

Digitalno nomadstvo kao razvojna mogućnost turizma Republike Hrvatske

Zorić, Magdalena

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:447272>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-14**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



Sveučilište u Zadru

Odjel za ekonomiju
Diplomski sveučilišni studij Menadžmenta

Magdalena Zorić

**Digitalno nomadstvo kao razvojna mogućnost
turizma Republike Hrvatske**

Diplomski rad

Zadar, 2023.

Sveučilište u Zadru
Odjel za ekonomiju
Diplomski sveučilišni studij Menadžmenta

Digitalno nomadstvo kao razvojna mogućnost turizma Republike Hrvatske

Diplomski rad

Student/ica:
Magdalena Zorić

Mentor/ica:
Dr.sc. Jurica Bosna

Zadar, 2023.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Magdalena Zorić**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Digitalno nomadstvo kao razvojna mogućnost turizma Republike Hrvatske** rezultat mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mogega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mogega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 1. rujna 2023.

Sadržaj

| | |
|---|-----------|
| 1. UVOD | 1 |
| 1.1. Predmet i cilj rada..... | 1 |
| 1.2. Metodologija rada..... | 2 |
| 1.3. Struktura rada | 3 |
| 2. TURIZAM KAO INDUSTRIJA | 4 |
| 2.1. Vrste turizma | 5 |
| 2.2. Utjecaj turizma na gospodarstvo | 10 |
| 2.3. Suvremeni trendovi u turizmu | 11 |
| 2.4. Hrvatski turizam | 13 |
| 3. DIGITALNA TRANSFORMACIJA | 18 |
| 4. DIGITALNO NOMADSTVO | 21 |
| 4.1. Kako postati digitalni nomad..... | 22 |
| 4.2. Zanimanja koja obuhvaćaju digitalno nomadstvo | 24 |
| 4.3. Pozitivne strane digitalnog nomadstva | 28 |
| 4.4. Negativne strane digitalnog nomadstva..... | 30 |
| 4.5. Prostori digitalnih nomada..... | 33 |
| 4.5.1. Coworking prostori | 33 |
| 4.5.2. Coliving prostori | 35 |
| 5. TURIZAM I DIGITALNO NOMADSTVO | 37 |
| 5.1. Razvoj destinacija za digitalne nomade..... | 37 |
| 6. HRVATSKA KAO DESTINACIJA ZA DIGITALNE NOMADE | 39 |
| 6.1. Utjecaj povezanosti i ponude RH s aspekta razvoja digitalnog nomadstva | 40 |
| 6.2. Podrška digitalnim nomadima pri dolasku u Hrvatsku | 41 |
| 6.3. Zakonski okviri za digitalne nomade u Republici Hrvatskoj | 43 |
| 7. ZAKLJUČAK | 44 |

SAŽETAK

Digitalno nomadstvo kao razvojna mogućnost turizma Republike Hrvatske

Digitalno nomadstvo simbolizira putovanja i upoznavanja različitih svjetskih kultura uz istovremenu zaradu, dok je neizostavno samo posredovanje tehnologije i internetske veze. Poslovni put digitalnog nomada zahtijeva veliki trud, ulaganja, te volju i želju za radom i napretkom. Osim samog pojma putovanja koji simbolizira digitalno nomadstvo, simboliziraju ga i velika postignuća, to jest mogućnosti koje nudi. U digitalnom nomadstvu postoji čitav niz poslovnih karijera koje su moguće za izgradnju vlastitog uspjeha. Hrvatska kao poznata turistička zemlja je znatno uložila u svoj doprinos digitalnom nomadstvu. Razvojem destinacija za digitalne nomade, razvija se i broj digitalnih nomada u određenim destinacijama. Hrvatska je prepoznala trend digitalnog nomadstva, pa je uložila u sam razvoj destinacija, ali i u nomadske vize bez kojih ne bi bili gdje jesu. Svima poznata pandemija koronavirusa promijenila je mnogo dotadašnjih stvari u svijetu, ali je također pridonijela digitalnoj transformaciji i omogućila veću rasprostranjenost online načina rada. S obzirom na mnoge čimbenike Hrvatska je u kratkom periodu postala jedna od poželjnijih destinacija. Poveznica turizma i digitalnog nomadstva je upravo to da turističke zemlje nastoje osigurati optimalan turistički razvoj, te osigurati profitabilnost turizma na duže vrijeme. Upravo se iz tog razloga u Hrvatskoj vrlo brzo prihvatilo i uložilo u digitalno nomadstvo. Digitalno nomadstvo privlače razvijene destinacije koje im pružaju sve što njihov opis posla zahtijeva, a samim privlačenjem digitalnih nomada u određenu destinaciju razvija se i turizam, te ostvaruje veći profit. Hrvatski turizam za cilj ima privlačenje stranih investicija, te ulaganje u razvoj turizma dok ne postane jedna od poželjnijih europski destinacija digitalnih nomada.

Ključne riječi: digitalno nomadstvo, razvoj turizma u Republici Hrvatskoj, razvoj poslovnih karijera, digitalizacija i transformacija

ABSTRACT

Digital nomadism as a development opportunity for tourism in the Republic of Croatia

Digital nomadism symbolizes traveling and getting to know different world cultures while making money at the same time, while only the mediation of technology and internet connection is indispensable. The business path of a digital nomad requires great effort, investment, and the will and desire to work and progress. In addition to the very concept of travel that symbolizes digital nomadism, it is also symbolized by great achievements, that is, the opportunities it offers. In digital nomadism, there is a whole range of business careers that are possible to build your own success. Croatia, as a well-known tourist country, has invested significantly in its contribution to digital nomadism. With the development of destinations for digital nomads, the number of digital nomads in certain destinations also grows. Croatia has recognized the trend of digital nomadism, so it has invested in the development of destinations itself, but also in nomadic visas, without which they would not be where they are. The well-known coronavirus pandemic has changed many things in the world, but it has also contributed to the digital transformation and enabled a greater spread of the online way of working. Considering many factors, Croatia has become one of the most desirable destinations in a short period of time. The link between tourism and digital nomadism is precisely that tourist countries strive to ensure optimal tourism development and to ensure the profitability of tourism in the long term. It is precisely for this reason that digital nomadism was quickly accepted and invested in in Croatia. Digital nomads are attracted to developed destinations that provide them with everything their job description requires, and by attracting digital nomads to a certain destination, tourism also develops and generates greater profits. The aim of Croatian tourism is to attract foreign investments and invest in the development of tourism until it becomes one of the most desirable European destinations for digital nomads.

Key words: digital nomadism, development of tourism in the Republic of Croatia, development of business careers, digitization and transformation

1. UVOD

Globalizacija i tehnološke promjene utječu na sva gospodarstva. Dok globalizacija omogućuje sve veću povezanost između zemalja, mlada snaga odlazi i putuje, a starija populacija se još uvijek suočava s tehnologijom koja je sve naprednija s vremenom. Digitalna transformacija je za većinu još uvijek velika nepoznanica, te većinu radnog stanovništva brine hoće li strojevi u potpunosti zamijeniti postojeća radna mjesta, te jesu li efikasniji od ljudi. S druge strane ipak razmišljaju pomaže li digitalizacija ljudima da imaju više vremena za neke druge stvari. No, iako su ljudi u velikoj nedoumici, baš su ljudi oni koji svako novo ulaganje i promjenu trebaju podržavati. Neki poslovi „nestaju“, ali se stvara dosta novih poslova koji nude veći broj zaposlenih, te nude mogućnost rada diljem svijeta. U današnje vrijeme mnogo ljudi radi više poslova istovremeno, zbog nezadovoljstva plaćom ili nezadovoljstvom nekih drugih čimbenika, ali je jako teško uskladiti privatni i poslovni život. Digitalizacija nudi mogućnost rada više poslova istovremeno, ali i omogućava veću slobodu, te i više vremena za privatni život.

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog diplomskog rada je digitalno nomadstvo promatrano kroz njegov utjecaj na razvoj turizma. Digitalno nomadstvo simbolizira putovanja i upoznavanja različitih svjetskih kultura uz istovremenu zaradu, dok je neizostavno samo posredovanje tehnologije i internetske veze. Digitalno nomadstvo simbolizira čitav niz poslovnih karijera koje omogućavaju takav način rada, ali zahtijevaju iznimno velik trud, napor i ulaganje u osobno i poslovni razvoj.

Cilj ovog diplomskog rada je istražiti utjecaj digitalnog nomadstva na razvoj turizma Republike Hrvatske.

Hrvatska je kao zemlja prepoznala trend digitalnog nomadstva, te predvidjela njegovu rasprostranjenost i uspjeh u budućnosti. Iz tog razloga je uložila u čitav niz njihovih prioriteta za rast i razvoj poslovanja, te za odabir njihove idealne poslovne destinacije. Hrvatska je u kratkom periodu postala jedna od poželjnijih europskih destinacija za digitalne nomade. Svima dobro poznata pandemija koronavirusa je mnogo stvari spriječila, ali je mnogo toga i omogućila. Jedna od najboljih stvari koja možda ne bi bila u tolikoj mjeri prihvaćena, a prihvaćena je zahvaljujući pandemiji i radu od kuće je upravo rad izvan zone komfora. Izlazak iz zone komfora je najteži, a najzahvalniji dio koji digitalno nomadstvo omogućava i pruža osobama koje se usude truditi i prijeći na takav način rada.

Istraživačka pitanja na koja će se odgovoriti ovim diplomskim radom jesu sljedeća:

1. Što sve podrazumijeva pojam digitalnog nomadstva?
2. Što sve Republika Hrvatska poduzima kako bi privukla digitalne nomade?
3. Je li digitalno nomadstvo razvojna mogućnost turizma Republike Hrvatske?
4. Što bi bilo potrebno uraditi da bi Republika Hrvatska privukla veći broj digitalnih nomada?

1.2. Metodologija rada

Za izradu ovog diplomskog rada biti će korišteni mnogi znanstveni članci, službene stranice, knjige, studije izvodljivosti, te ostala relevantna literatura. Osim toga u radu će biti korištena metoda deskripcije, metoda analize i sinteze, te metoda kompilacije.

Metoda deskripcije predstavlja postupak jednostavnog opisivanja ili očitavanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza, bez da se znanstveno tumači i objašnjavanja. Također pri korištenju metoda analize i sinteze s kojima se raščlanjuju složeniji dijelovi u jednostavnije i obrnuto, a jednostavniji sudovi se komponiraju u složenije. Metoda kompilacije predstavlja postupak preuzimanja tuđih rezultata ili znanstvenoistraživačkih radova, to jest tuđih zapažanja, stavova, zaključaka i spoznaja. (Belak, 2006.)

1.3. Struktura rada

Sedam međusobno povezanih dijelova sadrži ovaj diplomski rad. Prvi dio rada predstavlja uvod u kojem je ukratko opisan rad, zatim predmet i cilj rada, te metodologija koja je korištena u radu. Drugi dio rada opisuje pojam turizma kao industrije, koje vrste turizma postoje, te kako turizam utječe na gospodarstvo. Treći dio diplomskog rada objašnjava digitalnu transformaciju, te koji su njeni najveći trendovi. Nakon toga, u četvrtoj točki je definirano značenje digitalnog nomadstva, koje su njegove pozitivne i negativne strane, kako postati digitalni nomad, koja zanimanja postoje u digitalnom nomadstvu, te koji su zakonski okviri koji su na snazi oko ulaska digitalnih nomada u Hrvatsku. Zatim značenje coliving i coworking prostora. U petom dijelu diplomskog rada se opisuje utjecaj, to jest poveznica turizma i digitalnog nomadstva. Također opisuje utjecaj destinacija na privlačenje digitalnih nomada, te zbog čega bi baš određenu zemlju odabrali kao svoju destinaciju. Šesti dio diplomskog rada navodi destinacije digitalnih nomada, zatim zbog čega je Hrvatska destinacija digitalnih nomada. O Republici Hrvatskoj kao destinaciji za digitalne nomade. Čitav rad se zapravo temelji na poveznici i utjecaju turizma i digitalnog nomadstva, te se u sedmom, odnosno posljednjem dijelu rada nalazi sam zaključak rada.

2. TURIZAM KAO INDUSTRIJA

Turizam se od začetaka do danas razvio u važnu društvenu pojavu. Na samom početku obuhvaćao je jako mali broj sudionika, dok danas obuhvaća četvrtinu čovječanstva, dok stručnjaci predviđaju kako će turizam postati najveća svjetska „industrija“. Porastom važnosti turizma na ukupno gospodarstvo neke zemlje, u većini zemalja se pomno prati doprinos turizma ukupnom gospodarstvu turističkog područja zemlje, zatim kretanja turizma i njegovi učinci. Podaci koji proizlaze iz turističkih kretanja najčešće se prikupljaju na temelju statističkih mjerenja koja omogućuju usporedivost podataka u raznim zemljama svijeta. (Weber, Mikačić, 1999.)

Jedno od važnijih pitanja koje zanima turističke djelatnike je zašto ljudi putuju. Turistička putovanja su drugačija od ostalih putovanja, jer imaju neke specifične razloge i motive.

Najčešći motivi za putovanje su:

- ✓ Odmor i rekreacija
- ✓ Posao
- ✓ Posjet prijateljima i rođacima
- ✓ Liječenje
- ✓ Religija
- ✓ I ostalo.

Turističko putovanje je ograničeno vremenskim rasponom od jednog dana uz uvjet noćenja do godine dana. Ako vrijeme putovanja traje kraće od donje granice, odnosno kraće od jednog dana s noćenjem, tada je riječ o dnevnom posjetu. Dok ako vrijeme putovanja traje duže od gornje granice ili duže od 365 dana, tada se više ne radi o turističkom putovanju. (Weber, Mikačić, 1999.)

Pri strateškom planiranju razvoja turizma važno je sudjelovanje svih dionika. Svi koji bi trebali sudjelovati u donošenju odluka su poduzetnici, lokalno stanovništvo, odjeli javne uprave i samouprave, te privatne i neprofitne organizacije. Zbog velikog broja organizacija, te raznih ciljeva koji se žele ostvariti važno je stvoriti integriranu turističku politiku. Integrirana turistička politika podrazumijeva da u svim fazama kreiranja turističke politike trebaju biti aktivni svi u

sudjelovanju kako bi se interesi integrirali u jedinstveni sustav upravljanja turizmom. (Edgell i dr., 2008.)

Keller navodi da „ turistička politika podrazumijeva aktivnosti države u turističkim zemljama kojima se nastoji osigurati optimalan turistički razvoj i profitabilnost turizma na dugi rok“ što bi značilo da je turizam od velike važnosti kako s turističkog, tako i sa ekonomskog aspekta. (Keller, 1999.)

2.1. Vrste turizma

Prema statističkoj podjeli, turistička se kretanja razvrstavaju s obzirom na kriterije koji se u svim zemljama primjenjuju. S obzirom na posjetitelje zemlje iz koje dolazi i zemlje koja se posjećuje, turizam se dijeli na:

- Domaći turizam
- Ulazni turizam
- Izlazni turizam. (Weber, Mikačić, 1999.)

Domaći turizam predstavlja turizam gdje stanovnici zemlje A putuju po zemlji A, to jest unutar iste zemlje. Primjer domaćeg turizma je da stanovnici Hrvatske provode odmor unutar Hrvatske.

Ulazni turizam se odnosi kada stanovnici zemlje B putuju po zemlji A, odnosno putuju izvan svoje zemlje. Primjer takvog turizma je da stanovnici Italije putuju u Hrvatsku na odmor.

Dok izlazni turizam predstavlja putovanje stanovnika A u zemlju B. primjer takve vrste turizma je da stanovnici Hrvatske putuju u Francusku ili neku drugu zemlju na odmor.

Glavni cilj svake zemlje je da poveća svoj ulazni turizam, a smanji izlazni turizam. To bi značilo da svaka zemlja radi na tome da poveća broj domaćih i inozemnih gostiju, te smanji broj odlazaka u inozemstvo svojih stanovnika. Takvim načinom turizma bi zemlja povećala svoj prihod od turizma i smanjila turističke izdatke. Turizam se također dijeli i na unutarnji, nacionalni i međunarodni turizam. Unutarnji turizam ili turizam unutar svoje zemlje obuhvaća turističku aktivnost stanovništva, to jest domaći turizam i putovanja stranaca ili ulazni turizam.

Nacionalni turizam je turizam koji obuhvaća turistička kretanja stanovnika određene nacije unutar zemlje ili izvan nje, te se dijeli na domaći i izlazni turizam. Dok se međunarodni turizam odvija između pojedinih zemalja, a dijeli se na ulazni i izlazni turizam. (Weber, Mikačić, 1999.)

S obzirom na intenzivni rast, te na sve zahtjevnije potrebe i želje turističke potražnje razvijaju se selektivni oblici suvremenog turizma. Selektivni turizam za cilj ima zadovoljiti posebne želje i potrebe suvremenih turista, to jest njegovo obilježje je prilagodba manjim skupinama turista uz velik broj proizvoda turističke ponude. Selektivni turizam je poželjan oblik suvremenog turizma jer potiče regionalni koncept razvoja turizma, te je usklađen s društvenim i prirodnim vrijednostima. (Geić, 2011.)

Vrste selektivnog turizma su:

1. Ruralni turizam
2. Zdravstveni turizam
3. Vjerski turizam
4. Planinski turizam
5. Omladinski turizam
6. Ekoturizam
7. Kulturni turizam
8. Nautički turizam i ostali.

1. Ruralni turizam

Posljednjih desetljeća turizam se sve više razvijao, a turisti su postali sve zahtjevniji sa svojim željama i potrebama koje treba zadovoljiti. Jedno od važnijih turističkih pitanja je kako na pravi način privući turiste, raspoložujući postojećim turističkim resursima. Uslijed velikih promjena i sve više stresnog načina života ljudi se sve više okreću životu izvan urbanih područja. Sam pojam ruralnog turizma i ruralnih područja ima više značenja, a najčešće se odnosi na mjesta ili općine koje se nalaze izvan gradskih (urbanih) područja. Također ruralna područja opisuju ona područja u kojima je nedavno dominirao ekstenzivan način korištenja zemljišta. Osim toga, opisuju ih dominantna mala naselja, te ona koja potiču životni stil koji se temelji na uvažavanju okoliša i vlastitog života kao cjeline. (Lukić, 2010.)

Ruralna obilježja definiraju kriteriji poput:

- ✓ Veličine naselja
- ✓ Funkcionalne opremljenosti
- ✓ Iskorištavanja zemljišta
- ✓ Položaja na većem području.

To bi značilo da ruralno područje simbolizira mali broj stanovnika, iskorištavanje zemlje, te tradicionalni seoski običaji. Osim navedenoga, razvoj ruralnih područja temelji se na uvažavanju okoliša i očuvanju tradicije i običaja, a značajan doprinos ekonomskom razvoju imaju različitosti krajolika. (Lukić, 2010.)

Aspekti s kojih se promatraju ruralna područja su laički, hedonistički, popularni i politički. Laički aspekt predstavlja doživljaj nestručnih ljudi ruralnog područja prema njihovim iskustvima. Hedonistički aspekt predstavlja mjesta idealna za odmor, dok se politički odnosi na shvaćanje ruralnog područja kao agrarni prostor za poljoprivredu. Popularna ruralnost predstavlja shvaćanja ruralnih područja utjecajem kulture i medija. (Kantar, 2016.)

2. Zdravstveni turizam

Zdravstveni turizam je važan oblik turizma iz razloga što turisti brigom za svoje zdravlje omogućuju i ostale oblike turizma. Zdravstveni se turizam s godinama sve više razvija zbog demografskih promjena. Prirodna lječilišta predstavljaju osnovu zdravstvenog turizma, te su nerijetko potrebna putovanja izvan mjesta stanovanja, a u velikoj većini ih koriste imućniji tipovi turista što također doprinosi sve većem razvoju. (Čorak, 2006.)

3. Vjerski turizam

Vjerski turizam obilježavaju hodočašća u sve većem broju, te posjeti svetim mjestima i crkvama. Ovakva vrsta turizma je vrlo dinamična, te se turisti najčešće kreću na turistička područja obilježena religijom. Ciljana skupina vjerskog turizma su upravo sami vjernici, a njihov krajnji motiv je posjet vjerskih destinacija. (Čorak, 2006.)

4. Planinski turizam

Planinski turizam privlači skupinu turista koji svoj bijeg od svakodnevnog i stresnog načina života pronalaze u netaknutoj planinskoj prirodi. Planinsku vrstu turizma osim nestvarne prirode, čine i razne atrakcije koje privlače planinare. Njegov cjelokupni sadržaj putovanja i aktivnosti koje ga čine su u cijelosti u planinskom okruženju. (Čorak, 2006.)

5. Omladinski turizam

Omladinski turizam kao vrsta turizma ima za ciljanu skupinu mladu populaciju koji još uvijek nemaju osiguranu financijsku samostalnost, a njihov krajnji cilj je proputovati što više destinacija uz što manje potrebnog novca. Mladu populaciju simbolizira prilagodba i nižoj turističkoj kvaliteti kako bi mogli doživjeti što više iskustva uz što veću uštedu novca. S obzirom da im je cilj što duži ostanak na određenoj destinaciji, ovaj oblik turizma je dobio na važnosti jer ostvaruje velike gospodarske učinke. (Čorak, 2006.)

6. Ekoturizam

Ekoturizam je najzastupljenija medijska vrsta turizma u svijetu. Ekoturizam predstavlja sredstvo pomoću kojeg se čuvaju osjetljivija prirodna područja, te se smanjuje pritisak na obalni turizam. Ekoturizam naglašava odgovorno poslovanje koje za cilj ima smanjenje negativnih prirodnih i kulturnih utjecaja, te mu je u središtu infrastruktura usklađena sa životnom sredinom. Kako bi ekoturizam opstao potrebno je zajedničko djelovanje svih sudionika. (Čorak, 2006.)

7. Kulturni turizam

Kulturni turizam predstavlja oblik selektivnog turizma, te je krajnji cilj njihove ciljanje skupine turista posjet povijesnim znamenitostima, muzejima i gradovima. Kulturni turizam ima sve veću popularnost, pa iz tog razloga mnogi turistički stručnjaci unaprjeđuju strategiju razvoja kulturnog turizma kako bi bili bolji od konkurencije. (Čorak, 2006.)

8. Nautički turizam

Nautički turizam predstavlja fenomen koji posljednja tri desetljeća bilježi najvišu razvojnu stopu, te je jedan od najatraktivnijih i najtraženijih oblika turizma diljem obale. Iako ima znatan uspjeh već sada, mnogi stručnjaci smatraju kako je ovaj oblik turizma još uvijek na početku, te da tek slijedi njegova još uspješnija era. Nautički turizam je turistička djelatnost s izraženom pomorskom komponentom.

Nautički turizam ima osnovnu podjelu djelatnosti, a ona je na:

- Luke nautičkog turizma
- Cruising
- Charter.

Nadalje, luke nautičkog turizma su luke koje imaju posebnu namjenu, kao što su prihvat i smještaj plovnih objekata pružajući im usluge. Luke nautičkog turizma se dijele na marine, suhe marine, privezišta i sidrišta. Marine su dominirajući oblik turističkih luka u svijetu i predstavljaju krajnju granicu nautičko turističke ponude. (Gračan, Alkier, Radnić, 2003.)

Suhe marine su najzastupljenije u Italiji i Francuskoj, tome doprinosi velika izgrađenost marina na obalnoj liniji. Postojanjem suhe marine rasterećuje se priobalni dio, a pružaju ograđeni kopneni prostor gdje korisnici ostavljaju svoja plovila i tehnološku podršku spuštanja i vađenja plovnih vozila. (Šamanović, 2002.)

Cruising predstavlja brodove, to jest kruzere na kružnim putovanjima. Cruising se dijeli na luke za prihvat kruzera i kruzere, odnosno plovila za krstarenje. Plovila za krstarenje se nadalje dijele na velike svjetske kruzere i domaću flotu old timera koju čine jednodnevna krstarenja i višednevna krstarenja.

Charter je djelatnost koju simbolizira najam plovila i pružanje usluga smještaja na plovilu. Charter kompanije se bazirane u određenim marinama. Korisnici charter usluga su ljudi koji koriste brodice, jedrilice ili jahte pojedinih charter kompanija u svrhu zabave, sporta i razonode. Charter djelatnost spada pod nautički turizam koji je vrlo propulzivan u Republici Hrvatskoj (RH), upravo zbog svih prirodnih ljepota koje sama RH pruža. Jedan od čimbenika koji puno

pridonosi kontinuiranom porastu nautičkog turizma u RH je geografski položaj. Prednost geografskog položaja RH se očituje u tome jer dostupan za veliki dio Europe preko poveznice automobilske prijevoza.

2.2. Utjecaj turizma na gospodarstvo

Važnost i utjecaj turizma na gospodarstvo potvrđuje sve veći broj uključenih ljudi u turizam. Postoji različita uloga ljudi koji su uključeni u turizam, dok gosti dolaze da bi trošili novac, domaćini za taj novac pružaju usluge. Doprinos turizma na gospodarski razvoj se očituje u utjecaju na investicije, dohodak, zaposlenost, te uzrokujući njihov porast raste i životni standard lokalne zajednice. Uz gospodarske učinke postoji niz ostalih pozitivnih i negativnih utjecaja na razvoj turizma, kao i na kulturu, društveni život i prirodnu okolinu. (Weber, Mikačić, 1999.)

Razvijene države u kojima je turizam ključan čimbenik uvelike pridonose gospodarskom rastu u toj državi. Smatra se ako je turizam efikasan kao grana gospodarstva, može stvoriti značajne financijske resurse za državu. Kako bi bilo moguće razvijati turizam, esencijalni čimbenik je interes od strane turista da dolaze na te destinacije u određenoj državi, paralelno s tim se mogu razvijati prihodi od turizma. U tome je ključ razlike između turizma i drugih gospodarskih grana koje utječu na rast i razvoj pojedine države. Kako bi se na uspješan način povećala stopa proizvodnje i zaposlenosti, zahtijeva se investicija države ili stranih investitora, što zahtijeva složenije poslovne procese u odnosu na usluge turizma, kao što su ugostiteljske, putničke i smještajne usluge. (Babić, 2017.)

Smatra se kako turizam utječe na poticaj i pridonosi za ostale grane gospodarstva, a sama interakcija domaćih gospodarstava je obostrana dobit u smislu što efikasnijeg poslovanja za pojedino gospodarstvo. Osim što turizam doprinosi gospodarstvu i BDP-u, također smanjuje stopu nezaposlenosti jer proširenjem okvira poslovanja stvara se potreba za dodatnim radnim mjestima. Povećavanjem broja mjesta za zaposlenje dodatno se pruža mogućnost ljudima za rad te se tim putem osnažuje društvo. Jedna od glavnih činjenica bi bila, da se turizam može promatrati kao sporedna grana gospodarstva, a ne glavna grana gospodarstva koja čini najveći udio profita. Turizam je važan pokretač za sve elemente gospodarskog rasta i razvoja. Neki čimbenici kojima turizam pridonosi u velikoj mjeri su: BDP, potrošnja, zaposlenost i

multiplikatori. Doprinos BDP-a od strane turizma je u kontinuiranom porastu svake godine. (Babić, 2017.)

2.3. Suvremeni trendovi u turizmu

Razvojem industrijskog društva i tehnološkim napretkom, te usavršavanjem proizvodnje smanjilo se radno vrijeme, što je za posljedicu povećalo dokolicu. Dokolica predstavlja više slobodnog vremena ili rasonode. Zbog masovnog i učestalog putovanja te snažnog utjecaja turizma na gospodarski razvoj, ovo stoljeće se još naziva „stoljeće turizma“. (Weber, Mikačić, 1999.)

Suvremeni trendovi u turizmu karakterizirani su raznolikošću, fleksibilnošću, mobilnošću, komunikacijom, decentralizacijom i internacionalizacijom. U budućem razdoblju se može očekivati puno više od same kvalitete, raznolikosti i specifičnosti ponude turizma. Promjena turističke potražnje mijenja i samu turističku ponudu. Suvremeni turizam stvara nove destinacije, inovacije i nove strategije razvoja. Osim broja noćenja i prihoda kojima pridonose, velika očekivanja su na strani kvalitete i raznolikosti turističke ponude. Diverzifikacija turizma je sve prisutnija, a njeno ključno obilježje je aktivno sudjelovanje na eksperimentalne oblike turističkog iskustva. (Gržinić, Bevanda, 2014.)

Temelj kvalitetnog upravljanja u turističkom sektoru su partnerstvo i suradnja. Pod suvremeni oblik turizma spada destinacijski turizam koji potiče razvoj. Sami turisti su više orijentirani na destinacije koje nude širok spektar aktivnosti i doživljaja. Današnja odredišna destinacija nudi mogućnost rekreativnog i odmorišnog sadržaja, koji je lociran na jednoj lokaciji, ali se smatra esencijalnim elementom turističke ponude. Kao i u svakom poslovanju važno je stvoriti konkurentsku prednost. Da bi se postigla konkurentska prednost, treba se kontinuirano ulagati u marketinške strategije, koje bi postigle unaprjeđenje određenih ponuda turističke destinacije. Određena destinacija se smatra resursom za popunjavanje kapaciteta od strane turista s ciljem postizanja pozitivnih financijski rezultata u turizmu. (Jovanović, 2016.)

Komparirajući prijašnje i današnje trendove u turizmu, može se reći kako su prijašnji oblici turizma bili bazirani na kvantitet i sezonalnost s aspekta turističke ponude. Prijašnji oblici turizma nisu uključivali selektivni turizam i stupanj kvalitete usluge u odnosu na današnji pristup turizmu. Uzimajući u obzir današnji turizam, može se reći kako je turizam postigao

uspješnost s aspekta kvantitativnosti ali i kvalitete ponude koju pruža. Veliki čimbenik u razvoju turizma je selektivni turizam, jer proširuje okvire ponude za turiste. Samim proširenjem okvira ponude turizma, povećava se prometnost i zadovoljstvo dostupnih turističkih ponuda. U odnosu na prijašnji turizam, suvremeni trendovi turizma se baziraju na prolongiranje turističke sezone. Strategije prolongiranja su organiziranje raznih festivala i eventa, kojima je primarni cilj privući brojne turiste. Suvremeni trendovi turizma, također se odnose na kraće boravke na određenim destinacijama, otprilike 4 do 6 dana. Razlog kraćeg boravka na određenim lokacijama je želja za posjetom više destinacija tijekom jednog putovanja. Današnji turisti koriste razne internetske platforme, te na taj način su bolje informirani o ponudi određenih destinacija u odnosu na turiste tijekom prošlih nekoliko desetljeća koji nisu mogli pristupiti tolikom broju informacija. Stupanj obrazovanja današnjih turista u odnosu na prijašnje turiste je u porastu. To se smatra jednim od čimbenika koji prethodi odabiru destinacije, kao i potrošnji tijekom posjeta destinaciji. Smatra se kako su to sve načini življenja suvremenog turista koji je dio suvremenih načina turizma. Smatra se kako se suvremeni turizam uvelike razlikuje od turizma u prethodnih nekoliko desetljeća, prvenstveno po okvirima ponude. S obzirom na različitosti, treba naglasiti kao je suvremeni turizam propulzivnog karaktera te u kontinuiranom porastu. (Jovanović, 2016.)

Važan čimbenik suvremenog turizma su multidestinacijska putovanja. Multidestinacijska putovanja se odnose na putovanje u više destinacije, a ne zadržavanje samo na jednoj određenoj destinaciji. Tipičan način multidestinacijski putovanja je kratkotrajan boravak na svakoj od odabranih destinacija. Također, ovakav način putovanja je u kontinuiranom porastu, te se smatra sve popularnijim trendom. Glavni razlog ekspanzije ovakvog načina putovanja je želja turista za osjetom višekratnih doživljaja i posjeta, a ne se bazirani i konsolidirati na jednoj određenoj destinaciji. Multidestinacijska putovanja se smatraju integriranim dijelom suvremenog turizma, jer odgovaraju svim oblicima i zahtjevima suvremenog turizma za razliku od konvencionalnog tipa turizma koji ne udovoljava potrebama „modernog” turista. Prilikom odabira multidestinacijskog putovanja, razrađuje se točno definiran plan i program putovanja te moguće prednosti i mane na pojedinim destinacijama, koje sam turist nastoji optimizirati. Upravo zbog tehnološkog i informacijskog razvoja postoji mogućnost informiranja i što boljeg optimiziranja nedostataka. Ovakav trend putovanja turisti sve više prakticiraju zbog želje za velikim brojem iskustava na jednom putovanju. Također veliki obol ima u financijskom smislu, pridonose porastu turističke potrošnje, popunjenosti kapaciteta u različitim destinacijama.

Multidestinacijska putovanja su trend bez kojeg suvremeni turizam ne bi funkcionirao na maksimalno učinkovit način. (Tideswell, Faulkner, 2002.)

2.4. Hrvatski turizam

Početak razvoja turizma započeo je u drugoj polovici 19. stoljeća, te je tada djelovao po tržišnim zakonitostima uz nezainteresiranost države. Nakon toga se odnos države prema turizmu promijenio, te se počelo ulagati u njega. U Hrvatskoj se počeo razvijati 80.-ih godina prošlog stoljeća, a za to su se pobrinuli znanstvenici koji su se bavili turizmom. (Alfier, 1994.; Marković, 1980.; Vukonić, 1987.; Pirjevec, 1988.; 1990.; Dulčić, 2001. i dr.)

U Hrvatskoj turizam predstavlja posebnu ekonomsku ulogu i ima veliku važnost. U zemljama Europske Unije turizam čini oko 5% BDP-a, dok konkretno u Hrvatskoj ima puno veći utjecaj i doprinos na ekonomiju. (Blažević; Peršić, 2009.)

Za temeljnu odrednicu turističke politike smatra se poticanje razvitka receptivnog turizma, odnosno ostvarenje ekonomskih učinaka uz bolje promocijske aktivnosti i druge mjere koje privlače inozemne turiste. Ministarstvo turizma i Hrvatska turistička zajednica su glavne za promicanje razvoja turizma. Njihovo djelovanje je utjecalo na oporavak i razvoj turizma Republike Hrvatske. Temeljni elementi razvoja turizma su geoprometni položaj, tradicija i resursi koje nudi. (Hendija, 2007.)

Najveći potencijal u razvoju turizma su zapravo smještajni kapaciteti. Restrukturiranje smještajnih kapaciteta, odnosno jedinica je bio plan za povećanje broja hotelskih kapaciteta, te podizala potražnja i na privatnim smještajnim ponudama. Poseban problem koji se ističe svake godine je sezonska potražnja smještaja, što znači da je popunjenost smještajnih kapaciteta tek jedna četvrtina godine. Kako bi se ublažila samo sezonska potražnja smještaja potrebno je proširiti ponudu usluga i sadržaja kako bi bili atraktivna destinacija i izvan sezone. Potrebno je uložiti u obrazovne, kulturne, sportske i ostale sadržaje. (Alfier, 1994.)

Nakon razvojne politike hrvatskog turizma presudni utjecaj imaju promjene u okolini. Neke od promjena su tehnološki razvoj, globalizacija, razvoj i konkurencija. Kvantitativni ciljevi se odnose na povećanje broja turista, povećanje ostvarenog prihoda, povećanje gospodarskih

učinaka, povećanje zaposlenosti u turizmu, ali i u ostalim granama poslovanja koje Hrvatska nudi. Dok su kvalitativni ciljevi definiranje razvojne strategije s temeljem poslovne filozofije, oblikovanje marketinške kombinacije s naglaskom na proizvod i imidž. (Radnić, 2002.)

Hrvatska ima veliku predispoziciju i perspektivnu postati vodeća europska destinacija. Osim luksuznih smještaja, opuštajućih centara, brodskih tura po prirodnim ljepotama, nutricionizma i ostalog što privlači turiste, ima mogućnost postati vodeća u još mnogočemu. S obzirom na prirodne resurse i raznolikost kojom raspolaže, uz još više truda i ulaganja menadžera i poduzetnika koji prepoznaju nove tržišne prilike materijalizirati će konkurentnost hrvatskog turizma. Poduzetništvo i intelektualni kapital se temelje na informacijama i suvremenim tehnologijama koje postaju generator preobrazbe hrvatskog turizma. (Radnić, 2002.)

Turizam novog doba stvara velike promjene u svim segmentima. Na tržištu je prevladava velika konkurencija, a promjene u okolini se stalno događaju, te se potrebno prilagođavati novom sustavu tržišnih vrijednosti kako bi opstali na tržištu. Hrvatski turizam bi trebao definirati ciljeve, misiju, strategije i portfolio plan. To jest potrebno je stvoriti realizaciju strateških ciljeva, te razviti vlastitu koncepciju da se repositioniraju na turističko tržište. Za hrvatski turizam je od velike važnosti definiranje ciljnog segmenta, te izgradnja konkurentskog turističkog proizvoda temeljenog na prirodnim resursima. (Vukonić, 1996.)

Ciljevi koncepcije razvoja turizma su inoviranje turističke ponude koja se temelji na visoko kvalitetnoj industriji, te je implementirana trendovima s europskog tržišta, zatim je važno izgraditi prepoznatljivi identitet koji asocira na prednost hrvatske ponude, te postaje prestižna destinacija. (Stipanović, 2004.)

S ciljem turističkog razvoja potrebno se prilagoditi uvjetima makrookoline i ispuniti preduvjete za razvoj, a to označava:

- Pобољшanje destinacijske dostupnosti
- Uvođenje europskih standarda kvalitete
- Ulaganje u prirodnu resursu obnovu
- Implementacija informacijske tehnologije
- Ulagati u obrazovanje novih generacija menadžera

- Privlačenje kvalitetnih investitora. (Stipanović, 2004.)

Presudna uloga u razvoju hrvatskog turizma je zapravo privlačenje stranih investicija. Inozemne investicije u hrvatski turizam doprinose njegovom razvoju, te osim samog turizma imaju pozitivan utjecaj i na gospodarstvo. Hrvatska mora u razvojnoj koncepciji i strategiji poboljšati sve elemente marketinškog miksa, u koji spadaju proizvod, cijena, distribucija i promocija. U središtu cjelokupnog procesa se nalazi turist kada je u pitanju sam turizam. No, upravo taj turizam privlači turiste da ne budu samo turisti, već da odluče ostati u Hrvatskoj kao digitalni nomadi, te da zarađuju. Kako bi privukli turiste da posjete Hrvatsku i da u njoj pronađu nešto što bi ih zadržalo da ostanu potrebno je unaprijediti kvalitetu samih proizvoda i poslova, uložiti u smještajne kapacitete, te njihovo širenje odnosno kapacitet. Zatim je važno stvoriti prepoznatljiv imidž, kao i ujednačiti cijene s konkurentskim zemljama. (Dulčić, 2000.)

Kako bi hrvatski turizam imao što efikasniji ishod nužno je da prihvati sve trendove, te da joj se vizija bazira na konkurentskoj prednosti, autohtonim vrijednostima, diferenciranju ponude, originalnosti sadržaja i kvalitativnom unaprjeđenju ponude. Važno je preoblikovati smještajnu ponudu, to jest raspolagati sa luksuznim smještajnim jedinicama isključivo za potrebe turizma. Također je potrebno raspolagati sa dovoljnim brojem niže budžetnih smještajnih jedinica za masovni turizam, to jest za potrebe digitalnog nomadstva. (Šerić, 2005.)

Hrvatska u razvoju turizma mora pronaći rješenje između lokalizacije i globalizacije. To znači da mora pronaći idealnu kombinaciju vlastitih nacionalnih vrijednosti i europske tradicije u pozitivnom smislu. Ponuda svake zemlje, pa tako i Hrvatske mora naglasiti domaće i autohtone vrijednosti turizma. Konkurentske prednosti se stječu afirmacijom vlastite kulturne baštine, te običaja i sportskih i ostalih važnih sadržaja. (Šerić, 2005.)

Rekonceptija hrvatskog poslovanja se treba temeljiti na novom odnosu turista i potencijalnih zaposlenika u Hrvatskoj. Jedna od većih prednosti hrvatskog turizma i boravka u njoj je upravo način života. Uz lagodniji način života, treba težiti i ulagati u cjelogodišnje poslovanje turizma uz razvoj novih mogućnosti. Hrvatska treba prerasti u destinaciju doživljaja koja turistima pruža mogućnost odmora, zabave i rada, a njeni događaji trebaju postati kapitalni sadržaj turističke destinacije. Razni događaji predstavljaju priliku transformacije hrvatske turističke ponude s ciljem što veće privlačnosti Hrvatske kao destinacije, te veće platežne moći. Iako uz sve to

nažalost još uvijek ima prostora za ulaganje i razvitak. Mnoge manifestacije i događaji koji masovno utječu na turizam i broj posjetitelja nisu dovoljno promovirane, te iz tog razloga ne rezultiraju maksimalnom profitabilnošću. Ipak nema destinacije u Hrvatskoj koja na neki način nije obogatila turističku ponudu. (Šerić, 2005.)

Osim što su razni događaji važni i neizostavni dio turističke ponude za privlačenje turista, važni su i za ponovno vraćanje ili čak ostanak u Hrvatskoj, koja im se na taj način može dodatno svidjeti. Ponuda se ne bi smjela prilagođavati trenutnim tržišnim potrebama, već bi uvijek trebala ulagati i razmišljati prema budućnosti i jučerašnjoj logici. U vrijeme kada je određeni proizvod na tržištu, ljudi već žele nešto drugo. Osnova je pogled unaprijed temeljen na predviđanju kao ocjenjivanju objektivnih uvjeta poslovanja u budućem vremenskom razdoblju. Presudna uloga je ipak prepuštena menadžmentu i poduzetništvu koji trebaju Hrvatsku priključiti suvremenim trendovima na europskom tržištu. (Drucker, 1992.)

Novo strategije Hrvatskoj kao poslovnoj i turističkoj zemlji pomažu stvoriti prepoznatljivi imidž i brend koji asocira na njenu konkurentsku prednost. Osim imidža, nužno je implementirati novu promotivnu strategiju, te da novac koji se uloži u promoviranje rezultira profitom. S tim ciljem, važno je da Hrvatska postane konkurentna europska destinacija, a ne destinacija masovnog turizma Europe. (Drucker, 1992.)

Glavni cilj turističke politike je upravo razvoj održivog turizma. Održivi turizam predstavlja sposobnost ostanka turističke destinacije u ravnoteži s okruženjem, to jest sposobnost konkurentnosti na tržištu unatoč pojavi novih i slabije posjećenih destinacija. Također se odnosi na sposobnost podjednakog privlačenja novih i starih posjetitelja koji se ponovno vraćaju. (Vukonić; Čavlek, 2001.)

Načela održivog razvoja su: ekološka održivost, gospodarska održivost i društvena održivost. Ta načela su od velike važnosti jer turizam najviše ovisi o njima. Načela ekološke održivosti se odnose na unaprjeđenje života u određenoj destinaciji, optimalno zadovoljenje potreba turista, te održavanje kvalitete života. Gospodarska održivost se brine za prostorne, kulturne i socijalne činitelje održivog razvoja. Dok se društvena održivost gradi na pozitivnim odnosima među ljudima određene zajednice. (Vukonić; Čavlek, 2001.)

Kako bi turizam doveli na najveću moguću razinu prema održivom razvoju, važno je uravnotežiti ove čimbenike i stvoriti balans među njima. Može se zaključiti kako pojedini čimbenik implicira drugi, te da je ovisnost među čimbenicima povezana.

Kako bi se sve prednosti optimalno iskoristile i osigurao održivi razvoj turizma potrebno je analizirati mogućnosti i uložiti u razvoj turizma u cijeloj Hrvatskoj. Kako bi turizam u Hrvatskoj bio od što veće važnosti i pridonosio što boljem ekonomskom statusu potrebno je iskoristiti sve prednosti Hrvatskog turizma. Hrvatska turistička politika trebala bi se bazirati na konkurentske prednosti poput razvitka mnogih turističkih ponuda koje bi privlače inozemne turiste tijekom cijele godine, standarde kvalitete, te što bolju prometnu povezanost sa ostalim članicama Europske Unije. (Blažević; Peršić, 2009.)

Također bi buduća turistička politika trebala biti usmjerena na javno-privatno partnerstvo, a posebno pratiti nove trendove. Osim toga u Hrvatskoj za razliku od ostalih Europskih zemalja nema terorizma, globalnog zatopljenja, te su manje izražene ekonomske krize i recesije nego u velikim i razvijenijim zemljama. Kako bi turistička politika u Hrvatskoj bila usmjerena na dugoročnu strategiju potrebno je stalno istraživati čimbenike na nacionalnoj i destinacijskoj razini. (Vukonić; Pirjevec, 2000.)

3. DIGITALNA TRANSFORMACIJA

Digitalna transformacija predstavlja promjene koje digitalna tehnologija izaziva u svim društvenim oblicima. Digitalna transformacija je zapravo transformacija poslovanja procesa s ciljem iskorištenja mogućnosti digitalne tehnologije, kao i njenog utjecaja na društvo.

(Golubić, 2018.)

Svaka promjena ima veliki značaj, pa tako i tehnološka promjena. Najveću zaslugu za ovakav tip poslovanja zapravo imaju tehnološki napreci. Softveri i mobilni uređaji pomoću umjetne inteligencije su zapravo omogućili posao na daljinu, kao i sve prednosti koje se s tim pružaju. Današnji veliki stručnjaci pretpostavljaju kako će u budućnosti više od 50% populacije raditi poslove koji danas uopće ne postoje. A, zapravo ne slutimo da je i danas već tako. Većina poslova koje pruža današnjica pomoću digitalne transformacije nekada nije postojala. Usprkos tome, dosta ljudi smatra kako bi tehnologija i roboti mogli zamijeniti ljudski rad, no to u stvarnosti nije tako. Unatoč svoj tehnologiji i mogućnosti rada preko nje, roboti nikad neće moći biti sofisticirani za empatiju i interpersonalnu komunikaciju, što također potvrđuje da ljudski rad ne može biti zamijenjen tek tako. (Dekra, 2018.)

Od novih tehnologija i digitalne transformacije očekuju se čak i nova radna mjesta, to jest stvaranje poslova koji do sada nisu postojali, no jedan dio tehnološkog napretka će nažalost smanjiti broj zaposlenih na određenim radnim mjestima i zadacima. Pojačanim korištenjem tehnologije najveću promjenu, to jest razvoj doživjeli su poslovi upravo poput programera, analitičara podataka, te stručnjaka za društvene medije i e-trgovinu. Osim tih, porast je i poslova koji se temelje na humanim svojstvima, kao što su djelatnici u službama za korisnike, marketinški profesionalci, inovacijski menadžeri, te stručnjaci za osobni trening i razvoj.

(Pančur, 2019.)





Dobra strana razvoja tehnologije je upravo ta da postoji mogućnost lakšeg obavljanja dosadašnjih poslova, kao i veća mogućnost zaposlenja, te veći izbor poslova. No, taj napredak zahtijeva i ljudski napredak, odnosno zahtijevaju se nove vještine. (Pančur, 2019.)

Tvrtke podjednako moraju ulagati u posao, sebe i svoje zaposlenike. Velika je poveznica zapravo između napretka tehnologije i usavršavanja radne snage, te stoga tvrtke moraju ulagati u cjeloživotno obrazovanje svojih radnika. Danas je sve manji poslovni vijek radnika u određenoj kompaniji, jer su ljudi izloženi promjenama radnih mjesta, te posao smatraju sigurnim samo dok traje određeni projekt ili zadaća. Također i karijera ili određena pozicija u istoj firmi danas predstavlja pravu rijetkost. U budućnosti će sve više postojati fleksibilno radno vrijeme, kao i zadaci. To će utjecati na rast gig ekonomije, koju karakteriziraju privremeni radni položaji i ugovaranje poslova s nezavisnim radnicima za angažmane kratkog roka. (net.hr,2023.)

Krajem 2019. godine svijet je doživio neočekivanu i naglu poslovnu promjenu. Pod utjecajem znanosti vlade države su reagirale drastičnim mjerama zatvaranja ekonomije kako bi sačuvale živote stanovnika od pandemije. (ILO,2020.)

Posljedicama zatvaranja raznih grana ekonomije, poslodavci i organizacije su pretrpjele izniman ekonomski udarac koji je ostavio posljedice. No, kako bi opstala poslovna situacija poslodavci su svojim zaposlenicima omogućili fleksibilan način rada, koji do tada mnogima nije bio poznat. Način rada koji je tada jedini bio moguć je rad od kuće, to je način rada na daljinu koji omogućava rad izvan ureda ili mjesta gdje se inače obavljao posao. (Darouei, Pluut, 2021.)

Prednosti i dobre strane rada od kuće su:

-  Fleksibilnost radnog mjesta
-  Fleksibilnost količine rada
-  Fleksibilnost radnog vremena
-  Fleksibilnost slobodnog vremena.

Fleksibilnost radnog mjesta predstavlja mogućnost rada s bilo koje lokacije, a ne nužno u prostoru poslodavca. Fleksibilnost količine rada se odnosi na vlastiti odabir radnih sati i dana u tjednu. Dok fleksibilnost radnog vremena omogućuje samostalno određivanje perioda rada u danu. Fleksibilnost slobodnog vremena je mogućnost odabira slobodnih dana, godišnjeg odmora, te pauze od posla.

Svima poznata pandemija COVID 19 promijenila je dosta toga, te je pridonijela većoj rasprostranjenosti digitalne komunikacije. Osim što je pandemija skroz promijenila načine života većine ljudi, pandemija je ubrzala digitalnu transformaciju poslovanja. Također je omogućila da dosta tvrtki pređe na online način rada ili poznatiji kao „rad od kuće“, te je upravo s takvim načinom rada omogućila ljudima da rade sa destinacije koje požele. Osim samog rada od kuće, takav način poslovanja nudi brojne mogućnosti, a neke od njih su sloboda između privatnog i poslovnog života, mogućnost samostalnog postavljanja radnog vremena, mogućnost rada i obilaska svijeta, mogućnost obavljanja poslovnih i privatnih obaveza istovremeno i brojne druge mogućnosti. Nakon toga dolazi do sve većeg interesa za novi način rada, od kojeg se razvio pojam digitalnog nomadstva. (Bradbury, 2023.)

4. DIGITALNO NOMADSTVO

Digitalno nomadstvo je dobilo naziv po digitalnom načinu rada, dok nomadstvo zapravo označava neovisnost o određenoj lokaciji. Odnosno nomadski životni stil koji nije vezan za samo jednu lokaciju u obavljanju svog posla. Digitalno nomadstvo karakteriziraju mnoge činjenice, a neke od njih su: mogućnost obavljanja posla izvan ureda firme ili kompanije, kao i varijacija izuma i inovacija, dostupnost internetske mreže i dostupnosti u bilo kojem dijelu svijeta. Sve veći razvitak tehnologije i pametnih telefona također je omogućio glasovnu i video komunikaciju preko interneta koja je neophodna za ovakav poslovni stil.

Najpoznatija upotreba pojma „digitalnog nomadstva“ je bila 1997. godine u knjizi „The digital nomad“ autora Tsugia Matsumota i David Manners-a. Njihova želja i predviđanje je bilo da ljudi svoj posao obavljaju s bilo koje lokacije, lokacije koja njima najviše odgovara, no na kraju nisu doživjeli uspjeh koji su očekivali (Manners, 2019.). 2007. godine Timothy Ferriss se također fokusirao na pojam digitalnog nomada sa svojom knjigom „The 4-hour work week: escape the 9-5, live anywhere and join the new rich“, koja je doživjela sjajan uspjeh (Ferriss, 2009.). Dok je izraz „neovisnost o lokaciji“ lokalizirala Lea Woodward 2006. godine, te opisala životni stil digitalnih nomada (Jovy, 2019.). Iako je u Hrvatskoj digitalno nomadstvo relativno nov pojam, takav životni stil je u porastu, te je Hrvatska jedna od poželjnih lokacija digitalnih nomada.

U današnjem svijetu ljudi su skloni promjeni poslova zbog mnogih čimbenika. Neki od njih su želja za napretkom, pronalazak idealnog posla, te manjak vremena za privatni život, odnosno život izvan posla. Posao digitalnih nomada omogućuje napredak, te idealan posao koji mogu obavljati izvan kompanije s lokacije koja njima odgovara, ako kompanija to dopušta, te ne moraju nužno imati vlastito poduzeće. Digitalno nomadstvo kao posao i takav način života za mnoge su još uvijek nepoznanica, te nisu spremni na takvu promjenu. Dok za one koji žele dinamičan i fleksibilan posao, biti digitalni nomad je idealan posao. Posao digitalnog nomada uz dovoljan trud također pruža mnogo veću zaradu, uz manje utrošenog vremena. Mnogi digitalni nomadi rade pola radnog vremena od uobičajenog za istu ili veću zaradu. Uz mladu populaciju, dosta i starijih prepoznaju dobre strane tehnologije, te rade od kuće. Digitalni nomadi ne moraju isključivo raditi stalan posao, nudi im se i honorarni posao ili takozvana „gig ekonomija“. Ona se temelji na tome da neke tvrtke zapošljavaju i nezavisne stručnjake ili

digitalne nomade na određeno vrijeme dok ne obave određeni projekt. Što znači da im se pruža rad na više projekata, te im se omogućava veća zarada. (StartUs magazine, 2020.)

4.1. Kako postati digitalni nomad

Digitalni nomadi, kao i određeno poduzeće moraju prvo napraviti svoj osobni branding s čim zapravo privlače klijente, te oni u tome vide potencijal za poslovanje. Većina je iz tog razloga aktivna na društvenim mrežama, gdje objavljuju svoj svakodnevni život, navike i obaveze, te s tim privlače potencijalne partnere i ulijevaju im povjerenje kroz realan život. No, iako dosta ljudi želi postati digitalni nomad, taj poslovni put zahtijeva veliki trud i velika ulaganja. Prije same odluke da netko želi raditi kao digitalni nomad potrebno je proučiti već postojeće digitalne nomade, te pozitivne i negativne strane takvog načina poslovanja i života. Također, treba uzeti sve u obzir, te donijeti realnu odluku isplati li se napustiti fiksni stalni posao, dom, prijatelje i mjesto stanovanja kako bi živjeli i radili kao digitalni nomad. (MBO partners, 2019.)

Nekima je posao digitalnih nomada privlačan zbog velikog broja putovanja, te zbog mogućnosti obilaska svijeta, no to nije za svakoga. Digitalni nomadi vode izrazito užurban i promjenjiv način života koji zahtijeva snalažljivost i ažurnost. Alternativa takvog načina poslovanja je rad od kuće koji zahtijeva puno rjeđa putovanja, te manju odvojenost od obitelji, prijatelja i mjesta stanovanja. Uz sve to, za posao digitalnih nomada važno je uložiti u poslovnu opremu, te ju osigurati i zaštititi od krađe, jer ako dođe do toga neće moći obaviti posao, te će ih dovesti do velikih troškova i problema jer bez opreme ne mogu gotovo ništa. Oprema u koju je važno uložiti odnosi se na prijenosna računala s velikom pohranom, mobilne uređaje, slušalice, mikrofone, te videokamere. Za započeti putovanje digitalnih nomada potrebno je istražiti prikladnu destinaciju. Danas internet nudi mnoge mogućnosti, pa tako i povoljne avionske karte koje se mogu kupiti bilo kada i bilo gdje, ali svakako treba proučiti pravila i propise jer je svaka država specifična po tome. (MBO partners, 2019.)

Osim svega navedenoga, velika prednost u odluci poslovanja kao digitalnog nomada je da osoba ima osiguranu određenu uštedevinu, jer bez određene svote novca nažalost neće biti u mogućnosti opstati u stranoj zemlji uz preostale troškove. Napuštanjem dotadašnjeg posla, nestaju i prihodi, te je nužno osigurati se barem s minimalnom svotom za opstanak na početku. Posao digitalnih nomada kao i svaki drugi posao ne doprinosi odmah velika primanja, već se

postepeno povećavaju, te je i iz tog razloga neophodno raspolagati sa nekom svotom novca. Također, promjenom destinacije upitan je i posao, te ponekad može proći određeni period za pronalazak novog posla. Freelancer, odnosno samozaposlena osoba koja sama pronalazi poslove, te ih samostalno odrađuje i sama vodi brigu o svim stvarima o kojima inače u firmama drugi vode brigu. Freelancing je najvažnija stavka za početak ovakvog stila života.

Freelancer je pojedinac koji zarađuje na temelju određenog posla ili zadatka. Biti freelancer znači biti samozaposlen, te sam organizirati svoje poslovanja i pronalaziti poslovne suradnike.

Prije samog putovanja, te prelaska na u svijet digitalnih nomada potrebno je napraviti zdravstveno osiguranje i putno osiguranje koje će te pokriti moguće nezgode na duže vrijeme.

Osiguranje bi trebalo pokrivati:

- pomoć u slučaju krađe ili otkazivanja
- rutinske kontrole i preventivnu skrb,
- te hitnu pomoć.

Većina ljudi koja kreće u svijet digitalnih nomada prvo mora napraviti vlastiti portfolio, te u njemu prikazati svoja iskustva, vještine, kao i radove i projekte koje su do sada obavili. Početni dio predstavljanja, te pronalaska klijenata zahtijeva mnogo uloženog vremena i truda. No, jedna od poznatijih društvenih mreža za pronalazak potencijalnih klijenata, te predstavljanja sebe je LinkedIn. Dobra strana takozvanog probnog rada je da prije kretanja u nomadski način života mogu vidjeti prednosti i nedostatke takvog načina života i poslovanja, te odmah vidjeti pronalaze li se u tome. Sam pronalazak posla i poslovnih partnera ovisi o vještinama, te raznim drugim mogućnostima. Velika mogućnost im je baš ta da mogu raditi na više projekata istovremeno, ako su spremni uložiti više vremena. Njihova zarada također ovisi o njima samima i o njihovom trudu, kao i o lokaciji na kojoj rade. Lokacija u ovom poslu utječe u smislu različitih životnih standarda, što znači da gdje su veći standardi ostaje manje novaca i obrnuto. (Explorista, 2018.)

4.2. Zanimanja koja obuhvaćaju digitalno nomadstvo

Razvojem tehnologije i digitalnim načinom poslovanja, sve se više počelo razvijati i digitalno nomadstvo. Velik dio poslova se danas obavlja digitalno, kao i što su sve više traženi radnici na daljinu, to jest oni koji žele raditi preko digitalnih uređaja odakle požele, te im to odgovara više od klasičnog ureda. Mnogo poslova danas nude takav način rada, te daju prednost takvom načinu rada. Mnogo novih mladih industrija i firmi se žele što prije probiti na tržište i ostvariti uspjeh, te nude mogućnosti rada za njih na daljinu uz dobre uvjete i primanja, kako bi privukli i zadržali ljude od početka. Također im se ponekad to više isplati od klasičnog promoviranja preko nekih web stranica, uz koje bi sporije ostvarili poslovni uspjeh, te probitak na tržište koje ima jaku konkurenciju u mnogo toga. (Morris, 2021.)

Neka od zanimanja su:

1. Content creator ili social media manager

Posao content creatora se odnosi na kreiranje sadržaja određenih poduzeća na društvenim mrežama. S obzirom da je većina poduzeća bazirana na sam posao i usluge koje nudi, potrebna mu je osoba koja će kreirati svakodnevni sadržaj na njihovim društvenim mrežama. Također, smatraju da će osoba koja je usmjerena na taj posao bolje kreirati sadržaj, te svakodnevno ažurirati stranicu. Preduvjeti za obavljanje ovog posla su kreativnost, inovativnost, te naklonost prema društvenim mrežama. Dobra strana je i stvaranje vlastitog bloga, te kreiranje svakodnevnog sadržaja, kako bi stvorili osobni branding, te i na taj način privukli potencijalne klijente za obavljanje posla, kao i kupce. Kreiranje sadržaja može biti kao video, fotografija ili kao tekstualni oblik, a najpoželjnije bi bilo da bude kombinacija svega navedenog. (Morris, 2021.)

2. Dizajner

Posao dizajnera je među prvim poslovima koji su se počeli obavljati online i koje je zapravo u potpunosti moguće obavljati digitalno. Dizajner sa klijentom digitalno stupa u komunikaciju, te istovremeno dobiva fotografije interijera kojeg treba urediti. (Morris, 2021.)

3. Virtualni asistent

Za posao virtualnog asistenta nije potrebno formalno obrazovanje, iako zahtijeva određene vještine, kao što su: organizacijske vještine, dobro poznavanje klijenta za kojeg se radi, sposobnost obavljanja raznih administrativnih zadataka, te dostupnost. Ovo je tip posla u kojem se mnogi okušaju u digitalnom nomadstvu, baš iz razloga jer ne zahtijeva veliko predznanje. Zadatci koje virtualni asistent obavlja su vođenje društvenih mreža, odgovaranje na mailove, rad s dokumentima, dogovaranje sastanaka, stvaranje sadržaja i organizacija, i ostalo. (Morris, 2021.)

4. Konzultant

Posao konzultanta u digitalnom svijetu je savjetovanje kompanija i individualaca, to jest prodaja individualnih usluga u stručnim područjima. Odnosno, to su najčešće savjeti digitalnog poslovanja, komunikacija i brendinga. Najvažnija karakteristika konzultanta je biti dobar i razuman slušatelj, jer ako ne sluša i ne razumije što mu se priča, neće dobro odraditi svoj posao. Dodatne karakteristike koje konzultant treba imati su komunikativnost, otvorenost, te treba znati razgovarati i izražavati se. (Morris, 2021.)

5. Progamer

U današnje vrijeme postoji sve veća potražnja za programerima, ali također postoji i sve više ljudi koji se odlučuju baš za to zanimanje. Kako bi stekli potrebno znanje i vještine potreban je put kroz formalno obrazovanje, kao što su srednja škola i fakultet, ali postoje i razni online tečajevi programiranja. Oni pišu kodove za različite projekte koji služe za razvoj softvera, web stranica i aplikacija koje imaju različite namjene. Za što uspješnije obavljanje ovog posla potrebno je razumjeti programske jezike, kao što su Java, SQL i Python. Ti programski jezici nisu jednostavni, te zahtijevaju puno vremena, kao i truda i volje za učenjem. (Morris, 2021.)

6. Influencer na društvenim mrežama

Svijet društvenih mreža danas nudi mnogo mogućnosti rada i zarade. Neki od njih su dugo poznati Youtuberi, dok influenceri zarađuju putem instagrama i Tik Toka. Iako većina misli

kako influenceri u medijskom prostoru zarađuju iznimno velike svote ne radeći ništa, u stvarnosti to nije tako. Kako bi stvorili osobni brend na društvenim mrežama potrebno je dosta vremena, predanosti, te napornog rada na tome. Uz navedene karakteristike potrebno je konstantno stvaranje dobrog i kvalitetnog sadržaja koji pojedincu pomaže da skupi veći broj pratitelja, koji postaju temelj za monetizaciju vlastitog lika kroz razne promotivne kampanje. (Morris, 2021.)

7. E- trgovac

Sve veći broj trgovina se odlučuje za online način poslovanja. Iako postoji mogućnost zasićenja online tržišta, smatra se da za kvalitetne proizvode i dobre trgovce uvijek postoji mjesto na tržištu. Postoje dva modela e- trgovine.

Prvi model e-trgovine naziva se dropshipping, koji predstavlja oblik online prodaje gdje se roba ne drži na zalih. Umjesto držanja robe na zalih, pronalazi se posrednik koji proizvode prodaje po nižoj cijeni u većim količinama. Nakon toga, proizvodi se promoviraju na tržištu, te nakon narudžbi otpremaju izravno od proizvođača do kupca. Ovakav model poslovanja simbolizira niski početni kapital koji se brzo isplati. (Morris, 2021.)

Drugi model je Amazon FBA (Fulfillment by Amazon) koji podrazumijeva kupnju proizvoda u većim količinama, te pojedinačno prodavanje tog proizvoda na Amazonu uz različite oznake. Ovaj model poslovanja za razliku od dropshippinga simbolizira veći poslovni rizik, ali nudi mogućnost i veće zarade. Osim preprodaje proizvoda, uspješna internet trgovina ostvaruje se proizvodnjom nekog drugačijeg proizvoda koji ostvaruje doseg do neke tržišne niše. (Morris, 2021.)

8. SEO stručnjak

SEO stručnjak je također jedan od traženijih poslova današnjice. Njegova funkcija je ključna za visoko rangiranje web mjesta u tražilicama, kao što je na primjer Google tražilica. Web mjesta trebaju biti optimizirana za pretraživanje, jer ga u suprotnom neće biti moguće pronaći.

Za to služe SEO stručnjaci, oni kodiraju i prilagođavaju arhitekturu web stranice, te pomažu web stranicama da osiguraju kupce, kao i blogovima da dobiju čitatelje istih.

Danas postoji velika konkurencija za visoko rangiranje tražilice, te je potrebno dobro svladati optimizaciju tražilice što zahtijeva dosta uloženog vremena. Dobar SEO stručnjak ulaže u svoje obrazovanje, te se trudi saznati sve postojeće trikove kako bi web stranicama pomogao da ostanu pri vrhu u rezultatima pretraživanja. (Morris, 2021.)

9. Učitelj jezika

Zahvaljujući današnjoj naprednoj tehnologiji za većinu poslova, pa tako i za ovaj više nije potreban klasičan sistem rada, već je moguće učenje online putem. Iako je moguće učenje jezika online putem, ovaj posao zahtijeva obrazovanje, to jest potrebne su provjerene diplome i razni certifikati. Zbog jednostavnijeg načina rada i učenja jezika, ovaj posao je nerijetko dodatan posao profesorima stranih jezika u školama i na fakultetima. (Morris, 2021.)

10. Pridruženi marketing stručnjak

Posao koji simbolizira pridruženog marketing stručnjaka je promoviranje i prodaja tuđih proizvoda. Također se taj posao odnosi na vođenje poslova, u koje spadaju dizajniranje, proizvodnja i testiranje proizvoda. Nakon svake promocije i prodaje određenog proizvoda, dobivaju i određenu proviziju za to. U poslovanju digitalnih nomada, ovaj posao ne obuhvaća klasičnu prodaju od vrata do vrata, već obuhvaća pisanje blogova, te promoviranje proizvoda i usluga na društvenim mrežama. Kako bi bili što bolji, te ostvarili veći uspjeh i zaradu potrebno je steći lojalnu publiku koja vjeruje njihovim promoviranjima proizvoda, kao i prosudbama o istim. (Morris, 2021.)

Ovo je tek manji prikaz najčešćih zanimanja digitalnog nomadstva, ali se iz prikazanog vidi da je za svaki od ovih poslova važno posjedovati tehnološku pismenost, kao i biti fleksibilan. U poslovima digitalnih nomada moguće je ostvariti iznimno visoke prihode, ali se ujedno moraju istaknuti kvalitetom u moru konkurencije, te odgovorno ispunjavati dogovorene poslove.

4.3. Pozitivne strane digitalnog nomadstva

Pozitivne strane digitalnog nomadstva najčešće ubrajaju mogućnost usklađivanja privatnog i poslovnog života, odnosno više vremena za privatni život. Zatim slijedi fleksibilnost radnog vremena, što znači da radno vrijeme nije fiksno, nego ga se raspoređuje prema vlastitim željama. Također veliku važnost se pridaje mogućnosti obavljanja posla s bilo koje lokacije, od svog doma, do dalekih destinacija koje možda nisu planirane za rad, kao što su plaže, kafići i slično. Biti digitalni nomad je idealan posao za ljude koji vole putovanja, jer im omogućava rada izvan ureda omogućava putovanja i rad istovremeno. Također im nudi mogućnost upoznavanja raznih kultura, istraživanje raznih mjesta, uz istovremenu zaradu i obavljanje poslovnih obaveza gdje god požele. (Pančur, 2019.)

Danas postoje i coworking prostori koji su namijenjeni digitalnim nomadima, kako bi mogli obavljati svoj posao u miru, te im nudi mogućnost dodatnih potrebnih sredstava za rad ako ih nemaju kod kuće, ili se nalaze izvan svog boravišnog mjesta. Pozitivna strana je također mogućnost surađivanja s ljudima diljem svijeta, te mogućnost stjecanja poslovnih partnera u stranim državama. Mogućnost stjecanja poslovnih partnera izvan svoje države je velika stvar, kako državljanima Hrvatske da unutar svoje zemlje mogu raditi za neku stranu tvrtku, te unutar svoje zemlje pronaći poslovne partnere koji bi njihov posao proširili diljem svijeta. Tako je važno i za ljude diljem svijeta kojima je Hrvatska zemlja snova, te im se nudi mogućnost boravka u njoj kad požele dok ujedno rade svoj posao. Digitalna transformacija nudi puno, te štedi vrijeme i novac. Velika većina tvrtki sastanke i dogovore održava online putem kamere ili video poziva, jer jednako tako mogu razmjenjivati ideje kao i putem sastanka licem u lice. Online sastanci se mogu provoditi gdje god se ljudi nalazili, te gotovo uvijek ispadnu produktivni. (Pančur, 2019.)

Ovakav način rada se pokazao produktivniji, te donosi dosta pozitivnih rezultata. Najveći doprinos tome ima fleksibilan način rada, to jest da sami biraju vrijeme koje će iskoristiti za obavljanje poslovnih obaveza, te tako štede preostalo vrijeme, te ga koriste za neke druge stvari. Fleksibilno radno vrijeme doprinosi zadovoljstvu digitalnih nomada, te možda i zbog toga ostvaruju dobre poslovne rezultate. Kako postoji rad za tvrtku, tako postoji i rad za samog sebe, gdje dodatno imaju mogućnost raspoređivanja poslovnih obaveza, te vrijeme koje žele potrošiti na njih. Biti sam svoj šef ima mnogobrojne prednosti, ali ujedno ima i neke nedostatke. Nedostatci su velika odgovornost, dobra organizacija, te treba biti spreman snositi svu

odgovornost i sve pogreške koje se mogu dogoditi tijekom poslovanja. Postati digitalni nomad ne zahtijeva puno ulaganja, koliko zahtijeva dobru organizaciju, dobar poslovni plan, te učenje kroz cijeli život.

Digitalno nomadstvo ima pozitivne utjecaje u svijetu, okolini i vlastitom rastu. Pozitivni utjecaju digitalnog nomadstva u svijetu su: rušenje kulturoloških razlika, poticanje turizma, utjecaj na okoliš, digitalna revolucija i inovacije, žene u poslu, te ekonomski doprinosi. (Johnson, 2019.)

Rušenje kulturoloških razlika i barijera je od velike važnosti za razvoj i širenje digitalnog nomadstva u svijetu. Život digitalnih nomada je fleksibilan i promjenjiv, otvoren je prema novim trendovima i načinima razmišljanja. Rad digitalnog nomadstva je rad koji je do nedavno bio nezamisliv. Radeći i putujući svijetom razbijaju granice klasičnog načina rada, iako je do sada dosta ljudi prešlo na takav način rada, te su svi postali jednaki. Diljem svijeta, pa čak i u ugostiteljskim objektima razmjenjuju iskustva, ideje raznih svjetskih kultura. (Johnson, 2019.)

Odlaskom digitalnih nomada u druge zemlje daju priliku lokalnim kulturama. Često se uključuju u razne aktivnosti, te tako potroše i dosta novca. Ponekad se smatraju turistima, iako ne žive u potpunosti kao turisti, često potroše dosta veći iznos novca nego klasičan turist. To je najčešće na lokacijama gdje postoje niži životni troškovi, te zbog toga neke lokacije ulažu u privlačenje digitalnih nomada i smatraju se destinacijama pogodnim za digitalne nomade. (Johnson, 2019.)

Digitalni nomadi u potpunosti djeluju digitalno, što pozitivno utječe na okoliš. Zbog poslovanja preko računala, ne postoji gomilanje tiskanih dokumenata. Također veliki utjecaj na okoliš imaju i prijevozna sredstva koja omogućuju svakodnevni dolazak na posao, te zbog rada „od kuće“ smanjuje se broj prijevoznih sredstava koja zagađuju okoliš. (Johnson, 2019.)

Digitalnim nomadima razne aplikacije i programi pomažu u snalaženju i prilagođavanju života u nepoznatom, te im također olakšavaju način poslovanja i komunikaciju s klijentima i kolegama koji su dosta udaljeni od njih. Za sve je to zaslužna digitalna revolucija i inovacije, jer bez aplikacija za organizaciju vremena bilo bi puno teže uskladiti sve obaveze. Najpoznatija aplikacija za organizaciju vremena poslovanja je „Trello“.

Postoje još neke aplikacije koje digitalnim nomadima pomažu u poslovanju, a neke od njih su:

1. aplikacija za praćenje budžeta i financija,
2. aplikacija za praćenje zdravlja,
3. te aplikacije za brz pronalazak smještaja i prijevoza, kada su u nepoznatom. (Johnson,2019.)

U današnjem poslovnom svijetu još uvijek vladaju razlike između muških i ženskih primanja. No, osim te razlike žene u periodu kada postanu majke nisu u mogućnosti biti u radnom odnosu. Kod digitalnog nomadstva to nije tako. Posao digitalnih nomada, to jest rad na daljinu omogućava ženama ostanak s djecom uz istovremeno obavljanje posla od kuće u skladu sa svojim vremenom. Najbitnija karakteristika rada od kuće je kvalitetna organizacija i sposobnost planiranja raspoloživog vremena. Prema nekim istraživanjima, npr. Remote.co 30% tvrtki su osnovale žene ili žene predstavljaju tvrtku. (Remote.Co, 2023.)

Iako se digitalni nomadi često nalaze na dobrim i popularnim destinacijama putujući diljem svijeta, zapravo ne uživaju cijelo vrijeme. Digitalni nomadi često imaju veći opseg posla, nego što bi imali da rade u uredu. No, sav taj njihov trud i ulaganje u takav način poslovanja, pridonose im da si mogu priuštiti puno više nego što bi si mogli priuštiti na nekom klasičnom poslu, unutar svog prebivališta. U određenim državama postoje zajednice digitalnih nomada koje služe za razmjenu iskustava i međusobno podržavanje, koje im također pridonose privlačenju digitalnih nomada u određene destinacije.

4.4. Negativne strane digitalnog nomadstva

Sastavni dio posla digitalnog nomadstva se odvija upravo za računalom, te im radi sjedećeg načina života dosta pati kraljeznica, kao i što su ovisni o tehnološkim uređajima i internetskoj vezi bez koje njihovo poslovanje zapravo nije moguće. Također, osobe koje žele raditi kao digitalni nomadi moraju biti spremne na veliku odgovornost, jer su same sebi šef. Digitalni nomadi sami sebi određuju prioritete i raspoređuju vrijeme, te moraju biti spremni da će često uložiti više vremena nego što je možda stvarno potrebno. Zbog mogućnosti rada koliko žele i gdje žele, često će obaviti više posla nego što bi obavili da rade za nekog drugog ili da rade izvan kuće. Zapravo je najveća prednost online rada mogućnost usklađivanja privatnog i poslovnog vremena, kao i privatnih i poslovnih obaveza. No, koliko je to velika prednost, tolika

je i mana, jer im nerijetko nedostaje motivacije, kao i mira za posao, te za svaku odluku odgovaraju sami. (Pančur, 2019.)

Osim toga, takav način posla zahtijeva česta poslovna putovanja, te čestu odsutnost od doma na duži period zbog čega se nerijetko javlja nostalgija i žudnja za povratkom. Iako je lijepo biti neovisan o radnom mjestu, pojedincima teško padaju duga i česta odvajanja od doma i najbližih, te se mogu susresti s nedostatkom motivacije i volje što negativno utječe na posao. Komunikacija digitalnih nomada se odvija isključivo online preko raznih platformi, kao što su Zoom, Skype, Slack i ostali. Internetski programi komunikacije ne usklađuju vremenske zone, te zbog toga digitalni nomadi moraju pratiti u koje će vrijeme razmjenjivati informacije. Također su aplikacije izložene čestim hakerskim napadima u koje također treba uložiti vremena kako neke važne i povjerljive informacije i podatci ne bi bili izloženi tome. (Pančur, 2019.)

Uz navedeno, digitalni nomadi uvelike ovise o internetu, to je njihov glavni alat rada. Veliku pažnju ulažu u to gdje se nalaze i da u svakom trenutku raspolažu internetskom vezom, gdje god se nalaze. Osim samog interneta, njihov posao ne bi bio moguć bez laptopa, tableta ili mobilnih uređaja koje također čuvaju od krađe, jer ako ostanu bez njih ostali su bez svega. Digitalni nomadi nailaze na razne probleme, kako u svojoj, tako i u stranoj zemlji. U Hrvatskoj je najveći problem zakonska regulacija uz koje se vezuje prijavljivanje samostalne djelatnosti, uz koju ide vođenje knjiga, te mirovinska i zdravstvena osiguranja koja su digitalni nomadi dužni sami plaćati. Osigurano zdravstveno osiguranje u Hrvatskoj imaju oni koji su nezaposleni ili u radnom odnosu, a sve između je siva zona zakonodavstva. (Pančur, 2019.)

Negativni utjecaji na svijet se dijele na:

1. Legalnu sivu zonu

Legalna siva zona predstavlja rad digitalnih nomada dok borave na nekom području sa turističkom vizom, ali ako obavljaju posao za svoje klijente izvan zemlje prebivališta, te se linija smatra „zamašnjom“. No, ipak se posao digitalnih nomada smatra legalnim načinom rada, iz razloga što ne oduzimaju posao lokalnim stanovnicima, ali izbjegavaju plaćanje poreza što predstavlja problem. (Johnson, 2019.)

2. Kratkoročne korisnike

Digitalni nomadi se smatraju kratkoročnim korisnicima jer često mijenjaju mjesta prebivališta. Negativna strana čestog mijenjanja prebivališta je da nemaju razlog poboljšati i uložiti u prostor oko sebe, jer ih ništa ne veže za određeno mjesto. Osim toga, digitalni nomadi potiskuju domaće stanovništvo, te su cijene smještaja visoke, jer ponuđači znaju da će se vrlo kratko zadržati u njihovom smještaju. (Johnson, 2019.)

3. Socijalne probleme

Socijalni problemi, te usamljenost sve su češća pojava u današnjem svijetu, jer ljudi zbog digitalnog svijeta i mijenjanja lokacija često gube socijalan život. Usamljenost od socijalnog života može imati ozbiljne posljedice, kao što su mentalni problemi, te odvojenost od obitelji i prijatelja. (Johnson, 2019.)

U poslovnom svijetu nerijetko je prisutan nedostatak podrške poslodavca, velika količina stresa, te osjećaj ne pripadnosti u društvu. Posao digitalnih nomada još uvijek velikoj većini nije u potpunosti jasan. Većina misli da je posao digitalnih nomada zapravo izmišljen posao, te da ne rade ništa. No ipak nije tako, posao digitalnih nomada je kompleksan, te zahtijeva jako puno vremena i ulaganja u takav način poslovanja. Digitalni nomadi, kao i većina ljudi na društvenim mrežama prikazuju samo lijepe i sretne trenutke, iako nisu uvijek takvi. Ali njihov krajnji cilj zapravo je prikazati svoj rad u najboljem svjetlu, te na taj način zarađivati.

Uz sve navedeno, digitalni nomadi se susreću sa još mnogo predrasuda, no to je sve ništa s obzirom što sve digitalni nomadi postižu u posljednjim godinama. Posao digitalnih nomada je zapravo posao 21. stoljeća, iako toga mnogi još nisu ni svjesni. Puno stvari može pozitivno i negativno utjecati na svijet, no ovakvom načinu poslovanja treba pružiti šansu, te ga prihvatiti, jer uvelike doprinosi razvoju poslovanja i mnogih mogućnosti. (Ružić, Benazić, 2015.)

4.5. Prostori digitalnih nomada

Coworking i coliving prostori su od iznimne važnosti za digitalne nomade, posebno kada se nađu u drugom gradu ili državi. Coworking prostori su postali sve privlačniji za poduzetnike i ostale koji rade na daljinu, a predstavljaju zajednički radni prostor te mu je cilj stvaranje zajednice koja uključuje umrežavanje i dijeljenje raznih ideja. Coworking prostori imaju brojne prednosti u odnosu na klasične urede, a neke od njih su učinkovitost troškova rada, kao i sloboda kretanja po radnom prostoru u usporedbi s boravkom na dodijeljenom stolu u klasičnom uredu za rad. Osim toga, pruža i učinkovitost razmjenom znanja različitih stručnjaka koji potencijalno mogu surađivati na projektima ili čak pokrenuti vlastiti posao. (Smartnet, 2023.)

Ideja coworkinga je stvaranje suradnje, te kreativnost, inovativnost i produktivnost u poslovanju. Sam koncept coworkinga je započeo kada su freelanceri htjeli prekinuti izolaciju samostalnog rada od kuće sa svrhom druženja ljudi sličnih interesa. Također, osim praktičnih prednosti potiče i zajedništvo među članovima. (Smartnet, 2023.)

Dok coliving prostori predstavljaju oblik zajedničkog suživota u kojem pojedinci žive pod istim krovom, a troškove dijele ravnopravno. Coliving prostori mogu imati privatne, ali i zajedničke sobe, no imaju zajedničke prostorije za rad (coworking). Najpopularniji su u velikim gradovima jer omogućavaju povoljniji život, no u posljednje vrijeme ih dosta ima i u ruralnim sredinama. (Sontacoliving, 2023.)

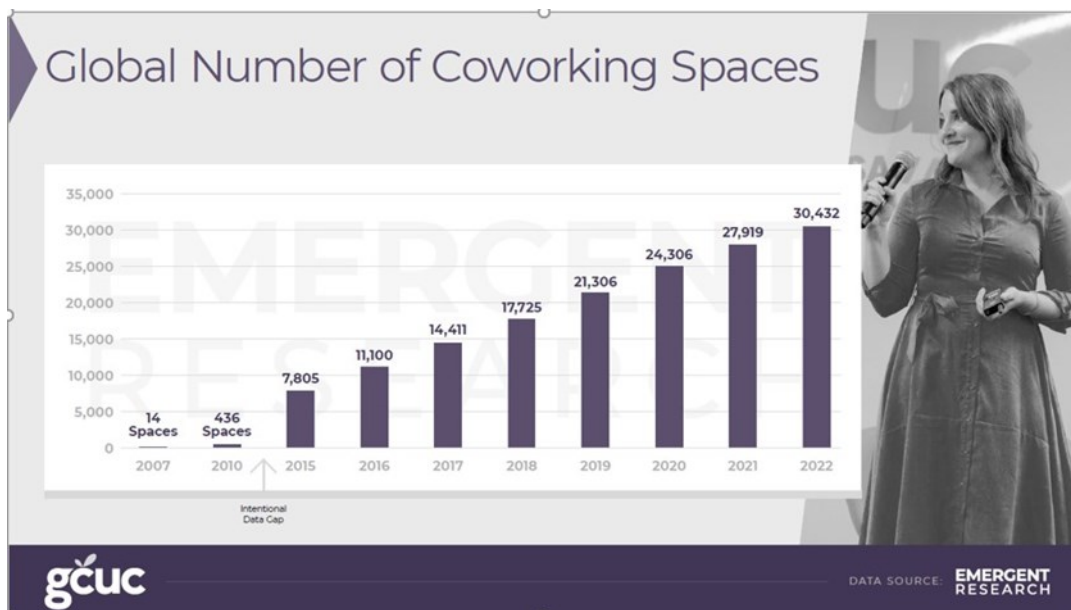
Može se zaključiti kako su coworking prostori integrirani u coliving prostore, te čine jednu harmoniziranu okolinu. Ta okolina pridonosi suradnji, poticanju i inovativnosti prema ljudima koji se nalaze u takvom stilu poslovanja ili bolje rečeno stilu življenja.

4.5.1. Coworking prostori

Coworking je sve popularniji oblik poduzetništva gdje tvrtke i ostali mogu izmjenjivati iskustva na jednom mjestu, te ne moraju imati uredski prostor u kojem bi plaćali i dodatne režije i troškove. Coworking je nastao 2005. godine u San Franciscu nakon što je dosta ljudi ostalo bez stalnog posla, pa su počeli održavati susrete zvane „jelly sessionima“. Nakon što su ostali bez

posla počeli su raditi u kafićima, te su shvatili da je to dobro sa socijalnog aspekta jer su se osjećali manje izolirani. No, nisu se mogli tamo nalaziti s klijentima zbog neprofesionalnog dojma. Prvi coworking prostor je nastao iz čiste potrebe, s osnovao ga je Brad Neuberg iz San Francisca. Dok se međunarodni dan coworkinga slavi 9. kolovoza. A, sam pojam coworkinga je skovao Bernie DeKoven 1999. godine za suradnički rad podržanog računalima i tadašnjom tehnologijom. (Plaviured, 2015.)

Ideja coworkinga je nastala iz potrebe ljudi koji funkcioniraju kao freelanceri, to jest kao nezavisni profesionalci s ciljem pronalaska mjesta za obavljanje svakodnevnih poslovnih zadataka te održavanja poslovnih sastanaka s klijentima. Važno im je pronaći kvalitetno radno mjesto koje im nudi mogućnost umrežavanja novih poslovnih partnera. Dobra internetska mreža im također omogućuje dobivanje povratnih informacija rada, te edukacije i mogućnosti integracije u profesionalnu zajednicu. (Plaviured, 2015.)



Slika 1: Coworking prostori na globalnoj razini

Izvor: (Gcuc,2023.)

Slika pomoću organizacije GCUC u obliku grafa prikazuje rast coworking prostora na globalnoj razini u razdoblju od 2007. godine do 2022. godine.

GCUC organizacija na slikama prikazuje pretpostavku rasta coworking prostora i članova na globalnoj razini u periodu od 5 godina.



Slika 2: Članovi coworking prostora na globalnoj razini

Izvor: (Gcuc, 2023.)

Slika slično kao i prethodna pomoću organizacije GCUC prikazuje u obliku grafa rast članova coworking prostora na globalnoj razini, u razdoblju od 2015. do 2022. godine.

4.5.2. Coliving prostori

Coliving prostori predstavljaju mjesto življenja za digitalne nomade. Osobe koje se odlučuju na boravak u coliving prostorima imaju zaseban privatni prostor, to jest kupaonicu i sobu, dok ostale prostorije i prostor za rad s drugim korisnicima dijele. Ljudi koji žive u coliving prostorima često se jako zbliže provodeći mnogo zajedničkog vremena, te se počnu osjećati kao obitelj. Osobe koje pristaju na ovakav način života i rada vole upoznavanja i druženja s novim ljudima, kao i putovanja, te se iz tog razloga odlučuju na takav tip života. Coliving prostori zapravo predstavljaju zajednice koje spajaju pojedine osobe istih ili sličnih interesa kojima je isplativije boraviti u coliving prostorima, nego iznajmiti stan za rad i boravak. Osim toga, coliving prostori pružaju potpunu uslugu. (Petrović, 2019.)

Osim toga, pruža se mogućnost upoznavanja raznih kultura, te raznih ljudi koji dolaze iz svih dijelova svijeta. Te spoznaje zapravo upotpunjuju čovjeka i svatko od njih može naučiti nešto novo od uspješnijih digitalnih nomada od njih samih. Većina digitalnih nomada je vrlo otvorena za rad, napredak, pa i za pomoć onima koji su se tek upustili u svijet digitalnog nomadstva. Potencijal za napredak u tom poslovnom svijetu je beskonačan, te je potreban samo velik interes za praćenje inovacija u tom polju. (Nomadific.com, 2021.)

5. TURIZAM I DIGITALNO NOMADSTVO

Mnoge svjetske destinacije već su uvelike poznate i rasprostranjene zemlje turizma, ali ujedno i digitalnih nomada. Jedna od njih je svakako Portugal, njegova raznolikost krajolika i sigurnost u zemlji privlače brojne turiste. Portugal je kao zemlja raznolika, od krajolika pa sve do platežne moći i preferencija ljudi. To bi značilo da raspolažu luksuznim vilama i hotelima, ali također i gradskim apartmanima za one niže platežne moći kako bi svatko bio zadovoljan i rado izabrao tu destinaciju. Također jedna od dobrih strana Portugala je dobra povezanost, te to omogućava dolazak većeg broja turista. Osim ta turizam, Portugal je sve više popularna destinacija među digitalnim nomadima. Turizam i digitalno nomadstvo su usko povezan pojam, te utječu jedno na drugo. Digitalni nomadi pretežno nemaju prevelike zahtjeve, ali neke od neophodnih stvari za rad su im stabilna internetska veza, mogućnost jeftinije najamnine, te razvijeno digitalno bankarstvo. Diljem Portugala već su razvijene zajednice coworking prostora, kao i mnoštvo kulturnih i zabavnih događaja koji dodatno privlače strane i domaće državljane, a posebice mlađu populaciju. Niski troškovi života u Portugalu najviše privlače digitalne nomade da rade na daljinu iz ove zemlje, a nudi najniže troškove u cijeloj zapadnoj Europi. (Go Visa Free, 2021.)

5.1. Razvoj destinacija za digitalne nomade

Razvojem destinacija i prilagođavanjem digitalnom načinu poslovanja i boravka, raste i broj digitalnih nomada u tim destinacijama. Neke od najpopularnijih destinacija digitalnih nomada su:

- Bali
- London
- Chiang Mai
- Lisabon
- Barcelona.

Iako većina misli kako je svim digitalnim nomadima to primaran posao, zapravo čak 70% njih ima stalan posao, te im je ovo usputno, a samo njih 30% su freelanceri. Prema izvještaju 2020. godine čak 38% digitalnih nomada je imalo prihod veći od 75000 dolara u godini dana.

Države koje prepoznaju trend digitalnog nomadstva raspolažu sa nomadskom vizom, ali uz određene preduvjete. Neke od tih država su upravo Hrvatska, Gruzija, Estonija, te Portugal.

U Hrvatskoj je potrebno imati dokaz o zdravstvenom osiguranju, kao i potvrdu o zaposlenju i prihod od 2100 € mjesečno. Gruzija zahtijeva potvrdu o stalnom prihodu, te potvrdu o zdravstvenom osiguranju za 12 mjesečnu vizu. U Estoniji je dugoročno boravište moguće za osobe koje imaju prihod veći od 3500€ mjesečno. Dok je u Portugalu potreban prihod od 600 € kako bi dobili jednogodišnju vizu koju obnavljaju do 5 godina, te nakon 5 godina traže trajno prebivalište. (Investopedia, 2022.)

6. HRVATSKA KAO DESTINACIJA ZA DIGITALNE NOMADE

Prema navodima Jan de Jonga (2023), prvim i najpoznatijim digitalnim nomadom Republike Hrvatske, Zagreb kao glavni grad Hrvatske sa preko 800 tisuća stanovnika raspolaže svim potrebnim elementima da bude destinacija digitalnih nomada u bližoj budućnosti. Jan de Jong, prvi poznati digitalni nomad u Republici Hrvatskoj tvrdi da Zagreb ima veliku mogućnost postanka jedne od top 50 destinacija na svijetu. Također, jedna od većih prednosti s kojom Hrvatska raspolaže su vize za digitalne nomade. Za što brži uspjeh Zagreba kao idealne destinacije digitalnih nomada važno je uložiti u infrastrukturu, a Jan de Jong je potvrdio kako je kontaktirao investitore iz Velike Britanije koji su spremni usmjeriti svoja ulaganja u izgradnju infrastrukture u Zagrebu s obzirom da imaju digitalne vize.

No, umjesto infrastrukture treba investirati u organizatore, event menadžere, društvene lidere i ostale koji su zaduženi za organiziranje događaja, raznih okupljanja, te kongresa za digitalne nomade. Ulaganje u to pomaže u aspektu društva kako nitko ne bi bio usamljen i da im grad kojeg su izabrali kao privremeni dom nudi što veći izbor događaja. Briga i ulaganje u društveni osjećaj ima jednaku važnost kao ulaganje u infrastrukturu. Kako bi privukli što više ljudi da počnu razmatrati Zagreb kao njihovu sljedeću destinaciju potrebno je posjedovati pozitivna iskustva ili recenzije prijašnjih generacija digitalnih nomada koji su Zagreb odabrali kao svoju destinaciju.

Kada su Jan de Jong-a upitali o prednostima i nedostacima uvođenja viza i primanja digitalnih nomada u državu jasno je naveo da su postojale samo brojne prednosti na razini države. Zasiurno bi dosta mladih i inteligentnih ljudi dolazilo u Hrvatsku, a ne odlazilo iz nje. Iako je Hrvatsku napustilo gotovo pola miliona ljudi, ulaganjem u ekonomiju i društvo sigurno bi privukli barem 50 tisuća digitalnih nomada koji bi bili zadovoljni boravkom u Hrvatskoj. Stoga treba iskoristiti potencijal Hrvatske, te uložiti i ostvariti cilj. (Jan De Jong, 2023.)

4 hrvatska grada koja su na listi 200 najpopularnijih destinacija digitalnih nomada su:

- Zagreb
- Dubrovnik
- Split
- Osijek.

„Total Croatia News“ prikazuje podatke dolaska digitalnih nomada, te prikazuje kako je Split u lipnju, te Dubrovnik u kolovozu posjetilo oko 1200 digitalnih nomada. Dok je Zagreb porastao za 200% što se tiče dolaska digitalnih nomada i trenutno je svrstan u top 25 destinacija digitalnih nomada. (Total Croatia, 2023.)

S obzirom na postojeće podatke može se zaključiti da je Hrvatska u vrlo kratkom periodu dobila status jedne od poželjnijih destinacija svijeta za digitalne nomade. „Total Croatia News“ je izvještaj u kojem piše da je Hrvatska u kratkom periodu napravila totalan preokret u svijetu digitalnog nomadstva, te su 4 hrvatska grada stigla na listu među 200 najpopularnijih destinacija digitalnih nomada.

Hrvatska je sve popularnija destinacija digitalnih nomada. Neke od mogućnosti koje digitalnim nomadima pruža su divne arhitekture, sigurna mjesta, dobra i dostupna wifi mreža. Osim tih mogućnosti, u Hrvatskoj je dostupno sve više destinacija za digitalne nomade i freelancere, koje posebno privlači život u Dalmaciji. Dalmacija posebno privlači digitalne nomade zbog dobrog načina života, to jest povoljne klime i mogućnosti života pored mora. Uz Dalmaciju ističu se Istra i Zagreb. Istra se nastoji brendirati kao IT destinacija, a Zagreb nudi veliku mogućnost za rad. (Vukonić, 2006.)

Digitalno nomadstvo i njihov život u Hrvatskoj su od velike važnosti za Hrvatski turizam. Iz tog razloga događaju se velike promjene u svim segmentima poslovanja, te se potrebno što više prilagođavati novom sustavu tržišnih vrijednosti, te digitalnim nomadima osigurati sve potrebno za njihov što bolji boravak u Hrvatskoj i njihov način poslovanja. (Stipanović, 2006.)

6.1. Utjecaj povezanosti i ponude RH s aspekta razvoja digitalnog nomadstva

Za svijet digitalnih nomada veliku važnost ima i gradska povezanost. Što je određeni grad povezaniji sa ostalim destinacijama, to je atraktivniji. Upravo iz tog razloga je Zagreb jedna od poželjnijih Europskih destinacija za digitalne nomade. Zagreb je smješten u centru Europe, te je otvoren za putovanja u sva 4 smjera. Također je zagrebačka zračna luka u blizini samog grada i nudi preko 70 zrakoplovnih niskobudžetnih linija prema cijeloj Europi. S tim mogućnostima Zagreb podiže atraktivnost destinacije digitalnih nomada. (Airport.hr, 2023.)

Uz sve to, Bradbury navodi dodatne pozitivne strane Hrvatske prema digitalnim nomadima, a one su:

- Sjajna povezivost što znači da svaki kafić ima dobru i stabilnu wifi mrežu, te da je 5G mreža uvelike dostupna.
- Engleski jezik je rasprostranjen u gotovo više od 80% populacije, dok su talijanski i njemački jezik dobro prihvaćeni i zastupljeni.
- Hrvatska ima snažnu tradiciju turizma, te ima više od 18 milijuna posjetitelja svake godine.
- Ima sjajnu klimu, te niže životne troškove u usporedbi s ostalim državama Europske Unije.
- Ima sjajnu povezanost svih prijevoznih sredstava, te nudi opušten način života kojeg malo gdje drugdje ima.
- Jedna je od sigurnijih Europskih zemalja, što se tiče kriminala, te sigurnog mjesta za odgoj djece.
- Te uz sve to, ima jako bogatu i kvalitetnu gastronomsku stranu koja je svugdje u svijetu poznata i zbog koje se mnogi uvelike vraćaju ili odlučuju na ostanak zbog nje.

(Bradbury, 2023.)

Osim stranica Hrvatske turističke zajednice, Zagreb ima svoju turističku stranicu na kojoj isključivo promovira destinacije grada Zagreba. Na turističkoj stranici grada Zagreba nalaze se mnoge atrakcije, povijesni dio grada, razni budući događaji u gradu Zagrebu, kao i plan putovanja namijenjen digitalnim nomadima. U planu putovanja namijenjenom digitalnim nomadima nalazi se cijeli popis vezan za smještaj, te za javni prijevoz kako bi stigli do željenih destinacija i kako bi im sve bilo što dostupnije. (Info Zagreb, 2023.)

6.2. Podrška digitalnim nomadima pri dolasku u Hrvatsku

Republika Hrvatska je u vrlo kratkom roku postala jedna od najpoželjnijih destinacija za digitalne nomade. Svojim aktivnostima je olakšala ulazak i rad digitalnih nomada u Hrvatsku, te ostvarila uspješnu strategiju privlačenja. Hrvatska je idealna destinacija digitalnih nomada jer osim kvalitetne i dostupne internetske mreže koja im je neophodna za rad, nudi i prirodne

ljepote, povoljnu klimu i opću sigurnost što je negdje drugdje nezamislivo. Sa novim generacijama dolaze i nove promjene, te će digitalno nomadstvo postati uobičajen način života i rada. Hrvatska se opisuje kao ispunjenje svih mediteranskih fantazija. Najbitniji elementi života digitalnih nomada u Hrvatskoj su upravo jezik, raznolikost kulture i hrane, bogata povijesna ponuda, privlačne cijene i sigurnost. Jedina prepreka u koju se još ulaže su coworking prostori, jer je dosta ljudi u Hrvatskoj još uvijek malo više bazirano na turizam nego na osiguranje smještaja budućim radnim snagama, to jest digitalnim nomadima. (Taylor, 2021.)

Jan de Jong, jedan od prvih i najpoznatijih digitalnih nomada u Hrvatskoj tvrdi da postoje samo benefiti oko uvođenja viza i primanja nomada u Republiku Hrvatsku. Najveća promjena bi bila da mladi ljudi konačno dolaze u Hrvatsku, a ne da idu izvan nje tražeći bolju budućnost. Smatra da bi se trebao obrnuti „brain drain“ koji je u Hrvatskoj na snazi dugi niz godina. Nomadi koji bi dolazili u Hrvatsku pridonosili bi potrošačkoj moći koja bi jačala ekonomiju. Do sada je Hrvatsku napustilo gotovo pola miliona stanovnika, te se zbog te činjenice može zaključiti da Hrvatska može dočekati 50 tisuća digitalnih nomada, te im pružiti dobre uvjete.

S ciljem privlačenja digitalnih nomada u Hrvatsku postoji web stranica pod nazivom „ Croatia, your new office“ koja prikazuje sve važne informacije za prijavu i boravak digitalnih nomada u Republici Hrvatskoj. (Croatia.hr, 2021.)

Čitava web stranica je posvećena savjetima i pomaganju digitalnim nomadima pri dolasku u Hrvatsku. Cijeli sadržaj stranice je zapravo vrlo koristan svakom digitalnom nomadu pri dolasku u Hrvatsku, a nakon dolaska im može služiti kao izvor informacija za turističke atrakcije i sadržaj u Hrvatskoj. (Croatia.hr, 2021.)

Digital Nomad Association Croatia (Udruga digitalnih nomada u Hrvatskoj) je mlada organizacija koja je osnovana u prosincu 2020. godine s ciljem savjetovanja digitalnih nomada koji dođu u Hrvatsku. Jedan od suosnivača te organizacije je ranije spomenuti Jan de Jong, koji je ujedno jedan od prvih i najpoznatijih digitalnih nomada u Hrvatskoj.

Uz sav sadržaj i sve alate koji su dostupni digitalnim nomadima, Hrvatska se iznimno brzo razvila, te objeručke dočekuje digitalne nomade. S obzirom da je još uvijek na početku ima iznimne stranice prepune sadržaja u čemu pomažu i brojne organizacije. (Croatia.hr, 2021.)

6.3. Zakonski okviri za digitalne nomade u Republici Hrvatskoj

Zakonski okviri za digitalne nomade u Republici Hrvatskoj definirani su u Zakonu o strancima. Digitalni nomadi plaćaju poreze na dohodak u Hrvatskoj tek kada su zaposleni u kompaniji u Hrvatskoj, te da svoj posao obavljaju za Hrvatsko područje. Taj zakon im vrijedi dokle god im traje viza za digitalne nomade. (Zakon o strancima, Pojmovnik, članak 3, NN 133/20)

Tim zakonom Republika Hrvatska privlači digitalne nomade, te se predstavlja kao idealna destinacija za njih, a to potvrđuje i izjava ministrice turizma i sporta Nikoline Brnjac koja navodi da je Hrvatska jedna od prvih članica Europske unije koja je uspjela regulirati jednogodišnji privremeni boravak za digitalne nomade, a rezultat je to suradnje Ministarstva unutarnjih poslova, Ministarstva vanjskih i europskih poslova, Ministarstva zdravstva, Ministarstva financija te Ministarstva turizma i sporta. Hrvatski turizam prepoznaje tu priliku s ciljem razvoja cjelogodišnjeg turizma. Uz kvalitetnu ponudu i jednostavne procedure nastoji se privući što veći broj digitalnih nomada i na taj način promovirati destinaciju. Poslovanje digitalnih nomada je jako dobra prilika za gospodarstvo Hrvatske, a raduje ih i činjenica da digitalni nomadi pokazuju sve veći interes za brojne hrvatske gradove. Također vjeruju da će Hrvatska sa svojim iznimnim kulturnim i prirodnim ljepotama oduševiti dolazeće digitalne nomade. Svim trenutnim i nadolazećim digitalnim nomadima je poželjela dobrodošlicu u jednu od poželjnijih europskih destinacija. (Lider, 2021.)

Hrvatska se pridružuje rastućem popisu mjesta gdje radnici koji rade na daljinu Hrvatsku mogu nazvati svojim privremenim domom. (Morrison, 2021.)

Također je i svjetski poznati brend turističkih vodiča Lonely napisao da s obzirom da razne zemlje sve više žele privući digitalne nomade, Hrvatska proširuje svoje kratkoročne boravišne dozvole u kojima je uključila i putnike izvan Europske unije. (Smith, 2021.)

7. ZAKLJUČAK

S obzirom na to da svijet sve više ide k digitalizaciji, smatra se da će digitalno nomadstvo kroz idućih nekoliko godina doživjeti svoj vrhunac. Tehnologija i digitalizacija danas pokreću svijet, te je iz tog razloga važno ulagati u njih. Pojavljuju se nova zanimanja koja su vezana za tehnologiju, pa su iz tog razloga ljudi sve više povezani s računalom, mobitelom i ostalom tehnikom koju svakodnevno koriste, ali sada su u mogućnosti zarađivati od njih. Digitalni nomadi pomoću današnje tehnologije koriste svoje potencijale i znanja kako bi od svakodnevnice napravili karijeru. Digitalno nomadstvo je već sada poznat i rasprostranjen pojam, a u budućnosti se očekuje gotovo dupli porast s obzirom na trenutne mogućnosti i okolnosti. 2020. godine se pojavila pandemija korona virusa koja je zbog tadašnjih okolnosti i sigurnosti natjerala ljude da rade iz svojih domova, te je navela iste te ljude da spoznaju mogućnosti takvog načina rada koji je danas postao novo normalno. Takav način rada se pokazao izuzetno učinkovitim, te je dosta tvrtki dalo mogućnost ostanka pri takvom načinu rada. Hrvatska kao turistički razvijena zemlja prepoznala je trend digitalnog nomadstva, te je počela ulagati u razvoj turizma, zemlje kao destinacije pružajući mnoge mogućnosti. Upravo iz tog razloga je stvorila veliki potencijal za rast i razvoj, te postala jedna od poželjnijih europskih destinacija digitalnih nomada. Digitalno nomadstvo je za mnoge još nov pojam, te se još uvijek razvija i ima mjesta za napredak. Turizam i digitalno nomadstvo su blisko povezan pojam, te ulaganjem u jedno razvija se i drugo. Ulaganjem u hrvatski turizam u bliskoj budućnosti će se potpuno razviti digitalno nomadstvo, te će postati jedna od poželjnijih i uspješnijih destinacija. Neke od važnijih Hrvatskih prednosti upravo su povoljna klima, sloboda življenja, razvijen turizam, pružanje mnogih poslovnih i privatnih mogućnosti, kao i mnoge druge. Hrvatska kao turistička zemlja je jako poželjna i posjećivana, no u posljednje vrijeme sve više i kao zemlja za život i poslovanje. Hrvatska je veliki potencijal za razvoj turizma, te za razvoj destinacije digitalnih nomada. No, ipak uvijek ima mjesta za napredak i za dodatno ulaganje. Turizam i digitalno nomadstvo su usko povezani. Hrvatska je turistička sezonska zemlja, ali dolaskom digitalnog nomadstva poboljšava joj se turizam zbog cjelogodišnjeg boravka istih. Digitalno nomadstvo je razvojna mogućnost turizma, posebice u Hrvatskoj. Svaki novi digitalni nomad ulaskom i ostankom u Hrvatskoj dodatno doprinosi razvoju turizma. Hrvatska je turistička zemlja koja stalno ulaže u svoj turizam, te nudi mnoge nove mogućnosti. Osim razvoja samog turizma, uvidjela je priliku razvoja turizma kako bi privukla digitalne nomade da odaberu baš Hrvatsku kao destinaciju svog poslovanja. Iz tog razloga je vrlo brzo uložila u vize, smještaje,

razne događaje i sve što je potrebno za dolazak digitalnih nomada. Turizam i digitalno nomadstvo su usko povezani, te se kroz cijeli rad istražuju njihove poveznice. Digitalno nomadstvo utječe na turizam, te sve ima svoje pozitivne i negativne strane. Pozitivne strane utjecaja digitalnog nomadstva na turizam su razvoj turizma, dolazaka većeg broja stanovnika tijekom cijele godine, razvoj poslovanja u zemlji, te brojne druge stvari. Dok su negativne stvari većinom socijalni problemi, te kratkoročni korisnici određene destinacije. Digitalno nomadstvo u Hrvatskoj još uvijek nije razvijeno kao u nekim većim stranim zemljama, ali je jako dobro poznato. Mnoge strane tvrtke omogućavaju hrvatskim državljanima da rade za njih, a tome pridonosi i digitalno nomadstvo koje u većoj mjeri već živi u Hrvatskoj kao svojoj poslovnoj destinaciji. Odabirom Hrvatske kao svoje destinacije za život i rad pridonose turizmu, te ujedno šire takav način rada.

LITERATURA

ZNANSTVENI I STRUČNI ČLANCI

1. Babić, K. (2017.), Uloga turizma na gospodarski rast i razvoj Republike Hrvatske, Veleučilište Lavoslav Ružička u Vukovaru, dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:150:627027> (pristupljeno (04.10.2023.)
2. Bradbury, P.: Digital Nomad in Croatia: Lifestyle, Paperwork & Services, Total Croatia, 2023, dostupno na: <https://total-croatia-news.com/digital-nomad-in-croatia/> (pristupljeno 30.08.2023.)
3. FOXYpreneur (2020.) The Rise Of The Digital Nomad: The New Way Of Working In 2020., dostupno na: <https://magazine.startus.cc/rise-digital-nomad-new-way-working-2020/> (pristupljeno 16.05.2023.)
4. Geić, S. (2011.), Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilišni studijski centar za stručne studije u Splitu, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/99990> (pristupljeno 04.10.2023.)
5. Golubić, S. (2018.), Digitalna transformacija/preobrazba, dostupno na: <http://www.infotrend.hr/clanak/2016/7/digitalizacija-jedna-od-temeljnih-sastavnica-modela-razvoja-otvorenog-informacijskog-drustva,88,1251.html> (pristupljeno 14.08.2023.)
6. Go Visa Free, Portugal for Digital Nomads: The Definitive Guide 2023, dostupno na: <https://govisafree.com/digital-nomad-portugal/>, pristupljeno 28.09.2023.)
7. Health insurance vs travel insurance for digital nomads: what should you get? (2018.), dostupno na: <https://explorista.net/health-insurance-digital-nomads-travel-insurance/> (pristupljeno 29.07.2023.)
8. Jan de Jong; Dutch entrepreneur – re-vamping industries in Croatia, dostupno na: <https://leapsummit.com/speaker/jan-de-jong/> (pristupljeno 26.08.2023.)
9. Johnson, P. (2019.) Are digital nomads harming the world?, dostupno na: <https://blog.xolo.io/are-digital-nomads-harming-the-world> (pristupljeno 30.05.2023.)
10. Jovanović, M. (2016.), Trendovi u europskom turizmu, završni rad, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:018544> (pristupljeno 04.10.2023.)

11. Kantar, S. (2016.), Razvoj održivog ruralnog razvoja, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/365796> (pristupljeno 04.10.2023.)
12. Lider, Sve više zemalja želi digitalne nomade, HTZ pokrenula kampanju ‘Croatia, your new office’, dostupno na: <https://lidermedia.hr/poslovna-scena/svijet/sve-vise-zemalja-u-svijetu-i-eu-u-zeli-digitalne-nomade-135726> (pristupljeno 14.08.2023.)
13. Lukić, A. (2010.), O teorijskim pristupima ruralnom prostoru, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/97306> (pristupljeno 04.10.2023.)
14. Luković, T., Bilić, M. (2007.), Luke nautičkog turizma u hrvatskoj i strategija lokalnog razvoja, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/25004> (pristupljeno 04.10.2023.)
15. MBO Partners (2019.) Digital Nomads: Leading the Shift to Remote and Distributed Work, dostupno na: <https://www.mbopartners.com/state-of-independence/2019-digital-nomad-research/> (18.07.2023.)
16. Morris, G.: Top Jobs for Digital Nomads in 2021, Amateur Traveler, dostupno na: <https://amateurtraveler.com/top-jobs-for-digital-nomads/> (pristupljeno 13.08.2023.)
17. Morrison, G.: Croatia Opens Its Doors To Digital Nomads, Forbes, dostupno na: <https://www.forbes.com/sites/geoffreymorrison/2021/02/22/croatia-opens-its-doors-to-digital-nomads/?sh=11d3ee1198c4> (pristupljeno 14.08.2023.)
18. Pančur, A. (2019.) Digitalni nomadi kao novi koncept rada, dostupno na: <https://grazia.hr/digitalni-nomadi-kao-novi-koncept-rada/> (pristupljeno 30.05.2023.)
19. Smith, A.: How to spend a year in Croatia as a digital nomad, Lonely planet, dostupno na: <https://www.lonelyplanet.com/news/croatia-residency-scheme-remote-work> (pristupljeno 14.08.2023.)
20. Taylor, N. (2021.), The Ultimate Guide to Croatia for Digital Nomads, dostupno na: <https://nomadific.com/croatia-guide-for-digital-nomads/> (pristupljeno 06.09.2023.)
21. Tideswell, C., Faulkner, B. (2002.), Multidestinacijska turistička putovanja: Preliminarni nalazi o ponašanju međunarodnih posjetitelja u Australiji, časopis Turizam
22. Zakon o strancima, Pojmovnik, članak 3, NN 133/20

KNJIGE

1. Alfier, D. (1994.), Turizam – Izbor radova, Institut za turizam, Zagreb
2. Bartoluci, M. (2008.), The Role of Tourism Policy in Sustainable, Development of Croatian Tourism
3. Belak, S., (2006) Nastavni materijali i računalne prezentacije za predmet Metodologija znanstvenog i stručnog rada, II godina preddiplomskog studija Menadžmenta Odjela za ekonomiju Sveučilišta u Zadru
4. Blažević, B., Peršić, M. (2009.), Turistička regionalizacija u globalnim procesima
5. Cicvarić, A. (1990.), Ekonomika turizma „Zagreb“
6. Čorak, S. (2006.), Hrvatski turizam: plavo-bijelo-zeleno
7. Dulčić, A. (2001.), Upravljanje razvojem turizma
8. Dulčić, A. (2000.), Hrvatski turizam, tranzicija i globalni razvojni procesi
9. Drucker, P. F. (1992.), Inovacije i poduzetništvo
10. Edgell, D. L., DelMaestro; Smith, A.; Swanson, G., J.R. (2008.), Tourism Policy and Planing Yesterday, Today, Tomorrow
11. Ferriss, T. (2009.), The 4-hour work week: escape the 9-5, live anywhere and join the new rich
12. Gračan, D., Alkier Radnić, R., (2003.), Kvantitativna i kvalitativna obilježja nautičkog turizma u strategiji razvitka hrvatskog turizma
13. Gržinić, J.; Bevanda, V. (2014.), Suvremeni trendovi u turizmu
14. Hendija, Z. (2007.), Komparativna analiza hrvatskog turizma u konkurentskom okruženju europskog Sredozemlja, doktorska disertacija
15. Jovy, L. (2019.), Who is Lea Jovy
16. Keller, P. (1999.), Future – Oriented Tourism Policy
17. Makimoto T., Manners D. (1997.), Digital Nomad
18. Marković, S.; Marković, Z. (1980.), Ekonomika turizma
19. Pirjevec, B. (1988.), Ekonomski aspekti jugoslavenskog turizma
20. Radnić, A. (2002.), Turizam i razvoj Hrvatske – Strategija razvitka Republike Hrvatske, Hrvatska u XXI stoljeću
21. Ružić, E., Benazić, D. (2015.), Salesperson Burnout: Exploring the link with the manager support

22. Stipanović, C. (2004.), Determinante konkurentne razvojne politike hrvatskog turizma, Tourism & Hospitality Industry, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija
23. Šamanović, J. (2002.), Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu
24. Šerić, M. (2005.), Atraktivna ili nisko povratna turistička ulaganja
25. Vukonić, B. (1996.), Paradoksi hrvatskog turističkog razvoja, Ekonomija, Zagreb
26. Vukonić, B. (1987.), Turizam i razvoj
27. Vukonić, B.; Čavlek, N. (2001.), Rječnik turizma
28. Vukonić, B.; Pirjevec, B. (2000.), Ocjena hrvatske turističke zbilje i odrednice buduće hrvatske turističke politike
29. Weber, S.; Mikačić, V. (1999.), Osnove turizma

WEB I OSTALI IZVORI

1. Co-working 2018., dostupno na: <https://plaviured.hr/coworking/> (pristupljeno 17.08.2023.)
2. Croatia.hr, 2021., dostupno na: <https://croatia.hr/hr-hr/korisne-informacije/digital-nomads> (pristupljeno 30.08.2023.)
3. Danas.hr (2018.) 5 STVARI O BUDUĆNOSTI NAŠIH RADNIH MJESTA: Roboti stižu, je li vaš posao ugrožen?, dostupno na: <https://net.hr/danas/novac/pet-stvari-koje-moramo-znati-o-buducnosti-nasih-radnih-mjesta-istina-je-da-roboti-stizu-no-koliko-bi-nas-to-trebalo-brinuti-3f4dc8e8-b1c3-11eb-b911-0242ac14001f> (pristupljeno 16.08.2023.)
4. Darouei, M. i Pluut, H. (2021.), Work from home today for a better tomorrow! How working from home influences work-family conflict and employees' start of the next workday, Stress and Health, dostupno na: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/smi.3053> (pristupljeno 27.09.2023.)
5. Dekra (2018.) Digitalna revolucija – pogled u budućnost
6. Facebook remote working plan extended to all staff for long term, dostupno na: <https://www.bbc.com/news/technology-57425636> (pristupljeno 25.08.2023.)
7. GCUC community, dostupno na: <https://gcuc.co/> (pristupljeno 25.08.2023.)
8. Gig economy, dostupno na: <https://www.investopedia.com/terms/g/gig-economy.asp>

- (pristupljeno 26.08.2023.)
9. ILO (2020.), Teleworking during the COVID-19 pandemic and beyond: A practical guide, dostupno na:
https://www.ilo.org/travail/info/publications/WCMS_751232/lang--en/index.htm
(pristupljeno 27.09.2023.)
 10. LinkedIn, Digital Nomad Association Croatia, dostupno na:
<https://www.linkedin.com/company/digital-nomad-association-croatia/posts/>
(pristupljeno 30.08.2023.)
 11. Međunarodna zračna luka Zagreb – Franjo Tuđman - Sadržaji i usluge, dostupno na:
<https://www.zagreb-airport.hr/putnici/u-zracnoj-luci/sadrzaji-i-usluge/189>
(pristupljeno 30.08.2023.)
 12. Petrović, M. (2019.), Coworking & Coliving budućnost koja je već stigla, dostupno na: <https://milosblog.com/coliving-coworking-konferencija-izvestaj-2019/>
(pristupljeno 27.09.2023.)
 13. Remote.co; dostupno na: <https://remote.co/> (pristupljeno 01.06.2023.)
 14. Small Business Labs, dostupno na:
<https://www.smallbizlabs.com/2017/12/coworkingforecast.html> (pristupljeno 25.08.2023.)
 15. Smartnet.hr – Što je coworking prostor – Sve što trebate znati o coworkingu., dostupno na: <https://smartnet.hr/sto-je-coworking-prostor-sve-sto-trebate-znati-o-coworkingu/> (pristupljeno 25.08.2023.)
 16. Sonta coliving (2023.), dostupno na: <https://sontacoliving.com/sr/zasto-su-ruralni-coliving-prostori-popularni/> (pristupljeno 15.09.2023.)
 17. Tintor, A. (2020.), Lifestyle poduzetništvo: Tamna strana digitalnog nomadstva, dostupno na: <https://andreatintor.com/2020/10/06/1931/lifestyle-poduzetnistvo-tamna-strana/> (pristupljeno 25.08.2023.)
 18. Turistička zajednica grada Zagreba, dostupno na: <https://www.infozagreb.hr/hr>
(pristupljeno 02.09.2023.)
 19. Večernji list, dostupno na: <https://www.vecernji.hr/biznis/znate-li-tko-su-digitalni-nomadi-putuju-po-egzoticnim-lokacijama-i-mijenjaju-poslovne-obrasce-za-koje-znamo-1578528> (pristupljeno 25.08.2023.)

TABLICA SLIKA

| | |
|--|----|
| Slika 1: Coworking prostori na globalnoj razini | 34 |
| Slika 2: Članovi coworking prostora na globalnoj razini..... | 35 |