Inovacije i održivost u urbanom turizmu: analiza dvostruke uloge inovacija kroz koncept Trostrukog dna

Dorian Fildor
Ekonomski institut Zagreb, Hrvatska

Sažetak

Inovacije s jedne strane omogućavaju ubrzani razvoj turizma, dok s druge strane mogu uzrokovati negativne posljedice u urbanim središtima. Iako se često koriste za poticanje rasta i postizanje željenih standarda održivosti, njihov potencijal za transformaciju sektora nedvojbeno je velik. Regulacija se pritom ističe kao važan instrument oblikovanja inovativnog i održivog okruženja. Kako bi se ostvarili ciljevi u svim trima dimenzijama održivosti, inovacije je nužno usmjeriti tako da istovremeno adresiraju ekonomske, ekološke i društvene učinke. Predstavljanjem primjera primjene inovacija kroz koncept Trostrukog dna, rad istražuje pozitivne i negativne posljedice njihove implementacije. Zaključno, inovacije u urbanom turizmu generiraju dvostruke efekte, pri čemu se negativne posljedice najčešće manifestiraju na okoliš i lokalnu zajednicu.

Ključne riječi: urbani turizam; održivost u turizmu; inovacije u turizmu; dvostruka uloga inovacija u turizmu

Vrsta članka: Znanstveni rad

Primljeno: 21. 9. 2025.
Prihvaćeno: 10. 9. 2026.

DOI: 10.2478/crdj-2026-0012

Uvod

Postoji sve veća potreba za implementacijom održivih praksi u turizmu. Cilj ovog rada je ispitati kako specifični primjeri inovativnih praksi mogu potaknuti održivost i ekonomsku učinkovitost u turizmu. Korištenjem ilustrativnih primjera, analizirat će se različiti aspekti inovacija te inovacijski utjecaji na turizam. Kako bi se obuhvatili svi predznaci utjecaja inovacija u turizmu, odabrani su primjeri s pozitivnim i negativnim posljedicama. Jedan od najvažnijih svjetskih problema je rastući fenomen prekomjernog turizma koji može ozbiljno narušiti standarde održivosti.

Primarno, prekomjerni turizam karakterizira preveliki broj turista u određenim destinacijama koji premašuju dostupne kapacitete, što uzrokuje pritisak na okoliš, infrastrukturu, lokalnu zajednicu i kulturnu baštinu. Posljedice su vidljive u obliku zagađenja, prekomjernog trošenja prirodnih resursa i narušavanja socijalnih normi posebno u pogledu radničkih prava te kvalitete života lokalnih rezidenata, što prijeti dugoročnoj održivosti destinacija. Također, World Tourism Organization (1998) naglašava potrebnost održivosti kako se ne bi kompromitiralo potencijalno ostvarivanje potreba u budućnosti. World Tourism Organization (2013) pak naglašava da je potrebno usuglasiti ciljeve održivosti kako bi se zadržala kompetentnost subjekata na tržištu.

S obzirom na navedene izazove kojima će se više baviti pregled literature, cilj je predstaviti i kritički vrednovati inovativne pristupe u odnosu na dimenzije održivosti. Odabrani primjeri pružaju uvid u razne pristupe upravljanju i balansiranju ekonomskih interesa turizma s potrebama zaštite okoliša i kvalitete života lokalnog stanovništva. Dodatno, istraživanja ukazuju da su potrošači, kada raspolažu relevantnim znanjima i informacijama, spremni platiti više za održivije proizvode i usluge (Ganglmair-Wooliscroft et al., 2025). Konkretno, to upućuje da problem ne proizlazi nužno iz sfere kupovne moći, nego iz sfere ponude odnosno dostupnosti inovativno-održivih proizvoda i usluga.

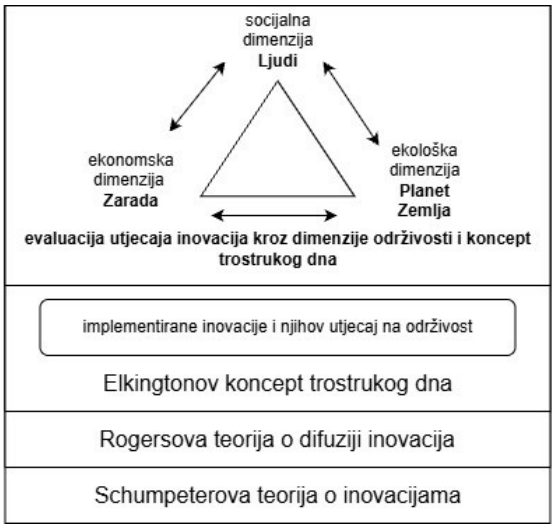
Rad započinje uvodnim poglavljem, te nastavlja s poglavljem o korištenim teorijama koje uključuju Schumpeterovu teoriju kreativne destrukcije i Rogersovu teoriju o difuziji inovacija. Zatim slijedi Elkingtonov koncept Trostrukog dna, koji je korišten za analizu pojedinačnih primjera, odnosno za uvid posljedica inovacija s obzirom na dimenzije održivosti. Slijedi pregled literature, a zatim poglavlje koje objašnjava odabranu metodologiju. Rezultati studije su sistematizirani u tekstualne odlomke, tablicu i grafički prikaz koji objašnjava utjecaje na dimenzije Trostrukog dna. Rad završava raspravom, ograničenjima studije te zaključkom.

Pregled korištenih teorija

Ovaj se rad temelji na tri ključna teorijska okvira koji pomažu u analizi odnosa između inovacija i održivosti u turizmu. Koristi se Schumpeterova teorija kreativne destrukcije za razumijevanje zašto je taj proces nužan u kontekstu postizanja održivosti. Rogersova teorija o difuziji inovacija pruža uvid u proces usvajanja novih praksi. Konačno, Elkingtonov koncept Trostrukog dna (*engl. Triple Bottom Line - TBL*) služi kao analitički alat za procjenu utjecaja inovativnih praksi na sve tri dimenzije održivosti: ekonomsku, društvenu i okolišnu odnosno u kontekstu Trostrukog dna: ljudi, zarada i planet Zemlja. Slika 1 grafički prikazuje ove teorijske koncepte.

Slika 1

Teorijski okvir za analizu utjecaja inovacija



Izvor: Izradio autor, 2025.

Smatrajući inovacije ključnim pokretačem promjena u turizmu, polazi se od Schumpeterove teorije kreativne destrukcije (Schumpeter, 1934). Schumpeterova teorija sugerira da se neefikasni procesi, usluge i proizvodi transformiraju u efikasne uz pomoć *kreativne destrukcije*. Ova teorija služi kao polazišna točka za razumijevanje načina na koji inovacije kreativno mijenjaju postojeće turističke modele, stvarajući nove vrijednosti i potičući transformaciju neefikasnih procesa (Hajar et al., 2023). Upravo transformativna snaga inovacija ih čini idealnim subjektom promatranja u urbanom turizmu, a posebno u kontekstu održivosti. Sukladno tome, Barbier (1987) naglašava da su za transformaciju prema održivosti prije svega potrebni politička volja, te financijski i tehnički resursi.

Utterback (1974) ističe da inovacije prolaze kroz nekoliko ključnih koraka. Prvi korak uključuje generiranje ideje, koja se zatim upotrebljava kako bi se riješio određeni

problem (*engl. problem-solving*). Kao posljednji korak navodi se faza implementacije i difuzije tehnologije. No, brzina širenja inovacija može varirati ovisno o različitim socioekonomskim uvjetima. Rogersova teorija difuzije inovacija (Rogers, 2003) objašnjava brzinu širenja i implementacije inovacija unutar zajednica. U tom kontekstu uloga ranih korisnika postaje ključna jer njihovo brzo i uspješno usvajanje inovativnih pristupa predstavlja primjer drugim subjektima u turističkom sektoru, čime se ubrzava cjelokupni proces širenja i implementacije. Međutim, Dibra (2015) naglašava da svi subjekti trebaju poduzimati korake prema postizanju viših razina održivosti, odnosno da se inovacije koje su u procesu difuzije trebaju prilagoditi kako bi adekvatno riješile relevantne izazove i probleme vezane uz razvoj održivosti u turizmu. Otežavajuća je okolnost što turisti mijenjaju potrošačke navike te etičko ponašanje za vrijeme odmora i praznika, što dodatno otežava postizanje održivijeg sektora turizma (Ganglmair-Wooliscroft & Wooliscroft, 2016).

U ovom radu razmatraju se tri ključne dimenzije održivosti: ekonomska dimenzija, koja se usredotočuje na financijsku održivost i ekonomski prosperitet; socijalna dimenzija, rješavanje učinaka na dobrobit i pravednost ljudi te okolišna dimenzija, koja se odnosi na ekološki integritet i očuvanje resursa (Strezov et al., 2017). S obzirom na predstavljene primjere u ovom radu, može se primijeniti Elkingtonov koncept Trostrukog dna (*engl. Triple Bottom Line*), koji je poznat pod kraticom TBL (Elkington, 1997). Ova teorija omogućuje procjenu inovacija kroz tri odgovarajuće dimenzije (Nogueira et al., 2025): ekonomsku (zarada), društvenu (ljudi) i okolišnu (planet Zemlja). Nadalje, Elkingtonova TBL teorija pruža koristan okvir za komparativnu analizu implementiranih inovacija u kontekstu održivosti.

Teorijski okvir za ovu studiju izgrađen je na razumijevanju da inovacije mogu služiti višestrukim ciljevima čije se posljedice protežu izvan puke ekonomske učinkovitosti te obuhvaćaju značajne ekološke i društvene aspekte.

Pregled literature

Globalni izazovi s kojima se suočavaju zajednice u turističkim destinacijama, poput prekomjernog broja turista, opterećenja infrastrukture ili raseljavanja stanovništva, složeni su i međusobno povezani. Iako se ti problemi manifestiraju na lokalnoj razini, inovacije u turizmu, poput digitalnog marketinga i platformi za kratkoročni najam, često nesvjesno doprinose njihovom nastanku. Zato je ključno istražiti kako inovacije, koje se često smatraju rješenjem, mogu istovremeno biti i dio problema, stvarajući začarani krug negativnih posljedica za lokalno stanovništvo i ekosustave.

Turizam se sastoji od mnogih heterogenih djelatnosti (Aldebert et al., 2011). Turizam raste iako je taj rast istovremeno u suprotnosti s ciljevima održivosti i ekološki prihvatljivog poslovanja (Campos et al., 2022; Higgins-Desbiolles, 2018). Zahvaljujući implementiranim tehnologijama (Stryzhak, 2022) i dostupnosti turizma široj javnosti zbog nižih cijena zračnog prijevoza (Papatheodorou, 2021), turizam je postao vrlo prisutan u urbanim središtima gdje uzrokuje vrlo zahtjevne izazove koje je ponekad

teško riješiti. Lokalne zajednice trpe značajne posljedice, uključujući opterećenje infrastrukture i gradskih usluga te zagušenja, što značajno povećava cijene nekretnina i čini ih nedostupnima lokalnom stanovništvu, što u konačnici rezultira iseljavanjem stanovnika (Hristov et al., 2021). Problem nedostupnosti nekretnina započinje prekomjernim korištenjem nekretnina za kratkoročni najam što vodi prema manjku stambenog fonda (Mikulić et al., 2024), što se dodatno pojačava prenamjenom nekretnina u turističke objekte za smještaj turista, posebno u turističkim središtima (Khotcharee & Fukushima, 2023). Problem postaje ozbiljniji kada uredno zaposlene osobe, uključujući mlade, ne mogu riješiti stambeno pitanje, što je važno i za proces osnivanja obitelji (Russo & Salerno, 2023), čime se problem proširuje u demografski kontekst. Lokalni stanovnici se onda bore protiv prekomjernog turizma (Milano et al., 2024) jer su i sami svjesni negativnih utjecaja na njihov životni standard.

Globalni izazovi održivosti u turizmu su raznoliki. U Europi se studije fokusiraju na prekomjerni turizam (Valente et al., 2022), narušavanje kvalitete života rezidenata i utjecaj kratkoročnog najma. Posljedice uključuju pritisak na tržište nekretnina i društvene promjene poput gentrifikacije. Slični izazovi prisutni su i u drugim regijama. Azija se bori s problemima održivosti i visokim opterećenjem infrastrukture (Zeng et al., 2021). Sjeverna Amerika bilježi rast kratkoročnog najma, što također uzrokuje gentrifikaciju i raseljavanje lokalnog stanovništva (Kubeš & Kovács, 2025). Ovi problemi, uključujući gentrifikaciju, prisutni su čak i u regionalnim središtima Afrike (Horn & Visser, 2023). U Južnoj Americi se industrija turizma suočava s kritičnim izazovima održivosti povezanim s infrastrukturom. Predviđa se značajno povećanje potrošnje energije i stvaranja otpada ako sektor ostane neodrživ (Pardo Martínez & Cotte Poveda, 2024).

Stoga, zajednički nazivnik je neodrživ rast masovnog turizma. On značajno utječe na urbana središta, istiskuje autohtono stanovništvo i time predstavlja univerzalni globalni izazov. Iako rast turizma donosi koristi gospodarstvu (Pardo Martínez & Cotte Poveda, 2024), njegovi postupni, različiti i sve izraženiji negativni učinci na urbana područja mogu neutralizirati početne ekonomske koristi.

Globalni izazovi manifestiraju se na specifičan način unutar lokalnih zajednica (Rastegar & Ruhanen, 2022) gdje njihovi učinci postaju najvidljiviji i najizravniji. Globalni izazovi uključuju klimatske promjene koje mogu dovesti do uništavanja lokalnih ekosustava o kojima turizam ovisi (Baloch et al., 2023), dok prekomjerni turizam stvara pritisak na lokalno stanovništvo, povećava troškove života, opterećuje pružanje javnih usluga (prvenstveno se odnosi na komunalne usluge na lokalnoj razini) i narušava kvalitetu života (Nopiyani & Wirawan, 2021). Sukobi između lokalnog stanovništva i turista (Zhu et al., 2022) te sezonalnost zapošljavanja (Yabancı, 2023) postaju sve izraženiji socioekonomski problemi, koji dolaze usputno s već poznatim prekomjernim rastom turizma.

Urbana turistička odredišta predstavljaju specifičan kontekst globalnih izazova. Gustoća naseljenosti, složena infrastruktura i visoka koncentracija turističkih aktivnosti čine ih posebno ranjivima (Bui et al., 2021). Prekomjerni turizam u gradovima često dovodi do prometnih gužvi, povećanog onečišćenja, degradacije povijesnih četvrti i već spomenute smanjene dostupnosti nekretnina za život lokalnom stanovništvu (Żemła, 2024). Pitanja gospodarenja otpadom, opskrbe vodom i energijom te očuvanja kulturne baštine postala su kritična. Osim toga, urbani turizam može doprinijeti gentrifikaciji te raseljavanju lokalnih poduzetnika i stanovništva (Horn & Visser, 2023). Stoga se inovativni pristupi mogu nametnuti kao izvrsno rješenje za održivi razvoj urbanog turizma. Postoje snažni argumenti za primjenu inovacija za rješavanje globalnih izazova u turizmu (Jawabreh et al., 2025), posebno ako se ti izazovi tretiraju lokalno (Żemła, 2024). Ključno je da lokalne politike stvore poticajni okvir i potiču provedbu tih inovacija kako bi se ublažili i riješili globalni izazovi na lokalnoj razini.

Suvremeni turizam, posebno u urbanim središtima, suočava se s izazovima prekomjerne mase turista koji uzrokuju infrastrukturno opterećenje i degradaciju okoliša (Mohamed Al Matris, 2023). U tom kontekstu, inovacije se pojavljuju kao ključni pokretač održivog razvoja turizma, nudeći rješenja za decentralizaciju turističkih tokova, optimizaciju resursa i poticanje lokalnog gospodarstva (Štreimikienė et al., 2021).

Jedan od primarnih ciljeva inovacija u održivom turizmu je decentralizacija turističkog prometa (Štreimikienė et al., 2021), čime se smanjuje pritisak na popularne urbane destinacije. To se postiže integriranim pristupom koji uključuje strategije određivanja cijena, poboljšani javni prijevoz i digitalnu promociju (Anthony Jnr, 2025). Na primjer, inovativni modeli naplate i diferencirane cijene najma smještaja izvan središnjih gradskih područja mogu financijski usmjeriti turiste prema manje poznatim, ali jednako atraktivnim odredištima (Andrei et al., 2024). Kako bi se postigao učinkovit sustav, paralelno bi trebalo omogućiti dostupnost i učinkovitost javnog prijevoza kako bi se ruralna područja bolje povezala s urbanim središtima (Ceder, 2021).

Nadalje, digitalne platforme imaju sve važniju ulogu u tom procesu. Razvoj digitalnih platformi za promociju manje poznatih destinacija omogućava učinkovitu prezentaciju autentičnih doživljaja izvan tradicionalnih turističkih žarišta (Tripathi & Wasan, 2021). Platforme koje su često podržane sofisticiranom analizom velikih podataka (*engl. big data analysis*), mogu identificirati niše, prilagoditi ponudu individualnim turističkim interesima i što je najvažnije, usmjeriti turistički promet izvan sezone (Theodorakopoulos et al., 2025). To rezultira boljom raspodjelom turističke aktivnosti tijekom cijele godine i promicanjem cjelogodišnjeg turizma.

Međutim, iako se inovacije često predstavljaju kao rješenje, one mogu imati i negativne učinke, doprinoseći gentrifikaciji i raseljavanju lokalnog stanovništva. Na primjer, aplikacije koje pružaju platforme za rezervaciju kratkoročnog najma, iako pružaju nove mogućnosti vlasnicima nekretnina, pretvaraju stambene zgrade u turistički smještaj,

značajno smanjujući ponudu stanova za lokalno stanovništvo i podižući cijene nekretnina. Ovaj problem osobito pogađa mlade parove i obitelji, kojima je sve teže pronaći priuštiv dom, što dugoročno utječe na demografsku strukturu i društvenu koheziju urbanih središta (Russo & Salerno, 2023). Također, tehnološki napredak i organizacijske inovacije u zračnom prijevozu, poput niskobudžetnih letova, omogućile su masovni turizam čime se povećala dostupnost turističkih destinacija, ali i prekomjerna potražnja za njima (Graham, 2013). Digitalni marketing, iako koristan za promociju, često plasira informacije o manje poznatim lokalnim mjestima, što dovodi do njihovog brzog otkrivanja i prekomjernog turizma, bez da se stvore odgovarajuće mjere za upravljanje turističkim tokovima.

Unatoč sve većem broju lokalnih inicijativa i inovacija usmjerenih na rješavanje globalnih izazova (Smith & Stirling, 2018), važno je naglasiti da ne postoje sveobuhvatne globalne analize primjera, u kojima se sustavno ispituje primjena lokalnih inovacija za rješavanje globalnih izazova u turizmu (Elkhwesky et al., 2024). Iako postoje mnogi primjeri pojedinačnih gradova koji su uspješno implementirali određene inovacije (Galego et al., 2022; Gupta & Vegelin, 2016), nedostaje sustavna komparativna analiza na globalnoj razini. Postojeća literatura uglavnom se usredotočuje na nacionalne ili regionalne primjere, s multinacionalnim i globalnim komparativnim istraživanjima ograničenim na vrlo mali broj studija (Elkhwesky et al., 2024). Međutim, ova studija ima cilj komparirati inovativne prakse te njihov utjecaj na održivost. Dodatno, takva komparacija može pružiti uvid pod kojim uvjetima primjena inovacije doprinosi, a pod kojim potencijalno narušava održivost. Odnosno, može ponuditi razumijevanje važnih karakteristika o inovacijama, a to je da učinak inovacije može ovisiti o svrsi i načinu njezine primjene, a ne o inovaciji samoj po sebi, tj. ako su usmjerene samo na ekonomski aspekt održivosti, potencijalno se zanemaruju okolišni i socijalni aspekti održivosti. To upućuje da potencijal inovacija nusproizvodi izazove i probleme za lokalno stanovništvo, čije negativne posljedice mogu nadmašiti ostvarive koristi.

U suvremenoj ekonomici turizma, inovacije se često promatraju kao pokretači rasta, ali ne kao potencijalni izvori negativnih eksternalija ukoliko te inovacije nisu usmjerene u skladu s održivim ciljevima (Dyck et al., 2023; Escobar & Hall, 2025). Posljedično, dok se profit efikasno internalizira, negativne eksternalije ostaju kao posljedice koje prekomjerno opterećuju lokalnu infrastrukturu te narušavaju dobrobit zajednice i okoliša (Camilleri, 2018). U kontekstu pametnih gradova (*engl. Smart Cities*) ovaj problem postaje još istaknutiji (Escobar & Hall, 2025). Izostanak internalizacije društvenih i ekoloških troškova, u okruženju gdje nekontrolirani razvoj inovacija može optimizirati iskorištavanje resursa, može također ubrzati negativne procese (poput gentrifikacije) gdje su poslovni ciljevi vođeni isključivo profit-centričnom logikom (Dyck et al., 2023). Stoga, holistička analiza turističkih inovacija zahtijeva pomak prema sustavnom razumijevanju održivosti, gdje tehnologija ne služi samo ekonomskoj učinkovitosti, već aktivno adresira ekološke i socijalne izazove te zahtjeve destinacije.

Sveobuhvatna komparativna analiza bila bi ključna za donošenje širih zaključaka, utvrđivanje najboljih praksi i olakšavanje prenosivosti rješenja u različitim sociokulturnim i institucionalnim kontekstima (Galego et al., 2022). Bez toga, znanje o učinkovitosti lokalnih inovacija u rješavanju globalnih izazova ostaje fragmentirano i lokalizirano, što ograničava njihov potencijalno širok utjecaj. Osim toga, turističke platforme imaju pozitivan utjecaj na razvoj turizma, no inovacije bi trebale pokriti sve dimenzije korisničkog iskustva te heterogenost lanca stvaranja vrijednosti u turizmu, što dodatno otežava cjelovito inoviranje u turizmu kao i razmatranje efekata koje inovacije u turizmu proizvode.

Metodologija

Ovaj rad temelji se na analizi sekundarnih izvora, odnosno pregledu postojeće znanstvene i stručne literature te novinskih članaka, koji se deduktivno povezuju s konceptom Trostrukog dna radi ilustracije dvostruke uloge inovacija u urbanom turizmu. Umjesto izolirane analize, uzimajući u obzir različite kontekste razvoja turizma (Lundberg, 2015) koriste se heterogeni primjeri kao primarni metodološki pristup kako bi se detektirali pozitivni i negativni učinci inovacija u turizmu. Također, pristup heterogenih primjera služi kako bi se prikazao kontrastni fenomen utjecaja inovacija, gdje se primjerice inovativna inicijativa Copenpay koristi kako bi usmjerila turiste prema održivim ciljevima, koji su često zanemareni ako nužno ne donose profit (Dyck et al., 2023), dok inovacije u avioindustriji imaju prioritet zbog glavnog fokusa na profit i služe isključivo cilju troškovnog repozicioniranja (Camilleri, 2018), što posljedično čini uslugu zračnog prijevoza cjenovno pristupačnijom široj populaciji.

Dakle, analiza započinje pojedinačnim fenomenološkim uvidima, pri čemu je korišteno svrhovito uzorkovanje (*engl. purposive sampling)* kako bi se kroz pojedinačne primjere otkrio dvostruki utjecaj inovacija u turizmu. Daljnja kritička analiza nastavlja se na postojeće izvještaje, dokumente te znanstvene članke, koji se bave srodnim područjima i pružaju uvid u parcijalni utjecaj inovacija unutar heterogenog lanca vrijednosti u turizmu. Ovakva analiza ima za cilj potkrijepiti fenomenološki uvid fragmentiranim znanjem u literaturi o fenomenu dvostrukog utjecaja inovacija u turizmu kako bi se otklonila pristranost prilikom zaključivanja iz pojedinačnog fenomenološkog uvida. Budući da fenomen dvostruke uloge inovacija u turizmu nije široko sistematski zapažen i dokumentiran, ali pojedinačni uvidi stvaraju sliku o pravom utjecaju inovacija u turizmu koji očito nije jednoličan, vrlo je izazovno provoditi empirijsko istraživanje ili istraživanje s primarnim podacima dok nije posve fenomenološki jasan mehanizam dvostrukog utjecaja inovacija u turizmu (Kovács & Szabó, 2024). Različiti izvori omogućavaju preciznu ilustraciju teorijskih tenzija između tehnološkog napretka i održivosti, odnosno mogu prikazati da se inovacije (Schumpeter, 1934) koriste za narušavanje ravnoteže unutar Elkingtonovog trokuta (Elkington, 1997), kao i za uspostavljanje ravnoteže, no to vjerojatno ovisi o usklađenosti ciljeva s održivošću. Treba istaknuti da primjena inovacija zapravo može ovisiti o ljudskom čimbeniku, odnosno o načinu primjene, motivima te etičnosti ljudskog postupanja. Sukladno tome,

ljudska odluka o primjeni inovacije u različitim kontekstima može (svjesno ili nesvjesno) rezultirati nepoželjnim posljedicama za društvo i okoliš. Stoga, prilikom primjene inovacija, treba imati na umu šire negativne, odnosno pozitivne posljedice inovacije koja je predmet primjene, te evaluirati njezine šire učinke.

Dodatno, rad pokušava obuhvatiti širok raspon pozitivnih i negativnih posljedica inovacija. Korištenjem heterogenih primjera osigurava se vjerodostojnost nalaza jer se pokrivaju različite vrste i razine inovacija, čime se omogućava dublje razumijevanje složenosti i širine fenomena. Takav pristup omogućava istraživanje kako inovacije utječu na održivost i ekonomsku učinkovitost čiji se učinak primarno promatra kroz ekonomsku dimenziju održivosti, odnosno *zaradu* kao komponentu Elkingtonovog koncepta Trostrukog dna.

Iako se u radu koristi heterogeni pristup primjerima, odabir konkretnih primjera temeljen je na svrhovitom uzorkovanju (*engl. purposive sampling*) u skladu s tri ključna metodološka kriterija kako bi se osigurala maksimalna relevantnost i robusnost analize (Campbell et al., 2020). Prvo, primarni ključ odabira bio je osigurati da svaki analizirani primjer posjeduje dovoljno uvida koji autentično ilustrira dvostruku prirodu inovacija u turizmu. Primjeri su nužno trebali omogućiti uvid u to kako inovacija služi kao generator negativnih posljedica, što je analizirano kroz pregled literature te kao alat za postizanje održivosti. Drugi ključni kriterij bio je osigurati potpuno pokrivanje dimenzija koncepta Trostrukog dna. Budući da se rad fokusira na okvir Trostrukog dna, odabrani su primjeri koji mogu ponuditi pozadinu koja obuhvaća sve tri dimenzije utjecaja inovacija, kako bi se izbjegao fokus isključivo na ekonomskom utjecaju inovacija. Konačno, primjeri su odabrani na način da budu geografski i kontekstualno dovoljno disperzirani, obuhvaćajući različite tipove urbanih destinacija s različitim socioekonomskim i regulatornim okruženjima, s ciljem minimiziranja rizika regionalne pristranosti i postizanja veće eksterne valjanosti nalaza.

Analitički okvir istraživanja postavljen je deduktivno. Teorijski koncepti Elkingtona i Schumpetera služe kao primarni konceptualni okvir za interpretaciju prikupljenih uvida iz primjera. Iako bi se prisutnost inovacija isprva mogla protumačiti kao pozitivan utjecaj na ekonomski razvoj, kroz komparativni pristup te Elkingtonov koncept, studija nastoji ponuditi cjelovit uvid u utjecaj inovacija na održivi razvoj turizma ističući kako ekonomski razvoj nije simultano razvijen s okolišnom i socijalnom dimenzijom. Turizam kao složen sustav zahtijeva višedimenzionalnu analizu koja integrira ekonomske, socijalne i okolišne aspekte održivosti. Upravo to pozicionira Elkingtonov koncept koji objedinjuje dimenzije zarade, ljudi i planete Zemlje, omogućujući sveobuhvatan pristup vrednovanju inovacija.

Komparativna analiza heterogenih primjera posebno je prikladna za razumijevanje raznolikosti utjecaja inovacija, koje mogu s jedne strane poticati održivi razvoj i lokalnu ekonomiju, a s druge pridonositi neželjenim posljedicama poput gentrifikacije i raseljavanja lokalnog stanovništva. Ovaj metodološki pristup omogućava identifikaciju i kategorizaciju takvih efekata u različitim socioekonomskim, kulturnim i infrastrukturnim kontekstima. Dodatno, kroz komparativnu analizu moguće je identificirati najbolje prakse koje su prenosive i prilagodljive u različitim turističkim

destinacijama, čime se može povećati iskoristivost potencijala inovacija za održivi razvoj.

Zaključno, uz korištenje uobičajene tablice za sistematizaciju nalaza, studija koristi modificirani pristup evaluacije, inspiriran pristupom za sustavnu analizu (Ellet, 2018, str. 63), kako bi se utjecaji vizualizirali i sustavno prikazali uz pomoć grafičkog prikaza.

Inovativno upravljanje izazovima u turizmu

U nastavku se kroz sedam konkretnih primjera analizira kako se navedeni izazovi u praksi adresiraju putem inovacija, te kakve posljedice takva primjena ostavlja na sve tri dimenzije Trostrukog dna.

Troškovno repozicioniranje u avioindustriji

Troškovno repozicioniranje u avioindustriji predstavlja strategiju usmjerenu na minimiziranje operativnih troškova s ciljem omogućavanja jeftinijeg prijevoza putnika i turista na udaljene destinacije. Inovativni koncept ove strategije oslanja se na optimizaciju procesa ukrcaja i iskrcaja, pri čemu se smanjuje ili u potpunosti izbjegava korištenje tradicionalnih i skupih *izlaza* (*engl. gates*) u zračnim lukama. Umjesto toga, putnici avionu pristupaju putem autobusa ili izravnim pješačkim koridorom, što je znatno isplativije u odnosu na visoke pristojbe i naknade za korištenje *izlaza* s pripadajućom infrastrukturom. Ovakav pristup smanjuje troškove zemaljskih operacija i oslobađa prostor u zračnoj luci, kreirajući dodatni putnički promet za zračnu luku, što je poželjna karakteristika u privlačenju novih avio-prijevoznika (Dobruszkes, 2013; Francis et al., 2006; Graham, 2013). Međutim, zanimljivo je da niskotarifne kompanije, kako bi kompenzirale smanjenu cijenu avionske karte, dodatne prihode ostvaruju kroz intenzivnu prodaju usluga i proizvoda tijekom leta. Ovaj model poslovanja omogućuje pristupačnost avionskog prijevoza široj populaciji, potičući rast turizma i povezivanje udaljenih regija s globalnim tržištem. Troškovno repozicioniranje tako postaje ekonomična i pristupačna alternativa tradicionalnom modelu zračnog prijevoza (Francis et al., 2006).

Ipak, ova strategija nosi značajne društvene i ekološke izazove. Radnici su često pod pritiskom da maksimiziraju prodaju dodatnih usluga tijekom leta, što vodi u stres, nezadovoljstvo i loše radne uvjete (Graham, 2013; Warhurst **&** Nickson, 2007). Gledajući s ekološke perspektive, zračni prijevoz je jedan od najvećih izvora emisija stakleničkih plinova u turističkoj industriji, pa iako model smanjuje troškove, doprinosi klimatskim promjenama (Schäfer et al., 2019). Osim socijalnih i ekoloških implikacija, snižavanje cijena zračnog prijevoza potiče rast broja putnika prema popularnim destinacijama, čime ova organizacijska inovacija postaje jedan od pokretača prekomjernog turizma opisanog u prethodnim poglavljima, s posljedičnim pritiskom na lokalnu infrastrukturu, okoliš i zajednicu (Koens et al., 2018).

Dakle iako profitno vrlo kvalitetno razrađen, ovaj poslovni model otvara pitanja radničkih prava, negativnih utjecaja na okoliš i izaziva povećanje turističkog prometa što može dovesti do prekomjernog turizma.

Digitalni marketing u funkciji privlačenja turista

Digitalni marketing predstavlja jedan od najvažnijih alata suvremenog turizma za privlačenje i angažman turista. Korištenjem širokog spektra digitalnih kanala poput društvenih mreža, pretraživača, aplikacija i web stranica, turističke destinacije i agencije ciljanim kampanjama mogu značajno povećati vidljivost svojih ponuda i direktno doprijeti do potencijalnih posjetitelja (Mallick, 2023). Dodatno, ovakav način oglašavanja i dosezanja globalnih kupaca ima koristi za lokalni razvoj (Bonina et al., 2021). Prednost digitalnog marketinga je što omogućava precizno praćenje ponašanja korisnika i analiziranje njihovih interesa, što rezultira višom efikasnošću kampanja i personaliziranim komunikacijskim pristupima (Dhankhar et al., 2023).

Kao što je istaknuto u pregledu literature, digitalni marketing može poticati masovni turizam, no postoje i primjeri njegove upotrebe kao alata za podizanje svijesti i usmjeravanje turista prema održivijim alternativama. Marketinške kampanje mogu edukativnim te vizualnim sadržajima kod turista osvijestiti mogućnost korištenja održivih praksi poput korištenja bicikala za prijevoz u gradu, ili alternativno javni prijevoz ili pak ukazati da je voda iz slavine pitka i da ne moraju kupovati vodu u bocama (Kamel, 2024; Ranatunga et al., 2023). Na taj način digitalni marketing postaje sredstvo za promicanje odgovornog turizma i smanjenje negativnih utjecaja na okoliš (Ganglmair-Wooliscroft et al., 2025).

Ukratko, digitalni marketing u turizmu omogućava učinkovitiju promociju destinacija i proizvoda, ali njegov puni potencijal vjerojatno leži u usmjeravanju prema održivijem ponašanju te smanjivanju negativnih ekoloških i društvenih posljedica masovnog turizma. Stoga, pozitivni utjecaji mogu biti značajno prošireni, a upravo način na koji digitalni marketing može biti kvalitetno iskorišten je predstavljen u sljedećem primjeru.

Copenpay – transformacija turizma u teren za promjene prema održivosti

Copenpay je inovativna inicijativa turističke organizacije Wonderful Copenhagen, pokrenuta kao pilot-projekt 2024. godine, koja ima za cilj poticanje održivog ponašanja turista kroz sustav nagrađivanja. U novinskom članku naziva „Copenhagen, Normandy, Exmoor: European destinations where tourists are rewarded for good behaviour“[1] (Hughes & Lahiri, 2025) objašnjava se koncept koji koristi inovativne metode kako bi potaknuo turiste na održivo ponašanje u europskim turističkim destinacijama.

Koncept se temelji na ideji da turisti, umjesto tradicionalnog plaćanja samo novcem, „plaćaju“ svojim održivim (u)djelima poput korištenja javnog prijevoza, najma bicikala, odabira ekološki prihvatljivijih alternativa te sudjelovanja u lokalnim akcijama poput

[1] Pristupljeno: 19. kolovoza 2026.; Web članak ažuriran: 7. kolovoza 2026.

čišćenja. Za takve akcije, turisti dobivaju bodove s kojima mogu besplatno koristiti kulturne i rekreativne atrakcije u turističkoj destinaciji, poput posjeta muzejima ili wellness sadržaja. Kako navode na novinskom portalu Drivingeco (Noriega, 2024), istraživanja provedena u Kopenhagenu pokazuju da većina turista ima želju djelovati održivo, ali im često nedostaje motivacija ili konkretni alati za to. Copenpay je inovativni koncept koji upravo povezuje tu želju i motivaciju turista s održivim ponašanjem. Primjerice, program uključuje nagrađivanje ekološki prihvatljivog dolaska u grad koji uključuje vlakove, električne automobile i upotrebu održivog avionskog goriva (SAF).

Međutim, iako Copenpay predstavlja izvanredan primjer povezivanja digitalne i organizacijske inovacije koja redefinira turističko iskustvo i čini ga održivijim, ostaje za razmotriti na koji način takvo ponašanje utječe na sektor turizma u cjelini. Iako inicijativa pruža pozitivan pomak u ponašanju, neće svi turisti pristupiti ovom programu, stoga kod tog dijela turista, ostaje permanentno neodrživo ponašanje. Stoga Copenpay nudi izvrstan alat kako se ponašanje ipak može usmjeriti prema održivosti, međutim ostaje izazov kako sve turiste, odnosno apsolutno cijeli sektor prestrojiti na kolosijek održivog turističkog ponašanja odnosno poslovanja, balansirajući ekonomske, okolišne i sociološke pogodnosti.

Rezervacijske aplikacije

Rezervacijske aplikacije i digitalne platforme poput Airbnb-a i Booking.com dodatno ilustriraju dinamiku opisanu u pregledu literature: povećanje kratkoročnog najma smanjuje dostupnost stambenog prostora za lokalno stanovništvo, pospješujući iseljavanje (*engl. displacement*) iz urbanih središta, posebno u popularnim destinacijama gdje prekomjerni turizam pojačava pritisak na infrastrukturu (Butler & Dodds, 2022; Capocchi et al., 2019; Garay-Tamajón et al., 2022).

Iako platforme imaju pozitivan učinak na lokalni razvoj (Bonina et al., 2021) te cijenom mogu poticati prostornu i vremensku distribuciju turističkih tokova izvan sezonalnih pritisaka (Bumbak, 2024; Li et al., 2020), očite negativne posljedice u sociološkoj i okolišnoj dimenziji, nastale zbog potencijalnog izostanka održivih praksi, zazivaju potrebnu regulaciju koja bi zaštitila kvalitetu života lokalnih stanovnika u takvim urbanim turističkim središtima.

Stanovništvo je itekako svjesno problema, što dodatno naglašava potrebu za rješavanjem izazova, a prisutni antagonizam lokalnog stanovništva, posebice prema masovnom turizmu, može se vidjeti u obliku socijalnih napetosti i pokreta protiv prekomjernog turizma (Çiçekdağı, 2025; Milano et al., 2024).

Košnice i proizvodnja meda na hotelu u Pragu

U Pragu je hotel na svojim krovovima implementirao inovativnu urbanu inicijativu za pčelarstvo. Ova praksa uključuje održavanje pčelinjih zajednica s ciljem proizvodnje lokalnog meda koji se nudi gostima hotela za doručak. Ova aktivnost izravno doprinosi održivosti okoliša podupiranjem urbane biološke raznolikosti i oprašivanja unutar

urbanih područja, što je u potpunosti usklađeno s održivim okolišnim ciljevima (Patel et al., 2021). S ekonomske strane, ova inovacija nudi potencijalne prednosti kroz proizvodnju jedinstvenog lokalnog proizvoda, čime se poboljšava iskustvo gostiju i potencijalno smanjuju troškovi nabave meda (Zhang, 2025).

Pčelarstvo na krovovima hotela u Pragu višestruko je korisna inicijativa koja donosi značajne okolišne, društvene i ekonomske koristi. Ova praksa podržava urbani ekosustav i biološku raznolikost oprašivanjem biljaka u gradskim vrtovima i parkovima, čime se održava zdrava flora i fauna (Patel et al., 2021). Nadalje, doprinosi održivosti okoliša smanjenjem ugljičnog otiska, jer proizvodnja lokalnog meda smanjuje potrebu za prijevozom (Prodanović et al., 2024), a pčele služe kao prirodni pokazatelj zdravlja okoliša. Inicijativa ima i edukativnu dimenziju, povezuje goste s prirodom i podiže svijest o važnosti pčelarstva i održivih praksi. Sa socioekonomske strane, hotelska ponuda vlastitog meda stvara dodanu vrijednost, diferencirajući uslugu i jačajući imidž hotela kao inovativnog i održivog entiteta.

Iako postoje izazovi kao što su izloženost pesticidima i ograničen prostor, oni se mogu ublažiti sadnjom pčelinjih biljaka. U konačnici, urbano pčelarstvo na krovovima hotela u Pragu održiva je praksa koja obogaćuje urbani život i pruža konkretne koristi na više razina.

Uzgoj hrane na vrhu hotela u Bangkoku

U Bangkoku je inovativna inicijativa usmjerena na gradsku poljoprivredu na krovovima i kružno gospodarstvo, s ciljem rješavanja izazova održivosti kroz lokalnu proizvodnju hrane i recikliranje biootpada. Ova inicijativa predstavlja složen i višedimenzionalan pristup održivosti koji se bavi smanjenjem utjecaja na okoliš, te ekonomskim i društvenim aspektima (Manríquez-Altamirano et al., 2020). Što se tiče utjecaja na okoliš, lokalnim uzgojem hrane i recikliranjem otpada od hrane kao resursa značajno se smanjuju „kilometri hrane“ (Gardner, 2016), čime se smanjuju emisije stakleničkih plinova povezane s prijevozom i doprinosi učinkovitijem korištenju otpada u urbanom okruženju (Appolloni et al., 2021). Ovaj pristup također pomaže u ublažavanju problema *urbanog toplinskog otoka*, jer biljke i zelene površine na krovovima smanjuju temperaturu okoline, povećavajući mikroklimatsku udobnost i otpornost grada na klimatske promjene odnosno na toplinske valove (Dong et al., 2025; Han et al., 2024).

S ekonomske strane, praksa lokalne proizvodnje hrane na krovovima donosi značajne uštede u nabavi hrane, prijevozu naručene hrane, smanjuje troškove zbrinjavanja otpada i može poboljšati financijske rezultate hotela. Ovaj model također stvara diferenciranu i atraktivnu ponudu za goste, vizualizirajući predanost održivosti na inovativan način.

Društveno, takve prakse potiču svijest o kružnoj ekonomiji i održivim praksama među lokalnim stanovnicima i posjetiteljima, služeći kao edukativni alat i inspiracija drugim urbanim središtima suočenim s problemima otpada i ograničenih resursa. Ovaj primjer u Bangkoku jasno pokazuje kako integracija kružnog gospodarstva i urbane poljoprivrede može djelovati kao katalizator održivog urbanog razvoja, pružajući višestruke koristi i potencijal za skaliranje ovog modela na druge gradove koji se suočavaju sa sve većim ekološkim i socioekonomskim izazovima.

Automatizirani check-in sustav u hotelu u Antwerpenu

U Antwerpenu je hotel implementirao naprednu automatiziranu prijavu s biometrijskim skeniranjem osobnih dokumenata kako bi poboljšao operativnu učinkovitost i iskustvo gostiju. To utjelovljuje višestruku tehnološku inovaciju s naglaskom na održivost, posebno s aspektom na ekonomsku dimenziju održivosti. Ekonomski, automatizacija pojednostavljuje i automatizira poslovanje smanjenjem troškova rada i administrativnih uskih grla, povećavajući učinkovitost hotela i konkurentno pozicioniranje. U zdravstvenom odnosno socijalnom smislu, minimiziranjem fizičkog kontakta tijekom prijave, ova inovacija poboljšava standarde zdravstvene sigurnosti kritične u kontekstu pandemije i potencijalno smanjuje potrebu za fizičkom infrastrukturom i tiskanim materijalima, čime se blago smanjuje potrošnja resursa. Društveno, iako gostima nudi veću fleksibilnost jer postoji mogućnost prijave u bilo kojem trenutku, ovaj sustav podržava urbanu otpornost omogućavanjem lakšeg protoka posjetitelja i može utjecati na obrasce urbane mobilnosti, jer „fleksibilna prijava“ omogućuje turistima korištenje javnog prijevoza koji potiče putovanja izvan špica i smanjuje gužve, što je u skladu s održivim ciljevima unutar Antwerpena.

Međutim, socijalna dimenzija također predstavlja izazove, uključujući pitanja digitalne dostupnosti i jednakosti. Ovisnost o dostupnosti biometrijskih osobnih dokumenata te različiti biometrijski standardi (Amini & Javidnejad, 2024) i razine digitalne pismenosti može isključiti određene skupine korisnika kao što su stariji posjetitelji ili oni kojima nedostaje tehnološko znanje, što potencijalno smanjuje inkluzivnost i utječe na cjelokupno iskustvo gostiju (Vieira et al., 2022). Kao što je navedeno, smanjenje fizičkog kontakta iz zdravstvene perspektive predstavljalo je pozitivan aspekt osobito u kontekstu razdoblja pandemije (npr. COVID-19), kada je ograničavanje fizičkog kontakta bio prioritet javnog zdravlja. Međutim, s obzirom na to da je turizam uslužna djelatnost koja u redovnim okolnostima počiva na interakciji, smanjenje ljudskog kontakta nije nužno pozitivan iskorak, što otvara pitanje kakve implikacije snižavanje razine ljudskog kontakta ima na ljude odnosno na socijalnu dimenziju održivosti, te kako to potencijalno utječe na konkurentnost i lojalnost između hotela i gosta. To otvara važna pitanja o tome kako lokalne politike i propisi o digitalnoj infrastrukturi mogu ublažiti razlike promicanjem pristupačnosti, privatnosti i sigurnosnih standarda. Nadalje, integracija takvih tehnoloških inovacija sa strategijama urbanog turizma zahtijeva koordinirano upravljanje kako bi se osigurala usklađenost sa širim ciljevima održivosti i vrijednostima zajednice. Dodatno, eliminiranje potrebe hotelskog osoblja

za obavljanjem operacija prijave zapravo djelomično smanjuje sezonalnost u zapošljavanju (Amirulloh Anwar et al., 2024; Mahalakshmi & Bharath, 2025).

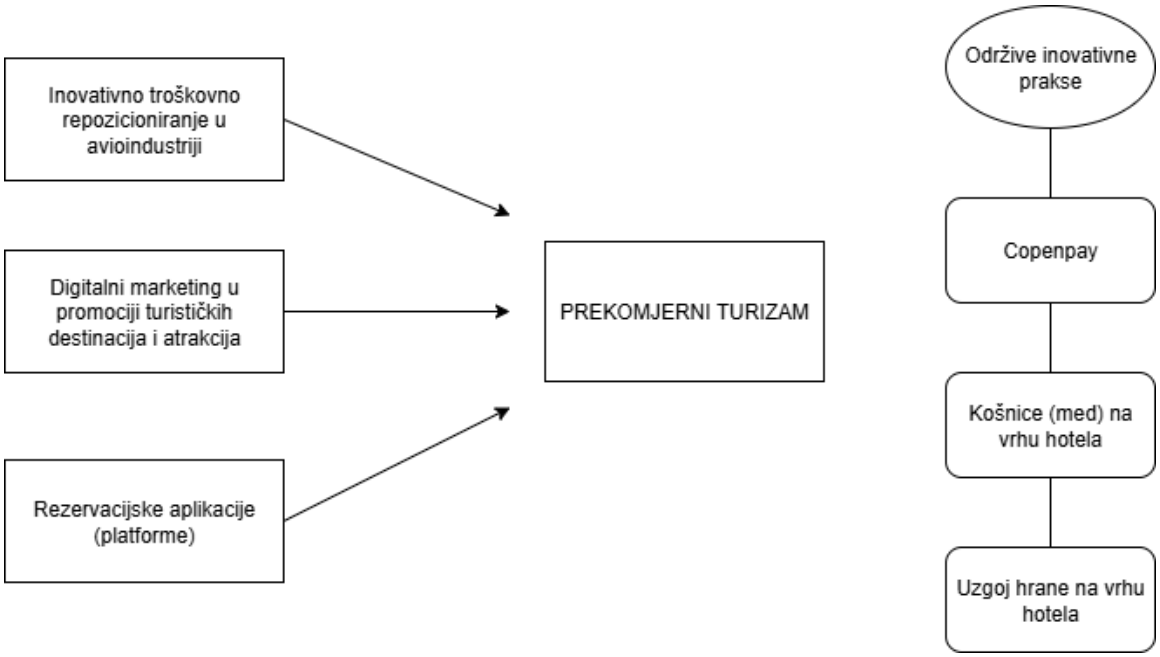
Ukratko, inovacija automatizirane prijave u Antwerpenu primjer je kako tehnološki napredak može potaknuti operativne dobitke i doprinijeti održivom urbanom turizmu poboljšanjem zdravstvene sigurnosti i utjecajem na obrasce mobilnosti. Ipak, njegov uspjeh ovisi o rješavanju digitalne inkluzivnosti i regulatornih okvira, naglašavajući potrebu za politikama koje uravnotežuju učinkovitost, pristupačnost korisnika i društvenu jednakost, čime se osigurava sveobuhvatna održivost u sektoru urbanog ugostiteljstva.

Rezultati analize primjera

Globalni urbani centri sve više usvajaju integrirane strategije za održivi razvoj, kombinirajući tehnološke inovacije s ekološkim praksama. Antwerpen je primjer grada koji strateški potiče inovacije i digitalizaciju kako bi poboljšao održivost, energetsku učinkovitost i zdravlje svojih građana (Manjon et al., 2022). Primjer hotela u Pragu ilustrira kako pojedinačni subjekti mogu doprinijeti širim gradskim naporima za urbani zeleni razvoj, no na temelju jednog hotelskog subjekta ne mogu se donositi generalizirani zaključci o cjelokupnoj praksi grada. Ipak, kontekst za takve pojedinačne inicijative djelomično omogućuje i šira gradska politika. Prag je, kao član Programa Europske unije za otpornost na klimatske promjene, u svoje strateške razvojne planove uključio poticanje zelenih inicijativa, čime se stvara povoljniji okvir za aktivnosti poput lokalne proizvodnje hrane i urbanog pčelarstva (Živělová et al., 2022). Pčele ne samo da imaju svoju funkciju oprašivanja u ekosustavu, već su i pouzdan pokazatelj zdravlja okoliša jer njihova prisutnost i vitalnost odražavaju kvalitetu staništa i razinu onečišćenja (Farias et al., 2023). U Aziji se Bangkok također suočava s izazovima gustoće naseljenosti i urbanog toplinskog otoka, ali podupire inicijative urbane poljoprivrede i kružnog gospodarstva kroz poticajne mjere (Limprapoowiwattana et al., 2026), usmjerene na smanjenje otpada i postizanje lokalne prehrambene samodostatnosti, uz razvoj strategija za ublažavanje negativnih utjecaja kroz zelene koridore i urbanu obnovu. Ove prakse mogu ilustrirati globalni trend prema holističkom pristupu urbanističkom planiranju koji obuhvaća okolišnu, socijalnu i ekonomsku dimenziju održivosti.

Slika 2

Utjecaj inovacija na prekomjerni turizam te koje predstavljaju održive inovativne prakse



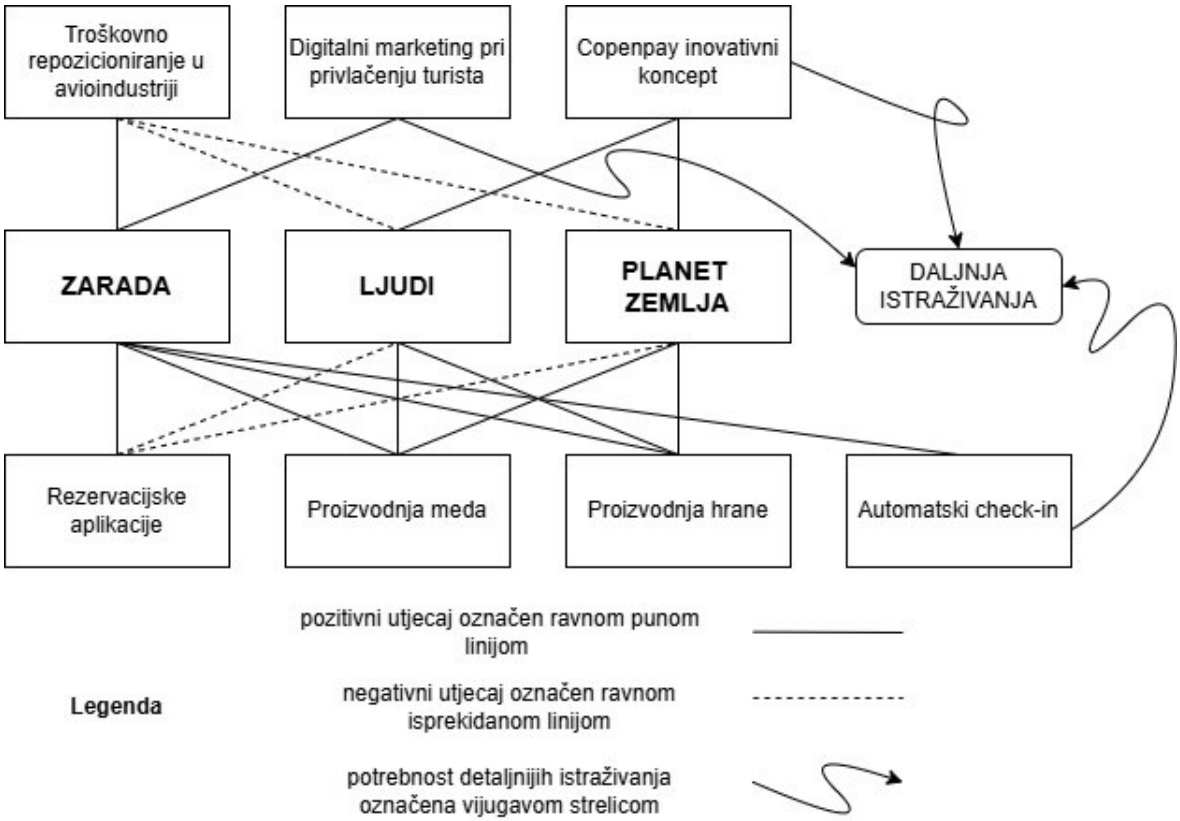
Izvor: Izradio autor, 2025

Slika 2 predstavlja način na koji inovativno troškovno repozicioniranje u avioindustriji, digitalni marketing te rezervacijske aplikacije pozitivno utječu na rast turizma, međutim primjeri ukazuju na naknadne negativne efekte koje prekomjerni turizam donosi lokalnim zajednicama. Iako je digitalni marketing svrstan u čimbenike koji utječu na prekomjerni turizam, kada se pravilno usmjeri može služiti u edukativne svrhe, odnosno kako bi se mijenjale potrošačke navike (npr. primjer s bocom vode i pitkom vodom iz slavine). Dok na drugoj strani slike, prikazan je najprije Copenpay koncept, koji ima prvenstveno cilj promoviranja održivog ponašanja u turizmu, međutim nedostaje jasniji kontekst kako takvo ponašanje utječe na ekonomsku i sociološku dimenziju, što je predmet promatranja ove studije kroz koncept Trostrukog dna. Zatim slijede uzgoj pčela i hrane na vrhovima hotela, koji predstavljaju inovativne primjere koji utječu pozitivno na sve aspekte održivosti, odnosno utječu na sve dimenzije trokuta pozitivno.

Heterogenost zaključaka, odnosno konstatacija pozitivnih i negativnih posljedica inovacija u turizmu, potvrđuje potrebu za racionalnim izborom primjera u ovoj studiji, koji ne samo da ilustriraju različite aspekte problema već nude i potencijalna rješenja. Kopenhagen se izdvaja kao primjer urbane destinacije koja balansira između promocije turizma i zaštite kvalitete života svojih stanovnika, no za šire uvide i bolje razumijevanje, potrebno je sintetizirati više sličnih primjera s različitih kontinenata.

Slika 3

Pregled zapaženih utjecaja inovacija kroz koncept Trostrukog dna



Izvor: Izradio autor, 2025

Slika 3 predstavlja pregled zapaženih utjecaja inovacija kroz koncept Trostrukog dna. Pozitivni utjecaji su prikazani punom linijom prema dimenzijama Trostrukog dna. Negativni utjecaji su povezani isprekidanom linijom, te vijugava strelica označava primjene inovacija za koje je potrebno detaljnije istraživanje kako bi se moglo pouzdanije odrediti utjecaje. Digitalni marketing ima pozitivne konotacije pri profitu odnosno zaradi, međutim kada se uzmu u obzir negativne posljedice koje nastaju i koje utječu na ljude i okoliš, potrebno je zapravo dodatno istraživanje koje bi odredilo utjecaje na ljude i planet. Nadalje, Copenpay, iako s velikom sigurnošću pozitivno doprinosi dimenzijama ljudi i planete Zemlje, ekonomska dimenzija ostaje nejasna, stvara li profit ili ne, što također predstavlja prostor za detaljnije uvide i istraživanja, te potencijalno na koji bi se način Copenpay koncept mogao učiniti profitabilnim ukoliko to nije. Slijede rezervacijske aplikacije, koje definitivno stvaraju profit, međutim razmatrajući dimenzije ljudi i planeta, dovode do prekomjernog turizma, čime se posredno proizvode negativni učinci. Također, mogućnost usmjeravanja turističkih tokova prostorno i vremenski može pomoći neutralizirati negativne učinke na ljude i planet. Automatizacija *check-in* procesa sigurno predstavlja pozitivni doprinos zaradi, međutim za točnije određivanje utjecaja na dimenzije ljudi i planet bi bilo prikladnije izvršiti daljnja istraživanja, ponajviše zbog spomenutih socijalnih ograničenja te

problema inkluzivnosti, te u kojoj mjeri stvarno ovaj automatizirani check-in omogućava bolju urbanu mobilnost. Međutim, održivost urbane mobilnosti također ovisi o obnovljivim izvorima energije koji se koriste u javnom prijevozu.

Tablica 1

Prikaz glavnih utjecaja inovacija u turizmu kroz koncept Trostrukog dna

Primjer i aspekt koncepta Trostrukog dna	**Zarada**	**Ljudi**	**Planet Zemlja**
Troškovno repozicioniranje u avioindustriji	Omogućava zaradu te dostupnost zračnog prijevoza. Omogućava „blizinu" turističkih destinacija prostorno dalekim emitivnim odnosno receptivnim turističkim tržištima.	Problematični radni odnos te socijalna prava. Također, pozitivni utjecaj na prekomjerni turizam, rezultira srozavanjem kvalitete života lokalnih stanovnika.	Negativni utjecaj na okoliš preko velikih emisija stakleničkih plinova zbog prijevoza te zbog poticajnog utjecaja na prekomjerni turizam koji negativno utječe na okoliš.
Digitalni marketing u funkciji privlačenja turista	Podržava rast lokalne ekonomije, privlači turiste – konzumente.	Može utjecati na prekomjerni turizam, što smanjuje kvalitetu života u turističkim destinacijama. No, može biti pozitivni utjecaj, zbog edukativne funkcije koja može preoblikovati ponašanje turista.	Posljedice prekomjernog turizma negativno utječu na prirodne resurse te iskorištavanje prirodnih resursa.
Copenpay – transformacija turizma u teren za promjene	Uvidi u ekonomske utjecaje nisu dostupni i teško ih je procijeniti.	Educiranje turista i poticanje održivog ponašanja.	Održivo ponašanje utječe na smanjenje negativnih utjecaja na okoliš.
Rezervacijske aplikacije	Pruža izvor prihoda iznajmljivaču i može učiniti smještaj cjenovno dostupnijim turistu.	Utjecaj negativan iz razloga jer bez adekvatnih regulacija utječe poticajno na prekomjerni turizam s negativnim posljedicama na kvalitetu života lokalnih stanovnika.	Prekomjerni turizam, uzrokuje narušavanje okoliša te negativne eksternalije koje su kasnije izazovne za rješavanje.
Košnice i proizvodnja meda na hotelu u Pragu	Izostanak troškova nabave meda te konkurentska prednost.	Obogaćuje iskustvo, te pruža edukaciju o inovativnim i održivim praksama.	Potiče bioraznolikost, bio-indikator zdravog okoliša.
Uzgoj hrane na vrhu hotela u Bangkoku	Izostanak troškova nabave hrane i konkurentska prednost	Pruža konkurentnu prednost, te *opipljiv* način inovativne i održive prakse u hotelu.	Smanjuju se „kilometri hrane" i emisije koje su potrebne za dostavu hrane te smanjenje utjecaja toplinskih otoka

	(diferencijacija ponude).		u gradovima. Kružna ekonomija – korištenje otpadne hrane u svrhu proizvodnje nove hrane.
Automatizirani check-in sustav u hotelu u Antwerpenu	Ekonomski eliminira potrebu za osobljem, djelomično rješava problem sezonske potražnje za osobljem.	Problem inkluzivnosti, digitalne pismenosti te dostupnosti biometrijskih dokumenata. Prisutan je potencijalno negativan aspekt smanjenje ljudskog kontakta, koji u sociološkom kontekstu može biti poželjan.	Upitan, ali vjerojatno prisutan utjecaj na urbanu mobilnost i okoliš. Kada se odredi postojanost utjecaja sa sigurnošću, tada treba uzeti u obzir izvor energije koji se koristi u prijevozu.

Izvor: Kompilacija autora, 2025

Rezultati jasno ukazuju na složenost utjecaja inovacija u turizmu kroz tri dimenzije. Dok neke inovacije, poput urbane proizvodnje hrane i meda, pozitivno doprinose svim aspektima održivosti, druge kao digitalni marketing i rezervacijske aplikacije imaju dvosmjerne efekte, potičući rast turizma, ali izazivajući naknadne negativne socijalne i ekološke posljedice. Ova heterogenost naglašava potrebu za pažljivim upravljanjem u specifičnim kontekstima primjene inovacija.

Rasprava

Kao što je istaknuto u pregledu literature, unatoč različitim regionalnim manifestacijama globalnih izazova turizma, u svim kontekstima riječ je o prilično istovjetnom temeljnom sukobu između kratkoročne ekonomske koristi od rasta turizma i dugoročne održivosti urbanih sredina. Čak i kada su sezonalni pritisci kratkotrajni, a zarada se uz pomoć inovacija ubire učinkovitije, posljedice na ljude i okoliš ostaju dugoročne (npr. rast cijena nekretnina, posljedična gentrifikacija te zagađenje okoliša). Regionalne razlike stoga ne upućuju na različitu prirodu problema, već na različitu fazu i brzinu kojom pojedine regije razvijaju regulatorne i infrastrukturne odgovore na taj sukob.

Rezultati analize primjera ukazuju da se Schumpeterova teorija kreativne destrukcije (Schumpeter, 1934) u praksi ostvaruje asimetrično u odnosu na tri dimenzije Trostrukog dna. Inovacije uspješno razaraju neefikasne poslovne modele i generiraju zaradu, no ta kreativna destrukcija ne prelijeva se automatski na dimenzije ljudi i planeta, već ih primjerice putem prekomjernog turizma dodatno narušava. Oslanjajući se na Rogersovu teoriju difuzije inovacija (Rogers, 2003), širenje pojedinih inovativnih modela, poput troškovnog repozicioniranja u avioindustriji ili korištenja rezervacijskih platformi, ukazuje na rizik prelijevanja ne samo pozitivnih ekonomskih učinaka, već i popratnih (nekontroliranih) negativnih eksternalija. To sugerira da širenjem inovacije koja nije praćena adekvatnom regulacijom raste vjerojatnost repliciranja njezinih negativnih društvenih i ekoloških učinaka u (novim) destinacijama — za razliku od

inicijativa poput Copenpaya, koje su već u fazi dizajna usmjerene prema svim trima dimenzijama održivosti. Dakle, difuzijom inovacije nerijetko se može pojačati prisutnost pozitivnih (ekonomskih), ali i negativnih (društvenih i ekoloških) učinaka, čime ova studija demonstrira dvostruku ulogu inovacija u turizmu, naglašavajući nužnost svjesnog upravljanja, a ne samo pasivnog prihvaćanja tehnološkog determinizma. Takav obrazac dinamike upućuje na to da kreativna destrukcija i difuzija inovacija same po sebi nisu dovoljne za postizanje ravnoteže unutar Elkingtonova trokuta (Elkington, 1997). Stoga je potrebna regulacija kojom bi se usmjerili napori prema svim trima dimenzijama, a ne samo prema ekonomskoj, potvrđujući potrebu za integracijom ciljeva održivosti u same inovacijske procese od njihovog samog početka.

Upravo tu do izražaja dolazi uloga regulacije i lokalnih politika. Kao što je istaknuto u metodologiji, ishod primjene inovacije uvelike ovisi o ljudskom čimbeniku, motivima i etičnosti aktera koji je primjenjuju. Rezervacijske aplikacije i niskotarifni zračni prijevoz ilustriraju to najizravnije. Riječ je o inovacijama koje same po sebi nisu štetne, ali izostanak njihove regulacije (npr. ograničenja kratkoročnog najma, ekoloških poreza na zračni promet) omogućava da se njihov potencijal iscrpi gotovo isključivo u ekonomskoj dimenziji, uz popratne negativne efekte za lokalno stanovništvo i okoliš (Camilleri, 2018; Dyck et al., 2023). Nasuprot tome, Copenpay pokazuje kako ciljano dizajnirana inicijativa, usmjerena od samog početka prema svim trima dimenzijama, može izbjeći taj obrazac – no uz cijenu da ekonomska održivost takvog modela ostaje neizvjesna. Treba dodati da Copenpay inicijativa trenutno ne obuhvaća cijelu industriju turizma, nego samo one koji aktivno sudjeluju u održivom turizmu, što ukazuje na iznimnu kompleksnost izazova izgradnje održivosti u turizmu.

U odnosu na postojeću literaturu, koja prema Elkhwesky et al. (2024) uglavnom ostaje ograničena na nacionalne i regionalne studije bez sustavne globalne usporedbe, ovaj rad doprinosi literaturi upravo uvođenjem takve usporedbe kroz heterogeni, geografski disperzirani uzorak primjera. Dakle, rezultati studije sugeriraju da negativne posljedice inovacija u turizmu nastaju uslijed neadresiranih zahtjeva svih dimenzija održivosti. Takav uvid nije ograničen na samo jednu regiju, a heterogenost primjera ukazuje na rasprostranjenost takvog fenomena dajući uporište za daljnje istraživanje dvostrukih učinaka koje donose inovacije u turizmu.

Ograničenja

Glavno ograničenje rada proizlazi iz same prirode istraživanog fenomena. S obzirom na to da su analizirane inovacije trenutno implementirane u vrlo heterogenim kontekstima u turizmu, fenomenološki uvid je na razini ilustrativnih primjera. U ovoj fazi, kvantitativne metode poput ankete ne bi pružile dubinu, niti bi imale kvalitetno fenomenološko uporište koje je trenutno nepotpuno da bi se moglo provesti kvalitetno empirijsko istraživanje. Buduća istraživanja trebala bi uključivati ispitivanje javnog mnijenja te ispitivanje u kolikoj se mjeri ispitanici slažu da navedeni ili slični odnosi funkcioniraju na određeni način. S druge strane, provedba ankete iziskivala bi pitanja

koja bi bila vrlo zahtjevna za specificirati, dok se točno ne utvrdi fenomenološki mehanizam iza dvostrukog utjecaja inovacija u turizmu.

Unatoč korištenom pristupu, glavno ograničenje ovog istraživanja leži u nemogućnosti preciznog kvantificiranja izravnog utjecaja specifičnih inovativnih praksi na sve tri dimenzije koncepta Trostrukog dna. Također, primjeri ukazuju da se inovacije uglavnom koriste za ekonomske ciljeve, smanjujući fokus na preostale dvije dimenzije održivosti. Drugo važno ograničenje jest što ova studija nije analizirala sve vrste utjecaja kroz cijeli heterogeni lanac generiranja vrijednosti koji se pojavljuje u turizmu, posebno uzimajući u obzir održivost cijelog turističkog sektora. Nijansiraniji uvidi pomoću kvantitativnih pristupa mogu dodatno razjasniti utjecaje te pokazati kako bi se njima moglo upravljati. Zaključno, primjeri ukazuju da inovacije mogu uspješno i simultano adresirati sve tri dimenzije održivosti te u konačnici postići puni aspekt održivosti u svojoj definiciji.

Zaključak

Rezultati upućuju da inovacije predstavljaju kapacitet s nedovoljno istraženim potencijalom kada je u pitanju razvoj održivosti. Inovacije, sukladno Schumpeterovoj teoriji kreativne destrukcije očito služe optimizaciji ekonomskih ciljeva, međutim, one tek parcijalno adresiraju zahtjev ravnoteže Elkingtonovog trokuta. Rezultati analize ukazuju da inovacije najprije izazivaju neodrživi prekomjerni turizam, međutim inovacije imaju potencijal biti iskorištene za rješavanje izazova održivosti. Uvidi ovog istraživanja nude vrijedne smjernice za gradove i hotelijere u formuliranju njihovih razvojnih strategija. Balansiranje između imperativa kratkoročnog profita i dugoročne održivosti zahtijeva ne samo regulatorne intervencije, već i primjenu specifičnih alata fiskalne politike. Primjerice, uvođenje ekoloških poreza ili turističkih poreza može poslužiti kao instrument za internalizaciju negativnih eksternalija, čime se negativni utjecaj inovacija može ublažiti. Budući da istraživanje ukazuje na pozitivne utjecaje inovacija pri rješavanju izazova održivosti, vlasti bi mogle fiskalno potaknuti ili subvencionirati inovacije koje su usmjerene prema društveno poželjnim ciljevima umjesto isključive maksimizacije profita (poput Copenpay inovativnog primjera). Nadalje, poticanje međugradske i međunarodne razmjene znanja, zajedno s unakrsnom implementacijom uspješnih inovativnih praksi, može obećati daljnje postizanje viših razina održivosti u urbanim područjima, poticanje lokalnih gospodarstava i stvaranje ugodnijih urbanih središta za stanovnike i posjetitelje.

Dakle, zasigurno inovacije se koriste za ekonomske performanse, bolju vidljivost, reputaciju, što sve predstavlja ekonomske implikacije inovacija u kontekstu turizma, prisutne u korištenim primjerima ove studije. Također, iako inovacije poboljšavaju eko-učinkovitost, uz nedostajuću regulaciju, implementacija inovacija može rezultirati prekomjernim turizmom s posljedičnim negativnim implikacijama na lokalno stanovništvo te kvalitetu života. Rješenje prekomjernog turizma se može pronaći u regulacijskom mehanizmu, npr. u formi aplikacija za rezervaciju smještaja, koje uz pomoć regulacija mogu turistički sektor dodatno oblikovati i učiniti održivijim.

Odnosno, potencijal inovacija bi se mogao usmjeriti da više zadovoljava potrebe lokalnog stanovništva tj. socioekonomske, društvene te zahtjeve okoliša. Nalaz koji upućuje na uspjeh se primjećuje u danskom primjeru, gdje se održivo i odgovorno ponašanje turista nagrađuje na mikro razini, utječući na ponašanje turista i mijenjanje navika. Platforme na primjer imaju pozitivan utjecaj na razvoj turizma, međutim inoviranje u turizmu treba pokriti sve dimenzije održivosti odnosno Elkingtonovog trokuta te pokriti sve aspekte heterogenog lanca vrijednosti koji je prisutan u turizmu. Zapravo, inovacije koje izazivaju jačanje ekonomske aktivnosti, očito zanemaruju ekološke i sociološke dimenzije održivosti odnosno stavke koje tvore ravnotežu u Elkingtonovom trokutu Trostrukog dna.

Reference

1. Aldebert, B., Dang, R. J., & Longhi, C. (2011). Innovation in the tourism industry: The case of Tourism@. *Tourism Management, 32*(5), 1204–1213. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.08.010
2. Amini, M., & Javidnejad, L. (2024). Legal regulation of biometric data: A comparative analysis of global standards. *Legal Studies in Digital Age, 3*(1), 26–34. https://jlsda.com/index.php/lsda/article/view/26
3. Amirulloh Anwar, F., Deliana, D., & Suyamto. (2024). Digital transformation in the hospitality industry: Improving efficiency and guest experience. *International Journal of Management Science and Information Technology, 4*(2), 428–437. https://doi.org/10.35870/ijmsit.v4i2.3201
4. Andrei, J. V., Cristea, D. S., Nuţă, F. M., Petrea, Ş. M., Nuţă, A. C., Tudor, A. T., & Chivu, L. (2024). Exploring the causal relationship between PM 2.5 air pollution and urban areas economic welfare and social-wellbeing: Evidence from 15 European capitals. *Sustainable Development, 32*(5), 4567–4592. https://doi.org/10.1002/sd.2920
5. Anthony Jnr, B. (2025). Sustainable mobility governance in smart cities for urban policy development – a scoping review and conceptual model. *Smart and Sustainable Built Environment, 14*(3), 649–671. https://doi.org/10.1108/SASBE-05-2023-0109
6. Appolloni, E., Orsini, F., Specht, K., Thomaier, S., Sanyé-Mengual, E., Pennisi, G., & Gianquinto, G. (2021). The global rise of urban rooftop agriculture: A review of worldwide cases. *Journal of Cleaner Production, 296*, Članak 126556. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126556
7. Baloch, Q. B., Shah, S. N., Iqbal, N., Sheeraz, M., Asadullah, M., Mahar, S., & Khan, A. U. (2023). Impact of tourism development upon environmental sustainability: A suggested framework for sustainable ecotourism. *Environmental Science and Pollution Research, 30*(3), 5917–5930. https://doi.org/10.1007/s11356-022-22496-w
8. Barbier, E. B. (1987). The concept of sustainable economic development. *Environmental Conservation, 14*(2), 101–110. http://www.jstor.org/stable/44519759
9. Bonina, C., Koskinen, K., Eaton, B., & Gawer, A. (2021). Digital platforms for development: Foundations and research agenda. *Information Systems Journal, 31*(6), 869–902. https://doi.org/10.1111/isj.12326
10. Bui, P. L., Chen, T.-L., & Wickens, E. (2021). Tourism industry resilience issues in urban areas during COVID-19. *International Journal of Tourism Cities, 7*(3), 861–879. https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2020-0289

11. Bumbak, S. V. (2024). Spatial and temporal distribution of listings on Airbnb and Booking.com as sharing economy platforms in the tourism destination of Maramures Land, Romania. *GeoJournal of Tourism and Geosites, 52*(1), 340–350. https://doi.org/10.30892/gtg.52133-1210
12. Butler, R. W., & Dodds, R. (2022). Overcoming overtourism: A review of failure. *Tourism Review, 77*(1), 35–53. https://doi.org/10.1108/TR-04-2021-0215
13. Camilleri, M. A. (2018). *Travel marketing, tourism economics and the airline product*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-49849-2
14. Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D., & Walker, K. (2020). Purposive sampling: Complex or simple? Research case examples. *Journal of Research in Nursing, 25*(8), 652–661. https://doi.org/10.1177/1744987120927206
15. Campos, C., Laso, J., Cristóbal, J., Albertí, J., Bala, A., Fullana, M., Fullana-i-Palmer, P., Margallo, M., & Aldaco, R. (2022). Towards more sustainable tourism under a carbon footprint approach: The Camino Lebaniego case study. *Journal of Cleaner Production, 369*, Članak 133222. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.133222
16. Capocchi, A., Vallone, C., Pierotti, M., & Amaduzzi, A. (2019). Overtourism: A literature review to assess implications and future perspectives. *Sustainability, 11*(12), Članak 3303. https://doi.org/10.3390/su11123303
17. Ceder, A. (2021). Urban mobility and public transport: Future perspectives and review. *International Journal of Urban Sciences, 25*(4), 455–479. https://doi.org/10.1080/12265934.2020.1799846
18. Çiçekdağı, M. (2025). Local protests against over tourism: Causes, effects and solutions. *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research, 6*(3), 1360–1380. https://doi.org/10.11594/ijmaber.06.03.26
19. Dhankhar, D., Gaur, V., Singh, L., & Kumar, P. (2023). The impact of digital marketing practices on tourist buying behavior: A study of Indian tourism industry. *International Journal of Hospitality and Tourism Systems, 16*(3), 110–121. https://www.publishingindia.com/archive/ijhts/the-impact-of-digital-marketing-practices-on-tourist-buying-behavior-a-study-of-indian-tourism-industry
20. Dibra, M. (2015). Rogers theory on diffusion of innovation – the most appropriate theoretical model in the study of factors influencing the integration of sustainability in tourism businesses. *Procedia – Social and Behavioral Sciences, 195*, 1453–1462. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.443
21. Dobruszkes, F. (2013). The geography of European low-cost airline networks: A contemporary analysis. *Journal of Transport Geography, 28*, 75–88. https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2012.10.012
22. Dong, X., Feng, X., & He, B. J. (2025). Dual potential of garden rooftop farms for heat island mitigation and spatial productivity. *Building and Environment, 274*, Članak 112768. https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2025.112768
23. Dyck, B., Manchanda, R. V., Vagianos, S., & Bernardin, M. (2023). Sustainable marketing: An exploratory study of a sustain-centric, versus profit-centric, approach. *Business and Society Review, 128*(2), 195–216. https://doi.org/10.1111/basr.12314
24. Elkhwesky, Z., El Manzani, Y., & Elbayoumi Salem, I. (2024). Driving hospitality and tourism to foster sustainable innovation: A systematic review of COVID-19-related studies and practical implications in the digital era. *Tourism and Hospitality Research, 24*(1), 115–133. https://doi.org/10.1177/14673584221126792
25. Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone Publishing.

26. Ellet, W. (2018). *The case study handbook: A student's guide* (Rev. ed.). Harvard Business Review Press.
27. Escobar, S. D., & Hall, C. M. (2025). Integrating smart cities and tourism systems: A critical review. *International Journal of Public Sector Management, 38*(2), 196–212. https://doi.org/10.1108/IJPSM-01-2024-0022
28. Farias, R. A., Nunes, C. N., & Quináia, S. P. (2023). Bees reflect better on their ecosystem health than their products. *Environmental Science and Pollution Research, 30*(33), 79617–79626. https://doi.org/10.1007/s11356-023-28141-4
29. Francis, G., Humphreys, I., Ison, S., & Aicken, M. (2006). Where next for low cost airlines? A spatial and temporal comparative study. *Journal of Transport Geography, 14*(2), 83–94. https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2005.05.005
30. Galego, D., Moulaert, F., Brans, M., & Santinha, G. (2022). Social innovation & governance: A scoping review. *Innovation: The European Journal of Social Science Research, 35*(2), 265–290. https://doi.org/10.1080/13511610.2021.1879630
31. Ganglmair-Wooliscroft, A., & Wooliscroft, B. (2016). Diffusion of innovation: The case of ethical tourism behavior. *Journal of Business Research, 69*(8), 2711–2720. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.11.006
32. Ganglmair-Wooliscroft, A., Bulmer, S., Palakshappa, N., & Dodds, S. (2025). A systemic view of sustainable consumption behaviour in the context of disruption. *Journal of Marketing Management, 41*(1–2), 147–177. https://doi.org/10.1080/0267257X.2025.2474123
33. Garay-Tamajón, L., Lladós-Masllorens, J., Meseguer-Artola, A., & Morales-Pérez, S. (2022). Analyzing the influence of short-term rental platforms on housing affordability in global urban destination neighborhoods. *Tourism and Hospitality Research, 22*(4), 444–461. https://doi.org/10.1177/14673584211057568
34. Gardner, G. (2016). The city: A system of systems. U L. Mastny (ur.), *State of the world 2016: Can a city be sustainable?* (str. 27–44). Island Press. https://doi.org/10.5822/978-1-61091-756-8_3
35. Graham, A. (2013). Understanding the low cost carrier and airport relationship: A critical analysis of the salient issues. *Tourism Management, 36*, 66–76. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.11.011
36. Gupta, J., & Vegelin, C. (2016). Sustainable development goals and inclusive development. *International Environmental Agreements: Politics, Law and Economics, 16*(3), 433–448. https://doi.org/10.1007/s10784-016-9323-z
37. Hajar, M. A., Ibrahim, D. N., Darun, M. R., & Al-Sharafi, M. A. (2023). The role of emerging technologies in shaping the value innovation aptitude toward competitive advantage and sustainability. U C. Dal Zotto, A. Omidi, & G. Aoun (ur.), *Smart technologies for organizations* (str. 153–164). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-24775-0_9
38. Han, L., Zhang, R., Wang, J., & Cao, S. J. (2024). Spatial synergistic effect of urban green space ecosystem on air pollution and heat island effect. *Urban Climate, 55*, Članak 101940. https://doi.org/10.1016/j.uclim.2024.101940
39. Higgins-Desbiolles, F. (2018). Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more? *Tourism Management Perspectives, 25*, 157–160. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.017
40. Horn, A., & Visser, G. (2023). Tourism gentrification in urban Africa: Towards a research agenda. *Studia Periegetica, 43*(3), 7–24. https://doi.org/10.58683/sp.599
41. Hristov, M., Danilović Hristić, N., & Stefanović, N. (2021). Impact of overtourism on urban life. *Spatium*, (45), 59–66. https://doi.org/10.2298/SPAT2145059H

42. Hughes, R. A., & Lahiri, I. (2025, 21. kolovoza). *Copenhagen, Normandy, Exmoor: European destinations where tourists are rewarded for good behaviour*. Euronews. https://www.euronews.com/travel/2025/08/21/how-these-european-cities-are-using-innovative-rewards-to-boost-sustainable-tourism
43. Jawabreh, O., Masa'deh, R., & Al Fahmawee, E. A. D. (2025). Architectural innovation and smart technology for sustainable tourism in Jordan: Review and future directions. U A. Al-Marzouqi, S. Salloum, K. Shaalan, T. Gaber, & R. Masa'deh (ur.), *Generative AI in creative industries* (str. 651–665). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-89175-5_41
44. Kamel, N. A. (2024). Using visual metaphors in advertising campaigns to promote sustainable tourism. *Tourism & Management Studies, 20*(4), 85–98. https://doi.org/10.18089/tms.20240407
45. Khotcharee, Q., & Fukushima, S. (2023). The conversion tendency of rental housing to Airbnb properties in the tourism-centric districts in inner Bangkok. *Urban and Regional Planning Review, 10*, 243–262. https://doi.org/10.14398/urpr.10.243
46. Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability, 10*(12), Članak 4384. https://doi.org/10.3390/su10124384
47. Kovács, B., & Szabó, D. (2024). Most destinations fail at innovation: Current issues in tourism. *Journal of Tourism, Culture, and Management Studies, 1*(2), 28–37. https://theeducationjournals.com/index.php/JTCMS/article/view/164
48. Kubeš, J., & Kovács, Z. (2025). Provincial gentrification in the Global North – A literature review. *Cities, 157*, Članak 105586. https://doi.org/10.1016/j.cities.2024.105586
49. Li, D., Deng, L., & Cai, Z. (2020). Statistical analysis of tourist flow in tourist spots based on big data platform and DA-HKRVM algorithms. *Personal and Ubiquitous Computing, 24*(1), 87–101. https://doi.org/10.1007/s00779-019-01341-x
50. Limprapoowiwattana, C., Middleton, C., Pratomlek, O., & Montefrio, M. J. F. (2026). The imaginaries of urban agriculture and a livable city shaping Bangkok's urban governance and design. *Journal of Urban Affairs, 48*(5), 1622–1639. https://doi.org/10.1080/07352166.2025.2493345
51. Lundberg, E. (2015). The level of tourism development and resident attitudes: A comparative case study of coastal destinations. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 15*(3), 266–294. https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1005335
52. Mahalakshmi, S., & Bharath, H. (2025). From check-in to check-out: AI innovations in the hospitality sector. U P. Thaichon, P. K. Dutta, A. K. Haghi, & S. Dutta (ur.), *Digital disruption in hospitality, AI, and emerging technologies: A roadmap to personalized experiences, enhanced operations, and revenue growth* (str. 79–99). Emerald Publishing. https://doi.org/10.1108/978-1-83608-796-020251005
53. Mallick, S. U. (2023). Promoting tourism through digital marketing. *The American Journal of Management and Economics Innovations, 5*(10), 62–85. https://doi.org/10.37547/tajmei/Volume05Issue10-06
54. Manjon, M., Aouni, Z., & Crutzen, N. (2022). Green and digital entrepreneurship in smart cities. *The Annals of Regional Science, 68*(2), 429–462. https://doi.org/10.1007/s00168-021-01080-z
55. Manríquez-Altamirano, A., Sierra-Pérez, J., Muñoz, P., & Gabarrell, X. (2020). Analysis of urban agriculture solid waste in the frame of circular economy: Case study of tomato crop in integrated rooftop greenhouse. *Science of the Total Environment, 734*, Članak 139375. https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.139375

56. Mikulić, J., Vitezić, V., Srhoj, S., & Kuliš, Z. (2024). Tourism boom, housing doom: Excessive tourism and international emigration. *Annals of Tourism Research, 109*, Članak 103853. https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103853
57. Milano, C., Novelli, M., & Russo, A. P. (2024). Anti-tourism activism and the inconvenient truths about mass tourism, touristification and overtourism. *Tourism Geographies, 26*(8), 1313–1337. https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2391388
58. Mohamed Al Matris, A. (2023). The challenges of rural tourism development. *International Journal of Eco-Cultural Tourism, Hospitality Planning and Development, 6*(2), 29–45. https://doi.org/10.21608/ijecth.2024.299367.1005
59. Nogueira, E., Gomes, S., & Lopes, J. M. (2025). Unveiling triple bottom line's influence on business performance. *Discover Sustainability, 6*(1), Članak 43. https://doi.org/10.1007/s43621-025-00804-x
60. Nopiyani, N. M. S., & Wirawan, I. M. A. (2021). The impact of tourism on the quality of life of communities in tourist destination areas: A systematic review. *Open Access Macedonian Journal of Medical Sciences, 9*(F), 129–136. https://doi.org/10.3889/oamjms.2021.5966
61. Noriega, A. (2024, 5. rujna). *Sustainability awards: How Copenhagen's "CopenPay" encourages responsible tourism practices*. Drivingeco. https://www.drivingeco.com/hr/recompensas-ser-sostenible-como-copenpay-copenhague-fomenta-practicas-turismo-responsable/
62. Papatheodorou, A. (2021). A review of research into air transport and tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Air Transport and Tourism. *Annals of Tourism Research, 87*, Članak 103151. https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103151
63. Pardo Martínez, C. I., & Cotte Poveda, A. (2024). Efficiency and sustainability of the tourism industry in Latin America. *Regional Sustainability, 5*(4), Članak 100178. https://doi.org/10.1016/j.regsus.2024.100178
64. Patel, V., Pauli, N., Biggs, E., Barbour, L., & Boruff, B. (2021). Why bees are critical for achieving sustainable development. *Ambio, 50*(1), 49–59. https://doi.org/10.1007/s13280-020-01333-9
65. Prodanović, R., Brkić, I., Soleša, K., Ljubojević Pelić, D., Pelić, M., Bursić, V., & Vapa Tankosić, J. (2024). Beekeeping as a tool for sustainable rural development. *Journal of Agronomy, Technology and Engineering Management, 7*(2), 1054–1066. https://repo.niv.ns.ac.rs/xmlui/handle/123456789/803
66. Ranatunga, A., Sangakkara, K., & Jayawardene, M. (2023). The impact of digital marketing strategies on sustainable tourism development. *International Conference on Digital Advanced Tourism Management and Technology, 1*(2), 815–819. https://ictmt.stiepari.org/index.php/journal/article/view/179
67. Rastegar, R., & Ruhanen, L. (2022). The injustices of rapid tourism growth: From recognition to restoration. *Annals of Tourism Research, 97*, Članak 103504. https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103504
68. Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
69. Russo, A. P., & Salerno, G. M. (2023). Chased from heaven or escaping tourist hell? Venice's graduate students in focus. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie, 114*(5), 446–462. https://doi.org/10.1111/tesg.12583
70. Schäfer, A. W., Barrett, S. R. H., Doyme, K., Dray, L. M., Gnadt, A. R., Self, R., O'Sullivan, A., Synodinos, A. P., & Torija, A. J. (2019). Technological, economic and environmental prospects of all-electric aircraft. *Nature Energy, 4*(2), 160–166. https://doi.org/10.1038/s41560-018-0294-x

71. Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle* (R. Opie, prev.). Harvard University Press.
72. Smith, A., & Stirling, A. (2018). Innovation, sustainability and democracy: An analysis of grassroots contributions. *Journal of Self-Governance and Management Economics, 6*(1), 64–97. https://doi.org/10.22381/JSME6120183
73. Štreimikienė, D., Švagždienė, B., Jasinskas, E., & Simanavičius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development, 29*(1), 259–271. https://doi.org/10.1002/sd.2133
74. Strezov, V., Evans, A., & Evans, T. J. (2017). Assessment of the economic, social and environmental dimensions of the indicators for sustainable development. *Sustainable Development, 25*(3), 242–253. https://doi.org/10.1002/sd.1649
75. Stryzhak, O. (2022). Tourism and digital technologies: Analysis of the relationship. *Economics of Development, 21*(2), 42–50. http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/33139
76. Theodorakopoulos, L., Theodoropoulou, A., & Bakalis, A. (2025). Utilizing big data for improved targeting and personalization for digital marketing purposes in the tourism industry: A comprehensive review. U V. Katsoni & C. Costa (ur.), *Innovation and creativity in tourism, business and social sciences: 11th international conference, IACuDiT, Naxos, Greece, 2024* (Sv. 1, str. 429–470). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-78471-2_17
77. Tripathi, G., & Wasan, P. (2021). Positioning of tourist destinations in the digital era: A review of online customer feedback. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 13*(2), 275–290. https://doi.org/10.1108/WHATT-09-2020-0122
78. Utterback, J. M. (1974). Innovation in industry and the diffusion of technology. *Science, 183*(4125), 620–626. https://doi.org/10.1126/science.183.4125.620
79. Valente, R., Russo, A. P., Vermeulen, S., & Milone, F. L. (2022). Tourism pressure as a driver of social inequalities: A BSEM estimation of housing instability in European urban areas. *European Urban and Regional Studies, 29*(3), 332–349. https://doi.org/10.1177/09697764221078729
80. Vieira, G. M., Manita, C. B., Ribeiro, C., & Rosa, M. P. (2022). Digital literacy of elderly tourists in the Algarve destination. *Journal of Accessibility and Design for All, 12*(2), 180–211. https://doi.org/10.17411/jacces.v12i2.314
81. Warhurst, C., & Nickson, D. (2007). Employee experience of aesthetic labour in retail and hospitality. *Work, Employment and Society, 21*(1), 103–120. https://doi.org/10.1177/0950017007073622
82. World Tourism Organization. (1998). *Guide for local authorities on developing sustainable tourism*.
83. World Tourism Organization. (2013). *Sustainable tourism for development: Guidebook on enhancing capacities for sustainable tourism for development in developing countries*. https://www.ilo.org/publications/sustainable-tourism-development
84. Yabancı, O. (2023). Managing seasonality in tourism. *International Journal of Geography and Geography Education*, (50), 353–369. https://doi.org/10.32003/igge.1299610
85. Żemła, M. (2024). European historic cities and overtourism – Conflicts and development paths in the light of systematic literature review. *International Journal of Tourism Cities, 10*(1), 353–372. https://doi.org/10.1108/IJTC-07-2023-0140
86. Zeng, J., Wen, Y., Bi, C., & Feiock, R. (2021). Effect of tourism development on urban air pollution in China: The moderating role of tourism infrastructure. *Journal of Cleaner Production, 280*, Članak 124397. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124397

87. Zhang, X. (2025). Developing local tourism products: Creating authentic and unique experiences for visitors. U *Actual economy: Local solutions for global challenges* (str. 219–222). https://conferaces.com/index.php/journal/article/view/512
88. Zhu, Y., Zou, Y. G., Chai, S. S., & Chen, P. Y. (2022). The evolution mechanism of implicit conflict in rural tourism communities: From the perspective of community residents. *Tourism Tribune, 37*(11), 52–63. https://doi.org/10.19765/j.cnki.1002-5006.2021.00.022
89. Živělová, I., Svobodová, E., & Palkovič, J. (2022). The impact of subsidies on the development of beekeeping in the Czech Republic. *AGRIS On-line Papers in Economics and Informatics, 14*(1), 125–134. https://doi.org/10.7160/aol.2022.140110

O autoru

Dorian Fildor, univ. mag oec. zaposlen je kao asistent na Ekonomskom institutu, Zagreb, a doktorski studij pohađa na Fakultetu ekonomije i statistike u Innsbrucku, Austriji. Interesi su mu održivi razvoj, regionalne nejednakosti, održivi makroekonomski rast te digitalno društvo. **dfildor@eizg.hr**.