



Veleučilište u Virovitici

EKONOMIJA, TURIZAM, TELEKOMUNIKACIJE I RAČUNARSTVO



ET²eR

Vol. VIII, br. 1,
2026.



Virovitica University of Applied Sciences

ECONOMICS, TOURISM, TELECOMMUNICATIONS AND COMPUTER SCIENCE



ET²eR

Vol. VIII, No. 1,
2026.

Impressum

Nakladnik/Publisher:

Veleučilište u Virovitici - Virovitica University of Applied Sciences

Glavni urednik/Editor in chief:

nas.izv.prof.dr.sc. Dejan Tubić, prof.struč.stud,
glavni urednik

Izvršni urednik/Executive Editor:

dr.sc. Željka Kadlec, prof.struč.stud.

Lektura/Linguistic Adviser:

Ivana Vidak Teskera, dipl.bibl. i prof.

Tehnički urednik/Technical Editor:

Siniša Kovačević, mag.ing.tech.inf., pred.

Adresa uredništva/Address of the Editorial Board:

Veleučilište u Virovitici
Matije Gupca 78, 33000 Virovitica
Tel: +385 33 721 099
Fax: +385 33 721 037
E-mail: urednik@vuv.hr

Naslovnica/Front Page:

Veleučilište u Virovitici/Virovitica University of Applied Science

Grafičko oblikovanje/Graphic Design:

Veleučilište u Virovitici/Virovitica University of Applied Science

Izlazi od/Since:

2019. godina/Year 2019.

Učestalost izlaženja časopisa/Publishing frequency:

Dva puta godišnje/Biannually

ISSN 2670-8930

DOI: <https://doi.org/10.70077/et2er>

Prava korištenja: časopis „ET²eR – ekonomija, turizam, telekomunikacije i računarstvo” je časopis u otvorenom pristupu. Sadržaj časopisa u cijelosti je besplatno dostupan. Korisnici smiju kopirati i distribuirati materijal te mijenjati, preoblikovati ili prerađivati materijal sve dok citiraju izvornik na odgovarajući način.



Ovaj časopis je licenciran pod [Creative Commons Imenovanje 4.0 međunarodna licencom](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Otvoreni pristup: Časopis ET²eR je časopis sa otvorenim pristupom, što znači da je sav sadržaj besplatno dostupan bez naknade i nema naknada za obradu članka (APC). Pojedinačnim korisnicima je dopušteno čitati, preuzimati, kopirati, distribuirati, ispisivati, pretraživati ili povezivati pune tekstove članka ili ih koristiti u bilo koju drugu zakonitu svrhu, bez prethodnog traženja dopuštenja od izdavača ili autora. To je u skladu s BOAI definicijom otvorenog pristupa.



Dijamantni časopis / Diamond Journal - Časopis je usklađen s kriterijima baze [Diamond Discovery Hub](https://www.diamondhub.org/)



Časopis je uvršten u **ERIH PLUS** (European reference index for the humanities and social sciences) bazu, čime je postao časopis koji se kategorizira u znanstvene radove druge skupine (a2).

Uredništvo/Editorial Board:

nas.izv.prof.dr.sc. Dejan Tubić, prof.struč.stud., glavni urednik, *Veleučilište u Virovitici, Virovitica, Hrvatska*

dr.sc. Željka Kadlec, prof.struč.stud., izvršna urednica, *Veleučilište u Virovitici, Virovitica, Hrvatska*

Siniša Kovačević, mag.ing.tech.inf., pred., tehnički urednik, *Veleučilište u Virovitici, Virovitica, Hrvatska*

dr.sc. Irena Bosnić, prof.struč.stud., članica, *Veleučilište u Virovitici, Virovitica, Hrvatska*

dr.sc. Anita Prelas Kovačević, prof.struč.stud., članica, *Veleučilište u Virovitici, Virovitica, Hrvatska*

dr.sc. Zrinka Blažević Bognar, prof.struč.stud., članica, *Veleučilište u Virovitici, Virovitica, Hrvatska*

dr.sc. Mladena Bedeković, prof.struč.stud., članica, *Veleučilište u Virovitici, Virovitica, Hrvatska*

dr.sc. Damir Ribić, prof.struč.stud., član, *Veleučilište u Virovitici, Virovitica, Hrvatska*

Ivan Heđi, dipl.ing., v.pred., član, *Veleučilište u Virovitici, Virovitica, Hrvatska*

Ivana Vidak Teskera, dipl.bibl. i prof., v.pred., članica, *Veleučilište u Virovitici, Virovitica, Hrvatska*

dr.sc. Rikard Bakan, v.pred., član, *Veleučilište u Virovitici, Virovitica, Hrvatska*

prof.dr.sc. Mato Bartoluci, član, *Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, Hrvatska*

prof.dr.sc. Oliver Kesar, član, *Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, Hrvatska*

prof.dr.sc. Željko Požega, član, *Ekonomski Fakultet u Osijeku, Osijek, Hrvatska*

doc.dr.sc. Saša Petar, prof.struč.stud., član, *Sveučilište Sjever, Koprivnica, Hrvatska*

dr.sc. Vlado Halusek, prof.struč.stud., član, *Osnovna škola Kloštar Podravski, Kloštar Podravski, Hrvatska*

dr.sc. Igor Petrović, prof.struč.stud., član, *Parpar d.o.o., Bjelovar, Hrvatska*

dr.sc. Sanela Vrkljan, v. pred., član, *Visoka škola Aspira, Zagreb, Hrvatska*

izv.prof.dr.sc. Đorđije Vasiljević, član, *Faculty of Sciences, University of Novi Sad, Department of Geography, Tourism and Hotel Management*

prof.dr.sc. Viktória Szente, član, *Hungarian University of Agriculture and Life Sciences (MATE) Kaposvár Campus, Institute of Agriculture and Food Economics, Kaposvár, Mađarska*

dr.sc. Joanna Pioch, član, *Faculty of Economics and Finance, Sopot University of Applied Sciences, Sopot, Poljska*

prof.dr.sc. Slagjana Stojanovska, član, *Skopje, Makedonija*

izv.prof.dr.sc. Ante Rončević, član, *Sveučilište Sjever, Hrvatska*

izv.prof.dr.sc. Petar Mišević, član, *Sveučilište Sjever, Hrvatska*

ET²eR

Predgovor

//

Časopis „ET²eR – ekonomija, turizam, telekomunikacije i računarstvo“ obuhvaća teme iz područja ekonomije, s posebnim naglaskom na poduzetništvo i menadžment, turizma, kao i teme iz domene informacijskih i komunikacijskih tehnologija te računalnog programiranja. Časopis se bavi i onim temama koje su povezane s problematikom interdisciplinarnog pristupa gore navedenih područja.

Časopis „ET²eR“ namijenjen je svima koji žele dati doprinos poticanju i razvijanju primijenjene stručne djelatnosti. Svrha časopisa je upoznavanje šire javnosti s novostima iz navedenih područja i popularizacija struke. Stoga ohrabrujem sve potencijalne autore da prijave svoje radove za objavljivanje.

Zahvaljujem se svim autorima, recenzentima, uredništvu časopisa na znanju i trudu uloženom na kreiranje ovog broja časopisa „ET²eR – ekonomija, turizam, telekomunikacije i računarstvo“.

//

Glavni urednik

nas.izv.prof.dr.sc. Dejan Tubić, prof. struč. stud.

ET²eR

Recenzenti - *Reviewers*

Marta Alić

Tehničko veleučilište u Zagrebu - *Zagreb University of Applied Sciences*

Božidar Jaković

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Marijana Špoljarić

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Vlado Halusek

Sveučilište Sjever – *University North*

Mladena Bedeković

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Dubravka Maras

Sveučilište Vrn - *Vrn University*

Siniša Kovačević

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Damir Vuk

Veleučilište u Virovitici (umirovljeni profesor) - *Virovitica University of Applied Sciences*

Ivana Vidak Teskera

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Rikard Bakan

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Dejan Tubić

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Nikolina Pleša Puljić

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Zrinka Blažević Bognar

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Damir Ribić

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Irena Bosnić

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Marko Hajba

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Kristijan Čović

Veleučilište Baltazar Zaprešić - *Baltazar Zaprešić Polytechnic*

Anita Prelas Kovačević

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Danijela Vakanjac

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Ivan Heđi

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Matko Zrnić

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Sendi Deželić

Veleučilište Baltazar Zaprešić- *Baltazar Zaprešić Polytechnic*

Sadržaj

1. Točka promjene kao alternativa točki maksimalnog odstupanja umjerenju kognitivnog konflikta
A Change Point as an Alternative to the Maximum Deviation in Measuring Cognitive Conflict
Marko Maliković 1
2. Uloga kružne ekonomije u oblikovanju krizne otpornosti poduzeća u Hrvatskoj
The Role of the Circular Economy in Shaping Corporate Crisis Resilience in Croatia
Kadlec Željka 9
3. Upravljanje emocijama u visokoškolskom obrazovanju iz perspektive nastavnika i studenata
Emotion management in higher education from the perspective of teachers and students
Ivana Lacković, Katarina Dadić 20
4. Digitalna transformacija i diversifikacija usluga računovodstvenih servisa u Republici Hrvatskoj
Digital transformation and diversification of accounting services in the Republic of Croatia
Antal Balog, Ivana Dasović 27
5. Fiskalni izazovi digitalnih nomada u kontekstu međunarodne mobilnosti rada i turizma
Fiscal challenges of digital nomads in the context of international labor mobility and tourism
Bedeković Mladena 39
6. Implementacija regenerativnih praksi i transformacije destinacija u međunarodnom turizmu
Implementacija regenerativnih praksi i transformacije destinacija u međunarodnom turizmu
Jasmina Gržinić, Gaia Bogolin, Alessandro Manzin 47
7. Stres, izgaranje, stresori i samoprocjena kompetencija samopomoći učitelja osnovnih škola u gradu Virovitica
"Stress, burnout, stressors, and self-assessment of self-help competencies among primary school teachers in the Town of Virovitica"
Martina Blažević, Marijana Špoljarić, Jasenka Kolarić Barač 57

8. Utjecaj digitalne transformacije na poslovanje hotelskih opskrbnih lanaca: iskustvo jadranske regije 63
The impact of digital transformation on hotel supply chain operations: the experience of the Adriatic region
Luka Samaržija
9. Utjecaj digitalizacije poslovnih procesa na kontrolu troškova i učinkovitost građevinskih projekata – studija slučajeve 73
The Impact of Business Process Digitalization on Cost Control and the Efficiency of Construction Projects – A Multiple Case Study
Petra Musić
10. Tehnostres i zadovoljstvo poslom u bankarskom sektoru Technostress and job satisfaction in the banking sector 82
Amina Osmanhodžić, Amela Bešlagić
11. Sustav automatskog navodnjavanja temeljen na prediktivnom upravljanju modelom s IoT arhitekturom 88
Automatic Irrigation System Based on Model Predictive Control and IoT Architecture
Luka Kićinbaći
12. Automatizirano izvještavanje o aktualnim kibernetičkim prijetnjama Latest cyber threats events automated reporting workflow 96
Enes Ciriković, Ivan Benke, Danijel Koprivanac, Matko Zrnić
13. Programska implementacija 2AFC eksperimenta u PsychoPy okruženju uz praćenje pokreta miša 104
Programmatic Implementation of a 2AFC Experiment in PsychoPy with Mouse Tracking
Marko Maliković



Implementacija regenerativnih praksi i transformacije destinacija u međunarodnom turizmu

Implementacija regenerativnih praksi i transformacije destinacija u međunarodnom turizmu

Jasmina Gržinić, Gaia Bogolin, Alessandro Manzin

¹prof.dr.sc. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Zagrebačka 30,Pula, Hrvatska, jasmina.grzinic@unipu.hr

²studentica diplomskog studija, Juraj Dobrila University of Pula, gbogolin@student.unipu.hr

³doktorand, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, sandro.manzin@gmail.com

Sažetak

Transformacije u području turizma odražavaju promjene dinamičnog okruženja u kojem se nalaze dionici destinacija. Cilj istraživanja je kroz pregled dosadašnjih znanja o regeneracijama i transformacijama u turizmu, s aspekta pojma i spektra utjecaja, ukazati na povezanost transformacija i upravljanja promjenama u međunarodnom turizmu. Analiza poznatih i opisanih znanstvenih spoznaja u pred i post-Covid vremenu ukazuje na promjenu pozicioniranja destinacija s aspekta doživljajnih iskustava, uključenosti i održivosti. Svrha je pomoći dionicima u bržim tržišnim prilagodbama, populariziranjem znanja o promjene u destinacijama. Transformacije kao posljedice regeneracija osiguravaju trajni opstanak destinacija u uvjetima kriza. Primjeri upućuju na potrebu analize i povezivanja ne samo ekonomskih, ekoloških i socio-kulturnih utjecaja u destinacijama, već i političkih, legislativnih i etičkih. U završnom dijelu rada dane su preporuke za potrebe razvoja transformativnog obrazovanja, u skladu sa UNWTO ciljevima održivosti. Rad pridonosi razvoju specijaliziranih znanja u turizmu. Nalazi su značajni s aspekta zadržavanja konkurentnosti destinacije aktivnostima dionika. Posebno se to odnosi na hrvatski turizam zbog rizika povezanih sa prekomjernim turizmom i saturacijom destinacije, te rizika od narušavanja prostorne ambijentalnosti. Budući istraživači trebali bi analizirati transformativne procese u turizmu s aspekta ostvarivanja dubljih veza ne samo sa gospodarstvom, već i lokalnim zajednicama.

Ključne riječi

Destinacije, regeneracije, transformacije, međunarodni turizam, edukacija.

Abstract

Transformations in the field of tourism reflect changes in the dynamic environment in which destination stakeholders find themselves. The aim of this research is to highlight the connection between transformations and change management in international tourism through a review of current knowledge about regeneration and transformation in tourism, from the perspective of the concept and its spectrum of influence, and to underscore the connection between transformations and change management in international tourism. An analysis of known and described scientific knowledge in the pre- and post-Covid period indicates a change in the positioning of destinations from the aspect of experiential experiences, inclusiveness, and sustainability. The purpose is to help stakeholders in faster market adaptations, by popularizing knowledge about changes in destinations. Transformations resulting from regeneration ensure the long-term survival of destinations in times of crisis. Examples point to the need to analyze and connect not only economic, ecological, and socio-cultural influences in destinations, but also political, legislative, and ethical ones. The final part of the paper provides recommendations for the development of transformative education, in accordance

with the UNWTO sustainability goals. The paper contributes to the development of specialized knowledge in tourism. The findings are significant from the aspect of maintaining the competitiveness of destinations and the activities of stakeholders. This is particularly true for Croatian tourism due to the risks associated with overtourism and destination saturation, as well as the risk of disrupting the spatial ambience. Future researchers should analyze transformative processes in tourism from the perspective of achieving deeper connections not only with the economy, but also with local communities.

Keywords

Destinations, regeneration, transformation, international tourism, education.

Uvod

U suvremenom turističkom planiranju i razvoju, pojmovi destinacijske regeneracije i transformacije često se koriste kako bi se opisali procesi promjena i načini prilagodbe. Dionici turističkih destinacija upravljaju promjenama s aspekta održivosti, tržišta i društveno-ekonomskih uvjeta. Iako se pojmovi regeneracija i transformacija odnose na oblikovanje budućnosti destinacija, postoji temeljna razlika u pristupu, intenzitetu promjena i ciljevima koji se nastoje postići.

Cilj ove studije je predstaviti različite utjecaje transformacija na minimiziranje utjecaja prekomjernog turizma u destinacijama. Svrha je predložiti model transformativnog učenja temeljem definiranja ishoda koji stavljaju u vezu različite vrste transformacija, partnerstvo dionika i inkluzivne ponude.

Dionici turizma još uvijek nemaju dovoljno znanja o tome kako transformacije mogu utjecati na njihovo pozicioniranje u međunarodnom turizmu. Implementacija regenerativnih praksi i transformacije destinacija poboljšavaju turističke prakse i doživljajna iskustva u međunarodnom turizmu. Ova studija na strukturirani način unaprjeđuje teorijsko razumijevanje suvremenih trendova u turizmu.

1. Regeneracije i transformacije u turizmu – pojmovno određenje

Oba pojma, i regeneracije i transformacije imaju učinak na destinacije no njihovo pojmovno raščlanjene daje drukčiji kontekst za tumačenje pojava. Destinacijska regeneracija podrazumijeva proces revitalizacije turističke destinacije, često uz zadržavanje njezine osnovne strukture i identiteta. Regeneracija djeluje u okviru postojećeg sustava i najčešće je reaktivna – odgovara na uočeni pad konkurentnosti destinacije ili na fizičko i društveno propadanje (Smith, 2016). Nadalje, uključuje obnovu fizičkih, društvenih i ekonomskih elemenata destinacije, često kroz projekte urbane regeneracije, restauraciju kulturne baštine ili poboljšanje turističke infrastrukture (Roberts i Hall, 2001). Dinamični procesi regeneracije osiguravaju dugoročni opstanak destinacije kao sustava (Bellato, Nygaard i Frantzeskaki, 2022; Dredge, 2022). Cilj je obnoviti postojeće resurse, unaprijediti infrastrukturu i povećati privlačnost destinacije bez radikalnih promjena vrijednosti destinacije, uz

stvaranju uvjeta za njezino ponovno uspješno funkcioniranje. Mala i srednja poduzeća osim agencija (DMC) i turističkih zajednica (DMO) mogu, kao važni dionici turizma doprinijeti razvoju okvira regeneracija u destinaciji (Ridanpää 2025).

Nasuprot tome, destinacijska transformacija označava dubinsku, sustavnu i često ireverzibilnu promjenu turističke destinacije (Duxbury, 2021). Lo (2022) ističe važnost razvoja obrazovanja kroz učenja o održivosti za potrebe socijalnih transformacija i prilagodbe turizma u uvjetima kriza. Transformacije u turizmu posljedice su dubinske transformacije društva (Bratić, et.al. 2025).

Transformacija uključuje promjenu paradigme. Ne radi se samo o obnovi postojećeg, već o stvaranju novog modela funkcioniranja destinacije često uz diversifikaciju ciljne tržišne skupine, vrste ponude i strategije brendiranja (Butler, 2006). Zahtijeva viziju, strateško vodstvo i sustavno uključivanje dionika (Pritchard, Morgan i Ateljević, 2011). Transformacija implicira strateško preusmjeravanje – od masovnog turizma prema održivom, kulturnom ili pametnom turizmu – koje zahtijeva inovacije, nove modele upravljanja i uključivanje dionika na svim razinama (Hall i Williams, 2019).

Pung, Gnoth i Chiappa (2020) predlažu model transformacije turista. Budući transformativni turizam ne ovisi isključivo o jednoj vrsti turizma, već o kombinaciji različitih čimbenika. Stoga je korisno ponuditi koncept razumijevanja i razvoja transformacije turista (Balsas, 2024). Turist, krećući u potragu za novim doživljajima i putovanje prakticira radi odmora, razonode, zabave, kulturnih i sličnih potreba (Vlahović, 2015). Istraživanja pokazuju da interakcije s lokalnim stanovništvom, duži boravci i izazovi tijekom putovanja pozitivno utječu na stjecanje novih vještina i vrijednosti (Kovačić i Barkidžija Sotošek, 2025). Shodno tome, kratki boravci, rutinska ponašanja i izostanak kontakta s lokalnom zajednicom smanjuju šansu za osobnu transformaciju. Osobito se naglašava važnost autentičnih iskustava radi dublje osobne refleksije. Takva iskustva uključuju duhovna putovanja, volontiranje, studiranje u inozemstvu, hodočašća ili razne terapijske prakse (Ross, 2010). Suvremena istraživanja (Pung, Gnoth i Del Chiappa, 2020; Wang, Kirillova i Lehto, 2024) naglašavaju važnost pripreme za putovanje kao dijela transformativnog procesa, gdje očekivanja i osobna motivacija imaju značajnu ulogu. Samopouzdanje koje dolazi iz mogućnosti biranja vlastite rute, povezanost s prirodom, osjećaj intime i fleksibilnosti značajni su motivatori za transformacije (Zhou i Huang, 2016).

Mezirow (2000) i Lean (2012), kognitivnu obradu iskustava i njihovu integraciju u svakodnevni život nazivaju posljedicom retrospektivne refleksije. Digitalne tehnologije pri tome pomažu jer predstavljaju ne samo veći personalizirani pristup turistima i ciljnim skupinama, već i utječu na njihovo ukupno zadovoljstvo doživljajem (Kushwaha, 2020 i Anđelić, 2024).

Održivost podrazumijeva zadržavanje destinacije nepromijenjenom. Regeneracija znači ostaviti je u boljem stanju (Radyahadi i Nurfarah, 2024). U post-Covid vremenu izučavanje transformacija u međunarodnom turizmu podrazumijeva promjenu temeljnih vrijednosti, identiteta, funkcije i načina na koji destinacija sudjeluje u globalnim turističkim tokovima (Paddiso i Hall, 2024; Tomej i Bilynets, 2024). Prema izvješću o održivom razvoju iz 2023. godine, održive transformacije zahtijevaju sistematski pristup koji omogućava promjene u sektorima i u različitim sferama upravljanja do 2030. godine (*Global Sustainable Development Report*, UNWTO, 2023). Također štiti i proširuje buduće prilike ispunjavajući potrebe kako današnjih turista, tako i regija domaćina (Ay, et al. 2025).

Temeljem analize teorijskih doprinosa o predmetu istraživanja uočeno je da međunarodne studije intenziviraju istraživanja promjena turističke ponude nakon razdoblja globalne krize. Zaključuje se da su procesi regeneracije često srednjoročni i povezani s prostornim planiranjem. Transformacija je pak proaktivna i strateška, te često povezana s tehnološkim, društvenim i globalnim promjenama koje destinacije prepoznaju i anticipiraju. S aspekta turističke potražnje posebno su značajne analize transformativnih faza turista tijekom i nakon putovanja, koje imaju dubok utjecaj na proces njihove osobne promjene.

2. Metodologija istraživanja

Studija koristi dizajn mješovite metodologije pregleda istraživačkog problema kroz kombinaciju postojeće literature i praćenje razvojnih promjena u destinacijama. Istraživačko pitanje koje se postavlja u radu je: Kako su različiti aspekti utjecaja u turizmu integrirani u transformativne destinacijske modele?

Utvrdjuju se održive razvojne paradigme, barijere vezano za upravljanje u turizmu i razine provedbe digitalne transformacije. Analizom se identificiraju prednosti razvojnih inicijativa ponude kroz poboljšano donošenje odluka i povećanje

konkurentnosti. Ujedno, daje se pregled refleksija nacionalnih politika zemalja na doživljajno iskustvo posjetitelja.

Dosadašnji autori su se problematikom transformacija i regeneracija bavili izolirano. Doprinos istraživanja je u holističkom promatranju utjecaja u turizmu i prijedloga ishoda učenja za potrebe regeneracija i transformacija destinacija. Rad pruža strukturiran okvir koji unapređuje razumijevanje trendova i utjecaja u turizmu, a koji je istovremeno primjenjiv od strane dionika destinacije.

Za potrebe istraživanja izvršena je analiza internih i eksternih čimbenika utjecaja na razvoj destinacije. Kriterij odabira destinacija zasnivao se na mapiranju i procjeni međusobnih veza dionika i odnosa unutar sustava sa svrhom rješavanja problema i donošenja odluka (Cabrera i Cabrera, 2019). Analiza primjera zasnivala se na načelima strateškog „STEEPLE“ modela utjecaja (More, Probert i Phall, 2015). Isti osim tri ključna elementa (ekonomski, ekološki, socio-kulturni), obuhvaća i širi međunarodni kontekst utjecaja u turizmu (etički, tehnološki, politički i legislativni).

3. Primjeri utjecaja transformacija na destinacije

3.1. Ekološki utjecaji

Održivi turizam zahtijeva očuvanje atraktivnosti i osiguravanje povrata za investitore. On mora biti ekološki otporan na duge staze, ekonomski isplativ te društveno i etički pravedan za lokalno stanovništvo. Održive transformacije se odnose na promjene koje unapređuju održivost u različitim okruženjima, a u kontekstu odgovora na izazove globalne razine. Interpretacija u turizmu postaje sredstvo oblikovanja ne samo znanja, već i vrijednosti i stavova. Na primjer, vodič koji govori o klimatskim promjenama kroz priču o životu lokalnog ribara često ostavlja jači dojam nego puko navođenje statističkih podataka. Edukacija i interpretacija imaju ključnu ulogu u promicanju održivosti. Informirani turisti vjerojatnije će poštovati okolišna pravila, izbjegavati štetne aktivnosti te podržavati lokalne proizvode i inicijative. U Britanskoj Kolumbiji (*Creston Valley*, Kanada, 2025) turisti borave na lokalnim rančevima, sudjeluju u eko turama koje vode starosjedioci. U tom smislu, destinacije koje strateški integriraju edukaciju u svoju ponudu ne samo da stvaraju

kvalitetnija iskustva, već doprinose i dugoročnoj otpornosti zajednice. Edukacija informira i oblikuje svijest, stavove i ponašanje turista, čineći ih osjetljivijima i odgovornijima prema svijetu koji otkrivaju.

3.2. Utjecaji na lokalne zajednice

U procesima regeneracije dominantnu ulogu imaju javni sektor i lokalne vlasti koje iniciraju ili koordiniraju projekte obnove. Dok tradicionalni modeli razvoja turizma često zanemaruju lokalne potrebe, suvremeni se pristupi temelje na participativnim modelima i zajedničkom upravljanju. Transformacije zajednicama otvaraju mogućnost aktivnog sudjelovanja u kreiranju i upravljanju turističkom ponudom. Društvene transformacije u turizmu uključuju promjene u ulozi i percepciji lokalnih zajednica, kao i u mehanizmima sudjelovanja. Revitalizacija povijesnih centara u mediteranskim gradovima privlači turiste viših tržišnih segmenata, uz očuvanje lokalnog identiteta. Transformacija zapuštenih i degradiranih industrijskih područja u kulturne distrikte ili inovativne turističke četvrti, uključuje civilno društvo ili privatni sektor. Primjer je izgradnja hotelskog kompleksa u području Austro-ugarske vojarne u Puli.

3.3. Ekonomska dimenzija transformacija

Turizam ima snažan utjecaj na lokalne, regionalne i nacionalne ekonomije. Transformacije u turizmu rezultiraju transformacijom ekonomskog tkiva destinacija. One uključuju prelazak iz sezonskih i niskoprofitnih modela prema cjelogodišnjoj ponudi, diverzifikaciji usluga i uključivanju lokalnog poduzetništva u lance vrijednosti.

S obzirom na sve izraženiju digitalizaciju i internacionalizaciju turističkih tokova, destinacije koje ne prepoznaju važnost ekonomske otpornosti na krize često postaju ranjive na vanjske šokove (pandemije, ratovi, klimatski utjecaji).

TABLICA 1. TURISTIČKE TRANSFORMACIJE I UTJECAJI

Ekonomski aspekti utjecaja
Smanjenja asinkronosti gospodarskog ciklusa
Ublažavanje utjecaja kriza na destinacije i minoriziranje rizika od stagnacije
Jačanje otpornosti na šokove u turizmu
Balansiranje utjecaja na relaciji turizam zajednice – ekonomija

Izvor: Autori

Dionici destinacija razvijaju partnerstva, potiču inovacije, podržavaju lokalne proizvođače, razvijaju komplementarne djelatnosti poput kulturne produkcije, agro-turizma ili kreativne industrije. Time se povećava dodana vrijednost turizma i smanjuje rizik neuspjeha zbog ovisnosti o pojedinom emitivnom tržištu. Primjer takve ekonomske transformacije je regija *Alto Adige* u Italiji, gdje su lokalne zajednice uspješno spojile poljoprivredu, gastronomiju i turizam u održiv ekonomski sustav. Sličan proces je prisutan i u Istarskoj županiji s obzirom na uključivanje lokalne zajednice u proizvodnju maslinovog ulja, berbu tartufa i lavande sa posjetiteljima, te gastronomsko predstavljanje istih u paketima ponuda.

3.4. Utjecaji digitalizacije na transformacije u turizmu

Uvođenje novih tehnologija, promjene u organizacijskim strukturama te sve veći naglasak na održivost i društvenu odgovornost oblikuju suvremenu ekonomiju. Digitalizacija je uzela maha u svim poljima uključujući turizam (Xholo, et al. 2025). Digitalna transformacija postala je ključni pokretač promjena u turističkoj industriji, od načina na koji se usluge pružaju do očekivanja i ponašanja potrošača.

Herceg (2022;7) temeljem istražene znanstvene literature ističe važnost digitalizacije kulturnih sadržaja u funkciji razvoja turizma, naglašavajući da "digitalizacija kulturnih sadržaja ima utjecaj na atraktivnost određenog prostora." Jedan od glavnih aspekata digitalne transformacije u turizmu je integracija naprednih tehnologija poput umjetne inteligencije (AI), mreža poput Internet stvari (IoT), virtualne i proširene stvarnosti (VR/AR) te *blockchaina*. Navedene tehnologije omogućuju personalizaciju usluga, optimizaciju operacija i stvaranje novih poslovnih modela. Tvrtke, potaknute digitalnom transformacijom, mijenjaju način na koji turističke usluge funkcioniraju. Pojava platformi za kratkoročni najam smještaja, poput *Airbnb*-a, ilustrira kako digitalna transformacija i promjena potrošačevih preferenci utječu na razvoj alternativnih modela poslovanja.

Prilagodbe turističkih poduzeća novim trendovima kroz digitalne transformacije prikazane su u nastavku (Tablica 2).

TABLICA 2. DIGITALNE TRANSFORMACIJE HOTELIJERA I TURISTIČKIH POSREDNIKA

Transformativno pozicioniranje (digitalni alati)	Koristi
--------------------------------------------------	---------

Razvoj personaliziranih i specijaliziranih ponuda, online rezervacije.	Poboljšanje korisničkog iskustva gosta
Napredni alati, bolja analiza podataka i prilagodba tržištu Ubrzavanje poslovanja, Infrastrukturna prilagodba.	Razvoj konkurentnosti
Unaprjeđenje ponude i usluge automatizacijom procesa, zeleni certifikati, energetska učinkovitost	Održivi brend i tržišna prepoznatljivost

Izvor: Autori

U edukacijama posjetitelja posebno se ističu muzeji, interpretacijski centri, nacionalni parkovi i kulturne rute, gdje se koriste suvremene tehnologije – poput interaktivnih zaslona, proširene stvarnosti ili gamifikacije – kako bi se posjetitelji aktivno uključili u proces učenja o resursima destinacije. Hotelijeri uključuju održive prakse očekivane od strane posjetitelja kroz mjerenja i usporedbu održivosti s konkurencijom, a zatim korištenju prikupljenih informacija u marketinškim naporima tvrtke (Kruesi i Remy, 2024). Takve transformacije trebaju biti podržane digitalnim procesima. Primjerice AI je omogućio turističkim agencijama formiranje preporučiteljskih sadržaja što je znatno olakšalo razumijevanje procesa, ubrzalo upoznavanje prostora i kulture, i omogućilo da turistički doživljaj prelazi granice pasivne konzumacije (Vivek i Nabil, 2024).

3.5. Institucionalni i politički utjecaji

Političke odluke, zakonodavni okvir i institucionalne uredbe imaju dominantnu ulogu u pokretanju i usmjeravanju turističkih transformacija. Uspješna transformacija destinacije često počinje na razini lokalnih i nacionalnih politika koje definiraju prioritete razvoja, postavljaju standarde održivosti i reguliraju tržište. Transparentna i participativna politika upravljanja omogućava uključivanje svih dionika, čime se smanjuju sukobi i povećava društvena kohezija. Na primjeru *Novog Zelanda* vidljivo je kako politička volja i sustavno planiranje mogu rezultirati strateškim upravljanjem prirodnim resursima, promocijom odgovornog turizma i povećanjem kvalitete života lokalnog stanovništva. U Hrvatskoj, pak, destinacije poput Lošinja pokazuju kako lokalna samouprava može inicirati prijelaz na *wellness* i zdravstveni turizma putem javno-privatnih partnerstava i strateškog brendiranja.

4. Primjeri transformacija destinacija u međunarodnom turizmu

4.1. Island i održive transformacije

Destinacija *Island* se posljednjih godina profilirala kao jedna od vodećih s aspekta održivog turizma (*Greening The Islands foundation*, 2025). Nakon ekonomskog kolapsa 2008. godine, zemlja je značajno investirala u razvoj turizma. Uz promociju prirodnih atrakcija poput geotermalnih izvora, ledenjaka i vulkana, implementirane su strategije koje kontroliraju broj posjetitelja i promiču ekološku odgovornost. Nacionalna turistička organizacija postavila je okvir za održivost uključujući turističku atrakcijsku osnovu, upravljanje destinacijom i posjetima. Saarinen (2013), navodi da je upravljanje posjetiteljima kroz zoniranje i informacijske kampanje značajno doprinijelo očuvanju okoliša i povećanju kvalitete iskustva posjetitelja u destinaciji. Ovakav pristup primjer je uspješne destinacijske transformacije koja uvažava lokalni kapacitet i dugoročnu održivost.

4.1. Grad Dubrovnik i transformacije

Grad *Dubrovnik* je globalno prepoznat kao „*Must see*“ destinacija koja se suočava s izazovima prekomjernog turizma. Velik broj kruczera, jednodnevnih posjeta i sezonalnost istaknuli su problem nedostatka infrastrukturne podrške turizmu. Također, rizike od narušavanja kulturne baštine i gubitka kvalitete života lokalnog stanovništva. Nakon UNESCO-ve prijetnje o mogućem ukidanju statusa svjetske baštine, grad je uveo mjere ograničavanja broja posjetitelja i video-nadzor pristupa staroj gradskoj jezgri. Dionici i dalje vode raspravu o balansu između očuvanja resursa i turističke komercijalizacije. Grad pokušava izbjeći negativne eksternalije nastale zbog pretjerane eksploatacije turističkog potencijala. U 2026. godini Dubrovnik je proglašen Europskim zelenim pionirskim odredištem pametnog turizma temeljeno na napretku s aspekta pristupačnosti, održivosti, digitalnih inovacija i kulturne baštine (EC, 2026).

4.2. Kostarika – primjer integracije zajednice u turizam

Kostarika je već desetljećima prepoznata kao pionir u razvoju ekoturizma. Ono što je izdvaja kao destinaciju je uspješna integracija lokalnih zajednica u turističke procese. Kroz programe koji potiču održivo korištenje prirodnih resursa,

stanovništvu se omogućuje aktivno sudjelovanje u kreiranju ponude čime se ostvaruje ekonomska dobit uz očuvanje biološke raznolikosti. Honey (2008) ukazuje na zajedničke napore države, privatnog sektora i lokalnog stanovništva koji su omogućili transformaciju zemlje iz agrarno orijentirane ekonomije u globalno priznatu ekoturističku destinaciju.

4.3. Škotska visoravan i brendiranje kroz valorizaciju "divljine"

Škotska posljednjih desetljeća prolazi kroz duboku transformaciju. Ruralne i gospodarski osiromašene destinacije formiraju atraktivnu turističku ponudu s fokusom na prirodne krajolike, kulturnu baštinu i održive prakse. Turistički razvoj temelji se na konceptu rebrendiranja regije kroz valorizaciju koncepta „divljine“ (*wildness*) i tradicionalnog načina života, što privlači posjetitelje. Nudi se širok spektar doživljaja za one koji traže autentična i mirna iskustva daleko od masovnog turizma. Lokalne vlasti i organizacije poput *Scottish Natural Heritage* (2025) aktivno promiču projekte koji balansiraju zaštitu okoliša i razvoj turizma, uključujući sustave certificiranja za ekološki odgovorne objekte i edukaciju posjetitelja. Bivši farmeri i članovi zajednice uključeni su u ponudi smještaja, vođenju tura ili upravljanje centrima za interpretaciju baštine. Ovakva transformacija regije primjer je kako marginalizirana ruralna područja mogu revitalizirati svoju ekonomiju kroz pažljivo planiran i održiv turizam.

4.4. Butan – turizam visokih vrijednosti i niskog volumena

Kraljevina Butan primjenjuje jedinstvenu strategiju turističkog razvoja temeljenu na konceptu „visoka vrijednost, niski volumen“ čime se nastoji ograničiti negativan utjecaj turizma na okoliš, kulturu i društvo. Umjesto masovnog pristupa, zemlja uvodi dnevne takse za posjetitelje, zahtijeva unaprijed organizirane ture i potiče autentične kulturne kontakte. Prema izvješću Butanskog vijeća za turizam (*Bhutan Tourism Monitor*, 2022), ovakva politika omogućuje kontroliran rast turizma uz ostvarivanje prihoda koji se reinvestiraju u zajednice i zaštitu okoliša. Strategija je usklađena s nacionalnom filozofijom „Bruto nacionalne sreće“ (*Gross National Happiness*), gdje su očuvanje prirodnog i kulturnog identiteta razvojni prioriteti. Butan tako predstavlja destinaciju koja je unaprijed

definirala smjer transformacije turizma i dosljedno ga provodi u skladu s održivim razvojem i lokalnim vrijednostima.

4.5. Farski otoci – eksperiment s „zatvaranjem“ destinacije

Farski otoci, arhipelag između Islanda i Norveške, nedavno su pokrenuli inovativnu kampanju „Zatvoreno za održavanje, otvoreno za volontere“ kojom se destinacija svake godine privremeno zatvara za masovne turističke posjete. Namjera je dolazak omogućiti volonterima koji pomažu u održavanju staza, prirodnih lokaliteta i infrastrukture. Time se smanjuje pritisak na okoliš, a istovremeno potiče svijest o odgovornom turizmu. Kampanja je naišla na globalnu medijsku pažnju i predstavlja pionirski pristup u implementaciji održivosti. Prema izvješću *Visit Faroe Islands* (2021), ovaj model rezultirao je poboljšanjem ekološke infrastrukture, većom uključenosti lokalnih zajednica i stvaranjem pozitivnog imidža otoka kao odgovorne destinacije. Također, taj model ukazuje na moguću budućnost turizma u osjetljivim regijama gdje je kapacitet okoliša ograničen, ali gdje postoji snažna volja za njegovim očuvanjem.

4.6. Regenerativni turizam Indonezije

Regenerativni turizam *Indonezije* tumači se dionicima kao nastavak održivog turizma gdje koncepti imaju različite ciljeve. Razvoj regenerativnog turizma u Indoneziji provodi se kroz: a) planiranje budućih akcija regeneracija, b) analizu razvojne prilagodbe turističke destinacije, c) definiranje vrste destinacija, d) elaboriranje i analizu primarnih podataka. U zemlji se na taj način promiče koncept regenerativnog turizma na način da se osvijesti stanovnike ili lokalne zajednice. Ujedno se turistima ukazuje na osjetljivost resursa u destinaciji i uz ekspertize tumače turističke aktivnosti temeljene na regenerativnom razvoju (Radyahadi i Nurfar, 2024). Time se postižu UNWTO (2025) transformativni ciljevi; osnažiti radnu snagu i poticati održivost i promjene u industriji. Boravak međunarodnih grupa putem paket aranžmana u toj je zemlji rezultirao promjenama životne filozofije i većim osjećajem samostalnosti. Slično tome, iskustva sportskih i pustolovnih aktivnosti potiču osobnu obnovu i osjećaj povezanosti s prirodom i zajednicom. Transformacija klijenta se pritom najčešće manifestira tek nakon povratka kući, u fazi refleksije.

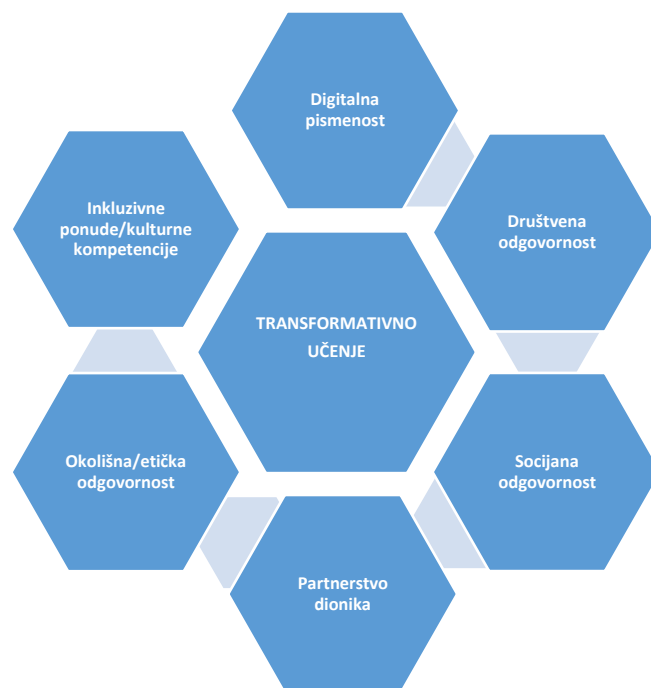
5. Diskusija

Turističke prakse analizirane kroz rad potvrdile su reakciju destinacija (regeneracije) prilikom uočenog pada konkurentnosti ili propadanja. Regeneracija je djelovala u okviru postojećeg sustava i bila reaktivna. Obnova se najviše odnosila na projekte urbanog, kulturnog, infrastrukturnog. Proveden je proces revitalizacije s ciljem zadržavanja identiteta i autentičnosti. Odabrane destinacije nisu samo obnovile postojeće resurse već ih unaprijedile te zadržavanjem vrijednosti destinacije akcijama dionike iste osposobile za daljnje uspješno funkcioniranje.

Transformacije su se dogodile na više razina; od individualnih promjena u ponašanju i vrijednostima turista, do strukturnih promjena u načinu upravljanja i funkcioniranja turističkih destinacija. Kroz primjere Islanda, Dubrovnika i Kostarike uočava se koliko pravilno ili pogrešno upravljanje može odrediti smjer transformacije, prema promjeni strukture na bolje ili degradaciji. U tom smislu, globalizacija, edukacija, uključivanje zajednica i promišljeno planiranje nisu samo bili poželjni, već nužni elementi turizma. S obzirom na rastuće izazove globalnog turizma od klimatskih promjena do društvene polarizacije transformativni turizam postao je i zadržao se kao važan alat u kreiranju održivijeg i pravednijeg stanja u turizmu.

Kvalitetna edukacija i interpretacija ključni su alati za formiranje transformativnih proizvoda i zadržavanje postignutog stanja. Isto je moguće postići modelom učenja zasnovanog na ishodima transformativnog učenja. Cilj je savjetovanje dionika oko refleksije „SEE“ utjecaja turizma u destinaciji. Rezultat takvih partnerstava dionika destinacijskog menadžmenta je balansirani odnos socio-kulturnih, ekoloških i ekonomskih utjecaja u turizmu. Postupci standardizacije i certifikacije rezultirat će unaprijeđenju poslovnih procesa. Transformativno učenje podrazumijeva primjenu SLM-a (*Sustainable learning method*, Yildirim, Aytan, 2025) sa ciljem prilagodbe pedagoških kompetencija očekivanim vještinama na tržištu (shema 1.).

HEMA 1. ISHODI TRANSFORMATIVNOG UČENJA



Izvor: Autori

Putnici koji sudjeluju u destinacijskim aktivnostima imaju šire mogućnosti razumjeti lokalne običaje, povijest i svakodnevicu, što može rezultirati povećanim poštovanjem i promjenom ponašanja. Turistički vodiči koji u interpretaciji koriste naraciju i interaktivni pristup pomažu posjetiteljima da bolje razumiju značenje predstavljenog, što vodi ka dubljoj osobnoj refleksiji i inkluziji.

Ulogu sveučilišnih i stručnih programa u oblikovanju o transformacijama turizma treba sagledati kroz:

- module o upravljanim, odgovornim i participativnim razvojnim modelima.
- doprinos razumijevanja kompleksnih izazova i potencijala u međunarodnom turizmu.
- neformalne oblike učenja u lokalnoj zajednici, radionice i interaktivno učenje.
- alternativne razvojne modele u destinacijama radi povećanja otpornosti destinacija i stjecanja znanja o upravljanju krizama.
- razvoj iskustvenog pristupa unutar uslužnog sektora radi primijene politika obrazovanja za održivi razvoj (ESD) do 2030. godine.
- jačanje veza znanosti i upravljanja kroz turizam refleksijama znanja u praksu, u skladu sa UNWTO izvješćem o globalnom održivom razvoju (GSDR, UNWTO, 2023).

- razvoj digitalnih alata kroz prijedoge novih operativnih sustava, povezivanje ekosustava, razvoj hibridne ponude i doprinos razvoju digitalizacije tvrtki.

Identifikacija i sistematizacija znanja za potrebe transformativnog učenja u turizmu može ukloniti ograničeno razumijevanje trendova, potaknuti partnerstva i smanjiti razvojne barijere kod implementacije regeneracija i transformacija za potrebe turizma.

Zaključak

Transformacije u turizmu treba izučavati zbog razvoja otpornosti na krize koje su sve češće u međunarodnom turizmu i na koje se dionici moraju *at hoc* prilagođavati. Kod transformacija, ključno je partnersko upravljanje koje uključuje sve dionike od lokalne zajednice do međunarodnih investitora, inovatora, poduzetnika i znanstvene zajednice. Ovaj pristup omogućuje sukreiranje novih turističkih proizvoda i iskustava, uz veći stupanj fleksibilnosti i inovativnosti.

Regeneracije turizma promiču usklađivanje unutarnjih vrijednosti putnika s vanjskim iskustvima destinacije, čime se omogućuje dublja introspektivna i osobna promjena (holističko putovanje/turizam). Pri tome usklađenost aktivnosti dionika u transformacijama postaje sve važnija.

Doprinos ovog istraživanja je stvaranje okvira za prepoznavanje regeneracija i upravljanje transformacijama u turizmu kako bi se postigli ciljevi održivog razvoja, ukazalo na kulturnu osjetljivost i transformaciju putnika. Moguće ograničenje istraživanja je u nedostatku stavljanja u vezu dostignutog razvoja transformacije ponude sa stavovima dionika destinacija. Stoga bi se buduća istraživanja trebala usredotočiti na nedovoljno istražene utjecaje transformacija, poput etičkih i interdisciplinarnih. Korištenje *bottom-up* pristupa planiranju pokazalo se nedovoljnim, te je kombinacija pristupa zajedno sa top-bottom nužna. Istraživači mogu koristiti ovo istraživanje kao osnovu za praćenje utjecaja na transformacije destinacije kao i prilagodbe putem ishoda transformativnog učenja. Time će unaprijediti mozaik atrakcija destinacije, portfolio održivih proizvoda i razviti otpornost na krize.

Napomena

„Ovo istraživanje financirano je sredstvima Fakulteta ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Sveučilišta

Jurja Dobrile u Puli u okviru projektne linije dodjele financijskih potpora nastavnicima Fakulteta ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, projekt: „Turizam i destinacije – alternativni razvojni modeli.“

Literatura

- [1] Anđelić, N. (2024): *Analiza digitalne transformacije u hrvatskom turizmu*, diplomski rad, Sveučilište u Rijeci.
- [2] Ay, I., Bekler, S., Bekler, B., Dal, M. (2025): Sustainability and ecology focused tourism research: A bibliometric evaluation with VOSviewer. *Journal of Near architecture*, DOI: 10.32955/neujna202591909
- [3] Balsas, C.J.L. (2024): Coastal Waterfront Transformations, Fishing Structures, and Sustainable Tourism. *Sustainability*, 16(15). DOI: 10.3390/su16156313
- [4] Bellato L., Nygaard C.A.B., Frantzeskaki N., (2022): Regenerative tourism: a conceptual framework leveraging theory and practice, *Tourism Geographies*, 25(1): 1-21. DOI: 10.1080/14616688.2022.2044376
- [5] Bratić, M., Marić Stanković, A., Pavlović, D., Pivac, T., Kovačić, S., Surla, T., Čerović, S., Zlatanov, S. (2025): New Era of Tourism: Innovative Transformations Through Industry 4.0 and Sustainability. *Sustainability*, 17(9). DOI: 10.3390/su17093841
- [6] Butler, R. W. (ed.) (2006): *The Tourism Area Life Cycle: Applications and Modifications*. Channel View Publications.
- [7] Cabrera, D., Cabrera, L. (2019): What Is Systems Thinking?. In: Spector, M., Lockee, B., Childress, M. (eds) *Learning, Design, and Technology*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-17727-4_100-1
- [8] Dredge, D. (2022): Regenerative tourism: transforming mindsets, systems and practices, *Journal of Tourism Futures*, 8(3): 269-281, DOI: 10.1108/JTF-01-2022-0015.
- [9] Duxbury, N., Bakas, F.E., Vinagre de Castro, T., Silva, S. (2021): Creative Tourism Development Models towards Sustainable and Regenerative Tourism, *Sustainability*, 13(1), 2-17. DOI: 10.3390/su13010002
- [10] EU, Dubrovnik - 2026 European Green Pioneer of Smart Tourism, (2026), https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/winners-and-finalists/cities-2026/dubrovnik-2026-european-green-pioneer-smart-tourism_en
- [11] Greening The Islands foundation (2025), *Transforming Island Tourism into Sustainable, Resilient, and Inclusive Models*, <https://greeningtheislands.org>
- [12] Hall, C. M., Williams, A. M. (2019): *Tourism and innovation*. Routledge. DOI: 10.4324/9781315162836
- [13] Herceg, T. (2022). *Digitalizacija kulturnih sadržaja u funkciji razvoja turizma*. Završni rad. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
- [14] Honey, M. (2008): *Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?* Washington, DC: Island Press.
- [15] Kruesi, M.A., Remy, D. (2024): Green is the New Black in the Hotel Industry: Optimizing Revenue Through Promoting Sustainability, *Journal of Hospitality & Tourism Cases: An International Case Journal*, 13(3): 134-141. <https://doi.org/10.1177/21649987241270463>
- [16] Lean, G.L. (2012): Transformative travel: A mobilities perspective, *Tourist Studies*, 12(2), 151-172. DOI: 10.1177/1468797612454624
- [17] Lo, W-S. (2022): Photographic Evidence from Psychology for Responsible Behaviour for Societal Transformation during the COVID-19 Pandemic: Experiential Learning Applied to the Tourism and Hospitality Industry for Education for Sustainable

- Development (ESD) for 2030, *Behavioural Sciences*, 12(9), 307; DOI: 10.3390/bs12090307
- [18] Kovačić, N., Barkidžija Sotošek, M. (2025): Local residents' attitudes and perceptions of the impacts of tourism, *Zbornik veleučilišta u Rijeci*, 13(1): 19-37, DOI: 10.31784/zvr.13.1.9
- [19] Kushwaha, B.P. (2020): Personalised Digital Marketing Perspectives and Practices in Tourism Industry, *PalArch Journal of Archaeology of Egypt*, 17(6):2029-2041.
- [20] Mezirow, J. (2000): Learning to think like an adult. Core concepts of transformation theory. In J. Mezirow and Associates (Eds.), *Learning as transformation. Critical perspectives on a theory in progress* (pp. 3–33). San Francisco
- [21] More, E., Probert, D. Phall, R. (2015): Improving long-term strategic planning: An analysis of STEEPLE factors identified in environmental scanning brainstorm, in 2015 *Portland International Conference on Management of Engineering and Technology (PICMET)* pp. 381-394. DOI: 10.1109/PICMET.2015.7273126
- [22] Paddison, B., Hall, J. (2024): Regenerative tourism development as a response to crisis: harnessing practise-led approaches, *Tourism geographies*, DOI: 10.1080/14616688.2024.2381071
- [23] Pritchard, A., Morgan, N.J., Ateljjevic, I. (2011): *Tourism and the Power of Otherness: Seductions of Difference*. Bristol: Channel View Publications.
- [24] Pung, J. M., Gnoth, J., Del Chiappa, G. (2020): Tourist transformation: Towards a conceptual model. *Annals of Tourism Research*, 81, 102885. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102885>
- [25] Radyahadi, F., Nurfara, N.A. (2024): Implementation of Regenerative Tourism in the Development of Tourism Destinations in Indonesia, *International Journal of Sustainable Competitiveness on Tourism*, 3(01):1-10, DOI: 10.34013/ijscot.v3i01.1413
- [26] Ridanpää, R. (2025): Framework for regenerative entrepreneurship in tourism: fostering reciprocal relationships within place, *Tourism geographies*, DOI: 10.1080/14616688.2025.2535690
- [27] Roberts, L., Hall, D. (2001): *Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice*. CABI Publishing.
- [28] Ross, S.L. (2010): Transformative travel: An enjoyable way to foster radical change, *ReVision, A Journal of Consciousness and Transformation*, 32 (1), 54-61. DOI: 10.4298/REVN.32.1.54-62
- [29] Smith, M.K. (2016): *Issues in Cultural Tourism Studies*. London: Routledge.
- [30] Saarinen, J. (2013): "Nordic Tourism Geographies". In Wilson, J and Anton, S (editors), *Geographies of tourism: European Research Perspectives*, (pp.35-53). Tourism Social Science Series, 19. DOI: 10.1108/S1571-5043(2013)0000019003
- [31] Tomej, K., Bilynets, I. (2024): Large-scale tourism transformations through regeneration: A living systems perspective on tourism developments in Ukraine during the war, *Annals of Tourism Research* 109(3):103856, DOI: 10.1016/j.annals.2024.103856
- [32] Vlahović, D. (2015): *Hrvatska strana Jadrana: turizam i transformacije*. Zagreb: Netgen d.o.o.
- [33] Wang, S., Kirillova, K., Lehto, X.(2024): Aesthetic and Restorative Qualities of Vacation Destinations: How are They Related? *Tourism Analysis*, 21(5):513-528 DOI: 10.3727/108354216X14653218477651
- [34] Zhou, Y., Huang, X. (2016): "Aspects of lifestyle change in China: Motivations for self-drive travel – A Chinese domesticmarket perspective", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33 (6), DOI: 10.1080/10548408.2015.1075933
- [35] Tourism Council of Bhutan. (2022). Bhutan Tourism Monitor 2020.chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://a.storybl.com/f/171618/x/a4e0b8abe7/bhutan-tourism-monitor-2020.pdf>
- [36] Turistička zajednica grada Dubrovnika (2026): Dubrovnik - 2026 European Green Pioneer of Smart Tourism, https://tzdubrovnik.hr/get/vijesti/87749/dubrovnik_2026_europe_an_green_pioneer_of_smart_tourism.html
- [37] UNWTO, Global Sustainable Development Report (GSDR), (2023). <https://sdgs.un.org/gedr>
- [38] UNWTO, Leading the Transformation of Tourism, (2025), <https://www.untourism.int/un-tourism-news-tourism-leaders-accelerate-the-sector-s-growth-united>
- [39] Scottish Natural Heritage (2025): Nature.scot
- [40] Visit Faroe Islands (2021): <https://seatravel.fo/tours>
- [41] Visit Creston Valley, British Columbia, <https://www.explorecrestonvalley.com>
- [42] Vivek, M., Nabil, K. (2024): *Capitalizing on the AI revolution in tourism, Strategy*, <https://www.strategyand.pwc.com/m1/en/industries/travel-and-tourism/ai-revolution-in-tourism.html>
- [43] Xholo, N. et. al. (2025): „Promoting economic Development Through Digitalisation: Impacts on Human Development, Economic Complexity, and Gross National Income“, *Administrative Sciences*, 15(2); 50. DOI: 10.3390/admsci15020050
- [44] Yildirim, M., Aytan, T. (2025), Greening Language Learning Pathways: Three Sustainable Practices Using the STAR Framework, *Sustainability*, 17(5), 2046. DOI: 10.3390/su17052046.