



ISTRAŽIVANJE O DIGITALNIM NOMADIMA U SPLITU I NJIHOVIM UČINCIMA NA GRAD U 2022. GODINI

Završni izvještaj

Zagreb, studeni 2022.

ISTRAŽIVANJE O DIGITALNIM NOMADIMA U SPLITU I NJIHOVIM UČINCIMA NA GRAD U 2022. GODINI

Završni izvještaj

Naručitelj:

Turistička zajednica grada Splita

Autori:

Zrinka Marušić, mag. math.

Dr. sc. Renata Tomljenović

Dr. sc. Matina Gjurašić

Zagreb, studeni 2022. godine

SADRŽAJ

UVOD	4
METODOLOŠKI PRISTUP	6
Osnovni metodološki okvir istraživanja.....	6
Analiza sekundarnih izvora podataka.....	6
Program primarnih istraživanja	7
DIGITALNI NOMADI: POLAZIŠTE I TRENDОВI	10
Definicija	10
Obilježja	11
Trendovi.....	12
Prednosti digitalnog nomadstva.....	13
Izazovi digitalnog nomadstva	14
Destinacije	14
DIGITALNI NOMADI U HRVATSKOJ.....	16
DIGITALNI NOMADI U SPLITU U 2022. GODINI	19
O nomadskom životu općenito	19
Iskustvo života u Splitu	21
PREDNOSTI I NEDOSTACI SPLITA KAO DESTINACIJE ZA DIGITALNE NOMADE	28
VAŽNOST I UČINCI DIGITALNIH NOMADA NA GRAD SPLIT U 2022. GODINI.....	30
ZAKLJUČAK I PREPORUKE	36
LITERATURA I IZVORI PODATAKA	39

UVOD

Pojam 'digitalni nomad' spominje se prvi puta već 1997. godine¹ kao odgovor na tehnološki napredak, prije svega na pojavu i razvoj mobilnih i komunikacijskih tehnologija. Daljnji razvoj tehnologije i prometa te društveno-politički čimbenici kao što su globalizacija, individualizacija, rast međunarodnog iskustva, međunarodna povezanost, različite vrste poslovnog okruženja, porast broja slobodnih profesija i novi životni stilovi omogućili su u međuvremenu rast broja digitalnih nomada u svijetu. Izrazito jak porast zabilježen je nedavno, u uvjetima epidemije izazvane novim korona virusom. Temeljeno na prognozama rasta slobodnih profesija, neki autori prognoziraju da će u 2035.-oj godini na svijetu biti oko jedne milijarde digitalnih nomada.

Digitalni nomadi došli su nedavno i u središte interesa turističkih destinacija, posebice onih koje su izgubile znatan dio dotadašnje turističke potražnje. Kao nova ekonomska aktivnost, ali i novi kulturni fenomen, digitalni nomadi pojavili su se na turističkom tržištu kao pokretači turističkog oporavka i jedno od rješenja za poticanje cjelogodišnjeg turizma.

Grad Split i Splitsko-dalmatinska županija već su prepoznali dobrobiti i mogućnosti koje pruža gostoprimstvo digitalnim nomadima te su se aktivno uključili u privlačenje tog novog segmenta potražnje. U ožujku 2021. godine organiziran je panel pod nazivom „Digitalni nomadi i njihov utjecaj na rastući trend dugoročnog najma privatnog smještaja“, da bi već u svibnju, uz suradnju s predstavnicima udruženja SplitTechCity bila organizirana hibridna konferencija pod nazivom „Digitalni nomadi“. Nadalje, splitska agencija VAJT dobila je nagradu IPRA Golden World Award za projekt vize za digitalne nomade, dok su smještajni objekti na području grada nudili povoljne pakete za dugoročni boravak.

Turistička zajednica grada Splita potpisala je početkom 2022. godine s Institutom za turizam „Ugovor o provedbi istraživanja o digitalnim nomadima u Splitu i njihovim učincima na grad u 2022. godini“. Turistička zajednica grada Splita tako je potaknula inicijativu da Split bude među prvim destinacijama koje uspostavljaju sustav praćenja digitalnih nomada na svom području i njihovih učinaka na grad.

Ciljevi ove studije definirani projektnim zadatkom bili su:

- Definirati fenomenom digitalnih nomada i digitalno nomadstvo kao životni stil;
- Profilirati socio-demografska obilježja digitalnih nomada;
- Utvrditi glavne čimbenike odabira destinacije;
- Identificirati trendove digitalnog nomadstva;
- Istražiti glavna obilježja digitalnih nomada u Splitu;
- Sagledati prednosti i nedostatke Splita kao destinacije digitalnih nomada;
- Procijeniti učinke digitalnih nomada na grad Split.

Obuhvat studije uključivao je utvrđivanje/analizu:

- Veličine tržišta i obilježja digitalnih nomada u svijetu;

¹ Makimoto T, Manners D (1997) Digital nomad. Wiley, Chichester

- Veličinu tržišta digitalnih nomada u Splitu;
- Obilježja digitalnih nomada u Splitu (profil, profesionalno iskustvo, čimbenici odabira Splita kao destinacije boravka);
- Obilježja boravka digitalnih nomada u Splitu (duljina boravka, vrsta smještaja, pratnja, aktivnosti, zadovoljstvo boravkom i suradnjom s lokalnom zajednicom);
- Primanja i izdataka digitalnih nomada tijekom boravka u Splitu;
- Učinaka digitalnih nomada na grad/lokalnu zajednicu.

Primjena rezultata ove studije je višestruka. Rezultati se mogu koristiti za:

- Podizanje razine razumijevanja pojma i fenomena „digitalni nomadi“ i „digitalno nomadstvo“ kao životnog stila kod najvažnijih dionika na razini grada Splita kao i kod lokalnog stanovništva;
- Razvoj/prilagodbu ponude grada Splita zahtjevima digitalnih nomada kao specifičnog segmenta potražnje;
- Uspostavljanje metodološkog okvira za praćenje veličine i obilježja tržišta digitalnih nomada na području grada Splita;
- Uspostavljanje metodološkog okvira za praćenje učinaka digitalnih nomada na grad Split odnosno na lokalno stanovništvo;
- Kreiranje informacijske osnove za definiranje gradske turističke politike prema digitalnim nomadima i informirano upravljanje tim segmentom potražnje.

U ovom se izvještaju, nakon kratkog opisa primijenjenog metodološkog okvira i alata analize, prvo definira fenomen digitalnih nomada i digitalnog nomadstva kao životnog stila, a zatim se daje pregled znanstvene i stručne literature na temu digitalnih nomada u svijetu, uključujući njihova obilježja, životni stil, čimbenike izbora destinacije i trendove. Slijedi pregled literature na temu digitalnih nomada u Hrvatskoj s naglaskom na nedavne promjene zakonodavnog okvira. Rezultati istraživanja provedenih u okviru ove studije prikazuju se i analiziraju u sljedeća tri poglavlja. Prvo se prikazuju obilježja digitalnih nomada u Splitu u razdoblju 2021. – 2022. godina, a zatim prednosti i nedostaci grada Splita kao destinacije digitalnih nomada sa stajališta glavnih skupina dionika. Slijedi procjena i komentar koristi i učinaka od potražnje digitalnih nomada za lokalno stanovništvo i lokalno gospodarstvo te, zaključno, glavne preporuke proizašle iz rezultata provedenih istraživanja i analiza.

METODOLOŠKI PRISTUP

Metodološki okvir za provođenje istraživanja obilježja digitalnih nomada u Splitu i njihovih učinaka na grad Split temeljio se na sljedećem:

- Transparentnosti načina i metoda prikupljanja i obrade podataka putem uključivanja naručitelja u sve odrednice i faze provođenja projektnih aktivnosti;
- Uključivanju predstavnika svih glavnih dionika na tržištu digitalnih nomada u Splitu;
- Detaljnoj analizi dostupnih sekundarnih izvora podataka;
- Prikupljanju neophodnih podataka koji nisu dostupni iz drugih izvora putem posebno osmišljenog i ciljevima prilagođenog programa primarnih istraživanja.

Osnovni metodološki okvir istraživanja

Za ispunjavanje postavljenih ciljeva korišteni su mnogobrojni sekundarni izvori podataka te je provedeno niz primarnih istraživanja, kao što je prikazano na slici 1. Svi su se podaci i analize odnosili na područje grada Splita i razdoblje od 2021. do 2022. godine.

Slika 1: Shematski prikaz metodološkog okvira



Analiza sekundarnih izvora podataka

Prvi korak bila je analiza dostupnih sekundarnih izvora podataka o temi digitalnih nomada. Analizirali su se znanstveni i stručni izvori podataka dostupni online, na portalima Google Scholar, Research Gate, Academia.edu i sl.

Cilj analize sekundarnih izvora podataka bio je:

- Definirati pojam i fenomen 'digitalni nomad';

- Utvrditi profil digitalnih nomada (zemlje iz kojih dolaze, dobna struktura, razina obrazovanja, područja rada i sl.);
- Razumjeti motivaciju digitalnih nomada;
- Upoznati se s ponudom destinacija digitalnih nomada i faktora odabira destinacije;
- Razumjeti način života digitalnih nomada (duljina boravka u destinacijama, primanja, vrsta smještaja, aktivnosti, troškovi i sl.);
- Identificirati utjecaj digitalnih nomada na destinacije, trendove koji utječu na digitalno nomadstvo te trendove u digitalnom nomadstvu.

Korištene studije, znanstveni članci, portali i mrežne stranice navedeni su u popisu literature i izvora podataka.

Dodatno su analizirani i podaci sustava eVisitor za područje grada Splita tijekom 2021. i 2022. godine. Analizirani su broj dolazaka turista i broj noćenja prema duljini boravka (kategorije 20 do 90 noćenja i više od 90 noćenja) i zemlji porijekla turista.

Program primarnih istraživanja

Za prikupljanje podataka o digitalnim nomadima u Splitu definiran je sveobuhvatan program primarnih istraživanja. Program je bio osmišljen kao kombinacija kvalitativnih i kvantitativnih primarnih istraživanja s obzirom na to da su digitalni nomadi relativno novi i potpuno neistraženi segment turističke potražnje u Splitu.

Glavni ciljevi tog programa bili su prikupljanje podataka o:

- Profilu i obilježjima digitalnih nomada;
- Motivaciji za izbor Splita kao destinacije privremenog boravka;
- Obilježjima boravka u Splitu (duljina boravka, vrsta smještaja, aktivnosti, izdaci i sl.);
- Zadovoljstvu boravkom u Splitu (dobre i loše strane Splita kao destinacije za digitalne nomade);
- Usporedbi Splita s drugim konkurentskim destinacijama na tržištu digitalnog nomadstva (u Hrvatskoj i inozemstvu).

Program primarnih istraživanja uključio je sljedeća istraživanja:

- Dubinski intervju s predstavnikom(com) Udruge digitalnih nomada Hrvatske;
- Dubinski intervju s digitalnim nomadima u Splitu;
- Fokus grupa s pružateljima usluga smještaja/privatnim iznajmljivačima u Splitu;
- Dubinski intervju s ostalim lokalnim dionicima u Splitu;
- Online istraživanje (anketa) digitalnih nomada u Splitu.

U nastavku se u kratko opisuju provedena primarna istraživanja, uključujući vrijeme i način provođenja te uzorak i glavne teme istraživanja. Glavni nalazi svih provedenih istraživanja prikazani su u sljedećim poglavljima.

Dubinski intervjui s glavnim dionicima

Glavni ciljevi dubinskih intervjua s glavnim dionicima bili su steći uvid o veličini i obilježjima tržišta digitalnih nomada u Hrvatskoj i Splitu u 2021. i 2022. godini te o dosadašnjim iskustvima dionika s

digitalnim nomadima u Splitu i mogućim utjecaji digitalnih nomada na grad. Jedan od ciljeva bio je i potaknuti suradnju u drugim planiranim istraživanjima (dubinskim intervjuima s nomadima i online anketi digitalnih nomada).

Provedena su ukupno četiri dubinska s glavnim dionicima tijekom travnja 2022. godine. Proveli su ih istraživači Instituta za turizam u suradnji s predstavnicima TZ Grada Splita, koristeći unaprijed pripremljeni strukturirani vodič za dubinski intervju (na hrvatskom ili engleskom jeziku). Intervjui su u prosjeku trajali oko 60 minuta, a provedeni su s:

- predstavnikom udruge digitalnih nomada Hrvatske (g. Michale Feer, tadašnji direktor udruge Digital Nomad Association Croatia),
- gđom. Tamarom Ilc Arvan, vlasnicom „The Works Cooworking“ u Splitu,
- gđom. Tanjom Polegubić, vlasnicom „Saltwater Nomads“ te
- predstavnicima TZ Grada Splita.

Dubinski intervjui s digitalnim nomadima u Splitu

Cilj dubinskih intervju s digitalnim nomadima u Splitu bio je steći uvid u život digitalnih nomada u Splitu, njihovom zadovoljstvu i izazovima života u gradu te prihodima i troškovima tijekom boravka. S obzirom na izazovnu i zahtjevnu regrutaciju ispitanika/digitalnih nomada i relativno slabi odaziv na poziv na intervju putem društvenih mreža i prije ostvarenih kontakata s predstavnicima udruga i/ili drugih dionika, TZ Grada Splita naknadno je ponudila digitalnim nomadima poklon za sudjelovanje u istraživanju (dvosatna vožnja brodom).

Provedeno je ukupno osam dubinskih intervju s digitalnim nomadima koji borave u Splitu ili su boravili u Splitu u 2021. i 2022. godini. Intervjui su provedeni online, putem Microsoft Teams programa, u trajanju od oko 40 minuta u prosjeku. Provedeni su na engleskom jeziku u razdoblju od 1. do 10. lipnja 2022. Za intervju je bio pripremljen strukturirani vodič na engleskom jeziku, a proveli su ih istraživači agencije IPSOS, u suradnji s TZ Grada Splita.

Fokus grupa s pružateljima usluga smještaja/privatnim iznajmljivačima u Splitu

Glavni ciljevi fokus grupe s pružateljima usluga smještaja, odnosno privatnim iznajmljivačima u Splitu bili su prikupiti informacije o njihovim dosadašnjim iskustvima s digitalnim nomadima u Splitu, njihovim stavovima o mogućim utjecajima digitalnih nomada na grad, izazovima suradnje s digitalnim nomadima te preporukama za budućnost. Za provođenje fokus grupe pripremljen je strukturirani vodič s temama i razrađenim potpitanjima. U cilju podizanja odaziva privatnih iznajmljivača na sudjelovanje u fokus grupi, TZ Grada Splita pripremila je za sudionike poklone (poklon vrećice s promotivnim materijalima kao što su mali notes TZ Grada Splita s olovkom napravljen od recikliranog materijala, zaštitna navlaka za prtljagu dizajnirana s motivima Splita, kišobran s logotipom park-šume Marjan, šalica za kavu/čaj s logotipom park-šume Marjan, magnet od bračkog kamena s fotografijom splitskih znamenitosti/lokacija, dvojezična publikacija Put u Split – Storytelling vodič kroz palaču cara Dioklecijana).

Fokus grupa je održana 1. lipnja 2022. s osam predstavnika privatnih iznajmljivača u Splitu, uključujući one s iskustvom u iznajmljivanju smještaja digitalnim nomadima i one bez tog iskustva. Fokus grupa je održana u organizaciji agencije IPSOS i TZ Grada Splita. Pripremljeni su transkripti koji su bili osnova za daljnju analizu prema temama.

Većina iznajmljivača su bili fakultetski obrazovani i imali su iskustvo života u inozemstvu.

Online istraživanje (anketa) digitalnih nomada u Splitu

Cilj kvantitativnog istraživanja (ankete) digitalnih nomada u Splitu bio je prikupiti podatke na reprezentativnom uzorku digitalnih nomada kako bi se dobila podloga za generalizaciju rezultata istraživanja i procjenu učinaka digitalnih nomada na grad. Specifično, ciljevi istraživanja bili su prikupiti informacije o:

- profilu digitalnih nomada u Splitu,
- obilježjima boravka digitalnih nomada u Splitu,
- zadovoljstvu boravkom u Splitu,
- izazovima boravka u Splitu,
- primanjima i izdacima tijekom boravka u Splitu.

Istraživanje je obuhvaćalo digitalne nomade koji su u Splitu boravili tijekom 2021. i 2022., odnosno one koji su bili u Splitu tijekom provođenja istraživanja. Planirana veličina uzorka je bila 100 digitalnih nomada.

Podaci su se prikupljali online, a kao instrument istraživanja kreiran je visoko strukturirani upitnik na engleskom jeziku, prilagođen online prikupljanju podataka. Upitnik je izrađen koristeći online alat za izradu obrazaca (Google Docs), a za ispunjavanje je bilo potrebno najviše 15 minuta. Za brzu poveznicu na upitnik izrađen je i QR kod.

Regrutacija ispitanika, odnosno diseminacija poveznice na anketu uključivala je nekoliko aktivnosti:

- objavu informacije o provođenju istraživanja na društvenim mrežama (Digital Nomads Split Croatia, Digital Nomad Croatia, Expats meet Split) tijekom srpnja i rujna 2022, međutim administratori grupa su odbili zahtjev za objavu poveznice na upitnik;
- diseminaciju informacije o provođenju istraživanja i poveznice na upitnik putem raznih dionika, od kojih su neki bili uključeni u prethodna istraživanja (primjerice, predstavnici udruge DNA Croatia, predstavnica „Saltwater Nomads“, organizatori događanja Split Tech City i Locals n'Nomads, predstavnici Zajednice obiteljskog turizma HGK na nacionalnoj razini, Sekcije Zajednice obiteljskog turizma ŽK Split, Odsjeka za turizam ŽK Split i drugi);
- sudjelovanje na događajima organiziranim za digitalne nomade na kojima su istraživači Instituta za turizam u suradnji s TZ Grada Splita sudjelovali osobno ili su preko organizatora podijelili poveznice na upitnik:
 - A summer edition of the Locals' n'Nomads meetup, Split, 19.7.2022.,
 - Slomadism, Split, 22.9.2022.,
 - Rasprava Digital Nomad's Lifestyle, Split, 24.9.2022.,
 - Dani hrvatskog turizma 2022., Šibenik, 8.10.2022. i druga.

Uslijed slabog odaziva digitalnih nomada na poziv za ispunjavanje upitnika tijekom ljetnih mjeseci 2022., vrijeme prikupljanja podataka produljeno je, u dogovoru s TZ Grada Splita, do listopada 2022. Usprkos svim navedenim aktivnostima i produljenju rokova, u razdoblju od lipnja do listopada 2022. godine prikupljena su 33 pravilno ispunjena upitnika. Većina ispitanika, njih 29 ili 88% bili su u Splitu u vrijeme ispunjavanja upitnika.

DIGITALNI NOMADI: POLAZIŠTE I TRENDOM²

Iako ne više tako nova pojava, digitalni nomadi još uvijek su relativno neistražen segment potražnje. Štoviše, nema jedinstvene i prihvaćene definicije digitalnih nomada, a slijedom toga niti relevantnih statističkih pokazatelja o veličini tog segmenta. Stoga se u ovom poglavlju, temeljeno na znanstvenim i stručnim izvorima, daje pregled pojave digitalnog nomadstva, njihovih obilježja i životnog stila, destinacija koje posjećuju te trendovi vezani uz potražnju digitalnih nomada.

Definicija

Kroz povijest čovječanstva pojam nomadstva vezivao se uz ljude koji su mijenjali svoja boravišta u potrazi za hranom i skloništem. Kasnije se u srednjovjekovnoj Europi pojavio pojam 'Wanderjahre' koji je označavao razdoblje od dvije ili tri godine u kojem su mladi trgovci kretali na put ('auf der Walz') od grada do grada noseći alate svog zanata kako bi poboljšali svoje osobne i profesionalne vještine. Iako je fenomen 'Wanderjahre' gotovo u potpunosti iščeznuo tijekom industrijske revolucije i dva svjetska rata, i danas postoje oni koji imaju potrebu za putovanjem, za upoznavanjem različitih kultura i stjecanjem novih prijateljstava diljem svijeta. Tijekom posljednja dva desetljeća povećao se broj onih koji upoznaju nove kulture i putuju na različita mjesta, istovremeno zarađujući za život uz pomoć tehnologije (Aroles, Granter, i de Vaujany, 2020; Orel, 2019). Te ljude najčešće nazivamo digitalnim nomadima, a njihov stil života digitalno nomadstvo.

Pojam digitalnog nomadstva prvi put je spomenut 1997. godine u knjizi Digital Nomad autora Tsugia Makimota i Davida Mannersa koji su taj pojam opisali kao rad neovisan o lokaciji i vremenu (Makimoto, 2013). Nadalje, Liegl (2014) opisuje digitalne nomade kao mobilne radnike opremljene digitalnom tehnologijom za rad 'bilo kad i bilo gdje'. U tom smislu, Muller (2016) nadodaje da je to nova generacija mladih radnika, poduzetnika, lokacijski i vremenski neovisnih, koji obavljaju svoje radne zadatke online.

Četiri su ključna elementa u radu digitalnih nomada (Nash i sur., 2028). To su digitalni rad, 'gig' rad, nomadski rad i globalna pustolovna avantura. Digitalni rad podrazumijeva korištenje različitih digitalnih alata i platformi za stvaranje različitih digitalnih dobara. Veliki broj digitalnih aplikacija i programa koje koriste digitalni nomadi može se podijeliti u dvije kategorije: 1) specifični za profesiju i 2) opći alati. Dok alate specifične za profesiju koriste samo ljudi u određenim područjima rada, postoje određene tehnologije koje su univerzalne za sve digitalne nomade, poput aplikacija za razmjenu poruka koje se koriste u komunikacijske svrhe. Popularna aplikacija za razmjenu poruka među digitalnim nomadima na forumima je Slack. Aplikacija korisniku omogućuje komunikaciju s mnogo različitih ljudi i timova na jednostavan način. Također, mnogi digitalni nomadi koriste aplikaciju Skype za prisustvovanje

² Glavni izvori podataka o obilježjima digitalnih nomada i trendovima su istraživanja:

The Digital Nomad Search Continues, istraživanje je provedeno 2021. godine na reprezentativnom uzorku od 6.240 stanovnika SAD-a, MBO partners, rujan 2021.,

https://info.mbopartners.com/rs/mbo/images/MBO_Partners_2021_Digital_Nomad_Research_Brief.pdf,

<https://www.twoticketsanywhere.com/digital-nomad-statistics/>

Work and Wander: Meet Today's Digital Nomads, istraživanje je provedeno 2021. godine na uzorku digitalnih nomada (n=61), pri čemu je 44% ispitanika bilo iz SAD-a, a 39% iz Europe, Adventure Travel Trade Association (ATTA), ožujak 2021., <https://usou.edu/wp-content/uploads/2021/09/ATTA-2.pdf>.

udaljenim sastancima s partnerima ili klijentima (Nash i sur., 2018). Za sve to potrebna su im kvalitetna računala i kvalitetna i brza internetska veza. Vrlo često najveći izazov u destinaciji u koju se dolazi predstavlja lokalna infrastruktura (kvaliteta wi-fi signala, co-working prostori, smještaj). Ponekad (brza) internetska veza nije uvijek dostupna, posebice u 'egzotičnim' destinacijama koje digitalni nomadi često preferiraju. Razlog je često nedostatak cjelokupne, pa i internetske, infrastrukture čiji pak razvoj zahtijeva ulaganja od strane vlada i telekomunikacijskih tvrtki (Reichenberger, 2017).

Nadalje, 'gig' rad omogućuje ljudima rad na kraći rok, tj. omogućuje im sklapanje više jednokratnih poslova kroz fleksibilne poslovne aranžmane na zahtjev. Za kompanije je takva mogućnost financijski zanimljiva jer za takve zaposlenike ne plaćaju zdravstveno osiguranje i ostale doprinose što smanjuje trošak rada (Nash i sur., 2018). Takav način rada naziv se i 'ekonomija honorarnih poslova'.

Osim navedenog, digitalni nomadi mogu raditi i kao slobodni/samozaposleni stručnjaci (freelanceri, blogeri). Za njih je važan dinamičan i izazovan posao u kojem je dovoljno računalo i internetska veza. Oni nose računalo gdje god putuju, bilo to na drugi kraj svijeta ili samo u grad u blizini. Upravo takav nomadski rad predstavlja usklađivanje izvršavanja poslovnih obveza sa stalnim putovanjima.

Obilježja

- Većinom pripadaju generaciji Y ('Millennials', 44%), zatim generaciji X (23%) pa generaciji Z (21%), dok ih je 12% pripadnika 'Baby Boom' generacije;
- Biraju destinacije s manjim troškovima života od one u kojoj imaju stalni boravak. Također, biraju tropska područja ili mjesta idealna za hobije poput surfanja ili planinarenja. Neki od njih lokaciju svog nomadskog boravka odabiru prema godišnjim dobima pa tako značajan broj digitalnih nomada zime provodi u tropskim regijama, a ljeti su smješteni u Europi ili SAD-u (Nash i sur., 2018);
- 90% ima neki oblik formalnog obrazovanja. Među njima, najviše ih je s diplomom prvostupnika (64%), 33% ima magisterij, 3% doktorat, a 10% samo srednjoškolsko obrazovanje;
- Većina digitalnih nomada (66%) trenutno nema partnera. Od onih koji su s partnerom (njih 34%), dvije trećine (66%) ih je u braku. Od onih koji su u braku, samo 31% putuje s partnerom cijelo vrijeme, 38% ponekad, a 32% nikad;
- Od digitalnih nomada koji imaju partnera, samo 26% ima maloljetnu djecu. Većina djece (59%) ne putuje s roditeljima-nomadima uopće ili putuju samo ponekad;
- Digitalni nomadi imaju stalne (71%) ili honorarne (29%) poslove, a većina (85%) ih je zadovoljna ili vrlo zadovoljna tim poslovima;
- U prosjeku rade 46 sati tjedno. Uglavnom su samozaposleni, a najčešći oblici rada su:
 - Samostalni rad za više tvrtki: 36%;
 - U vlastitoj tvrtki: 33%;
 - Zaposlenik jedne tvrtke: 21%;
 - Samostalni rad za jednu tvrtku: 5%;
- Rade u raznim područjima, uključujući:
 - Informacije i telekomunikacije (IT): 19%;
 - Kreativne usluge: 10%;
 - Obrazovanje i obuka: 9%;
 - Savjetovanje, podučavanje i istraživanje: 8%;
 - Prodaja, marketing i odnosi s javnošću: 8%;
 - Financije i računovodstvo: 8%;

- Prosječni mjesečni prihod digitalnih nomada iznosi 4.500 USD, a od tog iznosa na stanovanje odlazi 1.000 USD, na prijevoz 211 USD te na hranu 409 USD (36% prihoda odnosi se na lokalnu potrošnju, odnosno na potrošnju u destinaciji boravka);
- Više od 60% digitalnih nomada boravi do tri mjeseca na jednom mjestu;
- Iskustvo digitalnog nomadstva najčešće uključuje život u tri do četiri zemlje, iako su neki živjeli i u 10 ili više zemalja. Tijekom godine većina posjeti jednu do dvije zemlje;
- Indonezija je najpoželjnija destinacija za digitalne nomade, a slijede Meksiko i Tajland. U Europi su Španjolska i Portugal najpopularnije destinacije za digitalne nomade;
- Digitalni nomadi borave u raznim oblicima smještaja – hoteli, hosteli, apartmani za kratkoročni najam (AirBnB), kod prijatelja/rodbine, 'co-living' smještaj, automobil/kombi;
- Iako preferiraju raditi kod kuće (u smještaju), rade i u različitim 'co-working' prostorima, knjižnicama i/ili kafićima. Smatraju da je povremeni rad izvan kuće važan i zbog održavanja mentalnog zdravlja i društvenog života³.

Ukratko, digitalni nomadi su mlađa populacija (20 do 37 godina) koja voli dinamičan i izazovan posao koji im omogućuje stalna putovanja, doživljavanje različitih kultura te susret s mještanima i istomišljenicima. Važno im je živjeti pojednostavljenim načinom života. Osnovni kriterij odabira destinacije su manji troškovi života, pouzdana internetska veza i ugodna klima.

Trendovi⁴

- Pandemija Covid-19 izrazito je utjecala na povećanje broja digitalnih nomada, prije svega onih s tzv. tradicionalnim poslovima (primjerice, zaposlenici kod jednog poslodavca) koji su uslijed pandemije počeli raditi od kuće. Dio njih je 'rad od kuće' obavljao na putovanjima pa je broj digitalnih nomada s tzv. tradicionalnim poslovima porastao sa 6,3 u 2020. na 10,2 milijuna u 2021. (42%);
- Rast, iako znatno manji, zabilježen je i među digitalnim nomadima koji su samozaposleni (slobodna zanimanja, honorarni poslovi i sl.). Njihov je broj u istom razdoblju povećan za 15%;
- Trend rasta broja digitalnih nomada prisutan je u generaciji Z i među milenijalcima:
 - Udio digitalnih nomada generacije Z porastao je s 19% u 2020. na 21% u 2021.;
 - Udio milenijalaca porastao je u istom razdoblju s 42% na 44%;
- Trend stagnacije ili pada prisutan je među starijom populacijom:
 - Udio digitalnih nomada generacije X u 2021. ostao je nepromijenjen u odnosu na 2020. (23%);
 - Udio pripadnika 'Baby Boom' generacije smanjio se sa 17% u 2020. na 12% u 2021.;
- Broj digitalnih nomada u svijetu procijenjen je na 35 milijuna u 2021. godini;
- Svaki drugi digitalni nomad u SAD-u (54%) planira nastaviti nomadski način života barem još sljedeće dvije godine. Za samozaposlene/zaposlene u slobodnim zanimanjima taj udio doseže 69%;
- Unatoč pandemiji COVID-19, 48% digitalnih nomada planira provesti barem neko vrijeme izvan SAD-a sljedeće godine. Ostalih 52% namjeravaju nastaviti nomadski život isključivo unutar SAD-a;
- Broj digitalnih nomada koji putuju, žive i rade u kamperima, kombijima i drugim prijevoznim sredstvima pretvorenim u tzv. stanove za lutanje ('VanLifers') porastao je za 37% u 2021. u odnosu na 2020., dosegnuvši 2,6 milijuna;

³ <https://abrotherabroad.com/digital-nomad-statistics>

⁴ Odnosi se isključivo na populaciju SAD-a (MBO, 2021.)

- 24 milijuna stanovnika SAD-a koji nisu digitalni nomadi namjeravaju voditi nomadski način života u sljedeće dvije do tri godine. To je povećanje od 20% u odnosu na 2020;
- Već je zabilježen trend smanjivanja broja destinacija koje digitalni nomadi posjećuju. S druge strane, produljuje se boravak u jednoj destinaciji. Očekuje se nastavak tog trenda;
- Kao posljedica toga da sve veći broj tvrtki i kompanija dozvoljava rad na daljinu, u potpunosti ili povremeno (hibridni način rada), očekuje se (i) da će veći broj tzv. tradicionalnih zaposlenika barem neko vrijeme postati digitalni nomadi te (ii) da će nomadi birati destinacije bliže mjestu stalnog boravka (u slučaju hibridnog načina rada).

Prednosti digitalnog nomadstva

Poslovi digitalnih nomada u potpunosti ovise o digitalnim uređajima i alatima. Takav rad omogućuje veću prostornu fleksibilnost i stvara tržišne strukture rada gdje se sve veći broj poslova izvodi na temelju honorarnih ugovora (Ekbia, Nardi, 2017 prema Ens, Stein, Jensen, 2019). Stoga je za izvođenje digitalnog nomadskog rada implicitna mobilnost i veliki broj mjesta u kojima se potencijalno može raditi. To uvodi i veću fleksibilnost za radnike u smislu gdje, kako i kada se posao radi, što, pak, dovodi do veće produktivnosti (Laloux, 2014 prema Ens, Stein, Jensen, 2019). U takvim radnim uvjetima, zaposlenik se osjeća sretno te osjećaj privrženosti prema poslu raste (OWLLabs - State of Remote Work, 2019).

U skladu s navedenim obilježjima rada, prednosti koje digitalno nomadstvo predstavlja za pojedinca su:

- osjećaj slobode,
- autonomnost pojedinca,
- fleksibilnost u odabiru i obavljanju poslova te
- usklađivanje životnog stila s poslovanjem.

Isto tako, pojedinci u digitalnom nomadstvu razvijaju i unaprjeđuju nove vještine do razine koja nije moguća u klasičnom radnom vremenu. To su planiranje, organizacija i kontrola izvršenja vlastitog rada. U nedavnom istraživanju ATTE (2021), većina sudionika kao glavne razloge za odabir nomadskog načina života navodi mogućnost neprestanog putovanja, slobodu, doživljavanje različitih kultura i upoznavanje lokalnog stanovništva.

Isto tako, tijekom boravka u zemljama diljem svijeta, digitalni nomadi mogu iznajmljivati nekretnine ako ih posjeduju u matičnim zemljama i na taj način ostvariti dodatne prihode koji mogu biti veći od troška smještaja u zemlji u kojoj se nalaze. U nekim popularnim destinacijama za digitalne nomade troškovi života su niži nego li u Europi ili SAD-u.

Uzimajući u obzir i relativno dobre mjesečne prihode digitalnih nomada (prema ATTE-om istraživanju u kojem je sudjelovalo 44% ispitanika iz Sjeverne Amerike i 39% ispitanika iz Europe ukupni prosječni mjesečni prihod digitalnih nomada je bio 4.500 USD), a time i dobru potrošačku moć, mnoge destinacije nastoje se pozicionirati kao destinacije pogodne za digitalne nomade. U tom smislu neke su zemlje već izglasale nove zakone kojima se jasno definiraju uvjeti boravka digitalnih nomada.

Izazovi digitalnog nomadstva

Jedan od istaknutih izazova s kojim se digitalni nomadi suočavaju je nemogućnost ograničavanja radnog vremena što rezultira stresom i izgaranjem na poslu (Mazmanian i sur., 2013. prema Ens, Stein, Jensen, 2019, ATTA, 2021) te pritiskom pod kojim se nalaze zbog toga što se neprekidno sami moraju motivirati na rad (Lindenbaum, 2017. prema Ens, Stein, Jensen, 2019:2). Prema istraživanjima digitalnih nomada (Owllab, 2019; MBO, 2021; ATTA, 2021), najčešći izazovi digitalnog nomadstva su:

- nemogućnost isključivanja iz poslovnih obveza (biti neprekidno dostupna/an i previše raditi),
- nesigurnost (neznanje što donosi sutra),
- usamljenost (nedostajanje doma, obitelji i prijatelja),
- potencijalne financijske poteškoće (prihodi često nisu redoviti),
- otežana suradnja i komunikacija sa suradnicima i klijentima,
- otežano zadržavanje motivacije i izvršavanje zadataka uz pozitivan stav.

Najveći uzrok stresa i izgaranja je upravo njihova neprekidna dostupnost klijentima i suradnicima. Međutim, s iskustvom kojeg stječu radeći na taj način većina njih nauči povući granicu između radnog i slobodnog vremena jer neprekidan rad nije dugoročno održiv. Drugi izazov je uvelike uvjetovan načinom digitalnog rada. U digitalnom prostoru svi imaju jednaku šansu i kroz proces osobnog brendiranja i poslovanja mogu biti stalno zaposleni i imati redovne visoke prihode. Ipak, često digitalni nomadi nemaju stalna zaposlenja i samim time osjećaju se nesigurno.

Sljedeći izazov se odnosi na osobne veze s bliskim ljudima koje često mogu biti zapostavljene zbog ovakvog načina rada i života. Stoga je potrebno dobro planirati razdoblja provođenja vremena u matičnoj zemlji s najbližima. Isto tako, financijske poteškoće najčešće su povezane s nesigurnošću zaposlenja i neredovitim prihodima. Potrebno je istaknuti i poteškoće koje se odnose na ostvarivanje inicijalnog kontakta s potencijalnim suradnicima, ali i komunikaciju tijekom obavljanja poslova. Klijenti često znaju mijenjati svoje zahtjeve u zadnji trenutak što može uzrokovati veliki stres i nelagodu. Na kraju, važno je istaknuti da veliki izazov predstavlja i mogućnost motiviranja samoga sebe da se zadatci izvrše na najvišoj mogućoj razini. Za to je potrebna disciplina i odgovornost samog digitalnog nomada.

Destinacije

Prema istraživanjima digitalnih nomada (Owllab, 2019, MBO, 2021, ATTA, 2021) najvažniji elementi kod odabira destinacija su:

- pouzdana internetska veza,
- povoljna klima (vremenske prilike),
- niski troškovi života, osobito za one u dobi od 25 do 34 godine,
- jednostavan postupak dobivanja vize ili produljenja istih, pri čemu prednost imaju destinacije za koje nisu potrebne vize,
- kulturne i prirodne atrakcije u destinaciji,
- sigurnost destinacije te
- dobro organiziran javni prijevoz i povezanost s drugim destinacijama.

Na samom vrhu ljestvice se nalaze kvalitetna internetska veza, vremenske prilike te troškovi života u destinaciji. Destinacije koje se žele pozicionirati kao privlačne za digitalne nomade moraju ulagati u infrastrukturu (proširenje mreže optičkih kabela) koja će omogućiti različitim tele-operaterima pružanje brze i kvalitetne internetske veze. Isto tako, potrebno je jasno i transparentno komunicirati

kolika je maksimalna brzina internetske veze u destinaciji. Ta brzina je jasno mjerljiva i najčešće se izražava u megabitima po sekundi (Mbit/s) te digitalnim nomadima olakšava izbor.

Nadalje, trošak života je vrlo važan kriterij u odabiru destinacije. Takav podatak je dostupan na brojnim mrežnim stranicama i grupama na društvenim medijima pomoću kojih digitalni nomadi mogu saznati realne troškove života u nekoj destinaciji. Ovaj ključni kriterij također je egzaktno mjerljiv kao i brzina internetske veze.

Vremenski uvjeti u destinaciji su osobni izbor jer neki preferiraju tropske krajeve, a neki traže destinacije s puno nižim temperaturama i razinom vlažnosti zraka. S tim kriterijem povezane su i aktivnosti koje se mogu raditi u nekoj destinaciji poput šetnji, opuštanja na plaži, posjete različitim muzejima i slično. Prilikom odabira smještaja, uz pouzdanu internetsku vezu digitalni nomadi traže i pogodan prostor za rad odnosno mirnu sobu za sastanke (MBO, 2021).

DIGITALNI NOMADI U HRVATSKOJ

U Republici Hrvatskoj, 25. studenog 2020. izglasan je novi Zakon o strancima⁵ prema kojem se reguliraju vize za digitalne nomade te su ukinute godišnje kvote za zapošljavanje stranaca. Novim zakonom reguliran je privremeni boravak koji se odnosi na boravak digitalnih nomada. Privremeni boravak digitalnim nomadima može se odobriti u trajanju do godine dana sukladno članku 69. ovoga zakona. Prema tome zakonu digitalni nomad definiran je kao „državljanin treće zemlje koji je zaposlen ili obavlja poslove putem komunikacijske tehnologije za tvrtku ili vlastitu tvrtku koja nije registrirana u Republici Hrvatskoj i ne obavlja poslove ili pruža usluge poslodavcima na području Republike Hrvatske”.

O pozitivnom odjeku ovog zakona govori članak u svjetskom poznatom poslovnom časopisu Forbes: “Od ulica King’s Landinga, zvanog Dubrovnik, preko jezera i slapova Plitvica, do preko 1.000 zapanjujućih otoka, Hrvatska je prekrasna zemlja za provođenje vremena i istraživanje. Za to nema boljeg načina nego da se provede cijela godina tamo. To je moguće za digitalne nomade jer se ova zemlja pridružuje rastućem popisu mjesta koje radnici na daljinu mogu nazivati svojim privremenim domom” (Morrison, 2021). Također, i svjetski priznati brend turističkih vodiča Lonely planet prenio je vijest o ovom zakonu: “S obzirom na to da razne zemlje sada žele privući digitalne nomade, i Hrvatska je proširila svoje kratkoročne boravišne dozvole u kojima uključuje i putnike izvan Europske unije” (Smith, 2021). I mnogi drugi su pozitivno popratili vijest o reguliraju viza za digitalne nomade.⁶

Osim toga, Hrvatska turistička zajednica pokrenula je kampanju 'Croatia, your new office!' kojom potiče digitalne nomade na boravak u Hrvatskoj. Izrađena je i web stranica⁷ na kojoj su prezentirane pogodnosti života u Hrvatskoj, detaljno je prikazana procedura dobivanja vize za digitalne nomade u Hrvatskoj te su prikazana neka mjesta kao preporučena za posjet.

Kao glavne prednosti za život digitalnih nomada u Hrvatskoj Taylor (2021) navodi ljubaznost lokalnog stanovništva i njihovo poznavanje engleskog jezika, raznolikost kulture i ukusnu hranu, brojne povijesne atrakcije, ponudu aktivnosti na otvorenom, cijene i sigurnost destinacije. Elementi koji mogu biti prepreka boravku digitalnih nomada u Hrvatskoj su preveliki broj turista, manjak co-working prostora i prekomjerna turistička gužva. Još jedan jako bitan element su klimatski uvjeti. Na obali prevladava mediteranska klima, a u unutrašnjosti zemlje kontinentalna klima. Osim toga, jasno su regulirani uvjeti dobivanja viza za digitalne nomade. Najbolje destinacije u Hrvatskoj za digitalne nomade smatraju se Dubrovnik, Split, Hvar i Zagreb (Taylor, 2021). Poželjnost hrvatskih destinacija za digitalne nomade potvrđena je i prema podacima i istraživanju zajednice digitalnih nomada koji se okupljaju oko platforme Nomad List⁸, a koja je pozicionirala Zagreb i Dubrovnik u 10 najpoželjnijih destinacija na svijetu za digitalne nomade krajem 2021.

⁵ https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2020_12_133_2520.html

⁶ <https://www.marketwatch.com/story/digital-nomads-descend-on-croatia-already-a-hotspot-for-european-tourism-11615988212>; <https://www.euronews.com/2021/01/28/meet-croatia-s-first-official-digital-nomad-as-country-opens-its-doors-with-special-visa>

⁷ <https://croatia.hr/hr-hr/korisne-informacije/digital-nomads>

⁸ <https://nomadlist.com/>

S tim u vezi i Bradbury (2021) navodi slične prednosti Hrvatske kao poželjne destinacije za digitalne nomade:

- engleskim jezikom koristi se više od 80% populacije, a jako dobro su zastupljeni i njemački i talijanski jezik,
- niži troškovi života nego u većini drugih zemalja Europske Unije,
- ugodna klima, više od 300 sunčanih dana u nekim dijelovima Dalmacije,
- odlična povezanost s ostatkom Europe autobusom, avionom, automobilom i trajektom pri čemu je, primjerice, Split povezan zračnom vezom s više od 100 destinacija,
- sjajan način života koji u sebe uključuje trosatne kave uz more i ljenčarenja na plaži (malo je mjesta u Europi koja nude takav opušteni životni stil),
- jedna od najsigurnijih zemalja u Europi u smislu kriminala i opće sigurnosti i idealno mjesto za odgoj djece te
- fantastična lokalna vina i zdrava hrana.

Međutim, naglašava da brzina internetske veze u Hrvatskoj u manjim mjestima nije na visokoj razini te da su optički kabeli prisutni samo u užim gradskim mjestima.

Kao najbolje destinacije za digitalne nomade u Hrvatskoj navodi otoke Korčulu i Hvar te gradove Split, Zagreb, Dubrovnik i Osijek. Od regija apostrofira Istru kao hrvatsku Toscanu koja je idealna za digitalne nomade. Od co-working prostora u Hrvatskoj ističu se Saltwater (Split), WIP (Split), Coin – Zadar, Co-working Rovinj – Rovigno i gotovo svi co-working prostori u Zagrebu.

Od digitalnih nomada koji trenutno najviše posjećuju Hrvatsku najviše je onih iz SAD-a, Ujedinjenog Kraljevstva, Australije i Njemačke (Bradbury, 2021).

U Hrvatskoj postoji nacionalna udruga digitalnih nomada pod nazivom Digital Nomad Association (DNA) Croatia. Glavni cilj one neprofitne organizacije je razvijati i promovirati Hrvatsku kao destinaciju za digitalne nomade.⁹ Informacije i pomoć digitalnim nomadima za dolazak u Hrvatsku nudi se i na stranicama Expat in Croatia.¹⁰

Postupak dobivanja vize za digitalne nomade u Republici Hrvatskoj

U skladu sa Zakonom o strancima, postupak dobivanja vize za digitalne nomade u Republici Hrvatskoj prikazuje se u idućih nekoliko paragrafa u pojednostavljenom obliku. Zahtjev se podnosi nadležnom tijelu ovisno o tome je li državljani treće zemlje potrebna viza za ulazak u Republiku Hrvatsku ili nije. Ukoliko je potrebna viza za ulazak u RH, zahtjev se podnosi u diplomatskoj misiji/konzularnom uredu RH u inozemstvu. Ukoliko nije potrebna viza za ulazak u RH, zahtjev se podnosi ili u diplomatskoj misiji/konzularnom uredu RH ili u nadležnoj policijskoj upravi odnosno policijskoj postaji prema mjestu boravišta.

Za predaju zahtjeva potrebna je sljedeća dokumentacija (Rihelj, 2021 prema Ministarstvo unutarnjih poslova RH)¹¹:

⁹ <https://dnacroatia.com/>

¹⁰ <https://www.expatincroatia.com>

¹¹ <https://mup.gov.hr/aliens-281621/stay-and-work/temporary-stay-of-digital-nomads/286833;>
<https://digitalnomadscroatia.mup.hr/Pages/Zahtjev>

1. Ispunjen Obrazac 1a;
2. Preslika valjane putne isprave (rok važenja putne isprave mora biti tri mjeseca duži od razdoblja valjanosti namjeravanog boravka);
3. Dokaz o zdravstvenom osiguranju (putno ili privatno zdravstveno osiguranje mora pokrivati područje Republike Hrvatske);
4. Dokaz o svrsi (ugovor o radu ili drugi dokument kojim se dokazuje da se radi o obavljanju poslova putem komunikacijske tehnologije za stranog poslodavca ili vlastitu tvrtku koja nije registrirana u RH), odnosno izjava poslodavca ili državljanina treće zemlje (kao dokaz da se radi o obavljanju poslova poslove putem komunikacijske tehnologije) te ugovor o radu ili obavljanju posla za stranog poslodavca ili preslika registracije vlastite tvrtke i dokaz da putem vlastite tvrtke obavlja navedene poslove;
5. Dokaz o sredstvima za uzdržavanje za vrijeme boravka u Republici Hrvatskoj. Kao dokaz priznaje se izvod bankovnog računa ili dokaz o redovnom priljevu sredstava. Sukladno Uredbi o načinu izračuna i visini sredstava za uzdržavanje državljanina treće zemlje u Republici Hrvatskoj (Narodne novine br. 14/21) koja je stupila na snagu 13. veljače 2021., državljanin treće zemlje koji regulira privremeni boravak u svrhu boravka digitalnih nomada mora raspolagati sredstvima u visini od najmanje 2,5 prosječne mjesečne neto isplaćene plaće za prethodnu godinu na temelju službeno objavljenih podataka Državnog zavoda za statistiku, a za svakog daljnjeg člana obitelji ili životnog ili neformalnog životnog partnera iznos se uvećava za dodatnih 10 % prosječne mjesečne neto isplaćene plaće. U ovom trenutku iznos potrebnih sredstva na mjesečnoj osnovi je minimalno 16.142,5 kn, odnosno ako je namjeravani period boravka u Republici Hrvatskoj 12 mjeseci, potrebno je dokazati da osoba raspolaže sredstvima u iznosu minimalno od 193.710,00 kn;
6. Dokaz da osoba nije pravomoćno osuđena za kaznena djela iz matične države ili države u kojoj je boravila duže od godine dana neposredno prije dolaska u Republiku Hrvatske;
7. Adresa boravka ili namjeravanog boravka u Republici Hrvatskoj. Ako se radi o podnošenju prvog zahtjeva i osoba nema adresu u Republici Hrvatskoj, moguće je kao adresu namjeravanog boravka navesti privremenu adresu (hostela/hotela ako je rezerviran/potvrđena rezervacija smještaj).

Navedenim Zakonom o strancima Republika Hrvatska je pojednostavnila postupak dolaska digitalnih nomada i time omogućila da bude što privlačnija tom tržištu.

DIGITALNI NOMADI U SPLITU U 2022. GODINI

U ovom se poglavlju prikazuju rezultati svih provedenih primarnih istraživanja (dubinski intervjui s digitalnim nomadima, fokus grupa s iznajmljivačima i online anketa digitalnih nomada), grupirani prema obilježjima.

O nomadskom životu općenito

Tko su digitalni nomadi u Splitu?	Dubinski intervjui
	• 30 do 45 godina • Dolaze iz Velike Britanije, Singapura, SAD-a, Italije i Ukrajine • Samci • Područje rada: IT (programeri), 'freelanceri', poslovni razvoj, pisci/blogeri, osobni savjetnici
	Fokus grupa
	• Uglavnom samci, stariji dolaze u parovima • Prije pandemije dolazili su i iz dalekih destinacija (Južna Koreja, Indija, Australija, Paragvaj, Brazil) • Širi skup zanimanja od onih vezanih isključivo uz IT - učiteljica španjolskih plesova, spisateljica, dizajneri odjeće, dizajneri interijera
	Anketa
	• 33 godine u prosjeku • Široka lepeza zemalja iz kojih dolaze, više od trećine ih je iz prekomorskih zemalja • Pojedinačno, najviše ispitanika je bilo iz Ukrajine (18%), SAD-a (15%), Kanade (12%), Velike Britanije (9%), Švedske (9%), Irske (6%), Nizozemske (6%), Poljske (6%) i drugih • Iznadprosječno obrazovani: 61% ima fakultetsko obrazovanje (četverogodišnje ili petogodišnje), 24% ima diplomu prvostupnika, a 5% znanstveni magisterij ili doktorat • Načini rada: ○ Samostalni rad ('freelancer') za više tvrtki: 30%; ○ U vlastitoj tvrtki: 27%; ○ Zaposlenik jedne tvrtke: 27%; ○ Samostalni rad (konzultant) za jednu tvrtku: 15%; • Najčešće područje rada u kojem je svaki treći digitalni nomad u Splitu je IT industrija, slijedi prodaja, marketing i odnosi s javnošću (27%), obrazovanje, obučavanje, vođenje (18%), konzultantske usluge (9%) te sve ostalo

Kako pravno reguliraju svoj boravak	Dubinski intervjui
	Uglavnom na turističkoj vizi, jer je proces dobivanja vize za digitalne nomade kompliciran dok stanovnici EU ne trebaju regulirati svoj boravak Iskustvo s DN vizom: • Komplicirani obrasci • Sporo odobravanje vize • Neke ključne informacije samo na hrvatskom • Uvjeti rigorozni i demotivirajući (npr. minimalni mjesečni prihod od 2.500 USD) • Najmodavci ne registriraju njihov boravak, što je preduvjet za vizu
	Fokus grupa
	• Turistička viza • DN viza: ○ Potvrda o nekažnjavanju izaziva najveće probleme ○ Birokracija – ne govori engleski
Zašto su odabrali nomadski stil života?	Anketa
	• 39% ima DN vizu • 33% ima turističku vizu • 27% ne treba vizu
	Dubinski intervjui
	• Neovisnost, fleksibilnosti i sloboda za one koji ne vole uobičajenu rutinu • Dugo željena promjena načina života potaknuta: ○ ključnim kritičnim životnim događajima (npr. razvod) ○ društvenim uvjetima (Brexit, pandemija, rat) • Utjecaj društvenih promjena: ○ Inspiracija da konačno počnu raditi ono što su dugo željeli (npr. blog o vinima) ○ Mogućnost da svoj ustaljeni posao rade na daljinu ○ Želja da izbjegnju velika ograničenja kretanja tijekom pandemije
Koje su prednosti nomadskog života?	Anketa
	• 24% kako bi upoznali različite kulture i susresti lokalne stanovnike • 19% kako bi mogli stalno putovati • 18% kako bi živjeli jednostavnijim životnim stilom • 14% kako bi susreli istomišljenike i druge digitalne nomade • 14% kako bi postigli bolju ravnotežu između posla i slobodnog vremena • 6% zbog manjih životnih troškova
	Dubinski intervjui
	• Osjećaj kontinuiranog godišnjeg odmora • Upoznavanje novih mjesta, kultura, ljudi, načina života • Ravnoteža između poslovnog i privatnog života • Veći stupanj fleksibilnosti • Sloboda – život bez dugoročnih veza i obaveza prema nekom ○ Sporo putovanje – dulji, smisleniji boravak na jednom mjestu

Koji su izazovi nomadskog života?	Dubinski intervjui
	• Samoća (stare veze je teško održavati, za stvaranje novih prijateljstava potrebno je vrijeme) • Društvena izoliranost (osjećaj odvojenosti od lokalne zajednice, zamora od pokušaja izgradnje nove društvene mreže/upoznavanja novih ljudi) • Neprekidno seljenje svaka tri mjeseca • Egzistencijalni problemi ○ viza – reguliranje statusa ○ smještaj primjerene cijene ○ selidba uvjetovana obrascem sezonalnosti

Iskustvo života u Splitu

Zašto su odabrali Split?	Dubinski intervjui
	• Vrijeme/klima • Administrativno-pravne prednosti (izvan Schengen zone)¹² • Atraktivnost grada (dojam dobiven usmenim preporukama, online recenzijama) • Osobni interesi
	Fokus grupa
	• Klima • Cjenovno povoljno, jeftini letovi • Sigurnost • Ljepota /bogata povijest • Dobra prometna povezanost
	Anketa
	• 32% dobri vremenski uvjeti • 21% atrakcije u Splitu • 17% poslovne veza/odnosi • 8% niži/niski troškovi života u Splitu • 6% pouzdana internetska veza • 6% jednostavni postupak dobivanja vize ili viza nije niti potrebna • 3% preporuke drugih digitalnih nomada, 5% ostalo

Iskustvo sa Splitom/ Hrvatskom	Dubinski intervjui
	• Većinom upoznali Split kao turisti, prije odluke o duljem boravku ○ Na proputovanju (npr. za Dubrovnik) ○ Prilikom istraživanja o sljedećoj destinaciji • Već su neko vrijeme boravili u Hrvatskoj (Zagreb, Rijeka, Osijek, Pula) • Tvrtka otvorila urede u Splitu (u slučaju Ukrajine)
	Anketa
	• Svaki drugi (55%) je prvi put u Hrvatskoj • 73% ih je prvi put u Splitu

¹² Nakon ulaska Hrvatske u Schengenski prostor početkom 2023., za digitalne nomade koji dolaze iz trećih zemalja to više neće biti prednost jer neće moći kombinirati boravak u ostalim europskim zemljama Schengenskog prostora s boravkom u Hrvatskoj.

S kim žive u Splitu?	Dubinski intervjui
	• Sami, tako biraju i stan • Izbjegavaju sustanare (a te ponude niti nema u Splitu)
	Anketa
	• 67% bez pratnje (sami su) • 18% samo s partnerom • 12% s drugim članovima obitelji, bez partnera (djeca, roditelji, neki drugi član obitelji) • 3% s partnerom i drugim članovima obitelji
Koliko dugo ostaju u Splitu?	Dubinski intervjui
	• Od mjesec do godine dana, s izuzetkom turističke sezone koju izbjegavaju i kada im najmodavci povise cijenu stana
	Fokus grupa
	• Uglavnom dva, iznimno tri mjeseca (ograničeni trajanjem turističke vize)
	Anketa
	• Od 17 do 500 dana • 25% ih ostaje do 48 dana • 50% ih ostaje do 100 dana • 174 dana u prosjeku (pet do šest mjeseci)
Gdje odsjedaju i kako pronalaze smještaj?	Dubinski intervjui
	• Najčešće preko AirBnB i Booking.com • FB grupe (npr. Digital Nomad Accommodation Croatia) popularne jer je dogovor direktno s najmodavcem i ne plaćaju posredničku naknadu • Uglavnom ne ostaju u prvom stanu koji su našli: ○ Stan je samo u kratkoročnom najmu ○ Našli su cjenovno povoljniji
	Fokus grupa
	• Preferiraju AirBnB i FB grupe zbog sigurnosti (izbjegavaju direktne dogovore) • NOVASOL – puno rjeđe
	Anketa
	• Najčešće odsjedaju u apartmanu (sami), zatim u apartmanu kojeg s nekim dijele, a slijedi hotel pa hostel • Od ukupnog broja noćenja (174 noćenja): ○ 76% je u apartmanima (sami) ○ 22,5% je u apartmanima ('shared') ○ 1,4% je u hotelima i ○ 0,2% je u hostelima • Pronalaženje smještaja: ○ 39% AirBnB ○ 15% Booking.com

	○ 9% turistička agencija ○ 6% prijatelji ○ 6% agencija za nekretnine ○ 6% Nomad Stays online platforma ○ 6% ostalo (društvene mreže, Nomad List online platforma, kamper, Tripadvisor itd.)
Što im je važno pri odabiru smještaja?	Dubinski intervjui • Lokacija • Cijena • Opremljenost (perilica rublja, internetska veza, dobro opremljena kuhinja) • Dnevna svjetlost • Tiha četvrt • Čistoća
	Fokus grupa • Stabilna i brza WIFI mreža • Dvije spavaće sobe (jednu koriste kao radnu) ili radni prostor s udobnom radnom stolicom • Cijena – iznajmljivači je formiraju i ugrađuju fleksibilnost ovisno o duljini boravka i čišćenju sa/bez • Mir – potreban za rad, bez puno aktivnosti u okolini koji bi im odvratili pažnju • Blizina trgovine • Cjenovno osjetljivi, ne traže luksuz
	Fokus grupa • Iznajmljivanje smještaja digitalnim nomadima je dodatni prihod izvan sezone • Dodatno, digitalni nomadi plaćaju četiri puta više nego što bi platili studenti • S druge strane, turističke apartmane koje iznajmljuju digitalnim nomadima bilo bi teško iznajmiti kroz dugoročni najam • Iznajmljivanje smještaja digitalnim nomadima omogućuje fleksibilnost – u sezoni ostvaruju višu cijenu kroz najam turistima, izvan sezone ostvaruju višu cijenu kroz najam digitalnim nomadima
Koje su prednosti za iznajmljivače?	
Kako su zadovoljni ponudom smještaja?	Dubinski intervjui • Na pozitivnoj strani: ○ Čistoća, dobar internet, opremljenost • Na negativnoj strani: ○ Cijena, osobito u sezoni

Gdje rade?	Dubinski intervjui
	• U svojim stanovima • Povremeno u kafićima – da izađu van i budu okruženi ljudima • Co-working prostor izbjegavaju: ○ Skupo ○ Nezgodno dijeliti radni prostor s drugim ljudima
	Fokus grupa
	• Uglavnom u stanovima • Često ih se vidi u kafićima
Kako se kreću po Splitu?	Anketa
	• 88% radi u smještaju (stanu, sobi) • 12% radi na nekom javnom mjestu (knjižnica, kafić i sl.)
	Dubinski intervjui
	• Uglavnom pješice (grad je idealne veličine) • Za transfere do/od aerodroma koriste Uber ili Bolt
	Fokus grupa
	• Pješice • Javni prijevoz • Bicikl (koji im iznajmljivač daje na korištenje)
	Anketa*
	• Gotovo trećina (32%) isključivo pješaci • 27% koristi javni prijevoz • 24% koristi taksi usluge • 9% koristi vlastiti automobil / motocikl • 6% koristi vlastiti bicikl • 3% koristi unajmljeni automobil ili motocikl
<i>* mogućnost više odgovora</i>	

Što rade u slobodno vrijeme?

Dubinski intervjui

- Uživaju biti vani – na plažama ili Marjanu
- Voze bicikli (iznajmljen)
- Uživaju u prirodi (šetnja uz obalu, na Marjan)
- Posjećuju barove (Charlie za druženje sa strancima, Drama za susrete s lokalnima)
- Odlaze na izlete (Trogir – jednodnevni, Hvar – višednevni)

Fokus grupa

- Sportske aktivnosti – odbojka na Bačvicama, teretane, joga, planinarenje (u grupama)
- Tjedna druženja zajednice DN
- Svuda okolo Splita – iznajmljuju auto ili idu preko agencija, organizirano

Anketa

Aktivnosti (*mogućnost više odgovora*):

- 50% do 60%:
 - Odlazi na plažu/kupanje
 - Odlazi u razgledavanje Splita
 - Posjećuje restorane/kafiće
- 40% do 50%:
 - Odlazi na izlete u okolicu
 - Odlazi u barove/noćni život
 - Luta okolo ('Hanging around')
 - Odlazi u kupnju
- 20% do 30%:
 - Posjećuje povijesne atrakcije
 - Odlazi na tržnicu
 - Odlazi na lokalna društvena okupljanja
- Manje od 20%:
 - Posjećuje kulturna događanja
 - Promatra lokalne stanovnike i običaje
 - Bavi se sportom i rekreacijom i pri tome koristi neku sportsku infrastrukturu (fitnes, teretana)

Izleti:

- 76% je tijekom boravka u Splitu bilo na barem jednom jednodnevnom izletu, od toga 20% u organizaciji turističke agencije
 - Najčešće destinacije su: otoci, NP Krka, Trogir, Omiš, Makarska
- 40% je tijekom boravka u Splitu otišlo na barem jedan višednevni izlet, sve u vlastitoj organizaciji
 - Najčešće destinacije su: otoci i Dubrovnik

Prehrana:

- Nešto više od polovice (52%) odlazi barem jednom tjedno u restoran/bar
 - 18% tri ili više puta tjedno odlazi u restoran/bar
- 66% naručuje hranu barem jednom svaki tjedan (39% jednom, ostali dva ili više puta)

S kim se druže?

Dubinski intervjui

- Lokalno stanovništvo
 - Više vole njihovo društvo od društva drugih DN ili stranaca, to im daje osjećaj da pripadaju lokalnoj zajednici
 - Oslanjaju se na njihove preporuke (gdje ići, što posjetiti) koje cijene više od svih drugih; izbjegavaju ono što je popularno među turistima
- Društvo digitalnih nomada
 - Zajednica digitalnih nomada u Splitu dobro je organizirana, ipak
 - preferiraju spontano druženje (dogovor preko društvenih mreža)
- Povremeno ih posjećuje rodbina i prijatelji

Fokus grupa

- Domaćinima / iznajmljivačima
 - Odlaze na utakmice na nagovor domaćina
 - Domaćini navraćaju dva – tri puta tjedno, osobito ako žive blizu – paze da nisu naporni, vjeruju da takav pristup doprinosi zadovoljstvu DN i pozitivnom usmenoj preporuci
 - Traže pomoć – osobito kad imaju zdravstvenih problema
- Volontiranjem žele doprinijeti lokalnoj zajednici, no malo mogućnosti za to. Znađu da u Kaštelima idu u sklonište za napuštene životinje i u Zelenim Medvjedićima čiste grad. Neki su stekli dojam da DN žele više doprinijeti zajednici, manje se družiti zbog druženja.
- S digitalnim nomadima:
 - Već s aerodroma se uključuju u lokalne FB grupe i traže društvo
 - Dobro organizirani – tjedna druženja, samoorganiziraju jogu, odbojku na Bačvicama

Anketa

- Svakog trećeg digitalnog nomada tijekom boravka u Splitu posjeti netko od obitelji
 - Članovi obitelji ukupno ostvare (svi članovi zajedno) 14 noćenja u prosjeku
 - Prosječnom broju noćenja digitalnih nomada može se dodati još 4,6 noćenja u prosjeku koja ostvare članovi obitelji
- Kontakt s lokalnim stanovnicima:
 - 42% ima česti kontakt / često je u razgovoru/čavrljanju s lokalnim stanovnicima
 - 39% razgovara s lokalnim stanovnicima samo kad treba informacije
 - 9% ima prijatelje među lokalnim stanovnicima
 - 9% obično ne razgovara s lokalnim stanovnicima
- 27% digitalnih nomada uključeno je u lokalnu zajednicu digitalnih nomada u Splitu
- 53% posjećuje događanja organizirana za digitalne nomade u Splitu

Kako se informiraju?	Dubinski intervjui
	Usmena preporuka – najučestalija i najcjenjenija i to od: • Drugih digitalnih nomada koji daju savjete i informacije, osobito o smještaju • Prijatelja 'lokalaca' koji imaju detaljnije informacije, daju savjete i pomažu im kod pravnih i sličnih problema • Informacije se dijele i on-line (FB grupe) i u živo (na DN događanjima, privatnim druženjima)
	Fokus grupa • Na internetu – dobro upoznati s ponudom u cijelom svijetu
	Anketa • 2% je koristilo mrežne stranice Udruge digitalnih nomada (DNA) prije dolaska u Hrvatsku • Oni koji su je koristili ocijenili su informacije korisnima
Koliki su im izdaci u Splitu?	Dubinski intervjui
	• Smještaj: 650 do 2000 eura mjesečno, otprilike trećina ukupnih prihoda • Hrana i nabava u trgovini: 200 do 600 eura mjesečno • Restorani i barovi, izlasci: do 600 eura mjesečno
	Fokus grupa • Ukupno: 2000 eura minimalno – vrlo racionalni, dobro proračunat budžet • Smještaj: 600 do 900 eura mjesečno, ovisno o lokaciji, tendencija povećanja cijena • Hrana i nabava u trgovini: Više nego lokalni, cjenovno neosjetljivi – hrane se dobro i zdravo, uglavnom u restoranima ili naručuju, traže trgovine zdravom hranom / frižideri su im puni dodataka prehrani • Restorani i barovi, izlasci:
	Anketa • 1.804 eura po osobi iznose prosječni mjesečni izdaci (polovica digitalnih nomada mjesečno troši ispod 1.750 eura, a polovica iznad tog iznosa) • Od toga: ○ 727 eura (40%) za smještaj ○ 328 eura (18%) za hranu i piće u restoranima i barovima ○ 365 eura (20%) za hranu, piće i ostalo u trgovinama ○ 53 eura (3%) za prijevoz ○ 167 eura (9%) za zabavu ○ 121 euro (7%) za izlete ○ 43 eura (2%) za ostalo

PREDNOSTI I NEDOSTACI SPLITA KAO DESTINACIJE ZA DIGITALNE NOMADE¹³

Prednosti	Dubinski intervjui
	• Popularnost - Pored Zagreba, Split je najpopularniji • Stil života – ima svu potrebnu infrastrukturu, no nije tako neopisivo velik (poput Londona, Kieva ili Hustona) • Priroda i arhitektura • Odlična lokacija s dobrom klimom cijele godine, na moru, u centru Dalmacije • Vrlo kvalitetna hrana – ribe, povrće, voće • Svježa domaća hrana u restoranima • Stanovnici koji su ugodni i prijateljski nastrojeni • Sigurnost – osobito važna za one koji dolaze iz velikih / nesigurnih gradova (npr. Houston) • Kvaliteta okoliša – svježa voda za piće, hrana, čisto more • Aktivna zajednica digitalnih nomada
	Fokus grupa
	• Dobra lokacija, povijest, jeftini letovi – fascinacija Splitom
	Anketa
	• Komunikacija s lokalnim stanovnicima: ○ 64% smatra da je jednostavno uspostaviti razgovor s lokalnim stanovnicima u ugostiteljstvu ○ Isto toliko (64%) smatra da je jednostavno uspostaviti razgovor s lokalnim stanovnicima izvan ugostiteljstva • Na ljestvici od 1 (vrlo nezadovoljni) do 10 (vrlo zadovoljni), 85% je ocijenilo ukupni boravak u Splitu ocjenama 7 ili više (46% je dalo ocjene 9 i 10) • Slično, na ljestvici od 1 (sigurno ne bih preporučila/o) do 10 (sigurno bih preporučila/o), 79% digitalnih nomada bi preporučilo Split kao destinaciju za boravak drugim digitalnim nomadima

¹³ Temeljeno na provedenim primarnim istraživanjima (dubinski intervjui s digitalnim nomadima, fokus grupa s iznajmljivačima i online anketa digitalnih nomada).

Nedostaci	Dubinski intervjui
	• Pretjerano skup smještaj, restorani i sve ostalo u sezoni – nije vrijedno novca • Nekako pretenciozan i potpuno fokusiran na turizam – sve je podređeno masovnom turizmu i za svaku uslugu naplaćuje se najviše moguće • Neetičko ponašanje lokalnih stanovnika – smještaj koji je puno skuplji za strance nego za domaće, dodatne naplate raznih usluga, izbjegavanje prijavljivanja najmoprimca • Nedostatak raznolikosti hrane u restoranima i supermarketima (uglavnom lokalna i nacionalna kuhinja/namirnice) • Slaba ponuda restorana umjerenih cijena – ili su jeftini ili jako skupi • Nema željezničkih veza – vrijedi za cijelu Hrvatsku
	Fokus grupa
	• Opravdavaju povećanje cijena smještaja u sezoni kao nešto što se podrazumijeva ○ „Moraju shvatiti da i oni (iznajmljivači) moraju zaraditi!“ ○ „Puno se oko njih angažiramo, pa shvaćaju da se moraju iseliti u sezoni, jer im je skupo 100€ na dan“ • Nedostatak kulturnih, zabavnih i drugih sadržaja – iako primjećuju da je bolje nego prije • Skupoća – kada im istekne turistička viza odu na par dana u Albaniju i Crnu Goru – shvate da je tamo jeftinije, a nude manje-više isto i više se ne vraćaju • Split više i nije tako popularan – radije biraju okolicu Splita (npr Kaštela gdje je mirnije) i druge dijelove Hrvatske poput Zagorja
	Anketa
	• Komunikacija s lokalnim stanovnicima: ○ 9% smatra da nije jednostavno uspostaviti razgovor s lokalnim stanovnicima u ugostiteljstvu ○ Dvostruko više (18%) smatra da nije jednostavno uspostaviti razgovor s lokalnim stanovnicima izvan ugostiteljstva • Dugotrajan i mukotrpan postupak izdavanja boravišne dozvole (vrlo neprijateljski raspoloženi ljudi u MUP-u, mnogo lošiji uvjeti za dozvole nego u drugim zemljama, nepoznato vrijeme čekanja na dozvolu i sl.) • Visoke cijene (smještaja i hrane i pića) u turističkoj (ljetnoj) sezoni • Promjena smještaja u turističkoj (ljetnoj) sezoni • Premali broj kafića prilagođenih radu • Nedostatna zabava, noćni život i događanja za DN • Neljubazni domaćini/lokalni stanovnici prema strancima

VAŽNOST I UČINCI DIGITALNIH NOMADA NA GRAD SPLIT U 2022. GODINI

Važnost digitalnih nomada za grad Split uključuje gospodarsku, ali i društvenu važnost tog segmenta potražnje za grad. Gospodarska važnost sagledava se kroz procjenu ekonomskih učinaka potražnje digitalnih nomada. Ekonomski učinci se, prema metodološkom okviru Svjetske turističke organizacije (UNWTO), utvrđuju primjenom satelitskog računa turizma, alata kojim se procjenjuje izravni ekonomski doprinos turizma ili određenog segmenta turističke potražnje nacionalnom ili regionalnom gospodarstvu. Primjena satelitskog računa turizma uključuje procjenu prihoda, utvrđivanje strukture troškova te izračun bruto dodane vrijednosti određene turističke aktivnosti, uz procjenu neregistriranih turističkih tokova. Zahtjevnost njegove izvedbe proizlazi primarno iz potrebe osiguranja velikog skupa različitih vrsta relevantnih i pouzdanih podataka. Kako velik dio te informacijske osnove za izračun ekonomskih učinaka digitalnih nomada za grad Split nije na raspolaganju, a i sama primjena satelitskog računa turizma znatno nadilazi opseg ove studije, u nastavku se, prije svega, sagledavaju neophodni izvori za procjenu učinaka digitalnih nomada, a zatim se samo okvirno procjenjuju isključivo prihodi od digitalnih nomada koji se ostvaruju u Splitu, temeljeno na postojećim sekundarnim izvorima podataka i provedenim primarnim istraživanjima.

Za procjenu ukupnih prihoda neophodno je raspolagati dvjema veličinama: procjenom broja digitalnih nomada, odnosno duljinom njihovog boravka u gradu i procjenom prosječne potrošnje digitalnih nomada u gradu. Pouzdana procjena ukupnog broja digitalnih nomada u gradu ne postoji. Podatak o broju dolazaka ili broju noćenja digitalnih nomada u gradu Splitu, kao niti u bilo kojoj drugoj destinaciji u Hrvatskoj, nije izravno dostupan i može se jedino procijeniti temeljem određenih sekundarnih izvora podataka i niza pretpostavki.

S obzirom na to da digitalni nomadi u Splitu najčešće (98,5%) odsjedaju u apartmanima koje pronalaze preko digitalnih platformi namijenjenih za kratkoročni najam turistima (više od polovice za pronalaženje smještaja koristi AirBnB i Booking.com), za procjenu dolazaka i noćenja digitalnih nomada u gradu Splitu može se dijelom koristiti sekundarni izvor podataka - sustav eVisitor. Iz tog sustava mogu se izdvojiti oni s boravkom duljim od 20 noćenja,¹⁴ međutim time se vjerojatno znatno precjenjuje broj digitalnih nomada jer se ne mogu svi turisti koji ostvaruju više od 20 noćenja u komercijalnim smještajnim objektima poistovjetiti s digitalnim nomadima. Istovremeno, izvan obuhvata ostaju oni digitalni nomadi koji se odlučuju za dugotrajni najam stana putem, primjerice, agencija za nekretnine.

Prema podacima eVisitora, u prvih 11 mjeseci 2022. godine, u svim vrstama komercijalnog smještaja u gradu Splitu ostvareno je ukupno 2,6 milijuna noćenja i 775 tisuća dolazaka turista (tablica 1.).

¹⁴ Između ostalih obilježja, eVisitor nudi i obilježje 'broj noćenja' koje se odnosi na duljinu boravka turista, a ima sljedeće vrijednosti: 1-2 noćenja, 3-5 noćenja, 6-10 noćenja, 11-20 noćenja, 20-90 noćenja, 90+ noćenja.

Tablica 1. Noćenja i boravci u komercijalnom smještaju u gradu Splitu u prvih 11 mjeseci 2021. i 2022. godine prema duljini boravka

Prema duljini boravka (broju noćenja)	Noćenja			
	I. do XI. 2022.		I. do XI. 2021.	
Ukupno	2.612.967		1.698.150	
Od toga:				
21 do 90 noćenja	186.235	7,13%	125.336	7,38%
Više od 90 noćenja	879	0,03%	7.302	0,43%
Više od 20 noćenja ukupno	187.114	7,16%	132.638	7,81%
Prema duljini boravka (broju noćenja)	Dolasci			
	I. do XI. 2022.		I. do XI. 2021.	
Ukupno	774.662		470.002	
Od toga:				
21 do 90 noćenja	5.365	0,69%	3.752	0,80%
Više od 90 noćenja	10	0,00%	39	0,01%
Više od 20 noćenja ukupno	5.375	0,69%	3.791	0,81%

Izvor: eVisitor

Kako digitalni nomadi borave u destinacijama, pa tako i Splitu, u prosjeku znatno dulje od drugih turista (u Splitu u prosjeku ostvare 174 noćenja, medijan iznosi 100 noćenja), analizirani su samo boravci dulji od 20 noćenja. Turisti koji su u Splitu boravili više od 20 noćenja ostvarili su ukupno 187.114 noćenja u prvih 11 mjeseci 2022. godine (7,2% ukupnih noćenja) i 5.375 dolazaka (0,7% ukupnih dolazaka). Iako u apsolutnim brojevima više nego u istom razdoblju 2021. godine (41% više noćenja i 42% više dolazaka), njihov je udio u 2022. godini bio, zbog znatno većeg porasta kraćih boravaka, nešto manji.

Digitalni nomadi dolaze iz različitih zemalja, no uobičajeno biraju destinacije s nižim troškovima života u odnosu na zemlju iz koje dolaze. Stoga su iz ukupnog skupa zemalja izostavljene neke zemlje, uključujući Hrvatsku (tablica 2.).¹⁵ Ukupan broj noćenja onih koji su ostvarili 20 i više noćenja u Splitu na preostalom skupu zemalja iznosi 152.525, a broj dolazaka iznosi 4.401. Među njima, noćenja turista iz Ukrajine koji su u Splitu ostvarili više od 20 noćenja čine 23% svih takvih noćenja. S druge strane, više od polovice svih noćenja turista iz Ukrajine odnosi se na one koji su u Splitu ostvarili više od 20 noćenja. Iako su to, vjerojatno, većim dijelom izbjeglice koji su u Splitu zbog ratnih razaranja u domovini, neki od njih se smatraju digitalnim nomadima pa se, zbog nedostatka točnih procjena, u ovom trenutku ne izuzimaju iz procjene ukupnog broja digitalnih nomada u Splitu.

Nakon gostiju iz Ukrajine, prema broju ukupnih noćenja onih koji su ostvarili 20 i više noćenja slijede gosti iz SAD-a, Njemačke, Ujedinjene Kraljevine, Kanade i drugih zemalja. Prema udjelu onih koji su ostvarili 20 i više noćenja u ukupnim noćenjima izdvajaju se gosti iz Rusije (28% svih noćenja odnosi se na boravke duže od 20 noćenja), Turske (26%), Čilea (19%), Japana (17%) i drugi.

¹⁵ Albanija, Bjelorusija, Bosna i Hercegovina, Bugarska, Cipar, Crna Gora, Hrvatska, Kazahstan, Kosovo, Makedonija, Rumunjska, Srbija

Tablica 2. Noćenja u komercijalnom smještaju u gradu Splitu u prvih 11 mjeseci 2022. godine
prema zemlji porijekla turista

Zemlja porijekla	Ukupno noćenja	Više od 20 noćenja		Udio više od 20 noćenja u ukupnim noćenjima	Više od 90 noćenja		Udio više od 90 noćenja u ukupnim noćenjima
		Broj noćenja	%		Broj noćenja	%	
Ukrajina	63.536	35.706	23,4	56,2	273	31,1	0,43
SAD	233.026	28.109	18,4	12,1	0	0,0	0,00
Njemačka	275.765	14.559	9,5	5,3	144	16,4	0,05
Ujedinjena Kraljevina	304.059	9.356	6,1	3,1	0	0,0	0,00
Kanada	48.115	6.296	4,1	13,1	79	9,0	0,16
Poljska	130.667	5.173	3,4	4,0	0	0,0	0,00
Francuska	221.473	4.213	2,8	1,9	0	0,0	0,00
Nizozemska	152.765	3.747	2,5	2,5	72	8,2	0,05
Austrija	47.431	3.302	2,2	7,0	0	0,0	0,00
Rusija	11.409	3.243	2,1	28,4	0	0,0	0,00
Italija	70.305	2.884	1,9	4,1	0	0,0	0,00
Australija	37.757	2.744	1,8	7,3	0	0,0	0,00
Češka	51.905	2.436	1,6	4,7	0	0,0	0,00
Švedska	62.269	2.042	1,3	3,3	182	20,7	0,29
Argentina	14.060	1.749	1,1	12,4	0	0,0	0,00
Ostale azijske zemlje	13.972	1.683	1,1	12,0	0	0,0	0,00
Norveška	47.615	1.582	1,0	3,3	0	0,0	0,00
Irska	65.219	1.533	1,0	2,4	0	0,0	0,00
Čile	7.825	1.517	1,0	19,4	0	0,0	0,00
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	14.078	1.488	1,0	10,6	57	6,5	0,40
Portugal	17.470	1.391	0,9	8,0	0	0,0	0,00
Brazil	17.788	1.386	0,9	7,8	0	0,0	0,00
Španjolska	66.599	1.311	0,9	2,0	0	0,0	0,00
Kina	9.970	1.297	0,9	13,0	0	0,0	0,00
Indija	12.199	1.289	0,8	10,6	0	0,0	0,00
Novi Zeland	7.269	1.044	0,7	14,4	0	0,0	0,00
Turska	3.922	1.005	0,7	25,6	0	0,0	0,00
Finska	45.373	981	0,6	2,2	72	8,2	0,16
Mađarska	31.493	946	0,6	3,0	0	0,0	0,00
Švicarska	51.806	934	0,6	1,8	0	0,0	0,00
Litva	14.277	861	0,6	6,0	0	0,0	0,00
Slovačka	25.255	854	0,6	3,4	0	0,0	0,00
Slovenija	36.866	715	0,5	1,9	0	0,0	0,00
Belgija	32.373	703	0,5	2,2	0	0,0	0,00
Ostale afričke zemlje	5.166	623	0,4	12,1	0	0,0	0,00
Južnoafrička Republika	5.093	552	0,4	10,8	0	0,0	0,00
Japan	3.038	512	0,3	16,9	0	0,0	0,00
Meksiko	6.685	398	0,3	6,0	0	0,0	0,00
Izrael	5.728	393	0,3	6,9	0	0,0	0,00
Danska	31.236	376	0,2	1,2	0	0,0	0,00
Letonija	6.997	276	0,2	3,9	0	0,0	0,00
Ostale europske zemlje	2.226	252	0,2	11,3	0	0,0	0,00
Koreja, Republika	5.723	210	0,1	3,7	0	0,0	0,00
Estonija	5.928	193	0,1	3,3	0	0,0	0,00

Ostale zemlje Sjeverne Amerike	1.288	163	0,1	12,7	0	0,0	0,00
Grčka	5.465	158	0,1	2,9	0	0,0	0,00
Hong Kong, Kina	964	106	0,1	11,0	0	0,0	0,00
Island	3.461	57	0,0	1,6	0	0,0	0,00
Malta	2.032	55	0,0	2,7	0	0,0	0,00
Ostale zemlje Oceanije	431	33	0,0	7,7	0	0,0	0,00
Ujedinjeni Arapski Emirati	1.082	31	0,0	2,9	0	0,0	0,00
Maroko	2.635	30	0,0	1,1	0	0,0	0,00
Tajland	1.128	28	0,0	2,5	0	0,0	0,00
Indonezija	499	0	0,0	0,0	0	0,0	0,00
Jordan	338	0	0,0	0,0	0	0,0	0,00
Katar	173	0	0,0	0,0	0	0,0	0,00
Kuvajt	800	0	0,0	0,0	0	0,0	0,00
Lihtenštajn	141	0	0,0	0,0	0	0,0	0,00
Luksemburg	2.228	0	0,0	0,0	0	0,0	0,00
Makao, Kina	32	0	0,0	0,0	0	0,0	0,00
Oman	100	0	0,0	0,0	0	0,0	0,00
Tajvan, Kina	630	0	0,0	0,0	0	0,0	0,00
Tunis	1.154	0	0,0	0,0	0	0,0	0,00
Ukupno	2.348.312	152.525	100,0	6,5	879	100,0	0,04

Izvor: eVisitor

Od ukupnog broja noćenja turista koji su ostvarili više od 20 noćenja, samo je 4% ostvareno u hotelima, 7% u kampovima, 5% u hostelima, a većina (84%) je ostvarena u obiteljskom smještaju. Iako je većina ostvarena u obiteljskom smještaju, ostale vrste smještaja zastupljenije su u odnosu na preferencije digitalnih nomada što, između ostalog ukazuje na to da se svi turisti s boravkom dužim od 20 noćenja ne mogu poistovjetiti s digitalnim nomadima. Nadalje, prosječan boravak onih koji ostvaruju više od 20 noćenja prema eVisitoru iznosi 35 noćenja, znatno manje od prosječnog (174 noćenja) ili medijalnog (100 noćenja) boravka digitalnih nomada u Splitu.

Ako bi se, pak, promatrali samo oni turisti koji su u komercijalnim smještajnim objektima ostvarili više od 90 noćenja, takvi su u prvih 11 mjeseci 2022. godine ostvarili 10 dolazaka i 879 noćenja, što daje prosječnu duljinu boravka od nešto manje od tri mjeseca, što, iako i dalje manje, u većoj mjeri odgovara dobivenim rezultatima istraživanja. Međutim, rezultati istraživanja ukazali su na to da neki digitalni nomadi (iako manjina) u gradu borave i kraće od tri mjeseca pa bi oni u slučaju poistovjećivanja turista s boravkom duljim od 90 dana s digitalnim nomadima ostali izvan obuhvata. Izvan obuhvata su i oni koji u Splitu borave dulje od mjesec dana pa, prema definiciji, nisu turisti i nisu registrirani u eVisitoru.

Konačno, na stranicama međunarodne zajednice digitalnih nomada (Nomad List, <https://nomadlist.com/>) je informacija da je trenutno 2.000 digitalnih nomada u Splitu, iako je na platformi prijavljeno samo osam članova. Tako velik broj digitalnih nomada ne podupiru niti iskustva istraživača prikupljena tijekom provođenja primarnih istraživanja. Naime, pronalaženje digitalnih nomada, kako za dubinske intervjue tako i za online anketu, bilo je izrazito zahtjevno, a na nekoliko događanja¹⁶ namijenjenih digitalnim nomadima koja su se održavala u Splitu tijekom nekoliko mjeseci u 2022. godini bilo je prisutno tek desetak digitalnih nomada.

¹⁶ Vidi poglavlje Metodološki pristup.

Navedene informacije samo potvrđuju da relevantna i pouzdana procjena veličine osnovnog skupa (populacije), odnosno segmenta potražnje koji se promatra, ne postoji. Prema različitim izvorima, od eVisitora i broja prisutnih digitalnih nomada na događanjima u Splitu do informacija s portala Nomad List, prosječan broj digitalnih nomada u jednom mjesecu može se kretati od samo desetak do 2.000 mjesečno.

S druge strane, online anketa digitalnih nomada rezultirala je informacijom o prosječnoj mjesečnoj potrošnji digitalnih nomada u Splitu (1.804 eura po osobi mjesečno) i strukturi te potrošnje prema proizvodima i uslugama. Međutim, s obzirom na to da je osnovni skup nepoznat, odnosno da ga je nemoguće opisati prema nekim obilježjima (primjerice, broj nomada ukupno i prema mjesecima, struktura prema nacionalnosti, duljini boravka u Splitu i slično), nije moguće donijeti niti zaključak u kojoj je mjeri provedeno istraživanje rezultiralo reprezentativnim rezultatima za promatrani skup (populaciju).

Stoga se u nastavku, u tablici 3., prikazuju moguće procjene ukupne potrošnje digitalnih nomada u Splitu u 2022. godini u ovisnosti o samo jednom parametru – prosječnom mjesečnom broju digitalnih nomada u Splitu. Prosječan mjesečni broj digitalnih nomada varira od 10 do 2.000 (bez obzira radi li se o različitim ili istim osobama tijekom mjeseci).

Tablica 3. Procjena ukupne potrošnje digitalnih nomada ostvarene u Splitu u 2022. godini u ovisnosti o prosječnom mjesečnom broju digitalnih nomada u Splitu u 2022. godini

	Varijanta								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Prosječan broj digitalnih nomada u Splitu u jednom mjesecu	10	20	50	100	200	300	500	1.000	2.000
Broj mjeseci	12	12	12	12	12	12	12	12	12
Ukupan broj digitalnih nomada/mjeseci u Splitu	120	240	600	1.200	2.400	3.600	6.000	12.000	24.000
Prosječna mjesečna potrošnja digitalnih nomada u Splitu u eurima	1.804	1.804	1.804	1.804	1.804	1.804	1.804	1.804	1.804
Ukupna potrošnja digitalnih nomada u Splitu u milijunima eura	0,216	0,433	1,082	2,165	4,330	6,494	10,824	21,648	43,296
Ukupna noćenja digitalnih nomada u Splitu	3.600	7.200	18.000	36.000	72.000	108.000	180.000	360.000	720.000
Udio (%) noćenja digitalnih nomada u ukupnim turističkim noćenjima u Splitu	0,1	0,3	0,7	1,4	2,8	4,1	6,9	13,8	27,6

U ovisnosti o prosječnom mjesečnom broju digitalnih nomada varira i njihova ukupna potrošnja, od svega 0,2 milijuna eura do 43 milijuna eura (pod malo vjerojatnom pretpostavkom da je svaki mjesec u Splitu 2.000 digitalnih nomada, što bi u konačnici značilo da digitalni nomadi ostvaruju više od četvrtine ukupnih turističkih noćenja u gradu).

Navedeni pristup uključuju i osobe s kojima digitalni nomadi žive u Splitu (67% digitalnih nomada je bez pratnje, a ostali su većinom samo s partnerom ili drugim članovima obitelji).

Procjeni potrošnje koju ostvaruju digitalni nomadi valja dodati i potrošnju koju ostvaruju članovi obitelji koji ih posjećuju tijekom njihovog boravka u Splitu (svakog trećeg digitalnog nomada tijekom boravka u Splitu posjeti netko od obitelji, članovi obitelji ukupno ostvare 14 noćenja u prosjeku ili 4,6 noćenja u prosjeku po svakom digitalnom nomadu). Pod pretpostavkom da gosti ne borave zajedno s digitalnim nomadima (što zasigurno nije posve točno), prosječna dnevna potrošnja tih gostiju iznosi 127,39 eura¹⁷. Naravno, ponovno nedostaje osnovna relevantna i pouzdana procjena broja digitalnih nomada u Splitu na koju bi se mogla primijeniti procjena broja članova obitelji u posjetu i procjena njihove potrošnje.

Sve navedeno ukazuje na nužnost uspostavljanja i kontinuiranog praćenja veličine potražnje digitalnih nomada u gradu, a zatim i učinka i utjecaja te potražnje na gospodarstvo grada. Samo unapređenje informacijske osnove može pridonijeti informiranom upravljanju tim segmentom potražnje i njegovom daljnjem razvoju.

¹⁷ Prema istraživanju TOMAS Hrvatska 2019., podaci za grad Split (Institut za turizam, 2020.)

ZAKLJUČAK I PREPORUKE

Turistička zajednica grada Splita potpisala je početkom 2022. s Institutom za turizam ugovor o provedbi istraživanja o digitalnim nomadima u Splitu i njihovim učincima na grad. Time je grad Split među prvim destinacijama koje su pokrenule aktivnosti na uspostavljanju sustava praćenja digitalnih nomada i njihovog doprinosa. Kroz program primarnih kvalitativnih istraživanja provedeni su dubinski intervjui s predstavnikom Udruge digitalnih nomada Hrvatske, drugim relevantnim dionicima (vlasnicima co-working prostora, organizatorima događanja za digitalne nomade) te s osam digitalnih nomada s iskustvom boravka u Splitu. Provedena je i fokus grupa s iznajmljivačima smještaja. Kvantitativno istraživanje (on-line anketa) provedeno je od lipnja do listopada 2022. s digitalnim nomadima koji su u Splitu boravili tijekom 2021. i 2022. Unatoč niza aktivnosti, poput poziva za ispunjavanje upitnika na društvenim mrežama, osobnog angažmana dionika u doticaju s digitalnim nomadima i diseminaciji upitnika na četiri događanja organizirana za digitalne nomade, ukupno je popunjeno 33 upitnika, od planiranih 100.

Cilj provedenih istraživanja bio je dvojak. Prvenstveno, cilj je bio profilirati digitalne nomade grada Splita i utvrditi koristi grada od njihova boravka. Istovremeno, cilj je bio i profilirati digitalne nomade kao globalni fenomen kako bi se dobila podloga za osmišljavanje istraživanja i interpretaciju rezultata.

Prvi dio studije koji se odnosio na samu pojavu digitalnog nomadstva, ukazao je na sljedeće:

- Broj digitalnih nomada u stalnom je rastu uslijed promjene načina rada; pandemija Covid-19 taj je trend samo ubrzala;
- Digitalni nomadi su relativno mladi (30 do 40 godina) i dobro obrazovani; uglavnom su samozaposleni i rade u sektoru informatičko-komunikacijskih tehnologija, kreativnim industrijama, marketingu i obrazovanju;
- Unutarnji motivi za odabir ovakvog stila života su osjećaj slobode, autonomija, fleksibilnosti te uspostavljanje ravnoteže između posla i privatnog života;
- Uglavnom su iskusni putnici koji se na jednom mjestu zadržavaju oko 60 dana u prosjeku;
- Pored dobre WIFI mreže, tri su glavna faktora koja uzimaju u obzir pri odabiru destinacije: klima, troškovi života i mogućnost da se na odredištu bave svojim omiljenim aktivnostima ili hobijima.

Destinacije diljem svijeta aktivno privlače digitalne nomade, osobito u vrijeme pandemije kada su ovim segmentom ublažile pad turističke aktivnosti. Iako su ekonomske koristi od boravka digitalnih nomada razlog zbog kojeg destinacije aktivno privlače ovaj segment, njihov boravak donosi i manje vidljive i teže mjerljive višestruke društvene koristi poput kontakata, novih ideja, transfera znanja, širenja poslovne mreže itd. Isto tako, njihova iskustva, preporuke i recenzije su dio promocije grada cjelokupnoj turističkoj potražnji.

Za digitalne nomade Hrvatska je atraktivna destinacija zbog povoljne klime, prometne dostupnosti, brzog interneta kojim je pokrivena gotovo cijela zemlja, raznolikosti, ljubaznog stanovništva od kojeg veliki broj dobro govori engleskim jezikom, nižih troškova života i visoke razine osobne sigurnosti. Istovremeno, Hrvatska je prepoznala važnost ovog segmenta. Uvođenjem vize za digitalne nomade stvorila je regulatorni okvir za njihov boravak, a marketinškim aktivnostima aktivno privlači njihov

dolazak. Pored toga, zajednica digitalnih nomada u Hrvatskoj se samo-organizirala te putem društvenih mreža i portala udruge daje potrebne informacije i savjete za dolazak i boravak u Hrvatskoj.

Split je, zajedno s okolicom, među četiri najpopularnija odredišta digitalnih nomada u Hrvatskoj.

Digitalni nomadi u Splitu su:

- Zreli mladi ljudi do onih srednjih godina;
- Obrazovani i samozaposleni;
- Uglavnom samci;
- Širokog raspona zanimanja (IT, marketing, edukacija - uglavnom tečajevi stranog jezika, pisci, blogeri itd.);
- Iz prekomorskih zemalja (SAD, Kanada), Ujedinjenog Kraljevstva i zemalja EU-a, uz trenutno veći udio stanovnika Ukrajine uslijed ratnih zbivanja u toj zemlji;
- Podjednako na turističkoj vizi, vizi za digitalne nomade i bez potrebe za vizom;
- Odabrali ovakav način života zbog želje za putovanjem i upoznavanjem novih mjesta, nerijetko potaknutom osobnim životnim prekretnicama (npr. razvod, promjena profesije) i željom da se izbjegnu ograničenja slobode kretanja uvedena u uvjetima pandemije.

U Split ih privlače gotovo isti čimbenici koji privlače i turiste – klima, ljepota grada u kombinaciji s njegovom kompaktnošću, osjećaj osobne sigurnosti i dobra prometna povezanost, osobito zračnim linijama. Dio njih, gotovo petina, dolazi i zbog toga što su već izgradili poslovne veze sa splitskim tvrtkama i pojedincima.

Većini je grad potpuno nepoznat, a mnogi prije dolaska nisu ni bili u Hrvatskoj. Tijekom boravka odlaze na izlete u okolicu koje uglavnom organiziraju sami. Nerijetko, u posjet im dolazi obitelj, rođaci i prijatelji.

Kao i turisti, za pronalazak smještaja koriste on-line turističke agencije – Booking.com ili AirBnB. Tu nailaze na probleme ako dolaze u jeku turističke sezone, jer je tada ponuda smještaja oskudna i skupa ili im najmodavci otkazuju zbog isplativijeg kratkoročnog najma.

Smještajem su uglavnom zadovoljni. S obzirom na to da rade iz stana, traže brz internet, prostor za rad i tihi lokaciju u blizini trgovina i javnog prometa. Povremeno rade ili bi željeli raditi u javnim prostorima i tu se primjećuje manjak odgovarajućih prostora (kafića i barova, ostalih javnih mjesta) primjerenih za takav rad.

Često posjećuju restorane što se prepoznaje i u strukturi njihove potrošnje. Od ukupno 1.804 eura po osobi koliko iznose njihovi prosječni mjesečni izdaci u Splitu, oko 18% izdvajaju na hranu i piće u restoranima i barovima. Najveći dio mjesečnih izdataka (40%) se odnosi na smještaj.

Žele uspostaviti kontakt s lokalnim stanovnicima, no ponajviše žele biti od koristi te se uključiti u razne aktivnosti lokalne zajednice putem volontiranja.

Pokušaj procjene učinaka digitalnih nomada na grad otežan je činjenicom da nema načina na koji bi se pouzdano mogao procijeniti broj digitalnih nomada u Splitu (ni bilo gdje drugdje u Hrvatskoj!) jer je ta

pojava relativno novijeg datuma i još nisu uspostavljeni mehanizmi za njezino praćenje. Službeni izvor (eVisitor) prepoznaje tek desetak turista s boravkom dužim od 90 dana u komercijalnim smještajnim objektima, dok portal Nomad List donosi informaciju o 2.000 digitalnih nomada u Splitu u jednom mjesecu. Slaba posjećenost događanja koja se u Splitu organiziraju za digitalne nomade kao i poteškoće u ispunjavanju kvote od 100 ispitanika za on-line upitnik tijekom pet mjeseci ukazuju ili na njihov relativno mali broj ili na činjenicu da događanja koja se organiziraju za digitalne nomade njima nisu relevantna. Takav raspon u procjeni veličine potražnje ne osigurava relevantnu i pouzdanu osnovu za procjenu učinaka digitalnih nomada na grad. Značajnija ulaganja u promociju grada usmjerenu na digitalne nomade zahtijevala bi precizniju osnovu za procjenu njihovog broja kao što to postoji za druge segmente turističke potražnje. Stoga se predlaže razmotriti mogućnost izmjene Zakona o turističkoj pristojbi kako bi se prepoznali digitalni nomadi kao relevantni segment turističke potražnje. Temeljem toga bilo bi moguće proširiti sustav eVisitor kako bi se omogućilo izdvajanje relevantnih podataka o broju digitalnih nomada na području određene destinacije.

Usprkos nepoznatim izravnim ekonomskim koristima, rezultati su pokazali da digitalni nomadi generiraju mnogobrojne druge koristi gradu. Naime, digitalni nomadi donose nove ideje i u kontaktu s lokalnim stanovnicima razmjenjuju se dojmovi, znanja, spoznaje te proširuju horizonti. Jednako važno, digitalni nomadi bave se raznim profesijama te mogu potaknuti kreativnost, inovativnost i poduzetnički potencijal, osobito među mladima. Stoga, preporuča se ulaganje u aktivnosti kojima se potiče kontakt i razmjena znanja i iskustva digitalnih nomada i lokalnih stanovnika kako bi se iskoristio ovaj manje vidljiv potencijal boravka digitalnih nomada u gradu. U tom smislu, relevantna upravna tijela Grada Splita mogu poticati razvoj i promociju volonterske mreže u koju bi se digitalni nomadi mogli uključiti, ali i organizaciju aktivnosti ili razvoj projekata koji bi uključivali lokalne stručnjake i digitalne nomade. Konačno, objedinjavanje svih informacija potrebnih za dolazak i boravak digitalnih nomada u Splitu na jedinstvenoj platformi bilo bi osnovno sredstvo komunikacije i razmjene informacija između svih dionika uključenih u pružanje usluga digitalnim nomadima.

LITERATURA I IZVORI PODATAKA

- ADVENTURE TRAVEL TRADE ASSOCIATION, KELLY, H., ARELANO, D.: Work and Wander: Meet Today's Digital Nomads (March 2021), <https://www.adventuretravel.biz/research/work-and-wander-meet-todays-digital-nomads>
- Barroso, C. F. (2021). Backpacking culture: digital nomads in Porto-a Selina case study (Doctoral dissertation).
- Bonneau, C., & Aroles, J. (2021). Digital nomads: A new form of leisure class?. Experiencing the new world of work, 157-77.
- BRADBURY, P.: Digital Nomad in Croatia: Lifestyle, Paperwork & Services, Total Croatia, 2021, <https://www.total-croatia.com/digital-nomad-in-croatia/>
- Chevtavaeva, E., & Denizci-Guillet, B. (2021). Digital nomads' lifestyles and coworkation. Journal of Destination Marketing & Management, 21, 100633.
- COFFEY, H.: CROATIA ENCOURAGES DIGITAL NOMADS TO MOVE THERE, Independent, 2021, <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/croatia-digital-nomads-remote-working-b1815746.html>
- ENS, N., JENSEN, T. B., STEIN, M.: Decent Digital Work: Technology Affordances and Constraints, Conference paper: 2018.
- Floricić, T., & Pavia, N. (2021). LINKAGE OF LEISURE WITH REMOTE WORK AND DIGITAL NOMADISM IN TOURIST ACCOMMODATION FACILITIES. Tourism in South East Europe..., 6, 247-268.
- Gede, I. G. K., Marhaeni, K. E., Wayan, I., & Sanjiwani, I. G. A. M. (2021, April). A Model of Community-Based Development in Digital Nomad Tourism in Intaran Village Bali. In International Conference on Applied Science and Technology on Social Science (ICAST-SS 2020) (pp. 382-386). Atlantis Press.
- Hannonen, O. (2020). In search of a digital nomad: defining the phenomenon. Information Technology & Tourism, 22(3), 335-353.
- JACOBS, E., GUSSEKLOO, A.: Digital Nomads: How to Live, Work and Play Around the World, Location-Independent Publishers, 2016.
- LALOUX, F.: Reinventing organizations : a guide to creating organizations inspired by the next stage of human consciousness, Brussels : Nelson Parker, 2014.
- MAKIMOTO T., MANNERS D.: Digital Nomad, Wiley, 1997
- MBO partners (2021). The Digital Nomad Search Continues, https://info.mbopartners.com/rs/mbo/images/MBO_Partners_2021_Digital_Nomad_Research_Brief.pdf.
- MORRISON, G.: Croatia Opens Its Doors to Digital Nomads, Forbes, <https://www.forbes.com/sites/geoffreymorrison/2021/02/22/croatia-opens-its-doors-to-digital-nomads/?sh=11d3ee1198c4>
- NASH, C. et al.: Digital nomads beyond the buzzword: Defining digital nomadic work and use of digital technologies, Lecture Notes in Computer Science, vol. 1, p. 1-11, 2018.
- Prabawa, W. S. W., & Pertiwi, P. R. (2020). The digital nomad tourist motivation in Bali: exploratory research based on push and pull theory. Athens Journal of Tourism, 7(3), 161-174.

- Reichenberger, I. (2018). Digital nomads—a quest for holistic freedom in work and leisure. *Annals of Leisure Research*, 21(3), 364-380.
- RIHELJ, G.: Hrvatska uvela vize za digitalne nomade, hrturizam.hr, <https://hrturizam.hr/hrvatski-uvela-vize-za-digitalne-nomade>
- RIHELJ, G.: KAKO DO VIZE ZA DIGITALNE NOMADE U HRVATSKOJ? DONOSIMO CIJELI POSTUPAK, hrturizam.hr, <https://hrturizam.hr/kako-do-vize-za-digitalne-nomade-u-hrvatskoj-donosimo-cijeli-postupak/>
- Wang, B., Schlagwein, D., Cecez-Kecmanovic, D., & Cahalane, M. (2019). Digital Nomadism and the Market Economy: Resistance and Compliance. In ICIS.
- Wiranatha, A. S., Antara, M., Wiranatha, A. C., Piartrini, P. S., Pujaastawa, I. B. G., & Suryawardani, G. A. O. (2020). Digital nomads tourism in Bali. *Journal of Development Economics and Finance*, 1(1), 1-16.

Izbor mrežnih stranica i portala na temu digitalnih nomada:

- <https://thedope.news/can-digital-nomads-be-the-key-to-kickstarting-the-tourism-industry/>
- <https://traveltomorrow.com/digital-nomads-good-news-for-struggling-tourist-destinations/>
- <https://islandinnovation.co/digital-nomads-help-islands-economically/>
- <https://lisbon-cowork.com/2021/10/28/63-surprising-digital-nomad-statistics-in-2021/?cn-reloaded=1>
- <https://www.wysetc.org/2018/08/digital-nomads-the-next-darling-of-tourism-destinations-worldwide/>

Izbor mrežnih stranica i portala na temu digitalnih nomada u Hrvatskoj:

- <https://digitalnomadscroatia.mup.hr/Pages/Zahtjev>
- <https://nomadlist.com/>
- <https://www.linkedin.com/company/digital-nomad-association-croatia>
- <https://hrturizam.hr/en/Croatian-Association-of-Digital-Nomads-established/>
- <https://www.facebook.com/groups/digitalnomadscroatia/>
- <https://www.expatincroatia.com/digital-nomad-visa-croatia/>
- <https://saltwaternomads.com/about/>
- <https://www.marketwatch.com/story/digital-nomads-descend-on-croatia-already-a-hotspot-for-european-tourism-11615988212>
- <https://mup.gov.hr/aliens-281621/stay-and-work/temporary-stay-of-digital-nomads/286833>
- <https://www.euronews.com/2021/01/28/meet-croatia-s-first-official-digital-nomad-as-country-opens-its-doors-with-special-visa>