



Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ

Phần D: Kinh tế và Pháp luật

website: sj.ctu.edu.vn

DOI:10.22144/ctu.jvn.2018.028

NĂNG LỰC CẠNH TRANH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH: ĐỀ XUẤT MÔ HÌNH CẤU TRÚC ĐO LƯỜNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH BẠC LIÊU

Nguyễn Thanh Sang^{1*} và Nguyễn Phú Sơn²

¹Trường Cao đẳng Nghề Bạc Liêu

²Trung Tâm Chuyển giao Công nghệ và Dịch vụ, Trường Đại học Cần Thơ

*Người chịu trách nhiệm về bài viết: Nguyễn Thanh Sang (thanksangbl2000@yahoo.com)

Thông tin chung:

Ngày nhận bài: 17/08/2017

Ngày nhận bài sửa: 18/10/2017

Ngày duyệt đăng: 28/02/2018

Title:

Tourism destination competitiveness: A structural model for measurement of destination competitiveness in Bac Lieu

Từ khóa:

Bạc Liêu, du lịch, mô hình cấu trúc, năng lực cạnh tranh điểm đến

Keywords:

Bac Lieu, destination competitiveness, structural model, tourism

ABSTRACT

The main objective of this study was to propose a structural model to measure attributes of a tourism destination competitiveness. Although many destination measurement models have been developed by tourism researchers, there is not a scale that fits all destinations as well as their differences or lack of consistency. In addition, due to the diversity and abundance of destinations, a model applied at a tourist destination can not promise an appropriate outcome when applied it to another tourist destination. This article is intended to provide an appropriate conceptual framework related to the tourism destination measurement indicators before the actual survey is conducted. The structural model for measuring destination competitiveness of Bac Lieu tourism destination was developed by inheriting documents on theoretical models and empirical studies. This is the case study case applied to the Bac Lieu tourism destination.

TÓM TẮT

Mục tiêu chính của nghiên cứu là đề xuất một mô hình cấu trúc để đo lường các thuộc tính về năng lực cạnh tranh (NLCT) của một điểm đến du lịch. Mặc dù có nhiều mô hình đo lường NLCT điểm đến được phát triển bởi các nhà nghiên cứu du lịch nhưng chưa có một thang đo phù hợp với tất cả các điểm đến cũng như có những mô hình khác nhau hoặc thiếu sự thống nhất. Bên cạnh đó, do tính đa dạng và phong phú của điểm đến, một mô hình áp dụng ở một điểm đến du lịch này không thể cho một kết quả thích hợp khi áp dụng cho một điểm đến du lịch khác. Bài viết này được thực hiện nhằm đưa một khung khái niệm thích hợp liên quan đến các chỉ số đo lường điểm đến du lịch trước khi tiến hành khảo sát thực tế. Mô hình cấu trúc để đo lường NLCT của điểm đến du lịch Bạc Liêu được phát triển bằng cách kế thừa tài liệu về các mô hình lý thuyết và các nghiên cứu thực nghiệm. Đây là trường hợp nghiên cứu tình huống được áp dụng cho điểm đến du lịch Bạc Liêu.

Trích dẫn: Nguyễn Thanh Sang và Nguyễn Phú Sơn, 2018. Năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch: Đề xuất mô hình cấu trúc đo lường năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch Bạc Liêu. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ. 54(1D): 241-247.

1 ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch là một trong những ngành phát triển nhanh nhất ở nhiều quốc gia trên thế giới. Theo đó,

du lịch đã trở thành ngành quan trọng của sự tăng trưởng kinh tế, là nguồn thu nhập đáng kể của nhiều quốc gia. Vì vậy, nghiên cứu về tính cạnh tranh của

điểm đến du lịch đã thu hút sự chú ý của nhiều nhà hoạch định chính sách, các tổ chức, các công ty du lịch và cả các học giả nghiên cứu du lịch. Trong các tài liệu du lịch, khả năng cạnh tranh đã được xác định là một yếu tố quan trọng cho sự thành công của các điểm đến du lịch (Crouch and Ritchie, 1999; Kozak and Rimmington, 1999; Dwyer and Kim, 2003; Enright and Newton, 2004). Các nhà nghiên cứu rất quan tâm về chủ đề này đã dẫn đến sự gia tăng các định nghĩa về năng lực cạnh tranh (NLCT) của điểm đến du lịch. Trong bối cảnh đó, nhiều mô hình nghiên cứu về NLCT điểm đến du lịch được phát triển và được kiểm định theo nhiều không gian và thời gian. Trong khi đó, một số nhà nghiên cứu lập luận rằng không có phương pháp hay mô hình nào phù hợp với tất cả các điểm đến để đo lường NLCT và không có bộ chỉ số nào có thể áp dụng cho tất cả các điểm đến vào mọi thời gian (Enright and Newton, 2004; Gomezelj and Mihalic, 2008). Rõ ràng, mỗi điểm đến đều có đặc điểm địa lý khác nhau và bối cảnh lịch sử khác nhau nên mô hình NLCT được áp dụng ở một điểm đến này có thể không áp dụng được với điểm đến khác và cũng không thể cho kết quả phù hợp (Kozak, 2002). Điều này có thể được dễ dàng nhận thấy khi kết quả nghiên cứu được so sánh với những kết quả được áp dụng tại cùng một nơi (Gomezelj and Mihalic, 2008).

Xuất phát từ thực tiễn đó, bài viết này lập luận rằng cần có một khung khái niệm thích hợp với các chỉ số liên quan chặt chẽ đến NLCT của điểm đến du lịch nghiên cứu trước khi thực hiện cuộc khảo sát thực tế. Nói cách khác, nghiên cứu NLCT điểm đến du lịch sẽ có được một kết quả toàn diện hơn nếu nó có thể phát triển một khung khái niệm thích hợp cho riêng nó tại thời điểm nghiên cứu. Vì vậy, mục tiêu của nghiên cứu là đưa ra một mô hình lý thuyết để đo lường các thuộc tính NLCT của một điểm đến du lịch, làm cơ sở để tiến hành đánh giá thực nghiệm, tiến đến xác định một mô hình phù hợp để đánh giá NLCT của một điểm đến du lịch, cụ thể trong trường hợp này là điểm đến du lịch Bạc Liêu.

2 CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ CÁC MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU NỀN TẢNG

2.1 Định nghĩa về năng lực cạnh tranh điểm đến (Destination Competitiveness)

Đã có nhiều định nghĩa về NLCT của một điểm đến du lịch, các học giả nghiên cứu về du lịch đã đúc kết được từ các nghiên cứu về lý thuyết và cả nghiên cứu thực nghiệm. Ritchie and Crouch (2000) cho rằng NLCT là “khả năng tạo ra giá trị gia tăng và nhờ đó cải thiện sự thịnh vượng của quốc gia và phát triển kinh tế xã hội. Năng lực cạnh tranh thường kết hợp khái niệm quy hoạch tiếp thị và chiến lược phát

triển cạnh tranh (Buhalis, 2000). Pearce (1997) đã mô tả NLCT của điểm đến là kỹ thuật, phương pháp và phân tích đánh giá điểm đến một cách có hệ thống để so sánh các thuộc tính cạnh tranh điểm đến trong phạm vi quy hoạch. Sự đánh giá và so sánh có hệ thống các thành phần du lịch giữa các đối thủ cạnh tranh để nhận thức rõ hơn về lợi thế cạnh tranh nhằm đưa ra các chính sách phát triển có hiệu quả. Đồng thời, mô hình NLCT điểm đến được đề xuất bởi Crouch and Ritchie (1999) cũng chỉ ra rằng cần phải hiểu được mối quan hệ và sự tác động lẫn nhau giữa các lực lượng của NLCT. Ngoài ra, nghiên cứu cũng đề xuất cần phân tích có hệ thống về lợi thế so sánh và NLCT điểm đến. Theo Crouch and Ritchie (1999), lợi thế so sánh tạo ra nguồn lực du lịch sẵn có tại điểm đến, trong khi NLCT là khả năng sử dụng nguồn lực đó có hiệu quả trong thời gian dài ở tại điểm đến. Những yếu tố chính hấp dẫn tại điểm đến là cần thiết để tạo ra lợi thế so sánh và NLCT. Những yếu tố này là nguồn lực cơ bản tạo động lực cho sự lựa chọn điểm đến của du khách, cũng như là các yếu tố mà người quy hoạch và người phát triển du lịch cần xem xét để nâng cao NLCT của điểm đến. Bên cạnh đó, mô hình cũng giải thích các yếu tố và nguồn lực hỗ trợ dưới dạng hiệu quả thứ cấp của NLCT điểm đến như cơ sở hạ tầng, khả năng tiếp cận, nguồn lực thuận lợi là quan trọng cho sự thành công về kinh doanh điểm đến. Mối quan tâm chính của các nghiên cứu thường là xem xét tính cạnh tranh điểm đến có được duy trì và phát triển như các đối thủ cạnh tranh khác. Bên cạnh đó, các yếu tố môi trường, tài nguyên thiên nhiên, văn hóa đa dạng, di tích lịch sử... có thể ảnh hưởng đến tính cạnh tranh của điểm đến (Hassan, 2000). Để phát triển và quảng bá điểm đến du lịch thì cần tạo ra những nguồn lực du lịch có giá trị nhằm nâng cao NLCT của điểm đến.

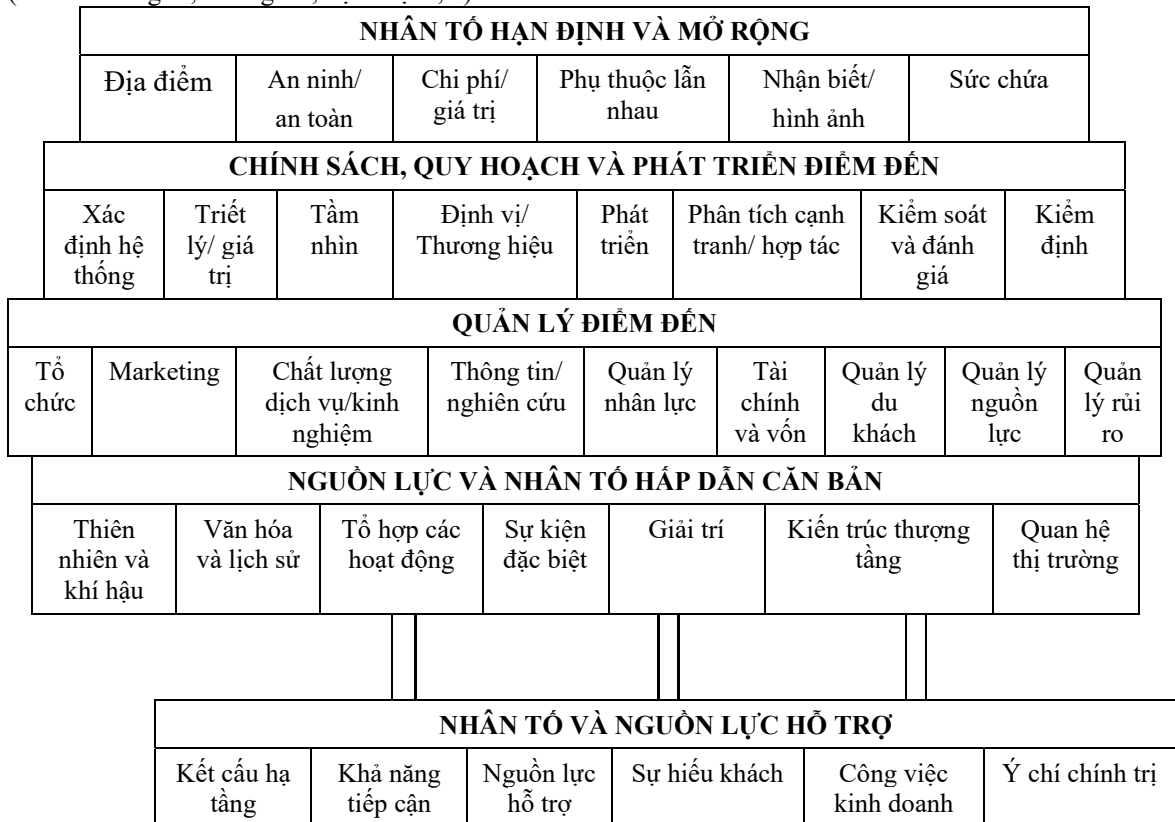
2.2 Các mô hình xác định năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch

2.2.1 Mô hình khái niệm năng lực cạnh tranh điểm đến của Ritchie và Crouch

Cho đến nay, nhiều nhà nghiên cứu du lịch đã chứng minh lợi ích từ du lịch mang lại là do nâng cao NLCT điểm đến. Ritchie and Crouch (2000) đã thảo luận về mô hình NLCT điểm đến thông qua lý thuyết về “Mô hình kim cương” về NLCT quốc gia của Porter (2003); lợi thế so sánh của Ricardo (1817) và lý thuyết lợi thế cạnh tranh. Thông tin thu thập về NLCT điểm đến được xác định là tài nguyên tự nhiên (lợi thế so sánh) và khả năng khai thác tài nguyên (lợi thế cạnh tranh). Mô hình của Ritchie and Crouch (2000) bao gồm 5 nhóm chính: Nhân tố hạn định và mở rộng; chính sách, quy hoạch và phát triển điểm đến; quản lý điểm đến; nguồn lực và nhân tố hấp dẫn căn bản; nhân tố và nguồn lực hỗ trợ. Đồng

thời mô hình cũng xác định các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT của điểm đến bao gồm các yếu tố vĩ mô (kinh tế thế giới, khủng bố, dịch bệnh,...) và môi

trường vi mô (các nguồn lực, kết cấu hạ tầng...) của điểm đến.



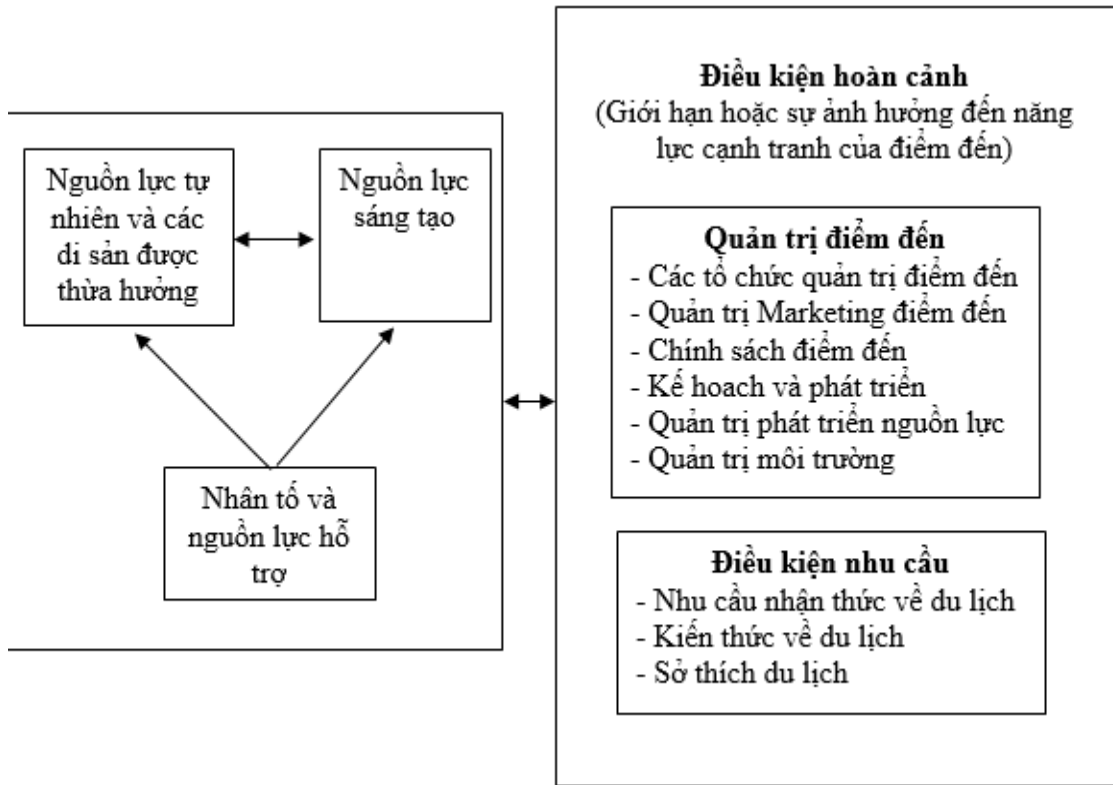
Hình 1: Năng lực cạnh tranh điểm đến của Ritchie và Crouch

(Nguồn: Ritchie and Crouch, 2000)

2.2.2 Mô hình kết hợp về năng lực cạnh tranh điểm đến của Dwyer và Kim

Để góp phần nâng cao NLCT điểm đến, Dwyer and Kim (2003) đã kết hợp với các lý thuyết về NLCT quốc gia, đưa ra mô hình kết hợp về NLCT của điểm đến. Nghiên cứu đưa ra hai yếu tố: yếu tố thứ nhất của mô hình bao gồm các nguồn lực: Nguồn lực tự nhiên và các di sản được thừa hưởng; nguồn lực sáng tạo; các nhân tố và nguồn lực hỗ trợ. Đây

là các nguồn lực tạo ra sự khác biệt cho sản phẩm du lịch ở các điểm đến, tạo tính hấp dẫn cho du khách tham quan, nó chính là cơ sở để tạo ra NLCT thu hút khách du lịch của điểm đến. Yếu tố thứ hai của mô hình là việc quản lý điểm đến, yếu tố này có liên quan đến chiến lược nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến, có tính cạnh tranh cao hơn so với các điểm đến khác; đồng thời nâng cao chất lượng, hiệu quả các nhân tố và nguồn lực hỗ trợ thích ứng tốt nhất với nhu cầu thực tế của du khách.



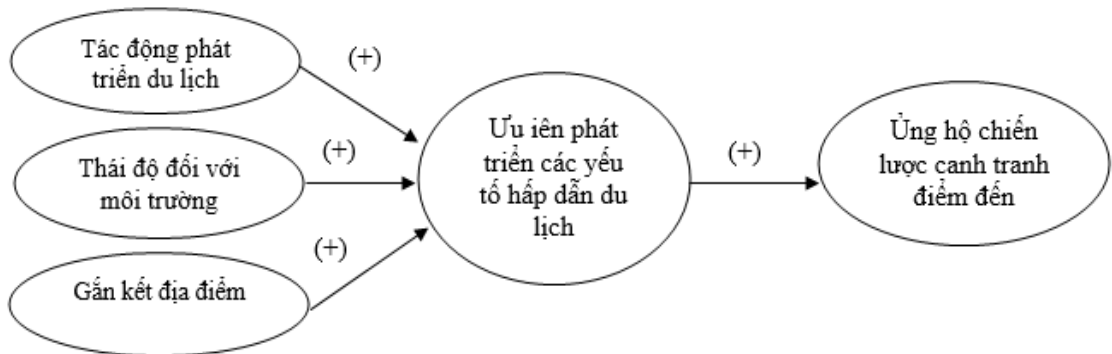
Hình 2: Các yếu tố quyết định mô hình cạnh tranh điểm đến

(Nguồn: Dwyer and Kim, 2003)

2.2.3 Các mô hình lý thuyết và áp dụng

Ngoài Ritchie and Crouch (2000), Dwyer and Kim (2003), các mô hình lý thuyết khác đã được phát triển để giải thích NLCT của điểm đến như trong công trình của Yoon (2002), Craigwell and More (2008). Yoon (2002) đã nghiên cứu cấu trúc mô hình cạnh tranh điểm đến du lịch từ các yếu tố nhằm kiểm tra thực nghiệm sự tương tác của các mối quan hệ: 1) nhận thức tác động phát triển du lịch, 2)

thái độ đối với vấn đề môi trường, 3) gắn kết địa điểm tham quan, 4) ưu tiên phát triển các yếu tố phát triển du lịch, 5) hỗ trợ cho chiến lược cạnh tranh điểm đến. Phạm vi của nghiên cứu này là các điểm đến du lịch và cộng đồng ở Virginia, nơi có nhiều sản phẩm, địa điểm du lịch nhân tạo cũng như văn hóa tự nhiên. Các nguyên tắc định hướng của nghiên cứu này là NLCT điểm đến có thể được cải thiện bằng sự kết hợp phù hợp giữa các địa điểm, nguồn lực du lịch và các chiến lược nâng cao NLCT của điểm đến.

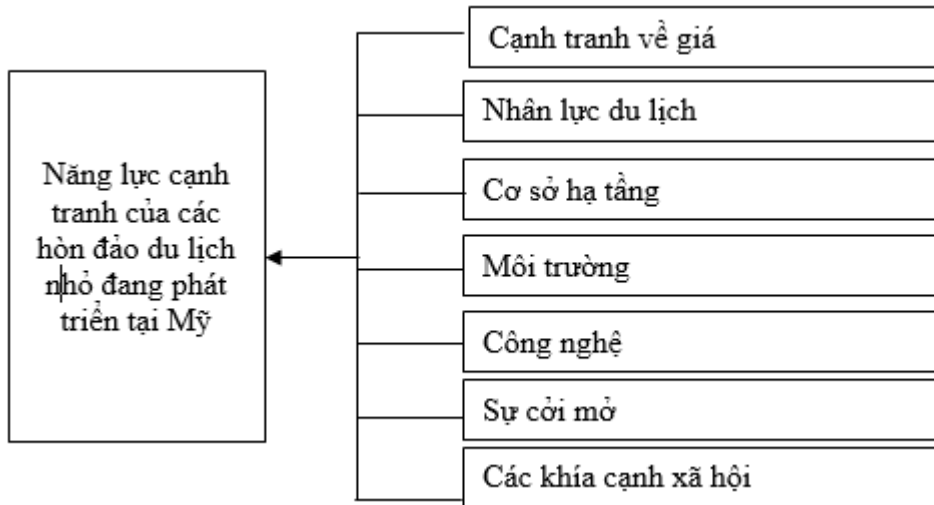


Hình 3: Cấu trúc mô hình cạnh tranh điểm đến từ các bên có liên quan

(Nguồn: Yoon, 2002)

Nghiên cứu NLCT của các hòn đảo du lịch nhỏ đang phát triển tại Mỹ của Craigwell and More (2008) đã xác định các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT của điểm đến này (Hình 4). Nghiên cứu đã tiến hành khảo sát 45 hòn đảo nhỏ và đưa ra mô hình nghiên cứu dựa trên các chỉ số đánh giá NLCT của tổ chức

du lịch thế giới. Kết quả nghiên cứu cho thấy, NLCT của các hòn đảo du lịch nhỏ đang phát triển tại Mỹ bị ảnh hưởng bởi (1) cạnh tranh về giá cả; (2) Nhân lực du lịch; (3) Cơ sở hạ tầng; (4) Môi trường; (5) Công nghệ; (6) Sự cởi mở; (7) Các khía cạnh xã hội, theo sơ đồ sau:



Hình 4: Năng lực cạnh tranh của các hòn đảo du lịch nhỏ đang phát triển tại Mỹ

Nguồn: Craigwell and More (2008)

3 KHUNG NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

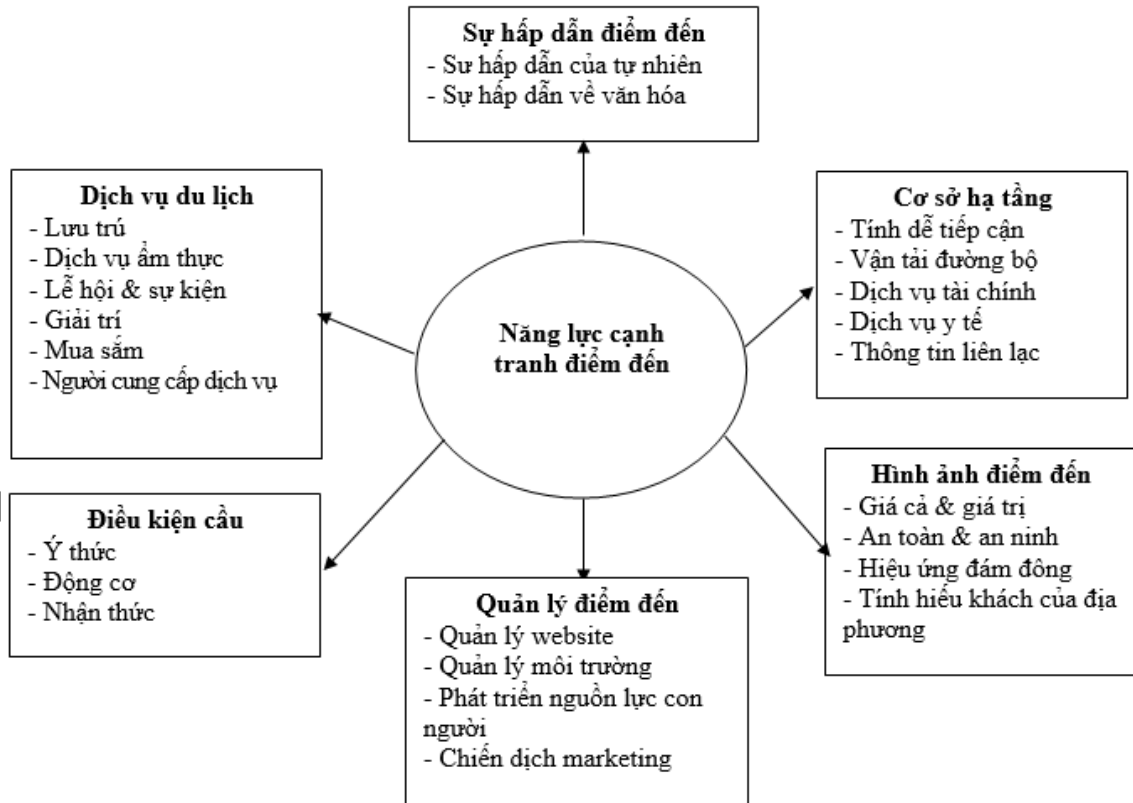
3.1 Thách thức về đo lường năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch

Những cách tiếp cận khác nhau để giải thích và đo lường NLCT điểm đến du lịch có thể rất khác nhau giữa các tài liệu nghiên cứu. Các chỉ số về NLCT có thể được phân loại thành chủ động và bị động (Craigwell and More, 2008; Mazanec *et al.*, 2007; Cracolici and Nijkamp, 2008). Trong nhóm này, các học giả sử dụng số liệu thứ cấp để đo lường NLCT điểm đến. Tuy nhiên, số liệu thứ cấp thường có rủi ro: chưa được hệ thống, không chắc là chính xác và nhà nghiên cứu không chủ động được trong thu thập (Crouch, 2010). Ở hướng ngược lại, nhiều nhà nghiên cứu về NLCT điểm đến du lịch cho rằng, có hai hướng tiếp cận để đo lường NLCT điểm đến du lịch: (1) thông qua khảo sát dữ liệu từ du khách (Kozak and Rimmington, 1999; Botha *et al.*, 1999; Kozak, 2002; Bahar and Kozak, 2007; Cracolici and Nijkamp, 2009) và (2) đánh giá thực nghiệm từ

khảo sát các tác nhân liên quan đến ngành du lịch (Dwyer and Kim, 2003; Enright and Newton, 2004; Lee and King, 2009; Bornhorst *et al.*, 2010; Crouch, 2010; Lee and Chen, 2010). Như vậy, có thể nhận thấy rằng đo lường NLCT để tránh được những rủi ro về mặt khoa học thì hướng đi thích hợp là đo lường dựa trên nhận thức của du khách (người trải nghiệm du lịch) và dựa trên đánh giá từ các bên liên quan (người làm du lịch, quản lý, hỗ trợ phát triển du lịch).

3.2 Mô hình đo lường năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch Bạc Liêu

Dựa trên các phát hiện của nghiên cứu thực nghiệm và xem xét kỹ lưỡng các mô hình cạnh tranh điểm đến được phát triển bởi các nhà nghiên cứu du lịch, đặc biệt là Yoon (2002), Ritchie and Crouch (2003), Dwyer and Kim (2003), Craigwell and More (2008). Mô hình đo lường NLCT về điểm đến của Bạc Liêu đã được đề xuất trong Hình 5 dưới đây. Có sáu chỉ số chính và bộ đo được xác định trong khung khái niệm.



Hình 5: Đo lường năng lực cạnh tranh điểm đến của du lịch Bạc Liêu

(Nguồn: Phát họa của tác giả, 2018)

Sự hấp dẫn điểm đến: Tính hấp dẫn của điểm du lịch chính là yếu tố thu hút sự chú ý của du khách (Ritchie and Crouch, 2003). Chính vì vậy, các điểm tham quan về tự nhiên và văn hóa của Bạc Liêu được đưa vào để đo lường NLCT. Sự hấp dẫn của điểm đến có yếu tố tâm linh (Phật bà Nam Hải, Nhà thờ Tắc Sậy) được xem là địa điểm thu hút du khách nhiều nhất của tỉnh Bạc Liêu. Về văn hóa, nhà cổ Công Tử Bạc Liêu cũng là sức hút lớn đối với khách tham quan du lịch Bạc Liêu hay Quảng trường Hùng Vương, Khu lưu niệm nghệ thuật đờn ca tài tử và cổ nhạc sĩ Cao Văn Lầu. Bên cạnh đó, những điểm đến tham quan tự nhiên như sân chim Bạc Liêu, vườn nhãn hay công trình kinh tế xã hội như điện gió Bạc Liêu cũng là những địa điểm nổi bật ở Bạc Liêu.

Dịch vụ du lịch: Đáp ứng những nhu cầu cụ thể làm tăng tính hấp dẫn của điểm du lịch. Bạc Liêu hiện giờ là một điểm đến du lịch có cung cấp dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống, lễ hội và các sự kiện, giải trí, mua sắm và các hoạt động du lịch khác đang được phát triển. Chính vì thế, yếu tố này được đưa vào để đánh giá NLCT điểm đến du lịch của Bạc Liêu là phù hợp với thực tiễn.

Cơ sở hạ tầng: Nhu cầu cơ bản cho mọi điểm đến bao gồm mạng lưới giao thông vận tải, phương thức tiếp cận điểm đến, các hình thức vận chuyển mặt đất, dịch vụ tài chính, dịch vụ y tế, dịch vụ viễn thông. Các yếu tố này phản ánh NLCT quan trọng để đưa đến các NLCT khác của điểm đến.

Quản lý điểm đến: Sự kết hợp của nguồn lực và quản lý tốt nguồn lực là phương thức quan trọng để nâng cao khả năng cạnh tranh điểm đến. Các hoạt động quản lý như: Quản lý trang web, xây dựng chiến lược, bảo vệ môi trường, phát triển nguồn nhân lực và các chiến dịch tiếp thị được đưa vào khung đo lường là phù hợp với sự phát triển về công nghệ và thông tin hiện tại.

Điều kiện cầu: Đây là một yếu tố tạo động lực có thể kích thích việc tham quan điểm đến. Điều kiện cầu ở đây là phù hợp hơn với khái niệm của Dawyer and Kim (2003) thay vì đáp ứng với sự thay đổi của nhu cầu thị trường Hassan (2000). Theo Dwyer và Kim (2003) điểm đến có thể cạnh tranh với một nhóm du khách này hoặc một nhóm du khách khác tùy vào động cơ nhận thức của họ. Để đưa ra quyết định đầy đủ về tính cạnh tranh của điểm đến, việc kiểm tra lý do tại sao khách du lịch chọn

điểm đến này mà không phải điểm khác là điều cần thiết. Vì vậy, nhận thức về điểm đến, động cơ và ý thức của du khách được đưa vào đo lường.

Hình ảnh điểm đến: Một yếu tố đặc biệt cho khả năng cạnh tranh điểm đến là các chuyến tham quan thực tế phụ thuộc rất lớn vào thái độ của khách du lịch đối với điểm đến đó. Mặc dù chỉ số này không được xác định rõ ràng trong các mô hình cạnh tranh tham khảo nhưng nó được coi là một yếu tố phụ (Hassan, 2000; Ritchie and Crouch, 2003; Dwyer and Kim, 2003). Trong các tài liệu tham khảo, hình ảnh điểm đến được gọi là tài nguyên du lịch vô hình, nó hình thành do nhận thức chủ quan (như tốt/xấu, đắt tiền, kì lạ, thú vị, an toàn). Đây cũng là “lăng kính” mà thông qua đó, khách du lịch nhận thức được tất cả các đặc tính cạnh tranh của điểm đến du lịch này so với điểm đến du lịch khác.

4 KẾT LUẬN

Các mô hình truyền thống đã được sử dụng trong nghiên cứu NLCT điểm đến và bộ chỉ số đo lường có thể phù hợp với bối cảnh và đối tượng của các nghiên cứu đó. Tuy nhiên, các kết quả nghiên cứu đó lại là nền tảng khoa học để những học giả kế thừa và phát triển cho phù hợp hơn với những bối cảnh nghiên cứu cụ thể. Một điểm đến du lịch có khả năng cạnh tranh hay không thì phải có những chiến lược sáng tạo các phương thức cần thiết để duy trì NLCT của các điểm đến trên thị trường theo thời gian. Bài báo này đóng góp vào phương pháp luận về NLCT điểm đến bằng cách cung cấp một cái nhìn sâu sắc khá quan trọng về việc sửa đổi và điều chỉnh các mô hình về NLCT điểm đến du lịch của các nhà nghiên cứu trước đây thành một khuôn khổ mới theo cách kết hợp các thông tin có liên quan từ các địa điểm nghiên cứu. Bằng cách làm như vậy, nhà nghiên cứu có thể có được một kiến thức căn bản về nghiên cứu điểm du lịch, từ thu thập được các yếu tố chính thống và nhất quán để đưa ra một mô hình lý thuyết đánh giá NLCT cho một điểm đến du lịch, làm nền tảng để tiến đến nghiên cứu thực nghiệm, xác định mô hình phù hợp cho điểm đến du lịch tỉnh Bạc Liêu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Bahar O. & Kozak M., 2007. Advancing Destination Competitiveness Research: Comparison Between Tourists and Service Providers. *Journal of Travel Marketing*. 22 (2): 61-71.

Botha, C., J.L. Crompton and S. Kim (1999). Developing a Revised Competitive Position for Sun/Lost City, South Africa. *Journal of Travel Research*. 37(4): 341-352.

Buhalis, D., 2000. Marketing the competitive destination in the future. *Tourism Management*. 21 (1): 97-116.

Cracolici, M.F. and Nijkamp, P., 2009. The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions. *Tourism management*. 30(3): 336-344.

Crouch, G. I. and Ritchie, J. R., 1999. Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of business research*. 44(3): 137-152.

Crouch, G. I. (2010). Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes. *Journal of Travel Research*. 20(10): 1-19.

Craigwell, R. and Moore, W., 2008. Foreign direct investment and tourism in SIDS: Evidence from panel causality tests. *Tourism analysis*. 13(4): 427-432.

Dwyer, L. and Kim, C., 2003. Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*. 6 (5): 369-414.

Enright, M. J., and Newton, J., 2004. Tourism destination competitiveness: A quantitative approach. *Tourism management*. 25(6): 777-788.

Gomezelj, D. O., and Mihalič, T., 2008. Destination competitiveness: applying different models, the case of Slovenia. *Tourism management*. 29(2): 294-307.

Hassan, SS., 2000. Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*. 38 (3): 239-245.

Kozak, M., and Rimmington, M., 1999. Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings. *International Journal of Hospitality Management*. 18(3): 273-283.

Kozak, M., 2002. Destination benchmarking. *Annals of Tourism Research*. 29(2): 497-519.

Mazanec, J.A., Wober, K. and Zins, A.H., 2007. Tourism destination competitiveness: From definition to explanation. *Journal of Travel Research*. 46(1): 86-95.

Pearce, D. G., 1997. Competitive destination analysis in Southeast Asia. *Journal of Travel Research*, 35(4): 16-24.

Porter, M.E., 2003. The economic performance of regions. *Regional Studies*. 37(6/7): 549-578.

Ricardo, D., 1817. *On the Principles of Political Economy and Taxation*, 3rd edition. John Murray, London, 1821 pages.

Ritchie, JRB and Crouch, G.I., 2000. The competitive destination, a sustainable perspective. *Tourism Management*. 21(1): 1-7.

Yoon, Y., 2002. Development of a structural model for tourism destination competitiveness from stakeholders' perspectives (Doctoral dissertation, Virginia Tech).