

© 2019 Dafina Nazaj.

This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-Non-Commercial NoDerivs License ([Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/))

STRATEGJITË E ZHVILLIMIT TË TURIZMIT TË QËNDRUESHËM

Dr. Dafina NAZAJ

University College "Reald, Albania
dafina.nazi@unireald.edu.al

Abstract

The globalization of markets and the increase of interdependence between countries has also positively impacted the tourism industry, which is not only an important means of economic growth, but also an indicator of good organization and promotion of territorial cohesion. On the other hand, the tourism industry is becoming more and more a powerful tool for regional development and heritage conservation of different regions.

The development of sustainable tourism will require its combination and inclusion as part of the overall development policies of the regions as well as the common integration of social, economic and environmental policies, mainly in changing production and consumption patterns, increasing competition, the emergence of new destinations, new marketing methods and the development of quality ranges in line with a global market plan. Also, in many regions' tourism is one of the major sources of economic growth and job creation. The implementation of new policies for the promotion of new resources will enable the integration of less integrated regions and their equal access to the more developed ones.

The purpose of this study is to show that sustainable tourism development strategies in Albania should aim at the level of involvement of specific regions, the organization of regional resources, information on future demand and supply, advantages and disadvantages and funding for tourism support.

The study includes secondary data on profiles of various tourism organizations and interviews with local and regional tourism professionals so that the various public service

missions of the central government and regional and local authorities should strengthen and support same strategic goals. Also, development strategies should be adapted to the typologies of different regions, their tourism potential, and the extent of central government engagement to play an active role in regional tourism development.

Key words: *Tourism, management, development strategy, synergy, sustainable development.*

Abstrakt

Globalizimi i tregjeve dhe rritja e ndërvarësisë ndërmjet vendeve ka ndikuar pozitivisht edhe në industrinë e turizmit, i cili është jo vetëm një mjet i rëndësishëm i rritjes ekonomike, por edhe një tregues i mirëorganizimit dhe promovimit të kohezionit territorial. Nga ana tjetër, industria e turizmit po bëhet gjithnjë e më shumë një mjet i fuqishëm i zhvillimit rajonal dhe i ruajtjes të trashëgimisë të rajoneve të ndryshme.

Zhvillimi i një turizmi të qëndrueshëm do të kërkojë kombinimin dhe përfshirjen e tij si pjesë e politikave të përgjithshme të zhvillimit të rajoneve si dhe integrimin e përbashkët të politikave sociale, ekonomike dhe mjedisore, kryesisht në ndryshimin e modeleve të prodhimit dhe konsumit, rritjes së konkurrencës, shfaqjes së destinacioneve të reja, metodave të reja të marketingut dhe zhvillimit të standardeve të cilësisë në përputhje me një plan global të tregut. Gjithashtu, në shumë rajone turizmi është një nga burimet më të mëdha të rritjes ekonomike dhe krijimit të vendeve të punës. Zbatimi i politikave të reja të promovimit të resurseve të reja do të mundësojë integrimin e rajoneve më pak të integruara dhe qasjen e barabartë të tyre me ato më të zhvilluara.

Qëllimi i këtij studimi është të tregojë se strategjitë e zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm në Shqipëri, duhet të synojnë nivelin e përfshirjes të rajoneve të veçanta, organizimin e burimeve rajonale, informacione në lidhje me kërkesën dhe ofertën e ardhshme, përparësitë dhe pengesat dhe fondet për mbështetjen e turizmit.

Në studim përfshihen të dhëna sekondare të profileve të organizatave të ndryshme turistike dhe intervista me profesionistë të fushës së turizmit në nivel qendror dhe lokal me qëllim që misionet e ndryshme të shërbimit publik të qeverisë qendrore dhe autoriteteve rajonale dhe lokale të forcojnë dhe të mbështesin të njëjtat synime strategjike.

Gjithashtu, strategjitë e zhvillimit duhet të përshtaten me tipologjitë e rajoneve të ndryshme, potencialin e tyre turistik dhe shtrirjen e angazhimit të qeverisë qendrore për të luajtur një rol aktiv në zhvillimin rajonal të turizmit.

Fjalët kyçe: *Turizëm, menaxhim, strategji zhvillimi, sinergji, zhvillim i qëndrueshëm.*

1. HYRJE

Sektori i turizmit përfaqëson një nga industritë më të mëdha të eksportit të shërbimeve për shumicën e vendeve dhe lidhet me shumë fusha të veprimtarisë ekonomike duke përfshirë udhëtimin, blerjen, akomodimin, ngjarjet dhe arsimin. Historitë e ndryshme të suksesit lidhen me zbatimin e një modeli të ri të partneritetit publik- privat për promovimin e destinacioneve i cili i ka ndikuar rrënjësisht në sigurimin e integritetit të politikave të transportit të turistëve.

Shtete të ndryshme kanë zbatuar strategji të ndryshme për arritjen e suksesit të tyre. Kështu p.sh. Kanadaja është parë tradicionalisht si një nga shembujt më të mirë në të gjithë botën për partneritetin publik-privat dhe një nga vendet udhëheqëse botërore në kërkimin e industrisë së turizmit. Islanda shquhet për integrimin të gjitha agjencive kombëtare të marketingut në tërë fushat ekonomike, me qëllim optimizimin e vlerës dhe ndikimin e gjithë aktivitetit të marketingut ndërkombëtar, Portugalia ka rritur ndjeshëm konsultimet horizontale dhe bashkëpunimin vertikal dhe ka kryer reforma të mëdha si brenda qeverisë ashtu edhe me sektorin privat, SHBA-ja, Japonia, etj.. tregojnë për një model të ri partneriteti publik-privat, i cili nëpërmjet integritetit të politikave të transportit dhe promovimit të turizmit ka ndryshuar rrënjësisht trendin e udhëtimeve dhe turizmin e destinacionit, disa shtete të tjera i kanë kushtuar një kujdes të veçantë krijimit të Këshillave dhe Komiteteve të Politikave Turistike, etj. Hulumtimet e ndryshme të WTTC tregojnë për mungesën e një formule të saktë për zhvillimin e turizmit, megjithatë rekomandimet duhet të fokusohen në: ekzistencën e bazës ligjore për të për të inkurajuar dhe lehtësuar zbatimin e procesit të konsultimit si ndërmjet qeverisë ashtu edhe në partneritetin publik-privat, krijimin e strukturave drejtuese të drejtpërdrejta dhe transparente, përfshirjen e komuniteteve lokale dhe grupeve të tjera të interesit në procesin e konsultimit dhe angazhimit në emër të të gjitha palëve.

Gjithashtu, hulumtimet duhet të fokusohen në menaxhimin e anketave të turizmit që mbulojnë tregjet hyrëse dhe dalëse, parashikimin e aktiviteteve artistike, modeleve për shpenzimet rajonale dhe punësimin për të përcaktuar modelin ekonomik duke përdorur modelet e llogaritshme të ekuilibrit të përgjithshëm. Me shumë interes është edhe llogaria satelitore e turizmit që zbatohet në vende të ndryshme. Duhet të theksojmë se, qëndrueshmëria e sektorit duhet të mbështetet mbi objektiva të arritshme, synime dhe rezultate të qarta, programe të realizueshme dhe të qëndrueshme, me qëllim që qeveria, sektori i udhëtimit dhe turizmit së bashku të sjellin një rritje të qëndrueshme.

Në Shqipëri industria e turizmit ka njohur zhvillime me luhatje gjate viteve 2008-2013. Kjo ka qenë ngushtësisht e lidhur me situatën jo të qëndrueshme makro-ekonomike ndër vite. Turizmi 2020 synon mbështetjen e industrisë së turizmit për të maksimizuar potencialin e saj ekonomik, nëpërmjet përfaqësimit në një nivel të pashembullt të bashkëpunimit midis industrisë dhe qeverisë, për të adresuar barrierat ndaj rritjes së industrisë, si dhe një qasje gjithëpërfshirëse të qeverisë për të përmirësuar kapacitetin prodhues të industrisë. Kjo qasje do të fokusohet në krijimin e një kuadri politikash që do të mbështesin rritjen e industrisë dhe do të sigurojnë konkurrencën më efektive në ekonominë globale. Një qasje tërësore dhe një

bashkëpunim midis qeverisë dhe industrisë do të ndikojë jo vetëm në kapërcimin e pengesave gjatë rritjes, por edhe në përmirësimin e kapacitetit prodhues të industrisë.

Hartimi i një strategjie për transportin urban në përgjithësi dhe atë turistik në veçanti duke respektuar standardet më moderne lidhur me kushtet e cilësisë dhe ruajtjen e mjedisit është një kusht për zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm në Shqipëri. Instalimi i kapaciteteve të mbrojtjes së mjedisit, do ta bënte industrinë e turizmit dhe udhëtimeve të matshme nga ana cilësore për turistin e sotëm modern, por njëkohësisht do të mundësonte edhe aplikimin e standardeve moderne të sotme të kërkuara nga UNWTO. Kjo do të bënte të mundur klasifikimin e mjedisit turistik aktiv, por edhe atij që është pjesë e infrastrukturës turistike, dhe do të rriste aksesin e destinacioneve dhe strukturave turistike shqiptare në zinxhir të ndërkombëtarë të shpërndarjes dhe shitjes së produktit turistik.

Koncepti i "Turizmit Aktiv" është modeli më i pranueshëm për turizmin e qyteteve, ku komunitetet lokale shfrytëzojnë burimet e tyre kulturore e sociale për qëllime turizmi duke garantuar një mirëqenie dhe jetesë më cilësore dhe një zhvillim kulturor në harmoni me kulturat e tjera sociale në botë.

Qëndrueshmëria e sektorit duhet të lidhet me arritjen e qëllimeve kryesore, si: zhvillimi dhe kategorizimi i infrastrukturës së turizmit, promovimi i trajnimit të burimeve njerëzore, përkrahja e investimeve në sektorin e turizmit dhe bashkërendimi i promovimit vendas dhe ndërkombëtar të destinacioneve turistike.

2. BASHKËRENDIMI I POLITIKAVE RAJONALE ME ATO KOMBËTARE DHË NDËRKOMBËTARE

Sipas WTTC industria e turizmit ndikon jo vetëm në rritjen e nivelit ekonomik të komuniteteve nëpërmjet hapjes të vendeve të reja të punës, por edhe stabilitetin, zhvillimin, kulturën dhe ruajtjen e trashëgimisë së tyre. Përveç përfitimeve ekonomike të zhvillimit të turizmit, ndikimet pozitive sociale përfshijnë një rritje të lehtësive (p.sh., parqe, objekte për rekreacion), investim në art dhe kulturë, cilësinë e jetës, diversitet kulturor, etj. Zhvillimi i qëndrueshëm është parë nga shumë studiues si zgjidhja optimale për kapërcimin e problemeve, si në vendet e zhvilluara, ashtu edhe në vendet në zhvillim.

Në kuadër të këtij zhvillimi, autorë të ndryshëm trajtojnë modelet e përshtatshme, që bazohen në përzgjedhjen e sektorëve të përshtatshëm për të arritur rritjen ekonomike përmes kujdesit për trekëndëshin, ekonomi-shoqëri-mjedis, i cili kërkon bashkëpunim të vazhdueshëm publik-privat dhe krijimin e një infrastrukture mbështetëse të përshtatshme të rajoneve pritëse si dhe zbatimin e politikave të duhura për të inkurajuar rritjen e kërkesës, e cila do të kërkojë domosdoshmëri pjesëmarrjen e qeverisë për sigurimin e një mjedisi mbështetës fizik, rregullator, fiskal dhe social.

Përveç kësaj ky sektor po përballë me mungesën e bashkërendimit hierarkik midis ministrisë, departamenteve dhe agjencive të ndryshme që rrjedhimisht çojnë në vendime konfliktuale midis financimit të fushatave promovuese nga njëra anë dhe udhëtimeve turistike

dhe liberalizimit të vizave nga ana tjetër.

Miratimi i një qasje holistike nga ana e qeverisë për zhvillimin dhe menaxhimin e turizmit dhe udhëtimeve turistike kërkon zhvillimin e politikave dhe mesazheve promocionale të bashkërenduara në mbështetje të rritjes të këtij sektori. Shumë studime të rëndësishme janë kryer në këtë sektor. Kështu, sipas një studimi të kryer nga Organizata për Bashkëpunim dhe Zhvillim Ekonomik (OECD) dhe Organizata Botërore e Turizmit (UNWTO) rezulton se roli i qeverive në Travel & Tourism ka ndryshuar dukshëm gjatë 5 dekadave të fundit. Fillimisht të gjitha qeveritë e përkrahën zhvillimin e turizmit masiv dhe i fokusuan investimet e mëdha në sigurimin e infrastrukturës të domosdoshme për të ndihmuar fillimin e rritjes së kërkesës.

Gjithashtu, këto studime rekomandojnë një qasje tërësore të qeverive ndaj zhvillimit dhe menaxhimit të udhëtimeve dhe turizmit si dhe një bashkërendim të vazhdueshëm të partneritetit publik -privat. Zhvillimi i këtij sektori ka ardhur gradualisht, duke rritur vlerën tregtare të tij dhe mundësitë relaksuese që ai ofron. Roli rregullator i qeverisë ka ardhur duke u rritur nëpërmjet: taksimit, klasifikimit, licensimit dhe kontrollit të çmimeve. Sfidat me të cilat do të përballen qeveritë dhe sektori i udhëtimit dhe turizmit në vitet e ardhshme do të bëhen akoma më të vështira në qoftë se nuk kemi një qasje holistike.

Zhvillimet teknologjike kanë sjellë ndryshime edhe në zhvillimin e këtij sektori, sepse kërkesa për turizëm po ndryshon. Marketingu online, gjithashtu, ofron shumë oportunitete në promovimin e performancës të destinacioneve turistike. Sektori i turizmit është i lidhur edhe me sektorë të tjerë. Kështu një sinergji ndërmjet këtyre sektorëve duhet të jetë në fokus të politikave të zhvillimit të vendeve të ndryshme. Për zhvillimin e një turizmi të qëndrueshëm duhet të fokusohemi te problemet me të cilat ai përballlet, si: politikat e transportit, të cilat duhet të ofrojnë modele të ndryshme të udhëtimit brenda destinacioneve të ndryshme, me qëllim: sigurimin e aksesit të lëvizjes së vizitorëve, qëndrueshmërinë ekonomike të sistemeve të transportit lokal, lehtësimin në kalimin në opsione më eko-miqësore të transportit dhe kufizimin e mbi kapacitetit të vendeve pritëse. Planifikimi i një sektori turizmi bashkëkohor kërkon: përcaktimin dhe alokimin e buxhetit, krijimin e një kuadri legjislativ të përhershëm, kontroll të zbatimit të ligjshmërisë, vënie në dispozicion të studimeve shkencore për modelet e zhvillimit të turizmit, staf të specializuar, infrastrukturë të përshtatshme dhe monitorim të vazhdueshëm të performancës.

Sipas hulumtimit të WTTC, qeveritë duhet ta ndryshojnë vazhdimisht rolin e tyre në fushën e marketingut dhe promovimit. Llojet e reja të turizmit, përveç atij të plazhit dhe të rërës kërkojnë edhe modele të reja marketingu dhe strategji të reja bashkëpunimi me organizatat e ndryshme të Industrisë të udhëtimeve dhe turizmit. Kështu krahas buxhetit të planifikuar nga qeveritë për marketing dhe promovim duhet të ketë një përputhje të fondeve nga sektori privat ose nga organet e tjera të sektorit publik. Problemi më kryesor në zhvillimin e turizmit të vendeve të ndryshme, (përveç vendeve ku është adoptuar një përjasje e tërë qeverisë ndaj zhvillimit të turizmit), qëndron në mungesën e një si: zhvillimi dhe kategorizimi i

infrastrukturës së turizmit, promovimi i trajnimit të burimeve njerëzore, përkrahja e investimeve në sektorin e turizmit dhe bashkërendimi i promovimit vendas dhe ndërkombëtar të destinacioneve turistike.

Nga ana tjetër, një qasje tërësore do të sjellë fokusimin kombëtar të çështjeve të politikave të turizmit dhe do të ndihmojë në forcimin e pozicionit konkurrues të industrisë së turizmit. Gjithashtu, zbatimi efektiv i programeve të ndryshme kërkon planifikimin e një kuadri rregullator ligjor për të përmirësuar vendimmarrjen dhe për të siguruar zbatimin efektiv të programeve të ndryshme për të nxitur turizmin. Inovacioni, konkurrenca dhe diversifikimi i produkteve turistike është çelësi për të nxitur atraksionet e shumta të Shqipërisë dhe që garojnë rritjen e qëndrueshme në epokën globale të ndryshimit.

Është roli i shtetit të përcaktojë: politikën kombëtare të zhvillimit të turizmit dhe hartimin e një kuadri ligjor dhe rregullator, hartimin e planeve dhe programeve për një zhvillim lokal dhe rajonal dhe të përcaktojë udhëzimet e politikave ndërkombëtare të bashkëpunimit, me qëllim që të promovojë bashkërendimin e iniciativave të sektorit publik dhe privat në fushën e turizmit dhe të ofrojë ndihmë për masat e zhvillimit të turizmit nga autoritetet lokale dhe rajonale. Parimet më të rëndësishme mbi të cilat duhet të mbështetet Strategjia e Zhvillimit të Turizmit janë:

- a. Veprimi i integruar i qeverisë për të zhvilluar dhe tregtuar Markën e produkteve vendase.
- b. Nxitja e ndërhyrjeve ndërqeveritare që bazohen në hulumtime dhe çojnë në veprime dhe inovacione në zhvillimin e produkteve dhe marketingut.
- c. Zhvillimi i prioriteteve të turizmit që janë të fokusuara në nivel kombëtar ose rajonal.
- d. Zhvillimi i partneriteteve të forta, fleksibël dhe dinamike midis aktorëve dhe vendimmarrësve kyç në të gjitha nivelet e qeverisjes.
- e. Zhvillimi i strategjive për nxitjen dhe inkurajimin e praktikave të qëndrueshme në industrinë e turizmit.

Prioritetet e Strategjive të zhvillimit janë:

- a. Rritja e ndërgjegjësimit të destinacioneve turistike.
- b. Integrimi i politikave të transportit dhe turizmit për të siguruar qasje më të mirë dhe përmirësimin e sinjalistikës në gjuhë të huaj dhe lidhjen me Wi-Fi për turistët.
- c. Inkurajimi i zhvillimit të produkteve dhe investimeve në asetet dhe produktet e turizmit.
- d. Rritja e investimeve në infrastrukturë dhe promovimi i destinacioneve nëpërmjet agjencive të marketingut.
- e. Rritja e performancës të shërbimeve dhe akomodimit nëpërmjet trajnimit të vazhdueshëm të stafit.
- f. Promovimin e takimeve, stimujve, konferencave dhe ekspozitave kombëtare dhe ndërkombëtare.

3. SFIDAT E ZHVILLIMIT

Kjo industri sot po përballet me disa sfida:

- Së pari: me përballimin e konkurrencës dhe rritjen e cilësisë në nivel rajonal dhe lokal në mënyrë që të sigurohet zhvillimi i qëndrueshëm dhe i ekuilibruar i turizmit në nivel kombëtar, të përmirësohet performanca e industrisë dhe të bëhen më shumë vende turistike konkurruese në nivel rajonal, kombëtar dhe ndërkombëtar.
- Së dyti: në pajtimin e zhvillimit të turizmit lokal me ruajtjen dhe rinovimin e burimeve të turizmit.
- Së treti: në bashkëpunimi i sektorit publik-privat, i cili shpesh mbulon vetëm marketingun dhe promovimin.
- Së katërti: strategjitë e zhvillimit duhet të synojnë plotësimin e nevojave të një tregu të synuar dhe krijimin e përparësive konkurruese qoftë përmes diferencimit duke kënaqur më mirë nevojat e tregut të synuar, ose qoftë përmes kostos më të ulët duke e shërbyer këtë pjesë të tregut, apo përmes të dyjave.
- Së pesti: në rritja e koherencës së politikave promovuese të turizmi, e cila do të ndikojë jo vetëm në rritjen industrisë të turizmit dhe në dëshirën e njerëzve për të udhëtuar, por edhe në qëndrueshmërinë e një destinacioni.
- Së gjashti: në batimin e një qasje holistike dhe zbatimin e politikave të bashkërenduara në lidhje me: liberalizimin e vizave, zgjerimin e sistemit të aplikimit për viza *On-line*, lehtësimin e udhëtimeve kombëtare dhe ndërkombëtare, njohjen me profilet e turistëve, etj., të cilat janë shembuj suksesi në rritjen e performancës së turizmit.

4. KONKLuzionET DHE REKOMANDIMET

Edhe pse kontributi i turizmit në rritjen ekonomike dhe në punësim në tërësi është i madh përsëri midis vendeve ekzistojnë vështirësi në lidhje me investimet, tregtinë, rishpërndarjen e pasurisë dhe bashkërendimin hierarkik midis pushtetit vendor dhe qendror dhe midis sektorit publik dhe privat. Duhet të theksohet se ende ekzistojnë një numër shqetësimesh lidhur me atë se si dialogu i sektorit publik-privat në qeverisjen e turizmit në një nivel makro dhe mikro mund të jetë më efektiv. Udhëtimi dhe Turizmi ka nevojë për një mjedis mbështetës fizik, rregullator, fiskal dhe shoqëror për të inkurajuar rritjen e kërkesës.

Hulumtimet e ndryshme tregojnë se një numër i madh i vendeve të zhvilluara dhe në zhvillim po përshtatin rregullimet e tyre institucionale për formulimin dhe zbatimin e politikave të turizmit për të rritur avantazhin konkurrues dhe për të krijuar një strategji kohezive dhe gjithëpërfshirëse të industrisë, e cila do të sjellë përmirësimin e shkëmbimit të informacionit dhe angazhimin gjithëpërfshirës të pushtetit vendor dhe qendror për të krijuar një mjedis politik më mbështetës dhe bashkëpunues për turizmin.

Pozicionimi i Shqipërisë në tregun global të turizmit kërkon hartimin e strategjive të zhvillimit mbi bazën e bashkëpunimit dhe konsultimeve horizontale dhe vertikale të aktorëve,

sigurimin e transparencës në zhvillimin e saj si destinacion turistik, përmirësimin e produkteve të reja turistike, infrastrukturës, markës, rritjen e pozicionit konkurrues, ndryshimeve të lidhura me sjelljen e konsumatorit, sigurimin e një mjedisi të duhur për të stimuluar zhvillimin e biznesit, përmirësimin e klimës së investimeve, harmonizimit të institucioneve lokale dhe rajonale, etj.

Zhvillimi i një turizmi të qëndrueshëm kërkon një qasje strategjike të institucioneve qendrore dhe vendore, i cili do tu jap akses politikave të turizmit, hulumtimit, menaxhimit të potencialeve dhe promovimit të produkteve turistike dhe krijimit të një marke të turizmit shqiptar. Stimulimi i inovacionit është shumë i rëndësishëm dhe duhet të synojë krijimin e një rrjeti bashkëpunues për kërkim dhe zhvillim në turizëm, në mënyrë që të mobilizojë kapacitetin e universiteteve për kërkime në turizëm, me fokus në qëndrueshmërinë dhe konkurrencën e sektorit.

Shoqëritë dhe shoqatat e turizmit, organizatat rajonale dhe ofruesit e teknologjisë duhet të bëjnë promovimin e destinacioneve të ndryshme nëpërmjet krijimit të Websiteve të tyre në internet. Për të rritur avantazhin konkurrues të Shqipërisë si një destinacion turistik duhet një shfrytëzim i burimeve publike dhe private të vendit për të krijuar një strategji kohezive dhe gjithëpërfshirëse të industrisë me fokus mbi burimet njerëzore dhe menaxhimi i cilësisë, marketingun dhe politikat e ndërinstitucionale.

Nëpërmjet zbatimit të Strategjisë Kombëtare të Turizmit synohet zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm dhe arritja e sinergjisë ndërmjet: rritjes të konkurrencës, mjedisit të favorshëm të biznesit dhe marketingut eficient dhe inovativ. Çështjet më të rëndësishme ku duhet të fokusohen politikat e zhvillimit janë: burimet njerëzore dhe menaxhimi i cilësisë, marketingu dhe politikat e ndërinstitucionale.

5. REFERENCA

- 1.The Tourism and Tourism Research, in: Rolf W. Brednich (ed.): Floor Plan of Folklore: Introduction to the Research Fields of European Ethnology", 3rd revised and extended ed., Berlin 2001 (Ethnological Manuals), pp. 469-489
- 2.Knoll, Gabriele N.: "Cultural History of Traveling: From Pilgrimage to a Beach Holiday", Darmstadt, 2006
- 3.Lauterbach, Burkhardt: "Alpine Tourism in the 19th Century as a Theme of European Ethnology, in: Bavarian Yearbook of Folklore", 2006, pp. 115-122
- 4.Idem: "Baedeker and other guides: A problem sketch, in: Zeitschrift fur Volkskunde", 85 (1989), pp. 206-234
- 5.Ludwig, Klemens / Has, Michael (eds.): "The new tourism: respect for land and people", Munich 1990 (Beck'sche series 408)
- 6.Opaschowski, Horst W.: "Tourism: Systematic Introduction - Analyzes and Forecasts, 2nd completely new and revised ed.", Opladen 1996 (Leisure and Tourism Studies

7. Hachtmann, Rüdiger: "Tourism History", Göttingen 2007 (ut 2866
8. Manual of the Swiss economy": issue 1955, Berne 1955, vol. 1-2
9. Spatt, Erich: General Tourism, Innsbruck 1975. Spode, Hasso: "The German worker travels": mass tourism in the Third Reich, in: Gerhard Huck (ed.): Social history of leisure: Studies on the change of everyday culture in Germany, Wuppertal 1982, pp. 281-306
10. Idem: The Nazi community "Power through Joy" - a people traveling ?, in: Hasso Spode (ed.): To the sun, to freedom! Amounts to Tourism History: Reports and Materials No. 11, Berlin 1991, pp. 79-93
11. Idem: Historical Tourism Research, in: Heinz Hahn et al. (eds.): Tourism Psychology and Tourism Sociology: A Handbook on Tourism Science, Munich 1993 (Quintessenz Tourismuswissenschaft), pp. 27-29.
12. Prein, Philipp: "Civil Travel in the 19th Century: Leisure, Communication and Social Borders", Münster 2003 (Cultural-Historical Perspectives 3
13. Jafari, J. (2001), The Scientification of Tourism. In V. S. Brent, Tourism Issues of the 21st Century. Elmsford: Cognizant Communications
14. Plani Strategjik i Qarkut të Vlorës. (Konventa Ramsar), "Për Ligatinat me Rëndësi Ndërkombëtare, Posaçërisht Habiteteve të Shpendëve Ujorë
15. Strategic plan of Vloara region (zero emissions territory), June 2011, Artgold project supported by UNDP, AULEDA development agency, www.vloara-region-strategic-planing.eu
16. Strategjia Sektoriale e Zhvillimit të Turizmit 2007-2013
17. Strategjia e Zhvillimit të Turizmit në Shqipëri 2014-2020
18. Strategjia e Bujqësisë dhe Ushqimit (SBU) dhe Strategjia Ndërsektoriale për Zhvillimin Rural (ISRDSA), Strategjia Kombëtare për Zhvillim dhe Integrim 2007-2013