

Prethodno priopćenje
“UDK: 004-057.66:338.48
(497.5)”

DOI <https://doi.org/10.22598/zefzg.2024.1.37>
Datum primitka članka u uredništvo: 29. 10. 2023.
Datum slanja članka na recenziju: 8. 11. 2023.
Datum prihvatanja članka za objavu: 1. 7. 2024.

Nina Balaž Piri, mag. oec. *

Izv. prof. dr. sc. Vanja Krajinović **

DIGITALNI NOMADI: NOVI SEGMENT POTRAŽNJE NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU ***

DIGITAL NOMADS: A NEW DEMAND SEGMENT ON THE TOURISM MARKET

SAŽETAK: Digitalno nomadstvo suvremeni je trend na tržištu rada koji je dobio snažan zamah tijekom i nakon pandemije COVID-19. Tradicionalni uvjeti rada postepeno se liberaliziraju, a ovaj trend prisutan je posebice u privatnom, ali u zadnje vrijeme i u javnom sektoru. Brojne su prednosti ovakvog načina rada iz perspektive zaposlenika, a jedna od osnovnih vezana je uz osjećaje slobode, neovisnosti i kontrole nad vlastitim vremenom. S obzirom na to da digitalni nomadi u turističku statistiku ulaze pod istim pretpostavkama kao i poslovni turisti, ovaj je segment potražnje postao itekako poželjan u destinacijama diljem svijeta, pa tako i u Hrvatskoj. Cilj ovog rada je analizirati motivaciju digitalnih nomada i ključna obilježja ovog segmenta potražnje, te mogućnosti razvoja destinacija koje svoju ponudu prilagođavaju digitalnim nomadima. Rezultati primarnog istraživanja provedenog putem dubinskih intervjua s dionicima uključenima u razvoj proizvoda i sadržaja za digitalne nomade upućuju na zaključak da ovaj segment turističke potražnje trenutno nema značajnije negativne učinke na razvoj turističkih destinacija, te da bi daljnji razvoj ponude prilagođene zahtjevima digitalnih nomada bio poželjna strategija budućeg razvoja turizma u Republici Hrvatskoj.

KLJUČNE RIJEČI: digitalni nomadi, razvoj turističkih destinacija, učinci digitalnog nomadstva, segment potražnje, Republika Hrvatska

JEL classification: J61, L83

* Nina Balaž Piri, mag. oec., Junior SAP konzultant, Verso Altima Group, Zagreb, Hrvatska, e-mail: nina.balaz.piri.5@gmail.com

** Dr. sc. Vanja Krajinović, izvanredna profesorica, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Katedra za turizam, Trg J. F. Kennedyja 6, Zagreb, Hrvatska, e-mail: vkrajinovic@efzg.hr

*** Ovaj rad proizašao je iz diplomskog rada pod nazivom *Digitalno nomadstvo kao potencijal razvoja turizma Republike Hrvatske* koji je Nina Balaž Piri izradila 2023. godine pod mentorstvom izv. prof. dr. sc. Vanje Krajinović na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu.

ABSTRACT: Digital nomadism is a modern labor market trend that has gained strong momentum during and after the COVID-19 pandemic. Traditional working conditions are gradually being liberalized, and this trend can be observed primarily in the private sector, but more recently also in the public sector. From the employee's point of view, this form of work offers numerous advantages. One of the most important is the feeling of freedom, independence and control over one's own time. As digital nomads are recorded in tourism statistics under the same conditions as business travelers, this demand segment has become very popular in destinations around the world, including Croatia. The aim of this paper is to analyze the motivation of digital nomads and the main characteristics of this demand segment, as well as the development opportunities of destinations that adapt their offer to digital nomads. The results of primary research conducted through in-depth interviews with stakeholders involved in the development of products and content for digital nomads suggest that this segment of tourism demand does not currently have a significant negative impact on the development of destinations and that the further development of an offer adapted to the needs of digital nomads would be a desirable strategy for the future development of tourism in the Republic of Croatia.

KEY WORDS: digital nomads, development of tourism destinations, impacts of digital nomadism, demand segment, Republic of Croatia

1. UVOD

Digitalno nomadstvo izdvaja se kao jedan od prisutnijih trendova na tržištu rada, a izravno je povezano s promjenama u načinu života i shvaćanju uloge radnog okruženja. Digitalni nomadi percipirani su kao poželjan segment turističke potražnje jer u destinacijama ostaju duže pa posljedično iskazuju i preferencije prema ostvarivanju interakcije s lokalnim stanovništvom, omogućavajući svrsishodnu društvenu razmjenu. Nomad kao arhetip ekstremne mobilnosti (tijela ili misli) zaokuplja antropologe kao i istraživače u drugim društvenim znanostima: filozofiji, turizmu i studijama mobilnosti te informacijskim i komunikacijskim znanostima (Mancinelli, 2020: 420). Ista autorica nadalje navodi da najznačajniji pokušaji da se značajke metaforičkog pojma nomada primijene na empirijsku analizu proizlaze iz etnografskih studija o turizmu i migracijama u slobodno vrijeme. Stoga su se brojne destinacije diljem svijeta aktivno uključile u privlačenje digitalnih nomada, istovremeno razvijajući specifičnu infrastrukturu koja im je potrebna za obavljanje rada na daljinu. Općenito, postmodernizam, životni stil i tehnološki napredak imaju značajan utjecaj na aktivnosti na globalnom turističkom tržištu (Winarya Prabawa i Ratih Pertiwi, 2020: 161).

Digitalni nomadi prkose jednoznačnoj definiciji, ali svi oni odlučuju kombinirati rad na daljinu i putovanja iz različitih razloga i tijekom različitog vremenskog razdoblja (MBO Partners, 2021: 3). Nadalje, digitalne nomade moguće je definirati kao ljude koji nisu ovisni o lokaciji i koriste tehnologiju za obavljanje svog posla, živeći poput nomada (Investopedia, n.d.). Isti izvor navodi da digitalni nomadi uglavnom rade u okviru ekonomije znanja – marketingu, dizajnu, IT sektoru, književnosti, medijima, mentoriranju i konzaltingu. Merriam Webster (n.d.) slično definira digitalne nomade i navodi da su to osobe koje svoje zanimanje u cijelosti obavljaju putem interneta i za to vrijeme putuju. Za takve je osobe specifično da

nemaju stalno prebivalište, a većina njih (85%) navodi da su iznimno zadovoljni svojim poslom i životnim stilom (MBO Partners, 2021: 5). Medijska pokrivenost i članci na blogovima ukazuju na to da je glavni uzrok prihvaćanja ovog stila života temeljenog na putovanju želja za bijegom od inhibirajućih struktura tradicionalnog radnog života ovisnog o lokaciji (Reichenberger, 2018: 364).

Stoga se kao glavni ciljevi ovog rada izdvajaju sljedeći:

- 1) *Definirati pojam i ulogu digitalnih nomada u suvremenim turističkim kretanjima te analizirati turističku infrastrukturu destinacija koje digitalni nomadi posjećuju u većoj mjeri.*
- 2) *Izdvojiti specifičnosti digitalnih nomada kao skupine, posebice u kontekstu turističkih kretanja.*
- 3) *Na temelju rezultata primarnog istraživanja, kritički analizirati potencijale razvoja turističke ponude kreirane za potrebe segmenta digitalnih nomada u Republici Hrvatskoj.*

Empirijsko istraživanje u ovom radu provodi se putem dubinskih intervjua, čime se želi postići sveobuhvatno razumijevanje uloge različitih dionika uključenih u proces razvoja turističke ponude za digitalne nomade. Doprinos rada ogleda se u sistematičnom pregledu teorijskih spoznaja o tržištu digitalnog nomadstva, ali i u identificiranju trenutnih i potencijalnih izazova u procesu razmjene usluga digitalnog nomadstva, posebice u kontekstu regulatornih ograničenja.

2. TEORIJSKO ODREĐENJE DIGITALNIH NOMADA I NJIHOVE IMPLIKACIJE NA TURISTIČKA KRETANJA

Pojava digitalnih nomada suvremeni je trend na tržištu rada, a vrlo je brzo perspektiva istraživanja obuhvatila i turizam. Digitalno nomadstvo se tako istražuje iz perspektive turističke potražnje (Reichenberger, 2019.; Thompson, 2019.; Cook, 2020.; Green, 2020.; Mancinelli, 2020.; Orel, 2019.; von Zumbusch i Lalicic, 2020.; Winarya Prabawa i Ratih Pertiwi, 2020.; Chevtaeva, 2021.; Holleran i Notting, 2023.; Tomljenović, Marušić i Gjurašić, 2023.), ali se istovremeno također istražuje i turistička ponuda koja bi zadovoljila potrebe i zahtjeve digitalnih nomada (Angiello, 2022.; Sánchez-Vergara, Orel i Capdevila, 2023.). Digitalni nomadi predstavljaju izrazito atraktivan segment turističke potražnje, a za njih je specifično da se ne kreću u velikim skupinama, odnosno trenutno nisu sinonim masovnih turističkih kretanja, duže se zadržavaju u destinacijama i voljni su ostvarivati sociokulturne interakcije s lokalnim stanovništvom. Svojevrsni su antipod masovnom turizmu, što se u postpandemijskom svijetu itekako može izdvojiti kao jedan od poželjnih strateških pravaca razvoja destinacija.

U turizmu se koncept potražnje može reflektirati na potrebe pojedinaca za konzumacijom i doživljajem mjesta, pri čemu se konzumacija turističkih mjesta očituje kao subjektivni doživljaj turista. Turisti učestalo reaguju na povećanje ili smanjenje osobnog raspoloživog dohotka i distribuciju, vremenski okvir i druge osobne motive, a mogu se javiti i općenitije promjene u području generiranja potražnje, poput ekonomske depresije ili političke neizvjesnosti (Paajanen, 2000: 136). S obzirom na to da je turistička potražnja izrazito heterogena, ona se uobičajeno grupira u homogene skupine s ciljem olakšavanja

procesa privlačenja i komuniciranja potencijalnih turista. Neki od kriterija koji se u tom procesu mogu primijeniti su dobna struktura, obrazovanje, platežna moć, motivi koji potiču na putovanje i slično (Čavlek, 2011: 57). Digitalni nomadi kao noviji segment na turističkom tržištu grupiraju se stoga po specifičnom motivu putovanja koji je vezan uz promjenu mjesta rada, postizanje osjećaja slobode i samostalnosti i brojne druge faktore koji se do sada nisu javljali kod turističke potražnje uopće ili barem ne u ovolikoj mjeri. Iako je putovanje sastavni dio digitalnog nomadstva, javili su se određeni pokušaji s ograničenim rezultatima s ciljem pozicioniranja ovog segmenta na tržištu i razumijevanja dinamike digitalnih nomada kao turista (Chevtaeva i Denizci-Guillet, 2021: 1). Investopedia (n.d.) tako navodi sljedeća osnovna obilježja digitalnih nomada:

- pojam se odnosi na osobe koje rade na daljinu koristeći informatičku i komunikacijsku tehnologiju;
- digitalni nomadi mogu raditi u kafiću, na plaži ili u hotelskoj sobi jer nisu ovisni niti o jednoj specifičnoj lokaciji;
- ekonomska kriza i karantena tijekom 2020. godine uzroci su porasta broja radnika na daljinu, od kojih su neki po prvi puta postali digitalni nomadi, odlučujući se za rad u novim državama, ako su mogli u njima dobiti pristup;
- digitalnim nomadima mogu se smatrati i obitelji koje rade i školuju se na putu;
- digitalni nomadi nisu nužno samo mladi ljudi (prosječna dob je 35 godina), iako 65% digitalnih nomada čine samci i/ili rastavljene osobe (ostali su u vezi i/ili u braku).

Općenito, digitalni nomadi obično su vrlo vješte i digitalno pismene osobe, a mnogi rade u područjima kao što su računalno programiranje i IT, web dizajn, kreativna područja, inženjering, financije te digitalni i tradicionalni marketing. Međutim, ovaj popis svakako nije potpun, a priroda posla koji bi digitalni nomadi mogli obavljati neprestano se razvija jer sve više pojedinaca kreće u karijeru dok su u pokretu, na putu (City Destination Alliance, n.d.). Neki su poduzetnici ili samozaposleni, ali trend koji prevladava navodi velike tvrtke da se odluče za ovaj model suradnje sa svojim zaposlenicima (Vagena, 2021: 2). Ovo je posebice važno u današnjem okruženju jer će rad na daljinu u digitalnom okruženju najvjerojatnije postati mnogo uobičajeniji i široko prihvaćen među radnicima i organizacijama u svijetu nakon pandemije COVID-19 (Shawkat et al., 2021: 1).

Tablica 1. Prednosti i nedostaci digitalnog nomadstva

Prednosti	Nedostaci
<ul style="list-style-type: none"> • oslobođeno tradicionalnog uredskog okruženja • prilika za putovanjem i učenje o novim kulturama • dovoljno vremena za uključivanje u aktivnosti na otvorenom • više kontrole nad vlastitim vremenom 	<ul style="list-style-type: none"> • može biti skupo putovati na redovnoj bazi • ponekad je potrebno raditi za klijente u različitim vremenskim zonama • usamljenost ili izoliranost od obitelji i prijatelja • nužnost izrazite organiziranosti za vrhunsku ravnotežu između života i posla tijekom putovanja

Izvor: Investopedia, n.d.

Digitalni nomadi upravo iz razloga navedenih u tablici 1. zaokupljaju pažnju brojnih disciplina jer ih je moguće promatrati iz različitih perspektiva, ovisno o tome analizira li ih se u kontekstu prostora za rad, potrage za slobodom ili upražnjavanja specifičnog načina života. „Digitalni nomadi koriste se digitalnim tehnologijama za rad na daljinu, imaju mogućnost raditi i putovati istovremeno, imaju autonomiju u učestalosti i odabiru lokacije te posjećuju najmanje tri lokacije godišnje koje nisu njihov vlastiti, prijateljev ili obiteljski dom“ (Cook, 2023: 259). Često se uz pojam digitalnog nomadstva veže specifičan, pomalo i alternativan životni stil. Međutim, taj životni stil „ne mora nužno narušiti institucionalne strukture, društvena očekivanja ili dnevne rutine koje definiraju suvremeni život. Naprotiv, digitalni nomadi prilagođavaju se neoliberalnim promjenama koristeći svoje poduzetničko razmišljanje i tehnološke vještine za izgradnju svog životnog stila“ (Hermann i Paris, 2020: 332). Dakle, unatoč tome što je ova vrsta rada bila gotovo nezamisliva prije 50-ak godina ili nije bilo očekivano prije 20-ak godina da će poprimiti globalne razmjere, ipak se čini da se ljudi i u kontekstu obavljanja posla žele vratiti onome što je čovjeku prirodno, a to su kretanje (npr. Bhugra i Minas, 2007) i sloboda. Sloboda, pak, ne uključuje samo odsustvo određenih okvira koje društvo nameće, već i odgovornost poštivanja prihvaćenih normi (npr. Carter, 1999).

Uzimajući u obzir relevantnost percepcije koju određuju individualni okviri i tijek, ovaj stil života i način rada mogu postati problem samo ako ono što se tradicionalno smatra poslom ne poštuje kriterije vezane uz slobodno vrijeme i oba područja ispunjavaju duboko različite uloge u životu (Reichenberger, 2018: 366). Drugim riječima, sloboda, ili osjećaj te slobode, a koji se smatraju svojstvenima digitalnim nomadima, istovremeno podrazumijevaju izrazito visoku razinu odgovornosti i discipline. Pojam slobode u ovom kontekstu treba osvijestiti činjenicu da, iako je ideja da pojedinci imaju tako široku slobodu izbora nedvojbeno privlačna, individualizacija dolazi kao mogućnost, ali i teret (Mancinelli, 2020: 423). Štoviše, u okviru digitalnog nomadstva nužno je imati disciplinu kako bi se balansirao odnos između posla i slobodnog vremena. Cook (2020: 359) navodi da usprkos svijesti da je sloboda ključna za iskustvo digitalnog nomadstva, još ne postoje istraživanja koja bi valorizirala na koji način se koncepti slobode, autonomije i samoodređenja prakticiraju u svakodnevnom životu digitalnih nomada.

Međutim, jasno je da su digitalni nomadi vrlo brzo nakon pojave na tržištu rada postali izrazito izazovno područje istraživanja u okviru turizma. Naime, njihove težnje kombiniraju turizam, slobodno vrijeme i profesionalnu aktivnost kako bi usvojili jedinstveni životni stil temeljen na radu na daljinu, međunarodnim putovanjima i praksama stanovanja na više adresa (Mancinelli, 2020: 418). Samom svojom definicijom oni se uklapaju u terminologiju turista jer je putovanje uklopljeno u njihov način rada, neovisno o sjedištu poslodavca, a ne putuju u destinacije primarno motivirani bavljenjem lukrativnim aktivnostima. Međutim, usprkos relativno jasnoj poziciji digitalnih nomada u turističkoj statistici, ipak je moguće izdvojiti nekoliko izazova s kojima se ovaj pojam susreće. Tako Tomljenović et al. (2023: 427) navode da putujuća komponenta životnog stila digitalnih nomada još uvijek nije razjašnjena u literaturi, nego se često konzumira s drugim fenomenima, kao što su dijaspora, poslovni putnici, radnici na daljinu, slobodni radnici i globalni nomadi. Nadalje, Green raspravlja mobilnost digitalnih nomada i navodi da „prihvatanje radikalne novosti u etabliranoj turističkoj destinaciji promiče stalnu preokupaciju granicama i napetostima preko granica, budući da su povezane s pojmovima stanovanja/kretanja, razlika između posla i slobodnog

vremena i ne/vidljivih konstelacija mobilnosti“ (2020: 442). Promjene u obrascima ponašanja koje digitalni nomadi donose u destinacije zasigurno su značajne, ali istovremeno je prisutna motivacija digitalnih nomada da se u destinacijama zadrže tijekom dužeg vremenskog razdoblja te da se veza između njih i lokalnog stanovništva gradi na temeljima uvažavanja i razumijevanja, odolijevajući suvremenom trendu nesnošljivosti između domaćina i gostiju u velikom broju destinacija.

Najveći pomak kojeg su digitalni nomadi donijeli na tržište rada je to što su tradicionalni zaposlenici oslobođeni svojih ureda i mnogi, umjesto da ostanu na jednom mjestu, kreću na putovanje. Broj digitalnih nomada s tradicionalnim poslom povećao se za 42% u 2021. godini (sa 6,3 milijuna u 2020. na 10,2 milijuna u 2021. godini) (MBO Partners, 2021: 3). Vagena (2021: 3) navodi da su omiljene destinacije digitalnih nomada mjesta s niskim troškovima života i bogatstvom prirodnih ljepota, a također je važno napomenuti da se u najvećem broju slučajeva visina plaća digitalnih nomada može izjednačiti sa zemljama poput SAD-a, Velike Britanije ili Kanade, što dovodi do pojave da je kupovna moć digitalnih nomada značajno veća od one kojom raspolaže lokalno stanovništvo. Ovakav odnos može u konačnici dovesti do određenih netrpeljivosti između te dvije skupine, što može rezultirati narušavanjem njihovog međusobnog odnosa i rezigniranosti lokalnog stanovništva prema ovoj skupini turista. „Izgradnja društvenih odnosa s lokalnim stanovništvom ili kolegama digitalnim nomadima zahtijeva vrijeme i trud; obično se ne zadržavaju dovoljno dugo na jednom mjestu i mogli bi se umoriti od kontinuiranog procesa uspostavljanja novih društvenih veza“ (Tomljenović et al., 2023: 429). S druge strane, zbog aktivne uključenosti digitalnih nomada u lokalnu zajednicu tijekom obavljanja posla, ipak ih ne bi trebalo pogrešno povezivati s odmorišnim turistima (Orel, 2019: 216), ako ni zbog čega drugoga, onda zbog motivacije za odabir destinacije, što kod ove dvije skupine pretpostavlja gotovo u potpunosti različit proces. Za digitalne nomade u destinacijama, zajednički prostor za život kao dio zajedničkog prostora za rad obično ima zahtjev od minimalno tjedan dana boravka, što ga čini manje fleksibilnom opcijom od najma sobe ili hotelskog smještaja (Chevtaeva, 2021: 203).

Hannonen (2020: 339) navodi da su digitalni nomadi dio službenih statistika u SAD-u od 2018. godine. Upravo je to tržište jedno od najznačajniji u kontekstu razvoja i mogućnosti digitalnog nomadstva. Ako promatramo ovo tržište iz pozicije turističkih kretanja, SAD je izrazito snažno emitivno tržište. S druge strane, posebna se pažnja pridaje ovom segmentu potražnje iz perspektive zakonodavnog okvira koji je suočen s određenim izazovima uzrokovanim intenzivnim kretanjima digitalnih nomada na međunarodnoj razini. „U slučaju digitalnih nomada, zbog karakteristika rada kojim se bave, mjesto rada postaje nebitno za pravilno izvršenje ugovora o radu. Stoga je moguće, s većim ili manjim stupnjem slobode, da zaposlenik odabire gdje će raditi“ (Balaž Piri, 2023: 6). Nadalje, Ramos i Ferreira Morgado (2021) navode nekoliko specifičnosti u reguliranju prava i obveza digitalnih nomada – radno-pravna pitanja, porezni tretman, regulatorna pitanja, pitanja imigracije i pitanje zaštite osobnih podataka.

Iako je pojava digitalnih nomada donijela brojne nepoznanice i izazove na tržište rada, istovremeno je donijela i niz prednosti za radnu snagu, poslodavce, ali i za turističke destinacije koje svoju ponudu žele prilagoditi zahtjevima tržišta digitalnog nomadstva. S obzirom na to da su kvaliteta sadržaja u okviru okolice, sloboda i samostalnost u fokusu interesa digitalnih nomada, destinacije se susreću s određenim izazovima koje sa sobom nosi razvoj ovog specifičnog segmenta turističke potražnje.

3. PREGLED VODEĆIH DESTINACIJA DIGITALNOG NOMADSTVA

MBO Partners (2021: 10) izdvaja tri trenda na tržištu digitalnih nomada: 1) sve više tradicionalnih zaposlenika postat će digitalni nomadi; 2) putovanja se odvijaju blizu mjesta prebivališta; 3) duži boravak, manje putovanja. Sva ova tri faktora imat će i značajne implikacije na destinacije koje se odluče aktivno uključiti na tržište digitalnih nomada. Mogućnosti u okviru sustava turizma, usluge i investicije razmatraju se kao strategije za rast i razvoj turističkih destinacija (Sánchez-Vergara et al., 2023: 237). Digitalni nomadi zahtijevaju određenu infrastrukturu koja im je nužna za kvalitetno obavljanje posla. Tu se prije svega misli na telekomunikacijske veze, ali i na zajedničke prostore za rad. „Digitalizacija omogućuje da, dok turisti svoja turistička iskustva dijele online na društvenim mrežama, dionici u turizmu koriste alate društvenih medija kako bi održali svoje promotivne i marketinške aktivnosti, povećali svijest o marki i povećali broj sadašnjih i potencijalnih kupaca“ (İli i Büyükbaykal, 2022: 307). Razmjena informacija je obostrana, a digitalizacija podiže kvalitetu procesa razmjene informacija.

„Budući da: i) privlačenje digitalnih nomada može imati pozitivan učinak na lokalno gospodarstvo i (ii) većinu čimbenika koji utječu na izbor lokacije digitalnih nomada mogu, u određenoj mjeri, razraditi lokalne vlasti, neki gradovi diljem svijeta započeli su s razvojem konkretnih planova, odnosno inicijativa usmjerenih na privlačenje radnika na daljinu na svoje teritorije“ (Angiello, 2022: 157). Brojne se destinacije pokušavaju intenzivno uključiti na tržište digitalnog nomadstva, a Statista (2023) temeljem istraživanja provedenog na uzorku od 10.950 nomada koji su bili na 255.449 putovanja navodi sljedeći rang vodećih gradova koje posjećuju digitalni nomadi: London (2,4%), Bangkok (1,94%), New York City (1,65%), Berlin (1,6%), Pariz (1,55%), Lisabon (1,5%), Barcelona (1,46%), Amsterdam (1,36%), San Francisco (1,27%) i Chiang Mai (1,12%). London se izdvaja na ovoj ljestvici jer je percipiran kao grad kreativnosti i inovacija, a istovremeno je iznimno dobro povezan grad u kojem se radno vrijeme preklapa sa zemljama koje zajedno generiraju 99% svjetskog BDP-a (Cities Today, 2019.). Općenito se gradovi navedeni na ovoj ljestvici povezuju s pojmovima i aktivnostima vezanima uz kreativnost, kreativne industrije, inovacije i digitalizaciju, što zadovoljava potrebe digitalnih nomada prilikom donošenja odluke o odabiru destinacije.

Digitalni nomadi informacije o različitim kriterijima za izbor destinacije (troškovi, klima, brzina i kvaliteta interneta, sigurnost) mogu pronaći na portalu Nomad List (n.d.), gdje je moguće generirati pretragu destinacija korištenjem različitih kombinacija kriterija, ali i pretraživati svaki kontinent zasebno. Što se tiče Republike Hrvatske, na listi se izdvajaju gradovi Zagreb, Split i Zadar.

Prethodno navedeni izazovi u reguliranju prava digitalnih nomada velikim se dijelom mogu riješiti aktivnim angažmanom nacionalnih politika, a u tablici 2. nalazi se pregled politika zemalja i područja koja su svojim djelovanjem odlučili podupirati dolazak digitalnih nomada, dominantno pojednostavljenjem viznog režima.

Tablica 2. Zemlje i područja s relevantnim politikama koje podupiru digitalne nomade

	Zemlja / područje	Naziv politike	Formalizacija	Duljina boravka	Trošak vize
1	Anguilla	Lose the Crowd. Find Yourself. Work. Live. Bliss.	kolovoz 2020.	3-12 mjeseci	2000\$
2	Antigua i Barbuda	Nomad Digital Residence	rujan 2020.	24 mjeseca	1500\$
3	Argentina	Digital Nomad Visa	lipanj 2022.	6 mjeseci	200\$
4	Bahami	Bahamas Extended Access Travel Stay	listopad 2020.	12-36 mjeseci	1025\$
5	Barbados	Barbados Welcome Stamp	srpanj 2020.	12 mjeseci	2000\$
6	Bermuda	Work from Bermuda Certificate	kolovoz 2020.	12 mjeseci	263\$
7	Brazil	Digital Nomad Visa	siječanj 2022.	12 mjeseci	100\$
8	Kajmansko otočje	Global Citizen Concierge Programme	listopad 2020.	24 mjeseca	100\$
9	Kostarika	Rentista visa / Digital Nomad Visa	kolovoz 2021.	24 mjeseca	250\$
10	Hrvatska	Digital Nomad Visa	siječanj 2021.	12 mjeseci	60\$
11	Curacao	@Home in Curacao programme	veljača 2021.	6-12 mjeseci	300\$
12	Cipar	Cyprus Digital Nomad Visa	siječanj 2022.	36 mjeseci	152\$
13	Republika Češka	Zvino	siječanj 2020.	12 mjeseci	270\$
14	Dominikanska Republika	Work in Nature (WIN)	ožujak 2021.	36 mjeseci	800\$
15	Estonija	Digital Nomad Visa, e-residency	prosinač 2014.	12 mjeseci	80\$
16	Gruzija	Remotely from Georgia	kolovoz 2020.	12 mjeseci	2000\$
17	Mađarska	White Card	siječanj 2022.	24 mjeseca	125\$
18	Island	Long-term visa for remote work	listopad 2020.	6 mjeseci	94\$
19	Italija	Digital Nomad Visa	ožujak 2022.	12 mjeseci	116\$
20	Latvija	Digital Nomad Visa	veljača 2022.	24 mjeseca	60\$
21	Malta	Nomad Residence Permit	lipanj 2021.	12 mjeseci	350\$
22	Mauricijus	Mauritius Premium Visa	listopad 2020.	12 mjeseci	besplatno
23	Sejšeli	Seychelles Workation Programme	siječanj 2021.	12 mjeseci	45\$
24	UAE	Dubai's virtual working programme	ožujak 2021.	12 mjeseci	287\$

Izvor: Sánchez-Vergara et al., 2023: 242

Mancinelli i Germann Molz (2023) u svom radu raspravljaju specifičnosti mobilnosti digitalnih nomada u kontekstu viznog režima, a podaci u tablici 2. sugeriraju da većina zemalja i područja koji se žele svojim djelovanjem fokusirati na privlačenje ovog segmenta potražnje imaju i pojednostavljen proces dobivanja vize, što je za digitalne nomade svakako jedan od

privlačnih faktora, posebice u definiranju njihovih regulatornih pitanja. Međutim, izuzev Republike Češke i Estonije, indikativno je da su se sve zemlje aktivnije uključile u pojednostavljenje viznog režima za digitalne nomade nakon izbijanja pandemije uzrokovane COVID-19 virusom, što također potvrđuje ranije navedene trendove izrazitog povećanja značenja ovog segmenta od 2020. godine, kao i uključivanja većeg broja destinacija na ovo tržište.

Balaž Piri (2023) u svojem radu izdvaja dvije destinacije koje digitalni nomadi posjećuju u većoj mjeri – Chiang Mai i Kanarsko otočje. Autorica navodi da digitalni nomadi Kanarsko otočje percipiraju kao sigurnu destinaciju i zadovoljni su ponudom zajedničkih prostora za rad. Međutim, lokalno stanovništvo primjećuje da se počinje javljati jaz između njih i digitalnih nomada, uglavnom zbog ranije spomenutih razlika u kupovnoj moći (Balaž Piri, 2023: 37-39). Hannonen, Aguiar Quintana i Lehto (2023: 12) na temelju provedenog istraživanja zaključuju da priljev digitalnih nomada može dovesti do transformacijske promjene u destinacijama. U tom smislu dionici na nacionalnoj razini s drugim dionicima u destinaciji trebaju uspostaviti skup ciljeva i sustav za optimizirano korištenje digitalnog nomadstva za obogaćivanje života lokalnog stanovništva u okviru ekonomskog, kulturnog i društvenog načela. Nadalje, autori naglašavaju da je nužno uključiti digitalne nomade u marketinške aktivnosti na razini destinacije Gran Canaria. Međutim, u ovoj je destinaciji primjetno da se ulaže izuzetno mnogo napora u prilagodbu ponude ovog segmentu potražnje. Konkretno, Balaž Piri navodi da na Gran Canariji „prilagođavanje potrebama ovog novog segmenta potrošača uglavnom dolazi iz neovisnih građanskih inicijativa, budući da nije postojala izravna podrška vlade“ (2023: 40). Drugim riječima, u razvoj ponude i programa za digitalne nomade uključuju se i javni i privatni sektor, a cilj je postići optimalne uvjete za razvoj konkurentnog i održivog proizvoda primjerenog za ovaj tržišni segment.

S druge strane, Chiang Mai se posljednjih godina izdvojio kao izrazito važno središte za digitalne nomade, a Lhakard (2022: 181) izdvaja tri faktora koji utječu na donošenje odluke o odabiru upravo ove destinacije, a koje izdvajaju digitalni nomadi – prirodni i kulturni kapital; pristup radnoj i komunikacijskoj infrastrukturi; te razmjena informacija i integracija mreža digitalnih nomada. Nadalje, grad je percipiran kao destinacija u kojoj se digitalni nomadi osjećaju sigurno, ali je lokalno stanovništvo počelo pokazivati znakove nezadovoljstva zbog činjenice da digitalni nomadi zadržavaju svoj posao unatoč manjoj konkurentnosti gospodarstva nakon pandemije, iako taj argument nema čvrsto uporište jer poslodavci digitalnih nomada najčešće nisu iz lokalne, pa čak ni nacionalne ekonomije (Balaž Piri, 2023: 40-41). S obzirom na to da je skupina digitalnih nomada u ovoj destinaciji tijekom zadnjih godina zabilježila velik rast, taj je segment postao izrazito zanimljiv u kontekstu analize njihove percepcije doma, a uzimajući u obzir njihov specifičan način života. Tako de Loryn na temelju provedenog istraživanja zaključuje da „dom može biti bilo koje mjesto na svijetu gdje se netko zatekne, a postaje još ugodnije ako putuje s drugom osobom koja mu/joj je draga ili barem putuje sa značajnim objektima emocionalne vrijednosti“ (2022: 115).

Digitalni nomadi privlače pažnju istraživača iz brojnih područja, a u posljednje su vrijeme u središtu interesa u području turizma zbog svog izrazito specifičnog načina asimilacije u lokalnu zajednicu, ali i zbog ekonomskih učinaka koje ostavljaju na razini destinacije. S obzirom na činjenicu da u destinacijama ostaju tijekom dužeg razdoblja, njihovi su kulturološki i sociološki učinci tim veći, a ostvarena potrošnja se povećava. „Teško je izdvojiti glavnu korist digitalnog nomadstva za lokalnu zajednicu. To može biti već spomenuta ostvarena potrošnja, ali u kontekstu sociokulturnog utjecaja postoje neke jedinstvene

koristi digitalnog nomadstva za lokalnu zajednicu koje imaju neizravne ekonomske pozitivne utjecaje. Digitalni nomadi pokreću okupljanja, dijele vještine i povremeno pružaju prilike za posao lokalnim zajednicama, prenoseći poslovno i tehnološko znanje“ (Balaž Piri, 2023: 42-43).

4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I RASPRAVA

Na temelju analize teorijskih spoznaja, istraživačko pitanje koje se postavlja u ovom radu glasi: *Na koji način digitalni nomadi utječu na transformaciju turističke ponude destinacija u Hrvatskoj?* Kako je ranije spomenuto, Zagreb, Split i Zadar izdvajaju se kao destinacije koje su digitalnim nomadima izrazito privlačne, a DNA (Udruga digitalnih nomada u Hrvatskoj) navodi nekoliko komparativnih prednosti Hrvatske kao potencijalne destinacije za digitalne nomade – sigurnost, mediteranska klima, odlična povezanost s Europom i ostatkom svijeta, aktivnosti tijekom cijele godine (kupanje ljeti, planinarenje zimi), cjenovna pristupačnost, bogato povijesno nasljeđe, gostoljubivost, kvalitetan i cjenovno pristupačan zdravstveni sustav te odlično poznavanje engleskoga jezika (DNA, n.d.).

Primarno istraživanje provedeno je putem dubinskog intervjua uživo i putem online sastanka pomoću Google Meet usluge za video-pozive u rujnu 2023. godine. Dubinski intervju odabran je kao metoda zbog specifičnosti predmeta istraživanja, odnosno zbog činjenice da su digitalni nomadi nedovoljno istraženi kao dio segmenta potražnje u turizmu Hrvatske. U istraživanju je sudjelovalo četvero ispitanika, intervjui su provedeni sa svakim ispitanikom individualno, a sudionici su bili predstavnici dvije turističke zajednice gradova, jedne turističke zajednice na razini županije i jedan poduzetnik. Prilikom odabira ispitanika osnovna je pretpostavka bila da su ispitanici ili organizacija koju predstavljaju aktivni sudionici projekata povezanih s digitalnim nomadima ili da su uključeni u turističke aktivnosti te da svojim djelovanjem mogu utjecati na razvoj ovog oblika turizma. Ispitanicima je postavljeno dvanaest pitanja otvorenog tipa, intervjui su održani na hrvatskom jeziku, a moderator intervjua bila je jedna od autorica.

U uzorak su uključeni ispitanici sa sljedećim obilježjima:

- 1) dionik #1 – kao predstavnik turističke zajednice navodi da TZ županije, sukladno Zakonu o promicanju hrvatskog turizma, ima svoje zakonom definirane zadaće koje se odnose na sve oblike turizma koji obuhvaćaju sve turističke proizvode koji su prisutni na jednom području, što naravno može uključivati i digitalne nomade;
- 2) dionik #2 – bavi se konzaltingom za digitalne komunikacije i brendiranje, a smatra se digitalnim nomadom te je odlučio živjeti i raditi u Hrvatskoj jer ju smatra idealnom zemljom za taj stil života zbog povoljnog odnosa kvalitete života i mogućnosti sklapanja poslova koji se odvijaju online;
- 3) dionik #3 – predstavnik turističke zajednice koja je ranije imala mnogo intenzivnije kontakte s digitalnim nomadima jer je tada bio u tijeku sveobuhvatan projekt koji je obuhvaćao i regulirao većinu onoga što su digitalni nomadi trebali, poput središnjeg mjesta za rad, ali i razvijanja odnosa s lokalnom zajednicom;
- 4) dionik #4 – predstavnik turističke županije koji navodi da ostvaruju suradnju s partnerima i specijalistima za organizaciju boravka digitalnih nomada u Hrvatskoj.

Pitanja su bila grupirana u tri skupine – opis poslovanja, specifičnosti segmenta digitalnih nomada i utjecaj ovog segmenta na razvoj turističkih destinacija. Odgovori su transkribirani i sintetizirani otvorenim kodiranjem. Ispitanici su tako izdvojili nekoliko trendova i prednosti koje primjećuju kod ovog segmenta potražnje:

- duži boravak,
- razvoj novih poslovnih prilika na temelju motivacije digitalnih nomada koji dolaze svjesni mogućnosti umrežavanja, a ne isključivo zbog odmora,
- veća prosječna potrošnja od one koju ostvaruju odmorišni gosti,
- promocija destinacije,
- povećana potrošnja,
- dijeljenje iskustava s putovanja na digitalnim kanalima te
- relativno jednostavan postupak dobivanja vize.

Međutim, svi ispitanici zaključuju i da segment digitalnih nomada trenutno nema preveliko značenje u Republici Hrvatskoj, odnosno da njihova kretanja ne utječu u većoj mjeri na kreiranje turističke ponude, unatoč prepoznatom potencijalu. Štoviše, dionici naglašavaju da je na nacionalnoj i destinacijskoj razini još uvijek prisutno relativno slabo poznavanje pojma digitalnog nomadstva i karakteristika ovog segmenta u kontekstu turističkih kretanja, što u kasnijim fazama otežava proces razvoja proizvoda i usluga.

Na razini destinacija oni zasigurno generiraju povećanje cijena proizvoda i usluga, ali trenutno to povećanje nema negativan učinak jer je izravno vezano uz obujam ovog tržišta te u ovom trenutku nema značajniji utjecaj na lokalne ekonomije. Svi ispitanici naglašavaju da digitalni nomadi uvijek biraju dobro opremljene smještajne objekte i za sada ne izdvajaju visinu najma soba/apartmana kao nedostatak ponude u Hrvatskoj. Međutim, neki od ispitanika izdvajaju važnost postupka certificiranja smještajnih objekata koji imaju ponudu prilagođenu zahtjevima i potrebama digitalnih nomada. Takvu bi informaciju bilo važno komunicirati ovom segmentu jer oni u najam ulaze na duže razdoblje, najčešće u trajanju od nekoliko mjeseci. Takav duži boravak pozitivno se odražava na izazov sezonalnosti turizma u Hrvatskoj, odnosno dugoročno bi mogao pozitivno utjecati na vremensku distribuciju turističkih dolazaka na godišnjoj razini.

Što se tiče opremljenosti destinacije, svi dionici prepoznaju važnost kvalitetne telekomunikacijske mreže koja za digitalne nomade predstavlja osnovu za rad. Naime, važnost širokopolasnog interneta nije prepoznata u svim destinacijama, a njegov nedostatak može rezultirati nestabilnom ili preopterećenom mrežom, što u konačnici ima negativan odjek na zajednicu digitalnih nomada. Također, kako je navedeno ranije, vizni režim, odnosno jednostavnost procesa dobivanja vize, jedan je od glavnih elemenata prilikom odabira destinacija u Hrvatskoj, a dio ispitanika naglašava da je ulaskom u schengenski prostor ovaj proces dodatno olakšan.

U kontekstu izdvajanja negativnih učinaka ovog segmenta na turističke destinacije, dionici su suglasni da u ovom trenutku ne postoje značajniji negativni utjecaji. Međutim, prepoznaju važnost kvalitetne komunikacije između domaćina i gostiju i zaključuju da je u tom procesu izrazito važno graditi temelje uvažavanja, razumijevanja, otvorenosti i uključivosti. Uočen je i izrazito pozitivan trend na razini destinacija jer komunikacija lokalnog stanovništva s digitalnim nomadima može donijeti otvorenost, vjerojatno zbog angažirano-

sti nomada i vođenja stvarnog života u privremenim destinacijama. Također, naglašavaju da je učinke ovog segmenta na turističku destinaciju, bilo pozitivne ili negativne, teško promatrati *ceteris paribus* jer ih je teško izolirati iz cjelokupnog sustava turizma i njegovih učinaka u određenoj destinaciji.

Iako je broj ispitanika u ovom istraživanju malen, ono je usmjereno na relativno novo područje istraživanja pa naglasak nije bio na postizanju statističke relevantnosti nego na sveobuhvatnoj analizi potencijala digitalnih nomada kao sve važnijeg segmenta turističke potražnje te kritički komentirati mogućnosti prilagodbe postojeće turističke infrastrukture specifičnim zahtjevima ovog tržišnog segmenta. Ograničenje istraživanja ogleda se u neujednačenom načinu prikupljanja odgovora jer su dva ispitanika razgovoru pristupila putem online platforme za video-pozive, dok je drugih dvoje odgovore dostavilo pisanim putem, što se odrazilo na kvalitetu odgovora jer je izravnom komunikacijom prikupljena znatno veća količina informacija.

Buduća istraživanja trebala bi uključiti veći broj dionika u turističkoj destinaciji – osim većeg broja digitalnih nomada, nužno je uključiti raznovrsniju skupinu predstavnika javnog i privatnog sektora, ali svakako i predstavnike lokalnog stanovništva kako bi se dobila sveobuhvatna slika o utjecaju razvoja digitalnog nomadstva na turističke destinacije te na učinke koje oni svojim kretanjima, turističkom potrošnjom i interakcijama s lokalnim stanovništvom dugoročno ostavljaju na razini destinacija koje posjećuju.

5. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Brojne promjene u načinu na koji ljudi žive, komuniciraju, prenose informacije i u konačnici obavljaju svoje poslove, dovele su do pojave novog segmenta na tržištu rada – digitalnih nomada. Taj je segment doživio ubrzan rast tijekom i nakon pandemije COVID-19, a fokus istraživanja u okviru ove skupine usmjeren je i na njihov doprinos globalnim turističkim kretanjima. Dominantne karakteristike ovog segmenta su mobilnost, ukorijenjena želja za putovanjima i integracija u život lokalnih zajednica koje digitalni nomadi posjećuju. Iako je za njih svojstvena izrazita autonomija, ipak je nužna pretpostavka uključivanja u ovu skupinu izrazito visoka razina samodiscipline i iznimno razumijevanje važnosti raspoređivanja radnih obaveza u odnosu na dokolicu. Stoga su i destinacije analizirane u ovom radu – Chiang Mai i Kanarsko otočje – fokusirane na razvoj prateće infrastrukture i ponude koja će zadovoljiti specifične potrebe ovog segmenta turističke potražnje, prije svega razvijajući zajedničke prostore za rad, ali uz pretpostavku visokokvalitetne telekomunikacijske infrastrukture koja je jedan od osnovnih zahtjeva ove skupine turista.

Na temelju primarnog istraživanja provedenog za potrebe izrade ovog rada, moguće je zaključiti da digitalni nomadi čine izrazito privlačan segment turističke potražnje, a u Hrvatskoj bi mogli imati utjecaj na smanjenje sezonalnog karaktera turizma. Osim povećane potrošnje koja se izdvaja kao jedna od karakteristika ove skupine turista, potrebno je naglasiti njihov angažman u asimilaciji s lokalnim zajednicama koje posjećuju. Oni svojim boravkom u destinaciji mogu unaprijediti kvalitetu interakcije između domaćina i gostiju, unoseći razumijevanje i uključivost na obje strane ovog odnosa. Naime, pod utjecajem masovnog turizma te pretjerane eksploatacije resursa u procesima razmjene na turističkom tržištu, smanjuje se kvaliteta života lokalnog stanovništva, a nesnošljivost između ove dvije skupine raste. Stoga je naglasak digitalnih nomada stavljen upravo na razmjeni iskustava,

mišljenja, integraciji i razumijevanju, što je pozitivno prihvaćeno na strani lokalnih zajednica. S obzirom na to da su ispitanici u ovom istraživanju naveli slabo poznavanje specifičnosti segmenta digitalnih nomada kao jedan od ograničavajućih čimbenika intenzivnijeg razvoja ponude koja bi bila prilagođena njihovim potrebama i zahtjevima, nužno je definirati prije svega radno-pravna i imigracijska pitanja kako bi se digitalnim nomadima prije svega omogućio, a onda i olakšao boravak u Republici Hrvatskoj, posebice u onim situacijama kada putuju s obiteljima, odnosno s djecom koja su dio obrazovnog sustava.

Perspektive razvoja turističke ponude prilagođene digitalnim nomadima ogledaju se u korištenju već postojeće infrastrukture koja je izvan glavne sezone uglavnom nedovoljno iskorištena, čime se postiže održivi razvoj koji donosi ujednačene koristi tijekom cijelog razdoblja. Uvažavanjem primjera dobre prakse koji ukazuju na brojne koristi od privlačenja digitalnih nomada u destinacije potrebno je prilagoditi one elemente infrastrukture koji su nužni za nesmetano odvijanje radnih obaveza koje ovaj segment turističke potražnje ima, istovremeno uzimajući u obzir dobrobiti koje je moguće očekivati u postizanju kvalitetne, svrsishodne i održive sociokulturne razmjene i dugoročne interakcije.

LITERATURA

1. Angiello, G. (2022). European cities embracing digital nomads. *TeMA Journal of Land Use, Mobility and Environment*, 1, 157-161. <https://doi.org/10.6092/1970-9870/9033>
2. Balaž Piri, N. (2023). *Digitalno nomadstvo kao potencijal razvoja turizma Republike Hrvatske*. diplomski rad. Zagreb: Ekonomski fakultet.
3. Bhugra, D., & Minas, I. H. (2007). Mental health and global movement of people. *The Lancet*, 370(9593), 1109-1111. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(07\)61249-53](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(07)61249-53)
4. Carter, I. (1999). *A Measure of Freedom*. Oxford: Oxford University Press.
5. Chevtaeva, E. (2021). Coworking and Coliving: The Attraction for Digital Nomad Tourists. In W. Wörndl, C. Koo & J. L. Stienmetz (Eds.) *Information and Communication Technologies in Tourism 2021*, 202-209. https://doi.org/10.1007/978-3-030-65785-7_17
6. Chevtaeva, E., & Denizci-Guillet, B. (2021). Digital nomads' lifestyles and coworkation. *Journal of Destination Marketing & Management*, 21, article 100633. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100633>
7. Cities Today (2019). *London: the city of creativity and innovation*. Preuzeto s <https://cities-today.com/london-the-city-of-creativity-and-innovation/> (10.10.2023.)
8. City Destination Alliance (n.d.) *Understanding the World of the Digital Nomad*. Preuzeto s <https://citydestinationsalliance.eu/understanding-the-world-of-the-digital-nomad/> (5.10.2023.)
9. Cook, D. (2020). The freedom trap: digital nomads and the use of disciplining practices to manage work/leisure boundaries. *Information Technology & Tourism*, 22, 355-390. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00172-4>
10. Cook, D. (2023). What is a digital nomad? Definition and taxonomy in the era of mainstream remote work. *World Leisure Journal*, 65(2), 256-275. <https://doi.org/10.1080/16078055.2023.2190608>

11. Čavlek, N. (2011). *Turističko tržište – potražnja, ponuda i trendovi*. U N. Čavlek, M. Bartoluci, D. Prebežac i O. Kesar (ur.) Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb: Školska knjiga. str. 50-79.
12. de Loryn, B. (2022). Not necessarily a place: How mobile transnational online workers (digital nomads) construct and experience ‘home’. *Global Networks*, 22, 103-118. <https://doi.org/10.1111/glob.12333>
13. DNA (n.d.). *Why DNA Croatia?* Preuzeto s <https://dnacroatia.com/about-us/> (7.10.2023.)
14. Green, P. (2020). Disruptions of self, place and mobility: digital nomads in Chiang Mai, Thailand. *Mobilities*, 15(3), 431-445. <https://doi.org/10.1080/17450101.2020.1723253>
15. Hannonen, O. (2020). In search of a digital nomad: defining the phenomenon. *Information Technology & Tourism*, 22, 335-353. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00177-z>
16. Hannonen, O., Aguiar Quintana, T., & Lehto, X. Y. (2023). A supplier side view of digital nomadism: The case of destination Gran Canaria. *Tourism Management*, 97, article 104744. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104744>
17. Hermann, I., & Paris, C. M. (2020). Digital Nomadism: the nexus of remote working and travel mobility. *Information Technology & Tourism*, 22, 329-334. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00188-w>
18. Holleran, M., & Notting, M. (2023). Mobility guilt: digital nomads and COVID-19. *Tourism Geographies*, 25(5), 1341-1358. <https://doi.org/10.1080/14616688.2023.2217358>
19. İli, B., & Büyükbaykal, G. (2022). A Bibliometric Analysis of Digital Nomad Researches. *Neveşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Dijitalleşme Özel Sayısı*, 306-319. <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1121236>
20. Investopedia (n.d.) *Digital nomad*. Preuzeto s <https://www.investopedia.com/terms/d/digital-nomad.asp> (5.10.2023.)
21. Lhakard, P. (2022). Destination City for Digital Nomad’s in Thailand: A Case Study of Digital Nomad Community in Chiang Mai. *Journal of Humanities and Social Sciences Studies*, 4(1), 178-188. <https://doi.org/10.32996/jhsss>
22. Mancinelli, F. (2020). Digital nomads: freedom, responsibility and the neoliberal order. *Information Technology & Tourism*, 22, 417-437. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00174-2>
23. Mancinelli, F., & Germann Molz, J. (2023). Moving with and against the state: digital nomads and frictional mobility regimes. *Mobilities*. <https://doi.org/10.1080/17450101.2023.2209825>
24. MBO Partners (2021). The Digital Nomad Search Continues – Research Brief. Preuzeto s <https://www.mbopartners.com/state-of-independence/2021-digital-nomads-research-brief/> (7.10.2023.)
25. Merriam Webster (n.d.) *Digital nomad*. Preuzeto s <https://www.merriam-webster.com/dictionary/digital%20nomad> (5.10.2023.)
26. Nomad List (n.d.) Europe. Preuzeto s <https://nomadlist.com/europe> (8.10.2023.)
27. Orel, M. (2019). Coworking environments and digital nomads: balancing work and leisure whilst on the move. *World Leisure Journal*, 61(3), 215-227. <https://doi.org/10.1080/16078055.2019.1639275>

28. Paajanen, M. (2000). *Demand*. U J. Jafari (Ed.) *Encyclopedia of Tourism*. London: Routledge. str. 136-137.
29. Ramos, I., & Ferreira Morgado, N. (2021). *Digital Nomads: Legal and tax framework*. Transformative Legal Experts. Preuzeto s https://www.plmj.com/xms/files/03_Novidades_legislativas/2021/03_marco/NI_Digital_Nomads_-_Legal_and_tax_framework.pdf (10.10.2023.)
30. Reichenberger, I. (2018). Digital nomads – a guest for holistic freedom in work and leisure. *Annals of Leisure Research*, 21(3), 364-380. <https://doi.org/10.1080/11745398.2017.1358098>
31. Sánchez-Vergara, J. I., Orel, M., & Capdevila, I. (2023). „Home office is the here and now.“ Digital nomad visa systems and remote work-focused leisure policies. *World Leisure Journal*, 65(2), 236-255. <https://doi.org/10.1080/16078055.2023.2165142>
32. Shawkat, S., Zaidi Abd Rozan, M., Salim, N., & Faisal Shehzad, H. M. (2021). Digital Nomads: A Systematic Literature Review. 7th *International Conference on Research and Innovation in Information Systems*. Preuzeto s: https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=9617008&casa_token=km-GQdg5rnoAAAA:uybihmHD-G3EThCszTw8FuNBWxNWKoLTriUmxwHZHU8B_iKiPh8zv4kRqcohbIjt_wWTZSYHjBA7Sg&tag=1 (5.10.2023.)
33. Statista (2023). *Leading cities visited by digital nomads worldwide as of March 2023*. Preuzeto s <https://www.statista.com/statistics/1298964/top-visited-cities-digital-nomads-worldwide/> (10.10.2023.)
34. Thompson, B. Y. (2019). The Digital Nomad Lifestyle: (Remote) Work/Leisure Balance, Privilege, and Constructed Community. *International Journal of the Sociology of Leisure*, 2, 27-42. <https://doi.org/s41978-018-000030-y>
35. Tomljenović, R., Marušić, Z., & Gjurašić, M. (2023). Digital nomads in the Mediterranean tourism hub. *Proceedings ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe*, 7, 425-439. <https://doi.org/10.20867/tosee.07.28>
36. Vagena, A. (2021). Digital Nomads and Tourism Industry. *Academia Letters*, article 765. <https://doi.org/10.20935/AL765>
37. von Zumbusch, J. S. H., & Lalicic, L. (2020). The role of co-living spaces in digital nomads' well-being. *Information Technology & Tourism*, 22, 439-453. <https://doi.org/10.1007/s40558-02000182-2>
38. Winarya Prabawa, I. W. S., & Ratih Pertiwi, P. (2020). The Digital Nomad Tourist Motivation in Bali: Exploratory Research Based on Push and Pull Theory. *Athens Journal of Tourism*, 7(3), 161-174. <https://doi.org/10.30958/ajt.7-3-3>