet za planiranje, nadzor i razvoja sektora turizma u Emiratima. Veliku važnost pridaje razvoju turizma na najvišem nivou, a Predsednik DTCM-a je ujedno i potpredsednik Ujedinjenih Arapskih Emirata i premijer i vladar Dubaija Njegovo Visočanstvo Mohammed bin Rashid Al Maktoum. Generalni direktor je Khalid A. bin Sulayem.³⁸

U obavljanju svojih marketinških odgovornosti, DTCM planira i sprovodi integrisani program međunarodne promocije i publiciteta. To uključuje učešća na izložbama, pokazivanje proizvoda, marketinške posete, prezentacije, VIP i izvršne misije, organizovane posete, oglašavanje, proizvodnju i distribuciju brošura, odnose sa javnošću, upitnike i pružanje različitih informacija.

Pored centrale u Dubaiju, DTCM ima kancelarije u 18 gradova. One se nalaze u Njujorku (USA), Londonu (UK), Parizu (Francuska), Frankfurtu (Nemačka), Stokholmu (Skandinavija), Milanu (Italija), Moskvi (Rusija i Baltičke zemlje), Sidneju (Australija), Johannesburgu (Južna Afrika), Mumbaiju (Indija), Kini (Peking, Sangaj i Guangdzou), Hong Kongu (Daleki Istok), Tokiju (Japan), Saudijskoj Arabiji (Jedah i Rijad) i Cirihi (Švajcarska i Austrija).

Prihvatajući administrativne odgovornosti unutar Dubaija, DTCM je odgovoran za izdavanje dozvola za poslovanje hotela, hotelskih apartmana, turoperatora, putničkih trgovačkih agencija i turističkih agencija.

Njegova kontrolna uloga takođe pokriva sve turističke, arheološke lokalitete i lokalitete nasleđa, turističke konferencije i izložbe, rad turističkog informacionog servisa, usluge organizacije i licenciranje turističkog vodiča.

Kao deo razvoja turističke ponude Dubaija, DTCM je otvorio poslovnicu od 3300 kvadratnih metara, Dubai Cruise Terminal u martu 2001. Takav potez je osmišljen kako bi se emirat uspostavio kao 'Informativni centar Bliskog Istoka' u međunarodnoj kruzing industriji.

U maju 2002, DTCM je formirala Dubai Convention Bureau- DCB (Dubai izložbeni centar) za obavljanje svih međunarodnih ponuda u ime emirata za privlačenje glavnih događaja u Dubaiju. DCB takođe sprovodi sveobuhvatne promotivne aktivnosti koje se odnose na Dubai destinaciju za sastanke i konvencije i organizuje i učestvuje na sajmovima, seminarima ali obuhvata i pripreme za unapređenje Dubaija kao vodeće destinacije poslovnog turizma.

³⁸ www.dubaitourism.ae

Jedna od ključnih strategija za povećanje broja posetilaca u Dubaiju i pružanje kvalitetnog iskustva za posetioce je specijalna obuka radnika u turističkoj industriji. Postojeći i potencijalni zaposleni u turističkoj industriji imaju jako bitnu ulogu u turizmu. Zajedno sa relevantnim partnerima turističke industrije, DTCM se obavezao da obučava i unapređuje radnu snagu, tako da oni postanu bolje kvalifikovani, konkurentni i lako prilagodljivi stalnoj promeni u radnom okruženju.³⁹

DTCM postavlja rešenja u obuci kadrova za putovanja, turizam i hotelijerstvo kako bi se obezbedilo da turistička industrija Dubaija nastavi svoj razvoj na svetskom nivou.

DTCM rešenje za obuku zaposlenih u turizmu i hotelijerstvu je jedinstven i različit trening od bilo kog drugog treninga od strane postojećih koledža, univerziteta i institucija za obuku zaposlenih zbog korišćenja najboljih alata i učenja u sektoru turizma i hotelijerstva i osigurava relevantnost tržišta u svakoj etapi.

DTCM je takođe pokrenuo i proces Emiratizaciju u Dubaiju kroz privlačenje posvećene i talentovane radne snage. Turizam i hotelijerstvo nisu prvi izbor za mlade državljane koji su u potrazi za karijerom, međutim, DTCM preko procesa Emiratizacije naglašava mogućnosti koje turistički sektor pruža mladim i kvalifikovanim Emiraćanima i igra značajnu ulogu kako bi se obezbedilo da svi Emiraćani budu zaposleni.

2.4.1 Odeljenje za turizam i trgovinu : licenciranje i kvalifikacija⁴⁰

Kvalifikacija

Cilj je jačanje nivoa smeštajnih usluga, olakšavanje odabira smeštaja prikladnog za sve kategorije posetilaca, ali i turističke agencije. Sadašnji sistem osigurava dostupnost turističkih usluga i sadržaja u skladu sa očekivanjima takvih posetilaca.

Odgovornosti:

- Primeniti licenciranje po zakonima i propisima
- Praćenje poslovanja hotela da se obezbedi njihova usklađenost sa kriterijumima licenciranja i kvalifikacije.
- Pripremiti statistiku u skladu sa propisima hotela
- Obezbediti implementaciju sistema kvaliteta
- Olakšati i pojednostaviti postupke za zadovoljstvo kupaca

Procedura klasifikacije

- Odnosi se na klasifikaciju, obnavljanje i praćenje novih objekata kako bi se osigurala njihova usklađenost sa kriterijumima licenciranja i klasifikacije.
- Uslovi i poštovanje zakona i propisa u pogledu licenciranja i klasifikacije objekata.

³⁹ www.dubaitourism.ae

⁴⁰ www.dubaitourism.ae

Službeno radno vreme
7:30 am - 14:30 pm (7:30 - 14:30)

Licenciranje

Odgovoran je za upravne poslove koji se odnose na izdavanje licence u turizmu, praćenje procedure licenciranja koji se sastoje iz preliminarnih potvrda, obnove, dopune i otkazivanja.

Odgovornosti:

- Pojednostavljivanje procedura na praktičan način da se ispune sve systemske zahteve i kriterijume kvaliteta kao i interes kupca u skladu sa politikom DTCM-a.
- Praćenje licenciranja u turizmu u skladu sa zakonom Ujedinjenih Arapskih Emirata i administrativnih pravila i poštovanjem arapske i islamske tradicije i vrednosti
- Kontaktiranje drugih državnih službi kada je to potrebno.

Dozvola i inspekcije

DTCM je odgovoran i za poslove koji se odnose na izdavanje dozvole za obavljanje stalne ili privremene turističke delatnosti, praćenje i inspekciju aktivnosti da se obezbedi njihovo ispunjenje u skladu sa zakonom i regulacijom Dubaja.

Odgovornosti:

Odeljenje je direktno odgovorno za efikasno izdavanje odobrenja i nadzor nad tim ustanovama, implementacija kazni nad prekršiocima.

Vrste dozvole:

1. Ture brodom
2. Putne i turističke usluge
3. Kampovi u pustinji
4. Aktivnosti vezane za razonodu
5. Zabave za koje su neophodne karte
6. Hotelske zabave za koje nisu neophodne karte
7. Modne revija sa ili bez karata
8. Dozvole za turističke konferencije i sajmove

Zahtev za novu licencu za hotele (za već izgrađene objekte)

1. Kopija pasoša podnosioca zahteva
2. Kopija pasoša partnera u koliko postoji
3. Kopija svih trgovinskih dozvola izdatih u UAE
4. Ako je podnosilac zahteva iz zemalja GCC (Gulf Cooperation Council) onda on mora da dostavi i kopiju licence izdatu u toj zemlji.
5. Kopiju sertifikata o izgrađenom objektu
6. Plan lokacije
7. Transfer postojeće hotelske licence

U slučaju promene vlasnika moraju biti dostavljena sledeća dokumenta

Obrazac za prijavu

- Kopija pasoša novog vlasnika ili partnera
- Kopija trgovinskih licenci izdatih u ujedinjenim Arapskim Emiratima
- Ako je podnosilac zahteva iz zemlje GCC onda on mora da dostavi i kopiju licence izdate u toj zemlji.
- Kopija licence hotela ili hotelskog apartmana
- Ako je potrebno proveriti rejting i da li je bilo određenih kršenja
- Obnova hotelskih i licenci hotelskih apartmana
- Kopija postojeće licence o izgrađenom objektu
- Primerak stranog ugovora (mora biti važeći za period od minimum 3 meseca)
- Preliminarno odobrenje za izgradnju hotela ili promenu postojeće građevine u hotel

Sledeća dokumentacija je potrebna:

- Obrazac za prijavu
- Kopija pasoša vlasnika zgrade
- Mapa lokacije nove zgrade i zemljišta
- Sertifikat o izgrađenom objektu
- Upravljanje hotelima ili hotelskim apartmanima

Podnosilac zahteva za poziciju Generalnog menadžera hotela mora podneti sledeću dokumentaciju:

- Kopija pasoša podnosioca
- Kopija biografije (CV) podnosioca zahteva sa naznačenim radnim iskustvom i kvalifikacijama
- Turističke aktivnosti

Ako je podnosilac zahteva iz zemalja GCC onda on mora dostaviti kopije licenca izdatih u toj zemlji, a ako se ne izdaju dozvole onda mora dostaviti pismo koje potvrđuju tu činjenicu.

3. Mere turističke politike

3.1 Najznačajnije mere turističke politike u oblasti stimulisanja razvoja turističke ponude

3.1.1 Mere politike na razvoj turizma

UAE, troše milijarde dolara na infrastrukturu i jedan je od najvećih tržišta projekata u regionu, obuhvatajući 37% totalne vrednosti projekta unutar sektora građevine, nafte i gasa, petrohemije, energetike, otpada i sektora vode.⁴¹

Dosta ogromnih investicija je ulagano u nekretnine i turizam. Te investicije se ogledaju i kroz razvoj Dubaija. U Dubaiju razvojni projekti kao što su The Palm, The World, Dubai Waterfront i Arabian Canal, su igradeni od strane izvođača radova Nakheel, koji će obezbediti domove za više od 3 miliona ljudi.

Dubai World Central, je objekat koji je još u izgradnji a prostiraće se na 140 kvadratnih kilometara u blizini Jebel Ali i kreiraće 900 000 radnih mesta, i uključivaće i Al Maktoum International Airport koji će biti najveći aerodrom u svetu do 2020.

Burj Dubai je milijardu dolara vredan toranj koji je proglašen najvišom zgradom na svetu, a izvođač radova je Emaar's. Međutim, vlade severnih Emirata obezbeđuju motivaciju za izvođače radova rezidencijalnih i komercijalnih objekata.

Predsednik UAE Sheik Khalifa bin Zayed Al Nahyan je alocirao 4,4 milijardi dolara, za Jebel Ali luku koja je najveća luka na Bliskom Istoku, i sedmi najkomercijalniji infrastrukturalni projekat na svetu. Ta alokacija će se iskoristiti a finansira izgradnju putne mreže, nove stambene objekte, kanalizacione sisteme i drugi projekti koji pružaju integrisana rešenja nekim infrastrukturnim deficitima u tom polju.⁴²

Projekat Dubai Metro vredan 4.2 milijardi dolara uključuje Crvenu Liniju dugu 52 km , koja se prostire uzduž Sheikh Zayed Road izmedju Al Rashidiya i Jebel Ali, završena je u septembru 2009 posle 3 godine napornog rada. Očekivano je da će ova linija prevoziti 27 000 putnika na sat u svakom pravcu u 42 voza. Zelena linija koja povezuje Al Qusais i Dubai Healthcare City, je još u izgradnji i očekivano je njeno puštanje u rad u martu 2010.⁴³

⁴¹ www.ameinfo.com

⁴² www.zawya.com

⁴³ Travel Magazin, decembar 2009

3.1.2 Kompanija za razvoj turističkih projekata u Dubaiju

Ministarstvo nadležno za razvoj i investicije Dubaija, Dubai Development and Investment Authority (DDIA), je najavilo lansiranje "Kompanije za razvoj turističkih projekata u Dubaiju" za obavljanje raznih projekata kao što je Dubailand-prvi i najveći projekat za porodični turizam na bliskom Istoku.

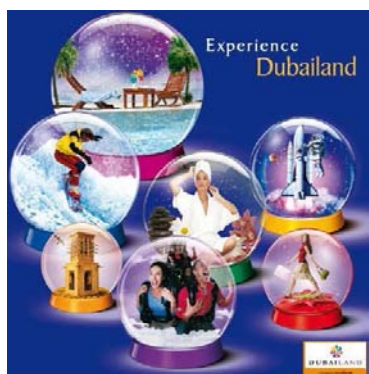
Predsednik DDIA, Mohammed Al Gergawi rekao je : "Nova kompanija kao deo DDIA omogućiće servis za investitore i projektante." To će obezbediti razvijenu infrastrukturu koja je zasnovana na kvalitetnoj usluzi i istaknuti zalaganje vlade da obezbedi podršku za okruženje i prosperitet poslovanja i visoki potencijal investicionih mogućnosti.⁴⁴

Njegovo Visočanstvo Sheikh Mohammed bin Rashid Al Maktoum, krunisani princ Dubaija i Ministar odbrane UAE, je direktnim učešćem i praćenjem Dubailand projekta, doprineo da taj projekat bude centar pažnje svih investitora u regionu. Takođe dodao je nova kompanija očekuje dinamičnu ulogu u razvoju i prosperitetu turističkog sektora, ne samo kroz upravljanje Dubailand-om, ali takođe i kroz identifikovanje i promovisanje dostupnih investicionih mogućnosti i uspostavljanje dogovora i ugovora o pojedinim programima. Projekat ima raznolike i jedinstvene atrakcije da obezbedi sve uslove za sve članove porodice.

Kompanija će napraviti projekat centrom za turiste iz regiona i celog sveta.

Turistički sektor se smatra jednim od najatraktivnijih kada su u pitanju investicije, ne samo u zemlji i regionu, ali i na internacionalnom nivou takođe. Snažan porast broja turista će doprineti uspostavljanju projekata sa visokom stopom dohotka koje prevazilaze profite u ovom sektoru.

Različiti projekti koji su uključeni projektom Dubailand, za koji je očekivano da će privući milione turista godišnje, će imati koristi od potencijalnog rasta u lokalnom turističkom sektoru.



Dubailand će obuhvatati sedam glavnih delova koji dopunjuju jedni druge i tako formiraju kompleks, koji je ogroman i raznolik i relativno konkurentan sa drugim međunarodno priznatim projektima. To će biti atraktivno odredište za porodice, ali i pojedince. Postojeće raznolikost ponude kroz : sportski turizam, ekološki turizam, naučni turizam i kulturni kao i shopping turizam.⁴⁵

Glavne komponente projekta će uključivati : Svet avantura na 145 miliona kvadratnih stopa i uključivaće : Svet Farona, Snežni Svet, Svemirski i Naučni Svet, Srednjevekovni Svet i Svemirski Hotel. Sportski i svet na otvorenom obuhvataće igralište, kompleks i sportske sadržaje i pomoćiće zemlji da ugosti međunarodne sportske

⁴⁴ www.ameinfo.com

⁴⁵ www.dubailand.ae

dogadaje. Projekat Sportski Svet će biti na 206 miliona kvadratnih stopa i uključivaće brojne projekte kao na primer: Sport Grad, Svet Ekstremnih Sportova, Svet Trka i Svet Jahanja Konja. Svet Ekoturizma : pruža odlične mogućnosti za identifikaciju odlika naše ekološke sredine i da se bolje uvide njegove komponente i da omogući posetiocima da upoznaju njegove karakteristike na naučni način. Ovaj svet se prostire na preko 806 miliona kvadratnih stopa i njegove investicije se procenjuju na oko 4 milijarde Dirhama (AED). Glavne komponente projekta takođe uključuju Svet odmora, Svet Šopinga i Porodični Svet.⁴⁶



3.2 Najznačajnije mere turističke politike u oblasti finansiranja investicija



Posebni elementi turističke politike odnose se na liberalizaciju u sektoru platnog prometa, kao i komponente slobodnog kretanja ljudi, robe i usluga. To podrazumeva:

- Slobodno transfer i cirkulaciju deviza bez ikakvih ograničenja u pogledu svote i mesta plaćanja, uz korišćenje svih sredstava plaćanja.
- Sredstva plaćanja: uvedeni su novi načini plaćanja npr elektronske kartice kojima će se plaćati usluge i robe kao i podizati gotovina na terminalima
- Nivelacija kod oporezivanja robe (VAT – Value Added Tax) što će njenim ujednačavanjem dovesti do sniženja takse, ali i do relativno viših troškova poslovanja turističkih preduzeća.⁴⁷

Uloga uslužnih delatnosti u stvaranju vrednosti i zapošljavanju je u razvijenim zemljama veoma izražena. Usluge su zbog svog potencijala u generisanju vrednosti, postale i dominirajuće područje direktnog stranog investiranja. Vrednost skokova direktnih stranih

⁴⁶ www.dubailand.ae

⁴⁷ Bakić O., Marketing u turizmu, Beograd 2005, str 240

investicija u uslužnom sektoru na svetskom nivou sada premašuje 60% ukupne vrednosti direktno investiranog i aktiviranog stranog kapitala u privrednoj funkciji, dok je to učešće krajem prošlog veka iznosilo 46%.⁴⁸

Odluka vlade Dubaija da diversifikuje ekonomiju baziranu isključivo na trgovini naftom na ekonomiju koja je orjentisana na turizam i usluge je dovela do povećanja vrednosti imovine i nekretnina, sa građevinskim porastom u periodu 2004-2006. Taj građevinski porast je kategorizovao Dubai kao grad sa najbržim rastom u svetu. Postoji veliki broj građevinskih projekata koji su i trenutno u izgradnji ili će biti izgrađeni u budućnosti. Zbog velikog broja građevinskih radova u Dubaiju, 30 000 građevinskih kranova, sto obuhvata 25% ukupnog broja kranova sirom sveta, se nalaze u Dubaiju. Samim time Dubai je postigao više građevinskih rekorda koji uključuju : najvišu zgradu (toranj) na svetu Burj Dubai, najveći tržni centar na svetu (Dubai Mall), najveća fontana na svetu, i najviši hotel na svetu (Rose Tower). Takođe u izgradnji je Dubailand, koji će biti skoro dva puta veći od veličine Walt Disney World Resort-a.⁴⁹

Dubai, kao i Abu Dabi investiraju milijarde dolara u razvoj turizma, a samo Dubai je investirao 381.4 milijardi dolara za projekte u regionu, koji su trenutno ili u izgradnji ili u fazi pripreme, za razliku od susednog emirate Abu Dabija koji je investirao 131.3 milijarde dolara.⁵⁰

Nažalost, 2009. godine većina građevinskih projekata je odložena, ili u potpunosti prekinuta, zbog finansijske krize koja je zahvatila celu planetu. Ali u 2010. godine se očekuje nastavak radova na pojedinim projektima.

⁴⁸ Prema: R.Banga: Foreign Direct Investment in Services: Implications for Developing Countries, Asia-Pacific Trade and Investment Review, vol 1.,no. 2., November 2005

⁴⁹ www.arabianbusiness.com

⁵⁰ www.guide2dubai.com

4. Karakteristike turizma Dubaija

4.1 Vrste turizma koje su razvijene u Dubaiju

4.1.1 Šoping turizam

Dubai je poznat kao “Šoping Meka Bliskog Istoka”. Grad privlači veliki broj turista iz regiona ali i iz Istočne Evrope, Afrike i Daleke Azije. Dubai je poznat po svojim sukovima, pijacama. Suk je arapska reč za pijacu ili mesto gde može bilo koja roba da se kupi ili prodaje. Tradicionalno, prodavci sa Dalekog Istoka, Kine, Šri Lanke i Indije bih ostavili svoj kargo i njihova roba bi bila prodavana na suku odmah pored obale. Najbolja atmosfera kada je u pitanju šoping u Dubaiju je kupovina po sukovima, koji su najčešće blizu obale, gde je najveća čar zapravo samo cenkanje.⁵¹

Moderni šoping molovi, odnosno tržni centri, i butici se takodje nalaze u gradu. Dubai Duty Free i Dubai International Airport nude katering usluge multinacionalnim putnicima koji koriste Dubai International Airport.

Dok butici, prodavnice elektronske opreme, robne kuće i supermarketi rade po principu fiksnih cena, većina drugih prodavnica koriste način cenkanja kao deo svakodnevnog života.

Mnogobrojni šoping centri u Dubaiju imaju raznovrsnu ponudu koja može da zadovolji potrebe svih potrošača. Automobili, odeća, nakit, elektronika, nameštaj, sportska oprema i ostala roba se može pronaći unutar šoping centra.

4.1.2 Kulturni turizam

Razgledanje grada najčešće je kao poslednja opcija za mnogobrojne posetioce, koji su opčinjeni reputacijom Dubaija kao raja za šoping.



Aspekti kulture Dubaija, koja je najčešće u senci zbog buma u ekonomskom razvoju, mogu se pronaći u mestima pokraj obale, kao što su Bur Dubai i Deira. Zgrade koje se nalaze na strani obale Bur Dubaija predstavljaju glavnu atrakciju starog grada. Heritage Village predstavlja izgled nekadasnjeg starog Dubaija. Diving Village koje se nalazi odmah pored, nudi izložbe vezane za nekadašnje

⁵¹ Jim Krane, Dubai: The Story of the World's Fastest City, septembar 2009

skupljanje bisera i ribolov. Diving Village je deo ambicioznog plana da se pretvori cela oblast "Shindagha" u kulturni grad, kreirajući život u Dubaiju kakav je nekada bio.

Druge atrakcije kao što su kuća Sheikh-a Saeed Al Maktoum, Dubai Muzej koji se nalazi u rekonstruisanoj tvrđavi Al Fahidi, koja je sagrađena 1799, i Heritage Village u Hatta, koji se nalazi 115 kilometara jugoistočno od Dubaija u srcu planine Hatta takođe su deo kulturnog turizma. Istorija Heritage village (sela) datira još pre 2000 - 3000 godina. Sastoji se od 30 zgrada, i svaka je različite veličine, enterijera i materijala korišćenog za izgradnju. Velika pažnja je posvećena, tokom renoviranja, da se koriste isti materijali koji su se ranije koristili kao što su blato, slama, sandalovina i palmuni delovi. Džamija Sharia je stara džamija sagrađena otprilike pre 200 godina, i tokom restauracije korišćeni su isti materijali, a sastoji se od velike prostorije za molitvu, dvorišta, minareta i ostalih prostorija.⁵²

4.1.3 Kongresni turizam

Dubai Convention Bureau (DCB), je ogranak Odeljenja za turizam i trgovinu, neprofitna organizacija koju finansira država, čiji je cilj da se razvije i poveća udeo Dubaija u MICE (Međunarodna organizacija za organizovanje kongresa i konferencija) i postane bitan činilac na tržištu za organizaciju kongresa. Cilj i vizija DCB-a je da se organizuje što više uspešnih kongresa u Dubaiju, i da se putem nacionalne i međunarodne promocije pospeši pozicija Emirata kao vodeće poslovne turističke destinacije. Misija DCB-a je da se ojača ekonomija Dubaija na sledeći način:

- Razvojem održivog razvoja turizma
- Da se pruži jedinstveno turističko iskustvo, kombinacijom kvalitetnih usluga i cene, u bezbednom okruženju
- Inovativna promocija trgovine i turizma u Dubaiju
- Dalji razvoj partnerstva sa industrijским deoničarima⁵³

Broj međunarodnih asocijacija za kongrese u Dubaiju je imao primetan rast u poslednjih 3 godine. Ovi kongresi prate sledeće kriterijume:

- Neophodno je redovno održavanje kongresa
- Održavanje kongresa u minimum 3 zemlje uz redovnu rotaciju
- Kongresu treba da prisustvuje minimum 50 delegata⁵⁴

Takođe ne treba zaboraviti ni SSS (sunce, more i pesak) kao jednu od najznacajnijih kategorija u svetskim i evropskim razmerama. Uprkos relativnom smanjenju znacaja ovog vida turizma, on je bio, jeste i ostace najmasovniji oblik turistickih kretanja.⁵⁵ Jedan od osnovnih motiva za posetu Dubaiju su svakako sunce, more i pesak koji pored novoizgradjenih velelepnihotela, ostrva, zgrada predstavljaju osnovnu ponudu Dubaija.

⁵² www.city-discovery.com

⁵³ www.dcb.ae

⁵⁴ www.dicec.ae

⁵⁵ S.Unković i B.Zečević, Ekonomika turizma, Ekonomski fakultet, Beograd 2007, str 444

To su najzastupljeniji vidovi turizma, ali Dubai takodje poseduje i druge vidove turizma kao što su : poslovni turizam, zdravstveni turizam, ekoturizam, avanturistički turizam, itd.

4.2 Turistička ponuda Dubaija

Turistička ponuda Dubaija se svake godine sve više povećava između ostalog otvaranjem novih atrakcija, od kojih su većina jedinstvene u svetu. Kao što su:

- Hotel Burj Al Arab koji predstavlja jednu od najlepših građevina na svetu samim tim što je podignut na veštački napravljenom poluostrvu u obliku tradicionalnog arapskog jedriličarskog čamca, o kome je već bilo reči u radu (strana 17)
- Burj Dubai Tower sa visinom od 850 metara, je najviša zgrada na svetu, koja predstavlja najveći svetski trgovinski i poslovni centar, ali isto tako i turističku atrakciju.
- Time Residence - već dosta bogatu ponudu visokih zgrada, Dubai dopunjava izgradnjom prvog rotirajućeg nebodera čiji će se delovi – spratovi rotirati oko svoje ose. Time Residence će se okretati u punom krugu u toku jedne nedelje i to uz pomoć obilne sunčeve energije.
- Hydropolis – podvodni hotel, koji će se nalaziti ispod površine mora i biće prvi luksuzni podvodni hotel na svetu.
- The Palm Dubai Islands
- The World Dubai Islands
- Dubailand zauzima posebno mesto u izgradnji mnogobrojnih projekata kao veoma ambiciozni projekat Dubailand tj. najveći svetski zabavni park.(detaljnije na strani 28)
- The Dubai Ski Resort - Privlačan nagib Ski Centra Dubai-a omogućava domaćem stanovništvu i turistima mogućnost da na temperaturama koje konstantno rastu i do 50°C na otvorenom, obuku ski odelo i da se lagano spuste niz veštačku stazu u Ski Centru gde je temperatura oko -5°C nalik najvećim svetskim zimskim centrima.⁵⁶

Dubai turistima nudi bezbroj opcija za zabavu. Za koju će se opciju odlučiti zavisi od mnogih faktora kao što su budžet, interesovanja, vreme itd. Mogu se baviti parasailingom, ići na scuba diving ili na boarding na pesku, ići na safari u pustinji ili pak igrati golf, jer se ovde nalaze neki od najboljih golf terena na svetu.

Takode kada je turistička ponuda u pitanju ne treba zaboraviti ni sledeće kulturne i prirodne atrakcije:⁵⁷

- Dubai muzej (The Dubai Museum)

⁵⁶ Impressions Dubai, Explorer Publishing, januar 2009

⁵⁷ Top 10: Dubai & Abu Dhabi, Eyewitness Travel Guide, DK Publishing, Njujork, 2007

Al Fahidi tvrđava, izgrađena 1799, se smatra najstarijom građevinom u Dubaiju, i ujedno je mesto gde se nalazi muzej Dubajja. U prošlosti tvrđava je služila za odbranu grada od ratobornih komšijskih plemena. Zidovi tvrđave su napravljeni od korala i školjki iz mora, i cementirani su zajedno sa krečom. Unutrašnjost, veliki deo je posvećena muzičkim instrumentima takođe postoji restauracija tipične kuće i škole iz 1950 godine. Postoji i interaktivna izložba flore i faune u UAE, i pronalazaka sa arheoloških iskopina (950-550 p.n.e.).

- Narish Khyma

Nalazi se u blizini muzeja, i predstavlja tipičan arapski letnjikovac, sa interesantnom kolekcijom lokalnih čamaca. Uključuje i repliku poznatih čamaca abra koji su se koristili da prevezu putnike preko uvale reke.

- Dubai Creek



Dubai Creek predstavlja duh grada. Najbolji način da se vidi trgovinski deo luke je sa vode. Može da se iznajmi abra (mali čamac) za odlazak do Al-Maktoum mosta i nazad.

- Jumeira arheološko nalazište

Najveće i verovatno i najbitnije arheološko nalazište u UAE, Jumeira datira još od 6 veka nove ere. Danas je okruženo šoping centrima koje ukazuje na modernizaciju trgovinskog Dubajja, a nekada je bilo stanica karavana kamila koja se nalazila na trgovinskom putu koji spaja Irak i severni Oman. Nekoliko domova, za koje se veruje da su bili guvernerove palate, mogu se pogledati jedino preko ograde. Antikviteti, koji uključuju grnčariju, bakarne i gvozdene predmete, staklariju i novčiće, su izloženi u muzeju Heritage i Diving Villages.

- Jumeira Beach Park

Ovaj divni park ispred Jumeira plaže, koji je pokriven travom koja se konstantno navodnjava, je veliki trošak za državu, ali izgleda fantastično. Obuhvata dečje igralište, deo za roštiljanje, stolove za piknik, šetališta i kioske. Duž obale u Jumeira parku se nalazi spasioci. Park je najčešće otvoren za sve posetioce, osim subote i ponedeljka kada je rezervisan samo za žene i decu.

- Hatta Rock Pools

Hatta, deo Dubajja nastanjen među Hajar planinama, je savršeno mesto za vikend odmor. Glavne atrakcije su relativno hladnija suva klima, planinski pejzaž, i fascinantni Hatta bazeni u kamenu.

- Dubai zoološki vrt

Nalazi su u Jumeirah i suprotno od Jumeirah plaže. Okružena je gustim zelenim drvećem i najzelenija je tačka u predgrađu. Nalazi se na površini od 1.75 hektara. Ima oko 248 različitih sisara. Gorile, lisice, hijene, pume, lavovi, jaguari, šimpanze, babuni, majmuni, jeleni, medvedi, ježevi, žirafe i ovce su samo neki od sisara koji se nalaze u Zoo vrtu. Takodje pored sisara tu se nalaze i razne vrste ptica, reptila, ali i ugroženih vrsta među kojima su sibirski i bengalski tigar, arapski vukovi i divlje mačke, itd.

- Creek Park

Ovaj moderni ali ujedno i park pun zelenila se nalazi na zapadnoj obali, koja predstavlja istorijsku tačku Dubaija, i naziva se Dubai Creek. Obuhvata površinu od 96 hektara. Ističe se u odnosu na ostale parkove jer ima kompletno opremljene golf terene, pored 14 piknik površina i velikog amfiteatra koji može da primi 5000 posetilaca.

- Al Mamzar Beach Park

Lociran na severozapadnoj obali Dubaija, severno od Al Hamriya luke, park se prostire na površini od preko 99 hektara i samim tim predstavlja jedan od najvećih parkova u Dubaiju. Plaže imaju moderne kućice sa spasiocima, kabine za presvlačenje i kolibe od trske. Takođe poseduje i bazene, dečje igralište, mesta predviđenja za roštiljanje sa stolovima i suncobranima i amfitetar.



- Kuća Shaikh Saeed Al-Maktoum

Sagrađena je 1896 i bila je rezidencija dede sadašnjeg vladara. Kuća Shaikh Saeed je izgrađena oko ogromnog dvorišta u stilu rezidencije iz starih vremena, i gradila se iz faza godinama. Deo zgrade se sastoji od samo jednog sprata a deo od dva sprata, I sadrži veliki broj soba, balkona i kupatila, podeljenih u nezavisne stambene jedinice. Zgrada je osvetljena noću sa reflektorima, i stoji kao podsetnik bogatog arhitektonskog nasleđa i kulture Dubaija. Kuća je pretvorena u muzej istorijskih fotografija.

- Al Bastakia oblast

Al Bastakia oblast u Bur Dubaiju datira još od 1900 godine i zahvata celi istočni deo starog grada pored Creek-a. Kuće u ovoj oblasti su nekad bile domovi bogatih persijskih trgovaca. Ova oblast je uvek fascinirala posetioce Dubaija i umetnike, koji su impresionirani elegantnim wind-towers (kulama koje su služile kao prirodni klima uređaji od jakog sunca i vlage), gipsanim dekoracijama i drvenarijom.

- Shopping - Souqs of Deira



Suk, arapska pijaca na otvorenom, je dugo bila deo društvenog života Dubaija. Deira nadkriveni Suk nudi tekstil, začine, odeću i kanu (sa kojom arapkinje ukrašavaju ruke i stopala). Deira stari Suk na kome se prodaje garderoba, tepisi i staklarija. Dubai Creek zlatni Suk, je prepun proizvoda od zlata, koje šljašti na sve strane i privlači kupce iz celog sveta. Bilo koji tip zlatnog nakita, može se napraviti u bilo kojoj boji



za određenu cenu. Takođe postoji i Suk parfema, elektronski Suk, Dubai Suk,...

- Shopping molovi- tržni centri

Dubai je poznat i mnogobrojnim tržnim centrima među kojima se izdvajaju : Dubai Mall, Mall of the Emirates, Deira City Centre, Ibn Battuta Mall, Wafi Mall, itd.

4.3 Direktni uticaj turizma na privredni razvoj

Osnova ekonomskog značaja turizma ogleda se kroz potrošnju turista u mestima koja posećuju. Novac koji su turisti zaradili u mestima svog stalnog boravka troše u turističkim mestima. Kao rezultat te njihove potrošnje, nastaju određeni ekonomski efekti na privredu, kako zemlje iz koje turisti dolaze tako i na zemlju koju turisti posećuju.

Turistička potrošnja vrši direktne i indirektne efekte na privredu. Direktni efekti se odnose na one učesnike turističke privrede koji direktno prodaju usluge turistima, a indirektni na one privredne delatnosti koje snabdevaju turističku privredu, kao što su industrija, građevina, poljoprivreda itd.⁵⁸

Najvažniji direktni uticaji koje turizam vrši na privredu su :

- uticaj na društveni proizvod i nacionalni dohodak
- uticaj na razvoj privrednih delatnosti koje sačinjavaju turističku privredu
- uticaj na platni bilans zemlje
- uticaj na zaposlenost stanovništva
- uticaj na brzi razvoj nedovoljno razvijenih zemalja i područja

Turistička potrošnja posredno utiče na društveni proizvod i nacionalni dohodak tako što stimuliše razvoj oblasti materijalne proizvodnje koje snabdevaju turističku privredu. Pored ovog posrednog uticaja, turizma neposredno utiče na društveni proizvod i nacionalni dohodak po osnovu preliivanja dohotka iz drugih zemalja.

Važno je sagledati i njegovo dejstvo na teritorijalnu preraspodelu u svetskim okvirima kao i u okviru konkretnih zemalja. Kada je u pitanju svetski okvir onda se vidi da je turizam omogućio preliivanje društvenog proizvoda iz ekonomski nerazvijenih zemalja sveta u zemlje sa nižim nivoom privredne razvijenosti. Znači da se u tim okvirima turizam javljao kao faktor ravnomernijeg rasporeda proizvodnih snaga.⁵⁹

Veliki broj privrednih i neprivrednih delatnosti učestvuje u podmirivanju turističkih potreba.

Delatnosti, ustanove i zanimanja koja direktno podmiruju potrebe turista su:

- hoteli, restorani, kafei, barovi itd
- trgovine, posebno za prodaju suvenira, novina, knjiga, cigareta itd
- banke i osiguravajuća društva
- slobodne profesije: lekari, advokati itd
- pomoćna zanimanja potrebna turistima: vodiči, razne sportske institucije itd
- institucije za zabavu: pozorišta, kasina, festivali i slično

Turizam je vršio najveći uticaj na razvoj ugostiteljstva, a zatim na razvoj saobraćaja i u nešto manjoj meri trgovine.

⁵⁸ S.Unković i B.Zečević, *Ekonomika turizma*, Ekonomski fakultet, Beograd 2007, str 39

⁵⁹ S.Unković i B.Zečević, *Ekonomika turizma*, Ekonomski fakultet, Beograd 2007, str 42

Turizma je takođe i značajan faktor potpunijeg korišćenja radno sposobnog stanovništva datih zemalja i područja. Povećanjem turističkog prometa i potrošnje stranih i domaćih turista dolazi do uključenja velikog broja radnika u prethodno navedene delatnosti turističke privrede. Povećava se i broj zaposlenih u neprivrednim delatnostima, koje direktno učestvuju u podmirivanju potreba turista. Takođe treba ukazati i na značaj direktnog angažovanja privatnih domaćinstava u turističkim mestima, koja pružaju usluge smeštaja i ishrane domaćim i stranim turistima. Sve to značajno utiče na oživljavanje privredne aktivnosti konkretnih turističkih zemalja i područja, kao i na povećanje životnog standarda stanovništva u njima. To je posebno važno ako se turizam javlja kao osnovni faktor bržeg privrednog razvoja i aktiviranja radno sposobnog stanovništva, koje do tada nije bilo angažovano u privrednim delatnostima ili su njegove radne sposobnosti bile nedovoljno iskorišćene.⁶⁰

Dubai izbegava ekonomski krah koji se trenutno oseća u većini zemalja na planeti i pokazuje impresivan porast trgovine. U prvoj polovini 2008 godine, vrednost izvoza i ponovnog izvoza (re-export) je povećana za 50% u odnosu na prvu polovinu 2007 (kada je iznosila 10 milijardi funti) i iznosi 15 milijardi funti. Uz ukupni rast, izvoz je porastao za 36% do 4.9 milijardi u prvoj polovini 2008, u poređenju sa istim periodom 2007. U trenutnoj situaciji klimatske i ekonomske nesigurnosti, ishod je veoma pozitivan za sektor trgovine u Dubaiju, navodi se u izveštaju koji je objavila privredna komora Dubajja (DCCI).

Velika Britanija ostaje i dalje jedan on najvećih izvoznika u Dubai i trgovina nastavlja da bude obostrana. Međunarodna trgovina u Dubaiju je porasla između 2006 i 2007 (sa 69.7 milijardi na 90.7) , u poslovanju sa Indijom i Kinom koje dominiraju na tržištu sa zajedničkim učešćem od skoro četvrtine (23%) totalne trgovine Dubajja u 2007. Ostali veliki trgovinski partneri: SAD, Japan, Iran, Nemačka, Velika Britanija, Švajcarska, Saudijska Arabija i Južna Koreja – predstavljaju zajedničko učešće od 31%.

Članstvo u DCCI je takođe povećano za 13.4% u januaru 2008 na 115.595 do kraja juna 2008, odražava podjednako porast domaćeg poslovnog sektora i strateški razvoj i diversifikaciju ekonomije Dubajja na osnovu Strategijskog Plana 2015 Sheik Mohammed bin Rashid Al Maktoum.

Ian Scott ,direktor predstavništva u Velikoj Britaniji i Irskoj, Odeljenja za turizam i trgovinu Dubajja (DTCM), komentariše : “Blistava ekonomija Dubajja i njen ubrzan razvoj u trgovini ističe sve veću važnost Emirata u svetskoj ekonomiji”. Diversifikacija Dubajja pored prihoda od nafte i ekspanzija u druge glavne sektore je glavni instrument širenja jakog finansijskog ostvarenja. I to je taj uspeh u drugim industrijama, kao što su međunarodna trgovina i turizam, što će smanjiti učešće ulja u ekonomiji Dubajja za manje od 1% BDP do 2010 godine.⁶¹

⁶⁰ S.Unković i B.Zečević, Ekonomika turizma, Ekonomski fakultet, Beograd 2007, str 47

⁶¹ www.government.ae

Uprkos pretnjama o globalnom privrednom usporavanju, Dubai nastavlja svoj pozitivan rast kao najbrži rastući grad u svetu.

Glavni regionalni turistički grad, Dubai, gleda da ima značajan porast u turizmu kroz otvaranje novih tržišta.

Njegova Ekselencija Khalid Bin Sulayem, generalni direktor Odeljenja za turizam i trgovinu pri vladi Dubajja, rekao je tokom Svetskog Putničkog i Turističkog Saveta Globalnog Turizma i Turističkog Samita (World Travel & Tourism Council's Global Travel and Tourism Summit) održanog u Dubaju od 20-22 aprila, da će razvijeno turističkog tržište Emirata motivisati dalji razvoj turizma i putovanja širom sveta, sa Dubajem kao jednom od top destinacija.

Statistika pokazuje dinamičnu ekspanziju i sposobnost za kreiranjem novih radnih mesta unutar granica Dubajja. Jos važnije, ova dinamična ekspanzija pokazuje uspešnu saradnju (partnerstvo) između privatnog i javnog sektora.

Prošle godine Dubai je primio više od 7 miliona hotelskih gostiju; porast hotela sa stopom popunjenosti od 84% - daleko najviša u svetu- rekao je Khalid Bin Sulayem. Preko 120 aviokompanija opslužio je internacionalni aerodrom Dubai sa letovima u preko 200 destinacija, 34 miliona putnika je koristilo aerodrom u 2007 od toga 27% vazdušnog saobraćaja ka Bliskom Istoku i Africi.

Planiran je porast hotela na 500 do 2015, porast broja soba sa 47 000 na tri puta više do 2015 uključujući najveći svetski hotelski projekat Al Bawadi projekat. Dalji ciljevi Dubajja su da ostvari promet od saobraćaja od 10 miliona do 2010 i zatim da uveća taj promet na 15 miliona do 2015.⁶²

Turizam u Dubaju doprinosi 20% direktno i 30% indirektno na BDP, veliki deo uspeha duguje zvaničnoj saradnji privatnih i javnih sektora, pod vođstvom potpredsednika Sheikh Mohamed bin Rashid Al Maktoum.

Najznačajniji projekti širom pustinjaških predela Dubajja i uz obalu uključuju Palm ostrva (Palm Islands), Svet (The World) i mega vodeni park, tematske parkove, najveći svetski aerodrom, Svetski Trgovinski Centar (World Trade Centar) i Globalno Selo (Globale Village).

Nekoliko ekoloških projekata započetih od strane vlade uključuju strategiju zelenih zgrada i nove ekološke razvoje duž emirata, osiguravajući da je razvoj u skladu sa svetskim standardima za održivi razvoj životne sredine.

Turizma je od vitalnog značaja ne samo za Dubai nego i za ceo svet. "Mi podržavamo regionalni i internacionalni razvoj sa nekoliko kompanija za investiciji koje posluju sirom zemaljske kugle.", rekao je bin Sulaayem, dodajući da investiranje u oblastima potencijalnog buma u celom svetu je na dnevnom redu Dubajja.⁶³

⁶² www.dubaitourism.ae

⁶³ www.dubaitourism.ae

Iako je građevinski razvoj i napredak Dubaija bez konkurencije, Dubai vidi Kinu, Indiju i ostatak Bliskog Istoka kao tržišta koja će mu pomoći u podsticanju razvoja turizma, putovanja i trgovine.

Bez obzira na današnje krize Azija, Afrika i Bliski Istok su videle neverovatan uspeh u razvoju portfolia sa višom popunjenošću od prosečne.

4.3.1 Uticaj koji turizam ima na bruto društveni proizvod u Dubaiju

Dubai kao jedna od vodećih svetskih turističkih destinacija nastavlja da cveta, sada sa turizmom koji čini 30% BDP grada. Privlačnost Emirata sa njegovim neuporodivim luksuzom u kombinaciji sa arapskim šarmom, pomogla je promociji Dubaija konstantno rastućem auditorijumu.⁶⁴

Dubai svoj prosperitetan rast duguje svom položaju kao raskrsnici između Istoka i Zapada. Ovaj faktor u kombinaciji sa celogodišnjim suncem, infrastrukturuom svetskog kvaliteta, odličan nivo usluga i objekata uključujući restorane, prodavnice, hotel i spa centre, sve zajedno čine Dubai izuzetno privlačnom destinacijom.

Dubai nastavlja da ima vodeću ulogu u proširenju svojeg portfolia atrakcija, aktivnosti i objekata kako bi zadovoljio potrebe rastućeg tržišta. Tokom poslednjih godina Dubai je privukao pažnju širom sveta putem svoje liste superlativa – prva zatvorena ski staza u pustinji-Ski Dubai; svetski najviši hotel – Rose Tower; svetski najveći aerodrom - Dubai World Central International Airport; najviši tržni centar – Dubai Mall; i najviša zgrada – Burj Dubai. Takođe je prisutan i Dubailand koji će biti najveći svetski tematski park; tri ostrva The Palm projekta, koje se sastoji od 3 najveća ostrva koja je čovek napravio, vidljiva sa meseca!

Diversifikacija ekonomije Dubaija je takođe primetna u stvaranju slobodnih zona, koje nude brojne poslovne mogućnosti za međunarodne kompanije. Trenutno postoji već 15 ovakvih kompanija i to uključujući : Dubai Airport Free Zone, Jebel Ali Free Zone, Dubai Internet City i Dubai Media City, sa planiranim minimumom od još 10 u budućnosti. Dubai održava svoju poziciju kao lider u regionu koji pokazuje sposobnost da uspešno diversifikuje svoju ekonomiju dok održava konstantan rast. Narednih nekoliko godina će pokušati da ostvari uspeh iz prethodnih godina i nastaviti da širi bogatstvo iskustva koje Dubai pruža.⁶⁵

Dubai BDP je porastao za 0.3% u prvoj četvrtini 2009. godine, u poređenju sa istim periodom 2008. godine, uprkos globalnoj finansijskoj krizi. U prvoj četvrtini 2008. godine BDP je iznosio 13.4 miliona evra, a za godinu dana je porastao do 13.45 miliona evra.⁶⁶

⁶⁴ www.arabianbusiness.com

⁶⁵ www.dubaitourism.ae

⁶⁶ Prema podacima Statističkog centra Dubaija

Najdominantnijih 5 sektora koji su pokazali otpor ekonomskoj krizi i imali porast u prvoj četvrtini 2009. godine su: veleprodaja, proizvodnja, restorani i hoteli, državne usluge i bankarski sektor.⁶⁷

Dubai planira aktivnosti vezane za pokretanje finansijskog plana koji postavlja nove ciljeve za postizanje ekonomskog rasta od 11% godišnje do 2015 godine i gotovo da udvostruči broj zaposlenih. To bi utrostručilo BDP emirata na 54,8 milijardi funti, koji će se podstići kroz trgovinu, transport, turizam i finansijske usluge.

4.3.2 Uticaj turizma na zaposlenost

Turizam je već ključni deo privrede Dubaija, i postaje od sve većeg značaja u svim ostalim Emiratima, i projektovan je na porast u narednih nekoliko godina iznad globalne stope rasta.

Industrija već obezbeđuje skoro 12 % ukupne zaposlenosti u zemlji, ili oko 300 000 zaposlenih, a radna mesta u ovom sektoru se očekuje da će se povećati na preko 375 000 do 2016.

Time je, ubrzan rast avio industrije u zemlji, što se ogleda kroz 2 nacionalne aviokompanije, Emirates u Dubaiju i Etihad u Abu Dabiju, kao i low-cost prevoznik Air Arabia, od kojih su sve dodale mnogobrojne nove destinacije u svoju ponudu još 2007. godine.

Jedan pokazatelj planova za porast u narednom periodu je porudžbina Emirates od 93 nova aviona i mogućnost još dodatnih 50, uz ukupnu vrednost oko 35 milijardi dolara, što se smatra najvećom narudžbinom u avionskoj industriji.

Preko 20 milijardi dolara potrošeno je na unapređenje postojećih aerodroma u UAE, pogotovo u Dubaiju, u novi Al Maktoum International Aerodrom koji će po završetku svih radova biti najveći aerodrom na planeti.

4.3.3 Uticaj turizma na regionalnu ekonomiju i zaposlenost

Dejstvo turističkog sektora na regionalnu ekonomiju se pokazalo kao uspešno i pozitivno je uticalo na rast zaposlenja i nivo prihoda u regionu.

Globalno, turistička industrija je imala veliki doprinos ukupnom bruto domaćem proizvodu i ovaj doprinos će se povećati, pogotovo na rastućim tržištima, u budućnosti.

Ahmed Ramadan, Izvršni direktor Royal International, prezentovao je pred 120 profesionalaca u nekretninama međunarodnu i regionalnu statistiku o putovanjima i turizmu, fokusirajući se na vodeće projekte u UAE i njihove ekonomske posledice. Putovanja i turistički sektor na Bliskom Istoku ostvarili su zaradu od 26 milijardi dolara u

⁶⁷ Prema podacima Privredne komore Dubaija

2006 godini, a očekuje se da će se zarada povećati do 2016 na 46 milijardi dolara. Kapitalne investicije u industriji su prošle 8 milijardi samim time obuhvatajući 28 % totalnih investicija.

U UAE, industrija je porasla za 5% što je bolje nego sveukupni rast u inostranstvu. U 2006 godini, 28,7 miliona putnika je prošlo kroz Dubai International Airport, dok je 6.44 miliona gostiju odselo u nekim od hotela u Dubaiju.

Prema podacima Svetskog Turističkog i Putničkog Saveta (the World Tourism and Travel Council (WTTC)) UAE je kategorisan kao 18 u svetu u pogledu međunarodne konkurentnosti turizma koji je ocenjen prema sledećim kriterijumima : bezbednost, zdravlje i higijena, infrastruktura, informacije i komunikacija, tehnologija, konkurentnost cena, ljudski resursi , kulturni i prirodni resursi, vazdušni i kopneni saobraćaj.

Pozitivan efekat turističkog sektora na privredu UAE se ogleda kroz činjenice da je jedan u svakih 8,5 % poslova vezan za putovanje i turizam. Očekuje se da će ovaj procenat porasti na 9.1% do 2016. Takođe u pogledu izvoza, nekih 10.4 % je vezano za putovanja i turizam.⁶⁸

UAE a posebno Dubai sada osećaju koristi od investiranja u turizam, putem politike koja je počela sa osnivanjem Odeljenja za turizam i trgovinu 1997, praćena izgradnjom Burj Al Arab hotela 1999 ali i velikog broja hotela, odmarališta i objekata za zabavu.

Nezavisno od usluga i uticaja, Dubai Property Group (DPG) predstavlja zajedničke interese građevinske zajednice Dubaija.

Neki od 170 članova ove grupe su jedni od najuticajnijih građevinskih igrača u Dubaiju kao što su Odbor za razvoj Dubaija, Cluttons građevinski konsultanti, Arencos Real Estate, Union Properties PJSC, Better Homes LLC , Asteco Property Management LLC,...⁶⁹

⁶⁸ www.ameinfo.com

⁶⁹ www.government.ae

4.3.4. Uticaj turizma na platni bilans

Dosta zemalja koncentrisano je na stimulisanje deviznog priliva po osnovu turizma, odnosno da se destimuliše devizni odliv po ovom osnovu. Za određeni broj zemalja devizni priliv od turizma već godinama predstavlja najvažniju stavku prihoda u platnom bilansu i vrlo značajan faktor razvoja privrede zemlje u celini.

Kada se posmatra uticaj turizma na aktivnu stranu platnog bilansa, onda treba istaći da međunarodni turizam predstavlja najznačajniju pojedinačnu stavku u ukupnoj vrednosti svetskog izvoza roba i usluga.

Kroz aktivnu turističku politiku zemlje stimulišu potrošnju stranih turista u njihovim zemljama. Ovo posebno važi za zemlje koje beleže veće deficite u svom trgovinskom bilansu, a imaju prirodne i ostale uslove za razvoj turizma. U tim slučajevima se turizam javlja kao važan faktor uravnoteženja nepovoljnog trgovinskog i platnog bilansa.

Turizam vrši i važan uticaj na pasivu platnog bilansa. Reč je o izdacima stanovništva za putovanje u inostranstvu, koji se mogu tretirati kao „nevidljivi uvoz”.⁷⁰

Turistički bilans kao deo platnog bilansa daje uvid u sve prihode i rashode, koje određena turistička zemlja ima po osnovu međunarodnog i turističkog prometa u određenom periodu vremena. Turistički bilans treba razlikovati u širem i užem smislu. Turistički bilans u širem smislu obuhvata sledeće najvažnije elemente :

- na strani aktive: prihode realizovane po osnovu izvoza robe za turističku namenu; prihode realizovane od stranih turista po osnovu pružanja turističkih usluga; prihode od kapitala plasiranog u razvoju turističke ponude drugih zemalja; uvoz stranog kapitala za ulaganje u izgradnju turističkog objekta.

- na strani pasive: izdatke za uvoz robe za potrebe turističke privrede, uključujući i vrednost robe koju unose domaći turisti pri povratku iz inostranstva; izdatke domaćeg stanovništva za putovanje u inostranstvo; izdatke za korišćenje plasiranog stranog kapitala u razvoj turističke privrede; plasirani domaći kapital u razvoju turizma drugih zemalja i druge razne izdatke vezane za međunarodni turizam.

Turistički bilans u užem smislu se najčešće identifikuje sa turističkim bilansom kao sastavnim delom platnog bilansa zemlje. Turistički bilans na strani aktive obuhvata sve prihode koji se realizuju od stranih turista na bazi pružanja raznih usluga od strane preduzeća, turističke privrede i ostalih privrednih i neprivrednih delatnosti, uključenih u proces zadovoljavanja potreba stranih turista, odnosno prihode realizovane po osnovu prodaje robe u zemlji stranim turistima za strana sredstva plaćanja.⁷¹

⁷⁰ S.Unković i B.Zečević, *Ekonomika turizma*, Ekonomski fakultet, Beograd 2007, str 51

⁷¹ S.Unković i B.Zečević, *Ekonomika turizma*, Ekonomski fakultet, Beograd 2007, str 55

4.4. Indirektni uticaj turizma na privredni razvoj

Indirektni uticaj turizma na privredni razvoj odnosi se u prvom redu na industriju, građevinarstvo i poljoprivredu, jer su ove tri delatnosti najvažnije za razmatranje ekonomskog aspekta tog uticaja.⁷²

4.4.1 Investiranje u UAE

Uticaj turizma na građevinarstvo ispoljava se kroz investiciona ulaganja sredstva u izgradnju novih ugostiteljskih objekata, saobraćajnica, aerodroma i sl.⁷³

Oni koji razmišljaju da investiraju u UAE moraju biti svesni da je uticaj vlade nad tržištem vrlo jak.

Poslednje najave su da vlade u regionu ispituju ponudu i potražnju u građevinskom sektoru što ne bi trebalo da se smatra kao iznenađenje kada se uzme u obzir smanjivanje finansiranja ove grane širom sveta pa čak i u UAE.

4.4.2 Tržište nekretnina

U poslednjih nekoliko meseci tržište nekretnina u Dubaiju oseća zastoj kao realnost svetske ekonomske krize koja je pogodila i ovaj grad. U početku je bilo nade da će tržište izbeći najgori pad, ali par sigurnosnih mera je instalirano da obezbedi da potencijalni padovi ne budu toliko dramatični kao što je u većini zemalja.

Ako se uzme u obzir da je tržište nekretnina bukvalno izraslo ni izčega u svetskog lidera za samo nekoliko godina, ovaj rast se može okarakterisati kao fenomen.

Jedini skorašnji problem je činjenica da je mnogo ljudi verovalo da će se rast nastaviti do 2010.

Ovaj tip turbulentnog rasta je glavna tema vlasti Dubaija pogotovo što je većina bila uverena da će tržište nekretnina nastaviti sa rastom po stopama viđenim u prethodne 2 godine.

4.4.3 Strano ulaganje

Dok će mnogi strani investitori u regionu osetiti uticaj finansijske krize, u realnosti to mora prestati u određenoj fazi, jer podaci koje je objavila Dubajjska vlada pokazuju na porast duga u kreditima na 90 milijardi. To ne znači da vlada neće imati problema sa finansiranjem duga, ali to zahteva od njih da preduzmu određenu kontrolu nad situacijom da zaštite budućnost regiona.

Strane investicije su bile hrana za razvoj tržišta nekretnina u Dubaiju i mogućnost da se smanji unošenje ove "hrane" je od vitalnog značaja. Oni koji veruju da će se ovaj sektor

⁷² S.Unković i B.Zečević, *Ekonomika turizma*, Ekonomski fakultet, Beograd 2005, str 56

⁷³ S.Unković i B.Zečević, *Ekonomika turizma*, Ekonomski fakultet, Beograd 2005, str 56

izboriti dugoročno gledano bi trebalo da obrate pažnju na turističko tržište koje je i dalje u usponu.⁷⁴

Kada spojimo turističko tržište i poslovno tržište sigurno će biti velika potražnja za nekretninama u UAE u budućnosti.

Vredno je uzeti u obzir i da je velika većina imovine u regionu pod kontrolom 2 ili 3 državne građevinske firme koje ništa ne rade da pomognu tržištu u ovom kriznom periodu.

4.4.4 Uticaj vlade

Mnogi strani investitori nisu navikli na jak uticaj koji imaju lokalne jedinice samouprave u UAE i samim time možda bude nekog otpora ubuduće.

Međunarodnim investitorima će trebati uverenje i osiguranje od strane vlasti da je to prilika koja se dešava jednom u životu i da neće uticati na redovno tržište.⁷⁵

Tamo je već bilo umanjeње vladinog uticaja kao uslov za privlačenje sve više stranih ulagača, stranih posetilaca i stranih poslovnih poteza.

Ova ravnoteža će se izjednačiti vremenom, ali može doći do sukoba ako vlada utiče na finansiranje tržišta nekretnina previše.

4.5 Turističko tržište

Stvaranje masovnog turizma i razvoja turističkih destinacija i turističkih atrakcija u regionu je zasigurno postavilo Dubai na svetsku turističku listu.

Međutim, Dubai takođe ima dobiti (prednosti) i dok tržište može da se uspore kratkoročno gledano, dugoročno gledano pozicija na svetskom turističkom tržištu deluje skroz zagarantovano.

Iako se neki investitori u nekretnine mogu žaliti zbog previše propisa na tržištu nekretnina nije bilo pritužbi o milijardama dolara koje je vlada uložila u saobraćajnu mrežu posebno novi aerodrom.

Povećano prisustvo u međunarodnoj transportnoj mreži je ponovo vitalno za uspeh u regiji kako na srednjem tako i na dugoročnom planu.

Iako postoje mnogi koji će se žaliti na jake vladine intervencije na tržištu finansija i nekretnina u realnosti ovo je uvek bio slučaj.

⁷⁴ Aamir A. Rehman, Dubai & Co.: global strategies for doing business in the Gulf States, The McGraw-Hill Company, USA, 2008

⁷⁵ www.government.ae

Dubai je jedna od najbolje vođenih tržišta nekretnina u svetu i oni koji igraju po pravilima posluju uspešno na duže staze, za razliku od onih koji rizikuju i posluju uspešno samo kratkoročno.

Vlasti su želele da pronađu ravnotežu između ponude i tražnje u mnogim oblastima ulaganja i apsolutno nemaju strah pri ulasku na tržište kada je to neophodno.

Povećanje dugovanja Dubaija na oko 90 milijardi dolara nije zanemarljiv iako prihod u tom regionu nastavlja sa rastom i dug će se jednostavno vratiti iako će biti nekih zastoja u razvoju.⁷⁶

Dubai i ostatak UAE nisu tradicionalna tržišta nekretnina kao što znamo u Zapadnom svetu i investitori treba oprezno da istraže tržište pre ulaska na njega.

⁷⁶ www.arabianbusiness.com

5. Ostvareni turistički promet



Broj posetilaca u Dubaiju u drugom kvartalu 2008 porastao je za 4% u odnosu na isti period prethodne godine, prema izveštaju Odeljenja za turizam i trgovinu (DTCM).

Broj posetilaca u periodu od aprila do juna 2008.godine porastao je na 1.857.724, a neki od razloga su i nagli pad cena hotelskog smeštaja, povećana promocijna aktivnost i reklamna kampanja o promociji Dubaija koju je finansirala država.⁷⁷

“Vlada Dubaija je odreagovala brzo i u skladu sa visoko-profilnom reklamnom kampanjom, stratejskom promotivnom aktivnošću, kao i kroz prilagođavanje cena i obrazovne seminare zaposlenih,tako da Dubai uvek stane u glavi kao jedna od destinacija koje obavezno treba posetiti”, rekao je direktor Velike Britanije i Irske za DTCM.

Investicije u turistički proizvod se nastavljaju, iako je trenutno period kada se smanjuje budžet i kada se čini da je to najlakša opcija.

Mesec	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Januar	55.651	56.346	66.642	65.769	64.275	68.696	82.617	95
Februar	49.396	50.687	52.944	55.781	63.849	65.749	78.454	92.407
Mart	65.298	64.636	68.663	41.054	63.455	71.12	82.465	98.604
April	44.923	40.767	49.814	43.962	51.866	66.622	91.251	85.574
Maj	47.147	41.75	54.306	46.928	50.507	65.306	65.59	87.005
Jun	48.716	36.09	51.788	47.198	51.819	65.735	71.407	75.866
Jul	54.455	58.49	70.534	64.634	63.098	70.769	81.608	90.453
Avgust	56.365	64.003	71.579	64.304	69.318	79.446	91.973	97.366
Septembar	39.39	36.999	50.584	47.865	58.894	84.063	76.357	78.679
Oktoabar	39.046	39.402	44.772	59.841	50.003	53.482	72.296	92.468
Novembar	49.286	31.504	27.832	39.624	49.564	88.817	85.321	91.024
Decembar	34.898	41.25	39.586	60.927	59.533	85.713	88.822	103.843
Ukupno	584.571	561.924	649.044	637.887	696.181	865.518	968.161	1.088.289

*Broj gostiju u hotelima u Dubaiju po mesecima

⁷⁷ www.dubaitourism.ae

DTCM je izjavio da je broj posetilaca u prvoj polovini godine 2008 porastao za 5% u odnosu na isti period prethodne godine. Povećanje broja posetilaca je nastalo usled smanjenja cena hotelskog smeštaja, i to čak i do 50%, na štetu hotelskog profita, kao posledica finansijske krize.⁷⁸

Mesec	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Januar	168.767	190.696	198.064	359.82	245.477	282.329	392.83
Februar	158.404	171.46	178.351	302.126	217.251	269.162	401.74
Mart	198.571	228.376	130.675	283.332	252.282	278.862	437.435
April	144.64	165.523	140.139	186.789	226.421	303.774	383.49
Maj	137.154	165.377	171.2	188.615	221.932	264.842	364.846
Jun	148.381	160.365	156.688	196.345	216.464	262.299	333.637
Jul	222.268	216.685	222.351	279.847	248.353	325.269	397.216
Avgust	210.781	209.978	231.195	306.484	278.655	363.234	449.576
Septembar	131.092	162.907	170.86	211.258	272.486	281.588	359.226
Oktobar	144.566	122.92	195.359	184.091	169.671	252.609	387.022
Novembar	121.471	96.464	139.641	182.982	291.599	332.643	337.012
Decembar	142.484	117.478	210.317	216.233	288.112	352.92	425.888
Ukupno	1.928.579	2.008.229	2.144.840	2.897.922	2.928.703	3.569.531	4.669.918

*Broj ostvarenih noćenja u hotelima u Dubaiju po mesecima

Broj turista koji posećuju Dubai se očekuje da će se povećati na 10.000.000 do kraja 2010, u poredjenju sa 7.000.000. turista 2007.

DTCM, je objavio da se očekuje porast broja hotela i hotelskih apartmana na 488 do kraja 2010, u poredjenju sa 452 objekta 2007, uz povećanje i broja hotelskih soba sa 51.168 u 2007 na 64.179 do kraja 2010.

"Mi smo na putu da unapredimo Dubai na globalnoj turističkoj mapi i da ojačamo poziciju Emirata u turističkom sektoru, kako u regionu tako i u svetu.", izjavio je Khalid Ahmed bin Sulayem, generalni director DTCM.

Dubai za cilj ima da privuče 15 miliona turista u Emirate do 2015 godine.

⁷⁸ www.dubaitourism.ae

Ukupan broj gostiju po nacionalnosti u periodu od 2001-2007

Nacionalnost	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Arap	1.515.665	1.947.535	1.945.157	1.867.739	2.103.172	1.959.711	1.960.089
Azija	780.604	1.402.146	1.177.725	1.221.837	1.276.901	1.414.406	1.563.897
Australija	46.379	67.801	78.444	103.85	147.615	187.546	211.428
Afrika	198.246	283.407	276.683	278.401	332.632	395.372	426.485
Evropa	953.064	1.203.194	1.294.885	1.713.802	1.940.255	2.044.572	2.246.273
Amerika	132.674	212.197	207.334	235.095	359.428	440.063	543.626
Ukupno	3.626.625	4.756.280	4.980.228	5.420.724	6.160.003	6.441.670	6.951.798

Što se tiče turističke tražnje, u periodu od 2001. do 2007. godine vidi se porast u broju poseta gostiju svih nacionalnosti, ali posebno turista iz Evrope, a stagnacija i blaži pad u periodu od 2003. do 2007. godine kada su u pitanju turisti iz arapskih zemalja. U budućnosti se očekuje tendencija povećanja turista, sa naglaskom na arapsko stanovništvo.

Broj hotelskih gostiju po nacionalnosti 2007

Nacionalnost	5*	4*	3*	2*	1*	Ukupno
Arap	616.97	315.377	168.323	123.805	298.01	1.557.272
Azija	275.499	330.269	308.762	183.92	184.765	1.301.642
Australija	57.625	60.238	44.587	11.007	3.291	177.107
Afrika	63.113	42.616	52.334	32.802	146.919	377.402
Evropa	1.013.039	490.671	220.319	151.45	100.9915	1.981.720
Amerika	196.845	200.962	38.076	21.017	10.539	468.366
Ukupno	2.223.091	1.440.133	832.401	524.001	744.439	5.863.509

Kada pratimo tražnju na osnovnu hotelske kategorije, Evropljani su uživali najviše u luksuznim hotelima Dubaija, zajedno sa Arapima. U budućnosti se očekuje porast posete najluksuznijim hotelima u Dubaiju, s obzirom na veliki broj koji je od 2007 do sada izgrađen ili je u izgradnji. Vlada Dubaija zeli da Dubai postane sinonim za luksuzne hotele i odmor, i po raznim statistikama na dobrom su putu.

Zarada hotela 2007

Dirhami	5*	4*	3*	2*	1*	Ukupno
Ukupni prihodi	8.068.507.964	2.212.406.183	703.233.684	357.856.390	310.404.901	11.696.764.611
Prosečni prihodi po sobi	1.035,50	528,94	252,03	199,28	159,50	601.62
Prosečni prihodi hotela	187.639.720	45.294.003	16.743.659	9.175.804	2.483.239	36.666.973

Kada je u pitanju zarada hotela, naravno zbog prosečne cene ali i kvaliteta koji pružaju, najveći prihod su ostvarili hoteli sa 5*. Dok ukupan prihod od hotela svih kategorija se za 2007 godinu procenjuje na preko 11.5 milijardi dirhama sto je oko 2.3 milijarde evra. U narednom periodu i usled finansijske krize u 2010-toj godini očekuje se još veći profit, posebno kada su u pitanju zarade hotela sa 5*.

6. Održivi razvoj Dubaija

Brzo rastuće, urbane oblasti u zemljama razvoja će se povećano takmičiti za resurse. Zavisice od vlada da obezbede mogućnosti za ekonomsko, socijalno i kulturno blagostanje. Urbani regioni su takođe poznati po njihovim preteranim korišćenjima prirodnih resursa i generacije nagomilavanje đubreta. Oni takođe uvoze dobra i usluge a izvoze đubrivo, neostavljajući samo uticaj na njihovo trenutno okruženje već i na stanje ubuduće. Izazov civilnih autoriteta da pruže adekvatne životne uslove, vodu, sanitarije, javni prevoz i adekvatno odstranjivanje đubreta su karakteristike koje su poznate u svim urbanim razvojnim polisama i programima.

Za grad kao sto je Dubai, urbani razvoj je glavna briga za zakonodavnike, javne službenike i ekološke advokate.

Dubai se proširio više puta kada se uporedi kakav je bio ranije, posebno 70-tih i 80-tih godine. Dubai sada ima karakteristike na globalnoj mapi kao jedan od najbrže razvijenih mesta. Sada se smatra od strane više stručnjaka kao jedan od najvećih svetskih metropola. Brzo rasteći gradovi kao sto je Dubai trebaju da planiraju održivi razvoj da bi smanjili negativan uticaj na okruženje i oskudaciju prirodnih resursa. Postoji velika razlika između uspostavljanja direktne veze između faktora okruženja i razvoja u urbanom rastu. Promovišući život održivim razvojem , čistijom proizvodnjom, energetikom koja se obnavlja, menadžmentom izvora vode, smanjenjem zagađenja i kanalizacije, reciklažom, ekološkim urbanim dizajnom i građevinama, zdravstvom, kulturološkom i socijalnom odgovornošću stanovnika. Samo ovakvi gradovi mogu da budu magneti za dugoročni održivi razvoj u okruženju.

Dubai se maksimalno zalaže da povrati ravnotežu i osigura da se prirodni resursi koriste umereno i podjednako, da bi u istovremeno zadržali mesto i za prirodu.

U nastavku teksta je objašnjenje primene održivog razvoja kroz projekte Smart City i Dubai World i odstupanje od održivog razvoja kroz projekat Palm Islands.

6.1 Projekat Smart City

Smart City Dubai, grad u razvoju, postavio je cilj da ima više zelenih površina , koristeći globalno prihvaćenu, za okolinu prijateljsku praksu, koja će pospešiti njegov razvoj uz što manju potrošnju energije i resursa. Kompanija će dizajnirati, konstruisati i upravljati razvojem prema upustvima LEED-a (Leadership in Energy and Environmental Design) – prvi svetski program koji ima sertifikat za održivi razvoj građevina.

6.2 Projekat Palm Islands



Palm Islands obuhvataju tri arhipelaga od kojih je svaki biti u obliku palminog drveta. Tri pomenute grupe ostrva su locirane u blizini Dzumeira (Jumeirah) i to najmanja grupa, zatim u blizini Dzebel Alija (Jebel Ali) druga, srednja grupa ostrva dok treća, ujedno i najveća grupa u Deiri. Svaka grupa ovih ostrva sadrži osnovu u obliku palminog stabla, 17 delova u obliku grana kao i zaštitni prsten koji ih okružuje.

Interesantno je i to da Palma Jumeirah, veštačko ostrvo sa 4000 vila i apartmana uz more, smelo prodire u Persijski zaliv. Nazvano i "osmim svetskim čudom", to naselje 70 – kilometarsku obalu Dubai-a čini duplo dužom, ali ujedno i narušava priobalni ekosistem. Takođe, zanimljivo je i to da su za samo 72 sata prodate sve kuće na ovom prvom od tri planirana veštačka ostrva.

I bez istraživanja studija o sredini, graditelji su diskutovali o tome da naprave veštačko ostrvo i da koralni grebeni na kojima bi bilo izgrađeno ostrvo i nisu od neke važnosti da bi bili sačuvani. Takođe Palm Island je zaslužan i za smrt nekoliko desetina hiljada riba i za poremećaj ekosistema u toj oblasti.



6.3 Strategijski plan za razvoj Dubaija kroz projekat Dubai World-a

Dubai World obuhvata grupu koja broji 300 privatnih ostrva koja će ujedno formirati kartu sveta. Ostrva će se prostirati na području od 60 miliona kvadratnih metara zajedno sa 10 miliona kvadratnih metara peščanih plaža.

Strategijskim planom za razvoj Dubai-a 2015, koji je donet od strane Njegovog Visočanstva Sheikh Mohammed Bin Rashid Al Mahtoum, potpredsednika i premijera UAE kao i vladara Dubai-a, obuhvaćena je i pomoć Dubai World-u da dobije sertifikat "Green Building" od strane LEED-a. Glavni cilj ove misije je da kreira i održi čistije i zdravije okruženje i da više pažnje posveti eko-sistemu.⁷⁹

Strategijski plan za razvoj Dubai-a ima značajnu ulogu u što boljoj iskorisćenosti resursa, kako bi se izgradili čvrsti temelji kvalitativnih i kvantitativnih dostignuća, formirajući plodno okruženje za održivi razvoj u eri globalizacije.

Dobijanje sertifikata "Green Building" za Dubai World je samo početak preduzimanja inicijative za održivi razvoj Dubai-a koja će ga staviti na globalnu mapu kao zemlju sa efikasnom zaštitom okruženja i sa umerenom potrošnjom energije.

6.4 Planiranje i upravljanje korišćenjem zemljišta

Nakon modernizacije industrije kao dela procesa ekonomske diversifikacije, stočarstvo se zadržalo samo u nekim planinskim predelima, jer zemlja teži ka zadovoljavanju sopstvenih potreba u proizvodnji hrane. Procenjeno je da Dubai trenutno zadovoljava 30 % sopstvenih potreba u poljoprivrednim proizvodima. Javlja se suficit proizvodnje nekih vrsta povrća i voća koji se sada izvoze sveži, konzervisani, sušeni, zamrznuti i ukiseljeni.

Preko 10 miliona tona poljoprivrednih proizvoda je proizvedeno godišnje sa garantovanim cenama koje su regulisane od strane vlade da podstaknu industriju.

Oblasti pod šumom sve više zauzimaju delove pustinjske regije. Presađivanje, korišćenje raznih vrsta različitih domaćih i stranih vrsta drveća i žbunja, je transformisalo mnoge oblasti pustinje. Ovi takozvani "zeleni pojasevi" neki velikih dimenzija, su najčešće locirani na određenim mestima da bi služili kao preventiva pomeranju peska ka urbanim i ruralnim naseljima.

Mana ovakvog pošumljavanja je velika količina vode koja se konstantno troši na navodnjavanje.

⁷⁹ www.dubaitourism.ae

Izgradnja brana u planinama, od kojih je 40 funkcionalno, doprinosi povećanju vodostaja.

Zaštita sredine se oslanja na identifikovanje pretnji za integritet ekosistema, da li je veštački ili prirodni napravljen . Treba se brzo odreagovati na te pretnje. Pretnje za Dubai koje se dešavaju na globalnom nivou i uključuju industrijsko i lokalno zagađenje, su lov na životinje, prekomerno pecanje, prekomerno obrađivanje zemlje, neravnoteža ekosistema,... Nedostatak istraživanja i izučavanja je pridodao visokom nivou migracije bitnih stvorenja (životinja) i izumiranju prirodnih resursa. Uvođenje i stupanje na snagu novog zakona trebalo bi da smanji ili čak eliminiše većinu novih pretnji.

Pretnje arapskoj magli, visokim šumskim predelima i plemeskim zajednicama su mnogobrojne i one uključuju manju plodnost zemljišta, napad divljih životinja i socioekonomske promene, što je na kraju uticalo na smanjenje tradicionalnog obrađivanja zemljišta.

Većina pustinjačkih oblasti Dubai-a kao što je navedeno su degradirane kao direktan rezultat manje plodnosti zemljišta, mada nije nemoguća iskorišćenost tih oblasti. Visok nivo pretvaranja pustinjačke regije u plodnu zemlju je visoko zastupljena u pustinji poslednjih 25 godina, dok je tradicija nomadizma sada stvar prošlosti. Takođe i uticaj nepredvidivosti vremenskih uslova (zabeležen je veliki rast vlage u poslednjih par godina), je pridodao problemu održavanja dugoročnih resursa.

Pogrešno rukovođenje ovim problemom je zapravo najveća pretnja za sve ekosisteme, ali pogotovo za primorske i pustinjačke regije.

7. Zaključak

Sagledavanjem turističkog razvoja Dubaija uočava se, konstantan razvoj ponude, koji proističe iz dobre organizacije između države i turističke industrije, čak i u uslovima trenutne ekonomske krize.

Možemo početi od turističke ponude koju karakterišu antropogeni turistički motivi (džamije i crkve, nekolicina muzeja i arheoloških nalazišta, velelepne građevine, veštačka ostrva itd), a takodje i biljni i životinjski svet kome je potrebna veća afirmacija (ponudom koji se odnosi na ronjenje, ribolov, krstarenje, safari, posete Hatta planini itd.)

Smeštajni kapaciteti zadovoljavaju potrebe svih zahteva turista, i dva naluksuznija hotela na svetu se baš i nalaze u Dubaiju, hotel Atlantis- The Palm i Burj Al Arab.

Saobraćajna povezanost je dobra, međutim obnova samih puteva, odnosno infrastrukture iako je učestala ne doprinosi mnogo smanjenju učestalih gužvi.

Na osnovu prikazanih podataka turistički promet je 2008. godine doživeo povećanje u odnosu na dolazak turista i broj ostvarenih noćenja u 2007. što nas uverava da je rad na turističkoj afirmaciji destinacije uspešan, ali sve aktivnosti se moraju udvostručiti i uvesti nove, da bi se nastavio porast prometa i u doba ekonomske krize.

Nestabilna ekonomska situacija uticala je na razvoj turističkog proizvoda, brojni projekti koji su planirani su stopirani na neko vreme, a od par projekata se i odustalo.

Dubai u skladu sa državom preuzima potrebne korake i mere radi učvršćivanja turističkog proizvoda i unapredjenja imidža da bi bio jedinstven i da bi privukli strana ulaganja.

Turizam kao delatnost donosi dosta sredstava Dubaiju, čak više i od nafte, tako da se svim snagama vlada, odnosno Odeljenje za turizam i trgovinu, trudi da kroz određene mere turističke politike privuče što više investicija, koje će doneti profit kako za samog investitora tako i za zemlju.

Prema prognozama Svetske turističke organizacije do 2020. godine očekuje se porast broja turista. Smatra se da će do 2010. godine broj turista iznositi oko 10 miliona a do 2015. godine 15 miliona. prosečna godišnja stopa rasta iznosiće 6,6%.

Najveću turističku potražnju za Dubaijem zabeležiće turisti iz Rusije, Engleske, Indije, Amerike, Pakistana, Egipta , Ujedinjenih Arapskih Emirata i drugih zemalja. Što se putovanja stanovništva Dubaija tiče najveću potražnju zabeležiće za destinacijama poput Libana, Irana, Pakistana, Turske, Singapura, Egipta, Jordana, Indije, Tajlanda i drugih. I dalje će veliki broj putovati iz razloga odmora, turističkih poseta spomenicima kulture i slično kao i obilaska rodjaka i prijatelja ali će se povećati i broj poslovnih putovanja.⁸⁰

⁸⁰ Tourism 2020 Vision: middle east, Madrid: WTO, 2007.

Na osnovnu prethodnih teza, dolazimo do zaključka da je Dubai destinacija koja ima perspektivu. Ide uzlaznom putanjom, ali je potrebno veće zalaganje države i dodatna strana ulaganja da bi se prebrodila ekonomska kriza i da bi se nastavilo sa planiranim projektima koji će privući još veći broj posetilaca.

Literatura

1. Aamir A. Rehman, Dubai & Co.: global strategies for doing business in the Gulf States, The McGraw-Hill Company, USA, 2008
2. Bakić O., Marketing u turizmu, Beograd 2005
3. Čačić K., Poslovanje hotelskih preduzeća, Ekonomski turizam, Beograd 1995
4. David Quinn i Joseph Rowland, Dubai Discovered, izdavač Explorer, jul 2008
5. Dubai Complete Residents' Guide, Explorer Publishing, januar 2009
6. Dubai Complete Street Atlas, Explorer Publishing, Dubai, 2009
7. Dubai Mini Visitors' Guide, Explorer, novembar 2009
8. Impressions Dubai, Explorer Publishing, januar 2009
9. Jim Krane, Dubai: The Story of the World's Fastest City, septembar 2009
10. John Vlahides i Matthew Lee, Dubai-City Guide, Lonely Planet, Njujork, 2007
11. Kancir R., Marketing usluga, Beogradska poslovna škola, Beograd 2007
12. Lara Dunston i Terry Carter, Dubai Encounter, Lonely Planet, septembar 2007
13. Live Work Explore Magazine, Explorer, april 2009
14. Marija Maksin Micic, Menadžment prirodnih i kulturnih resursa u turizmu, univerzitet Singidunum, Beograd 2009
15. Popesku J., Menadžment turističke destinacije, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, 2008
16. Stephen Bremner, Dubai Creek: Past & Present, Explorer, septembar 2005
17. Top 10: Dubai & Abu Dhabi, Eyewitness Travel Guide, DK Publishing, Njujork, 2007
18. UAE off-road, Explorer Publishing, Dubai, 2009
19. Unković S. i Zečević B., Ekonomika turizma, Ekonomski Fakultet, Beograd, 2007
20. Živković R., Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, 2007
21. www.ameinfo.com
22. www.arabianbusiness.com
23. www.city-discovery.com
24. www.dcb.ae
25. www.dicec.ae
26. www.dubai.com
27. www.dubaicityinfo.com
28. www.dubaihoteltravel.net
29. www.dubaitourism.ae
30. www.dwtc.com
31. www.government.ae
32. www.guide2dubai.com
33. www.jumeirah.com
34. www.wikipedia.org
35. www.zawya.com