

Analiza digitalnih nomada u Republici Hrvatskoj

Budan, Dario

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:308697>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-19**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij

Poslovna ekonomija - Analiza i poslovno planiranje

ANALIZA DIGITALNIH NOMADA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Diplomski rad

Dario Budan

Zagreb, rujan 2024.

Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij

Poslovna ekonomija - Analiza i poslovno planiranje

ANALIZA DIGITALNIH NOMADA U REPUBLICI HRVATSKOJ

ANALYSIS OF DIGITAL NOMADS IN THE REPUBLIC OF CROATIA

Student: Dario Budan

JMBAG: 0067584166

Mentor: Dr. sc. Ivan Turčić

Zagreb, rujan 2024.

SADRŽAJ

Sažetak	I
Abstract:	II
1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	2
1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka	2
1.3. Sadržaj struktura rada	3
2. TEORIJSKI OKVIR DIGITALNOG PODUZETNIŠTVA	5
2.1. Definicija digitalnog poduzetništva	5
2.2. Vrste digitalnih poduzetnika	8
2.3. Važnost digitalnog poduzetništva za gospodarstvo	11
2.4. Stanje digitalnog poduzetništva u Republici Hrvatskoj	15
3. TEORIJSKI OKVIR DIGITALNIH NOMADA	17
3.1. Definicija digitalnih nomada	17
3.2. Karakteristike digitalnih nomada	19
3.3. Prednosti i nedostaci digitalnih nomada	21
3.4. Utjecaj pandemije COVID-19 na razvoj digitalnih nomada	23
3.5. Položaj digitalnih nomada u Republici Hrvatskoj	24
4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE KARAKTERISTIKA I SPECIFIČNOSTI DIGITALNIH NOMADA U REPUBLICI HRVATSKOJ	27
4.1. Metodologija istraživanja	27
4.2. Rezultati istraživanja	28
4.3. Preporuke za buduća istraživanja	44
4.4. Ograničenja istraživanja	45
5. ZAKLJUČAK	47

POPIS LITERATURE	49
POPIS TABLICA	53
PRILOZI	54
POPIS GRAFIKONA.....	58
ŽIVOTOPIS KANDIDATA.....	59

Sažetak

Digitalno poduzetništvo i digitalni nomadi predstavljaju ključne aktere u suvremenom poslovnom svijetu, potaknuti razvojem digitalnih tehnologija i promjenama u radnim praksama. Digitalne tehnologije omogućuju poduzećima da transformiraju svoje strategije, strukture i procese, pružajući temelj za razvoj novih proizvoda i usluga te optimizaciju korištenja resursa. Ekspanzija digitalnog poduzetništva potiče rast digitalnog gospodarstva i pruža mnoge poslovne prilike, ali istovremeno postavlja izazove u smislu stabilnosti posla i balansa privatnog i poslovnog života.

Digitalni nomadi, kao radnici čiji se posao odvija na internetu, postaju sve značajnija pojava u globalnom radnom okruženju. Njihova fleksibilnost i neovisnost o fizičkoj lokaciji privlače sve veću pozornost, potaknutu tehnološkim napretkom i promjenama u radnim praksama. Pandemija COVID-19 ubrzala je interes za radom na daljinu, potičući države poput Hrvatske da prilagode zakonodavstvo kako bi privukle digitalne nomade. Inicijative poput digitalnih nomadskih viza i povoljnih poreznih tretmana potiču digitalne nomade da odaberu Hrvatsku kao svoje mjesto boravišta i rada.

Predmet ovog istraživanja je analizirati utjecaj digitalnog poduzetništva i digitalnih nomada na poslovno okruženje Republike Hrvatske. Kroz korištenje primarnih i sekundarnih izvora podataka, istraživanje će pružiti uvid u karakteristike digitalnih nomada i njihovu primjenu u poslovnoj zajednici te identificirati izazove i prilike s kojima se suočavaju. Metodologija istraživanja kombinirat će induktivne i deduktivne metode kako bi se stekao cjelovit uvid u analizirane fenomene. Konačni cilj istraživanja je pružiti relevantne zaključke i preporuke za unapređenje poslovnog okruženja u kontekstu digitalnog poduzetništva i nomadstva u Hrvatskoj.

Ključne riječi: Digitalno poduzetništvo, digitalni nomadi, poslovno okruženje, nove tehnologije, rad na daljinu, digitalizacija

Abstract:

Digital entrepreneurship and digital nomads represent key players in the contemporary business world, driven by the development of digital technologies and changes in work practices. Digital technologies enable companies to transform their strategies, structures, and processes, providing the foundation for the development of new products and services and the optimization of resource utilization. The expansion of digital entrepreneurship fosters the growth of the digital economy and provides many business opportunities, but at the same time poses challenges in terms of job stability and balancing private and professional life.

Digital nomads, as workers whose jobs are conducted online, are becoming increasingly significant in the global work environment. Their flexibility and independence from physical location are attracting growing attention, fueled by technological advancements and changes in work practices. The COVID-19 pandemic has accelerated interest in remote work, prompting countries like Croatia to adapt legislation to attract digital nomads. Initiatives such as digital nomad visas and favorable tax treatments encourage digital nomads to choose Croatia as their place of residence and work.

The subject of this research is to analyze the impact of digital entrepreneurship and digital nomads on the business environment of the Republic of Croatia. By using primary and secondary data sources, the research will provide insight into the characteristics of digital nomads and their application in the business community, as well as identify the challenges and opportunities they face. The research methodology will combine inductive and deductive methods to gain a comprehensive understanding of the analyzed phenomena. The ultimate goal of the research is to provide relevant conclusions and recommendations for improving the business environment in the context of digital entrepreneurship and nomadism in Croatia.

Keywords: Digital entrepreneurship, digital nomads, business environment, new technologies, remote work, digitalization

1. UVOD

Razvoj digitalnih tehnologija mijenja način poslovanja poduzeća, transformirajući tradicionalne strategije, strukture i procese. U povezanoj ekonomiji, digitalne tehnologije omogućuju mnogim poduzećima da postanu manji, dok se istovremeno formira mnoštvo malih poduzeća i partnerstava. Društvene mreže, mobilne tehnologije i oblak otvaraju nove načine suradnje i stvaranja novih proizvoda i usluga, te pružaju temelje za optimizaciju korištenja resursa. Ove tehnologije potiču rast digitalnog gospodarstva, nudeći mnoge poslovne prilike i značajno smanjujući troškove za nove poduzetničke pothvate. Digitalno poduzetništvo uključuje sudionike iz različitih društvenih i ekonomskih sektora. Rast broja digitalnih poduzetnika ovisi o njihovim digitalnim poslovnim vještinama, ali i sustavnoj podršci putem transformacijskih politika i programa od strane vlada, industrije, obrazovnih institucija i društva u cjelini.

Digitalni nomadi, radnici čiji se posao odvija na internetu, postaju sve značajnija pojava u modernom svijetu rada. Njihova fleksibilnost i neovisnost o fizičkoj lokaciji privlače sve veću pozornost, potaknutu tehnološkim napretkom i promjenama u radnim praksama. Iako idealizirani kao slobodni radnici, digitalni nomadi se suočavaju s brojnim izazovima, uključujući financijsku neizvjesnost i regulatorne prepreke. Ipak, pandemija COVID-19 ubrzala je interes za radom na daljinu, potičući države poput Hrvatske da prilagode zakonodavstvo kako bi privukle digitalne nomade. Inicijative poput digitalnih nomadskih viza i povoljnih poreznih tretmana potiču digitalne nomade da odaberu Hrvatsku kao svoje mjesto boravišta i rada.

S globalnim utjecajem koji je sveprisutan, digitalno poduzetništvo transformira ekonomske pejzaže diljem svijeta, potičući inovacije, stvarajući nova radna mjesta i prilagođavajući se novim tehnološkim trendovima. Ovaj fenomen nije samo tehnološki, već ima i duboke socio-ekonomske implikacije, mijenjajući način na koji ljudi rade, komuniciraju i konzumiraju proizvode i usluge. Uz izazove kao što su brza tehnološka evolucija i potreba za stalnim usavršavanjem digitalnih vještina, digitalno poduzetništvo nastavlja biti ključan pokretač ekonomskog rasta i razvoja.

U konačnici, digitalno poduzetništvo i digitalni nomadi zajedno oblikuju novu paradigmu rada i života u 21. stoljeću. Dok digitalni poduzetnici transformiraju poslovne modele i industrije, digitalni nomadi mijenjaju tradicionalne predodžbe o radu i fizičkoj lokaciji. Njihova prisutnost na globalnoj razini nije samo rezultat tehnološkog napretka, već i odraz promjena u društvenim vrijednostima i prioriteta radnika. Budućnost digitalnog poduzetništva i digitalnih nomada ovisi o adaptaciji na brze tehnološke promjene, podršci politika koje potiču inovacije i mobilnost, te o sposobnosti društva da se prilagodi novim oblicima rada i života koji donosi digitalno doba.

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog rada je analizirati utjecaj digitalnog poduzetništva i digitalnih nomada na poslovno okruženje Republike Hrvatske, s fokusom na njihovu ekonomsku ulogu, kulturni doprinos te potrebe za prilagodbama zakonodavstva. Cilj istraživanja je pružiti sveobuhvatan uvid u karakteristike digitalnih nomada i njihovu primjenu u poslovnoj zajednici, kako bi se potaknula konkurentnost poduzeća.

Koristeći primarne izvore podataka poput anketa usmjerenih na digitalne nomade te sekundarne izvore poput statističkih podataka i stručnih članaka, istraživanje će primijeniti kombinaciju induktivne i deduktivne metode kako bi se stekao cjelovit uvid u analizirane fenomene. Konačni cilj je pružiti relevantne zaključke i preporuke za unapređenje poslovnog okruženja u kontekstu digitalnog poduzetništva i nomadstva u Hrvatskoj.

Cilj ovog istraživanja je analizirati utjecaj digitalnih nomada na globalno tržište rada i istražiti strategije koje države mogu primijeniti kako bi privukle i podržale digitalne nomade. Fokus će biti na identificiranju izazova i prilika s kojima se digitalni nomadi suočavaju te na proučavanju različitih politika i programa koje države mogu implementirati kako bi stvorile povoljno okruženje za digitalne nomade i potaknule ekonomski rast.

1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka

Istraživanje digitalnih nomada i digitalnog poduzetništva u Republici Hrvatskoj zahtijeva pažljivu analizu različitih aspekata kako bi se stekao dublji uvid u njihovu ulogu i utjecaj na poslovno okruženje. Ključni cilj istraživanja je identificirati karakteristike digitalnih nomada i

njihovog poduzetničkog djelovanja te razumjeti kako njihova prisutnost utječe na šire poduzetničko okruženje.

Primarni izvor podataka u istraživanju bit će ankete koje će biti usmjerene na digitalne nomade u Republici Hrvatskoj. Kroz ove ankete, planira se detaljno analizirati koraci i mogućnosti koje digitalni nomadi imaju u postizanju statusa nomada, kao i njihove životne i radne preferencije. Cilj je dublje sagledati nomadsko poduzetništvo s naglaskom na specifičnosti konteksta Hrvatske.

Osim anketa, istraživanje će koristiti i sekundarne izvore podataka. Također, relevantni znanstveni i stručni članci bit će korišteni kako bi se dodatno potkrijepila analiza i interpretacija rezultata.

Metodologija istraživanja bit će temeljena na kombinaciji induktivne i deduktivne metode. Induktivna metoda bit će primijenjena kroz analizu pojedinačnih informacija o digitalnom poduzetništvu i digitalnim nomadima kako bi se izvukli opći zaključci. S druge strane, deduktivna metoda koristit će se za izvođenje pojedinačnih zaključaka na temelju općih spoznaja o poslovanju i poduzetništvu. Kroz metodologiju analize, istraživanje će sintetizirati odgovore i podatke prikupljene putem anketa te ih povezati u smislenu cjelinu koja će pružiti sveobuhvatan uvid u digitalno poduzetništvo i nomadstvo u Republici Hrvatskoj.

1.3. Sadržaj struktura rada

U ovom istraživanju će se detaljno razmotriti teorijski okvir digitalnog poduzetništva. Poglavlje posvećeno teorijskom okviru digitalnog poduzetništva pružit će sveobuhvatnu analizu koncepta, započevši definicijom digitalnog poduzetništva kao aktivnosti samozapošljavanja u digitalnom okruženju putem korištenja digitalnih medija i informacijskih tehnologija. Istražit će se različite vrste digitalnih poduzetnika, uključujući one koji koriste platforme za svoje poslovanje i vlasnike platformi koji pružaju infrastrukturu drugima. Naglasak će biti i na ekonomskoj važnosti digitalnog poduzetništva, ističući doprinos digitalizacije i digitalnog poduzetništva rastu i razvoju gospodarstva. Dodatno, istražiti će se specifično stanje digitalnog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, analizirajući izazove, prilike te inicijative i programe podrške dostupne digitalnim poduzetnicima.

Fokus će također biti usmjeren na teoriju i koncept digitalnih nomada. Digitalni nomadi su mobilni profesionalci koji svoje poslove obavljaju na daljinu koristeći se digitalnim tehnologijama, omogućujući im da putuju i borave na različitim lokacijama dok obavljaju svoje radne zadatke. Ovo poglavlje će definirati tko su digitalni nomadi, istražiti njihove karakteristike te analizirati prednosti i nedostatke njihovog načina života i rada. Posebna pozornost bit će posvećena utjecaju pandemije COVID-19 na razvoj digitalnih nomada, naglašavajući kako je pandemija ubrzala prihvaćanje rada na daljinu te potaknula porast broja digitalnih nomada. Analizirat će se i specifičan položaj digitalnih nomada u Republici Hrvatskoj, uključujući pravne regulative, infrastrukturne izazove te društvene aspekte s kojima se oni suočavaju. Također će se pregledati inicijative koje je Hrvatska pokrenula kako bi privukla digitalne nomade, kao što su posebne vize i povoljne porezne politike.

Poglavlje pod nazivom "Empirijsko istraživanje karakteristika i specifičnosti digitalnih nomada u Republici Hrvatskoj" bit će posvećeno detaljnom opisu metodologije istraživanja. Ova metodologija uključuje prikupljanje i analizu podataka putem anketa, intervjua te korištenje sekundarnih izvora. Bit će prezentirani i rezultati istraživanja koji će pružiti uvid u demografske karakteristike digitalnih nomada u Hrvatskoj, motive za odabir njihovog načina života i rada, izazove s kojima se susreću te njihovo zadovoljstvo životom i radom u Hrvatskoj. Rad će također ponuditi preporuke za buduća istraživanja, naglašavajući područja koja zahtijevaju daljnju analizu kako bi se bolje razumjeli trendovi i potrebe digitalnih nomada. Analizirat će se i ograničenja istraživanja, poput uzorkovanja i pristupa podacima, kako bi se osigurao sveobuhvatan uvid u ovu temu.

Kroz ova tri ključna poglavlja, istraživanje će obuhvatiti teorijske i praktične aspekte digitalnog poduzetništva i digitalnih nomada, pružajući čitatelju sveobuhvatno razumijevanje trenutnog stanja i budućih trendova u ovim dinamičnim područjima.

2. TEORIJSKI OKVIR DIGITALNOG PODUZETNIŠTVA

Sve veća proširenost digitalnih tehnologija s novim mogućnostima temeljito mijenja način na koji poduzeća posluju, preoblikujući tradicionalne strategije, strukture i procese. U povezanoj ekonomiji koja koristi digitalne tehnologije, mnoga poduzeća postaju manja uz mnogo malih poduzeća i partnerstava. Društvene mreže, tehnologije mobilnih uređaja i oblaka otvaraju nove načine suradnje kao i oblikovanja novih proizvoda i usluga, te pružaju dobar temelj za optimizaciju korištenja resursa. Ove tehnologije potiču digitalno gospodarstvo, pružajući brojne poslovne mogućnosti i značajno smanjujući troškove za nove poduzetničke pothvate. Digitalno poduzetništvo, kao nova pojava, uključuje sudionike iz različitih društvenih i ekonomskih sektora. Rast broja digitalnih poduzetnika ovisi o digitalnim poslovnim vještinama pojedinaca, ali i sustavnoj podršci putem transformacijskih politika i programa od strane vlada, industrije, obrazovnih institucija te društva u cjelini (Zhao i Collier, 2016.).

Digitalno poduzetništvo, vođeni novim poslovnim strategijama, značajno su utjecali na globalnu razinu, posebice tijekom posljednjeg desetljeća. Kompanije poput Googlea, Facebooka, Microsofta i Applea ne samo da su transformirale poslovni svijet, već su i oblikovale način na koji svakodnevno komuniciramo. U doba digitalizacije, umjetna inteligencija unapređuje kvalitetu odluka, dok tehnologija omogućava razvoj bržih i efikasnijih uređaja te promjene u načinu pohrane, pretraživanja i obrade informacija. Digitalizacija je potaknula stvaranje novih poslovnih modela, s naglaskom na digitalno poduzetništvo koje obuhvaća širok spektar aktivnosti, od osnivanja novih poduzeća do transformacije postojećih poslovnih grana u digitalno okruženje (Kraus i sur., 2019.).

2.1. Definicija digitalnog poduzetništva

Digitalno poduzetništvo, osnovno opisano kao samozapošljavanje, u digitalnom kontekstu uključuje poduzetničke aktivnosti na digitalnoj platformi, oslanjajući se na alate digitalnih medija i informacijsku tehnologiju. Nastaje digitalizacijom resursa, usluga ili temeljnih elemenata poslovanja, proširujući tradicionalno shvaćanje poduzetništva na visoko raznolik skup sudionika. Duboko ukorijenjeno u digitalnu priliku, digitalno poduzetništvo prepoznaje prilike u brzom tehnološkom razvoju i okreće se digitalnoj transformaciji. Ova transformacija uključuje promjene u operacijama poduzeća i šire, kroz trajnu evoluciju društva putem tehnologije (Antonizzi i Smuts, 2020.).

Prema Reuberu i Fischu (2011.), digitalno poduzetništvo naziva se osobom ili poduzećem koja koristi informacijsko-komunikacijske tehnologije kako bi komunicirala s kupcima i partnerima. To uključuje aktivnosti s glavnim ciljem prodaje digitaliziranih proizvoda ili usluga.

Hull i suradnici (2007; 293.) definiraju digitalno poduzetništvo kao „potkategoriju poduzetništva u kojoj je nešto ili sve što bi bilo fizičko u tradicionalnoj organizaciji digitalizirano te se stoga može promatrati kao pomirenje tradicionalnog poduzetništva s novim načinom stvaranja i obavljanja poslova u digitalnoj eri“.

Hair i suradnici (2012.) ističu širok raspon poslovnih modela predodređenih za digitalno poduzetništvo. To uključuje transformaciju proizvoda, distribucijskih kanala, radnih okruženja i drugih aspekata poslovanja koji mogu uzeti digitalni oblik u poduzetničkom pothvatu.

Osim toga, Giones i Brem (2017.) dodaju tehnološki usmjereniji pogled navodeći nove proizvode i usluge temeljene na internetu, kao i usluge koje se izvode samo u oblaku. Također ističu korištenje velikih podataka ili umjetne inteligencije kao potencijalne vrste digitalnog poduzetništva te shvaćaju tehnologiju kao ključni faktor ulaska na tržište i ostvarivanja konkurentne prednosti.

Sussan i Acs (2017.) proširuju ovaj pogled na digitalno poduzetništvo razmatrajući korisničku dimenziju gdje promatraju digitalne poduzetnike kao poduzetništvo koje djeluje unutar okvira postojećih platformi. Drugim riječima, obavljaju aktivnosti koje zahtijevaju digitalno sudjelovanje, ali same po sebi ne moraju biti digitalne, na primjer, vozači Ubera. Agent koristi digitalnu tehnologiju i traži te djeluje na te prilike unutar tržišta, povećavajući učinkovitost pomicanjem gospodarstva bliže tehnološkoj granici.

Davidson i Vaast (2010.) nude nešto različitu perspektivu digitalnog poduzetništva: Digitalno poduzetništvo je praksa prepoznavanja i iskorištavanja poslovnih prilika koje proizlaze iz korištenja digitalnih medija i drugih informacijsko-komunikacijskih tehnologija. To uključuje sve aktivnosti koje podrazumijevaju stvaranje novih poslovnih modela, proizvoda ili usluga koji se temelje na digitalnim tehnologijama. Primjerice, digitalni poduzetnici mogu koristiti internet i mobilne aplikacije za pružanje novih usluga, razvijati softverske aplikacije ili platforme za trgovinu, ili pak koristiti podatke i analitiku za optimizaciju poslovnih procesa i donošenje strategijskih odluka. Digitalno poduzetništvo obuhvaća širok spektar djelatnosti koje se oslanjaju na digitalnu infrastrukturu kako bi transformirale tradicionalne industrije ili

stvorile potpuno nove poslovne prilike. Digitalni poduzetnici koriste prednosti koje pružaju digitalni mediji i informacijska tehnologija kako bi iskoristili te prilike. Na taj način, oni aktivno sudjeluju u transformaciji konkurentskog okruženja, težeći iskorištavanju poslovnih prilika i potičući proces kreativne destrukcije u digitalnoj ekonomiji.

Vasilchenko i Morrish (2011.) mišljenja su da se mala poduzeća koja obavljaju svoje aktivnosti uz podršku ICT aplikacija poput online računovodstva, Wi-Fi-hotspota, sigurnosnih kopija telefona, softverskih rješenja umjetne inteligencije, društvenih računalnih web stranica poput konzumiranja glazbe i malih mobilnih i internetskih poslovanja poput klasifikacije/katalogizacije specijaliziranih informacija, putničkih/recruiting agencija i internetskog tržišta kupoprodaje također mogu smatrati digitalnim poduzećima.

Allen (2019.) navodi digitalno poduzetništvo kao pojam koji opisuje kako će se poduzetništvo promijeniti dok se poslovanje i društvo i dalje transformiraju digitalnom tehnologijom. Digitalno poduzetništvo ističe promjene u poduzetničkoj praksi, teoriji i obrazovanju. Ono obuhvaća sve što je novo i drugačije u vezi s poduzetništvom u digitalnom svijetu, uključujući:

- Nove načine pronalaženja kupaca za poduzetničke pothvate.
- Nove načine dizajniranja i ponude proizvoda i usluga.
- Nove načine generiranja prihoda i smanjenja troškova.
- Nove prilike za suradnju s platformama i partnerima.
- Nove izvore prilika, rizika i konkurentске prednosti.

Nadalje Allen (2019.) navodi kako na praktičnoj razini, digitalno poduzetništvo otvara nove mogućnosti za svakoga tko razmišlja o tome da postane poduzetnik. Neki su prilike tehničke prirode, ali mnoge druge su dostupne svima tko nauči osnovne vještine digitalnog poduzetništva. Te osnovne vještine uključuju pronalaženje novih kupaca online, prototipiranje novih poslovnih ideja i poboljšavanje poslovnih ideja na temelju podataka. Osim učenja novih praktičnih vještina, digitalno poduzetništvo također obuhvaća nove načine razmišljanja o samom poduzetništvu.

U pogledu obrazovanja, digitalno poduzetništvo otvara nove mogućnosti za obuku sljedeće generacije poduzetnika. Najbolji način učenja poduzetništva je "raditi to" i reflektirati na to iskustvo. Pokretanje novog posla ili lansiranje novog proizvoda u normalnom svijetu je skupo i riskantno za početnike. Digitalni svijet ne samo da smanjuje prepreke za pokretanje nečeg

novog, već nudi razne putove do uspjeha. To je samo drugačiji svijet u obrazovanju od studija slučaja, simulacija i poslovnih planova (Allen, 2019.).

Točna definicija digitalnog poduzetništva još uvijek se raspravlja, djelomice zato što je rano razdoblje, a djelomice zato što je to pokretna meta. Kako digitalna tehnologija evoluira, ono što je novo u digitalnom poduzetništvu će se mijenjati s vremenom. Možda će jednog dana većina ili svi poduzetnički pothvati biti "rođeni digitalno", a digitalno poduzetništvo kao zasebna tema će prestati postojati. No, danas postoji stvarna potreba da se poduzetnike bolje pripremi za digitalni svijet i da se više ljudi uputi na novi put poduzetništva (Allen, 2019.).

2.2. Vrste digitalnih poduzetnika

Digitalno poduzetništvo definira se kao stvaranje i praćenje poduzetničkih prilika putem tehnoloških platformi i drugih sredstava za komunikaciju informacija. Stoga digitalno poduzetništvo može obuhvatiti različite kategorije poslovanja, poput marketinga, prodaje, proizvoda, distribucije, upravljanja dionicima i operacija, a nove kategorije mogu se potencijalno oblikovati s razvojem tehnologije (Antonizzi i Smuts, 2020.).

Što se tiče uloge digitalnog poduzetnika, ona se sastoji od kreiranja digitalnih proizvoda i usluga, upravljanja online marketingom, automatizacije poslovnih procesa te analize podataka radi optimizacije performansi poslovanja. Važno je istaknuti da uspješan digitalni poduzetnik posjeduje tehničko znanje, prilagodljivost, globalnu viziju, marketinške vještine te sposobnost rješavanja problema (Chase, b.d.).

Poduzetništvo u digitalnom okruženju može se sagledati kroz tri glavne dimenzije: digitalne tehnologije kao omogućitelj, ishod ili kontekst poduzetničkih nastojanja. Digitalne tehnologije su ključne za digitalno poduzetništvo i oblikuju poduzetničke procese i rezultate. Prva dimenzija prepoznaje digitalne tehnologije kao alate koji omogućuju poduzetnicima istraživanje, razvoj i skaliranje poslovnih prilika. Druga dimenzija fokusira se na poduzetničke pothvate koji stvaraju digitalne tehnologije kao osnovne tržišne ponude. Treća dimenzija istražuje kako digitalne tehnologije oblikuju šire kontekste poduzetništva, mijenjajući tradicionalne industrije i regulativne okvire. Kroz ovaj trodimenzionalni okvir, istraživači mogu bolje razumjeti interakciju između tehnologije i poduzetništva te identificirati nove prilike za istraživanje, pružajući dublje i sveobuhvatnije sagledavanje uloge digitalnih tehnologija u suvremenom poslovnom svijetu (Recker i Von Briel, 2019.).

Istraživači su istaknuli digitalne tehnologije kao ključnu komponentu digitalnog poduzetništva. Ove tehnologije obuhvaćaju digitalne alate, sustave i uređaje koji generiraju, pohranjuju i obrađuju podatke, omogućujući poduzetničkim pothvatima veću fleksibilnost i slobodu djelovanja. Digitalni poduzetnici, definirani kao pojedinci koji koriste digitalnu tehnologiju i internet za stvaranje vlastitih poslovnih pothvata, koriste digitalne platforme kao središnji alat za stvaranje vrijednosti. Ovi poduzetnici surađuju unutar dinamičnog digitalnog ekosustava, prilagođavajući svoje strategije i pristupe prema promjenjivom pejzažu poslovanja. Digitalno poduzetništvo predstavlja spoj tradicionalnog poduzetništva s novim načinima stvaranja i poslovanja u digitalnoj eri (Truong i Le Dinh, 2023.).

Razvoj tehnologije i širenje interneta otvorili su vrata novim mogućnostima za poduzetnike diljem svijeta. E-trgovine, blogovi, online tečajevi, aplikacije, marketing putem društvenih mreža samo su neki od mnogobrojnih načina na koje pojedinci i poduzeća mogu započeti digitalno poslovanje. E-trgovine su postale iznimno popularne, omogućujući prodaju proizvoda i usluga putem interneta bez potrebe za fizičkom prisutnošću u trgovini. Blogovi i kreiranje sadržaja također su postali važan alat za privlačenje publike i izgradnju brenda. Online tečajevi i platforme za obrazovanje omogućuju ljudima da nauče nove vještine i znanja iz udobnosti svog doma. Razvoj aplikacija i softvera pruža priliku za stvaranje inovativnih rješenja za različite potrebe korisnika. Affiliate marketing, upravljanje društvenim mrežama, dropshipping poslovanje, digitalne agencije za marketing samo su neke od specijaliziranih usluga koje poduzetnici nude putem interneta. (Raymond, b.d.).

Uz porast popularnosti online učenja, digitalni poduzetnici mogu kreirati i prodavati online tečajeve koji pružaju pristup specijaliziranom znanju i vještinama širom svijeta. Virtualni događaji također postaju sve značajniji za digitalne poduzetnike kao način povezivanja s publikom i pružanja dodatne vrijednosti kroz različite formate i teme. Ovi događaji su praktični za organizatore i sudionike te se mogu prilagoditi različitim ciljnim skupinama i potrebama. Sve ove strategije i modeli poslovanja u digitalnom poduzetništvu pokazuju fleksibilnost i kreativnost poduzetnika u iskorištavanju mogućnosti koje pružaju digitalne tehnologije za stvaranje novih poslovnih prilika i ostvarivanje održivih prihoda (Mighty Networks, b.d.).

Virtualni asistenti, web dizajneri, kreatori video sadržaja, autori e-knjiga, savjetnici i influenceri sve su važni igrači u digitalnom ekosustavu. Osim toga, postoji niz drugih digitalnih poduzetničkih aktivnosti poput online fitnes i wellness coachinga, prodaje digitalnih proizvoda

poput predložaka i prethodnih postavki, kao i izrade fotografija i videa za prodaju na mreži. Zajednice i forumi također pružaju platforme za interakciju i razmjenu ideja među istomišljenicima. Sve ove mogućnosti svjedoče o raznolikosti i dinamičnosti digitalnog poduzetništva u današnjem digitalnom dobu (Raymond, b.d.).

Digitalno poduzetništvo obuhvaća raznolike strategije poslovanja koje se temelje na digitalnim tehnologijama kako bi se stvorile poslovne prilike. Primjeri uključuju izgradnju online zajednica, pokretanje blogova, podcasta i YouTube kanala te organiziranje virtualnih događaja i prodaju putem e-trgovine. Digitalni poduzetnici često kombiniraju ove strategije kako bi diverzificirali svoje poslovne aktivnosti i maksimizirali svoj utjecaj. Na primjer, voditelji zajednice grade online platforme oko specifičnih interesa poput umjetnosti ili prirode, pružajući članovima pristup ekskluzivnim sadržajima i događajima. Ovi poduzetnici zarađuju od članarina, organiziranja događaja te pružanja specijaliziranih tečajeva. S druge strane, blogeri koriste svoje stručno znanje iz područja marketinga kako bi generirali prihode putem affiliate marketinga, oglasa i prodaje digitalnih proizvoda poput tečajeva i e-knjiga (Mighty Networks, b.d.).

Podcasteri također čine važnu skupinu digitalnih poduzetnika koji stvaraju sadržaj putem audio formata, privlačeći publiku kroz plaćene zajednice, affiliate marketing, sponzorstva i organizaciju događaja. YouTube kanali pružaju platformu za video sadržaj koji može generirati prihode kroz oglase, pretplate, affiliate marketing i prodaju proizvoda. Konzultanti, s druge strane, nude svoje stručno znanje kroz savjetovanje u područjima poput marketinga, tehnologije i emocionalne inteligencije, zarađujući na satnicu ili projekt. Digitalni poduzetnici također mogu stvoriti pasivni prihod putem pretplatničkog poslovanja ili prodaje online tečajeva koji nude edukativni sadržaj i vještine. Dodatno, online prodaja putem platformi poput Amazona i Shopifyja omogućava poduzetnicima prodaju širokog spektra proizvoda, od fizičkih do digitalnih, što otvara neograničene mogućnosti za generiranje prihoda (Mighty Networks, b.d.).

Truong i Le Dinh (2023.), su analizirali 36 članaka koji eksplicitno opisuju karakteristike digitalnih poduzetnika. Na temelju istraživačkih ciljeva i opisa uzoraka u člancima, identificirali su četiri prominentna tipa digitalnih poduzetnika koji su opisani u trenutačnoj literaturi: (1) poduzetnici ovisni o platformama (47% članaka), (2) vlasnici platformi (21%), (3) kulturni digitalni poduzetnici (16%), i (4) društveni i ženski digitalni poduzetnici (21%).

Poduzetnici ovisni o platformama su pojedinci, mikro ili mala i srednja poduzeća koja se oslanjaju na digitalne platforme kako bi stvorili, pružili i prodali svoje proizvode/usluge i stekli resurse za svoje poslovanje. Vlasnici platformi su poduzetnici koji grade i pružaju skup usluga i arhitekturu koja služi drugim pojedincima i poduzetnicima koji nude komplementarne ponude.

Kulturni digitalni poduzetnici uključuju digitalne poduzetnike društvenih medijskih platformi, online glazbenike i poduzetnike društvenih medija, online izdavačke, te nove digitalne umjetnike koji postaju poduzetnici. Ti kulturni digitalni poduzetnici također se oslanjaju na digitalne platforme, ali uključuju kulturnu i društvenu inovaciju umjesto isključivo stvaranja profita (Truong i Le Dinh, 2023.).

Posljednji tip uključuje društvene i ženske digitalne poduzetnike. Društveni digitalni poduzetnici koriste digitalne tehnologije i platforme kako bi postigli ravnotežu između komercijalne i društvene vrijednosti. Ženski digitalni poduzetnici su privukli mnogo istraživačkog interesa, jer je mnogo toga još neistraženo u pogledu toga može li se strukturna podređenost reproducirati u digitalnom okruženju za žene. Društveni i ženski digitalni poduzetnici u ovim studijama koriste različite vrste digitalnih tehnologija i također mogu biti ovisni o platformama, međutim, rodna pristranost i društveni utjecaji koji su uključeni u ovaj tip u digitalnom kontekstu čine ih drugačijima od prethodnih tipova (Truong i Le Dinh, 2023.)

Digitalni nomadi također spadaju među digitalne poduzetnike, a taj pojam bit će detaljnije obrađen u idućem poglavlju.

2.3. Važnost digitalnog poduzetništva za gospodarstvo

U današnjem digitalnom dobu, uspjeh poduzeća nužno ovisi o integraciji raznovrsnih tehnoloških elemenata poput online rezervacija, recenzija, popusta i automatiziranog procesiranja narudžbi. Digitalizacija je ključna za uspjeh ne samo u restoranskom sektoru, već i u ostalim industrijskim granama. Primjerice, poduzeća u prijevoznom sektoru moraju optimizirati svoju online prisutnost kako bi privukle i zadržale korisnike, nudeći im besprijekorno iskustvo rezervacija i visoku vidljivost u rezultatima pretrage. Pojava digitalnih tehnologija temeljito je promijenila način poslovanja i poduzetništva, stvarajući nove izazove poput udaljene komunikacije, preopterećenosti informacijama i upravljanja velikim

količinama podataka s kojima se danas suočavaju poduzetnici (Soltanifar, Hughes i Göcke, 2021.).

Digitalno poduzetništvo se razlikuje od tradicionalnih oblika poduzetništva po nižim barijerama za ulazak, jednostavnijim operacijama, mogućnosti rada na daljinu te pristupu 24/7. Online platforme omogućuju brzo širenje poslovanja i skaliranje, potičući inovativne ideje i tehnološki napredak. Sve navedeno ukazuje na to da digitalno poduzetništvo predstavlja dinamično područje koje privlači sve veći broj poduzetnika, nudeći im mogućnost stvaranja uspješnih poslovnih modela u digitalnom svijetu (Chase, b.d.).

Digitalna transformacija donosi značajne promjene u organizacijama na dva glavna nivoa: optimizacija postojećih procesa kroz digitalne tehnologije te istraživanje inovacija u digitalnom prostoru. Ova transformacija utječe na poslovne modele i obuhvaća različita područja unutar organizacije, uključujući marketing, informacijsku tehnologiju, razvoj proizvoda i upravljanje ljudskim resursima. Procjena trenutnog stanja organizacije u odnosu na željenu poziciju u digitalnoj transformaciji ključna je za uspješnu implementaciju. Modeli zrelosti poduzeća pružaju strukturu za preoblikovanje poslovnog modela i postizanje konkurentске prednosti kroz novitete i poboljšanja. Menadžeri igraju važnu ulogu u razvoju strategija digitalne transformacije, pri čemu modeli zrelosti poduzeća pomažu u razumijevanju trenutnog stanja i pripremi za promjene. Važno je napomenuti da digitalna transformacija ima različite učinke na različite industrije, s nekim industrijama brže prilagođenim od drugih (Berghaus i Back, 2016.).

Za digitalne poduzetnike, prikupljanje i korištenje jedinstvenih podataka predstavlja ključnu poslovnu priliku, omogućujući dublje razumijevanje potreba korisnika. Svaka interakcija na digitalnom proizvodu ostavlja trag podataka, a ti podaci pomažu prilagodbi proizvoda i usluga za maksimiziranje vrijednosti za korisnike. Digitalna poduzeća imaju prednost u posjedovanju jedinstvenih podataka o ponašanju korisnika, poput Netflix-a s podacima o gledateljskim preferencijama. Društvene medijske platforme, poput Facebook-a, koriste detaljne podatke za prilagodbu sadržaja prema preferencijama korisnika. Pretraživači, poput Google-a, koriste podatke o pretraživanju kako bi pružili relevantne informacije i oglase, poboljšavajući korisničko iskustvo (Allen, 2019.).

Digitalni poduzetnici istražuju jedinstvene podatkovne mogućnosti, bilo da se radi o lokalnim poduzećima s informacijama o preferencijama mještana ili specijaliziranim poslovima s vrhunskim podacima o potražnji. Prikupljeni podaci omogućuju poduzetnicima korištenje algoritama za unapređenje proizvoda i usluga, čime čak i mali start-up može postati stručnjak u određenoj temi ili odluci. Gdje god postoji prilika za unapređenje, prisutnost dobrih podataka otvara mogućnost za korištenje algoritama i automatiziranih metoda odlučivanja, povećavajući konkurentske prednosti start-upova u pružanju visokokvalitetnih proizvoda i usluga (Allen, 2019.).

Još jedna karakteristika digitalnog poduzetništva je njegova višestranost, budući da predstavlja kombinaciju poslovnog, znanstvenog i institucionalnog poduzetništva koje sinergijski djeluju. Poslovno poduzetništvo obuhvaća traženje ili prepoznavanje poslovnih prilika koje se mogu iskoristiti, uključujući stvaranje novih proizvoda ili usluga, identifikaciju i upotrebu sirovina, stvaranje novih industrija i novih oblika poslovanja. Znanstveno poduzetništvo usmjereno je na identifikaciju i istraživanje prilika temeljenih na informacijama ili znanju te obuhvaća proširenje postojećih i stvaranje novih znanstvenih baza. Institucionalno poduzetništvo opisuje aktivnosti poduzetnika koji koriste resurse u stvaranju novih organizacija ili unaprjeđenju postojećih. Digitalno poduzetništvo je stoga kombinacija ova tri oblika poduzetničke prakse, omogućujući digitalnu transformaciju tradicionalnih praksi poput navedenih poslovnih kategorija (Antonizzi i Smuts, 2020.).

U digitalnom svijetu, promjena veličine poslovanja predstavlja značajan napor. Digitalni poduzetnici imaju luksuz početi malo, ali brzo rasti. Na najmanjoj razini, digitalno poduzeće može se usredotočiti na posluživanje izuzetno specijaliziranog tržišta, bilo lokalno ili globalno. Digitalni svijet olakšava prilagodbu veličine poslovanja, omogućujući poduzetnicima brzo skaliranje tehnologije prema potrebi ili smanjenje iste, ovisno o trenutačnoj potražnji. Sposobnost jednostavnog povećanja ili smanjenja veličine poslovanja potiče strategiju usmjeravanja na što specijaliziranije tržište na početku, proširujući se kako se otkrivaju nove povezane prilike. Digitalni poduzetnici uvijek traže nove potrebe korisnika koje su možda tradicionalno smatrane premalima ili ograničenima, ali koje sada mogu poslužiti kao polazište za novi pothvat prilagodljiv veličini prema potrebi (Allen, 2019.).

Unatoč mnogim pozitivnim aspektima, digitalno poduzetništvo nosi sa sobom nove prijetnje i izazove. Digitalni poduzetnici moraju se nositi s globaliziranom kompleksnošću i istodobno se

učinkovito natjecati s najvećim tehnološkim kompanijama na svijetu. Osim toga, moraju pratiti ubrzanu društveno-medijsku okolinu (Allen, 2019.).

Suvremeni poduzetnici suočavaju se s disruptivnim promjenama ne samo od strane konkurenata, već i od strane promjena u interakciji potrošača s sličnim digitalnim proizvodima i uslugama. Ovaj neprekidni proces integracije potaknuo je nastanak novih digitalnih poslovnih modela koji mijenjaju tradicionalne operacije. Prilagodba zahtjevima stalne inovacije, poboljšanje korisničkog iskustva i učinkovit omnichannel marketing postali su ključni za opstanak u digitalnom dobu (Soltanifar i sur., 2021.).

Najveći izazovi su u vezi s digitalnim poduzetništvom i transformacijom. Ključna je važnost zadovoljenja potreba kupaca kroz poslovne procese i sposobnosti, no digitalizacija cijelog poslovanja postaje teža s rastom organizacije. Ažuriranje zastarjelih poslovnih sustava u digitalne može predstavljati problem, posebno kod velikih poduzeća, zbog nepravilnosti unutar tih sustava. Dodatne poteškoće vezane uz digitalnu transformaciju uključuju situacije u kojima postojeći poslovni modeli donose dovoljan profit, čime se odgađa potreba za uspostavom novih, digitaliziranih proizvoda i usluga za klijente (Antonizzi i Smuts, 2020.).

Također, uvidi iz analitike velikih podataka utječu na strateške odluke, što potiče uvođenje novih proizvoda i usluga. Iako digitalizacija pruža prilike za poboljšanje financijske uspješnosti, istovremeno postavlja i izazove poput promjena u metodama komunikacije i poslovnim modelima. Uspješno suočavanje s tim izazovima i iskorištavanje prilika digitalnog tržišta zahtijeva prihvaćanje digitalnog mentaliteta i razvoj analitičkih sposobnosti (Soltanifar i sur., 2021.).

Digitalno poduzetništvo omogućava demokratičnije i inkluzivnije stvaranje novih poduzeća, pružajući šansu i onima koji su bili isključeni iz poduzetništva zbog kulturnih razloga. Mnoge zemlje promiču poduzetništvo i poduzetničko obrazovanje zbog mnogih prednosti koje ono donosi pojedincima i društvu. Ova inicijativa pridonosi dinamici gospodarstva te njezinoj raznolikosti. Za pozitivan utjecaj digitalnog poduzetništva ključno je da bude inkluzivno, povezujući široki spektar ljudi u digitalnu ekonomiju budućnosti kako bi ostvarili potencijal tehnologije za stvaranje vrijednosti i očuvanje raznolikosti i vrijednosti koje odražavaju zajednicu kojoj služe (Allen, 2019.).

2.4. Stanje digitalnog poduzetništva u Republici Hrvatskoj

U posljednjem desetljeću, povećala se zainteresiranost istraživača za područje digitalne transformacije poslovanja i modela digitalne zrelosti poduzeća, s obzirom na rastući utjecaj digitalnih tehnologija na različite aspekte organizacija. Digitalna transformacija poslovanja, neizbježna za veliki broj poduzeća, potaknula je intenzivnu refleksiju unutar organizacija o njihovoj trenutačnoj poziciji u kontekstu rastućeg utjecaja digitalnih tehnologija na različite aspekte poslovanja, bilo da se radi o operativnim procesima, pojedinim segmentima organizacije ili o cjelokupnom poslovnom modelu. Digitalna transformacija postala je imperativ za mnoga poduzeća iz različitih sektora (Kruljac i Knežević, 2019.).

Prema istraživanju Poljanec-Borić (2021.), ukazuje se podudarnost stavova između dviju ciljano odabranih skupina o digitalizaciji u Hrvatskoj. Prva skupina smatra da je digitalizacija uglavnom spontana, dok druga vjeruje da je uspješna, posebno u srednjem i malom poduzetništvu. Istraživanje također pruža uvid u karakteristike pravih digitalnih poduzeća, koja su digitalno rođena i posluju na internetu. Ta poduzeća često ostvaruju ekstraprofite i igraju ključnu ulogu u modernizaciji i globalizaciji. Digitalni poduzetnici svjesno balansiraju između tržišta i kvalitete života te se oslanjaju na mobilnost i outsourcing kako bi upravljali troškovima i osigurali kvalitetu života.

Sva prava digitalna poduzeća u Hrvatskoj imaju strateški karakter, a digitalna transformacija smatra se ireverzibilnim procesom koji utječe na sve aspekte života. Međutim, proces digitalne transformacije u Hrvatskoj napreduje sporije nego što bi trebao zbog brojnih kolektivnih barijera, kao što su periferijski civilizacijski položaj i gubitak povjerenja u državu. Ukupno gledano, digitalizacija u privatnom sektoru Hrvatske postigla je uspjeh sličan drugim novim demokracijama EU-a, dok je proces digitalne transformacije zapeo u poslovnim praksama javnog i političkog sektora. Prema nalazima istraživanja, ključne nacionalne gospodarske mjere koje će olakšati tržišni položaj digitalnih poduzetnika u Hrvatskoj u uvjetima ubrzane digitalizacije političkog i javnog sektora uključuju snižavanje poreza na dobit, visoke plaće te ukidanje dvostrukog oporezivanja poslovanja sa SAD-om (Poljanec-Borić (2021.).

Hrvatska se u okviru digitalizacije pozicionira prema Indeksu digitalne ekonomije i društva (DESI), koji sažima pokazatelje o digitalnoj uspješnosti Europe i prati napredak zemalja EU-a.

Prema izvješću Europske komisije, Hrvatska se pozicionirala na 21. mjestu, s blagim rastom ocjene na 2,59 u usporedbi s prethodnom godinom. Unatoč tome, postoje izazovi, poput slabe korištenosti digitalnih javnih usluga i nedovoljne implementacije digitalizacije u malim i srednjim poduzećima. Iako Hrvatska bilježi dobre rezultate u digitalnim vještinama, nedostatak stručnjaka u informacijskim tehnologijama predstavlja prepreku za potpunu integraciju digitalnih tehnologija u sva poduzeća (Inovacijska platforma, 2022.).

Unatoč tim izazovima, digitalne tehnologije postaju sve popularnije u hrvatskim poduzećima, a planira se ulaganje napora u ostvarenje ciljeva digitalnog desetljeća, posebice u pružanju javnih usluga za građane i poduzeća. Nova Strategija digitalne Hrvatske za razdoblje do 2030. postavlja smjer ka boljim rezultatima, uz mjere digitalne transformacije gospodarstva i društva definirane Nacionalnom razvojnom strategijom za razdoblje do 2030. Cilj Hrvatske u 2030. godini je postizanje održivog gospodarstva i društva, jačanje otpornosti na krize, zelena i digitalna tranzicija te ravnomjeran regionalni razvoj (Inovacijska platforma, 2022.).

Pored nacionalnih inicijativa, Europska Unija nudi programe i natječaje za bespovratna sredstva u svrhu poticanja digitalizacije i tehnološkog napretka članica EU. Europski strukturni i investicijski fondovi podržavaju digitalizaciju tržišta u Republici Hrvatskoj, dok program Digitalna Europa, procijenjen na 7,588 milijardi eura, pruža potporu jačanju europske konkurentnosti, zelenoj tranziciji i postizanju klimatske neutralnosti do 2050. godine. Kroz te programe naglasak je na poštivanju vrijednosti i temeljnih prava EU te razvoju prema tehnološkoj suverenosti i klimatskoj neutralnosti (Inovacijska platforma, 2022.).

3. TEORIJSKI OKVIR DIGITALNIH NOMADA

Digitalni nomadi su radnici čiji se primarni posao odvija na internetu. Nisu obavezni osobno se pojavljivati kako bi obavljali svoj posao, stoga su "nezavisni o lokaciji". Međutim, samo mali postotak poslova može se potpuno obavljati online - poput digitalnog marketinga, web dizajna, softverskog inženjeringa ili programiranja, tečajeva jezika putem videa, na primjer. Radnici na daljinu, uglavnom, imaju stabilno kućanstvo u jednom gradu i rade od kuće ili na različitim lokalnim lokacijama. Međutim, digitalni nomadi idu korak dalje s neovisnošću o lokaciji. Putuju i to često; kako domaći tako i međunarodno. Odabiru svoju lokaciju na temelju očekivanja o slobodnom vremenu i načinu života, a ne rada. Stoga često biraju udobna, topla, slikovita mjesta koja su također pristupačna i gostoljubiva prema Zapadnjacima (Thompson, 2018.).

Izraz "digitalni nomad" još uvijek nije precizno definiran, međutim, istraživači često opisuju digitalne nomade kao mlade, posvećene profesionalce koji odbijaju nametnute strukture tradicionalnog uredskog rada, poput tzv. radnog vremena „od 9 do 5“, te cijene autonomiju, fleksibilnost i mogućnost putovanja i rada gdje god žele (Cook, 2020.).

Izraz "digitalni nomadi" prvi put se pojavljuje 1997. i kasnije je prepoznat kao društveni fenomen. Digitalni nomadi odnose se na stručnjake koji obavljaju posao putem interneta kako bi omogućili stalno putovanje i življenje u inozemstvu, što predstavlja moderni fenomen društva informacijsko-komunikacijske mreže (Chevtavaeva i Denizci-Guillet, 2021.).

3.1. Definicija digitalnih nomada

Prema Ehn, Jorge i Marques-Pita (2022.) digitalne nomade smatraju profesionalcima koji se oslanjaju na digitalne tehnologije kako bi obavljali svoj posao, a istovremeno su neovisni o tradicionalnim organizacijama. Oni često biraju svoje mjesto boravka temeljem različitih faktora, uključujući niže troškove života u određenim destinacijama. Ovaj način života omogućen je naprednim komunikacijskim tehnologijama koje podupiru visoku mobilnost i omogućuju rad s bilo kojeg mjesta s internet vezom. Digitalni nomadi se odlikuju visokom razinom fleksibilnosti i samostalnosti te često prakticiraju dijeljenje resursa i minimalizam kao dio svog načina života. Komunikacijske tehnologije omogućuju razvoj ovakvog digitalnog načina života, koji se karakterizira visokom pokretljivošću, samopouzdanjem, dijeljenjem resursa neovisnih o lokaciji i minimalizmom.

Pema Ivankoviću i Fijoliću (2022.) Digitalni nomadi predstavljaju radnike čije je glavno zaposlenje povezano s internetom i koji nisu vezani za fizičku lokaciju posla. Ovaj način rada omogućuje obavljanje različitih poslova putem interneta, uključujući digitalni marketing, web dizajn, softversko inženjerstvo, računalno programiranje i online podučavanje jezika.

Unatoč važnosti za turističku industriju, definicija digitalnih nomada u istraživanju je osporena, posebno u vezi s vrstom i prirodom putovanja. Digitalni nomadi često koriste prostore za zajednički rad, a porast tih prostora sugerira na privlačnost koju takvi prostori mogu imati na razvoj turizma u određenim zemljama (Chevtaeva i Denizci-Guillet, 2021.).

MUP (b.d.) karakterizira digitalnom nomada kao „osobu koja nije državljanin zemalja Europskog gospodarskog prostora (EGP) ili Švicarske Konfederacije i koja radi ili obavlja poslove putem komunikacijske tehnologije za drugo ili vlastito poduzeće koje nije registrirano u Republici Hrvatskoj te ne obavlja poslove ili pruža usluge poslodavcima unutar Hrvatske“.

City Destinations Alliance (b.d.), digitalni nomadizam definira kao životni izbor za ljude koji odabiru putovati svijetom dok rade online. Oni naglašavaju i rade razliku između digitalnih nomada i radnika na daljinu. Digitalne nomade možemo svrstati kao radnike na daljinu, ali ne svi radnici na daljinu mogu biti digitalni nomadi, budući da nisu svi radnici na daljinu nužno otvoreni za putovanje. Stoga se termin 'digitalni nomad' odnosi na kategoriju mobilnih profesionalaca koji obavljaju svoj posao na daljinu bilo gdje u svijetu, koristeći digitalne tehnologije, dok 'digitalni nomadizam' opisuje životni stil koji razvijaju ovi visoko mobilni profesionalci neovisni o lokaciji. Općenito, digitalni nomadi obično se smatraju visoko vještim i digitalno osposobljenim, a mnogi rade u područjima poput programiranja i IT-a, web dizajna, kreativnih područja, inženjerstva, financija te digitalnog i tradicionalnog marketinga.

TechTarget.com (b.d.) ne nudi točnu definiciju ali kao glavnu karakteristiku naglašava rad s bilo koje lokacije koristeći tehnologiju za obavljanje svojih poslova dok putuju na nove destinacije. Neki od njih ostaju na jednom području neko vrijeme prije nego što se premjeste na novo mjesto, dok drugi često mijenjaju gradove ili zemlje i rade iz različitih okruženja poput kafića, knjižnica, aviona ili hotelskih soba. Ključni alati za ovakav način života su pristup internetu, pametni telefoni i VoIP za komunikaciju s klijentima.

Što se tiče poslova, digitalni nomadi obavljaju širok spektar zadataka, uključujući upravljanje projektima, pisanje, grafički dizajn, obrazovanje, upravljanje društvenim medijima te

programiranje i razvoj aplikacija. S druge strane, rad na daljinu može imati određene lokacijske zahtjeve i može biti ograničen zbog zakonskih propisa, dok poslovni putnici kombiniraju rad i putovanje, često koristeći službeni put kao priliku za osobni odmor s obitelji ili prijateljima (TechTarget.com, b.d.).

3.2. Karakteristike digitalnih nomada

Digitalni nomadizam privlači sve više pozornosti u akademskoj literaturi u nekoliko područja. Fenomen se brzo širi diljem svijeta, posebno u vezi s osobitim radnim praksama i načinom života nomadskih radnika te njihovom stalnom traženju ravnoteže između slobodnog vremena, osobnog života i neovisnosti od posla. Digitalni nomadi se pozicioniraju drugačije u kontekstu tržišta rada od drugih radnika u digitalnoj ekonomiji, iako dijele mnoge sličnosti. Njihovo nomadsko ponašanje dovodi ih do korištenja istih IT platformi kao i drugi radnici na daljinu, ali ono što razlikuje njihovo ponašanje je dulji boravak na odabranim lokacijama povezan s odlukom da nemaju fiksnu adresu (de Almeida, Correia, Schneider i 2021.).

Digitalni nomadizam privlačan je životni izbor za mnoge pojedince koji su trenutno zaposleni u standardnim poslovima. Osnovni elementi ovog načina života - kontinuirano putovanje, nova iskustva, nezavisnost od lokacije i samostalno upravljanje - dobro rezoniraju s ljudima koji se mogu osjećati razočarano razinom stresa u svojem sjedilačkom načinu života. Često se koriste u reklamama koje promoviraju bijeg od svakodnevnog radnog života u zapadnom svijetu. Većina ljudi koji žele postati digitalni nomadi na kraju ne učini mnogo u vezi s tim, jer shvate da to zahtijeva puno truda i odricanja (Mouratidis, 2018.).

Većina digitalnih nomada putuje najčešće do 14 dana (42%), dok 18% ostaje na putovanju od 15 do 30 dana, a 23% ostaje na jednoj destinaciji od 31 do 60 dana. Ukupno, 83% njihovih putovanja traje do dva mjeseca, dok 17% ostaje na istom mjestu duže od dva mjeseca. Precizno odrediti broj digitalnih nomada u svijetu je izazovno zbog raznovrsnosti radnika na daljinu i teškoća u klasifikaciji. Ipak, statistike ukazuju na značajan porast nezavisnih radnika, pri čemu svaki treći slobodni radnik postaje digitalni nomad. Procjenjuje se da će do 2035. godine čak 60% radno sposobnog stanovništva biti slobodni radnici. Gruba procjena pokazuje da u SAD-u postoji oko 4,8 milijuna digitalnih nomada, ali s porastom radnika na daljinu, očekuje se rast i globalnog broja digitalnih nomada. Digitalni nomadi često se suočavaju s poteškoćama u vezi s vizama i oporezivanjem, budući da postojeći zakoni nisu prilagođeni

novim oblicima rada. Ipak, neke zemlje, poput Hrvatske, uvode nove vize za digitalne nomade kako bi privukle strane radnike i podržale ekonomski rast. Ove vize omogućuju privremeni boravak i povlašteni porezni tretman, pružajući priliku digitalnim nomadima da legalno borave i rade iz tih zemalja (Lizdek, 2021.).

Da bi bio uspješan, digitalni nomad treba biti informatički i informacijski pismen. Informatička pismenost obuhvata poznavanje računara i softvera, dok informacijska pismenost uključuje sposobnost pronalaženja, procjene i efikasnog korištenja informacija. Pored tehničkih vještina, netehničke vještine poput kritičkog razmišljanja, sistemskog razmišljanja, poduzetništva i kulturalne agilnosti su također važne za uspješno obavljanje posla digitalnog nomada (Lizdek, 2021.).

Nash, Jarrahi, Sutherland i Phillips, (2018.) rad digitalnih nomada opisuju spajanjem četiri ključna elementa: digitalni rad, poslovi na zahtjev, nomadski rad i globalna pustolovina putovanja. Ovi međusobno ovisni karakteristike mogu se zajedno koristiti kako bi se definiralo tko su digitalni nomadi i koje važne dimenzije obuhvaća njihov rad.

- *Digitalni rad* je bit digitalnog nomadskog rada jer je povezan s praksama rada neovisnim o lokaciji i omogućuje digitalnim nomadima da obavljaju poslove posjećujući različite gradove i zemlje. Uporaba digitalnih platformi omogućuje digitalnim nomadima da putuju lagano i proizvode digitalne proizvode. Mnogi digitalni nomadi smatraju se minimalistima i preferiraju minimalnu opremu dok putuju i rade.
- *Poslovi na zaht* *motivisanost* *jev* omogućuju ljudima da rade kratkoročno kao nezavisni izvođači s fleksibilnim radnim aranžmanima po potrebi. Digitalni nomadi često koriste gig rad kako bi radili na slobodnim poslovima koji se mogu obaviti pomoću digitalnih platformi i tehnologija udaljenih od određenih lokacija. Ovisnost o gig radu može dovesti do nesigurnih radnih situacija, ali omogućuje fleksibilnost u izboru lokacije za rad.
- *Nomadski rad* podrazumijeva konstantno kretanje digitalnih nomada, ne samo između zemalja, već i između radnih prostora. Digitalni nomadi moraju prilagoditi svoj radni prostor prema lokacijama koje odaberu za putovanje, što može biti izazovno, ali omogućuje im slobodu i raznolikost iskustava.

- Digitalni nomadi odabiru *globalna putovanja* i raditi neprekidno istovremeno te često posjećuju egzotične lokacije širom svijeta. Za razliku od turista, oni traže resurse koji im omogućuju obavljanje nomadskog rada, kao što su zajednički radni prostori koji nude stabilno radno okruženje. Digitalni nomadi suočavaju se s izazovima produktivnosti zbog stalnog preklapanja rada i putovanja, no koriste digitalne alate i aplikacije za održavanje radnog rasporeda i upravljanje produktivnošću.

Kroz ove ključne elemente, digitalni nomadi definiraju svoj način rada i života te se oslanjaju na digitalne tehnologije kako bi olakšali svoje profesionalne aktivnosti dok putuju i istražuju svijet (Nash i sur., 2018.).

Važna razlika koju su primijetili neki znanstvenici jest da dok poslovni putnici putuju ograničeno vrijeme zbog posla, digitalni nomadi pokušavaju stjecati slobodu putujući dok rade. To postavlja zanimljiva pitanja o granicama između pojmova rada, slobodnog vremena i slobode. Digitalni nomadi pokušavaju izazvati granice između rada i slobodnog vremena u potrazi za slobodom. Izraz "digitalni nomad" nije jedini termin za ovu nastajuću i subjektivnu kategoriju radnika. Iako taj izraz može imati i optimistična i pogrdna značenja, ponekad se koriste neutralnije alternative poput "lokacija-neovisni" i "udaljeni radnik" (Cook, 2020.).

Iako provodimo mnogo vremena online, koncept digitalnog rada nedovoljno je komuniciran. Tehnološki mediji promijenili su način na koji trošimo i zabavljamo se, ali rad na daljinu još uvijek nije postao uobičajen. Potrebno je vrijeme i trud da se taj stav promijeni (Mouratidis, 2018.).

3.3. Prednosti i nedostaci digitalnih nomada

Za digitalne nomade, ključna prednost leži u fleksibilnosti radnog vremena i nezavisnosti od lokacije. Imajući slobodu izbora gdje i kada rade, kao i kako organiziraju svoje radno okruženje, imaju veću kontrolu nad svojim životom. Istraživanje oDesk-a (sada Upwork) pokazalo je da većina digitalnih nomada osjeća veću sreću i veći lični dohodak od kada su postali nevezani za fiksnu lokaciju rada. Putovanja širom svijeta obogaćuju njihov život i pružaju prilike za lični rast i razvoj, izlažući ih novim izazovima i idejama te omogućujući stvaranje poslovnih veza i prijateljstava. Dodatne prednosti uključuju mogućnost samostalnog određivanja radnih pauza, godišnjeg odmora te obavljanje interesantnih poslova, motiviranost za rad, učenje novih jezika i prilagodbu modernim tehnologijama (Lizdek, 2021.).

Za poslodavce, prednosti suradnje s digitalnim nomadima uključuju fleksibilnost u zapošljavanju, smanjenje troškova i mogućnost brze rotacije radne snage. Kroz angažiranje digitalnih nomada, kompanije imaju priliku da privuku izuzetne stručnjake bez dugoročnih obaveza, što im omogućuje efikasno ostvarenje ciljeva i dobivanje novih perspektiva (Lizdek, 2021.).

Profitiraj.hr (b.d.) navodi fleksibilnost kao prednost života kao digitalni nomad. Ona omogućavajući rad s bilo kojeg mjesta s pristupom internetu i stvaranje vlastitog rasporeda. Ova sloboda otvara vrata za putovanja i upoznavanje novih kultura, što obogaćuje osobni i profesionalni život. Također navodi povezanost s globalnom zajednicom digitalnih nomada kao vrijednu prednost. Kroz međusobnu podršku i suradnju, digitalni nomadi mogu izgraditi snažne veze i otvoriti vrata novim poslovnim prilikama.

Jednako tako Profitiraj.hr (b.d.) navodi i izazove. Usamljenost može biti problem jer su digitalni nomadi često daleko od obitelji i prijatelja. Pronalaženje pouzdane internetske veze može biti izazov, pogotovo u udaljenim ili ruralnim područjima, što može utjecati na produktivnost i radnu učinkovitost. Održavanje dosljednog radnog rasporeda također može biti izazovno zbog različitih vremenskih zona i promjenjivih radnih okruženja.

Mood.hr (2023.) također prednost navodi fleksibilnost, a usamljenost kao nedostatak, te dodatno upotpunjuje listu. Navodi kako su prednosti digitalnog nomadstva su mnogobrojne i obuhvaćaju iskustvo putovanja kao svakodnevnu rutinu. Dok većina ljudi štedi za odmor i atrakcije, digitalni nomadi imaju priliku dublje upoznati lokalnu kulturu. To širenje vidika donosi novu dimenziju iskustva, potičući nas da bolje percipiramo okolinu i promijenimo svoje rutine. Osim toga, život digitalnog nomada omogućuje izgradnju međunarodne mreže poznanstava, što može otvoriti vrata novim prilikama i suradnjama.

Nedostaci kao nesigurnost u stabilnost posla može biti zabrinjavajuća, posebno ako se suočimo s kašnjenjem plaće ili neočekivanom krizom. Troškovi života mogu biti niski na odabranim destinacijama, ali je važno unaprijed razmotriti sve administrativne i financijske aspekte. Osim toga, balansiranje privatnog i poslovnog života može biti izazov, posebno ako su kolege u drugim vremenskim zonama. Administrativne obveze poput viza, dozvola i poreza također mogu biti zamorne. Nadalje, važno je osvijestiti negativni utjecaj digitalnih nomada na lokalnu kulturu. Umjesto samo konzumiranja mjesta, trebamo težiti integraciji i poštivanju

lokalnih običaja i vrijednosti. Svi ovi faktori sugeriraju da je život digitalnog nomada složeniji nego što se može činiti na prvi pogled te da zahtijeva pažljivo planiranje i prilagodbu (Mood.hr, 2023.).

Iako se često romantizira slika digitalnih nomada kao slobodnih radnika koji rade s plaže, realnost je drugačija. Digitalni nomadi suočavaju se s visokim rizicima i neizvjesnošću. Financijska neizvjesnost, nedostatak socijalne sigurnosti i regulatorne zaštite također su izazovi s kojima se susreću. Digitalni nomadi često nemaju adekvatne planove za mirovinu ili štednju, a nedostatak jasne regulative može imati dalekosežne posljedice na društveni sistem. Za poslodavce, problemi uključuju tehničke poteškoće u komunikaciji s digitalnim nomadima te potrebu za većom novčanom naknadom radi angažiranja najboljih talenata. Iako digitalni nomadi nemaju sindikat koji ih zastupa, internet omogućuje brzu razmjenu informacija i rješavanje problema putem društvenih mreža. Ovo prisiljava poslodavce da pažljivo razmotre njihove pritužbe kako bi zadržali kvalitetne radnike i očuvali svoj ugled (Lizdek, 2021.).

3.4. Utjecaj pandemije COVID-19 na razvoj digitalnih nomada

Pandemija COVID-a 19 ubrzala je prijelaz na rad na daljinu za milijune ljudi diljem svijeta, potičući ih da svoj posao obavljaju izvan tradicionalnih radnih okruženja. Dok je za digitalne nomade rad na daljinu standardna praksa, pandemija je ubrzala prihvaćanje ovog modela rada kao "novog normalnog". Tehnološki alati za virtualnu komunikaciju, suradnju i praćenje rada postali su ključni u podržavanju ovog načina rada. Iako je pandemija ograničila mobilnost ljudi, jača ideja da rad nije vezan uz fizičku lokaciju, potičući razmišljanja o radu na daljinu s "egzotičnih" lokacija s nižim troškovima života. Kompanije su proširile politike rada na daljinu, a mnoge razmatraju dugoročni pomak prema ovom modelu radi smanjenja troškova poslovanja i podrške produktivnosti i dobrobiti zaposlenika. Iako postoji povećan interes za digitalne nomade, akademski radovi o ovom fenomenu su rijetki. Digitalni nomadi, kao radnici-turisti, donose značajnu ekonomsku i sociološku vrijednost destinacijama, istovremeno utječući na lokalne zajednice i uvodeći nove obrasce ponašanja. Iako je istraživanje o digitalnim nomadima relativno novo, njihov broj raste, a pristup ovom fenomenu sve je holističiji, obuhvaćajući ekonomske i sociološke aspekte (Lizdek, 2021.).

Nedavna literatura o učincima pandemije COVID-19 pojavila se u gotovo svim područjima. U tim studijama, učinci SARS-CoV-2 primijećeni su u "prisilnim" radnim aranžmanima od kuće,

suradnji timova, online obrazovanju i mnogim drugim područjima. Primjerice, istraživanje tradicionalnih uredskih radnika u Velikoj Britaniji tijekom „lockdowna“ pokazalo je poteškoće u održavanju koncentracije na rad zbog smetnji obiteljskog okruženja. S druge strane, istraživanje tranzicije na rad od kuće u Sjedinjenim Američkim Državama otkrilo je da oko pedeset posto Amerikanaca sada radi od kuće, pri čemu su mlađi radnici bili skloniji brzom primjeni tog modela. Prema tome, moguće je zaključiti da su neki od učinaka prijavljenih u studijama usredotočenim na prijelaz na udaljeni digitalni rad kao posljedicu pandemijskih uvjeta također djelomično relevantni za digitalne nomade jer dijele slične značajke (de Almeida i sur., 2021.).

Istraživači su istraživali utjecaj izbijanja bolesti COVID-19 na radne rutine diljem svijeta, primjećujući nedostatak empirijskih dokaza o prirodi i opsegu tih poremećaja. Naglašena je potreba za daljnjim istraživanjem kako bi se promatrali ponašajni, socijalni i organizacijski aspekti utjecaja pandemije na način života i digitalne radne prakse digitalnih nomada. Tijekom pandemije COVID-19, društvo, a posebno digitalni nomadi, suočeni su bili s ekstremnom situacijom, obuhvaćajući mjere socijalne izolacije i zaključavanja. Rješenje je pronađeno u proizvodnji i potrošnji dobara i usluga posredovanih digitalnom ekonomijom (de Almeida i sur., 2021.).

Neposredna posljedica pandemije COVID-19 stvorila je neviđen prostor za raspravu između zajednice digitalnih nomada i ostalog društva. S jedne strane, većinsko stanovništvo prepoznalo je prilagodljive prednosti neovisnosti o lokaciji i rada na daljinu; s druge strane, digitalni nomadi su shvatili da bi se jedna od njihovih temeljnih vrijednosti, sloboda kretanja, mogla biti dovedena u pitanje strogim propisima o granicama, prisiljavajući ih da ponovno razmotre nomadizam (Ehn, Jorge i Marques-Pita, 2022.).

3.5. Položaj digitalnih nomada u Republici Hrvatskoj

Hrvatska je postala jedna od prvih zemalja u Europi koja priznaje prednosti digitalnog nomadizma, što je omogućila novim Zakonom o strancima Republike Hrvatske. Ovaj zakon, stupio na snagu 1. siječnja 2021., prvi put u hrvatsko zakonodavstvo uvodi pojam digitalnih nomada, definirajući uvjete ulaska, kretanja, boravka i rada stranaca koji su državljani trećih zemalja, a obavljaju poslove putem telekomunikacijske tehnologije iz Hrvatske za inozemne poslodavce. Digitalni nomadizam, kao novi fenomen koji je potaknut pandemijom

koronavirusa, privlači rastuću populaciju visoko kvalificiranih radnika koji su omogućeni tehnološkim napretkom da rade i traže prilike izvan svoje zemlje podrijetla (AJ Consulting, b.d.).

Tijekom pandemije COVID-19, koja je dramatično promijenila našu svakodnevicu, primjetan je porast digitalne komunikacije i rada na daljinu. Ovaj trend je dodatno potaknuo proces digitalne transformacije u mnogim industrijama. S povećanjem interesa za novim radnim modelima koji ne zahtijevaju prisutnost na određenom fizičkom radnom mjestu, digitalno nomadstvo postaje sve popularnije. Za struke koje većinom koriste računala u svom radu, digitalno nomadstvo pruža iznimnu privlačnost. Omogućuje im da obavljaju svoje radne zadatke s bilo kojeg mjesta na svijetu, uz osiguranje stabilnih prihoda i fleksibilnost koju pruža brzi internet (Ivanković i Fijolić, 2022.).

Istraživanje koje su proveli Kelly i Arelano (2021.) otkrilo je ključne aspekte nomadskog načina života kod odabira destinacija za rad. Ti aspekti uključuju pouzdanu internetsku vezu, povoljne klimatske uvjete i niske troškove života. Većina digitalnih nomada radi za više poduzeća ili posjeduje vlastitu poduzeće, a putovanje i upoznavanje različitih kultura ključni su razlozi za odabir ovog načina života.

Uz sve veću popularnost digitalnog nomadstva, države su počele prilagođavati svoje zakonodavstvo kako bi privukle ove radnike. U Hrvatskoj, Zakon o strancima iz 2021. godine propisuje uvjete za privremeni boravak digitalnih nomada, omogućujući im život i rad u zemlji do godinu dana. Digitalni nomadi u Hrvatskoj također imaju povlaštenu poreznu tretman prema Zakonu o porezu na dohodak, što ih dodatno potiče da odaberu Hrvatsku kao svoje mjesto boravišta i rada. Hrvatska se aktivno promovira kao atraktivna destinacija za digitalne nomade, s posebnom internetskom stranicom "Croatia, your new office" na kojoj se pružaju sve relevantne informacije o boravku u zemlji (Ivanković i Fijolić, 2022.).

Inicijativa za uvođenje vize za digitalne nomade potekla je od samog digitalnog nomada, Jan de Jong, nizozemskog poduzetnika koji živi u Splitu. Ubrzo nakon toga, Vlada je reagirala otvaranjem puta za promociju Hrvatske kao vrhunske destinacije za digitalne nomade. Tako je hrvatska digitalna nomadska viza dobila visoke pohvale, ocijenjena kao jedna od najpoželjnijih "viza" za nomade prema Global Nomad Guide (Ivanković i Fijolić, 2022.).

Prema novom zakonu, „digitalni nomad je državljanin treće zemlje koji obavlja poslove putem komunikacijske tehnologije za poduzeće koja nije registrirana u Hrvatskoj i ne posluje na području Hrvatske. Mogu podnijeti zahtjev za privremeni boravak u Hrvatskoj“ (AJ Consulting, b.d.).

Zahtjev za dozvolu podnosi se Ministarstvu unutarnjih poslova, a postupak varira ovisno o potrebi vize za ulazak u Hrvatsku. Osoba treba dokazati da ima prihod koji udovoljava propisanim standardima, što iznosi najmanje 2,5 prosječne mjesečne neto plaće isplaćene prethodne godine (AJ Consulting, b.d.).

MUP (b.d.) odobrava privremeni boravak digitalnog nomada se razdoblje do godinu dana, s mogućnošću kraćeg boravka, ali nije moguće produžiti ga. Nakon šest mjeseci od isteka valjanosti privremenog boravka digitalnog nomada, moguće je podnijeti zahtjev za ponovno reguliranje boravka. Osobi kojoj je odobren privremeni boravak kao digitalnom nomadu u Republici Hrvatskoj mogu se pridružiti članovi uže obitelji, uključujući i izvanbračnu zajednicu, koja traje najmanje tri godine, kraće ako postoji zajedničko dijete ili ako se brak sklopi. Zahtjev za privremeni boravak može se podnijeti online, a bit će prosljeđen nadležnoj policijskoj upravi ili postaji prema mjestu namjeravanog boravka u Republici Hrvatskoj. Nakon podnošenja zahtjeva, primit ćete automatsku potvrdu, a kasnije će vas kontaktirati službenik zadužen za vaš predmet, posebno ako je potrebna dodatna dokumentacija.

Potrebno je dostaviti određenu dokumentaciju, kao što su valjana putna isprava, dokaz o zdravstvenom osiguranju, dokaz o svrsi boravka, dokaz o sredstvima za uzdržavanje tijekom boravka, dokaz o nepostojanju prethodnih kaznenih osuda, te navesti adresu boravka u Republici Hrvatskoj. Nakon odobrenja privremenog boravka, osobi kojoj je odobren privremeni boravak potrebno je ishoditi dugotrajnu vizu (D) za ulazak u Republiku Hrvatsku ili biometrijsku dozvolu boravka. Nakon ulaska u Republiku Hrvatsku, osoba je obavezna izvršiti prijavu boravišta i adrese stanovanja u roku od tri dana, te ishoditi biometrijsku dozvolu boravka u nadležnoj policijskoj upravi ili postaji (MUP, b.d.).

Što se tiče zdravstvenog osiguranja, digitalni nomadi nisu obvezni registrirati se za obvezno zdravstveno osiguranje u Hrvatskoj, već su odgovorni za pokrivanje troškova zdravstvenih usluga primljenih u zdravstvenim ustanovama u Hrvatskoj (AJ Consulting, b.d.).

4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE KARAKTERISTIKA I SPECIFIČNOSTI DIGITALNIH NOMADA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Empirijsko istraživanje predstavlja ključnu metodu prikupljanja i analiziranja podataka na temelju stvarnih iskustava i opažanja. U svrhu dubljeg razumijevanja karakteristika i specifičnosti digitalnih nomada u Republici Hrvatskoj, provedeno je opsežno istraživanje koristeći anketu kao primarni alat za prikupljanje podataka. Digitalni nomadi, koji sve više postaju prepoznatljiva zajednica radnika koji koriste digitalne tehnologije kako bi obavljali svoje poslove neovisno o lokaciji, imaju sve značajniji utjecaj na globalnu i lokalnu ekonomiju.

Anketa je ciljano usmjerena na digitalne nomade koji trenutno borave u Hrvatskoj, što omogućuje prikupljanje detaljnih informacija o njihovim demografskim karakteristikama, radnim navikama, preferencijama vezanim uz životni stil te izazovima s kojima se suočavaju u hrvatskom okruženju. Kroz ovaj pristup, žele se identificirati ključni trendovi i potrebe ove rastuće populacije, pružajući tako korisne uvide koji mogu služiti kao temelj za buduće politike i strategije.

Rezultati ovog istraživanja bit će od izrazite važnosti, pružajući dublji uvid u specifične potrebe i prilike koje digitalni nomadi donose u hrvatski kontekst. Osim toga, očekuje se da će rezultati pružiti smjernice za razvoj politika i strategija koje mogu olakšati njihov boravak i rad u Hrvatskoj, potičući tako daljnji razvoj digitalne nomadskog ekosustava u zemlji.

4.1. Metodologija istraživanja

U cilju detaljnog razumijevanja karakteristika i specifičnosti digitalnih nomada u Republici Hrvatskoj, korištena je empirijska istraživačka metoda koja se oslanja na prikupljanje i analizu podataka putem stvarnih iskustava ispitanika. Glavni alat za prikupljanje podataka je anketa, pažljivo osmišljena kako bi se dobili relevantni i sveobuhvatni podaci o digitalnim nomadima koji trenutno borave u Hrvatskoj.

Anketa je sastavljena od niza pitanja koja pokrivaju različite aspekte života i rada digitalnih nomada, uključujući:

- Demografske karakteristike: dob, spol, nacionalnost, obrazovanje, i radno iskustvo.
- Profesionalne navike: vrsta posla, radno vrijeme, korištenje tehnologija, i preferirana radna okruženja.

- Životni stil: preferencije u vezi sa smještajem, društvenim aktivnostima, i načinom života.
- Izazovi i prilike: prepreke s kojima se suočavaju u Hrvatskoj, zadovoljstvo infrastrukturom, i dostupnost resursa potrebnih za rad.

Ciljana skupina istraživanja su digitalni nomadi koji u vrijeme provođenja ankete borave ili su boravili u Hrvatskoj. Prikupljanje podataka obavljeno je putem online ankete koja je distribuirana kroz različite digitalne platforme i zajednice digitalnih nomada. Upitnik je bio dostupan na engleskom jeziku kako bi bio pristupačan međunarodnoj populaciji digitalnih nomada.

Podaci prikupljeni anketom analizirani su pomoću kvantitativnih metoda, uključujući korištenje Likertove skale za ocjenjivanje različitih aspekata iskustava digitalnih nomada. Analiza je uključivala izračunavanje standardne devijacije kako bi se procijenila varijabilnost odgovora među ispitanicima, omogućujući identifikaciju statistički značajnih obrazaca i trendova. Kvalitativni podaci dobiveni otvorenim pitanjima pružili su dodatni uvid u subjektivna iskustva i mišljenja digitalnih nomada.

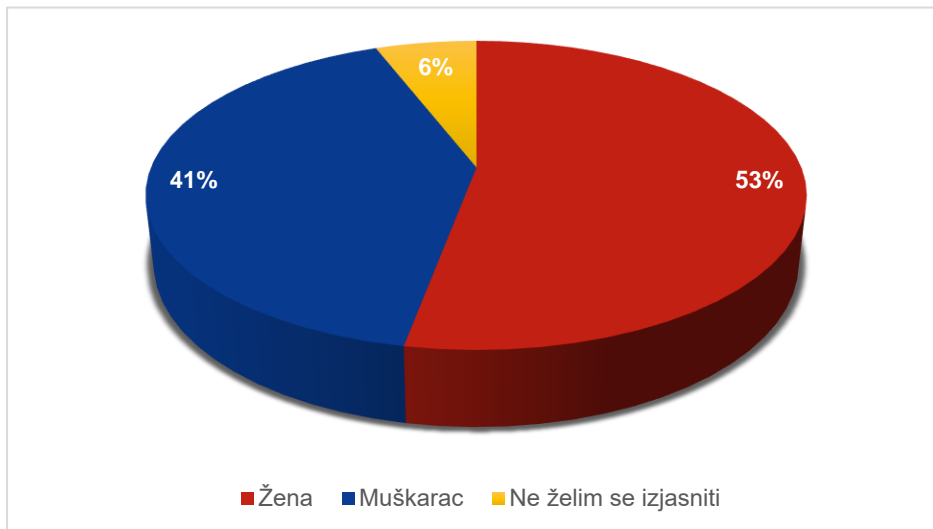
Rezultati ovog istraživanja omogućuju identificiranje ključnih karakteristika, potreba i izazova digitalnih nomada u Hrvatskoj. Ovi podaci pružaju temelj za daljnje analize i preporuke koje mogu pomoći u oblikovanju politika i strategija usmjerenih na poboljšanje uvjeta za digitalne nomade, kao i bolje razumijevanje njihovog utjecaja na lokalnu ekonomiju i društvo.

4.2. Rezultati istraživanja

Ukupno je sudjelovalo 34 ispitanika u istraživanju o digitalnim nomadima u Republici Hrvatskoj. Od tog broja, 18 ispitanika bilo je žena, 14 muškaraca, dok su 2 ispitanika odabrala opciju "Ne želim se izjasniti" kada je riječ o spolu. Ova raznovrsna raspodjela sudionika pruža širok spektar perspektiva i iskustava digitalnih nomada u Hrvatskoj.

Žene i muškarci mogu imati različite prioritete i izazove kao digitalni nomadi, a njihova prisutnost u istraživanju omogućuje dublje razumijevanje kako spol može utjecati na percepcije o životu i radu na daljinu u Hrvatskoj. Isto tako, prisutnost ispitanika koji se ne izjašnjavaju po pitanju spola ukazuje na važnost uključivosti i poštovanja različitih identiteta u istraživanjima.

Brojnost sudionika također osigurava reprezentativnost uzorka, što je ključno za valjanost rezultata istraživanja. Raspodjela prema spolu omogućuje analizu potencijalnih razlika u percepcijama i iskustvima digitalnih nomada te bolje razumijevanje različitih potreba koje mogu utjecati na njihovu odluku o odabiru Hrvatske kao destinacije za rad na daljinu.



Graf 1: spol sudionika

Izvor: izrada autora

Što se tiče stupnja obrazovanja ispitanika, rezultati istraživanja o digitalnim nomadima u Republici Hrvatskoj pokazuju značajnu raznolikost. Analiza ovih podataka pruža dodatni uvid u demografske karakteristike ove skupine radnika na daljinu.

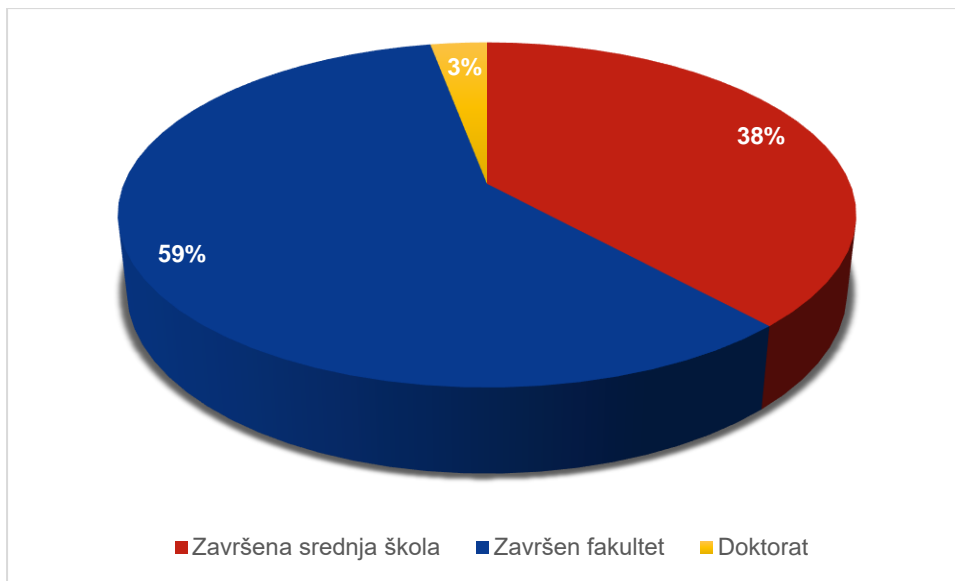
Prvo, 13 ispitanika ima završenu srednju školu. Ova skupina vjerojatno predstavlja digitalne nomade koji su možda započeli svoju karijeru ranije ili su se obrazovali u područjima koja ne zahtijevaju visoko obrazovanje, ali su ipak pronašli način da rade na daljinu.

Drugo, 20 ispitanika posjeduje magisterij. Osobe s ovim stupnjem obrazovanja vjerojatno imaju šire znanje i specijalizaciju u određenim područjima, što može utjecati na vrstu poslova koje obavljaju kao digitalni nomadi. Magistri često traže dublje razumijevanje i specijalizaciju u svojim karijerama, što može odrediti i preferencije u odabiru destinacija za rad.

Treće, 1 ispitanik je postigao akademski stupanj doktora znanosti. Ovo je najviša razina obrazovanja među ispitanicima istraživanja. Osoba s ovim stupnjem obrazovanja vjerojatno donosi visoku stručnost i duboko razumijevanje u svoje područje rada. Njihova prisutnost

može ukazivati na potrebu za visokim intelektualnim izazovima ili specifičnim vrstama poslova koje mogu obavljati kao digitalni nomadi.

Raznolikost u razinama obrazovanja među digitalnim nomadima u Hrvatskoj pruža dublji uvid u njihove profesionalne i osobne pozadine te može utjecati na razumijevanje njihovih preferencija i potreba. Na primjer, osobe s višim stupnjem obrazovanja možda više cijene kulturne i obrazovne aspekte destinacija, dok osobe s nižim stupnjem obrazovanja možda više naglašavaju praktične aspekte kao što su pristupačnost smještaja i radnih prostora.



Graf 2: stupanj obrazovanja ispitanika

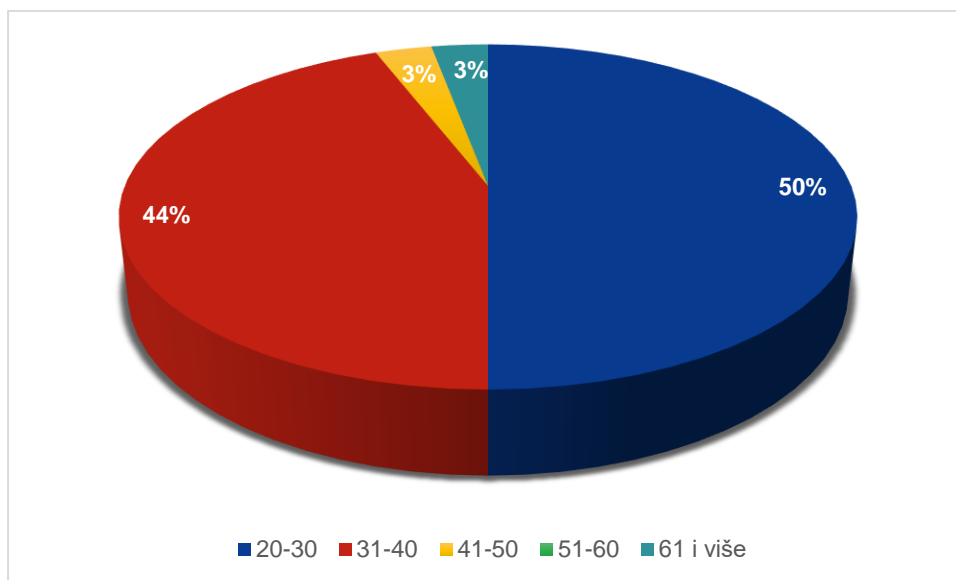
Izvor: izrada autora

Kao što je vidljivo iz grafikona, potrebno je primijetiti da čak 59% ispitanika ima završen magisterij. Ova visoka razina obrazovanja sugerira da digitalni nomadi u Republici Hrvatskoj često imaju duboko ukorijenjeno znanje i stručnost u svojim područjima. Njihovo akademsko postignuće može biti ključno za razumijevanje raznolikih perspektiva i iskustava koje donose u digitalni nomadski način života.

Distribucija dobnih skupina među sudionicima pokazuje raznolikost, pri čemu su najzastupljenije osobe u dobi od 20 do 30 godina (17 ispitanika) i od 31 do 40 godina (15 ispitanika). Postoji manji broj sudionika u starijim dobima, s jednim sudionikom u dobi od 41 do 50 godina te jednim sudionikom koji ima 61 ili više godina.

Takva raspodjela dobnih skupina može biti rezultat različitih faktora. Digitalni nomadi često pokrivaju širok spektar dobnih skupina, ali mlađi pojedinci možda češće odabiru ovaj način

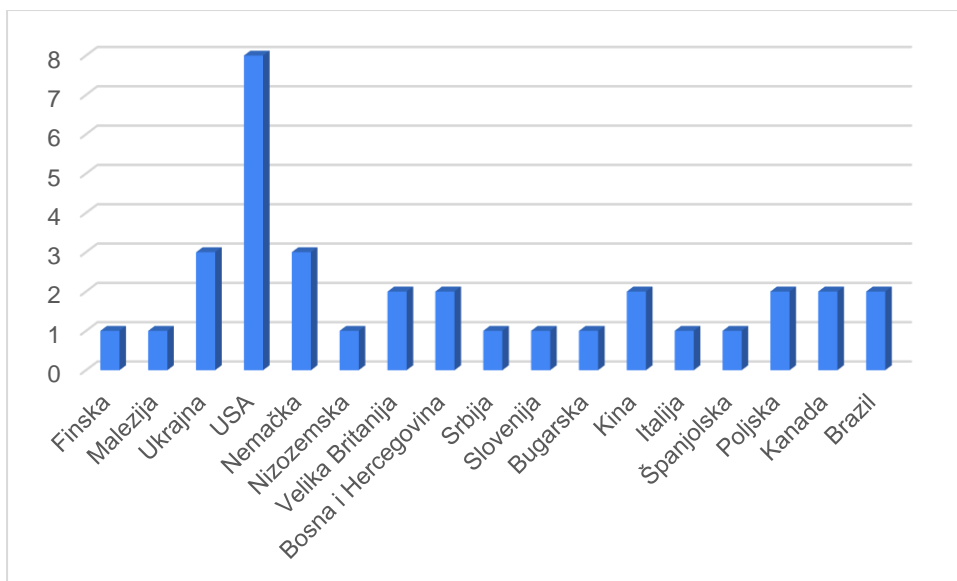
života zbog veće fleksibilnosti i manjih obaveza poput obiteljskih i financijskih. Također, mladi ljudi često imaju veću povezanost s digitalnom tehnologijom i mogu lakše prilagoditi svoj radni život nomadskom stilu. S druge strane, starije dobne skupine možda su manje zastupljene zbog većih obaveza i manje sklonosti riziku ili promjenama u načinu života u kasnijim godinama.



Graf 3: dob ispitanika

Izvor: izrada autora

Sudionici istraživanja predstavljaju raznoliku skupinu profesionalaca s širokim spektrom iskustava i vještina. Među njima su poduzetnici koji su pokrenuli vlastite poslovne poduhvate, IT stručnjaci s različitim ulogama kao što su specijalisti za informacijsku tehnologiju, softverski inženjeri, QA inženjeri i programeri. U sektoru menadžmenta i analitike, sudionici su voditelji podrške operacijama, analitičari operacija, poslovni menadžeri te upravitelji korisničkim uspjehom u tehnološkim poduzećima. Kreativne industrije su predstavljene kroz animatore, dizajnere, upravitelje digitalnim sadržajem, fotografe, plesače i razne oblike dizajna. Marketing i prodaja su zastupljeni kroz stručnjake u online marketingu, marketingu općenito te digitalnom marketingu. Zdravstvo i wellness su predstavljeni kroz psihologe, trenere fitnessa te upravitelje zdravstvenim ustanovama. Ekonomija i financije su zastupljene kroz ekonomiste, financijske savjetnike te stručnjake u ekonomiji. Pravni sektor je predstavljen kroz odvjetnike. Ugostiteljstvo i turizam su zastupljeni kroz stručnjake za ugostiteljstvo, dok su arhitekti naglasili važnost dizajna i infrastrukture u stvaranju radnog okruženja za digitalne nomade. Ova raznolikost u profesionalnim pozadinama sudionika pruža širok spektar perspektiva i iskustava o digitalnom nomadskom načinu života i radu u Republici Hrvatskoj.



Graf 4: nacionalnost ispitanika

Izvor: izrada autora

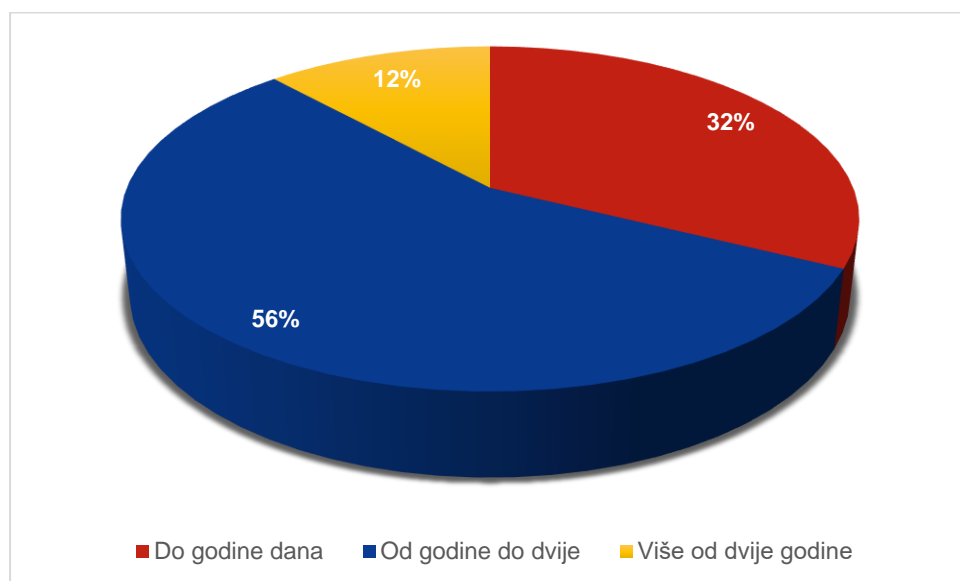
Rezultati istraživanja digitalnih nomada pružili su zanimljiv uvid u raznolikost porijekla sudionika. Većina ispitanika dolazi iz SAD-a, Njemačke i Ukrajine, dok su ostale zemlje zastupljene u manjem broju, uključujući Finsku, Nizozemsku, Veliku Britaniju, Bosnu i Hercegovinu, Srbiju, Sloveniju, Bugarsku, Kinu, Italiju, Španjolsku, Poljsku, Kanadu i Brazil. Ova šarolikost ukazuje na globalnu prirodu digitalnog nomadstva i njihovu sklonost prema životu i radu u različitim dijelovima svijeta.

Analiza podrijetla ispitanika otvara mogućnost boljeg razumijevanja razloga zbog kojih digitalni nomadi odlučuju napustiti svoje matične zemlje i izabrati Hrvatsku kao destinaciju za rad na daljinu. Ekonomski faktori često igraju ključnu ulogu, budući da digitalni nomadi traže lokacije s povoljnijim troškovima života ili boljim prilikama za zaradu u odnosu na njihove domovine. Hrvatska, s mediteranskim načinom života, bogatom kulturnom baštinom i relativnom sigurnošću, može privući nomade koji traže visoku kvalitetu života i radne okoline.

Osim ekonomskih razloga, kvaliteta života uključujući klimu, prirodne ljepote te kulturnu raznolikost može biti presudna u odluci o preseljenju. Hrvatska nudi prilike za networking i profesionalni razvoj, što je važno za digitalne nomade koji traže nove poslovne kontakte i mreže podrške. Prijateljsko poslovno okruženje, podrška digitalnim nomadima putem inicijativa poput viza ili fleksibilnih zakonskih okvira također mogu potaknuti preseljenje.

Edukacijske i istraživačke mogućnosti također igraju ulogu, posebno za nomade koji su zainteresirani za daljnje obrazovanje ili suradnju s lokalnim institucijama. Geografski položaj Hrvatske kao mediteranske zemlje s blizinom drugih europskih destinacija može biti pogodnost za nomade koji traže jednostavan pristup drugim dijelovima kontinenta. Zajednički jezik, kultura i sličnosti s drugim europskim zemljama mogu olakšati integraciju i prilagodbu na novu destinaciju.

U konačnici, raznolikost porijekla sudionika istraživanja digitalnih nomada pruža dragocjen uvid u kompleksne faktore koji oblikuju njihove odluke o odabiru destinacije za rad na daljinu. Razumijevanje ovih faktora pomaže u oblikovanju politika, infrastrukture i ponuda koje bolje zadovoljavaju potrebe ove globalne zajednice radnika na daljinu, čime se Hrvatska može dodatno pozicionirati kao poželjna destinacija za digitalne nomade iz cijelog svijeta.



Graf 5: vrijeme provedeno u Hrvatskoj kao digitalni nomad

Izvor: izrada autora

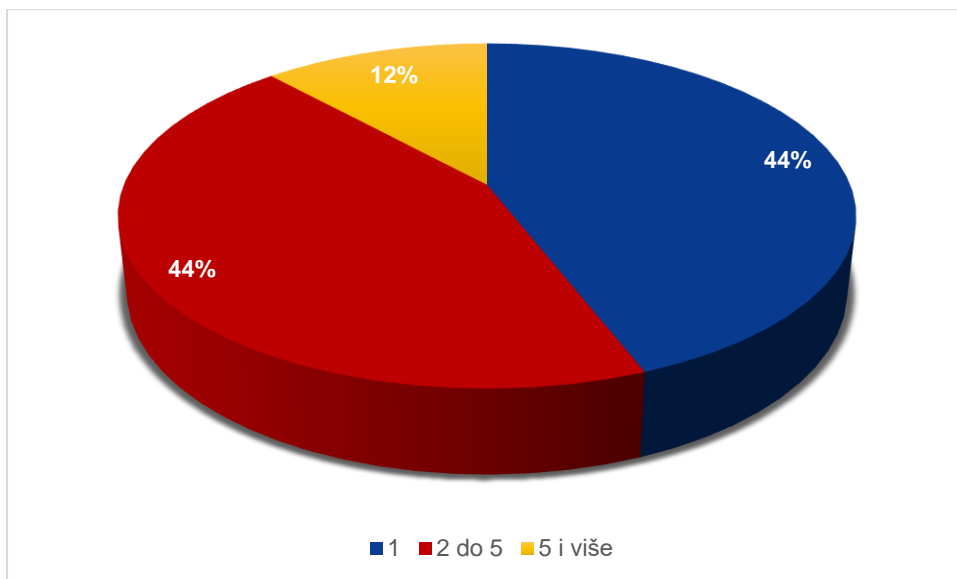
Prema podacima prikupljenim u istraživanju među digitalnim nomadima, analizirano je njihovo prosječno vrijeme boravka u Republici Hrvatskoj. Od ukupno 34 ispitanika, 11 ih je boravilo do godinu dana, 19 ih je boravilo od godine do dvije godine, dok je 4 ispitanika boravilo više od dvije godine.

Ukupno prosječno vrijeme boravka digitalnih nomada u Hrvatskoj možemo izračunati dijeljenjem ukupnog zbroja godina boravka sa brojem ispitanika te je prosjek boravka 1,28 g. Ovo se može objasniti činjenicom da, prema hrvatskim imigracijskim zakonima, većina digitalnih nomada može boraviti u zemlji sa vizom do godine dana. Nakon tog razdoblja, obično je potrebno obnoviti vizu ili boravišnu dozvolu kako bi se legalno nastavio boravak i rad u Hrvatskoj. Stoga, iako neki digitalni nomadi mogu ostati duže od godinu dana, većina njih se kreće u tom rasponu zbog administrativnih zahtjeva za produženjem boravka. Ova pravila igraju ključnu ulogu u oblikovanju prosječnog vremena koje digitalni nomadi provode u Hrvatskoj.

Od 34 ispitanika 10 ispitanika nije više u Republici Hrvatskoj. Od toga 7 ispitanika je bilo u Republici Hrvatskoj samo godinu dana ili manje dok je 3 ispitanika bilo duže od godine dana. Njihovi razlozi za odlazak variraju od obiteljskog ujedinjenja i promjene statusa boravka, do čekanja određenog vremenskog perioda prije ponovne prijave za boravak u Hrvatskoj. Također, neki su napustili zemlju jer im je istekla nomadska viza, dok su drugi odlučili putovati ili istraživati druge destinacije. Neki su se preselili u druge zemlje radi poslovnih prilika, dok su drugi jednostavno osjetili da je vrijeme za novi početak ili su im istekle privremene boravišne dozvole. Ovi razlozi jasno pokazuju raznolikost iskustava i situacija među digitalnim nomadima.

Digitalni nomadi su posjetili različit broj zemalja tijekom svojih putovanja. Većina njih (15) posjetila je samo jednu zemlju, dok je isti broj ispitanika (15) posjetio između dvije do pet zemalja. Manji broj ispitanika (4) posjetio je pet ili više zemalja. Ovi rezultati pokazuju raznolikost putničkih iskustava među digitalnim nomadima.

Prosječan broj posjećenih zemalja od strane digitalnih nomada iz ovog istraživanja iznosi približno 2.79 zemalja po ispitaniku, što ilustrira visoku razinu mobilnosti i raznolikosti njihovog načina života i rada. Ova brojka odražava njihovu sposobnost da iskoriste prednosti različitih destinacija, uključujući niže troškove života, bolji pristup internetu i kulturna iskustva, dok istovremeno pravni zahtjevi poput viza potiču promjene lokacija. To ukazuje na fleksibilnost i prilagodljivost digitalnih nomada, koji kombiniraju profesionalne aktivnosti s istraživanjem novih kultura i okruženja širom svijeta.



Graf 6: posjećenost ispitanika ostalih zemalja
Izvor: izrada autora

Glavni razlozi za dolazak u Hrvatsku kako bi se radilo kao digitalni nomad variraju, ali se često temelje na nekoliko ključnih čimbenika. Prva privlačnost može biti prekrasna priroda zemlje, niske cijene smještaja tijekom izvansezonskog razdoblja, kao i mogućnosti za planinarenje u dobrim planinskim predjelima. Također, dobar pristup internetu, posebno u ruralnim područjima, često je presudan faktor. Neki dolaze u Hrvatsku kako bi se spojili s partnerom koje su upoznali online, što im omogućuje savršen način života s voljenom osobom. Dodatno, blizina Europe čini lakše održavanje kontakta s kolegama i klijentima, dok zadržavanje prethodnog poreznog prebivališta može biti privlačno zbog poreznih olakšica.

Uz to, atmosfera i osjećaj sigurnosti u gradovima često su izrazito pozitivni, a ljudi su srdačni i gostoljubivi. Engleski jezik je široko rasprostranjen, što olakšava svakodnevnu komunikaciju. Proces apliciranja za boravak je jednostavan, bez dodatnih poreza, a zemlja nudi mnoge lijepe destinacije za posjetiti, posebno duž obale.

Neke od ključnih privlačnosti uključuju i raznolikost krajolika, bogatstvo prirodnih ljepota i kulturnu raznolikost, dok je jedan od čestih razloga dolaska u Hrvatsku želja za istraživanjem novih kultura i okolina. Poslovne mogućnosti u zemlji također privlače digitalne nomade, posebno u području hrane zbog raznovrsnosti kuhinje Balkana.

Konačno, mnogi se odlučuju za Hrvatsku zbog opuštenog načina života, sigurnosti zemlje te zbog dobre povezanosti s drugim europskim središtima. Ukratko, kombinacija ljepote prirode,

kulturne raznolikosti, poslovnih mogućnosti i ugodnog životnog stila čini Hrvatsku privlačnom destinacijom za digitalne nomade širom svijeta.

Najveća prednost Hrvatske kao privlačne destinacije za digitalne nomade ovisi o preferencijama svakog pojedinca, ali se često ističu nekoliko ključnih prednosti. Prirodna ljepota zemlje i lakoća pristupa prirodnim ljepotama često se ističu kao jedna od glavnih prednosti. Također, sigurnost zemlje je visoka, što je važno za osjećaj sigurnosti i dobrobit digitalnih nomada.

Široko rasprostranjeno znanje engleskog jezika među lokalnim stanovništvom olakšava komunikaciju i integraciju u svakodnevni život. Obala, prekrasno more i povoljna klima također čine Hrvatsku atraktivnom destinacijom za rad i život. Zbog relativno malih udaljenosti, moguće je putovati kroz zemlju u samo nekoliko sati, pružajući mogućnost istraživanja različitih lokacija, od plaža do planina.

Lakoća apliciranja za boravak, odsutnost dodatnih poreza te mnoge lijepe destinacije za posjetu dodatno pridonose privlačnosti Hrvatske za digitalne nomade. Sigurnost, kvaliteta života, klima, povezanost s drugim dijelovima Europe, internetna infrastruktura i mogućnost korištenja coworking prostora također su ključni faktori koji čine Hrvatsku privlačnom destinacijom.

Konačno, Hrvatska nudi savršenu ravnotežu između posla i zabave, te izobilje inspirativnih mjesta za rad. Osim toga, bogatstvo kulture, prirodnih ljepota i mogućnosti za istraživanje dodatno pridonose privlačnosti Hrvatske kao destinacije za digitalne nomade.

Najveća prepreka Hrvatske kao privlačne destinacije za digitalne nomade može varirati ovisno o osobnim iskustvima i preferencijama, ali nekoliko čestih izazova se ističe. Jedan od najčešćih problema je nedostatak usluga tijekom izvansezonskog razdoblja. Mnoge trgovine, kafići, restorani i usluge zatvoreni su tijekom razdoblja od listopada do svibnja, što može ograničiti dostupnost potrebnih usluga i sadržaja.

Dodatno, aplikacijski proces za boravak u Hrvatskoj može biti dugotrajan i neizvjestan. Neki sudionici ističu da je njihova aplikacija trajala i do 6 mjeseci, što može stvoriti nesigurnost i dodatni stres. Osim toga, ograničenje od godinu dana za boravak digitalnih nomada može biti izazovno, posebno za one koji žele dulje ostati u zemlji.

Visoki troškovi života i ograničena dostupnost smještaja također su izazovi s kojima se digitalni nomadi mogu suočiti. Rastući troškovi najma i općenito života mogu otežati financijsku stabilnost i održivost boravka u Hrvatskoj. Neki sudionici također ističu probleme povezane s lošom internetskom povezanošću na nekim područjima, posebno na otocima, što može biti problematično za one koji ovise o stabilnoj internetskoj vezi za rad.

Konačno, neki se suočavaju s poteškoćama u prilagodbi na jezik i kulturu, dok drugi navode nedostatak javnog prijevoza kao izazov, posebno u usporedbi s zapadnim zemljama. Unatoč tim izazovima, za neke digitalne nomade Hrvatska i dalje ostaje privlačna destinacija zbog svoje ljepote, kulture i opuštenog načina života.

Kako bi se saznala važnost svake od stavaka prilikom odluke odabira destinacije kod digitalnih nomada, provedeno je istraživanje koristeći Likertovu skalu. Nakon prikupljenih odgovora, dobivenim odgovorima dodijeljeni su brojevi od 1 do 5, gdje 1 označava "izrazito se ne slažem", 2 označava "ne slažem se", 3 označava "neutralno", 4 označava "slažem se", a 5 označava "izrazito se slažem". Na temelju tih numeričkih vrijednosti, izračunata je standardna devijacija kako bi se utvrdila razina slaganja među ispitanicima za svaku stavku.

Za tumačenje rezultata Likertove skale i standardne devijacije, potrebno je uzeti u obzir srednje vrijednosti odgovora i raspon standardne devijacije. Standardna devijacija (SD) mjeri koliko su odgovori raspršeni od prosječne vrijednosti. Manja SD ukazuje na veću dosljednost odgovora, dok veća SD ukazuje na veću varijabilnost u odgovorima.

Stavka čija se važnost ispituje se ispituje	Min.	Max.
Prilika za upoznavanje ljudi sa sličnim interesima	1	5
Pronalaženje mjesta povezanih s vašim radom/projektom	1	5
Raznolike opcije smještaja unutar vašeg budžeta	1	5
Pronalaženje inspiracije za početak/dovršetak projekata	1	5

Sigurnost destinacije za putovanja i rad na daljinu	1	5
Izgradnja lokalnih kontakata ili prijateljstava	1	5
Zarađivanje novca bez pritiska uredskog okruženja	1	5

Analiza čimbenika koji su utjecali na odluku ispitanika da postanu digitalni nomadi pokazuje raznolike motivacije i okidače koji su oblikovali njihovu karijeru i način života. Glavni čimbenici uključuju potrebu za većom fleksibilnošću u radnom vremenu i mjestu rada, što omogućuje digitalnim nomadima da usklade profesionalni život s osobnim interesima i putovanjima. Za mnoge ispitanike, izazovi tradicionalnih radnih okruženja poput monotonije, ograničenja fiksnog radnog vremena i centraliziranog mjesta rada potaknuli su ih da preuzmu kontrolu nad vlastitim radnim okruženjem.

Tablica 1: Čimbenici koji su utjecali na odluka da ispitanici postanu digitalni nomadi

Stavka čija se važnost ispituje	Min.	Max.	Srednja vrijednost	Devijacija
Prilika za upoznavanje ljudi sa sličnim interesima	1	5	3,65	0,884
Pronalaženje mjesta povezanih s vašim radom/projektom	1	5	3,56	1,160
Raznolike opcije smještaja unutar vašeg budžeta	1	5	3,71	1,060
Pronalaženje inspiracije za početak/dovršetak projekata	1	5	3,59	0,925
Sigurnost destinacije za putovanja i rad na daljinu	1	5	4,21	1,008
Izgradnja lokalnih kontakata ili prijateljstava	1	5	3,65	0,950
Zarađivanje novca bez pritiska uredskog okruženja	1	5	3,91	1,215

Izvor: izrada autora

Analiza stavki koje su utjecale na odluku digitalnih nomada da postanu digitalni nomadi pruža uvid u ključne čimbenike koji su im bili važni pri odabiru ovog načina života i rada (tablica 1). Prema istraživanju, prilika za upoznavanje ljudi sa sličnim interesima imala je prosječnu ocjenu od 3,65, i relativno niskom standardnom devijacijom od 0,884 ističe važnost povezivanja s profesionalcima koji dijele iste strasti i ciljeve. Slično tome, pronalaženje lokacija povezanih s njihovim radom ili projektima ocijenjeno je prosječnom vrijednošću od 3,56, naglašavajući potrebu za okruženjem koje podržava njihove specifične poslovne zahtjeve.

Raznolike opcije smještaja unutar njihovog budžeta također su bile ključne, s visokom prosječnom ocjenom od 3,71. To ukazuje na važnost pristupa smještaju koji je financijski pristupačan i koji zadovoljava njihove potrebe za udobnošću i praktičnošću, no uz standardnu devijaciju od 1,060, što pokazuje da postoje podijeljena mišljenja o važnosti ovog aspekta. Inspiracija za pokretanje i dovršavanje projekata također je značajna, s prosječnom ocjenom od 3,59, što ističe važnost okruženja koje potiče kreativnost i produktivnost. Standardna devijacija pokazuje suglasnost ispitanika na ovom pitanju.

Najviša prosječna ocjena od 4,21 dobivena je za sigurnost destinacija za putovanja i rad na daljinu, ali i umjerenom standardnom devijacijom od 1,008, jasno pokazuje da je sigurnost ključna briga digitalnih nomada prilikom odabira lokacija. Izgradnja lokalnih kontakata ili prijateljstava također je važna, s prosječnom ocjenom od 3,65 i standardnom devijacijom od 0,950, što naglašava potrebu za integracijom u lokalnu zajednicu i stvaranjem podrške putem lokalnih veza.

Na kraju, zarađivanje novca bez pritiska uredskog okruženja također je visoko vrednovano s prosječnom ocjenom od 3,91, ali i visokom standardnom devijacijom od 1,215, što ukazuje na značajnu varijabilnost u percepcijama među digitalnim nomadima o važnosti neovisnosti u radnom okruženju. Ova stavka pokazuje važnost financijske neovisnosti koja omogućuje digitalnim nomadima fleksibilnost i kontrolu nad njihovim radnim vremenom i životnim stilom. Sve navedeno ukazuje na kompleksnost faktora koji utječu na odluku digitalnih nomada te na njihovu potrebu za balansom između profesionalnih i osobnih ciljeva u digitalnom nomadstvu.

Analiza čimbenika koji su utjecali na odluku ispitanika da postanu digitalni nomadi u Hrvatskoj otkriva raznolike motivacije i okidače koji su oblikovali njihovu karijeru i način života. Glavni čimbenici uključuju potrebu za većom fleksibilnošću u radnom vremenu i mjestu rada, što omogućuje digitalnim nomadima da usklade profesionalni život s osobnim interesima i putovanjima. Za mnoge ispitanike, izazovi tradicionalnih radnih okruženja poput monotonije, ograničenja fiksnog radnog vremena i centraliziranog mjesta rada potaknuli su ih da preuzmu kontrolu nad vlastitim radnim okruženjem.

Analiza čimbenika koji su utjecali na odluku ispitanika o doseljenju u Hrvatsku prikazana su u tablici 2.

Tablica 2: Čimbenici koji su utjecali na odluku ispitanika na preseljenje u Hrvatsku

Stavka čija se važnost ispituje	Min.	Max.	Srednja vrijednost	Devijacija
Inspirativna destinacija (s popularnim destinacijama lako dostupnim)	1	5	4,38	0,888
Pružanje dobre atmosfere za digitalni rad	1	5	4,29	0,836
Nudi mirno i ugodno okruženje za dovršavanje projekata koji zahtijevaju inspiraciju	1	5	4,29	0,836
Pružanje restorana s dobrim internetom i radnim prostorom	1	5	4,09	1,138
Sigurno mjesto za samostalna putovanja i rad	1	5	4,26	0,963
Puno opcija smještaja koje odgovaraju mom budžetu	1	5	3,74	1,109
Dobre mogućnosti prijevoza	1	5	3,50	1,080
Međunarodna destinacija koja je prijateljski nastrojena prema zapadnoj kulturi, uključujući modu, alkoholna pića i hranu	1	5	4,03	0,834

Izvor: izrada autora

Pružanje dobre atmosfere za digitalni rad i mirno okruženje za inspiraciju također su visoko ocijenjeni s prosječnim ocjenama od 4,29, uz malu devijaciju od 0,836, što sugerira širok suglasnosti među ispitanicima o njihovoj važnosti.

Sigurnost destinacije za samostalna putovanja i rad također se ističe s visokom prosječnom ocjenom od 4,26, uz umjerenu devijaciju od 0,963, što ukazuje na relativno konzistentna mišljenja o ovom aspektu.

Restorani s dobrim internetom i radnim prostorom, kao i mnoge opcije smještaja koje odgovaraju budžetu, dobili su prosječne ocjene od 4,09 i 3,74, respektivno. Međutim, visoke standardne devijacije od 1,138 za restorane i 1,109 za smještaj sugeriraju veću varijabilnost u mišljenjima među ispitanicima o njihovoj važnosti.

Dobre mogućnosti prijevoza ocijenjene su s prosječnom ocjenom od 3,50, ali s visokom standardnom devijacijom od 1,080, što ukazuje na podijeljena mišljenja o ovom faktoru. Konačno, međunarodna destinacija koja je prijateljski nastrojena prema zapadnoj kulturi, uključujući modu, alkoholna pića i hranu, ocijenjena je s prosječnom ocjenom od 4,03 i niskom standardnom devijacijom od 0,834, što ukazuje na široko prihvaćanje važnosti ovog aspekta među ispitanicima.

Ovi rezultati ukazuju na to da digitalni nomadi imaju različite prioritete i percepcije o važnosti različitih faktora prilikom odabira destinacije. Stavke s nižom standardnom devijacijom (npr. pružanje dobre atmosfere za digitalni rad, inspirativna destinacija) pokazuju visoku razinu suglasnosti među ispitanicima, dok stavke s višom standardnom devijacijom (npr. zarađivanje novca bez pritiska uredskog okruženja, pronalaženje mjesta povezanih s radom) pokazuju veću varijabilnost mišljenja. To može pomoći pri oblikovanju strategija i ponuda koje bi bolje zadovoljile potrebe digitalnih nomada u Hrvatskoj.

U nastavku su prikazani rezultati istraživanja o važnosti različitih faktora pri odabiru destinacija za rad digitalnih nomada. Analizirane su stavke poput kulturne raznolikosti i dostupnosti coworking prostora kako bi se bolje razumjeli utjecaji na odluke digitalnih nomada pri odabiru lokacija za rad na daljinu:

Tablica 3: Važnost različitih faktora prvi odabiru destinacije za rad digitalnih nomada

Stavka čija se važnost ispituje	Min.	Max.	Srednja vrijednost	Devijacija
---------------------------------	------	------	--------------------	------------

Koliko vam je važna kulturna raznolikost i iskustva s drugim kulturama prilikom odabira destinacije za rad kao digitalni nomad?	1	5	2,88	1,149
U kojoj mjeri dostupnost coworking prostora (uredi i internet kafići) utječe na vašu odluku o odabiru destinacije kao digitalni nomad?	1	5	2,71	1,194

Izvor: izrada autora

Analiza stavki koje su ispitanici ocjenjivali u vezi s njihovim iskustvom kao digitalnih nomada pokazuje značajne razlike u percepcijama među ispitanicima. Kulturna raznolikost i iskustva s drugim kulturama također su ocijenjeni umjereno s prosječnom ocjenom od 2,88, ali s visokom standardnom devijacijom od 1,149. To sugerira da je za neke digitalne nomade važno iskustvo različitih kultura pri odabiru destinacije za rad, dok drugi možda manje cijene ovaj aspekt.

Dostupnost coworking prostora, kao treća analizirana stavka, ocijenjena je prosječnom ocjenom od 2,71, također s visokom standardnom devijacijom od 1,194. Ovo pokazuje da je dostupnost radnih prostora u destinaciji važna za digitalne nomade, ali da postoje znatne razlike u percepciji o tome koliko je to ključan faktor pri odabiru lokacije.

Ovi rezultati naglašavaju da digitalni nomadi imaju različite prioritete i preferencije pri odabiru destinacija za rad na daljinu, uključujući fleksibilnost radnog vremena, kulturnu raznolikost te dostupnost radnih prostora kao važne čimbenike koji utječu na njihove odluke.

Također ocijenjeno je koliko je bitna i fleksibilnost radnog vremena, ocijenjena prosječnom ocjenom od 2,26, pokazuje da digitalni nomadi u prosjeku prepoznaju postojanje određene razine fleksibilnosti u svom načinu rada. Međutim, visoka standardna devijacija od 1,310 sugerira značajnu varijabilnost u ocjenama, što ukazuje na to da pojedinci imaju vrlo različite stavove prema ovom aspektu rada. Ovaj rezultat može reflektirati razlike u radnim preferencijama, profesionalnim obavezama ili osobnim okolnostima među digitalnim nomadima.

Razlike u percepciji fleksibilnosti radnog vremena mogu također proizlaziti iz različitih vrsta poslova koje digitalni nomadi obavljaju. Također, različiti životni stilovi, poput balansiranja

obiteljskih obaveza ili putovanja, mogu utjecati na to koliko digitalni nomadi cijene ili koriste fleksibilnost radnog vremena.

Analiza rezultata istraživanja o utjecaju različitih faktora na odluke digitalnih nomada pruža uvid u kompleksnost njihovih preferencija i potreba prilikom odabira destinacija za rad na daljinu. Likertova skala korištena u istraživanju omogućila je kvantifikaciju važnosti svake stavke, čime je dobivena jasna slika o percepcijama i prioritetima digitalnih nomada.

Istraživanje je pokazalo da uvođenjem digitalnog nomadstva kao novog modela rada, fleksibilnost radnog vremena igra ključnu ulogu, iako s visokom varijabilnošću u percepcijama među ispitanicima. Ovo se može interpretirati kao potreba za individualiziranim pristupom u pružanju radnih okruženja koja omogućuju prilagodbu radnog rasporeda prema osobnim preferencijama i životnim stilovima digitalnih nomada.

Kulturna raznolikost također je važan čimbenik, iako nešto manje zastupljen u odnosu na fleksibilnost radnog vremena. Visoka standardna devijacija ukazuje na različita iskustva i očekivanja digitalnih nomada u vezi s ovim aspektom, što sugerira da destinacije koje promiču multikulturalnost mogu privući širu publiku digitalnih nomada.

Dostupnost coworking prostora, treći ključni faktor, pokazala se značajnom, ali opet s visokom varijabilnošću u percepcijama. To naglašava važnost infrastrukture koja podržava rad na daljinu, ali istovremeno upućuje na potrebu za kontinuiranim unaprjeđenjem ponude i kvalitete coworking prostora kako bi se bolje zadovoljile potrebe digitalnih nomada.

Pregled tablice rezultata u Hrvatskoj dodatno potvrđuje da su digitalni nomadi osjetljivi na inspirativnost destinacije, sigurnost, kvalitetu radnog okruženja i pristupačnost smještaja. Navedeni faktori igraju ključnu ulogu u formiranju njihovih odluka o preseljenju i odabiru destinacija.

Zaključno, istraživanje je istaknulo da su digitalni nomadi raznovrsna skupina s specifičnim preferencijama i prioritetima. Razumijevanje tih dinamičkih faktora ključno je za destinacije koje žele privući i zadržati ovu sve veću populaciju radnika. Pružanje raznovrsnih opcija koje podržavaju fleksibilnost, kulturnu raznolikost i kvalitetnu radnu infrastrukturu može biti ključni faktor uspjeha u privlačenju digitalnih nomada i stvaranju pozitivnog okruženja za njihov rad i život.

4.3. Preporuke za buduća istraživanja

Na temelju rezultata ovog istraživanja karakteristika i specifičnosti digitalnih nomada u Republici Hrvatskoj, pružaju se nekoliko ključnih smjernica koje bi mogle poslužiti kao temelj za buduća istraživanja. Ove preporuke usmjerene su na daljnje unapređenje razumijevanja ovog rastućeg fenomena te na bolje prilagođavanje politike i strategija potrebama digitalnih nomada.

Prvo, preporučuje se provođenje longitudinalnih studija koje bi pratile promjene u karakteristikama, potrebama i preferencijama digitalnih nomada tijekom vremena. Takva istraživanja omogućila bi bolje razumijevanje dugoročnih trendova i dinamike ove populacije. Drugo, buduća istraživanja trebala bi uključivati komparativne analize između digitalnih nomada u različitim zemljama. Ovo bi pružilo uvid u specifične prednosti i nedostatke Hrvatske kao destinacije za digitalne nomade u usporedbi s drugim popularnim lokacijama.

Iako je ovo istraživanje primarno kvantitativno, buduća istraživanja trebala bi se više osloniti na kvalitativne metode, poput dubinskih intervjua i fokus grupa. Takav pristup omogućio bi dublje razumijevanje osobnih iskustava, motivacija i izazova s kojima se digitalni nomadi suočavaju. Važno je također istražiti kako prisutnost digitalnih nomada utječe na lokalnu ekonomiju, kulturu i zajednicu. Ovo uključuje analizu ekonomskih koristi, ali i potencijalnih izazova poput rasta troškova života i prilagodbe lokalne infrastrukture.

Daljnja istraživanja trebala bi detaljnije analizirati specifične potrebe digitalnih nomada u pogledu smještaja, radnih prostora, zdravstvene skrbi i društvenih aktivnosti. To bi omogućilo preciznije oblikovanje ponuda i usluga koje zadovoljavaju njihove zahtjeve. Ispitivanje stupnja zadovoljstva digitalnih nomada boravkom u Hrvatskoj i njihovih preporuka za poboljšanje uvjeta može pružiti vrijedne povratne informacije za daljnje unapređenje destinacije.

Buduća istraživanja trebala bi istražiti kako su globalni događaji, poput pandemije COVID-19, utjecali na obrasce rada i kretanja digitalnih nomada. Ovo bi omogućilo bolje razumijevanje fleksibilnosti i prilagodljivosti ovog načina života. Razumijevanje uloge tehnologije i digitalne infrastrukture u životu digitalnih nomada je ključno. Buduća istraživanja trebala bi se fokusirati na to kako tehnološke promjene i unapređenja mogu poboljšati uvjete rada i života za digitalne nomade.

Implementacija ovih preporuka može značajno doprinijeti boljem razumijevanju digitalnih nomada, njihovih potreba i utjecaja na destinacije koje odabiru za svoj rad i život. To će omogućiti relevantnim dionicima, uključujući vlade, poduzetnike i zajednice, da učinkovitije odgovore na izazove i iskoriste prilike koje donosi ova rastuća populacija.

4.4. Ograničenja istraživanja

Unatoč vrijednim uvidima koje ovo istraživanje pruža o karakteristikama i specifičnostima digitalnih nomada u Republici Hrvatskoj, postoje određena ograničenja koja treba uzeti u obzir pri interpretaciji rezultata. Prvo, korištenje ankete kao glavne metode prikupljanja podataka nosi sa sobom inherentna ograničenja vezana uz samoselekcije ispitanika. Digitalni nomadi koji su sudjelovali u anketi možda nisu reprezentativni uzorak cjelokupne populacije digitalnih nomada u Hrvatskoj, što može utjecati na generalizaciju rezultata.

Drugo, anketa je provedena online i distribuirana kroz specifične digitalne platforme i zajednice digitalnih nomada. Ovakav način prikupljanja podataka mogao je dovesti do pristranosti u uzorku, jer su ispitanici uglavnom oni koji su aktivni u online zajednicama i mrežama. Stoga, rezultati možda ne odražavaju iskustva onih digitalnih nomada koji nisu povezani s ovim platformama ili koji preferiraju manje vidljive oblike interakcije.

Treće, vremensko ograničenje istraživanja predstavlja još jedno ograničenje. Podaci su prikupljeni u određenom vremenskom periodu, što može utjecati na relevantnost rezultata s obzirom na sezonske ili privremene promjene u populaciji digitalnih nomada. Na primjer, različiti faktori poput sezonskih varijacija, promjena u globalnim migracijskim trendovima ili lokalnim uvjetima mogu utjecati na broj i karakteristike digitalnih nomada u Hrvatskoj u različitim periodima.

Također, iako je anketa bila dostupna na engleskom jeziku kako bi bila pristupačna široj međunarodnoj populaciji digitalnih nomada, jezična barijera mogla je ograničiti sudjelovanje onih koji nisu dovoljno vješti u engleskom jeziku. To može dovesti do podzastupljenosti određenih nacionalnosti ili kulturnih skupina unutar uzorka.

Nadalje, ovo istraživanje se primarno oslanja na kvantitativne podatke, što može ograničiti dublje razumijevanje složenijih i suptilnijih aspekata iskustava digitalnih nomada. Kvalitativni

podaci, prikupljeni kroz metode poput dubinskih intervjua ili fokus grupa, mogli bi pružiti bogatiji kontekst i dublje uvide u njihove osobne priče i izazove.

Jedan od značajnih izazova u ovom istraživanju bila je i nezainteresiranost za ispunjavanje ankete među digitalnim nomadima. Zbog individualnog načina života i specifične radne dinamike, mnogi digitalni nomadi ne vide neposrednu korist od sudjelovanja u ovakvim istraživanjima te često ne razumiju potrebu za njima. Ova nezainteresiranost može rezultirati manjim brojem ispitanika i potencijalno pristranim rezultatima, jer oni koji su voljni sudjelovati možda nisu reprezentativni za cijelu populaciju.

Konačno, ograničenja vezana uz pouzdanost i validnost odgovora također treba uzeti u obzir. Iako su poduzete mjere za osiguranje anonimnosti i povjerljivosti podataka, postoji mogućnost da su neki ispitanici dali društveno poželjne odgovore ili nisu potpuno iskreno odgovarali na neka pitanja.

Unatoč ovim ograničenjima, rezultati ovog istraživanja pružaju vrijedan temelj za razumijevanje karakteristika i specifičnosti digitalnih nomada u Hrvatskoj. Identifikacija ovih ograničenja također pomaže u oblikovanju smjernica za buduća istraživanja koja mogu doprinijeti još preciznijem i sveobuhvatnijem razumijevanju ove dinamične i rastuće populacije. Poznavanje ovih ograničenja omogućuje daljnje poboljšanje metodologije istraživanja i bolje prilagođavanje pristupa potrebama digitalnih nomada, čime će se osigurati kvalitetniji i reprezentativniji podaci u budućnosti.

5. ZAKLJUČAK

Digitalne tehnologije su transformirale način poslovanja i otvorile nove horizonte u globalnom gospodarstvu. Razvoj digitalnih tehnologija omogućio je poduzećima da postanu agilnije i efikasnije, potičući stvaranje novih poslovnih modela i inovativnih proizvoda i usluga. Uz to, digitalizacija je promijenila način na koji komuniciramo i obavljamo svakodnevne zadatke, povećavajući produktivnost i unapređujući kvalitetu života.

Digitalno poduzetništvo igra ključnu ulogu u ovoj transformaciji, omogućujući pojedincima i poduzećima da iskoriste mogućnosti koje pružaju digitalne tehnologije. Kroz digitalno poduzetništvo, pojedinci mogu pokrenuti nove poslovne poduhvate i prilagoditi se brzo mijenjajućem poslovnom okruženju. Kompanije poput Googlea, Facebooka i Applea su primjeri kako digitalno poduzetništvo može promijeniti svijet i oblikovati budućnost poslovanja.

Uz to, digitalni nomadi predstavljaju novi oblik rada koji je potaknut digitalnom transformacijom. Njihova fleksibilnost i neovisnost o fizičkoj lokaciji otvaraju nove mogućnosti za pojedince da rade i putuju istovremeno. Pandemija COVID-19 dodatno je ubrzala prihvaćanje rada na daljinu i potaknula interes za digitalnim nomadstvom.

U Republici Hrvatskoj, digitalno poduzetništvo i digitalni nomadi postaju sve značajniji čimbenici u ekonomiji. Vlada i druge relevantne institucije prepoznale su potencijal digitalnog poduzetništva i digitalnih nomada te su pokrenule inicijative kako bi ih podržale i privukle. Primjere tih inicijativa predstavljaju digitalne nomadske vize i povoljni porezni tretmani.

Međutim, unatoč potencijalnim prednostima, digitalno poduzetništvo i digitalni nomadi suočavaju se s brojnim izazovima, uključujući financijsku neizvjesnost i regulatorne prepreke. Stoga je važno da vlade i druge relevantne institucije kontinuirano prilagođavaju svoje politike i programe kako bi podržale razvoj digitalnog poduzetništva i digitalnog nomadstva.

Istraživanje je pokazalo da digitalni nomadi predstavljaju sve veću populaciju radnika koji svoj posao obavljaju s različitih lokacija diljem svijeta. Njihov izbor destinacije za rad nije samo puka estetska preferencija ili potraga za egzotičnim iskustvima; naprotiv, temelji se na kompleksnoj mreži faktora koje moraju uzeti u obzir kako bi osigurali optimalno okruženje za produktivnost, dobrobit i kvalitetu života.

Jedan od ključnih faktora je pristup internetu. Za digitalne nomade, brza i stabilna internetska veza je vitalna, budući da ovise o njoj za obavljanje svog posla. Stoga, destinacije s pouzdanim internetom često dobivaju prednost, čak i ako možda nedostaju drugi poželjni atributi.

Kvaliteta klimatskih uvjeta također ima značajan utjecaj. Digitalni nomadi često biraju destinacije koje nude ugodnu klimu tijekom cijele godine, omogućavajući im fleksibilnost u izboru aktivnosti i radnog okruženja.

Raznolikost ponude za slobodno vrijeme igra ulogu u održavanju ravnoteže između posla i rekreacije. Destinacije koje imaju bogat izbor aktivnosti, od planinarenja do ronjenja, privlače digitalne nomade koji žele iskoristiti slobodno vrijeme za istraživanje i opuštanje. Gastronomska raznolikost također nije zanemariva. Hrana je važan dio kulture i doživljava određena odredišta, pa destinacije s bogatom kulinarskom scenom često imaju prednost.

No, istraživanje je također istaknulo faktore poput sigurnosti, dostupnosti kvalitetne zdravstvene infrastrukture, političke stabilnosti i razvijene digitalne infrastrukture kao ključne za digitalne nomade. Bez obzira koliko je neko mjesto atraktivno, nedostatak osnovnih sigurnosnih mjera ili zdravstvenih usluga može biti odlučujući faktor u odabiru.

Kako bi se dublje razumjele preferencije digitalnih nomada i njihov utjecaj na produktivnost i zadovoljstvo poslom, buduća istraživanja mogla bi se usredotočiti na analizu povezanosti između tih faktora. Ova saznanja mogla bi pružiti korisne smjernice za destinacije koje žele privući ovu rastuću skupinu radno aktivnog stanovništva i prilagoditi svoje ponude kako bi bolje odgovarale njihovim potrebama i preferencijama.

U zaključku, digitalno poduzetništvo i digitalni nomadi imaju potencijal da transformiraju ekonomiju i društvo. Kroz kontinuiranu podršku i suradnju između vlada, industrije, obrazovnih institucija i društva u cjelini, moguće je iskoristiti prednosti digitalnih tehnologija i stvoriti održivo i prosperitetno poslovno okruženje za sve.

POPIS LITERATURE

1. Allen, J. (2019.), *Digital entrepreneurship*, 1. izd., Routledge: London
2. AJ Consulting (b.d.). Pravno uređenje boravka i rada digitalnih nomada u Republici Hrvatskoj, preuzeto 09. lipnja 2024. s <https://www.aj.hr/publikacije/22/pravno-ureenje-boravka-i-rada-digitalnih-nomada-u-republici-hrvatskoj>
3. Antonizzi, J. i Smuts, H. (2020.), The characteristics of digital entrepreneurship and digital transformation: A systematic literature review, u: *Conference on e-Business, e-Services, and e-Society*, (str. 239-251.), Springer International Publishing
4. Berghaus, S. i Back, A. (2016.), Stages in digital business transformation: Results of an empirical maturity study, *MCIS 2016 Proceedings*. 22.
5. Chevtaeva, E. i Denizci-Guillet, B. (2021.), Digital nomads' lifestyles and coworkation, *Journal of Destination Marketing & Management*, 21. <https://doi.org/10.1016/j.idmm.2021.100633>
6. City Destinations Alliance (b.d.), Understanding the world of the digital nomad. City Destinations Alliance, preuzeto 09.lipnja 2024. s <https://citydestinationsalliance.eu/understanding-the-world-of-the-digital-nomad/>
7. Bank, C., Chase for business (b.d.), What does it take to succeed as a digital entrepreneur?, preuzeto 07. lipnja 2024. s <https://www.chase.com/business/knowledge-center/grow/guide-to-digital-entrepreneurship#:~:text=Well%2Dknown%20examples%20of%20digital,the%20world%2C%2024%2F7>.
8. Cook, D. (2020.), The freedom trap: digital nomads and the use of disciplining practices to manage work/leisure boundaries, *Information Technology & Tourism*, 22(3), 355-390.
9. Davidson, E. i Vaast, E. (2010.), Digital entrepreneurship and its sociomaterial enactment, u: 2010 43rd Hawaii International Conference on System Sciences (pp. 1-10). IEEE. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2010.150>
10. de Almeida, M. A., Correia, A., Schneider, D. i de Souza, J. M. (2021.), COVID-19 as opportunity to test digital nomad lifestyle, u: *2021 IEEE 24th International Conference on Computer Supported Cooperative Work in Design (CSCWD)* (str. 1209-1214), Dalian, Kina <https://doi.org/10.1109/CSCWD49262.2021.9437685>

11. Ehn, K., Jorge, A. i Marques-Pita, M. (2022.), Digital nomads and the COVID-19 pandemic: Narratives about relocation in a time of lockdowns and reduced mobility, *Social Media+ Society*, 8(1). <https://doi.org/10.1177/20563051221084958>
12. Raymond, F., (b.d.). 20 Types of Digital Entrepreneurship Examples, pristupljeno 09. lipnja 2024. s <https://www.fernandoraymond.com/business/types-of-digital-entrepreneurship-examples/>
13. Giones, F. i Brem, A. (2017.), Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda, *Technology innovation management review*, 7(5).
14. Hair, N., Wetsch, L. R., Hull, C. E., Perotti, V. i Hung, Y. T. C. (2012.), Market orientation in digital entrepreneurship: Advantages and challenges in a web 2.0 networked world. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 9(06), 1250045. <https://doi.org/10.1142/S0219877012500459>
15. Hull, C. E. K., Hung, Y. T. C., Hair, N., Perotti, V. i DeMartino, R. (2007.), Taking advantage of digital opportunities: a typology of digital entrepreneurship. *International Journal of Networking and Virtual Organisations*, 4(3), 290-303. <https://doi.org/10.1504/IJNVO.2007.015166>
16. Inovacijska platforma (2022, 10. lipnja), Izazovi digitalne transformacije i ciljevi digitalnog desetljeća. Inovacijska platforma, preuzeto 09. lipnja 2024. s: <https://inovacijskaplatforma.hr/hr/vijest/izazovi-digitalne-transformacije-i-ciljevi-digitalnog-desetljeća>
17. Ivanković, I. i Fijolić, M. (2022.), Digitalni nomadi u Hrvatskoj i njihov prikaz u novim medijima, *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu*, 13(1), 37-47.
18. Kelly, H. i Arelano, D. (2021) Work and wander: meet today's digital nomads. preuzeto 24. ožujka 2024. s <https://learn.adventuretravel.biz/research/work-and-wander-meet-todays-digitalnomads>
19. Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L. i Spitzer, J. (2019.), Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353-375. <https://doi.org/10.1108/IJEER-06-2018-0425>
20. Kruljac, Ž. i Knežević, D. (2019.), Modeli digitalne zrelosti poduzeća-objašnjenje, pregled literature i analiza, *Obrazovanje za poduzetništvo-E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, 9(2), 72-84.

21. Lizdek, N. (2021.), Digitalni nomadi: rad na daljinu kao alternativa kancelarijskom poslu, *Jahorina Business Forum*, 327-336.
22. Mighty Networks (b.d.), Types of digital entrepreneurs, Mighty Networks, preuzeto 08. lipnja 2024. s <https://www.mightynetworks.com/resources/digital-entrepreneur#:~:text=There's%20no%20one%20type%20of,The%20opportunities%20are%20endless>
23. Mood.hr, (2023.), DIGITALNI NOMADI: Koje su prednosti i mane ovog poželjnog stila života? preuzeto 07. lipnja 2024. s <https://mood.hr/power/digitalni-nomadi-prednosti-i-mane/>
24. Mouratidis, G. (2018.), *Digital nomads: travel, remote work and alternative lifestyles*, doktorski rad, Lund University, Lund
25. MUP (b.d.), Privremeni boravak u svrhu boravka digitalnih nomada, preuzeto 06. lipnja 2024. s <https://mup.gov.hr/gradjani-281562/moji-dokumenti-281563/stranci-333/privremeni-boravak-u-svrhu-boravka-digitalnih-nomada/286832#:~:text=DIGITALNI%20NOMAD%20je%20dr%C5%BEavljanin%20tre%C4%87e,pru%C5%BEa%20usluge%20poslodavcima%20na%20podru%C4%8Dju>
26. Nash, C., Jarrahi, M. H., Sutherland, W. i Phillips, G. (2018.), Digital nomads beyond the buzzword: Defining digital nomadic work and use of digital technologies, u: Chowdhury, G., McLeod, J., Gillet, V. i Willett, P. (ur.), *International conference on information* (str. 207-217.), Sheffield: Proceedings
27. Poljanec-Borić, S. (2021.), Kvalitativni uvid u obilježja digitalnoga poduzeća, sadržaj i stanje procesa digitalne transformacije u Hrvatskoj, *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 30(1), 115-134.
28. Profitiraj.hr (b.d.), Digitalni nomadi: Prednosti i nedostaci, preuzeto 06. lipnja 2024. s <https://profitiraj.hr/digitalni-nomadi-prednosti-i-nedostaci/>
29. Recker, J., von Briel, F. (2019.), The future of digital entrepreneurship research: existing and emerging opportunities, u: Krcmar H., (ur.), *40th International conference on information systems* (str. 1-9.), Minhen
30. Reuber, A. R., i Fischer, E. (2011.), International entrepreneurship in internet-enabled markets, *Journal of Business venturing*, 26(6), 660-679.
31. Soltanifar, M., Hughes, M. i Göcke, L. (2021.), *Digital entrepreneurship: Impact on business and society*, Springer Nature

32. Sussan, F. i Acs, Z. J. (2017.), The digital entrepreneurial ecosystem, *Small Business Economics*, 49, 55-73. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9867-5>
33. TechTarget (b.d.), Digital nomad, preuzeto 07. lipnja 2024. s <https://www.techtarget.com/whatis/definition/digital-nomad>
34. Thompson, B. Y. (2018.), Digital nomads: Employment in the online gig economy, *Glocalism: Journal of Culture, Politics and Innovation*, 1, 1-26.
35. Truong, A. T. T., i Le Dinh, T. (2023.), Digital Entrepreneurs: What Do We Know about Them.
36. Vasilchenko, E., i Morrish, S. (2011.), The role of entrepreneurial networks in the exploration and exploitation of internationalization opportunities by information and communication technology firms, *Journal of International Marketing*, 19(4), 88-105.
37. Zhao, F. i Collier, A. (2016.), Digital Entrepreneurship: Research and Practice, u: Vrontis, D., Weber, Y., Tsoukatos, E. (ur.), *9th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business „Innovation, Enterpreneurship and Digital Ecosystems“* (str.2154-2163.), Warsaw: EuroMed Press

POPIS TABLICA

Tablica 1: Čimbenici koji su utjecali na odluku da ispitanici postanu digitalni nomadi.....	38
Tablica 2: Čimbenici koji su utjecali na odluku ispitanika na preseljenje u Hrvatsku	40
Tablica 3: Važnost različitih faktora prvi odabiru destinacije za rad digitalnih nomada.....	41

PRILOZI

Upitnik – Digitalni nomadi u RH

Kojeg ste spola?

- a. Muško
- b. Žensko
- c. Drugo (ne želim reći)

Koja vam je najviša razina obrazovanja?

- a. Ispod stupnja obrazovanja
- b. Završena srednja škola
- c. Magisterij
- d. Doktorat

Dob: _____

Koje vam je primarno zanimanje? _____

Koja je vaša nacionalnost? _____

Koliko ste dugo u Hrvatskoj kao digitalni nomad? _____

Ukoliko se ne nalazite u Hrvatskoj koliko ste boravili u RH kao digitalni nomad?

Molimo navedite razlog zašto više niste u Hrvatskoj digitalni nomad:

U koliko ste još država bili digitalni nomad osim Hrvatske – potrebno upisati broj

Koji je po vama glavni razlog dolaska u RH da bi radili kao digitalni nomad?

Što smatrate kao najvećom prednosti RH kao destinacije privlačne digitalnim nomadima? _____

Što smatrate kao najvećom preprekom RH kao destinacije privlačne digitalnim nomadima? _____

Koliko je od 1 do 5 navedeni čimbenik utjecao na odluku da postanete digitalni nomad?

	U					U
	potpuno	Ne	Neutralno	Slažem		potpuno
	se ne	slažem		se		se slažem
	slažem	se		se		se slažem
Mogućnost susreta s ljudima koji dijele slične interese	1	2	3	4		5
Pronalazak mjesta povezanog s vašim radom/projektom	1	2	3	4		5
Raznolike opcije smještaja koje odgovaraju vašem budžetu	1	2	3	4		5
Dobivanje inspiracije za započinjanje/dovršavanje projekta	1	2	3	4		5
Sigurnost destinacije za putovanje i samostalni rad	1	2	3	4		5
Stići lokalne kontakte ili prijatelje	1	2	3	4		5
Poboljšanje odnosa s prijateljem ili partnerom	1	2	3	4		5
Zarađivati novac bez pritiska iz uredskog okruženja	1	2	3	4		5

Drugo (navedite razlog): _____

Koliko je od 1 do 5 navedeni čimbenik utjecao na odluku doseljenja u RH?

	U potpunosti se slažem	U potpunosti ne slažem	Neutralno	Slažem se	U potpunosti se slažem
Inspirativna destinacija (ima popularnih destinacija koje su lako dostupne)	1	2	3	4	5
Pružaju dobru atmosferu za digitalni rad	1	2	3	4	5
Nudi mirno i ugodno okruženje za završavanje projekata koji zahtijevaju inspiraciju	1	2	3	4	5
Pružaju restorane s dobrim internetom i radnim prostorom	1	2	3	4	5
Sigurno je mjesto za samostalno putovanje i rad	1	2	3	4	5
Postoji mnogo opcija smještaja koje odgovaraju mom budžetu	1	2	3	4	5
Ima dobre načine prijevoza	1	2	3	4	5
Međunarodna je destinacija i prijateljski nastrojena prema zapadnoj kulturi, uključujući modu, alkoholna pića i hranu	1	2	3	4	5

Kako cijenite fleksibilnost radnog vremena kao digitalni nomad?

1. Nevažno
2. Manje važno
3. Neutralno
4. Izuzetno važno
5. Važno

Koliko je kulturna raznolikost i iskustva s drugim kulturama važan faktor prilikom odabira destinacije za rad kao digitalni nomad?

1. Nevažno
2. Manje važno
3. Neutralno
4. Izuzetno važno
5. Važno

U kojoj mjeri dostupnost zajedničkih radnih prostora (ureda i internet kafić) utječe na vašu odluku o odabiru destinacije kao digitalnog nomada?

1. Nevažno
2. Manje važno
3. Neutralno
4. Izuzetno važno
5. Važno

POPIS GRAFIKONA

Graf 1: spol sudionika	29
Graf 2: stupanj obrazovanja ispitanika	30
Graf 3: dob ispitanika	31
Graf 4: Nacionalnost ispitanika	32
Graf 5: Vrijeme provedeno u Hrvatskoj kao digitalni nomad	33
Graf 6: Posjećenost ispitanika ostalih zemalja.....	35

ŽIVOTOPIS KANDIDATA



Dario Budan

Datum rođenja: 14/06/1999

Državljanstvo: hrvatsko

KONTAKT

Bitoljska 5,
10000 Zagreb, Hrvatska
(Kućna)

d.budan10@gmail.com

(+385) 919396221



europass

RADNO ISKUSTVO

01/11/2018 – **TRENUTAČNO** Zagreb, Hrvatska

Skladištar Stanić d.o.o.

- komisioniranje robe
- Utovar i istovar robe

OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

2014 – 2017 Samobor

Kuhar Ekonomska, trgovačka i ugostiteljska škola Samobor

2017 – 2018 Samobor, Hrvatska

Hotelijsko turistički komercijalist Ekonomska, trgovačka i ugostiteljska škola Samobor

2018 – 2024 Zagreb, Hrvatska

Magistar ekonomije Ekonomski fakultet u Zagrebu

JEZIČNE VJEŠTINE

MATERINSKI JEZIK/JEZICI: hrvatski

Drugi jezici:

engleski

Slušanje C1

Čitanje B2

Pisanje B1

Govorna produkcija B2

Govorna interakcija B2

Razine: A1 i A2: temeljni korisnik; B1 i B2: samostalni korisnik; C1 i C2: iskusni korisnik

DIGITALNE VJEŠTINE

MS Office (Word Excel PowerPoint) | Internet | Komunikacijski programi (Skype Zoom TeamViewer) | Rad na raunalu