

DIGITALNI NOMADI KAO IZAZOV ORGANIZACIJSKOM PONAŠANJU

Malbašić, Anto

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The Polytechnic of Rijeka / Veleučilište u Rijeci**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:125:970995>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-18**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Rijeka Digital Repository - DR PolyRi](#)



VELEUČILIŠTE U RIJECI

Anto Malbašić

DIGITALNI NOMADI

KAO IZAZOV ORGANIZACIJSKOM PONAŠANJU

diplomski rad

Rijeka, 2023.

VELEUČILIŠTE U RIJECI

Poslovni odjel

Stručni diplomski studij Poduzetništvo

DIGITALNI NOMADI KAO IZAZOV ORGANIZACIJSKOM PONAŠANJU

diplomski rad

MENTOR

Doc. dr. sc. Drago Pupavac

STUDENT

Anto Malbašić

MBS: 2423000079/21

Rijeka, lipanj 2023.

SAŽETAK

Digitalni nomadi su poduzetnici ili zaposlenici koji gotovo isključivo rabe digitalne tehnologije za obavljanje svog posla. Ovisni su o Internetu, rade na putu i vode život na više lokacija diljem svijeta. Mijenjaju postojeće obrasce svijeta rada i organizacijskog ponašanja. Digitalni nomadizam zaintrigirao je brojne stručnjake i teoretičare te se u ovom radu istražuje fenomen digitalnih nomada i njegove implikacije na odnose u svijetu rada. Rezultati istraživanja temelje se na primarnim i sekundarnim podacima. Primarni podaci prikupljeni su metodama anketiranja (n=40) i polustrukturiranog intervjua (n=15). Prikupljeni podaci obrađeni su metodama deskriptivne statistike i netnografske analize. Glavni nalaz ovoga rada upućuje na zaključak digitalni nomadi rade za više tvrtki i klijenata što pridonosi daljnjem slabljenju veza između zaposlenika i organizacija, ali i između samih zaposlenika. Stalno su u potrazi za novim poslovnim prilikama, visoko su motivirani i samodisciplinirani što ih čini važnim segmentom na tržištu rada. Nalazi u ovome radu mogu biti od pomoći menadžerima svih razina u traženju novih troškovno efikasnih, fleksibilnih organizacijskih struktura.

Ključne riječi: digitalni nomadi, organizacijsko ponašanje, ponašanja povezana s poslom, mobilnost, fleksibilnost

SADRŽAJ

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Uvod | 4 |
| 2. Važnije vrste organizacijskog ponašanja i trendovi koji ga oblikuju..... | 5 |
| 2.1. Pojam, predmet i cilj proučavanja organizacijskog ponašanja..... | 5 |
| 2.2. Važnije vrste ponašanja povezane s poslom..... | 6 |
| 2.2.1. Produktivnost rada | 7 |
| 2.2.2. Fluktuacija | 7 |
| 2.2.3. Apsentizam | 8 |
| 2.2.4. Devijantno ponašanje u radnom okruženju | 8 |
| 2.2.5. Organizacijsko građansko ponašanje..... | 8 |
| 2.2.6. Zadovoljstvo zaposlenika | 8 |
| 2.3. Suvremeni trendovi u organizacijskom ponašanju..... | 9 |
| 2.3.1. Globalizacija..... | 9 |
| 2.3.2. Promjene radne snage..... | 9 |
| 2.3.3. Novi radni odnosi | 9 |
| 2.3.4. Informacijske tehnologije..... | 10 |
| 2.3.5. Vrijednosti i etika | 10 |
| 3. Digitalni nomadi..... | 11 |
| 3.1. Nomadski način života kao značajka homo sapiensa..... | 12 |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.2. Definicija digitalnih nomada | 13 |
| 3.3. Demografske značajke digitalnih nomada – tko su i otkud dolaze?..... | 14 |
| 3.4. Pokretački motivi digitalnih nomada..... | 14 |
| 3.5. Zanimanja digitalnih nomada | 15 |
| 3.6. Odabir destinacije | 17 |
| 3.7. Svakodnevni život digitalnih nomada | 18 |
| 3.8. Prepoznavanje prilika | 18 |
| 4. Prethodna istraživanja..... | 22 |
| 4.1. Istraživanje Nomadics Report | 22 |
| 4.1.1. Rezultati istraživanja Nomadics Report | 23 |
| 4.1.2. Tumačenje Nomadics Report istraživanja..... | 40 |
| 4.2. Istraživanje The 2023 State of Digital Nomads – Nomad List..... | 41 |
| 4.2.1. Rezultati istraživanja Nomad List | 42 |
| 4.2.2. Tumačenje Nomad List istraživanja..... | 49 |
| 4.3. Presjek prethodnih istraživanja..... | 49 |
| 4.4. Statistički podaci | 49 |
| 5. Temeljna obilježja digitalnih nomada u Republici Hrvatskoj | 51 |
| 5.1. Cilj istraživanja..... | 51 |
| 5.2. Metodologija istraživanja | 51 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| 5.3. Rezultati istraživanja | 52 |
| 5.3.1. Anketa..... | 53 |
| 5.3.2. Polustrukturirani intervju..... | 66 |
| 5.3.3. Netnografska analiza | 67 |
| 5.4. Diskusija | 68 |
| 5.4.1. Izazovi i problemi digitalnih nomada..... | 68 |
| 5.4.2. Prednosti digitalnih nomada..... | 69 |
| 5.4.3. Održivost životnog stila digitalnih nomada..... | 69 |
| 5.4.4. Granice rasta digitalnih nomada..... | 70 |
| 5.4.5. Utjecaj digitalnih nomada na oblikovanje budućih radnih mjesta | 70 |
| 5.4.6. Utjecaj digitalnih nomada na menadžment suvremenih organizacija | 71 |
| 6. Zaključak | 72 |
| Popis korištene literature | 75 |
| POPIS SLIKA | 77 |
| POPIS GRAFIKONA..... | 77 |
| POPIS PRILOGA..... | 80 |

1. Uvod

Ovaj se rad temelji na fenomenu digitalnog nomadizma i njegovim implikacijama na organizacijsko ponašanje. Digitalni nomadi su radnici koji su neovisni o fizičkoj lokaciji i često putuju dok obavljaju svoj posao. Ovaj novi oblik rada predstavlja izazov za tradicionalne organizacijske strukture i zahtijeva prilagodbu kako bi se osigurala produktivnost i učinkovitost.

Cilj ovog rada je istražiti kako digitalni nomadizam utječe na organizacijsko ponašanje te pružiti preporuke organizacijama kako bi mogle strategijski odgovoriti na sve veću potrebu zaposlenika za mobilnošću i fleksibilnošću. U ovom radu će se analizirati prednosti i nedostaci digitalnog nomadizma te istražiti mogu li se i kako organizacije prilagoditi ovom novom obliku rada kako bi osigurale produktivnost i učinkovitost.

Rad se sastoji od šest dijelova. U prvom dijelu rada Uvodu, definira se cilj istraživanja. U drugom dijelu rada istražuju se važnije vrste organizacijskog ponašanja i trendovi koji ga oblikuju. Treći dio istražuje nomadski način života kao prirodnu karakteristiku ljudi, definira digitalne nomade, analizira njihove demografske značajke, motivaciju, zanimanja i proces odabira destinacija te opisuje njihov svakodnevni život. Četvrti dio analizira relevantna istraživanja o digitalnim nomadima. Također pruža statističke podatke i presjek prethodnih istraživanja te tumačenje rezultata kako bi se stekao uvid u ovu temu. Peti dio opisuje temeljna obilježja digitalnih nomada u Republici Hrvatskoj. Prikazani su rezultati istraživanja te diskusija o izazovima, prednostima, održivosti i utjecaju digitalnih nomada na buduća radna mjesta i organizacije. U posljednjem dijelu, Zaključku, sumiraju se ključni nalazi i sažima se cjelokupna analiza i istraživanje. Izneseni su zaključci o digitalnim nomadima, njihovom načinu života, utjecaju na radna mjesta i organizacije, izazovima i prednostima te pitanjima o održivosti i budućnosti tog fenomena. Također se ističe važnost daljnjeg istraživanja i razumijevanja digitalnih nomada te njihovog utjecaja na suvremeno poslovanje i društvo u cjelini te daju preporuke menadžerima u traženju novih, troškovno efikasnih, fleksibilnih organizacijskih struktura. Na kraju rada su popisi korištene literature, slika, grafikona i priloga.

2. Važnije vrste organizacijskog ponašanja i trendovi koji ga oblikuju

Organizacija predstavlja skupinu ljudi koja je svojim međusobnim radom usmjerena zajedničkom svrhom. Organizacijsko ponašanje je sustavno proučavanje akcija i stavova koje ljudi pokazuju unutar organizacije, što ljudi misle, osjećaju i rade unutar i oko organizacije. Ono proučava pojedinca, grupu i strukturu, da bi organizacija djelovala učinkovitije. (Pupavac, 2017.)

Važne vrste organizacijskog ponašanja obuhvaćaju aspekte kao što su motivacija, zadovoljstvo poslom, angažiranost zaposlenika, timski rad, komunikacija, vodstvo, emocionalna inteligencija, konflikti, inovativnost i prilagodljivost. Ovi elementi oblikuju način na koji ljudi djeluju i međusobno surađuju unutar organizacije. Trendovi koji oblikuju organizacijsko ponašanje uključuju sve veći naglasak na radnoj fleksibilnosti, ravnoteži između poslovnog i privatnog života, raznolikosti i inkluzivnosti, tehnološkom napretku i promjenama u načinu rada, kao i sve veću važnost održavanja zdravlja i blagostanja zaposlenika.

2.1. Pojam, predmet i cilj proučavanja organizacijskog ponašanja

Organizacijsko ponašanje je primijenjena znanost o ponašanju te je kao rezultat toga izgrađena na doprinosima niza disciplina koje proučavaju ponašanje. Pretežna su područja psihologija, sociologija, socijalna psihologija, antropologija i političke znanosti. Disciplina organizacijsko ponašanje je sustavno izučavanje akcija i stavova koje ljudi pokazuju unutar organizacija (Robbins, 1995, 1).

Organizacijsko ponašanje proučava se zbog najmanje tri razloga:

- 1) da bi se objasnila organizacijska događanja,
- 2) da bi se predvidjela organizacijska događanja,
- 3) da bi utjecali na organizacijska događanja.

(Pupavac, 2017, 15).

Organizacijsko ponašanje je multidisciplinarno područje koje proučava način na koji ljudi djeluju u organizacijskom kontekstu, kao i kako se organizacije ponašaju i funkcioniraju kao cjelina. To obuhvaća razumijevanje ljudskog ponašanja, osobina, stavova i percepcija te načina na koji se ova svojstva odnose na radnu okolinu. Osim toga, organizacijsko ponašanje također proučava kako organizacijske strukture, procesi i kulture utječu na ponašanje zaposlenika i kako se ta ponašanja mogu poboljšati radi unaprjeđenja učinkovitosti organizacije.

Primjenjujući teorijska znanja i pristupe psihologije, sociologije, antropologije, ekonomije i drugih disciplina, organizacijsko ponašanje istražuje niz tema, uključujući motivaciju, komunikaciju, liderstvo, timski rad, konflikte, etičke probleme, kulturne razlike i druge aspekte koji utječu na ljudsko ponašanje u organizacijama. Cilj organizacijskog ponašanja je pružiti znanstvene uvide i prakse koje mogu poboljšati učinkovitost organizacija te pomoći u stvaranju pozitivne i produktivne radne okoline.

2.2. Važnije vrste ponašanja povezane s poslom

U tradicionalnim poslovima kao najvažnije vrste ponašanja povezanih s poslom navode se:

- Ponašanje vezano uz radne zadatke - to uključuje sposobnost izvršavanja zadataka i postizanje ciljeva na radnom mjestu.
- Ponašanje vezano uz građenje odnosa - to uključuje sposobnost izgradnje pozitivnih odnosa s drugim zaposlenicima, klijentima i drugim dionicima.
- Ponašanje vezano uz organizacijsku pripadnost - to uključuje osjećaj pripadnosti organizaciji i želju za doprinosom njenom uspjehu.
- Ponašanje vezano uz građenje tima - to uključuje sposobnost suradnje s drugim zaposlenicima kako bi se postigli zajednički ciljevi.
- Ponašanje vezano uz inovativnost - to uključuje sposobnost generiranja novih ideja i rješavanja problema na kreativan način.

(Robbins, Judge, 2007).

Digitalni nomadi ističu nekoliko važnih vrsta ponašanja povezanih s poslom, uključujući:

- Zadovoljstvo plaćom i potrebu za životom od uštedevine.
- Stres uzrokovan ugovorima.
- Probleme između vrijednosti, normi i logike digitalnih nomada u odnosu na korporativni svijet.
- Ravnoteža između posla i slobodnog vremena te stresori koji utječu na tu ravnotežu.

Ove vrste ponašanja su važne jer mogu utjecati na zadovoljstvo zaposlenika, produktivnost i kvalitetu života.

2.2.1. Proizvodnost rada

Proizvodnost rada je centralna mjera kojom se može mjeriti učinkovitost organizacije. To je omjer između proizvedenih dobara ili usluga i količine uloženog rada, a može se izraziti kao količina proizvoda po radnom satu ili po zaposleniku. Proizvodnost rada je važna jer omogućuje organizacijama da budu konkurentnije na tržištu, povećaju prihode i ostvare veću dobit (Robbins, Judge, 2007, 27).

2.2.2. Fluktuacija

Fluktuacija, također poznata kao stopa odljeva zaposlenika, odnosi se na broj zaposlenika koji napuštaju organizaciju u određenom vremenskom razdoblju. To može uključivati zaposlenike koji su dali otkaz, umirovljenike ili one koji su bili otpušteni. Fluktuacija može biti problematična za organizaciju jer može dovesti do gubitka vrijednih znanja i vještina, povećanja troškova zapošljavanja i obuke novih zaposlenika te smanjenja produktivnosti (Robbins, Judge, 2007, 28).

2.2.3. Apsentizam

Apsentizam se odnosi na neopravdano odsustvo zaposlenika s posla, odnosno kada zaposlenik ne dođe na posao bez valjanog razloga ili bez prethodne najave. Apsentizam može biti problematičan za organizaciju jer može dovesti do poremećaja u radnom procesu, kašnjenja u donošenju važnih odluka i smanjenja produktivnosti (Robbins, Judge, 2007, 28).

2.2.4. Devijantno ponašanje u radnom okruženju

Devijantno ponašanje u radnom okruženju odnosi se na ponašanja zaposlenika koja su neprihvatljiva ili štetna za organizaciju i njezine članove. To može uključivati krađu, zlostavljanje drugih zaposlenika, kršenje sigurnosnih propisa, neprimjereno korištenje resursa organizacije i slično. Devijantno ponašanje može biti problematično za organizaciju jer može dovesti do smanjenja produktivnosti, lošeg radnog ozračja i gubitka povjerenja među zaposlenicima (Robbins, Judge, 2007, 29).

2.2.5. Organizacijsko građansko ponašanje

Organizacijsko građansko ponašanje odnosi se na ponašanja zaposlenika koja su korisna za organizaciju i njezine članove, ali nisu nužno dio formalnih radnih obveza. To može uključivati pomoć kolegama u izvršavanju njihovih zadataka, sudjelovanje u aktivnostima koje poboljšavaju radno okruženje, inicijativu u rješavanju problema i slično. Organizacijsko građansko ponašanje može biti korisno za organizaciju jer može dovesti do poboljšanja produktivnosti, smanjenja stresa i poboljšanja radnog ozračja (Robbins, Judge, 2007, 30).

2.2.6. Zadovoljstvo zaposlenika

Zadovoljstvo zaposlenika odnosi se na pozitivne osjećaje i stavove koje zaposlenici imaju prema svom radnom mjestu, radnim zadacima, kolegama i organizaciji općenito. Zadovoljni zaposlenici su skloniji ostanku u organizaciji, manje su skloni apsentizmu i devijantnom ponašanju te su produktivniji (Robbins, Judge, 2007, 30).

2.3. Suvremeni trendovi u organizacijskom ponašanju

Na organizacijsko ponašanje, kao i odnos ljudi prema tvrtkama utječu promjene koje se događaju. Suvremeni trendovi odražavaju promjene u vrijednostima društva, kao i promjene u načinu rada i tehnologiji.

2.3.1. Globalizacija

Globalizacija se odnosi na proces integracije svjetskog gospodarstva, kulture i politike. To uključuje smanjenje prepreka trgovini, komunikaciji i putovanjima između zemalja, što omogućuje organizacijama da posluju na globalnoj razini. Globalizacija je dovela do povećane konkurencije među organizacijama, kao i do promjena u načinu rada i upravljanja (Robbins, Judge, 2007, 15).

2.3.2. Promjene radne snage

Postoje mnoge promjene u radnoj snazi koje utječu na organizacijsko ponašanje. Nekoliko primjera uključuje:

- Starenje radne snage
- Povećana raznolikost radne snage
- Povećana upotreba privremenih radnika
- Smanjenje lojalnosti zaposlenika prema poslodavcima

Ove promjene zahtijevaju prilagodbu organizacija kako bi se osigurala učinkovita komunikacija i suradnja među zaposlenicima, kao i prilagodba na različite stilove rada i komunikacije (Robbins, Judge, 2007, 647).

2.3.3. Novi radni odnosi

Novi radni odnosi uključuju promjene u načinu rada i organiziranja posla. Neki primjeri novih radnih odnosa uključuju:

- Povećana fleksibilnost radnog vremena i lokacije rada

- Povećana upotreba timskog rada i virtualnih timova
- Smanjenje hijerarhijske strukture i povećanje autonomije zaposlenika
- Povećana upotreba privremenih radnika i vanjskih dobavljača

Ove promjene zahtijevaju prilagodbu organizacija kako bi se osigurala učinkovita komunikacija, suradnja i koordinacija među zaposlenicima (Robbins, Judge, 2007, 648).

2.3.4. Informacijske tehnologije

Informacijska tehnologija (IT) igra važnu ulogu u organizacijskom ponašanju. IT se koristi za poboljšanje učinkovitosti i produktivnosti, kao i za poboljšanje komunikacije i suradnje među zaposlenicima. Neki primjeri IT-a uključuju:

- Korištenje računala i softvera za automatizaciju procesa poslovanja
- Korištenje Interneta i društvenih medija za komunikaciju i suradnju
- Korištenje mobilnih uređaja za rad izvan ureda
- Korištenje analitičkih alata za donošenje odluka

IT također može utjecati na organizacijsku kulturu, jer može promijeniti način na koji zaposlenici rade i komuniciraju jedni s drugima (Robbins, Judge, 2007, 668).

2.3.5. Vrijednosti i etika

Vrijednosti i etika su važni aspekti organizacijskog ponašanja. Vrijednosti se odnose na uvjerenja i stavove koje ljudi imaju o tome što je važno u životu, dok se etika odnosi na moralne principe i standarde koji utječu na ponašanje ljudi. U organizacijama, vrijednosti i etika mogu utjecati na kulturu organizacije, kao i na odluke koje donose menadžeri i zaposlenici.

Dizajniranje kulture etičkog glasa može pomoći u promicanju etičkog ponašanja u organizaciji. To uključuje stvaranje okruženja u kojem se zaposlenici osjećaju sigurnim izražavati svoje mišljenje o etičkim problemima bez straha od osвете ili diskriminacije (Robbins, Judge, 2007, 491).

3. Digitalni nomadi

U današnja vremena sve veće globalizacije, sve veće dostupnosti i veće kvalitete ICT usluga, stvaraju se nove usluge i poslovi koje su do nedavno bile ne samo nezamislive, nego i nemoguće. Rad na daljinu je bio moguć samo u vrlo ograničenim strukama i uz složene preduvjete. Danas svjedočimo kako smo u doba pandemije bolesti Covid-19 vrlo veliki spektar poslova uspješno obavljali radeći od kuće zahvaljujući Internetu.

Digitalni nomadi su do samo prije nekoliko godina bili nepoznat pojam široj javnosti. Iako su ekonomske migracije postojale praktično oduvijek i ljudi su putovali za poslom, što trajno, što povremeno, o digitalnim nomadima čitamo tek posljednjih nekoliko godina. Još 1983. godine, Steve Roberts prozvan je digitalnim nomadom u časopisu "Computing Across America", jer je putovao i radio sa svojeg bicikla, (prikazano na slici 1.) no tada je to bio pionirski i avanturistički pothvat koji je zahtijevao puno vještina i stručnosti u savladavanju tehnologije. (Clark, 2021.)

Slika 1 - Steve Roberts, prvi digitalni nomad



Izvor: Nomadicnotes

Prvo dokumentirano korištenje fraze "digitalni nomad" zabilježeno je u knjizi Digital Nomad, koju su napisali Tsugio Makimoto i David Manners, 1997. godine.

"Digitalni nomadi nam govore kako će trenutne i buduće tehnološke mogućnosti, u kombinaciji s našom prirodnom željom za putovanjem, ponovno omogućiti čovječanstvu da živi, radi i postoji u pokretu. To je ono što neki od vodećih svjetskih poslovnih lidera i mislilaca govore o digitalnim nomadima." (Makimoto, Manners, 1997.)

3.1. Nomadizam kao značajka homo sapiensa

Nomadima (grčki nomás, mjesto ispaše) se nazivaju ljudi i društva koji zbog kulturoloških, gospodarskih ili svjetonazorskih razloga nisu prihvatili sjedilački način života. Nomadizam je uvjetovan stočarenjem, lovom i ribolovom - postoje i morski nomadi.

Nomadski način života se odnosi na način života u kojem se ljudi kreću iz jednog mjesta u drugo u potrazi za hranom, vodom i drugim resursima. Nomadizam je bio značajka života mnogih ljudskih zajednica tijekom povijesti, a i danas postoji nekoliko nomadskih zajednica diljem svijeta.

Nomadizam je bio važan za preživljavanje ljudi tijekom povijesti jer su se morali kretati kako bi pronašli hranu i vodu. Nomadi su bili sposobni prilagoditi se različitim uvjetima i okruženjima te su razvili vještine koje su im omogućile da prežive u teškim uvjetima.

Nomadski način života je također igrao važnu ulogu u razvoju ljudske kulture i društva. Nomadske zajednice često su bile otvorene za razmjenu ideja, roba i usluga s drugim zajednicama s kojima su dolazili u kontakt tijekom svojih putovanja. Ovo je doprinijelo širenju znanja, tehnologije i kulture među ljudskim zajednicama.

Iako danas većina ljudi ne živi kao nomadi, nomadizam ostaje važna značajka homo sapiensa jer nas podsjeća na naše korijene kao vrste koja se prilagođava različitim uvjetima i okruženjima.

3.2. Definicija digitalnih nomada

Kako je pojava digitalnih nomada relativno nova, koriste se razni opisi i definicije takvih djelatnosti.

Najraširenija definicija digitalnih nomada, koju navodi i Wikipedija, usvojena je na "Međunarodnoj radionici - Promjena prirode rada", 2018, Australija (6th International Workshop on the Changing Nature of Work CNOW 2018.) i glasi: "Digitalni nomadi su ljudi koji slobodno putuju radeći na daljinu koristeći tehnologiju i Internet". (Schlagwein, 2018.)

Za digitalne nomade nalazimo više definicija koje ih na jednostavan način opisuju, no u suštini razlike u opisu su minimalne, samo je definicija više ili manje birokratska s obzirom na izvor i medij:

- Digitalni nomad može biti osoba (poduzetnik ili zaposlenik) koja svoje poslove obavlja isključivo korištenjem digitalne tehnologije, s tim da je neovisan o standardnoj definiciji radnog mjesta. (Geek, 2023.)
- Digitalni nomad je državljanin treće zemlje koji je zaposlen ili obavlja poslove putem komunikacijske tehnologije za tvrtku ili vlastitu tvrtku koja nije registrirana u Republici Hrvatskoj te ne obavlja poslove niti pruža usluge poslodavcima u Republici Hrvatskoj. (HTZ, 2023.)
- Digitalni nomadi su i ljudi koji koriste tehnologiju kako bi radili izvan tradicionalnog uredskog okruženja. Oni mogu raditi od kuće, iz kafića, iz coworking prostora ili bilo kojeg drugog mjesta koje im omogućuje pristup Internetu i drugim potrebnim alatima za rad. Digitalni nomadi često putuju i rade na daljinu, što im omogućuje da žive i rade gdje god žele.
- Digitalni nomadi su primjer novih radnih odnosa koji se razvijaju u modernom poslovnom svijetu. Oni zahtijevaju fleksibilnost i sposobnost prilagodbe na promjene u okruženju rada.

3.3. Demografske značajke digitalnih nomada – tko su i otkud dolaze?

Digitalni nomadi su ljudi koji svoj posao obavljaju putem Interneta i koji, zbog toga, mogu raditi bilo gdje u svijetu gdje imaju pristup Internetu. Kao takvi, oni mogu biti iz različitih zemalja i kultura. Međutim, postoje neke demografske značajke koje su češće povezane s digitalnim nomadima. Uobičajeno, digitalni nomadi su mladi ljudi u dobi između 25 i 40 godina. Oni su obično visoko obrazovani i vješti u korištenju tehnologije. Mnogi od njih dolaze iz zemalja s visokim standardom života i jakim gospodarstvom, kao što su SAD, Kanada, Velika Britanija, Australija i druge zemlje EU. Međutim, postoje i digitalni nomadi koji dolaze iz drugih dijelova svijeta, kao što su Azija, Južna Amerika i Afrika.

3.4. Pokretački motivi digitalnih nomada

Digitalni nomadi imaju različite pokretačke motive, neki od najčešćih motiva su bolja zarada uz manje troškove, fleksibilnost, neovisnost i želja za putovanjem. Digitalni nomadi često traže načine kako bi uskladili svoj radni život s drugim interesima i aktivnostima koje vole raditi, poput putovanja ili istraživanja novih kultura. Također, mnogi digitalni nomadi žele izbjeći tradicionalne radne uvjete i okruženja te traže načine kako bi stvorili vlastitu radnu rutinu koja im najbolje odgovara. Uz to, digitalni nomadi često imaju specifična znanja i vještine koje mogu primijeniti u svom poslu te žele iskoristiti prednosti koje im pruža rad na daljinu.

Većina ispitanika opisuje proces kao postupno otkrivanje ideje, a ne kao jedan specifičan trenutak. Neki su otkrili digitalni nomadski način života dok su bili na odmoru, dok su drugi iskoristili priliku za rad na daljinu zbog osobnih problema. Unatoč razlikama, svi ispitanici bili su nezadovoljni svojom radnom situacijom i imali su mnogo izvora (vodiča, blogova, vlogova) za prikupljanje informacija o tome kako raditi neovisno o lokaciji.

Temeljno obilježje digitalnih nomada je da oni ne putuju za poslom, nego svoj posao "nose sa sobom" i obavljaju ga s bilo kojeg mjesta koje ima potrebnu infrastrukturu – kvalitetnu internetsku vezu i radni prostor. Uglavnom putuju s vrlo malo prtljage i opreme za rad, a u nekim slučajevima i bez vlastite opreme, nego na destinaciji unajmljuju potrebnu opremu ili koriste lokalne coworking prostore s računalima. Važna im je autonomnost i osjećaj slobode te

fleksibilnost. Prema istraživanju udruge ATTA iz 2021., godine gotovo svi su naveli kao razlog nomadskog načina života mogućnost putovanja, upoznavanje raznih kultura i lokalnog stanovništva. Zараđuju više od prosjeka u svojim djelatnostima, a dodatan izvor prihoda su im često i najamnine za vlastite nekretnine koje iznajmljuju dok putuju. Unatoč raširenom mišljenju da su to informatičari i programeri, digitalni nomadi dolaze iz raznih poslovnih sfera. (ATTA, 2021.)

3.5. Zanimanja digitalnih nomada

Digitalni nomadi često su samostalni poduzetnici ili rade u kreativnim, IT ili marketinškim područjima. Njihov posao uključuje obično online marketing, web dizajn, programiranje, pisanje sadržaja, digitalno savjetovanje, podučavanje putem Interneta i druge slične aktivnosti koje se mogu obavljati na daljinu.

Digitalni nomadi su primjer novih radnih odnosa koji se razvijaju u modernom poslovnom svijetu. Oni zahtijevaju fleksibilnost i sposobnost prilagodbe na promjene u okruženju rada.

Digitalni nomadi mogu obavljati različite vrste poslova koji se mogu obavljati na daljinu putem Interneta. Njihova zanimanja se najčešće baziraju na digitalnim vještinama. U prethodnim istraživanjima navodi se da su digitalni nomadi najčešće pisci i putopisci (17%) te stručnjaci za digitalni marketing i društvene mreže (14%). Programeri, koje se u medijima najčešće spominje u kontekstu digitalnih nomada su zastupljeni tek sa 7%. (ATTA, 2021.)

Neka od najčešćih zanimanja koja su zastupljena u istraživanju udruge ATTA u odnosu na izbor lokacija prema mišljenjima ispitanika te potrebnu ITC infrastrukturu:

- Web dizajner - digitalni nomadi koji su specijalizirani u web dizajnu mogu raditi na različitim projektima za klijente diljem svijeta. Oni se bave stvaranjem vizualnog izgleda web stranica, odabiru fontova, boja, slika i drugih elemenata koji se koriste za izradu web stranica.

- Programer - digitalni nomadi koji su programeri, bave se razvojem softverskih aplikacija, web stranica, igara i drugih digitalnih proizvoda. Oni koriste različite programske jezike i alate kako bi kreirali digitalne proizvode koji su funkcionalni i učinkoviti. Iako za samu narav posla Internet nije pretpostavka, programeri zbog želje da budu u koraku s novim tehnologijama i informacijama biraju isključivo lokacije s brzim Internetom.
- Copywriter - digitalni nomadi koji se bave copywritingom su stručnjaci za pisanje kvalitetnog i privlačnog sadržaja za web stranice, blogove, newslettere, oglase i druge marketinške materijale. Njihov rad uključuje pisanje različitih vrsta sadržaja, od kratkih naslova i oglasa, do dužih tekstova kao što su članci i blogovi.
- Marketinški stručnjak - digitalni nomadi koji se bave digitalnim marketingom pomažu tvrtkama u razvoju i provedbi marketinških strategija, uključujući SEO, PPC oglašavanje, društvene mreže, e-mail marketing i druge marketinške kanale. Njihov posao je da povećaju online prisutnost tvrtki i poboljšaju njihovu vidljivost na Internetu.
- Virtualni asistent - digitalni nomadi koji rade kao virtualni asistenti pružaju administrativnu podršku tvrtkama i pojedincima koji rade na daljinu. Njihov posao uključuje obavljanje različitih administrativnih zadataka, kao što su odgovaranje na e-poštu, organiziranje rasporeda, vođenje evidencije, pripremu dokumenata i druge zadatke koje mogu obavljati na daljinu.
- Online podučavanje - digitalni nomadi koji se bave online podučavanjem pružaju obrazovne usluge putem Interneta. Oni mogu poučavati strane jezike, programiranje, dizajn, marketing ili druge vještine putem Interneta.
- Pisci – za svoj rad niti ne trebaju stalnu internetsku vezu. Dovoljna je povremena mogućnost pristupa Internetu radi slanja svojih radova. Često se duže zadržavaju na pojedinoj lokaciji od ostalih digitalnih nomada.
- Putopisci / Fotografi – poput pisaca trebaju povremen pristup kvalitetnoj internetskoj vezi, no za razliku od pisaca kraće borave na pojedinoj lokaciji. Obično nekoliko dana, a nakon "obrade" lokacije već putuju na novu destinaciju.

- Urednici web portala – za svoj posao preferiraju urbanije destinacije, jer zbog naravi posla tako dolaze do više materijala za objavu. Stabilan mobilni Internet u svako doba im je neophodan zbog mogućnosti trenutnog izvještavanja.
- Administratori web sjedišta i društvenih mreža – Izbor lokacija digitalnih nomada, koji se bave ovim djelatnostima je proizvoljan. Upravljanje web sjedištima i društvenim mrežama zahtijeva stalan pristup Internetu i/ili kvalitetnu mobilnu vezu radi dinamike i promjena sadržaja. Može se obavljati bilo gdje postoji kvalitetna infrastruktura. Social Network Manageri ističu prednost za one lokacije koje imaju razvijene lokalne coworking prostore.
- Influenceri – Influenceri ili promotori su osobe koje monetiziraju vlastiti lik i djelo kroz razne promotivne kampanje. Nekada očitim, a češće prikrivenim oglašivanjem. Stvaraju kvalitetne video sadržaje. Plasiraju ih samostalno putem društvenih mreža ili u sklopu naručenih projekata za neku medijsku kuću. Stalna internetska veza nije im nužna za kreiranje sadržaja, nego za komunikaciju s pratiteljima. U početku pojave influencera sadržaje su radili iz svojih prostora, zbog potrebe za snažnim računalima radi uređivanja video sadržaja. Razvojem brzih mobilnih uređaja i aplikacija za iste, postaje moguće video montažu napraviti i na kvalitetnijem mobitelu te se i autori takvih sadržaja sve više uključuju u trend digitalnog nomadstva.

Osim ovih zanimanja, postoje i druga zanimanja koja digitalni nomadi mogu obavljati putem Internet a, ovisno o njihovim vještinama i stručnosti.

3.6. Odabir destinacije

Digitalni nomadi biraju destinacije na različite načine. Neki od njih biraju destinacije na temelju individualnih kriterija koji se često mijenjaju. Međutim, neki kriteriji su se ponavljali i potvrđuju pretpostavku da digitalni nomadi biraju destinacije više na temelju razmatranja slobodnog vremena nego kriterija zapošljavanja. Dva najčešća kriterija koja su spomenuta su troškovi života i klima. Digitalni nomadi često preferiraju niže troškove života kako bi mogli uživati visok standard života uz manje rada, a također preferiraju destinacije s ugodnom klimom.

Prethodna istraživanja su upućivala da digitalni nomadi odredišta biraju prema vrsti posla koje obavljaju. Zajednički nazivnik svima jest kvalitetna ICT infrastruktura. Uz to kao drugi izbor navode klimu i vremenske prilike te troškove života na lokaciji kao treći najbitniji kriterij. (ATTA, 2021.)

No, netnografskim istraživanjem opisanim u ovom radu, utvrđeno je kako su troškovi života destinacije ključan razlog za odabir boravišta.

Od dodatnih pogodnosti i sadržaja ističu nisku stopu kriminala, komunikativnost lokalnog stanovništva, mogućnost rada u coworking prostorima, ugodnu okolinu, prirodne ljepote te dostupnost online servisa za dostavu (hrana, čišćenje, prijevoz i sl.)

3.7. Svakodnevni život digitalnih nomada

Svakodnevni život digitalnih nomada može se znatno razlikovati ovisno o njihovim osobnim preferencijama, radnom rasporedu i trenutnoj lokaciji. Digitalni nomadi imaju vrlo fleksibilan način života koji se razlikuje od tradicionalnog radnog vremena i okruženja. Digitalni nomadi često rade od kuće, iz kafića, coworking prostora ili bilo kojeg mjesta koje im omogućuje pristup Internet u. Oni su samostalni i neovisni u svom radu te mogu organizirati svoje vrijeme kako god žele. Međutim, digitalni nomadi su također ovisni o jakim zajednicama koje rade na virtualnim mjestima, ali vode do stvarnih osobnih susreta. Digitalni nomadi često putuju i mijenjaju lokacije kako bi istražili nove zemlje i kulture te upoznali nove ljude. Također, digitalni nomadi koriste različite alate za komunikaciju kako bi ostali u kontaktu s obitelji i prijateljima kod kuće. Međutim, život digitalnih nomada nije uvijek lagan. Mogu se suočiti s izazovima kao što su prilagodba na novu kulturu, jezik te lokalne propise i zakone.

3.8. Prepoznavanje prilika

Prije nekoliko godina, zaljubljenik u prirodne ljepote, kulturu i život u Republici Hrvatskoj, Paul Bradbury, vlasnik i urednik web portala total-croatia-network, promovira RH kao poželjnu turističku destinaciju za odmor. Posljednjih nekoliko godina promovira RH kao idealno odredište za digitalne nomade. 3. svibnja 2021. je pokrenuo portal www.total-croatia.com kao

novu digitalnu web platformu, predstavljenu u Dubrovniku, s više od 130 pod stranica koja objedinjuje ključne informacije o hrvatskim destinacijama na 15 svjetskih jezika, uključujući engleski, njemački, francuski, španjolski, talijanski, poljski, japanski, kineski ali i hrvatski, čiju su vrijednost već prepoznale eminentne turističke kompanije u našoj zemlji. (Index,2021.)

1. siječnja 2021. godine na snagu je stupio zakon koji uređuje pitanja Viza i boravka digitalnih nomada u RH. Začetnik inicijative za ovakvom regulacijom jest poznati Nizozemac sa splitskom adresom, Jan de Jong, koji već 15 godina živi u Hrvatskoj. Tijekom pandemije je objavio otvoreno pismo na svojem LinkedIn profilu premijeru RH, koji ga je pozvao na razgovor za samo 44 dana te nakon tog razgovore, tijekom razdoblja od 6 mjeseci promijenjen je Zakon o strancima, Porezni zakon i propisi vezani za mirovinske fondove i zdravstveno osiguranje. Napominje kako je oformio udruhu digitalnih nomada *Digital Nomad Association* (DNA) Croatia u prosincu 2020. godine. Misija udruge DNA Hrvatska je objединiti i služiti, odnosno pomagati u raznim segmentima, digitalnim nomadima koji dolaze u Hrvatsku ili su već u Hrvatskoj. (Poslovniturizam, 2021.)

Hrvatska Turistička Zajednica je u ožujku 2021. godine pokrenula marketinšku kampanju "*Croatia, your new office!*", u sklopu koje je otvoren portal sa sadržajima namijenjenim digitalnim nomadima u kojima se Hrvatska predstavlja kao izvrsna destinacija za njihov rad i boravak. Kao bitne prednosti boravka u RH se ističu:

- Jednostavna komunikacija – engleski se široko govori
- Izvrsna brzina i povezanost Internet a
- Umjerena klima
- Prijateljski ljudi i velika gostoljubivost
- Za za ljubitelja prirode
- Centralno smještena i dobro povezana s drugim europskim čvorištima
- Dostupna visokokvalitetna zdravstvena zaštita

Na istim stranicama su objedinjene sve informacije koje mogu biti od važnosti za planiranje i dolazak u RH:

- Kako definiramo digitalne Nomade?
- Kako se prijaviti za dozvolu za boravak u Digital Nomad statusu?
- Trebam li vizu?
- Trebam vizu, gdje mogu podnijeti zahtjev?
- Koliko dugo mogu ostati u Hrvatskoj s Digital Nomad boravišnom dozvolom?
- Državljanin sam EU; trebam li dozvolu za boravak u Digitalnom Nomadu?
- Zašto bih izabrala Hrvatsku kao svoje udaljeno radno odredište?
- Trebam li plaćati porez u Hrvatskoj?
- Kakav posao mi je dopušteno učiniti s Digital Nomad boravišne dozvole?
- Koju vrstu zdravstvene zaštite trebam?
- Koja vrsta smještajnih mogućnosti je dostupna?
- Koja su najbolja mjesta u Hrvatskoj za rad?
- Kakva je brzina Internet a u Hrvatskoj?
- Mogu li djeca nehrvatskih državljana koja prate nositelja boravišne dozvole Digital Nomad pohađati škole za vrijeme trajanja dozvole (do 12 mjeseci)?
- Gdje drugdje mogu naći dodatne informacije i podršku?

(Lider, HTZ, 2021.)

U Rijeci, osim institucionalnih organizacija, koje se bave turizmom i radom te mogu utjecati na dolazak digitalnih nomada, djeluje i IT zajednica Rijeka, čiji članovi su usmjereni na razvoj poduzetništva vezanog uz ICT tehnologije, kao i one koje gravitiraju njima. Redovno održavaju hibridne konferencije vezane za tu tematiku, koje se pohranjuju za kasniji streaming. Također održavaju i neformalna online druženja "*Tech Čakule*" od kojih je jedna 27. svibnja 2021. godine bila tematski posvećena digitalnim nomadima i nazvana "Digitalni nomadi u Rijeci?" U razgovoru su između ostalih sudjelovali Željka Babić, blogerica i stručnjakinja za marketing i Mateo Starčević Filipović, osnivač i vlasnik "Brightdock d.o.o." digitalne agencije, koji sada žive i rade u Rijeci, ali su kao digitalni nomadi putovali europskim destinacijama. Oni ističu Rijeku kao jednu od boljih destinacija za boravak digitalnih nomada. Rijeka nudi sve ono što digitalni nomadi navode kao bitno, a uz to Rijeka ima izvrstan geografski položaj, odličnu

infrastrukturu i okružena je prirodnim ljepotama od skijališta na Platku do predivnih otoka, kao i Istre. (itzajednicarijeka.com, 2021.)

Za razliku od konkurentskih destinacija atraktivnih digitalnim nomadima, RH je napravila zakonodavni okvir, jasno definirala uvjete boravka, omogućila Vize za boravak te uz sve ostale komparativne prednosti omogućila relativno jednostavno ishodovanje Viza Digitalnog Nomada. Turistička zajednica Hrvatske, kao i regionalne Turističke zajednice na svojim stranicama nude pregledne i jasne informacije o mogućnostima boravka, rada i smještaja, kao i aktivnostima i sadržajima koje mogu provoditi u slobodno vrijeme.

U promociji Hrvatske, kao destinacije za digitalne nomade, uz par istaknutih pojedinaca (Jan de Jong, Paul Bradbury i dr.), koji su aktivno surađivali i s vladom RH u kreiranju zakonodavnih okvira, treba spomenuti brojne IT zajednice koje su na neformalan način, u suradnji s kolegama iz struke Hrvatsku isticali kao poželjno odredište za rad i boravak.

Negativnosti koje digitalni nomadi ističu nakon iskustva boravka u Rijeci je sporost birokracije i loš javni prijevoz, kao i nedostatak više vanjskih i zajedničkih radnih prostora.

Hrvatska, a pogotovu Rijeka, ima niz pogodnosti za privlačenje digitalnih nomada. Pokrivenost Internet om i mobilnom mrežom je odlična, klima je umjerena, a troškovi života su konkurentni. Prirodne ljepote, niska stopu kriminala, dobra prometna povezanost, dobro poznavanje engleskog jezika su dodatne prednosti da se postavimo kao jedna od vodećih destinacija. Uvođenjem 5G generacije interneta te nakon uređenja obale u sklopu rekonstrukcije luke Porto Baroš, Rijeka bi mogla postati još poželjnije odredište.

4. Prethodna istraživanja

Digitalni nomadizam je tema koja privlači sve veću pažnju u prethodnim godinama, tako da je posljednjih godina bilo značajno povećanje istraživanja na tu temu. Samo Google Scholar bilježi više od 3.700 istraživanja na različite teme koje proučavaju pojavu digitalnih nomada. Međutim, rastući broj digitalnih nomada, sve širi spektar poslova kojima se bave, izazovi poput pandemije Covid-19 konstantno utječu na njihove živote i načine rada.

Osim dokumentiranih istraživanja, dodatni izvor informacija o digitalnim nomadima možemo pronaći na specijaliziranim portalima poput hr.com koja se općenito bavi ljudskim potencijalima te na web stranicama poput singapurskog "Nomad List" (nomadlist.com) te "Nomadics Report" (nomadic.report) koji se kontinuirano bavi prikupljanjem i obradom podataka.

Za potrebe ovog rada, za komparaciju s vlastitim istraživanjem korišteno je istraživanje Nomadics Report, a za prikaz globalnog pregleda, zbog reprezentativnijeg uzorka, korišteni su podaci istraživanja Nomad List.

4.1. Istraživanje Nomadics Report

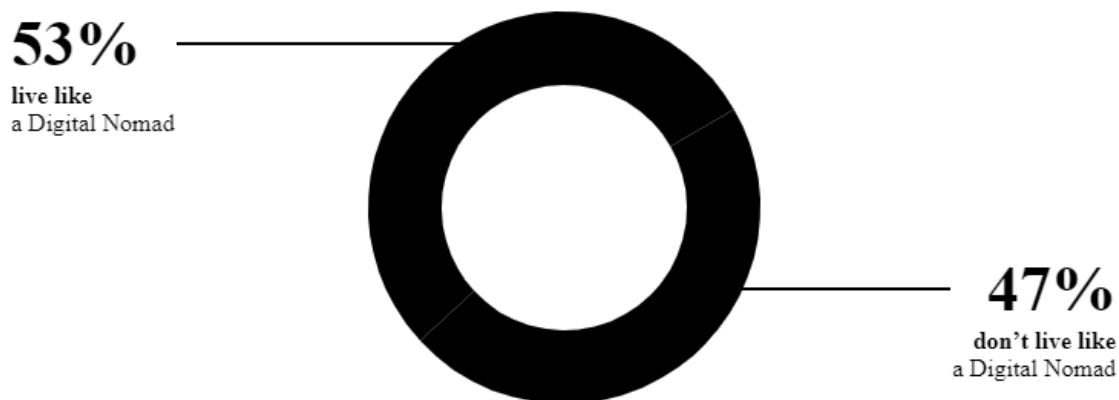
U izvještaju Nomadics Report <https://nomadic.report/survey>, uz prikaz rezultata opsežne ankete o ponašanju digitalnih nomada, je navedeno da dokument pruža korisne informacije o rastućem trendu digitalnih nomada, odnosno ljudi koji rade na daljinu i žive nomadski životni stil. S pouzdanim podacima i uvidima, možete bolje razumjeti ovu zajednicu i izgraditi proizvode i usluge koje će ih podržati. Naglašeno je da se mogu pronaći odgovori na neka pitanja o izazovima s kojima se suočavaju digitalni nomadi, kako uspješno usklađuju posao i slobodno vrijeme tijekom putovanja, kao i koji su novi trendovi u ovoj zajednici i kako se tvrtke mogu prilagoditi njihovim potrebama. U anketi su učestvovala 172 ispitanika od kojih 92 digitalna nomada.

Cilj ankete bio je prikupiti i javno distribuirati informacije o digitalnim nomadima, a s vremenom će se proširiti dodavanjem novih pitanja koja se smatraju važnima. Drugim riječima,

ova anketa je otvorena za nove ideje i sugestije, a njezin sadržaj će se nadopunjavati kako bi se osigurala što potpunija slika o digitalnim nomadima.

4.1.1. Rezultati istraživanja Nomadics Report

Grafikon 1- Koliko ispitanika živi kao digitalni nomadi?



They don't but **want to** live like a Digital Nomad

40%

They **occasionally** live like a Digital Nomad

33%

They **travel non-stop** to live and work from everywhere

20%

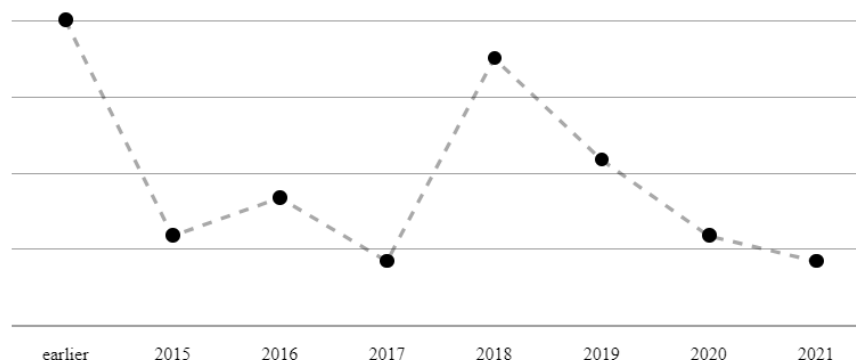
They **don't want to** live like a Digital Nomad

7%

Izvor: Nomadic Report

53% od ukupno 172 ispitanika živi kao digitalni nomadi, što iznosi 92 ispitanika. 47% ne živi kao digitalni nomadi.

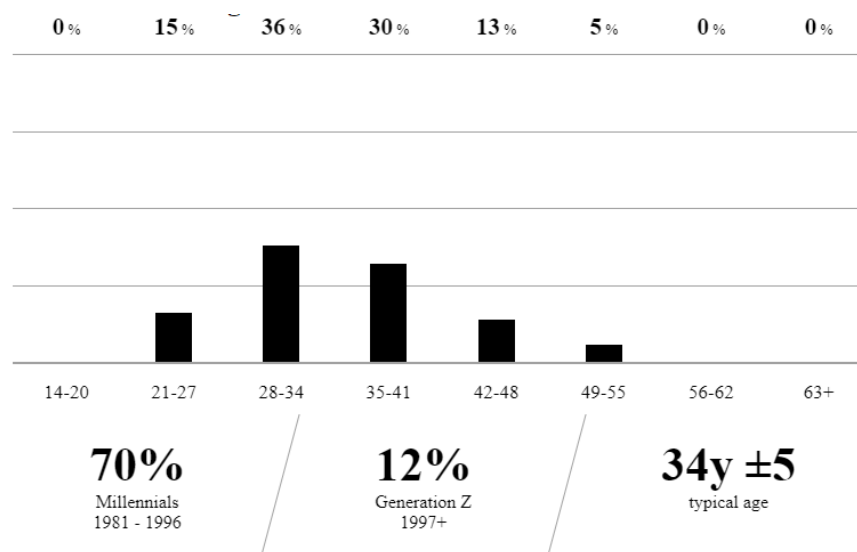
Grafikon 2 - Koje godine su digitalni nomadi započeli svoja putovanja?



Izvor: Nomadic Report

Najveći broj ispitanika je započeo nomadskim načinom života prije 2015. godine, no vidljiv je trend povećanja broja digitalnih nomada 2018. godine.

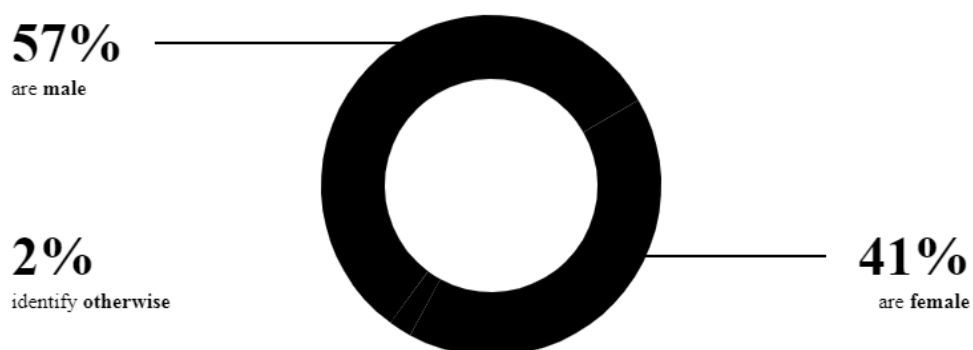
Grafikon 3 - Koliko godina imaju digitalni nomadi?



Izvor: Nomadic Report

Najveći broj ispitanika ima između 28-30 godina (36%) te 35-41 godinu (30%) dok su ostale dobne skupine manje zastupljene.

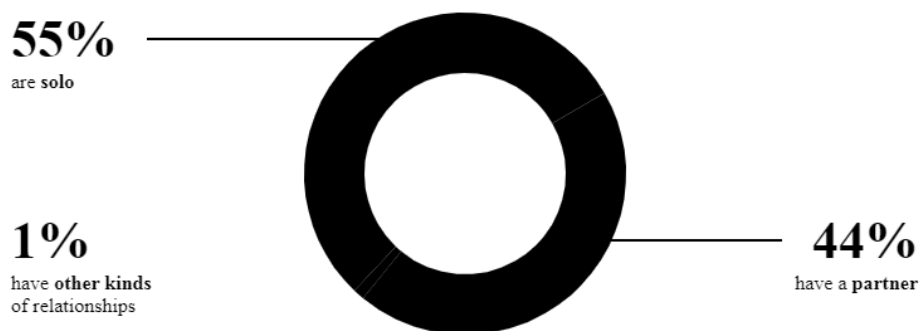
Grafikon 4 - Kojeg su spola digitalni nomadi?



Izvor: Nomadic Report

Prema dostupnim podacima, odgovor je: 57% ispitanika su muškarci, 41% su žene, a 2% se identificira drugačije.

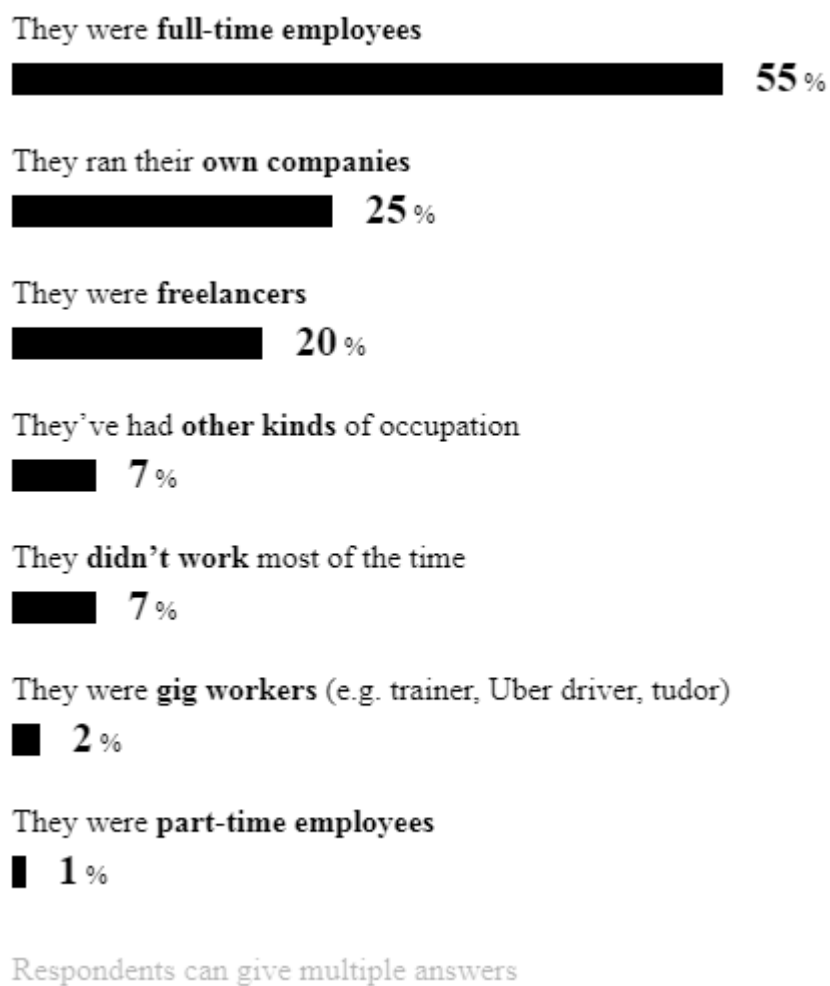
Grafikon 5 - Koliko digitalnih nomada je u vezi?



Izvor: Nomadic Report

Prema dostupnim podacima, 44% ispitanika ima partnera, dok 1% ima neku drugu vrstu veze.

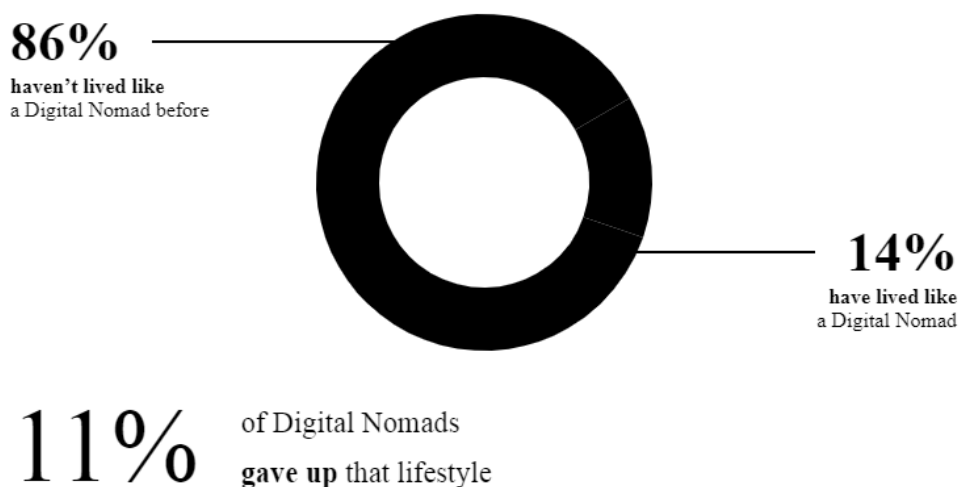
Grafikon 6 - Koje su vrste zanimanja digitalni nomadi obavljali prije početka svojih putovanja?



Izvor: Nomadic Report

55% ispitanika bili su stalno zaposleni, 25% su vodili vlastite tvrtke, 20% su bili slobodni umjetnici, a preostalih 7% je imalo druge vrste zanimanja. Manji postotak ispitanika nije radio većinu vremena je bio povremen zaposlen na puno odnosno nepuno radno vrijeme

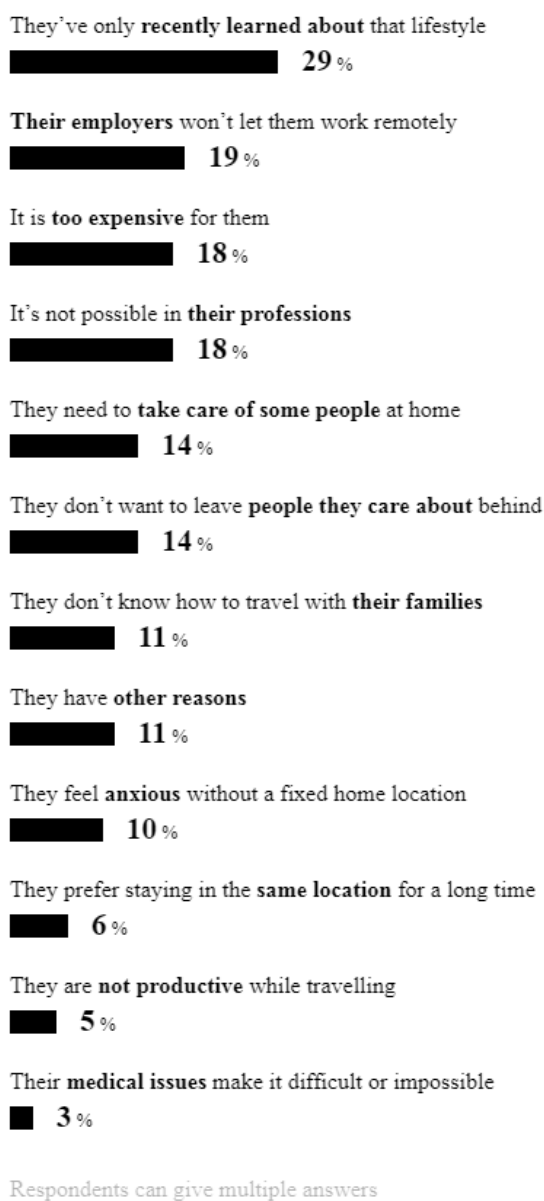
Grafikon 7 - Koliko onih koji ne žive kao digitalni nomadi su to radili ranije u životu?



Izvor: Nomadic Report

14% ispitanika je živjelo kao digitalni nomadi prije, dok 86% nije. 11% ispitanika je odustalo od takvog načina života.

Grafikon 8 - Zašto ljudi ne žive kao digitalni nomadi?

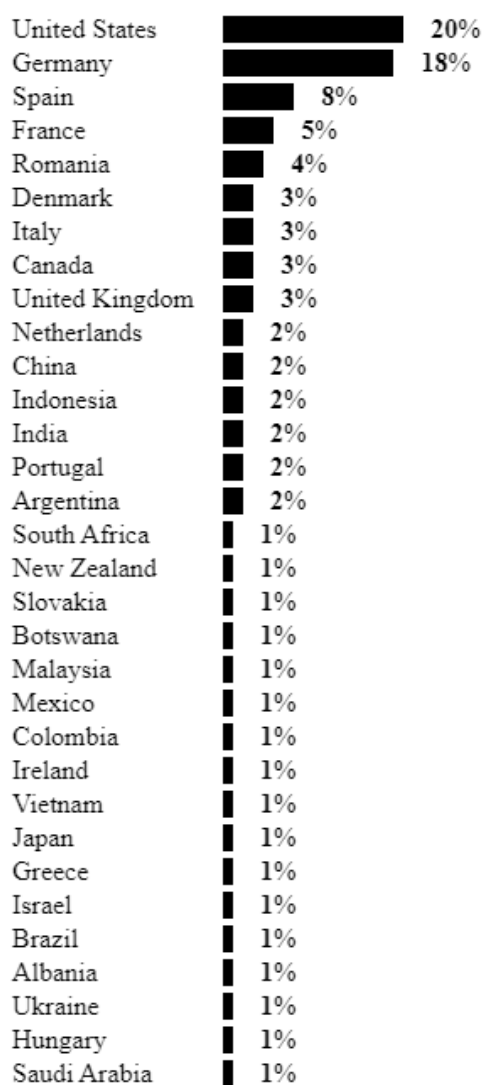


Izvor: Nomadic Report

Najčešći razlozi su: da nisu znali za takvu mogućnost (29%), nedostatak mogućnosti rada na daljinu zbog poslodavca (19%), previsoki troškovi (18%), nemogućnost obavljanja posla u svojoj profesiji (18%), briga o nekim ljudima kod kuće (14%) i želja da ne napuste ljude o kojima

se brinu (14%). Ostali razlozi uključuju nedostatak znanja o putovanju s obitelji, osjećaj anksioznosti bez fiksne lokacije doma, preferiranje boravka na istoj lokaciji duže vrijeme, nedovoljnu produktivnost tijekom putovanja i druge razloge.

Grafikon 9 - U kojim zemljama digitalni nomadi imaju svoje primarno državljanstvo?

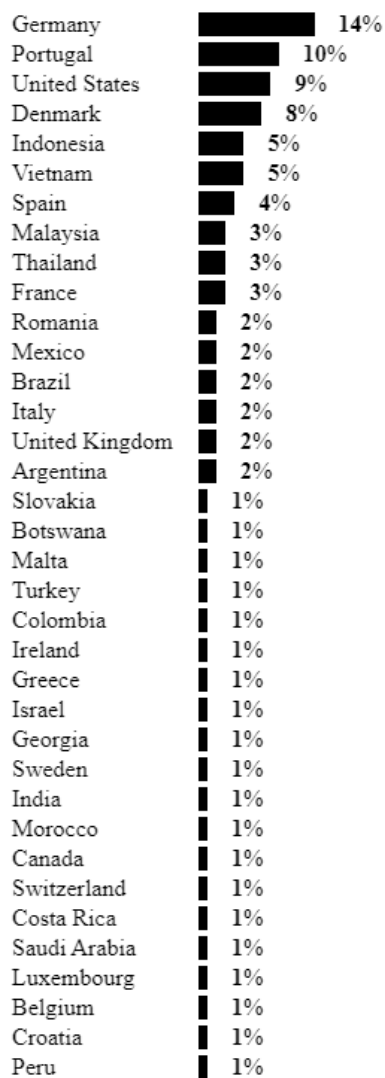


Izvor: Nomadic Report

Najveći broj digitalnih nomada ima primarno državljanstvo SAD-a (20%), Njemačke (18%), Španjolske (8%), Francuske (5%) i Rumunjske (4%). Ostale zemlje s manjim postotkom

digitalnih nomada uključuju Dansku, Italiju, Kanadu, Ujedinjeno Kraljevstvo, Nizozemsku, Kinu, Indoneziju, Indiju i druge.

Grafikon 10 - U kojim zemljama trenutno žive digitalni nomadi?

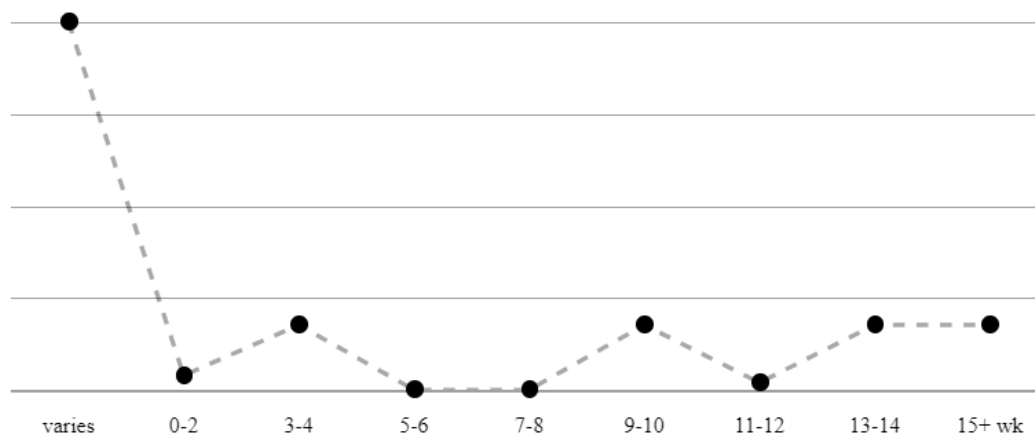


Izvor: Nomadic Report

Najveći broj digitalnih nomada trenutno živi u Njemačkoj (14%), Portugalu (10%), SAD-u (9%), Danskoj (8%) i Indoneziji (5%). Ostale zemlje s manjim postotkom digitalnih nomada

uključuju Vijetnam, Španjolsku, Maleziju, Tajland, Francusku, Rumunjsku, Meksiko, Brazil, Italiju, Ujedinjeno Kraljevstvo i druge.

Grafikon 11 - Koliko tjedana digitalni nomadi obično borave u jednom gradu?



9 ^{±4} weeks Digital Nomads typically stay in each city

Izvor: Nomadic Report

Digitalni nomadi obično borave u jednom gradu oko 9 tjedana (s medijanom od 39 ispitanika i MAD-om od ± 4 , gdje je MAD kratica za "Mean Absolute Deviation" = srednja apsolutna devijacija). Međutim, vrijeme koje digitalni nomadi provode u jednom gradu varira, a neki borave samo nekoliko tjedana dok drugi ostaju više od 15 tjedana.

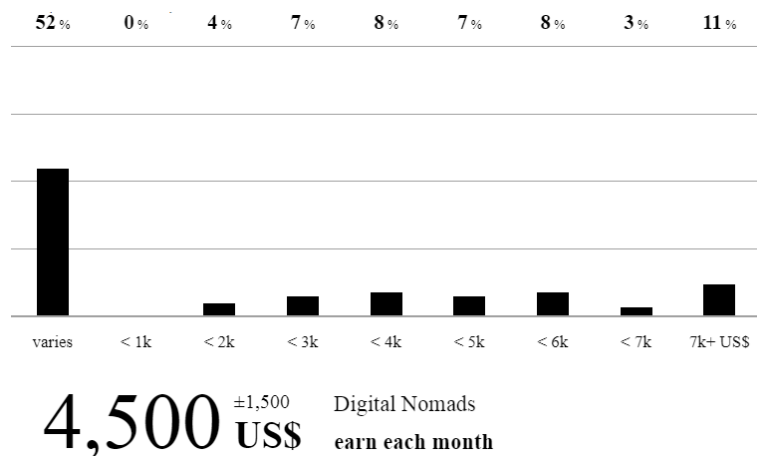
Grafikon 12 - Koji oblik posla imaju digitalni nomadi?



Izvor: Nomadic Report

Najveći postotak (41%) su vlasnici vlastitih tvrtki, dok su 35% freelanceri, 21% su stalno zaposleni, a 8% su djelomično zaposleni. Ostali ispitanici imaju druge vrste zanimanja.

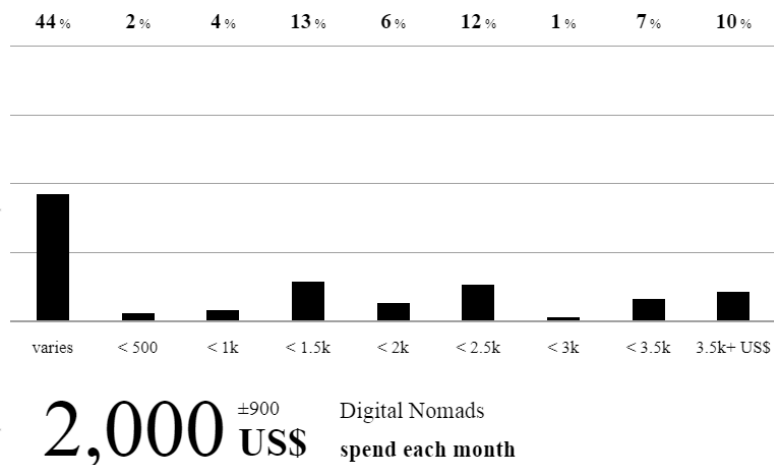
Grafikon 13 - Koliko digitalni nomadi prosječno zarađuju mjesečno (nakon svih poreza)?



Izvor: Nomadic Report

Digitalni nomadi zarađuju različite iznose, a medijan iznosa mjesečne zarade je 4.500 američkih dolara (USD) s MAD-om od ± 1.500 . Međutim, postotak ispitanika koji su naveli svoju mjesečnu zaradu varira, a najveći postotak (11%) navodi da zarađuje više od 7.000 USD mjesečno, 8% zarađuje do 6.000 USD kao i 8% do 4.000 USD mjesečno, po 7% zarađuje i do 5.000 USD te 3000 USD. Najniži iznos primanja je 2.000 USD koje je navelo 4% ispitanika.

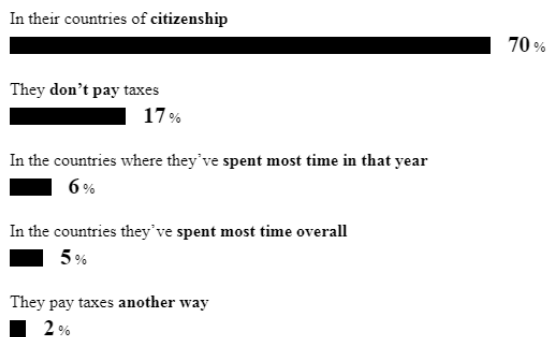
Grafikon 14 - Koliko digitalni nomadi prosječno troše mjesečno?



Izvor: Nomadic Report

Digitalni nomadi troše vrlo različite iznose, a medijan mjesečne potrošnje je 2.000 američkih dolara (USD) s MAD-om od ± 900 . Međutim, postotak ispitanika koji su naveli svoju mjesečnu potrošnju varira, a najveći postotak (44%) navodi da troši manje od 1.500 USD mjesečno.

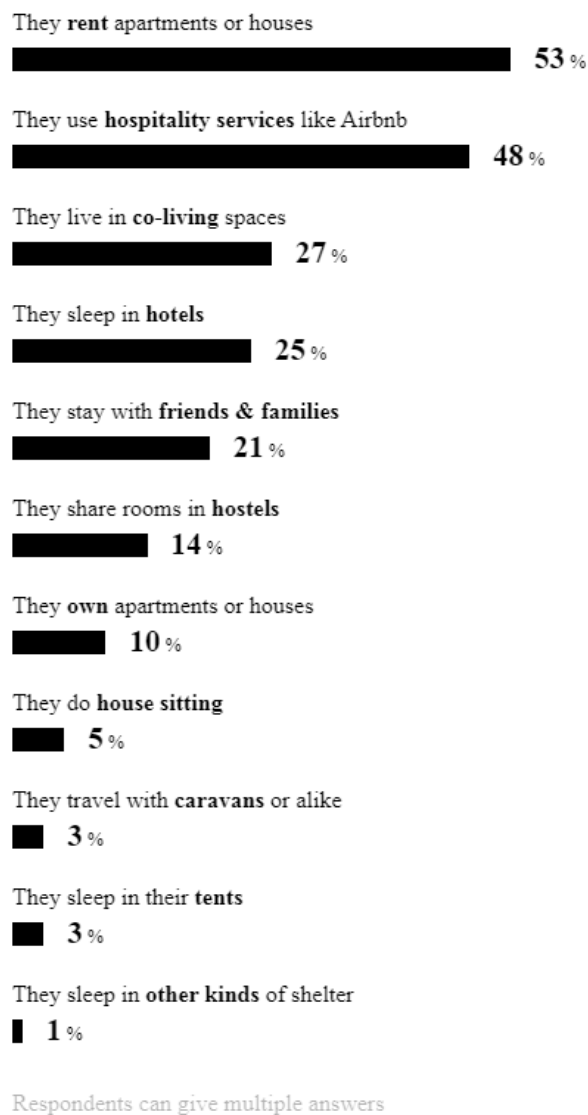
Grafikon 15 - Gdje digitalni nomadi plaćaju poreze?



Izvor: Nomadic Report

Većina digitalnih nomada (70%) plaća poreze u zemlji svojeg državljanstva. Međutim, postoji i postotak ispitanika koji ne plaćaju poreze (17%), kao i onih koji ih plaćaju u zemljama u kojima su proveli najviše vremena te godine (6%), zemljama u kojima su ukupno proveli najviše vremena (5%) ili na drugi način (2%).

Grafikon 16 - Gdje digitalni nomadi spavaju?

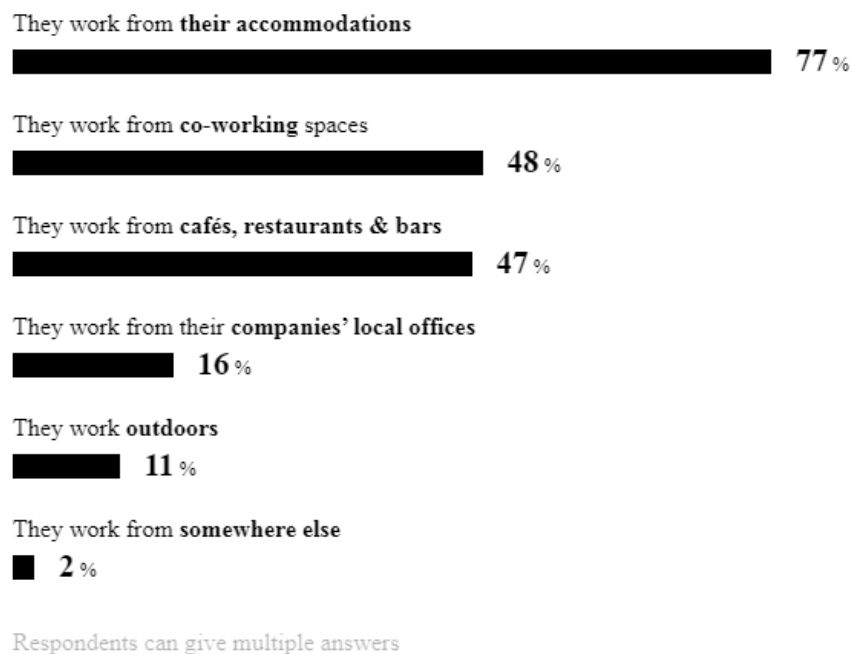


Izvor: Nomadic Report

Najveći postotak (53%) iznajmljuje apartmane ili kuće, dok 48% koristi usluge gostoprimstva poput Airbnb-a. Također, 27% živi u zajedničkim prostorima, 25% spava u hotelima, a 21% boravi kod prijatelja i obitelji. Manji postotak ispitanika spava u hostelima

(14%), posjeduje vlastite apartmane ili kuće (10%), obavlja kućnu njegu (5%), putuje s kampkućicama ili slično (3%) te spava u vlastitim šatorima ili drugim vrstama skloništa (1%).

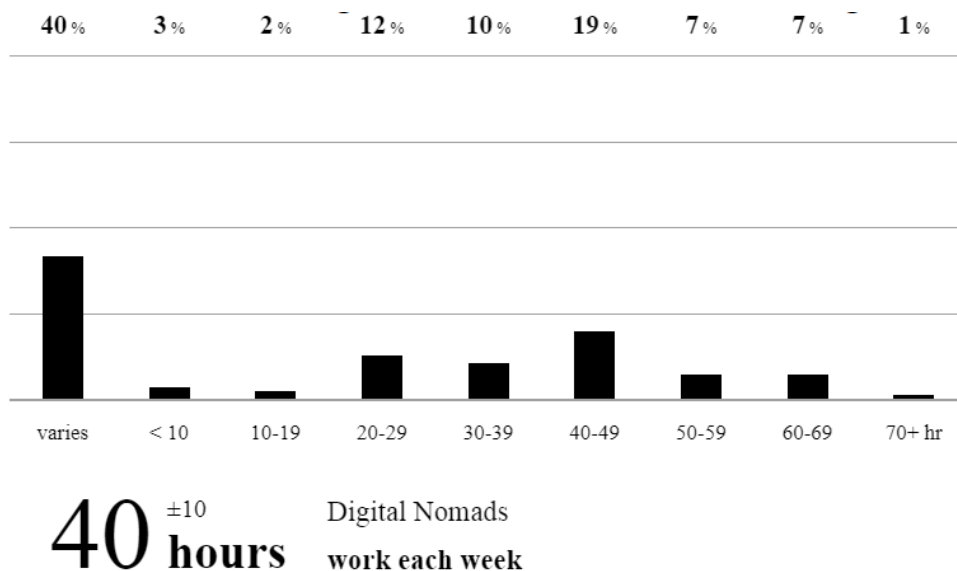
Grafikon 17 - Odakle digitalni nomadi rade?



Izvor: Nomadic Report

Digitalni nomadi za rad koriste kombinaciju različitih mjesta. Najveći postotak (77%) radi iz vlastitog smještaja, (48%) zajedničkih prostora, (47%) iz kafića i barova.

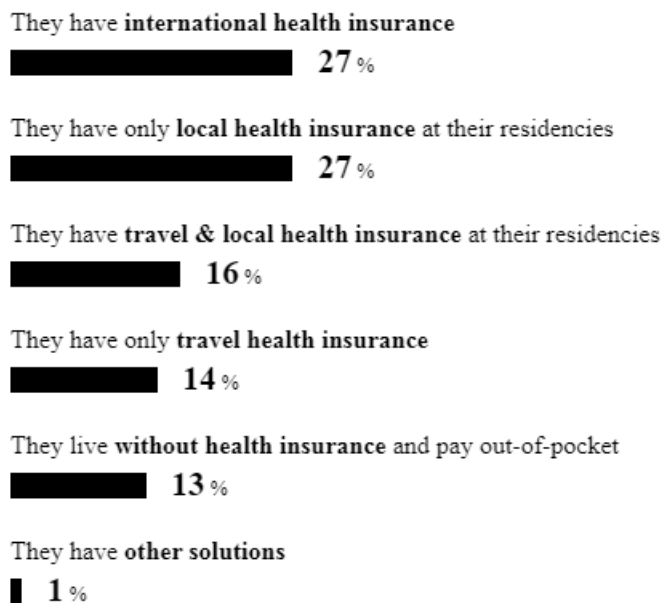
Grafikon 18 - Koliko digitalni nomadi rade u prosjeku tjedno?



Izvor: Nomadic Report

Digitalni nomadi rade u prosjeku 40 sati tjedno s varijacijom od ± 10 sati. Najveći postotak (19%) radi između 40-49 sati tjedno, dok 20-29 sati tjedno radi 10% te 30-39 njih 12%. Međutim, važno je napomenuti da digitalni nomadi rade vrlo različite poslove, s različitih mjesta, pa se radno vrijeme može razlikovati ovisno o njihovoj lokaciji i vrsti posla koju obavljaju.

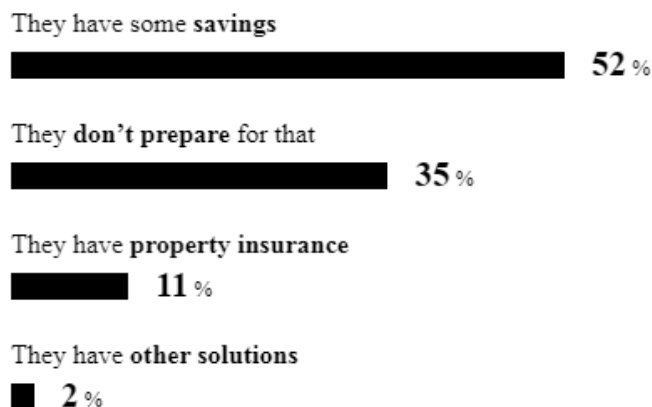
Grafikon 19 - Kako digitalni nomadi pokrivaju medicinske troškove?



Izvor: Nomadic Report

27% digitalnih nomada ima međunarodno zdravstveno osiguranje, 27% ima samo lokalno zdravstveno osiguranje na svojim boravištima, 16% ima putno i lokalno zdravstveno osiguranje na svojim boravištima, 14% ima samo putno zdravstveno osiguranje, a 13% živi bez zdravstvenog osiguranja i plaća iz vlastitog džepa. Također, manji postotak digitalnih nomada ima druge rješenja za pokrivanje medicinskih troškova (1%). Važno je napomenuti da ovi podaci odražavaju iskustva samo određenog broja ispitanika i da se mogu razlikovati ovisno o pojedinačnim okolnostima.

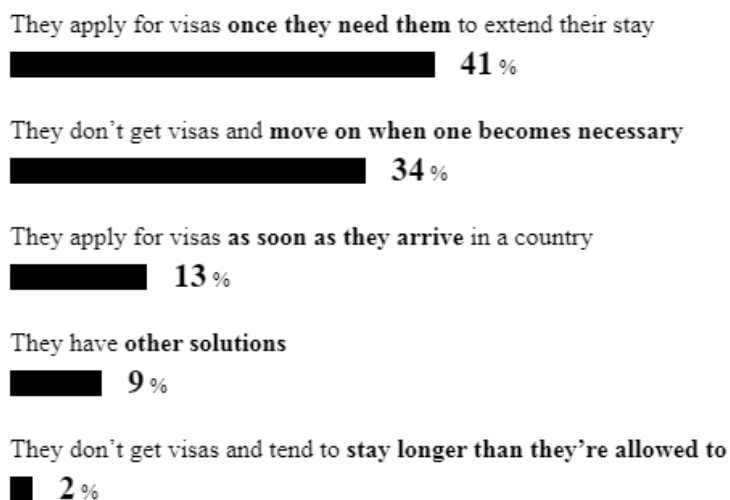
Grafikon 20 - Kako se digitalni nomadi pripremaju za skupe gubitke (nenadane troškove)?



Izvor: Nomadic Report

52% digitalnih nomada ima nešto uštedevine, 35% se ne priprema za to, 11% ima osiguranje imovine, a manji postotak digitalnih nomada ima druge načine pripreme za nenadane troškove (2%). Važno je napomenuti da ovi podaci odražavaju iskustva samo određenog broja ispitanika i da se mogu razlikovati ovisno o pojedinačnim okolnostima. Izraz skupi gubici "expensive losses" se koristi za opisivanje situacija u kojima gubitak ili šteta ima značajan financijski ili materijalni utjecaj. Ovaj termin se često koristi u kontekstu osiguranja, financija i upravljanja rizicima.

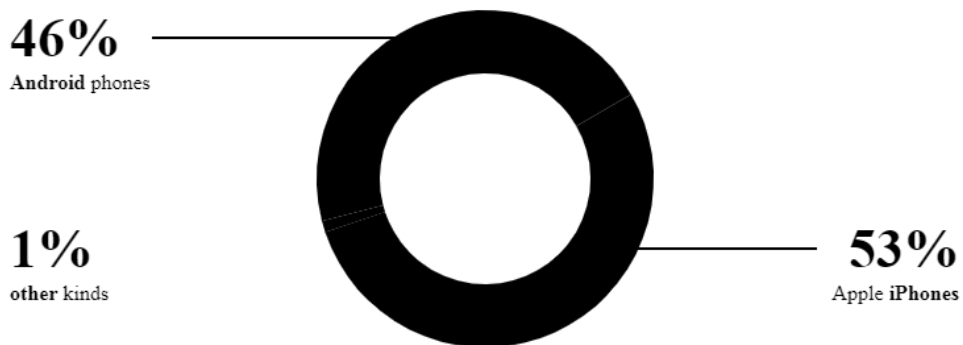
Grafikon 21 - Kada digitalni nomadi apliciraju za vizu?



Izvor: Nomadic Report

Prema dostupnim podacima, 41% digitalnih nomada podnosi zahtjev za vizu kada im je potrebna kako bi produžili svoj boravak, 34% ne dobiva vizu i odlazi kada postane neophodno, 13% podnosi zahtjev za vizu odmah po dolasku u zemlju, a 9% ima druge načine rješavanja ovog pitanja. Također, mali postotak (2%) ne podnosi zahtjev za vizu, iako borave dulje nego što je dozvoljeno.

Grafikon 22 - Koje vrste pametnih telefona koriste digitalni nomadi?



Izvor: Nomadic Report

53% digitalnih nomada koristi Apple iPhone, 46% koristi Android telefone, a mali postotak koristi druge vrste pametnih telefona (1%).

4.1.2. Tumačenje Nomadics Report istraživanja

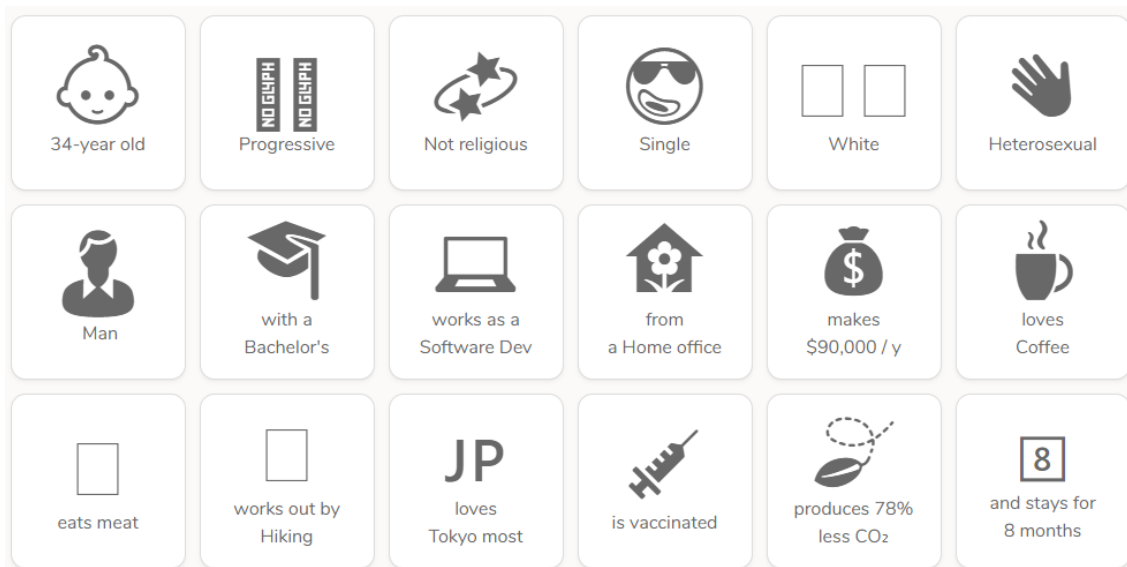
Iako je promatrani uzorak reprezentativan te postoji značajan uzorak ispitanika koji nisu digitalni nomadi, treba obratiti pažnju da su podaci za istraživanje prikupljeni na specijaliziranoj stranici, za koju je malo vjerojatno da će ju posjetiti osoba koja sama nije ili nije čula za digitalno nomadstvo. Iz ovog istraživanja možemo dobiti uvid u presjek populacije, no teško je izvoditi zaključke temeljene na samo jednom istraživanju, jednom metodom. Ipak, može poslužiti kao početna točka i referenca za daljnja istraživanja.

4.2. Istraživanje The 2023 State of Digital Nomads – Nomad List

Nomad List je online platforma koja pruža informacije o destinacijama za digitalne nomade. Na platformi se nalaze informacije o troškovima života, kvaliteti života, klimi, sigurnosti i drugim faktorima koji su važni za digitalne nomade pri odabiru destinacije. Također, Nomad List omogućuje korisnicima da se povežu s drugim digitalnim nomadima i pronađu zajednice i događaje u određenim destinacijama. Nomad List također nudi plaćeno članstvo koje omogućuje pristup dodatnim značajkama poput detaljnijih informacija o destinacijama i mogućnosti povezivanja s drugim članovima zajednice. Na platformi je implementiran live chat na kojemu sudjeluju tisuće digitalnih nomada i onih koji se zanimaju za takav oblik rada.

Istraživanje pod nazivom "The 2023 State of Digital Nomads - Who is the average nomad?" provedeno je nad n=29,522 ispitanika. Da bismo dobili širu sliku fenomena digitalnog nomadizma, prikazat ćemo detaljno iste ili bliske statističke podatke prethodnom istraživanju te one koji su značajni za ovaj rad te mogu pomoći u razumijevanju ponašanja digitalnih nomada.

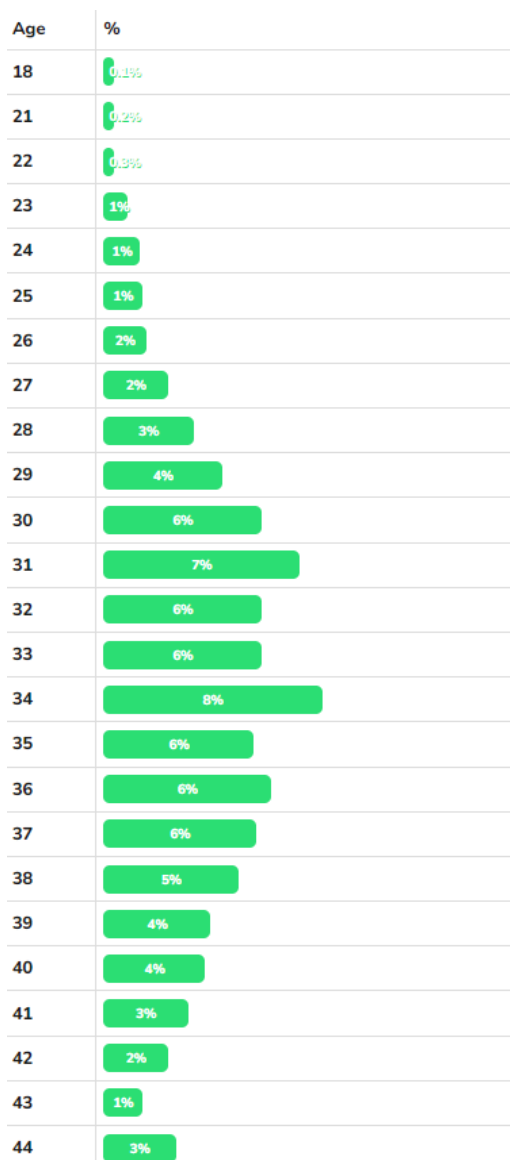
Slika 2 - Prosječan DN



Izvor: Nomad List.

4.2.1. Rezultati istraživanja Nomad List

Grafikon 23 - Koliko godina imaju digitalni nomadi?



Izvor: Nomad List

Digitalni nomadi u prosjeku imaju 34 godine, što je i najveći postotak (8%), Najmlađi imaju 18 godina, a najstariji anketirani 44 godine.

Grafikon 24 - Kojeg su spola digitalni nomadi?

| Gender | % |
|---------|-----|
| 👤 Men | 51% |
| 👩 Women | 48% |
| ☐ Other | 1% |

Digitalni nomadi su statistički podjednako zastupljeni po spolu. Muških digitalnih nomada ima 3% više nego ženskih.

Izvor: Nomad List

Grafikon 25 - Koliko digitalnih nomada je u vezi?

| Relationship | % |
|---------------------|-----|
| 👤 Single | 65% |
| 👩 In a relationship | 35% |

Izvor: Nomad List

65% digitalnih nomada su samci, dok je 35% njih u nekom obliku veze.

Grafikon 26 - U kojim zemljama digitalni nomadi imaju svoje primarno državljanstvo?

| # | Country | People | % |
|----|-------------------|------------|-----|
| 1 | us United States | 26,111,136 | 48% |
| 2 | gb United Kingdom | 4,030,661 | 7% |
| 3 | ru Russia | 2,719,393 | 5% |
| 4 | ca Canada | 2,436,278 | 4% |
| 5 | de Germany | 1,989,254 | 4% |
| 6 | fr France | 1,649,020 | 3% |
| 7 | au Australia | 1,219,381 | 2% |
| 8 | br Brazil | 1,199,513 | 2% |
| 9 | nl Netherlands | 963,584 | 2% |
| 10 | es Spain | 864,245 | 2% |
| 11 | in India | 720,204 | 1% |
| 12 | ua Ukraine | 680,469 | 1% |
| 13 | pl Poland | 600,998 | 1% |
| 14 | it Italy | 581,130 | 1% |
| 15 | ch Switzerland | 504,143 | 1% |
| 16 | at Austria | 451,990 | 1% |
| 17 | se Sweden | 360,102 | 1% |
| 18 | ie Ireland | 340,235 | 1% |
| 19 | il Israel | 325,334 | 1% |
| 20 | cz Czechia | 283,115 | 1% |
| 21 | tr Turkey | 280,631 | 1% |
| 22 | be Belgium | 280,631 | 1% |
| 23 | jp Japan | 273,181 | 0% |
| 24 | kr South Korea | 268,214 | 0% |
| 25 | za South Africa | 260,764 | 0% |
| 26 | sg Singapore | 258,280 | 0% |

Izvor: Nomad List

Gotovo polovina ispitanika (48%) u ovom istraživanju je odgovorilo da su državljani SAD. S obzirom da je kod drugih istraživanja raspodjela ravnomjernija moguća je pristranost uzorkovanja (sampling bias) s obzirom na korisnike ovog portala koji su odgovarali u anketi.

Grafikon 27 - Koliko vremena digitalni nomadi borave u jednom gradu?

| Duration | % |
|--------------|--------------------|
| < 7 days | 46% |
| 7 - 30 days | 33% |
| 30 - 90 days | 14% |
| 90+ days | 6% |
| Average | 68 days (2 months) |
| Median | 7 days |

Izvor: Nomad List

Digitalni nomadi najčešće borave do 7 dana u jednom gradu (46%). Do 30 dana u jednom gradu boravi njih 33%, dok ih se između 30 i 90 dana na jednom mjestu zadržava 14%. 6% ih boravi duže od 90 dana. Prosjek iznosi 68 dana što upućuje da se digitalnim nomadima izjašnjavaju i oni skloniji dugotrajnom boravku na jednom mjestu.

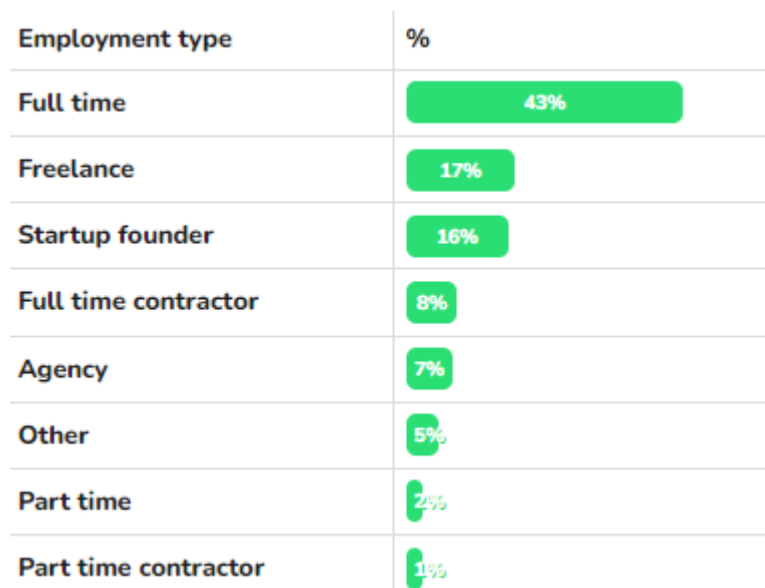
Grafikon 28 – Što rade digitalni nomadi?

| # | Work | % | vs. women | # | Work | % | vs. men |
|----|---------------------|-----|-----------|----|---------------------|-----|---------|
| 1 | 👨‍💻 Software Dev | 34% | +226% | 1 | 📢 Marketing | 16% | +4% |
| 2 | 💻 Web Dev | 29% | +228% | 2 | 👨‍💻 Creative | 16% | +23% |
| 3 | 👨‍💻 Startup Founder | 28% | +124% | 3 | 👨‍💻 Startup Founder | 12% | -55% |
| 4 | 📢 Marketing | 15% | -4% | 4 | 👨‍💻 Software Dev | 10% | -69% |
| 5 | 🏢 SaaS | 13% | +169% | 5 | 💻 Web Dev | 9% | -70% |
| 6 | 👨‍💻 Creative | 13% | -19% | 6 | 👨‍💻 UI/UX Design | 9% | -28% |
| 7 | 👨‍💻 UI/UX Design | 12% | +39% | 7 | 📝 Blogging | 8% | +28% |
| 8 | 👨‍💻 Product Manager | 12% | +63% | 8 | 👨‍💻 Community | 8% | +29% |
| 9 | 👨‍💻 Crypto | 11% | +235% | 9 | 👨‍💻 Education | 8% | +20% |
| 10 | 📱 Mobile Dev | 11% | +320% | 10 | 👨‍💻 Product Manager | 7% | -39% |
| 11 | 📊 Data | 11% | +97% | 11 | 👨‍💻 Coach | 7% | +25% |
| 12 | 👨‍💻 Finance | 10% | +118% | 12 | 📊 Data | 5% | -49% |
| 13 | 👨‍💻 Ecommerce | 9% | +89% | 13 | 🏢 SaaS | 5% | -63% |
| 14 | 👨‍💻 Sales | 7% | +68% | 14 | 👨‍💻 Ecommerce | 5% | -47% |
| 15 | 📝 Blogging | 7% | -22% | 15 | 👨‍💻 Finance | 4% | -54% |

Izvor: Nomad List

Digitalni nomadi najčešće rade u IT sektoru (63%) i to pretežito muškarci. Slijede marketinške i kreativne industrije (32%), pretežito žene. Treba imati u vidu da digitalni nomadi često rade više različitih poslova ili ih povremeno mijenjaju, pa nam ovaj podatak može poslužiti samo kao okvir kod proučavanja njihovih drugih aktivnosti i ponašanja.

Grafikon 29 – Koji oblik posla imaju digitalni nomadi?



Izvor: Nomad List

Digitalni nomadi su najčešće stalno zaposleni (43%). Ostali oblici zaposlenja su upola manje zastupljeni.

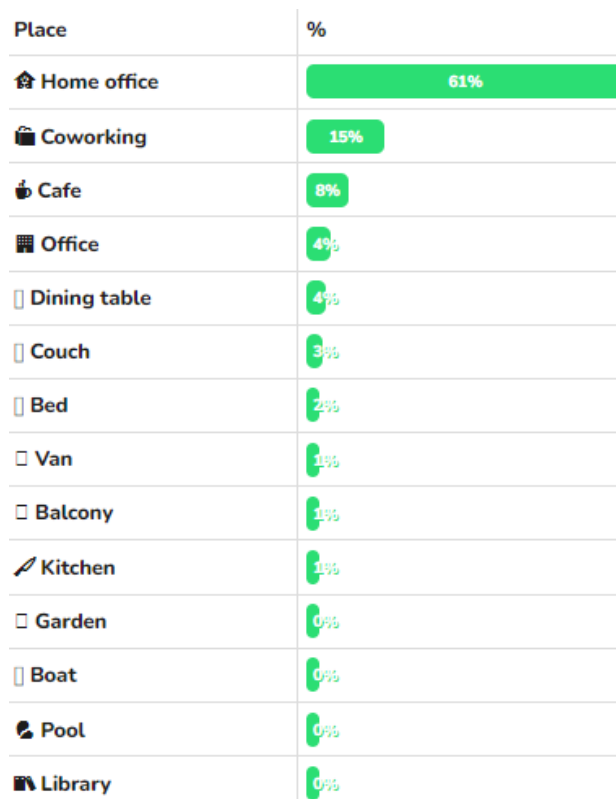
Grafikon 30 - Koliko digitalni nomadi prosječno zarađuju godišnje?

| | |
|---------------------|---------------|
| < \$25k / y | 6% |
| \$25k - \$50k / y | 15% |
| \$50k - \$100k / y | 34% |
| \$100k - \$250k / y | 36% |
| > \$250k - \$1M / y | 8% |
| > \$1M / y | 2% |
| Average | \$123,651 / y |
| Median | \$90,000 / y |

Izvor: Nomad List

Najčešća prosječna bruto zarada digitalnih nomada po ovom istraživanju iznosi između 100.000 USD i 250.000 USD godišnje (36%) te 50.000 USD i 100.000 USD godišnje (34%). Što ukupno čini 70% ispitanika. pa nam ovaj podatak može poslužiti samo kao okvir za buduća istraživanja. Grafikon pokazuje normalnu statističku distribuciju.

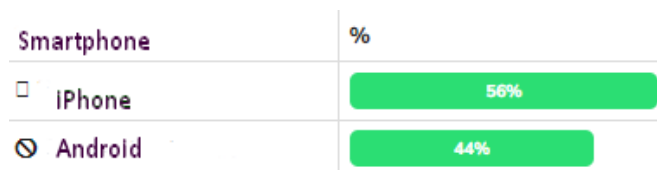
Grafikon 31 - Odakle digitalni nomadi rade?



Izvor: Nomad List

Digitalni nomadi najčešće rade iz kućnog ureda u svom smještaju (61%). No ne rade isključivo s jednog mjesta. Rad kombiniraju s radom na drugim mjestima prikazanim u gornjoj tablici.

Grafikon 32 - Koje vrste pametnih telefona koriste digitalni nomadi?



Izvor: Nomad List

Android uređaji su manje zastupljeni (44%) od iPhone pametnih telefona (56%).

4.2.2. Tumačenje Nomad List istraživanja

Promatrani uzorak ispitanika u Nomad List istraživanju je izuzetno velik, no treba imati u vidu da se akumulirao godinama te da možda ne odražava pravu sliku digitalnih nomada i njihovom ponašanju. Može nam poslužiti kao korektor u razumijevanju drugih istraživanja ponašanja digitalnih nomada te biti referenca za buduća istraživanja.

4.3. Presjek prethodnih istraživanja

U prethodno promatranim istraživanja nalazimo značajna statistička podudaranja. U oba istraživanja prosječan digitalni nomad je muškarac, 34 godine star, zarađuje oko 4.000 USD, boravi u iznajmljenom smještaju odakle najčešće i radi četrdesetak sati tjedno. Zaposlen je puno radno vrijeme, a često radi više poslova za više različitih poslodavaca. Najčešće vrijeme boravka na jednoj destinaciji varira. Iduće najčešće vrijeme boravka je do tjedan dana u oba promatrana istraživanja. Treba obratiti pažnju da kod različitih pitanja na kojima postoji odgovor "ostalo" postoji značajan postotak njih koji su tako odgovarali te iako postoje statistička preklapanja, vjerojatne su i razlike te znatnija odstupanja. Nažalost, ne postoje podaci grupirani po državama iz kojih digitalni nomadi dolaze i njihova korelacija s državama u kojima trenutno borave.

4.4. Statistički podaci

Prema statistici zahtjeva za privremeni boravak u svrhu boravka digitalnih nomad, Državnog zavoda za statistiku od 01 .01. 2022. do 31 .12. 2023. godine Vizu za boravak kao digitalni nomadi su zatražile 1223 osobe, a odobreno ih je 731, što čini 60%. (DZS, 2023.)

U sljedećoj tablici možemo vidjeti da najveći broj zahtjeva za Vize dolazi iz područja vezanih za agresiju Rusije na Ukrajinu, stoga možemo pretpostaviti da je program digital nomad viza koriste i izbjeglice iz tih zemalja.

Tabela 1 - Zahtjevi za vize DZS

| DRŽAVA | PODNESENO | ODOBRENO | OBUSTAVA | ODBIJENO |
|------------------------|-----------|----------|----------|----------|
| RUSIJA | 457 | 284 | 27 | 6 |
| UKRAJINA | 317 | 234 | 36 | 6 |
| SAD | 144 | 73 | 19 | 7 |
| VELIKA BRITANIJA | 68 | 33 | 20 | 4 |
| KANADA | 29 | 12 | 5 | 4 |
| AUSTRALIJA | 18 | 10 | 3 | 1 |
| KINA | 18 | 7 | 1 | |
| ARGENTINA | 16 | 9 | 2 | |
| BJELORUSIJA | 14 | 8 | | 1 |
| ČILE | 12 | 4 | 3 | |
| INDIJA | 11 | 2 | 3 | 1 |
| IZRAEL | 9 | 4 | 2 | |
| KOLUMBIJA | 9 | 6 | | |
| BRAZIL | 7 | 2 | 1 | |
| SRBIJA | 7 | 6 | | |
| PAKISTAN | 6 | | | 2 |
| BOSNA I HERCEGOVINA | 5 | 4 | | |
| IRAN | 5 | 3 | 1 | |
| JAPAN | 5 | 2 | 1 | |
| JUŽ. AFRIČKA REPUBLIKA | 5 | 3 | 1 | 1 |
| MEKSIKO | 5 | 3 | | 2 |
| EGIPAT | 4 | 1 | | |
| NIGERIJA | 4 | | | |
| TURSKA | 4 | 3 | 1 | |
| ALŽIR | 3 | | 2 | 1 |
| MAROKO | 3 | 1 | | |
| SJEVERNA MAKEDONIJA | 3 | 2 | 1 | |
| BANGLADEŠ | 2 | | | |
| GRUZIJA | 2 | 1 | | |
| KOREJA | 2 | 1 | | |
| MALEZIJA | 2 | 1 | 1 | |
| PERU | 2 | 1 | 1 | |
| SINGAPUR | 2 | 2 | | |
| ŠRI LANKA | 2 | | 1 | |
| VENEZUELA | 2 | 1 | | |
| ZIMBABVE | 2 | | | |
| AZERBAJDŽAN | 1 | | | |
| BOLIVIJA | 1 | | | |
| DOMINIKANSKA REPUBLIKA | 1 | | | |
| FILIPINI | 1 | | | 1 |
| GANA | 1 | 1 | | |
| JORDAN | 1 | | 1 | |
| KAZAKSTAN | 1 | | | |
| KIRGISTAN | 1 | | | |
| KOSTARIKA | 1 | | | |
| KUVAJT | 1 | | | |
| MOLDOVA | 1 | 1 | | |
| NOVI ZELAND | 1 | 1 | | |
| PANAMA | 1 | 1 | | |
| PARAGVAJ | 1 | 1 | | |
| SIRIJA | 1 | 1 | | |
| SUDAN | 1 | 1 | | |
| TAJLAND | 1 | 1 | | |

Izvor: DZS

5. Temeljna obilježja digitalnih nomada u Republici Hrvatskoj

Imajući u vidu da Republika Hrvatska postaje sve atraktivnije odredište za boravak digitalnih nomada, a iz prethodnih istraživanja nije moguće prepoznati temeljna obilježja onih koji borave u Republici hrvatskoj, u ovom radu ćemo ih prikazati.

5.1. Cilj istraživanja

Svrha ovog rada podijeljena u dva segmenta. Prvi cilj je stjecanje boljeg razumijevanja što je digitalni nomadizam i propitivanje motivacija i vrijednosti radnika koji slijede ovaj radni trend. Drugi cilj je upotreba ovog stečenog razumijevanja za analizu implikacija digitalnog nomadizma na potrebe i očekivanja radne snage sutrašnjice. Ukratko, svrha ovog rada je istražiti fenomen digitalnih nomada, razumjeti njihov način života i rada te analizirati utjecaj digitalnog nomadizma na budućnost rada u Republici Hrvatskoj i društva općenito.

5.2. Metodologija istraživanja

Ovaj rad predstavlja rezultat proučavanja literature, korištenje sekundarnih izvora prethodno provedenih istraživanja te anketiranja digitalnih nomada putem online ankete i razgovora uživo kako bi se ispunili ciljevi završnog rada. Prilikom toga su korištene znanstvene metode: metode anketiranja, metode analiziranja, statističke metode, matematičke metode, polustrukturirani intervjui i netnografska analiza.

Da bi se dobila potpunija slika, istraživanje je rađeno korištenjem više metoda. Korištene su metode anketiranja, polustrukturiranog intervjua te netnografska analiza.

Anketiranje je izvedeno u formi Google forms obrasca, koji je podijeljen putem društvenih mreža Facebook, Twitter i LinkedIn te su ispitanici zamoljeni da pristupe anketiranju samo ako borave ili su boravili u Republici Hrvatskoj. Anketna pitanja su preuzeta s prethodnog istraživanja, predstavljenog u poglavlju 4.1., da bi se ustanovile sličnosti i razlike u ponašanju digitalnih nomada u vremenskom rasponu te ponašanja digitalnih nomada koji borave u

Republici Hrvatskoj u odnosu na globalne digitalne nomade. Za obradu je korišten Google Forms.

Polustrukturirani intervju je intervju u kojem se koristi kombinacija unaprijed definiranih pitanja i otvorenih pitanja. U ovom intervjuu, istražitelj ima neke osnovne teme ili pitanja koje želi pokriti tijekom intervjuja, ali dopušta ispitaniku da detaljnije odgovara na pitanja i iznosi svoje mišljenje. Polustrukturirani intervju daje ispitaniku veću slobodu u davanju odgovora i omogućuje istražitelju da istraži određene teme detaljnije nego što bi bilo moguće u strukturiranom intervjuu. Iako postoji određena razina strukture u ovom intervjuu, istražitelj može postavljati otvorena pitanja koja se razlikuju od ispitanika do ispitanika. To omogućuje istražitelju da iskoristi prednosti otvorenih pitanja u razumijevanju stajališta ispitanika i potencijalno otkrije nove aspekte fenomena koji se istražuje. Ovaj oblik intervjuja idealan je za dobivanje dubljeg razumijevanja različitih stajališta i perspektiva ispitanika na istu temu. Intervjui su vođeni u coworking prostoru "RiHUB" u Rijeci, sa 7 digitalnih nomada koji su boravili u Rijeci u travnju, 2023. godine te s 8 digitalnih nomada putem Zoom platforme.

Netnografska analiza se odnosi na metodologiju u nastajanju koja je korištena, a koja uključuje istraživače koji se uranjaju u okoliš – baš kao što etnografski istraživači ponekad rade u afričkim selima – radi promatranja "dubokog zarona" u temu. Promatrani su stotine internetskih razgovora radi prepoznavanja tema, osjećaja i shvaćanja na popularnoj stranici za razgovore digitalnih nomada <https://nomadlist.com/chat>, na Facebook grupama koje se bave temama važnim digitalnim nomadima, kao i na Redditu, na kanalu: <https://www.reddit.com/r/digitalnomad/>. Reddit je internetska platforma koja funkcionira kao mreža foruma i zajednica na kojoj korisnici mogu dijeliti, raspravljati i komentirati razne teme. Korisnici mogu stvarati "postove" u obliku tekstualnih poruka, slika ili poveznica te ih objavljivati u određenim podredditima (subredditima) koji su posvećeni određenim temama. Ostali korisnici mogu komentirati postove, izražavati svoja mišljenja i stavove.

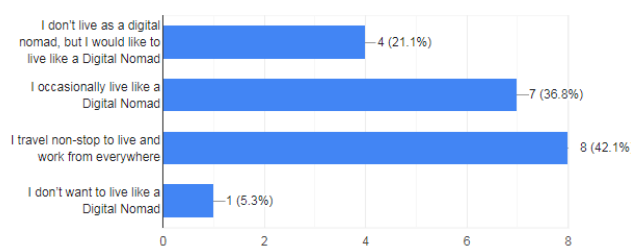
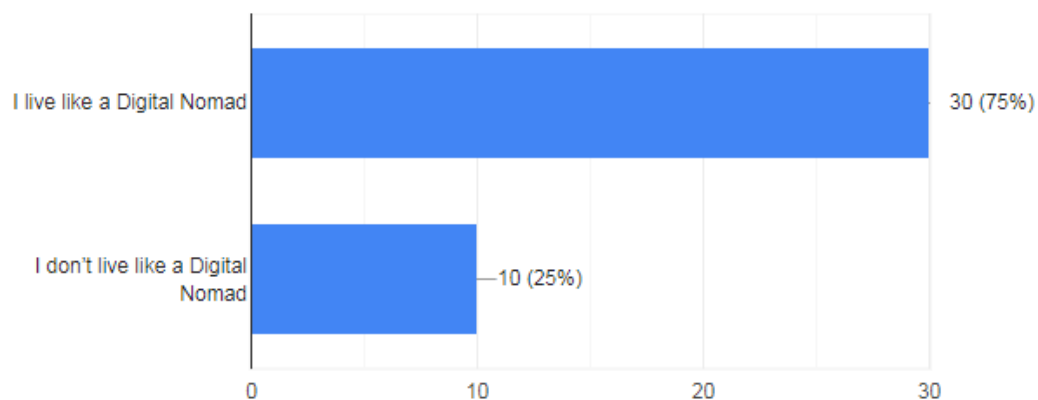
5.3. Rezultati istraživanja

Rezultati istraživanja su prikazani za svako istraživanje posebno.

5.3.1. Anketa

Kako je navedeno, anketna pitanja su preuzeta s prethodnog istraživanja Nomadics Report-a da bismo usporedili navike i ponašanje digitalnih nomada koji borave u Republici Hrvatskoj s globalnim prosjekom populacije digitalnih nomada. Provedena je od 13.03. do 13.05.2023. godine. Anketa je napisana na engleskom jeziku jer većina ispitanika ne govori hrvatski jezik. Istraživanje napravljeno anketiranjem prikazuje sljedeće:

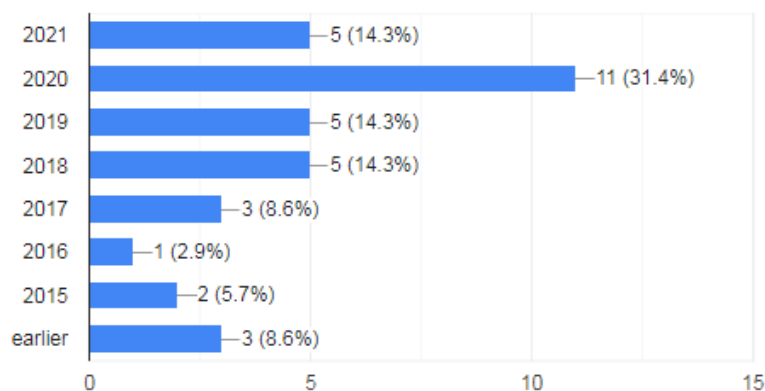
Grafikon 33 - Koliko ispitanika živi kao digitalni nomadi?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

75% od ukupno 40 ispitanika živi kao digitalni nomadi. 25% ispitanika ne živi kao digitalni nomadi.

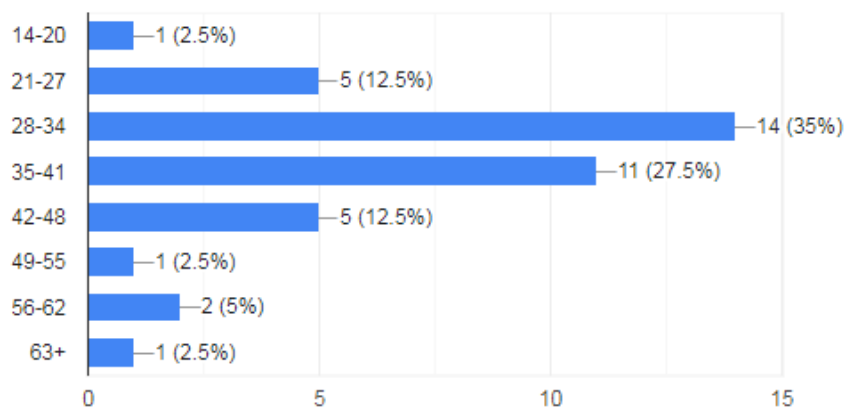
Grafikon 34 - Koje godine su digitalni nomadi započeli svoja putovanja?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

Najveći broj ispitanika je započeo nomadskim načinom života 2020. godine (31%), dok su 2018., 2019. i 2021. godine njih 14% postali digitalni nomadi. Ostali su započeli ranije.

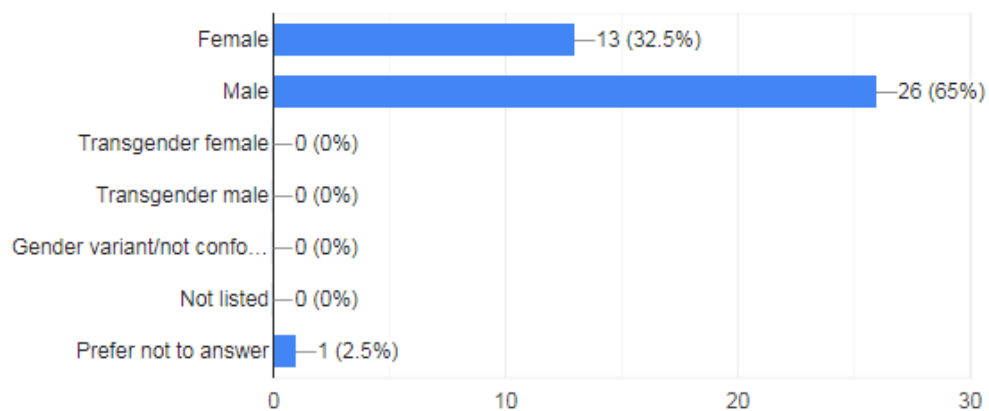
Grafikon 35 - Koliko godina imaju digitalni nomadi?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

Najveći broj ispitanika ima između 28-34 godine (35%) te 35-41 godinu (27%) dok su ostale dobne skupine manje zastupljene.

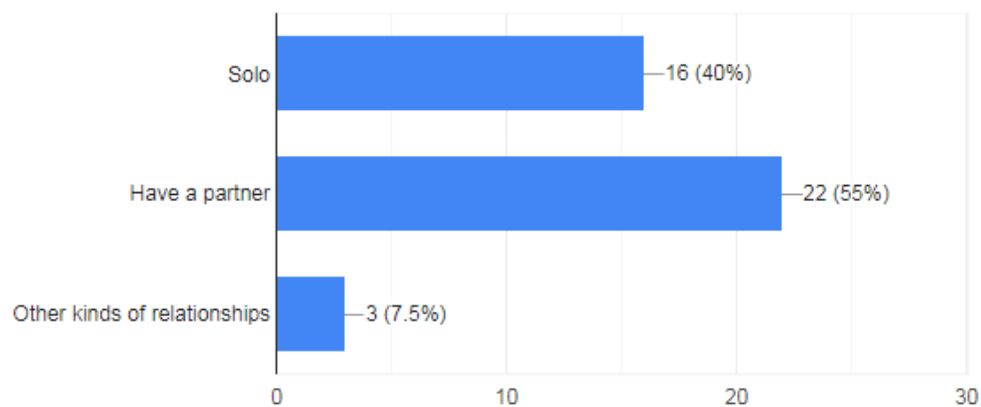
Grafikon 36 - Kojeg su spola digitalni nomadi?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

65% ispitanika su muškarci, 32% su žene, a jedna osoba se identificira drugačije.

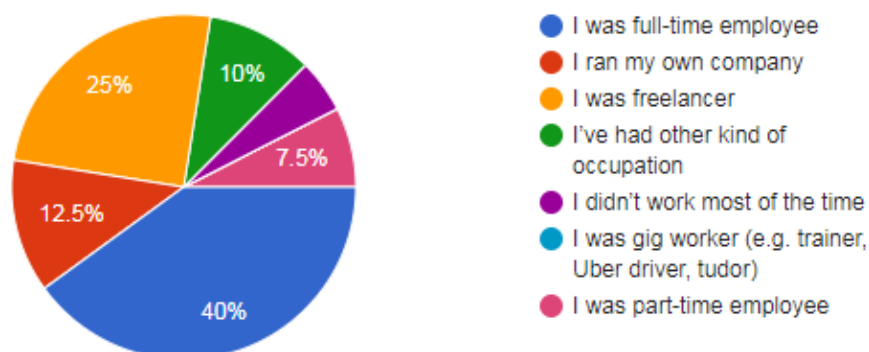
Grafikon 37 - Koliko digitalnih nomada je u vezi?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

55% ispitanika ima partnera, 40% su samci, dok 3% ima neku drugu vrstu veze.

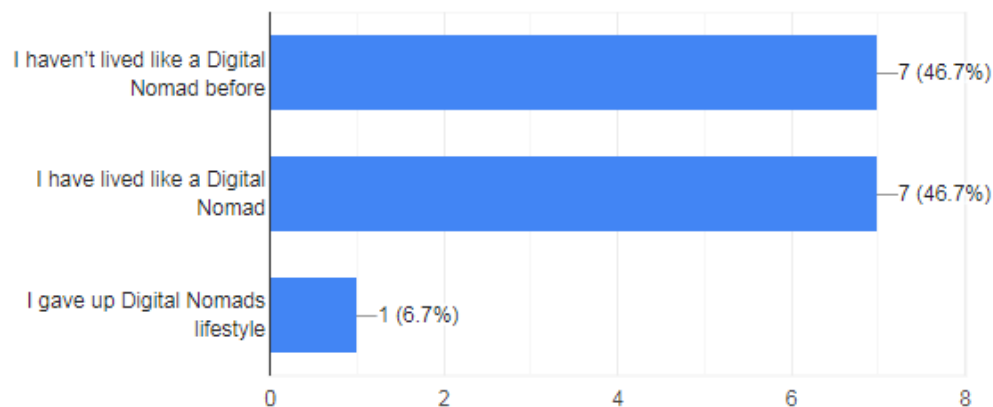
Grafikon 38 - Koje su vrste zanimanja digitalni nomadi obavljali prije početka svojih putovanja?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

40% ispitanika bili su stalno zaposleni, 12% su vodili vlastite tvrtke, 25% su bili slobodni umjetnici, a preostali su imali druge vrste zanimanja. Manji postotak ispitanika nije radio većinu vremena ili je povremeno radio.

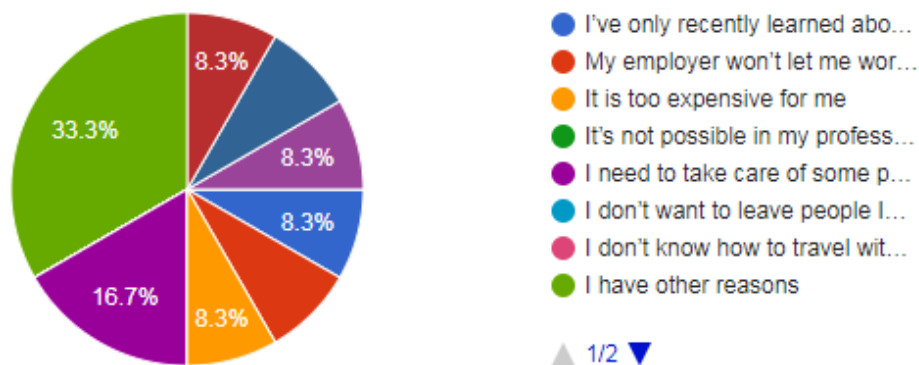
Grafikon 39 - Koliko onih koji ne žive kao digitalni nomadi su to radili ranije u životu?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

Polovina ispitanika je živjelo kao digitalni nomadi prije, polovina nije, dok je jedan ispitanik (6%) odustao od takvog načina života.

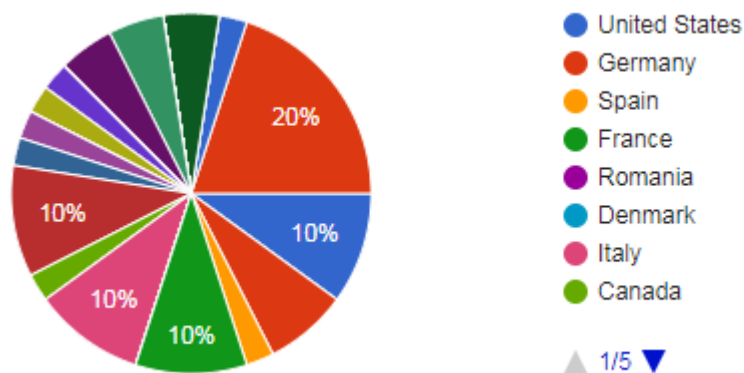
Grafikon 40 - Zašto ljudi ne žive kao digitalni nomadi?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

Najčešći razlog zašto ispitanici (12) ne žive kao digitalni nomadi je da imaju nekoga o kome se moraju brinuti (2). Ostali ispitanici imaju druge razloge.

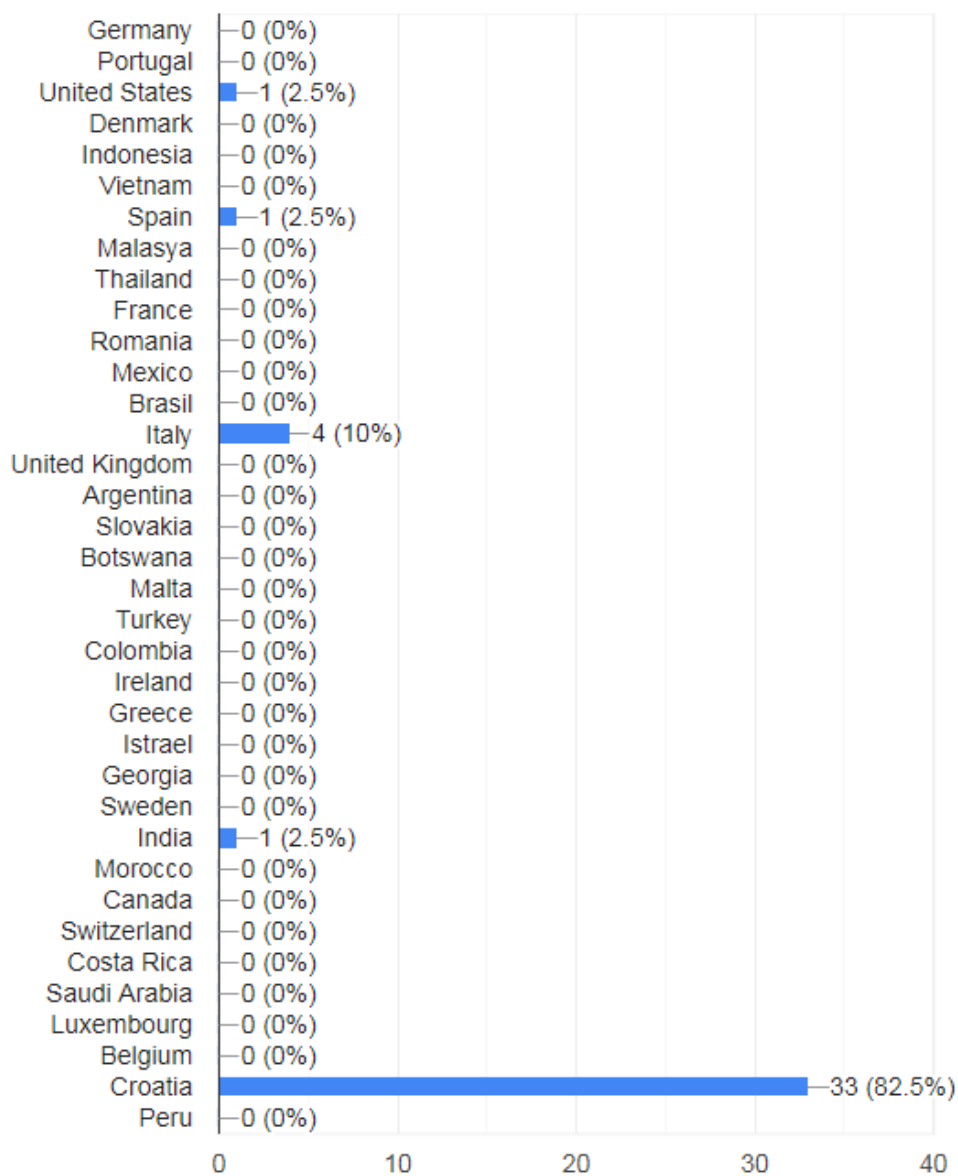
Grafikon 41 - U kojim zemljama digitalni nomadi imaju svoje primarno državljanstvo?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

Najveći broj digitalnih nomada ima primarno državljanstvo Njemačke (20%), a državljanstvo Italije, Francuske, Ujedinjenog Kraljevstva i SAD-a ima po 10%.

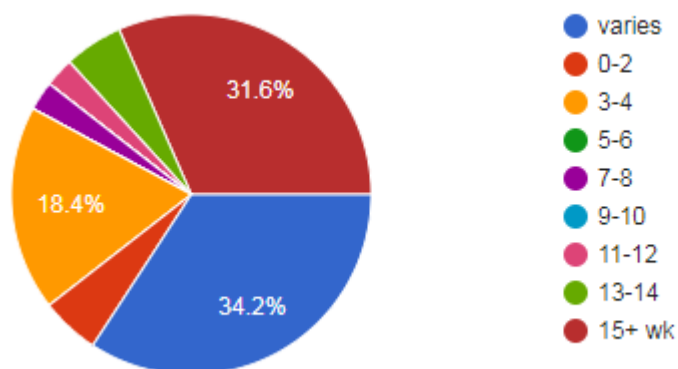
Grafikon 42 - U kojim zemljama trenutno žive digitalni nomadi?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

Najveći broj digitalnih nomada trenutno živi u Hrvatskoj (82%), 10% u Italiji, a po jedan živi u SAD-u, Španjolskoj i Indiji.

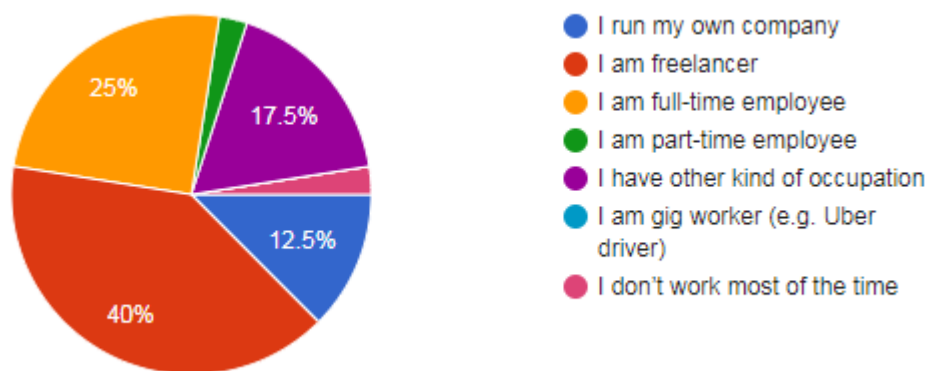
Grafikon 43 - Koliko tjedana digitalni nomadi obično borave u jednom gradu?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

Vrijeme koje digitalni nomadi provode u jednom gradu najčešće varira (34%), neki borave i duže od 15 tjedana (31%), dok 18% njih u jednom gradu boravi 3-4 dana.

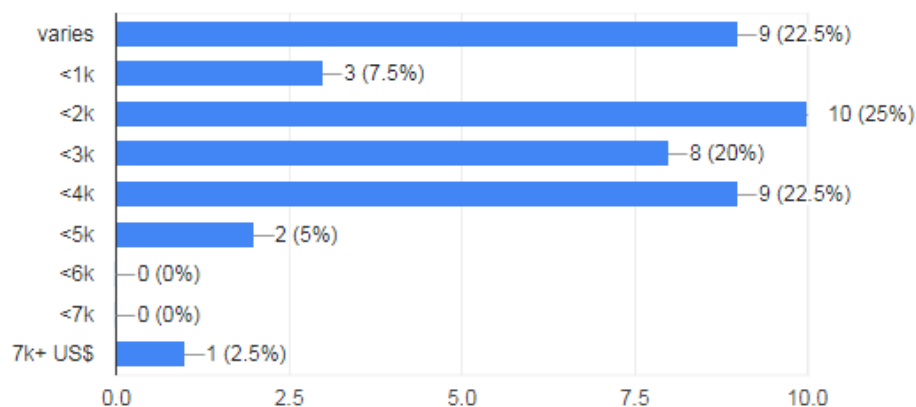
Grafikon 44 - Koji oblik posla imaju digitalni nomadi?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

Najveći postotak (40%) su freelanceri, 25% su stalno zaposleni, a 12% imaju svoj posao. Ostali ispitanici imaju druge vrste zanimanja

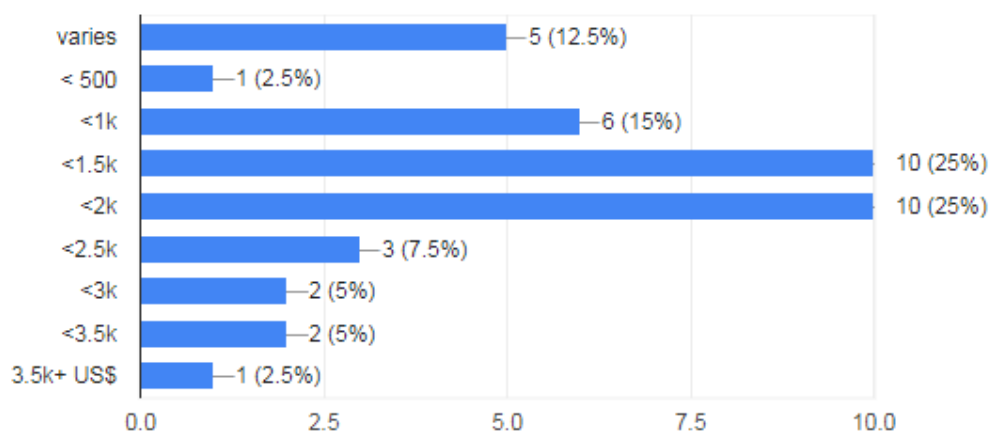
Grafikon 45 - Koliko digitalni nomadi prosječno zarađuju mjesečno (nakon svih poreza)?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

Digitalni nomadi zarađuju različite iznose. Četvrtina mjesečna primanja variraju. Samo jedan zarađuje više od 7.000 USD, ostali zarađuju manje od 5.000 USD. Iznosi su iskazani u USD zbog jednostavnije komparacije s prethodnim istraživanjima.

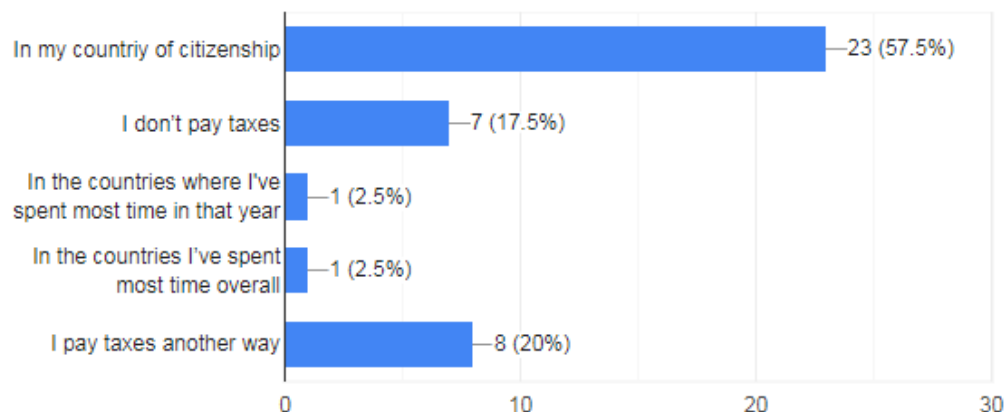
Grafikon 46 - Koliko digitalni nomadi prosječno troše mjesečno?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

Digitalni nomadi troše vrlo različite iznose. 55% navodi da troši između 1.000 USD i 2.000 USD. Prosječna potrošnja je 1.805 USD, a medijan iznosi 1.750 USD.

Grafikon 47 - Gdje digitalni nomadi plaćaju poreze?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

Većina digitalnih nomada (57%) plaća poreze u zemlji svojeg državljanstva. Međutim, postoji i postotak ispitanika koji ne plaćaju poreze (17%), kao i onih koji ih plaćaju na drugi način (20%).

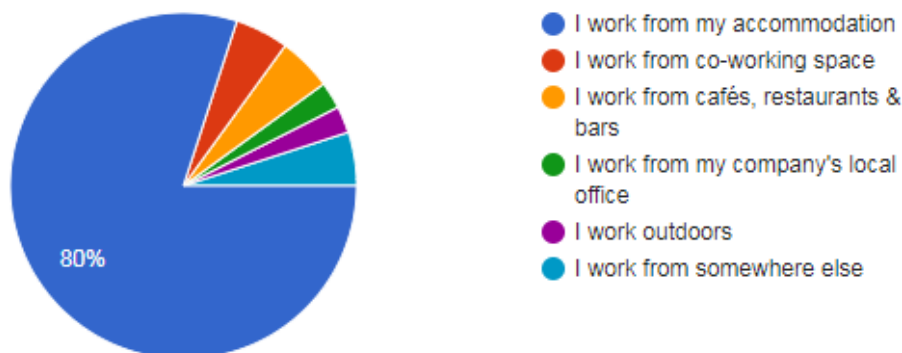
Grafikon 48 - Gdje digitalni nomadi spavaju?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

Najveći postotak (57%) iznajmljuje apartmane ili kuće, dok 15% koristi usluge poput Airbnb-a. Također, a 10% boravi kod prijatelja i obitelji. Manji postotak ispitanika spava u hostelima, posjeduje vlastite apartmane ili kuće.

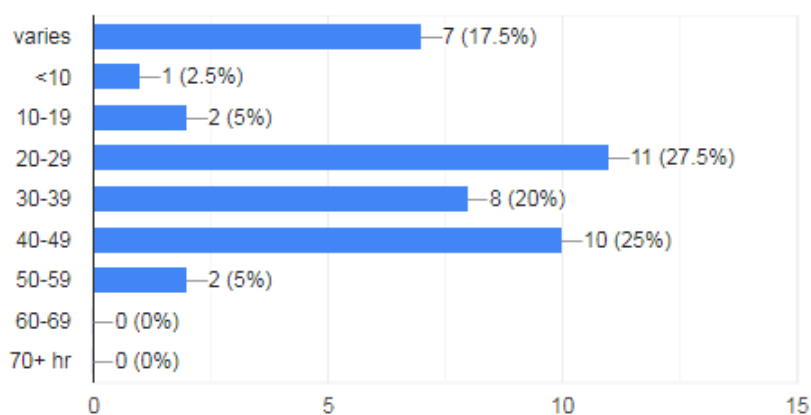
Grafikon 49 - Odakle digitalni nomadi rade?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

Digitalni nomadi za rad koriste kombinaciju različitih mjesta. Najveći postotak (80%) radi iz vlastitog smještaja, (5%) zajedničkih prostora, (5%) iz kafića i barova.

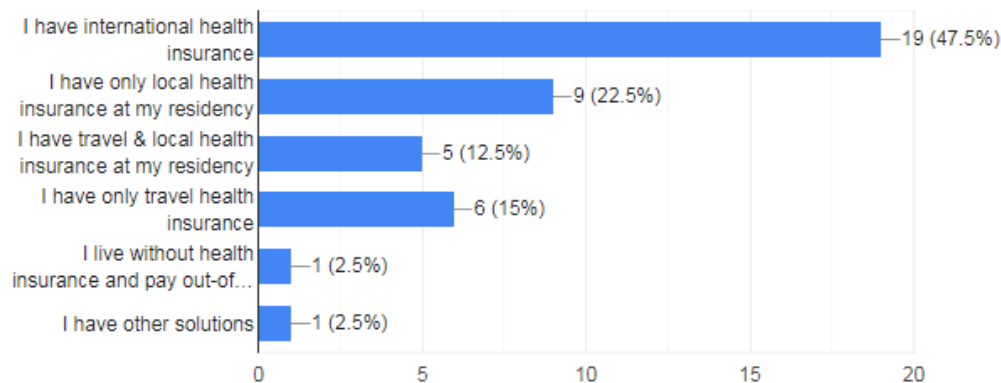
Grafikon 50 - Koliko digitalni nomadi rade u prosjeku tjedno?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

Prosječno tjedno vrijeme rada digitalnih nomada varira, najčešće rade između 20.29 sati tjedno (27%), no vidljivo je da većina radi dulje od dvadeset sati tjedno.

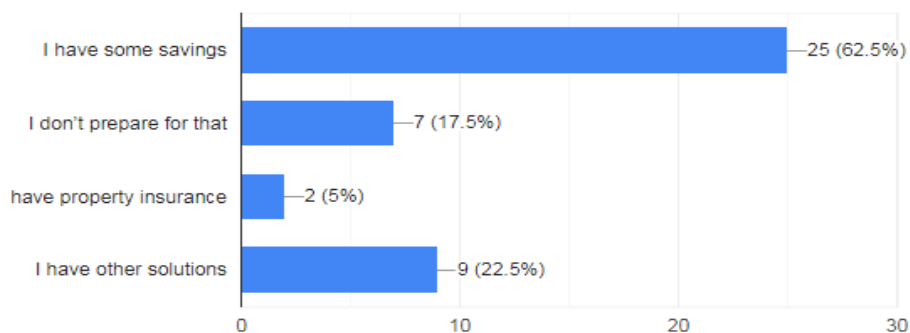
Grafikon 51 - Kako digitalni nomadi pokrivaju medicinske troškove?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

47% digitalnih nomada ima međunarodno zdravstveno osiguranje, 22% ima samo lokalno zdravstveno osiguranje na svojim boravištima, 12% ima putno i lokalno zdravstveno osiguranje na svojim boravištima, 15% ima samo putno zdravstveno osiguranje, a po jedan ispitanik živi bez zdravstvenog osiguranja i plaća iz vlastitog džepa, odnosno ima druga rješenja za pokrivanje medicinskih troškova.

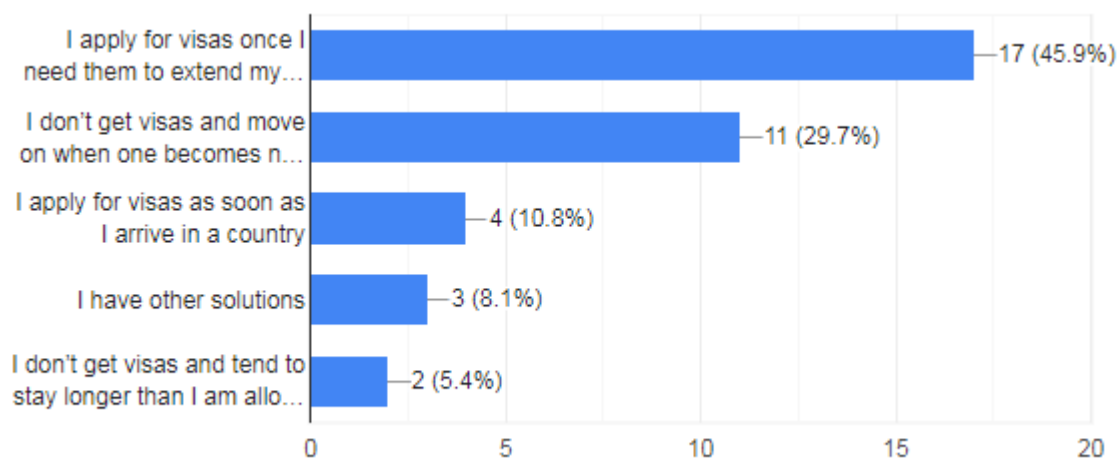
Grafikon 52 - Kako se digitalni nomadi pripremaju za skupe gubitke (nenadane troškove)?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

62% digitalnih nomada ima ušteđevinu, 17% se ne priprema za to, 5% ima osiguranje imovine, a 22% digitalnih nomada ima druge načine pripreme za skupe gubitke. Izraz skupi gubici "expensive losses" se koristi za opisivanje situacija u kojima gubitak ili šteta ima značajan financijski ili materijalni utjecaj. Ovaj termin se često koristi u kontekstu osiguranja, financija i upravljanja rizicima.

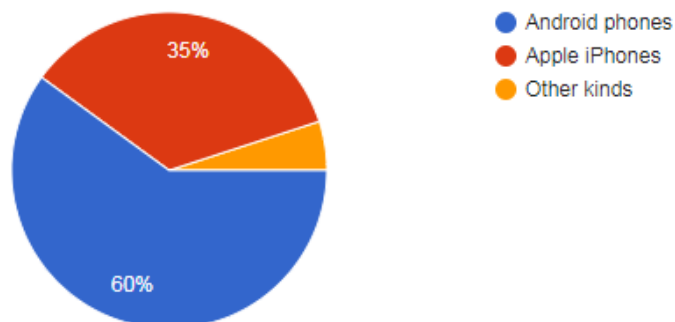
Grafikon 53 - Kada digitalni nomadi apliciraju za vizu?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

46% digitalnih nomada podnosi zahtjev za vizu kada im je potrebna kako bi produžili svoj boravak, 30% ne dobiva vizu i odlazi kada postane neophodno, 10% podnosi zahtjev za vizu odmah po dolasku u zemlju, a 8% ima druge načine rješavanja ovog pitanja. Također 5% ne podnosi zahtjev za vizu, iako borave dulje nego što je dozvoljeno.

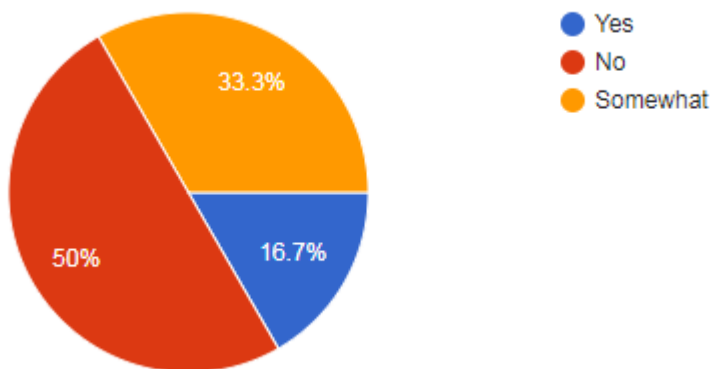
Grafikon 54 - Koje vrste pametnih telefona koriste digitalni nomadi?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

60% digitalnih nomada koji borave u Republici Hrvatskoj koriste Android pametne telefone. Njih 35% koristi iPhone, dok dvoje ima drugu soluciju.

Grafikon 55 - Je li uvođenje nomadske vize imalo utjecaj na vaš dolazak?



Izvor: Autor, lipanj 2023.

16% ispitanika navodi da je uvođenje nomadske vize imalo utjecaj na njihov dolazak u Republiku Hrvatsku, dok na njih 50% nije imalo utjecaja.

5.3.2. Polustrukturirani intervju

Polustrukturirani intervjui su vođeni u travnju 2023. godine, s 15 osoba koji sebe smatraju digitalnim nomadima, a trenutno borave u dva hrvatska grada - u Rijeci i Splitu. Svi su građani EU. Intervju sa svakim od njih je vođen tako da su postavljena četiri ista istovjetna pitanja svakom ispitaniku, tražen je jedan odgovor te nakon odgovora su zamoljeni za komentar. Nakon komentara nisu postavljana daljnja potpitanja da se izbjegne sugestivnost odgovora. Intervjui su trajali 5 do 10 minuta.

Razgovor vođen uživo je bio s ispitanicima iz Rijeke, a Splitski digitalni nomadi su intervjuirani online.

Postavljena pitanja su:

- Zašto ste digitalni nomad?
- Zašto Rijeka/Split?
- Digital Nomad Visa program?
- Što bi lokalna tvrtka trebala ponuditi da bi radili za nju?

Ispitanici su naveli razne pokretačke motive koji su ih potaknuli da žive i rade ovim načinom života. Obično je to kombinacija više faktora. njih 10 (66%) navodi fleksibilnost u radu, slobodno planiranje vremena, kao pretežit razlog. Troje (20%) kaže da započeli ovakav oblik života u vrijeme pandemije Covid-19, a jedna osoba kaže da je prihvatila način života svojeg partnera. Jedna osoba putuje jer joj je posao takav. Dodatni razlozi su strast za putovanjima i želja za promjenom. Proces donošenja odluke da postanu digitalni nomadi je dugotrajan, uključuje kombinaciju više prilika i mogućnosti. Svi ispitanici su trenutno zadovoljni svojim načinom rada i života.

Za izbor boravka u hrvatskim gradovima kao presudan razlog njih 13 (87%) navodi niske troškove života u odnosu na državu iz koje dolaze i primanja koja ostvaruju. 2 (13%) ih je došlo privučeno glazbenim događajem, pa su se odlučili na nešto dulji boravak. U dodatnim komentarima kao prednosti navode i ugodnu klimu, čisto more, sigurnost i jednostavnu

komunikaciju jer većina domaćina dobro govori engleski jezik. Kod izbor destinacije i inače se vode sličnim pravilima. Osim ako ne posjećuju neku destinaciju zbog turizma.

Uvođenje Digital Nomad Visa programa nije imalo utjecaja niti na jednog ispitanika da dođe boraviti u Rijeku i Split. 6 (40%) ih nije znalo za tu mogućnost, a 9 (60%) nije, no nisu koristili niti ju namjeravaju koristiti. Oni koji znaju za taj program su za njega čuli na specijaliziranim portalima namijenjenim digitalnim nomadima, a poslije su se informirali na stranicama Hrvatske Turističke Zajednice.

12 ispitanika (80%) ne bi radili za lokalne tvrtke. dvoje (13%) bi željelo službeno vozilo, jedan bi pristao raditi za lokalnu tvrtku ako mu osigura smještaj na otoku. Jedna osoba bi prihvatila ako posao uključuje putovanja na druga odredišta, a da ima plaćene troškove puta i smještaja. U dodatnom razgovoru oni koji ne bi radili za lokalnu tvrtku su izrazili mišljenje da primanja ne bi bila kompetitivna njihovim sadašnjim primanjima, no ostavili su mjesta za mogućnost prihvaćanja takvog posla ako ih se stimulira na neki drugi način. Većina je u dodatnom komentaru napomenula da su rijetko ili nikada čuli da digitalni nomadi rade za lokalne tvrtke.

U svojim komentarima nakon odgovora na pitanja su isticali razne prednosti i mogućnosti koje pojedina zemlja pruža, no niti jednu nisu naveli kao presudnu. Njihova odluka da rade i žive nomadskim životom je pretežno njihova, s vrlo malim vanjskim poticajem.

5.3.3. Netnografska analiza

Netnografska analiza je provedena prikupljanjem podataka s web stranica, društvenih medija i foruma. Analizirani su forumi i online razgovori kako bi se pronašle relevantne teme za istraživanje, kategorizirali obrasci odgovora te identificirali potencijalni sudionici za dubinske intervjuje. Netnografska analiza se temelji na prikupljanju podataka o ponašanju i stavovima ljudi na Internetu, a koristi se za proučavanje socijalnih interakcija u digitalnom komunikacijskom okruženju.

Pregledavanjem stotina razgovora vođenih na različitim platformama među digitalnim nomadima, stječe se dojam da su digitalni nomadi vrlo pragmatični, vješti u radu s digitalnim alatima, imaju dobre planerske i organizacijske sposobnosti. Dodatna analiza provedena prikupljanjem podataka gdje su korišteni podaci o porijeklu nomada te njihovom sadašnjem boravištu, nam kazuje da 88% digitalnih nomada putuje u zemlje s nižim bruto domaćem proizvodu po stanovniku. Što znači da biraju destinacije s nižim troškovima života. Rijetko biraju zanimanja koja nose visoku odgovornost. Bitniji im je lakši način života nego velika zarada. Zbog nomadskog načina života nisu skloni gomilanju materijalnog. Ne kupuju skupe stvari. Odjeću kupuju po potrebi. Iako nisu rastrošni, vole se počastiti izlascima na sportske i kulturne događaje. Podjednako uživaju u brznoj hrani koju vrlo često naručuju dostavom, kao i kvalitetnoj restoranskoj hrani. Smještaj biraju prema cijeni po osobi. Jedino na što jako paze pri kupovini su uređaji i oprema za rad (laptop, pametni telefon i sl.) te pri kupnji ne štede, nego kupuju kvalitetne uređaje. Pristup besplatnom Internetu podrazumijevaju.

5.4. Diskusija

Rastući trend digitalnog nomadizma, njihov način života i rad predstavljaju novi oblik rada koji donosi određene izazove i prednosti. Neki smatraju da je to budućnost rada, dok drugi upozoravaju na probleme vezane uz nedostatak stabilnosti i sigurnosti u životu bez stalne adrese te nedostatak socijalne interakcije. U svakom slučaju, digitalni nomadi su sve prisutniji u današnjem svijetu rada i važno je razumjeti njihov način života i rad kako bi se adekvatno prilagodili novim trendovima u radu.

5.4.1. Izazovi i problemi digitalnih nomada

Digitalni nomadizam donosi određene izazove i probleme, poput nedostatka stabilnosti u životu bez stalne adrese, poteškoća u održavanju ravnoteže između posla i slobodnog vremena te nedostatka socijalne interakcije. Također, status digitalnih nomada u državama još uvijek nije definiran pa se javljaju problemi vezani uz porezne sustave, sigurnost i druge aspekte života na koje se moraju prilagoditi.

5.4.2. Prednosti digitalnih nomada

Najčešće spominjane prednosti uključuju slobodu i fleksibilnost u radu, mogućnost putovanja i upoznavanja novih kultura te povećanje produktivnosti, kreativnosti i sposobnosti fokusiranja. U ovom istraživanju, kroz polustrukturirane intervju s digitalnim nomadima, zarada i manji troškovi života nego u domicilnim zemljama, su najčešće spominjane prednosti koje oni navode (14/15=93%). Sloboda i fleksibilnost su im također vrlo bitni (12/15=80%). Osim toga, interakcija s različitim kulturama doživljava se kao iskustvo koje doprinosi osobnom rastu i individualizmu. (10/15=66%) Digitalni nomadi smatraju da takva iskustva povećavaju produktivnost, kreativnost i sposobnost fokusiranja.

5.4.3. Održivost životnog stila digitalnih nomada

Održivost životnog stila digitalnih nomada važna tema. Digitalni nomadi mogu imati pozitivan utjecaj na okoliš jer putuju manje i koriste manje resursa u usporedbi s tradicionalnim radnicima koji putuju na posao svaki dan. Međutim, digitalni nomadi također mogu imati negativan utjecaj na okoliš ako ne vode računa o svojim navikama potrošnje energije i resursa dok rade i žive u različitim zemljama.

Nomdizam, kao relativno novi oblik rada nije dovoljno istražen, no s obzirom da su digitalni nomadi putnici ili turisti, možemo ih promatrati kroz turistički sektor.

Putovanja i turizam čine najveći komercijalni sektor usluga na svijetu, zapošljavajući jednu od deset osoba na Zemlji prema podacima iz 2018. Bilo koja vrsta turizma značajno utječe na ekonomsko blagostanje ljudi i okoliša. Budući da je avanturistički turizam dominiran malim tvrtkama koje rade u ruralnim ili divljim okruženjima, on je još više ovisan o ljudskom i prirodnom kapitalu od drugih oblika turizma. Zaštita i promocija ovih resursa ključni su ne samo za daljnji uspjeh avanturističkih putovanja, već i za društvenu, kulturnu i ekološku integritet bilo koje destinacije. (ATTA, 2023.)

Stoga je važno da digitalni nomadi razmišljaju o svojim navikama potrošnje i pokušaju smanjiti svoj ekološki otisak koliko god je to moguće.

5.4.4. Granice rasta digitalnih nomada

Čak i u najgoroj ekonomskoj situaciji, u doba pandemije Covid-19, primijetili smo porast digitalnog nomadizma, posebno među visoko kvalificiranim osobama. Osim toga, istraživanja pokazuju da je u vrijeme izrazito niskog stupnja angažiranosti zaposlenika, 81% digitalnih nomada izrazito zadovoljno svojim radom i načinom života, u usporedbi sa 68% onih koji nisu digitalni nomadi. Ta zadovoljstvo ključno je za otključavanje diskrecijskog napora, što dovodi do iznimnog i motiviranog zaposlenika. (English, 2023.)

Slijedom toga možemo pretpostaviti daljnju ekspanziju digitalnog nomadizma, koje se pokazalo otpornim i u vrijeme izazova globalne pandemije.

5.4.5. Utjecaj digitalnih nomada na oblikovanje budućih radnih mjesta

Digitalni nomadi mogu biti izvrsni pokazatelji budućih potreba i zahtjeva radne snage. Digitalni nomadi često su visoko kvalificirani i traženi od strane poslodavaca, a njihove vještine uključuju suradnju informatičkih i ljudskih kompetencijama poput kreativnosti ili empatije. Ove vještine će biti sve važnije u budućnosti rada, a digitalni nomadi su već usvojili ovaj način rada. Oni predstavljaju trend prema fleksibilnosti i individualizmu u radu. To ukazuje na to da će budućnost rada biti sve više usmjerena prema radnicima koji traže veću autonomiju i fleksibilnost u svom radnom okruženju.

Digitalni nomadi često biraju manje plaćene i manje priznate poslove kako bi ostvarili svoj životni stil, radeći na destinacijama koje imaju manje životne troškove. Samim time iznos naknade za obavljeni posao nije značajan motivacijski faktor kao u tradicionalnim poslovima.

Vodeći se iskustvima rada od kuće u vrijeme pandemije Covid-19, kada su se kompletni sektori vrlo brzo prilagodili te uredske poslove preselili u svoje domove, i ostali radnici mogu zahtijevati od poslodavaca fleksibilnost u radnom vremenu i mjestu rada. To znači da bi poslodavci trebali omogućiti radnicima da rade od kuće ili bilo kojeg drugog mjesta koje im odgovara te da imaju fleksibilno radno vrijeme.

Stoga se može očekivati da će poslodavci morati prilagoditi svoje poslovne modele kako bi privukli i zadržali ovaj tip radnika, što bi moglo dovesti do promjena u organizaciji rada i načinu upravljanja zaposlenicima.

5.4.6. Utjecaj digitalnih nomada na menadžment suvremenih organizacija

Digitalni nomadizam može imati značajan utjecaj na strategije poslovanja organizacija. U budućnosti, menadžeri će morati uzeti u obzir implikacije digitalnog nomadizma i prilagoditi svoje poslovne strategije kako bi privukli i zadržali ovaj tip radnika. Također, digitalni nomadi mogu biti izvrsni pokazatelji budućih potreba i zahtjeva radne snage. To znači da bi menadžeri trebali pratiti trendove koje postavljaju digitalni nomadi kako bi bili u korak s vremenom i prilagodili svoje organizacije novim zahtjevima tržišta rada. Stoga se može zaključiti da digitalni nomadi mogu imati značajan utjecaj na menadžment suvremenih organizacija te da će menadžeri morati biti otvoreni za nove ideje i prilagodbe kako bi ostali konkurentni na tržištu rada. Stoga se može zaključiti da digitalni nomadi mogu imati značajan utjecaj na menadžment suvremenih organizacija te da će menadžeri morati biti otvoreni za nove ideje i prilagodbe kako bi ostali konkurentni na tržištu rada.

6. Zaključak

Digitalni nomadi predstavljaju globalnu zajednicu radnika koji žive i putuju diljem svijeta. Ta zajednica doživljava eksponencijalni rast, zajedno s brojem ljudi koji postaju neovisni o geografskoj lokaciji te putuju ili sele na nova odredišta. Suprotno povijesnim nomadima, kojima je takav način života bio posljedica nužde, kada su bili prisiljeni na migracije radi pronalaska ispaše za stoku ili traženja područja s obiljem hrane ili drugih bogatstava poput ruda ili plodnije zemlje za obradu, digitalni nomadi kreću na putovanja svojom vlastitom odlukom. Primarni motiv koji ih pokreće nije samo novac, već prije svega želja za ugodnijim načinom života. Često zarađuju manje nego što bi zaradili kao tradicionalni radnici u svojim matičnim državama, stoga biraju odredišta s nižim troškovima života kako bi kompenzirali tu razliku u zaradi. Nadalje, možemo zaključiti da su to uglavnom ljudi koji ne teže sigurnosti u izboru zaposlenja, već su skloni određenoj dozi rizika.

Iako digitalni nomadi ističu da su odluku o takvom načinu života donijeli postupno i samostalno, najveći broj sudionika ovog istraživanja (31%) je svoj put digitalnog nomadizma započeo tijekom 2020. godine, što se može pripisati pandemiji Covid-19, kako su sami sudionici istaknuli tijekom intervjua. Podaci Državnog zavoda za statistiku pokazuju da su zahtjeve za vizama iz digitalnog nomadskog programa u 2022. godini najčešće podnosile osobe iz područja pogođenih ratnim zbivanjima zbog agresije Rusije na Ukrajinu. Sve to ukazuje na to da vanjski čimbenici imaju utjecaj na rastući broj digitalnih nomada.

Procjena utjecaja njihovog boravka na državu, odnosno mikro lokaciju na kojoj borave, vrlo je teška s obzirom na nedostatak podataka o njihovom broju. Budući da najčešće kratko borave na pojedinom odredištu, sami procjenjuju da samo 5% njih traži vize. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, tijekom 2022. godine odobreno je 731 viza za boravak u Republici Hrvatskoj, dok istraživanje pokazuje da tek 41% digitalnih nomada podnosi zahtjev za vizu, i to samo ako im je potrebna kako bi produžili boravak, pri čemu često borave znatno kraće od toga. Optimistična pretpostavka sugerira da je na određenom području boravilo oko 10.000 digitalnih nomada. Na temelju anketnih podataka, prosječni mjesečni iznos koji država prihoduje samo na temelju PDV-a iznosi 451 dolara po pojedincu, što na godišnjoj razini za

pretpostavljenih 10.000 digitalnih nomada iznosi 54.166.666 dolara. Tu treba dodati i prihod lokalnih trgovaca i ugostitelja. Međutim, prilikom privlačenja digitalnih nomada treba biti oprezan kako bi se izbjegao "berlinski scenarij" u kojem su cijene najamnina stanova u Berlinu naglo porasle zbog rapidnog rasta digitalnog nomadizma, što je dovelo do intervencije gradske uprave u regulaciji najamnina kako bi lokalno stanovništvo moglo si priuštiti stanove ili ih uopće pronaći. Također, važno je razmotriti pružanje podrške digitalnim nomadima u smislu informacija o odredištima, smještaju, sigurnosti i drugim praktičnim pitanjima. To može uključivati suradnju s lokalnim turističkim agencijama, pružanje smjernica o najboljim praksama udaljenog rada i organiziranje digitalnih nomadskih događanja ili coworking prostora.

Digitalni nomadizam ima nekoliko implikacija na organizacijsko ponašanje. Digitalni nomadi često su samostalni radnici koji rade za više klijenata i tvrtki, što znači da su manje povezani s jednom organizacijom. To može rezultirati manjom lojalnošću prema tvrtki i manjim osjećajem pripadnosti. Često su u potrazi za novim poslovnim prilikama više nego tradicionalni radnici. Tvrtke bi trebale diversificirati rizik i kombinirati rad digitalnih nomada s radom tradicionalnih radnika ili timova.

Međutim, digitalni nomadi često su vrlo motivirani i samodisciplinirani, što može pozitivno utjecati na njihovu produktivnost i kvalitetu rada. Oslanjaju se na tehnologiju kako bi održali kontakt s kolegama i klijentima, što može dovesti do novih oblika komunikacije i suradnje.

S obzirom na to da rad digitalnih nomada ne zahtijeva uredski prostor ili druge infrastrukturne uvjete, tvrtke mogu transformirati određena tradicionalna zanimanja poput knjigovodstva ili uredskih poslova u rad na daljinu koji je prihvatljiv digitalnim nomadima, s ciljem privlačenja kvalitetnih radnika.

Tvrtke koje žele privući digitalne nomade trebaju ponuditi fleksibilnost u radnom vremenu i lokaciji, kao i pristup tehnologiji i infrastrukturi koja omogućuje udaljeni rad. Također je važno da tvrtke stvore pozitivnu kulturu koja podržava rad na daljinu i omogućuje suradnju između zaposlenika koji rade na različitim lokacijama. Tvrtke također mogu razmotriti ponudu

dodatnih pogodnosti poput putnih troškova ili smještaja za digitalne nomade koji putuju u poslovne svrhe.

Iako ne postoje sustavna praćenja digitalnog nomadizma, a većina istraživanja se bavi statističkim podacima, svi pokazatelji govore u prilog tome da će implikacije udaljenog rada, strelovitog razvoja informatičkih sustava umjetne inteligencije, strojnog učenja koje digitalni nomadi brzo usvajaju imati dalekosežne implikacije te će se tvrtke morati prilagoditi ovom relativnom novom obliku rada.

Osim ekonomskog utjecaja koji digitalni nomadi mogu imati kroz potrošnju i generiranje prihoda, treba istražiti i sociokulturne aspekte, kao što su interakcija s lokalnim stanovništvom, integracija u zajednicu i mogući konflikti. Također je važno istražiti utjecaj digitalnog nomadizma na organizacijsku dinamiku i način rada.

U zaključku, digitalni nomadski način života je sve popularniji način života i rada, s brojnim pojedincima koji se odlučuju za ovakvu vrstu fleksibilnosti i slobode. Iako postoji nekoliko izazova i implikacija koje treba razmotriti, digitalni nomadi predstavljaju značajan ekonomski i društveni fenomen. Tvrtke i države mogu iskoristiti ovu priliku privlačenjem digitalnih nomada i stvaranjem poticajnog okruženja za njihov boravak i rad. Važno je kontinuirano proučavati i razumjeti ovu zajednicu kako bi se prilagodile promjenama i iskoristile sve prednosti koje digitalni nomadski način života može pružiti.

Uzimajući u obzir navedene činjenice, postoji potreba za daljnjim istraživanjem i praćenjem fenomena digitalnog nomadizma radi dubljeg razumijevanja njegovih implikacija na društvo, gospodarstvo i organizacije. Digitalni nomadski način života je složen fenomen s mnogo dimenzija. Razumijevanje njegovih implikacija za društvo, gospodarstvo i organizacije zahtijeva interdisciplinarni pristup koji uključuje ekonomske, sociološke, psihološke i tehnološke perspektive. Samo kroz sveobuhvatno istraživanje možemo dobiti potpuni uvid u ovaj sve rašireniji način života i rada te pridonijeti razvoju prilagođenih strategija i politika.

Popis korištene literature

ATTA, Experience Croatia!, Adventure Travel Trade Association, 2023., dostupno na: <https://www.adventuretravel.biz/atta-on-the-road/experience-croatia/> (10. 03. 2023.)

Bradbury, P., Digital Nomad in Croatia: Lifestyle, Paperwork & Services, Total Croatia, 2021., dostupno na: <https://www.total-croatia.com/digital-nomad-in-croatia/> (10. 03. 2023.)

Brakus-Kršul, D., Digitalni nomadi u Rijeci?, 2021, dostupno na: <https://itzajednicarijeka.com/tech-cakula-1-it-zajednica-rijeka/> (10. 04. 2023.)

Clark, J., Digital Nomad History, 2021., dostupno na: <https://www.nomadicnotes.com/digital-nomad-history/> (10. 03. 2023.)

DZS, Statistika zahtjeva za privremeni boravak u svrhu boravka digitalnih nomada, 2023., dostupno na: <https://data.gov.hr/ckan/dataset/statistika-zahtjeva-za-privremeni-boravak-u-svrhu-boravka-digitalnih-nomada-podnesenih-u-2023-godini/> (20. 03. 2023.)

CNTB, Croatia your new office!, HTZ, 2023., dostupno na: <https://croatia.hr/en-GB/travel-info/croatia-your-new-office/> (13. 03. 2023.)

DeJong, K., Digitalni nomadi jedno su od rješenja za razvoj cjelogodišnjeg turizma u Hrvatskoj, 2021., dostupno na: <https://www.poslovniturizam.com/intervjui/jan-de-jong-digitalni-nomadi-jedno-su-od-rjesenja-za-razvoj-cjelogodisnjeg-turizma-u-hrvatskoj/3586/> (13. 03. 2023.)

English, L., Digital Nomads Increased 131% From 2019. Will The Trend Prevail In A Tough Economy?, Forbes, 2023., dostupno na: <https://www.forbes.com/sites/larryenglish/2023/01/31/digital-nomads-increased-131-from-2019-will-the-trend-prevail-in-a-tough-economy/> (13. 03. 2023.)

Iber, S., Novi pojam: Digitalni nomadi i sve o njima, 2012., dostupno na: <https://geek.hr/clanak/novi-pojam-digitalni-nomadi-i-sve-o-njima/> (10. 03. 2023.)

Index, HTZ dobio konkurenciju, Bradbury pokrenuo portal o turizmu na 15 jezika, 2021., Index/HINA. dostupno na: <https://www.index.hr/vijesti/clanak/bradbury-pokrenuo-turisticki-portal-o-hrvatskoj-na-15-jezika/2273288.aspx/> (10. 03. 2023.)

Kelly, H., Arelano, D., Work and Wander: Meet Today's Digital Nomads, Adventure Travel Trade Association, 2021., dostupno na: <https://www.adventuretravel.biz/research/work-and-wander-meet-todays-digitalnomads/> (10. 03. 2023.)

Lider, Sve više zemalja želi digitalne nomade, HTZ pokrenula kampanju 'Croatia, your new office', Lider media, 2021., /HINA. dostupno na: <https://lidermedia.hr/poslovna-scena/svijet/sve-vise-zemalja-u-svijetu-i-eu-u-zeli-digitalne-nomade-135726/> (11. 03. 2023.)

Makimoto, T., Manners, D., Digital Nomad, Wiley, New Jersey, U.S., 1997.

Poslovni Turizam, 'Jan de Jong: Digitalni nomadi jedno su od rješenja za razvoj cjelogodišnjeg turizma u Hrvatskoj', 2021., dostupno na: <https://www.poslovniturizam.com/intervjui/jan-de-jong-digitalni-nomadi-jedno-su-od-rjesenja-za-razvoj-cjelogodisnjeg-turizma-u-hrvatskoj/3586/> (11. 03. 2023.)

Pupavac, D., Osnove organizacijskog ponašanja, Veleučilište u Rijeci, Rijeka, 2017.

Robbins, S. P., Bitni elementi organizacijskog ponašanja, treće izdanje, Mate, Zagreb, 1995.

Robbins, S. P., Judge, T., Organizacijsko ponašanje, dvanaesto izdanje, Mate, Zagreb, 2009.

Roberts, S., Computing Across America, Nomadic Research Lab, San Clemente, 1991.

Schlagwein, D., The History of Digital Nomadism, 6th International Workshop on the Changing Nature of Work, CNOW, Australia, 2018.

Taylor, N., The Ultimate Guide to Croatia for Digital Nomads, Nomadific, 2021, dostupno na: <https://nomadific.com/croatia-guide-for-digital-nomads/> (10. 03. 2023.)

Wikipedia, Digital Nomads, 2023., dostupno na: https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_nomad/ (10.04.2023.)

POPIS SLIKA

| | |
|----------------------------------------------------|----|
| Slika 1 - Steve Roberts, prvi digitalni nomad..... | 11 |
| Slika 2 - Prosječan DN | 41 |

POPIS GRAFIKONA

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Grafikon 1- Koliko ispitanika živi kao digitalni nomadi? | 23 |
| Grafikon 2 - Koje godine su digitalni nomadi započeli svoja putovanja?..... | 24 |
| Grafikon 3 - Koliko godina imaju digitalni nomadi? | 24 |
| Grafikon 4 - Kojeg su spola digitalni nomadi? | 25 |
| Grafikon 5 - Koliko digitalnih nomada je u vezi? | 25 |
| Grafikon 6 - Koje su vrste zanimanja digitalni nomadi obavljali prije početka svojih putovanja?..... | 26 |
| Grafikon 7 - Koliko onih koji ne žive kao digitalni nomadi su to radili ranije u životu? . | 27 |
| Grafikon 8 - Zašto ljudi ne žive kao digitalni nomadi? | 28 |
| Grafikon 9 - U kojim zemljama digitalni nomadi imaju svoje primarno državljanstvo?.. | 29 |
| Grafikon 10 - U kojim zemljama trenutno žive digitalni nomadi? | 30 |
| Grafikon 11 - Koliko tjedana digitalni nomadi obično borave u jednom gradu?..... | 31 |
| Grafikon 12 - Koji oblik posla imaju digitalni nomadi? | 32 |
| Grafikon 13 - Koliko digitalni nomadi prosječno zarađuju mjesečno (nakon svih poreza)? | 33 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Grafikon 14 - Koliko digitalni nomadi prosječno troše mjesečno?..... | 33 |
| Grafikon 15 - Gdje digitalni nomadi plaćaju poreze? | 34 |
| Grafikon 16 - Gdje digitalni nomadi spavaju? | 35 |
| Grafikon 17 - Odakle digitalni nomadi rade?..... | 36 |
| Grafikon 18 - Koliko digitalni nomadi rade u prosjeku tjedno? | 37 |
| Grafikon 19 - Kako digitalni nomadi pokrivaju medicinske troškove? | 38 |
| Grafikon 20 - Kako se digitalni nomadi pripremaju za skupe gubitke (nenadne troškove)? | 39 |
| Grafikon 21 - Kada digitalni nomadi apliciraju za vizu? | 39 |
| Grafikon 22 - Koje vrste pametnih telefona koriste digitalni nomadi? | 40 |
| Grafikon 23 - Koliko godina imaju digitalni nomadi? | 42 |
| Grafikon 24 - Kojeg su spola digitalni nomadi? | 43 |
| Grafikon 25 - Koliko digitalnih nomada je u vezi? | 43 |
| Grafikon 26 - U kojim zemljama digitalni nomadi imaju svoje primarno državljanstvo? | 44 |
| Grafikon 27 - Koliko vremena digitalni nomadi borave u jednom gradu? | 45 |
| Grafikon 28 – Što rade digitalni nomadi? | 45 |
| Grafikon 29 – Koji oblik posla imaju digitalni nomadi?..... | 46 |
| Grafikon 30 - Koliko digitalni nomadi prosječno zarađuju godišnje? | 47 |
| Grafikon 31 - Odakle digitalni nomadi rade?..... | 48 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Grafikon 32 - Koje vrste pametnih telefona koriste digitalni nomadi? | 48 |
| Grafikon 33 - Koliko ispitanika živi kao digitalni nomadi? | 53 |
| Grafikon 34 - Koje godine su digitalni nomadi započeli svoja putovanja? | 54 |
| Grafikon 35 - Koliko godina imaju digitalni nomadi? | 54 |
| Grafikon 36 - Kojeg su spola digitalni nomadi? | 55 |
| Grafikon 37 - Koliko digitalnih nomada je u vezi? | 55 |
| Grafikon 38 - Koje su vrste zanimanja digitalni nomadi obavljali prije početka svojih putovanja? | 56 |
| Grafikon 39 - Koliko onih koji ne žive kao digitalni nomadi su to radili ranije u životu? | 56 |
| Grafikon 40 - Zašto ljudi ne žive kao digitalni nomadi? | 57 |
| Grafikon 41 - U kojim zemljama digitalni nomadi imaju svoje primarno državljanstvo? | 57 |
| Grafikon 42 - U kojim zemljama trenutno žive digitalni nomadi? | 58 |
| Grafikon 43 - Koliko tjedana digitalni nomadi obično borave u jednom gradu? | 59 |
| Grafikon 44 - Koji oblik posla imaju digitalni nomadi? | 59 |
| Grafikon 45 - Koliko digitalni nomadi prosječno zarađuju mjesečno (nakon svih poreza)? | 60 |
| Grafikon 46 - Koliko digitalni nomadi prosječno troše mjesečno? | 60 |
| Grafikon 47 - Gdje digitalni nomadi plaćaju poreze? | 61 |
| Grafikon 48 - Gdje digitalni nomadi spavaju? | 61 |
| Grafikon 49 - Odakle digitalni nomadi rade? | 62 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Grafikon 50 - Koliko digitalni nomadi rade u prosjeku tjedno? | 62 |
| Grafikon 51 - Kako digitalni nomadi pokrivaju medicinske troškove? | 63 |
| Grafikon 52 - Kako se digitalni nomadi pripremaju za skupe gubitke (nenadne troškove)? | 63 |
| Grafikon 53 - Kada digitalni nomadi apliciraju za vizu? | 64 |
| Grafikon 54 - Koje vrste pametnih telefona koriste digitalni nomadi? | 65 |
| Grafikon 55 - Je li uvođenje nomadske vize imalo utjecaj na vaš dolazak? | 65 |

POPIS PRILOGA

| | |
|---------------------------|----|
| Prilog 1 - Intervju | 81 |
|---------------------------|----|

Prilog 1 – Intervju

(prijevod)

Živate li trenutno poput digitalnog nomada?

- Živim kao digitalni nomad
- Ne živim kao digitalni nomad

Ako odgovorite da ne živite poput digitalnog nomada, kakvo je vaše mišljenje o tom načinu života za Vas?

- Ne živim kao digitalni nomad, ali želim živjeti kao digitalni nomad
- Povremeno živim poput digitalnog nomada
- Putujem neprestano kako bih živjela i radila s bilo kojeg mjesta
- Ne želim živjeti kao digitalni nomad

Ako ste digitalni nomad, koju ste godinu započeli svoje putovanje?

- 2021.
- 2020.
- 2019.
- 2018.
- 2017.
- 2016.
- 2015.
- ranije

Koliko ste stari?

- 14-20
- 21-27
- 28-34
- 35-41
- 42-48
- 49-55

- 56-62
- 63 +

Spol?

- Žena
- Muškarac
- ne želim odgovoriti

Jeste li u vezi?

- Solo
- Imam partnera
- Druge vrste odnosa

Koje ste zanimanje radili neposredno prije početka putovanja?

- Bio sam zaposlenik s punim radnim vremenom
- Vodio sam vlastitu tvrtku
- Bio sam slobodnjak
- Imao sam drugu vrstu zanimanja
- Većinu vremena nisam radio
- Bio sam povremeni radnik (npr. trener, vozač Ubera, Tudor)
- Bio sam zaposlenik s nepunim radnim vremenom

Ako ne živite poput digitalnog nomada, jeste li ikad živjeli tako ranije u životu?

- Nisam živio kao digitalni nomad
- Živio sam kao digitalni nomad
- Odustao sam od stila života digitalnih nomada

Ako ne živite kao digitalni nomad, možete li nam reći zašto ne živite kao digitalni nomad?

- Nedavno sam čuo o tom načinu života
- Moj poslodavac mi neće dopustiti da radim daljinski
- Preskupo je za mene
- Nije moguće u mojoj profesiji
- Moram se brinuti za neke ljude kod kuće
- Ne želim ostaviti ljude do kojih mi je stalo
- Ne mogu putovati s obitelji
- Imam druge razloge
- Osjećam tjeskobu bez fiksne lokacije kod kuće
- Više volim dugo ostati na istom mjestu
- Nisam produktivan na putovanju
- Moji medicinski problemi otežavaju ili onemogućuju

U kojoj zemlji imate primarno državljanstvo?

- Sjedinjene Države
- Njemačka
- Španjolska
- Francuska
- Rumunjska
- Danska
- Italija
- Kanadu
- Ujedinjeno Kraljevstvo
- Nizozemska
- Kina
- Indonezija
- Indija
- Portugal
- Argentina
- Južnoafrička Republika
- Novi Zeland
- Slovačka
- Bocvana
- Malezija
- Meksiko

- Kolumbija
- Irska
- Vijetnam
- Japan
- Grčka
- Izrael
- Brazil
- Albanija
- Ukrajina
- Mađarska
- Saudijska Arabija
- Hrvatska

U kojoj zemlji trenutno živite?

- Njemačka
- Portugal
- Sjedinjene Države
- Danska
- Indonezija
- Vijetnam
- Španjolska
- Malasya
- Tajland
- Francuska
- Rumunjska
- Meksiko
- Brasil
- Italija
- Ujedinjeno Kraljevstvo
- Argentina
- Slovačka
- Bocvana
- Malta
- Turska
- Kolumbija

- Irska
- Grčka
- Izrael
- Gruzija
- Švedska
- Indija
- Maroko
- Kanadu
- Švicarska
- Kostarika
- Saudijska Arabija
- Luksemburg
- Belgija
- Hrvatska
- Peru

Živate li u Hrvatskoj, je li program nomad Visa utjecao na vašu odluku da dođete ovdje?

- Da
- Ne
- Donekle

Koliko tjedana ostanete u svakom gradu?

- razlikuje se
- 0-2
- 3-4
- 5-6
- 7-8
- 9-10
- 11-12
- 13-14
- 15 + wk

Kakav oblik posla radite?

- Vodim vlastitu tvrtku
- Slobodnjak sam
- zaposlenik sam na puno radno vrijeme
- zaposlena sam u nepunom radnom vremenu
- Imam drugu vrstu zanimanja
- Ja sam aktivni radnik (npr. vozač Ubera)
- Većinu vremena ne radim

Koliko novca zarađujete u prosjeku svaki mjesec (nakon svih poreza)?

- razlikuje se
- < 1 k
- < 2 k
- < 3 k
- < 4 k
- < 5 k
- < 6 k
- < 7 k
- 7 k + USD

Koliko novca potrošite svaki mjesec u prosjeku?

- razlikuje se
- < 500
- < 1 k
- < 1,5 k
- < 2 k
- < 2,5 k
- < 3 k
- < 3,5 k
- 3,5 k + USD

Gdje plaćate poreze?

- U matičnoj državi

- Ne plaćam poreze
- U zemljama u kojima sam proveo najviše vremena te godine
- U zemljama u kojima sam proveo najviše vremena
- Plaćam poreze na drugi način

Gdje spavate?

- Iznajmljujem stan ili kuću
- Koristim ugostiteljske usluge kao što je Airbnb
- Živim u suživotu
- Spavam u hotelima
- Ostajem s prijateljima i obitelji
- Dijelim sobe u hostelima
- Vlasnik sam stana ili kuće
- U nečijoj kući
- Putujem kamp-kućicom ili slično
- Spavam u šatoru
- Spavam u drugim skloništima

Odakle radite?

- Radim iz svog smještaja
- Radim iz suradničkih prostora
- Radim u kafićima, restoranima i barovima
- Radim u lokalnom uredu svoje tvrtke
- Radim na otvorenom
- Radim s nekog drugog mjesta

Koliko vremena radite svaki tjedan u prosjeku?

- razlikuje se
- < 10
- 10-19
- 20-29
- 30-39

- 40-49
- 50-59
- 60-69
- 70 + h

Kako pokrivete troškove liječenja?

- Imam međunarodno zdravstveno osiguranje
- Imam samo lokalno zdravstveno osiguranje na rezidenciji
- Imam putno i lokalno zdravstveno osiguranje na rezidenciji
- Imam samo putno zdravstveno osiguranje
- Živim bez zdravstvenog osiguranja i plaćam izvan džepa
- Imam druga rješenja

Kako se pripremate za nenadane troškove?

- Imam uštedevinu
- Ne pripremam se
- Imam osiguranje
- Imam druga rješenja

Kada podnosite zahtjev za vizu?

- Podnesem zahtjev za vizu kada mi treba za produljenje boravka
- Ne tražim vizu i krećem dalje kada postane potrebno
- Podnesem zahtjev za vizu čim stignem u zemlju
- Imam druga rješenja
- Ne tražim vize i često ostajem dulje nego što je dozvoljeno

Koje vrstu pametnog telefona imate?

- Android telefon
- Apple iPhone
- Druge vrste