

# Gig ekonomija - od povremenih poslova do megatrenda budućnosti

---

Markić, Marija

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics and Business in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:758485>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-03**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni diplomski studij Marketing

Marija Markić

**GIG EKONOMIJA - OD POVREMENIH POSLOVA DO  
MEGATRENDA BUDUĆNOSTI**

Diplomski rad

Osijek, 2024.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku  
Ekonomski fakultet u Osijeku  
Sveučilišni diplomski studij Marketing

Marija Markić

**GIG EKONOMIJA - OD POVREMENIH POSLOVA DO  
MEGATRENDA BUDUĆNOSTI**

Diplomski rad

**Kolegij: Teorija i politika razvoja poduzetništva**

JMBAG: 0010231577

e-mail: [marijamarkic2105@gmail.com](mailto:marijamarkic2105@gmail.com), [mmarkic@efos.hr](mailto:mmarkic@efos.hr)

Mentor: doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović

Osijek, 2024.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek  
Faculty of Economics and Business in Osijek  
University Graduate Study in Marketing

Marija Markić


**GIG ECONOMY - FROM CASUAL JOBS TO THE  
MEGATREND OF THE FUTURE**

Graduate paper

Osijek, 2024.

## IZJAVA

### O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski (navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti, NN 119/2022).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

**Ime i prezime studenta/studentice:** Marija Markić

**JMBAG:** 0010231577

**OIB:** 54321225918

**e-mail za kontakt:** marijemarkic2105@gmail.com

**Naziv studija:** Marketing

**Naslov rada:** Gig ekonomija – od povremenih poslova do megatrenda budućnosti

**Mentor/mentorica rada:** doc. dr. sc. Tihana Koprivnjak Popović

U Osijeku, 11.09.2024. godine

Potpis Marija Markić

# **Gig ekonomija - od povremenih poslova do megatrenda budućnosti**

## **SAŽETAK**

Gig ekonomija je pojam za koji postoje razne definicije koje su međusobno povezane te je najjednostavnije shvaćanje da predstavlja slobodno tržište zapošljavanja putem platformi. Gig ekonomija je novi pojam koji je napravio preokret u svijetu zbog svog utjecaja na gospodarstvo. Razvoj tehnologije i drugačiji način života utjecali su na promjene i stvaranje novih radnih mjesta i alternativne mogućnosti zarade stanovništva odnosno stvaranja alternativnih mogućnosti zapošljavanja kao što je gig ekonomija.

Ovaj rad daje pregled definicija gig ekonomije, te su u radu opisane prednosti i nedostaci tržišta koja djeluje putem platformi te predstavljene različite generacije koje su sudionici gig ekonomije. Sudionici su čak četiri generacije koje različito djeluju unutar ovog tržišta i imaju različita očekivanja od istog, a to su generacije Z, Y, X i baby boomer-i. Empirijski dio rada donosi analizu platformi koje su temelj gig ekonomije, a koje su prisutne u Hrvatskoj. Najkorištenije platforme tj. aplikacije u Hrvatskoj su Uber, Glovo te Wolt i Bolt, a u radu putem aplikacija sudjeluje preko 100 000 Hrvata. Nadalje, provedeno je istraživanje putem upitnika koje je ispitivalo percepcije i iskustva različitih generacija u gig ekonomiji.

**Ključne riječi: gig ekonomija, platforme, tehnologija**

## **Gig economy - from casual jobs to the megatrend of the future**

### **ABSTRACT**

Gig economy is a term for which there are various definitions that are interlinked. The simplest understanding is that it is a free employment market through platforms. The gig economy is a new term that has taken the world by storm due to its impact on the economy. The development of technology and a different way of life has influenced change and the creation of new jobs and alternative ways of earning for the population, i.e. the creation of alternative employment opportunities such as the gig economy.

This paper gives an overview of the definitions of the gig economy, describes the advantages and disadvantages of the market that works through platforms and introduces the different generations involved in the gig economy. The participants are four generations that behave differently in this market and have different expectations of it, namely generations Z, Y, X and the baby boomers. The empirical part of the paper contains an analysis of the platforms that form the basis of the gig economy and that exist in Croatia. The most used platforms, i.e. applications, in Croatia are Uber, Glovo, Wolt and Bolt, and over 100,000 Croatians participate in work via platforms. In addition, a survey was conducted through a questionnaire that examined the perceptions and experiences of different generations in the gig economy.

**Keywords: gig economy, platforms, technology**

# SADRŽAJ

<b>1. Uvod</b> .....	1
<b>2. Metodologija</b> .....	2
<b>3. Gig ekonomija</b> .....	3
<b>3.1. Definiranje i povijesni razvoj gig ekonomije</b> .....	3
<b>3.2. Prednosti i nedostaci gig ekonomije</b> .....	9
3.2.1. Prednosti gig ekonomije .....	9
3.2.2. Nedostaci gig ekonomije .....	13
<b>3.3. Vrste poslova u gig ekonomiji</b> .....	15
<b>4. Sudionici gig ekonomije</b> .....	18
<b>4.1. Baby bommer-i</b> .....	18
<b>4.2. Generacija X</b> .....	19
<b>4.3. Generacija Y</b> .....	20
<b>4.4. Generacija Z</b> .....	22
<b>4.5. Različite generacije unutar gig ekonomije</b> .....	24
<b>5. Gig ekonomija u praksi</b> .....	28
<b>5.1. Analiza platformi u Hrvatskoj</b> .....	28
<b>5.2. Analiza generacijske uključenosti u gig ekonomiji i njihovih percepcija</b> .....	30
5.2.1. Rezultati istraživanja .....	30
<b>6. Rasprava</b> .....	40
<b>7. Zaključak</b> .....	42
<b>Literatura</b> .....	43
<b>Popis slika</b> .....	50
<b>Popis tablica</b> .....	50



## 1. Uvod

Gig ekonomija predstavlja ekonomski i poslovni fenomen. Ova vrsta ekonomije doživjela je značajan porast u posljednjem desetljeću, a različite digitalne platforme omogućuju ljudima da svoje usluge ili resurse ponude na tržištu rada.

Pojam gig ekonomije odnosi se na tržište rada koje karakteriziraju kratkoročni ugovori ili slobodne aktivnosti, a ne tradicionalni stalni poslovi. Ovaj model rada nije nov, no njegovom modernom rastu i popularnosti pridonio je razvoj tehnologije, posebice digitalnih platformi koje povezuju radnike s poslodavcima na učinkovit i pristupačan način. Povijesno gledano, gig ekonomija ima svoje korijene u neformalnim oblicima rada koji postoje stoljećima. Međutim, pojava interneta i mobilne tehnologije omogućila je ubrzanje i globalno širenje ovog oblika rada. Platforme poput Ubera revolucionirale su mnoge industrije, pružajući usluge koje su prije bile nedostupne ili nezamislive. Prelazak s tradicionalnih na fleksibilnije oblike rada nudi brojne prednosti, ali stvara i značajne izazove za radnike i društvo u cjelini. Kako ova vrsta ekonomije utječe na društvo, koji su joj prednosti i nedostaci, koji su sudionici gig ekonomije te rezultati provedenog istraživanja će biti spomenuti u nastavku rada.

Rad je podijeljen u sedam glavnih dijelova. U prvom dijelu čitatelje se uvodi u temu rada i potkrepljuje važnost provedenog istraživanja te predmet istraživanja. Drugi dio rada korišten je u svrhu opisa metodologije rada, predmet rada te cilj rada i njegova struktura. Nakon ovog poglavlja slijedi teorijski dio rada u kojem je definiran pojam rada, prednosti i nedostaci te vrste poslova gig ekonomije. Četvrti dio rada obuhvaća analizu sudionika gig ekonomije prema generacijama i njihovu angažiranost unutar ove ekonomije. Peti dio rada je empirijski potkovan te je u njemu opisano korištenje gig ekonomije u Hrvatskoj te rezultati provedenog istraživanja te će se na njega nadovezati rasprava, a u posljednjem dijelu rada donesen je zaključak o radu.

## 2. Metodologija

Predmet rada je pojam gig ekonomije te poslovi i sudionici koji pripadaju pojmu i istraživanje provedeno sukladno teorijskim dijelom rada. Cilj rada je objasniti poslovni model gig ekonomije kao rastući trend i objasniti njegov utjecaj na tradicionalna zaposlenja. Teorijski dio rada će objasniti povijesni razvoj te sami pojam gig ekonomije. Nadalje, objašnjene će biti prednosti i nedostaci koji postoje unutar pojma, vrste poslova koje ulaze u gig ekonomiju te svi sudionici ove vrste ekonomije. Sve navedeno upućuje na korištenje metode deskripcije koja se opisuje kao: „ opis pojava koje se istražuju“ (Čendo Metzinger i Toth, 2020). Gig ekonomija, kao relativno nov pojam, neizmjerljivo važan za budućnost zaposlenja koje poznajemo te je važno promatrati sve manjkavosti koje je potrebno promijeniti. Upravo zbog toga provedeno je istraživanje u empirijskom dijelu rada te analiza dostupnih informacija o gig ekonomiji u Hrvatskoj.

Empirijski dio rada se temelji na kvantitativnom istraživanju koje je prema Čendo Metzinger i Toth (2020) najlakše opisati kao istraživanja koja je lako kvantificirati tj. brojčano odrediti. Za kvantitativna istraživanja se koristi matematička tj. statistička obrada podataka, a u radu je istraživanje provedeno putem ankete zbog prikupljanja što većeg broja ispitanika te su rezultati istraživanja brojčano opisani. Provođenjem te analizom istraživanja postiže se cilj istraživanja koji predstavlja ispitivanje percepcije i iskustva u gig ekonomiji među različitim generacijama. U poglavlju 6. Rasprava objedinjuje se teorijska podloga s rezultatima istraživanja te se naznačuje usporedba istraživanja i drugih javno dostupnih istraživanja.

### **3. Gig ekonomija**

Svijet se mijenja iz dana u dan te je sve lakše mijenjati kako okruženje u kojem se nalazimo tako i posao kojim se bavimo. Posao je, zasigurno svima, važan dio života te za određene pripadnike radne snage predstavlja svrhu i vodilju kroz život, dok drugi jednostavno rade da bi preživjeli i ne zamaraju se kvalitetom svog posla i/ili zaradom. Bez obzira na osobni fokus, posao je svakako ključni dio života. Osnovne ljudske potrebe poput hrane, vode te krova nad glavom osiguravaju se radom te je taj rad razvojem tehnologije promijenjen. U Hrvatskoj u 2022. godini, prema istraživanju Centra za istraživanje tržišta i javnog mnijenja, oko 12 % zaposlenih pripada gig ekonomiji (LibertasObjave, 2024). Također, u Hrvatskoj u gig ekonomiji sudjeluje oko 100 tisuća radnika (L.F./Hina, 2023). Ove brojke označavaju značajan dio našeg gospodarstva te je sam pojam ove ekonomije bitno poznavati upravo zbog njegovog rasta. U ovom dijelu rada opisan će biti sam pojam gig ekonomije te njegove značajke.

#### **3.1. Definiranje i povijesni razvoj gig ekonomije**

Za shvaćanje pojma gig ekonomije potrebno je razumjeti povijest razvoja poslova te što dovodi do pojma gig ekonomije. Razvojem civilizacija dolazi do novih potreba zaposlenja i povećava se količina dijeljenja informacija te brzina dijeljenja istih. Od otkrića kotača do pametnih telefona velik je broj inovacija i vrsta poslova koji su postojali te onih koji su tek u nastanku. Na sam pojam veliki je utjecaj ostavio razvoj tehnologije koji utječe na svaki dio društva te potpomaže brzini dijeljenja informacija koje su od velike važnosti u gig ekonomiji upravo zbog prikazivanja potrebe i potražnje i informiranja obiju strana. Navedeno dovodi do veće društvene povezanosti kroz digitalne platforme i Internet u cjelini što omogućuje brz pristup dobrima i/ili uslugama, a potrošačima pruža mogućnost da posjeduju proizvode i usluge kada su im potrebni (Gooble, 2017). Uz gig ekonomiju uvijek se veže povezanost i međusobno dijeljenje, a 2016. godine provedeno je istraživanje (Widlok, 2016) koje se bavilo različitim plemenima i povijesnim značajnostima, a zaključeno je da je osnova ljudskih bića i društava dijeljenje. Dijeljene dobara je oduvijek bila norma, a modernizacijom civilizacija i društvenim napretkom došlo je do gig ekonomije kakvu danas poznajemo.

Gig ekonomija u današnje vrijeme ima značajan i različit utjecaj, a Schor (2020) dijeli vrste utjecaja gig ekonomije na ekonomski, ekološki i društveni utjecaj. Pod ekonomskim učinkom uglavnom govorimo o uštedama tj. zaradi koju ostvaruju korisnici gig ekonomije svojim radom. Ekonomski utjecaj je važan, ali postoje i nenovčane koristi koje se sadržavaju od povezivanja

zajednica te ekološki održivog načina prijevoza i dostave. Ekološki utjecaj je najvažniji utjecaj s globalnog aspekta, a za primjer je moguće navesti dostavljače koji voze električne romobile ili bicikle. S druge strane, društveni utjecaj je većinom temeljen na fleksibilnosti te mogućnosti određivanja slobodnog vremena za obitelj i prijatelje. Uz to što su društvena bića, ljudi su i bića navika te se tradicionalan način razmjene dobara već spomenutim razvojem tehnologije prebacio na digitalne platforme i samo napreduje. Prije upoznavanja s raznim definicijama gig ekonomije potrebno je proći kroz prethodnike ovog pojma, a prva platforma koja bi se mogla svrstati u prethodnike gig ekonomije je eBay koji je osnovan 1995. godine (Schor, 2016). Na eBay-u prodavači mogu biti svi koji određene proizvode žele prodati, a prodaja se odvija tako da prodavač objavi nepotreban predmet dok kupci ili licitiraju ili plate traženu cijenu za poželjnu robu. eBay-ev model rada nastao je prije same gig ekonomije te se razlikuju, ali primjer početka i uviđanja potrebe za ovakvom vrstom poslovanja je zasigurno potaknuta uspjehom eBay-a. Osim eBay-a, još jedan od prethodnika je i Craigslist koji je šireg spektra od eBay-a. Na Craigslistu je moguće kupiti namještaj, automobil, ali i iznajmiti sobu za spavanje. Iako je još uvijek u funkciji, posjeduje manju kontrolu sigurnosti i provjere te zbog manjka povjerenja, novije platforme su korištenije. Prethodnici su omogućili da ideja o gig poslovima zaživi te se za početak gig ekonomije uzima 2008. godina koja je godina promjena. Kao i većina velikih promjena u ekonomiji, tako se i popularnost gig ekonomije povećala zbog financijske krize 2008. godine zbog financijskog pada stanovništva diljem svijeta (Böcker, Meelen, 2016). Prosječan radnik odjednom nema pristup korištenja npr. taksija zbog rasta cijena te nastaje potreba za novim izvorima prijevoza i sama ideja o Uber-u kakvog danas poznajemo. Uber je idejno nastao u Parizu 2009. godine zbog snježne oluje i nemogućnosti pronalaska taksija, a s radom počinje 2010. godine u San Franciscu (O'Connell, 2020). Kada se govori o gig ekonomiji uvijek se spominje upravo Uber kao primjer jer umjesto što i je prvi pravi primjer digitalne platforme ovog formata opstao je i danas te se proširio diljem svijeta. Platforma funkcionira na način da potraživači prijevoza preko aplikacije označe potrebnu rutu, a vozači koji su u tom trenutku slobodni dobivaju obavijest i prema lokaciji najbliži vozač obavlja uslugu prijevoza. Još jedna važna stavka Uber-a je što svatko s položenim vozačkim ispitom i automobilom može obavljati uslugu prijevoza, a za svoju uslugu dobiva i ocjenu. Osim Uber-a nastaju i mnoge druge platforme koje su promijenile način trgovanja, zaposlenja i svakodnevnog života poput dostave putem platforme Glovo u Hrvatskoj, pronalaženja smještaja diljem svijeta putem Airbnb-a.

Pojam gig ekonomije je svakako zaživio u posljednjem desetljeću te mnogima omogućio zaposlenje, koje im je bilo potrebno zbog manjka tradicionalnih poslova i potaknuo razvoj gospodarstava, ali postavlja se pitanje održivosti ovakve vrste ekonomije te utjecaja na društvo o kojem će se govoriti dalje u radu. Za gig ekonomiju ne postoji točna definicija kao i za većinu novih pojmova koji se tek razvijaju, ali mnogi autori su dali svoje viđenje i definicije. Sav dosadašnji opis dovodi do moguće definicije gig ekonomije koju se, pojednostavljeno, može okarakterizirati kao ekonomiju putem digitalnih platformi koristi dostupne resurse u svrhu zarade, a neke od definicija su svrstane u sljedećoj tablici.

Tablica 1. Pregled definicija gig ekonomije

DEFINICIJA	AUTOR/I
„Tržišta rada koja su karakterizirana neovisnim ugovaranjem koje se odvija putem digitalnih platformi“	Woodcock i Graham, 2023.
„Naziv za tržište rada u kojem su kratkoročni poslovi, poslovi na zahtjev ili zapošljavanje preko platformi (npr. Uber, Upwork i slični) dominantni načini zapošljavanja“	Kozina Barišić, 2019.
„Odnosi se na radnu snagu ljudi angažiranih u slobodnim i popratnim poslovima“	McKinesy i suradnici, 2023.
„Izraz za tvrtke i pojedince koji se bave kratkoročnim, projektnim radom, umjesto tradicionalnog zaposlenja s punim radnim vremenom. Ova vrsta posla privlači one koji su u potrazi za zaposlenjem koji traže fleksibilnost i često ga obavljaju neovisni izvođači, slobodnjaci i privremeni radnici koji se zapošljavaju prema potrebi“	Lowe-MacAuely, 2024)
„Segment uslužnog gospodarstva koji se temelji na fleksibilnim, privremenim ili slobodnim poslovima, koji često uključuju povezivanje klijenata i kupaca putem online platforme“	The Investopedia Team, 2024.

*Izvor: izrada autora*

Definicije navedene u tablici upotpunjuju cjelinu gig ekonomije. Dobar uvod u definiranje gig ekonomije je svakako definicija Woodcock-a i Grahama (2023). U toj definiciji objašnjena je sama srž ove ekonomije, a to su neovisna ugovaranja i digitalne platforme bez kojih ne bi ni postojala gig ekonomija. Iako ispravna, to je štura definicija koja čitateljima može dati sliku o navedenoj temi, ali je sami pojam puno više od navedene definicije. S druge strane, Kozina Barišić (2019) navodi kratkoročnost poslova koji se odvijaju u gig ekonomiji te samim time

upotpunjuje pojam. S ovom definicijom se slaže i Frenken (2017) koji ovaj pojam predstavlja kao sve potrošače koji međusobno djeluju u svrhu iskorištavanja fizičke imovine zbog pružanja usluga uz novčanu naknadu. Frenken za najbolji primjer gig ekonomije napominje automobile jer su svestrani u mogućnosti njihove uporabe. Automobil se može kupiti putem interneta, može se iznajmiti od privatne osobe ili ovlaštene agencije te se može unajmiti prijevoz (Frenken, 2017). McKinesy i suradnici (2023) za definiranje ovog pojma važnost stavljaju upravo na sudionike gig ekonomije te oslobođenost od fiksnih radnih sati. Fleksibilnost radnog vremena je važna karakteristika gig ekonomije te je upravo ona zaslužna za popularnost ovakvih poslova, a u svojoj definiciji naglašava ju Lowe-MacAuey (2024) i spominje i zapošljavanja po potrebi. Takva vrsta zapošljavanja pridaje veliku korist radnicima koji žele dodatnu zaradu, studentima koji nemaju vremena za tradicionalno zaposlenje te umirovljenicima. Posljednja definicija objedinjuje sve definicije zajedno te na najpristupačniji i najrazumljiviji način opisuje pojam. Gig ekonomija skup je fleksibilnosti, slobode, povezivanja korisnika i klijenata te doprinosi gospodarstvu samo kroz svoje postojanje i omogućavanje rada putem platformi (The Investopedia Team, 2024). Upravo zbog svoje širine i novosti na tržištima, gig ekonomija se često povezuje s drukčijim pojmovima, a s nekima se i izjednačuje. Neki nazivi su, naravno, točni, ali nisu većinski prihvaćeni te je najkorišteniji naziv gig ekonomija. Jedan od autora koji koriste druge nazive je i Sundararajan (2016) koji gig ekonomiju naziva i masovni kapitalizam. Navodi i pet ključnih odlika gig ekonomije:

- stvaranje tržišta koja olakšavaju razmjenu razvoj novih usluga, potencijalno povećavajući ukupnu potrošnju u gospodarstvu,
- bolje iskorištavanje postojeće imovine, čime se poboljšava kapitalna učinkovitost,
- ponuda kapitala i rada više ne dolazi od velikih nacionalnih organizacija i privatnih tvrtki već od pojedinačnih mreža,
- jasna razlika između profesionalnih i osobnih odnosa nestaje jer omogućuje transakcije kao što je posuđivanje malih iznosa novca između nepoznatih osoba, čak i ako bi se takvo ponašanje inače smatralo osobnom stvari.
- nestaju jasne razlike između stalnog zaposlenja i privremenog rada, sužavaju se razlike između zaposlenja i samostalnog rada te između radnog i slobodnog vremena (Sundararajan, 2016).

S druge strane, Ministarstvo trgovine SAD-a (2016) preferira termin digitalna tvrtka uparivanja, koju definira kao entitet koji omogućuje internetsku platformu (ili tržište). Povezuje pružatelje usluga s potrošačima i ima sljedeće karakteristike:

- koristiti informacijsku tehnologiju koju pružaju digitalne platforme i mobilne aplikacije omogućuju transakcije između korisnika,
- oslonac je na kontroli kvalitete na temelju sustava ocjenjivanja korisnika čime se osigurava razina povjerenja između korisnika i pružatelja usluga ne poznaju se,
- mogućnost, već spomenutog, fleksibilnog radnog vremena radnicima koji pružaju usluge putem tvrtki za digitalno povezivanje,
- prilikom pružanja usluga, poduzeća se oslanjaju na radnike koji koriste svoje vlastite vlasništvo.

Još jedan od „sinonima“ za gig ekonomiju koristi Europska komisija (2016), a to je ekonomija suradnje, a definira ju kao unapređenje poslovnih modela platformama koje omogućuju suradnju te kojima se stvara otvoreno tržište usluga. Zbog toga Bardhi i Eckhardt (2012) gig ekonomiju povezuju s kolaborativnom potrošnjom i dijeljenjem, tj. potrošnjom temeljenom na pristupu (zajedničkom potrošnjom) jer potrošači žele pristup dobrima i spremniji su platiti za iskustvo privremenog pristupa nego za kupnju i posjedovanje dobara. Zajednička potrošnja odvija se: „u organiziranim sustavima ili mrežama, u kojima sudionici provode aktivnosti dijeljenja u obliku iznajmljivanja, posuđivanja, trgovine, razmjene i razmjene dobara, usluga, prijevoznih rješenja, prostora ili novca“ (Möhlmann, 2015). Kao i za većinu pojmova, tako i za zajedničku potrošnju postoji mnogo definicija. Jedna od definicija je da je to skup ljudi koji združeno dobavljaju i isporučuju dobra u svrhu zarade ili u svrhu druge vrste naplate (Belk, 2014). S druge strane, Botsman (2015) naglašava važnost povratka tradicionalnog načina trgovanja koji je zaživio gig ekonomijom, a vrši se uvjetovano korištenjem interneta. Za 5 ključnih elemenata kolaborativne potrošnje navodi:

- otključavanje vrijednosti neiskorištene ili nedovoljno iskorištene imovine (neovisno radi li se o financijskim ili nefinancijskim resursima),
- jasnu misiju vođenu vrijednostima, koja je izgrađena na smislenim načelima uključujući transparentnost, ljudskost i autentičnost,
- dobavljače resursa je potrebno poštovati i ohrabrivati,

- kupci/potraživači trebaju imati koristi od posredovanja,
- sklapanje poslova potrebno je održavati na platformama koje naglašavaju odgovornost objiju strana, ali i kreiraju emociju (Botsman, 2015).

Ekonomija suradnje, iako često izjednačavana s gig ekonomijom, ne predstavlja isti pojam. U mnogim literaturama pojmovi su izjednačeni te se smatraju sinonimima, ali pojmovi su različiti. Njihova sličnost se sagledava u provedbi putem digitalnih mreža, ali njihovo poimanje je drukčije. Gig ekonomija obuhvaća zaposlenja putem digitalnih platformi, dok je ekonomija dijeljenja tj. suradnje, kao što i naziv kaže, dijeljene i/ili prodaja nepotrebnih stvari. Razliku između pojmova opisuje Gotley (2020): „Gig ekonomija je kada pojedinci nude svoje usluge na nepuno radno vrijeme ili povremeno malim i velikim tvrtkama, dok ekonomija dijeljenja omogućuje pojedincima i obiteljima da iskoriste imovinu koju posjeduju i iznajmljuju je ljudima kojima je potrebna“. Očita je razlika između pojmova te je gig ekonomija okarakterizirana kao zaposlenje putem digitalnih platformi, dok je ekonomija suradnje iznajmljivanje te prodaja dobara. Gig ekonomija najčešće se povezuje s dostavom (Glovo i Wolt) i uslugom prijevoza (Uber i Bolt). Na navedenim platformama vrše se tzv. poslovi na zahtjev koji označavaju sva privremena i fleksibilna zaposlenja koja nude poduzeća te traže neovisne i tzv. vanjske radnike umjesto radnika koji imaju puno radno vrijeme (Görög, 2018). Ekonomija za zahtjev, kako i sam naziv govori, u svoje središte stavlja potrošačeve potrebe na njegov zahtjev tj. trenutni pristup potraživanim dobrima i uslugama (Görög, 2018). Najbolji primjer ekonomije na zahtjev je, već spomenuta, digitalna platforma Uber koja pruža uslugu prijevoza, a digitalne platforme su upravo to što poduzećima daje izravan pristup potrošačima, i obratno, shodno potrošačevim potrebama (Botsman, 2015).

Sve navedeno dovodi do pojednostavljenja samog pojma ove ekonomije. Gig ekonomija predstavlja koherentnu vrstu zaposlenja, a svoju popularnost i značaj vuče upravo iz fleksibilnosti poslova i radnog vremena, ali i iz mogućnosti obavljanja više poslova istovremeno i time i većih nadnica. Gig ekonomija se opredjeljuje za mlađu populaciju upravo zbog brzine mijenjanja zaposlenja: „Većina naših roditelja, baka i djedova proveli su cijeli život radeći u istoj tvrtki u kojoj su započeli svoju karijeru – nešto što je nezamislivo za mlade ljude koji se danas uključuju na tržište rada“ (Domènech, 2018). Također, uz brzinu mijenjanja poslova izražena je jednostavnost zaposlenja te je budućnost gig ekonomije zasigurno pozitivna.



### 3.2. Prednosti i nedostaci gig ekonomije

Sve prednosti i nedostaci gig ekonomije su uzrokovane tehnološkim napretkom i rastom popularnosti digitalnih platformi za provedbu poslovanja ovog formata. Tehnologija je svuda oko nas te ostavlja snažan utjecaj na sve industrije. Prednosti i nedostaci međusobno su i povezani jer za određene skupine neke od prednosti mogu biti i nedostaci i suprotno. Istraživanje PwC provedeno u SAD-u 2015. godine donijelo je zabrinjavajuće podatke u kojima 57% ispitanih izjavilo da osjeća strah od gig ekonomije. Razlozi tome su brojni, a upravo zbog toga je važno sagledati sve prednosti i nedostatke i osporiti strah uzrokovan ovim novim pojmom (Naletina, Petljak i suradnici, 2019).

#### 3.2.1. Prednosti gig ekonomije

Prednosti gig ekonomije predstavljaju mogućnost učinkovitijeg dijeljenja, bržeg spajanja korisnika i dobavljača te olakšavaju potragu za poslom. Užurbaniji način života i razvoj tehnologije doveo je do novih poslovnih modela, a McKinsey Global Institute je 2016. godine napravio usporedbu između tradicionalnih poslovnih modela i novih/digitalnih.

Tablica 2. Usporedba poslovnih modela

	<b>TRADICIONALNI POSLOVNI MODELI</b>	<b>POSLOVNI MODELI NAKON POJAVE DIGITALNIH PLATFORMI</b>
<i>veličina tržišta</i>	42 000 vozača taksija u New Yorku (nešto više od 13 000 automobila)	preko Uber platforme, u New Yorku preko 1,4 milijuna vozača
<i>spajanje potražnje i ponude</i>	40% vozača potrebno je minimalno 10 minuta da stignu na odredište u San Franciscu	90% korisnika ride-sharing aplikacija prijevoz čeka manje od 10 minuta u San Franciscu
<i>ulazak na tržište/troškovi</i>	rok od minimalno 10 dana za postanak vozačem taksija	postanak vozačem Uber-a za manje od jednog dana
<i>informacijska rješenja</i>	čak 70% vozača naglasilo je da korisnici usluga nisu platiti ili su odgodili plaćanje	plaćanje putem interneta, ocjenjivanje vozača

Izvor: izrada autora prema McKinsey Global Institute (2016)

Prema McKinsey Global Institute (Manyika, 2016), novim poslovnim modelima dolazi do velikog porasta zaposlenja u industriji prijevoza. Porast s 42 000 vozača na 1,4 milijuna dovodi do veće konkurencije, novih poslova, nižih cijena zbog količine ponuda na tržištu te bolje usluge.

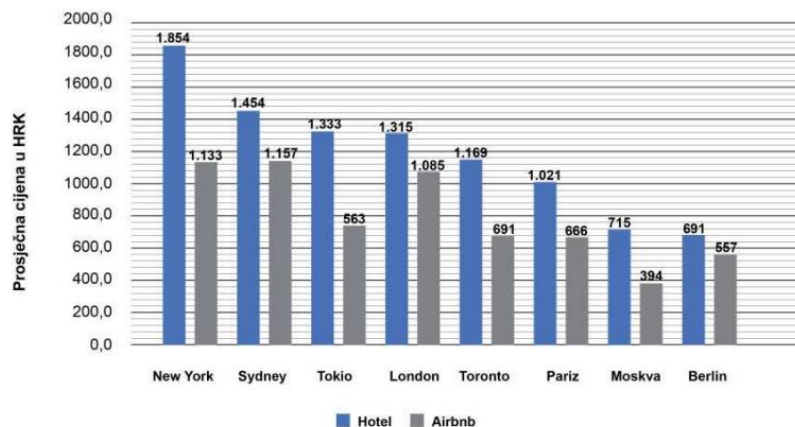
Za dvije glavne prednosti gig ekonomije Frenken i Schor (2017) napominju:

- **Ekološku održivost** – razmjena roba i/ili usluga odvija se putem digitalnih platformi te se smanjuje konzumacija papira i odvija ekološka održivost. Kroz navedeno se smanjuje potreba za kupnjom potraživanih proizvoda po punoj cijeni tj. novih proizvoda i smanjuje se potreba za proizvodnjom i korelacijski održava ekološka stabilnost. Potrošači zbog jeftinije kupnje štede te novac mogu prenamijeniti, a okoliš se ne uništava te se smanjuje zagađenje zbog smanjenja ispušnih plinova u atmosferi i ne uništava se okoliš.
- **Kreiranje zajedništva** – gig ekonomija uzrokuje povjerenje između pružatelja dobara i usluga te korisnika. Međusobno povjerenje je potrebno zbog nemogućnosti provođenja ovakvog poslovnog modela bez njega. Upravo zbog toga platforme provode provjere, a postoji i sustav međusobnog ocjenjivanja te se dužim korištenjem platformi steče točniji opis osobe koja nudi uslugu i osobe koja je traži. Pozitivna iskustva objiju strana stvaraju jaču zajednicu.

Ove prednosti jesu važne, ali ne predstavljaju konkretne razloge postojanja gig ekonomije. Gig ekonomija orijentirana je na korisnike i pružatelje usluga, a doprinosi gospodarstvu koje u ovoj podijeli nije spomenuto. Detaljnija podjela prednosti je, prema Naletini, Petljak i suradnicima (2019):

- **Niže cijene roba i usluga:** koje imaju utjecaj na financijski status pružatelja usluga i korisnika usluga. Povoljnija cijena smatrana je najistaknutijom prednosti gig ekonomije, a zaista pruža uštedu u svakodnevnom životu neovisno radi li se o novcu ili vremenu. Tvrtke koje koriste gig ekonomiju kao poslovni model za ponudu novih i inovativnih rješenja svojim korisnicima mogu ponuditi niže cijene za slične usluge. Glavni razlog za bolje cijene usluga u ekonomiji dijeljenja niži su administrativni troškovi povezani s vremenom, novcem, vještinom i trudom potrebnim za dovršenje transakcije. Taj se posao tradicionalno obavlja putem tvrtki trećih strana, brokera ili državnih agencija. Osim toga, tvrtke koje koriste platforme ekonomije dijeljenja nemaju troškove posrednika jer platforme izravno povezuju pružatelje usluga i korisnike. Navedene niže

cijene su omogućene zbog usklađivanja ponude i potražnje u svrhu boljeg iskorištavanja resursa (Skjelvik, Erlandsen i Haavardsholm, 2017).



Slika 1. Prosječna cijena najma sobe za jednu noć (u HRK) u odabranim metropolama u siječnju 2018.

Izvor: Naletina, Petljak i suradnici, 2019)

Grafikon prikazuje omjer cijena najma sobe za jednu noć u gradovima diljem svijeta. Cijena je iskazana u hrvatskim kunama, a najveća razlika je u Tokiju gdje je prosječna hotelska soba za jednu noć dostupna po cijeni od 1333 kune, dok je smještaj putem digitalne platforme Airbnb dostupan po prosječnoj cijeni od 563 kune te je moguće produljiti svoje putovanje za duplo uzimanjem smještaja putem ove platforme.

- **Fleksibilnost tj. prilagodljivost radnog vremena:** koja može uzrokovati povećanje financijskog stanja. Ponuđači dobara i usluga u većini su također korisnici koji žele povećati svoje stalne prihode kroz povremeno obavljanje odabranog posla. Kroz svoj rad sudjeluju u gig ekonomiji, a imaju mogućnost određivati si sami radno vrijeme. Također, pojedinci kojima regularni poslovni uvjeti ne odgovaraju svoju cijelu zaradu mogu pridobiti putem gig ekonomije i radom po samostalno određenom vremenskom okviru. Putem potraživanja usluga i dobara, korisnici digitalnih platformi pomažu da tržište postane konkurentnije i da se više pružatelja usluga uključuje u ovakve poslove. Prilagodljivost radnog vremena je budućnost poslova jer će tradicionalna poduzeća zasigurno početi pratiti ovaj trend te će sve više poduzeća adaptirati gig ekonomiju u svoju svakodnevicu.
- **Primjena neiskorištenih kapaciteta te stimuliranje povećanja potrošnje:** koje je moguće primijeniti većom pristupačnosti cijena robe i usluga. Gig ekonomija je pojednostavljeno i opisana kao podjela vlastitih nepotrebnih resursa s drugima u zamjenu za novac ili drugu vrstu naplate. Ako pojedinac posjeduje nekretninu koja je neiskorištena može ju iznajmiti preko npr. Airbnb-a te biti siguran da će steći dodatni

prihod, a nekretnina neće biti prazna. Takav primjer je moguće primijeniti na sve druge oblike gig ekonomije (npr. Uber – dijeljenje vlastitog vremena i automobila uz naplatu), a najvažnije je napomenuti da zbog ovog modela raste potrošnja jer ponuđeni resursi do prije par godina nisu bili dostupni široj skupini ljudi. Ministarstvo trgovine SAD-a (2016) dijeli i veliku prednost gig ekonomije koja je davanje mogućnosti zarade osobama koje inače ne bi mogle raditi, a to su osobe s invaliditetom i različitim zdravstvenim poteškoćama te umirovljenici.

- **Poboljšanje potrošačkoga iskustva kroz stvaranje povjerenja između obiju strana gig ekonomije:** te različite mjere opreza digitalnih platformi. Usluge putem različitih platformi ne mogu biti u potpunosti profesionalne i normirane jer su pružane od strane amatera, ali digitalne platforme i dalje mogu koristiti različite alate za poboljšanje korisničkog iskustva obiju strana. Neke od stavki koje poboljšavaju korisničko iskustvo su korištenje digitalnih platformi te digitalnih transakcija i ocjenjivanje pružatelja i korisnika usluge. Uz povećanje kvalitete usluge, povećava se i lakoća plaćanja usluga. Nepotrebna dobra pojedinci mogu putem platformi spojiti s korisnicima kojima su točno ta dobra potrebna, a kroz ovaj način se omogućuje isporuka učinkovite usluge koja je cjenovno niža, a kvalitetom jednaka potrebi (Skjelvik, Erlandsen i Haavardsholm, 2017).

Većina autora koristi sličnu podjelu prednosti, a jedan od njih je i Lowe-MacAuley (2024) te za prednosti gig ekonomije navodi:

- **Raznolikost poslova** – dugogodišnja karijera u jednom poduzeću je smatrana nedovoljnom, a gig ekonomija rješava taj problem. Postoje različiti poslovi kojima se radnici mogu baviti te time razvijaju svoje vještine i povećavaju iskustvo koje bi bilo teško ostvariti na tradicionalnom poslu.
- **Neovisnost** – razina neovisnosti radnika u gig ekonomiji daje veću kontrolu između poslovnog i privatnog života te olakšava određivanje prioriteta radnicima bez potrebe za žrtvovanjem prihoda.
- **Fleksibilnost** - Fleksibilnost je najčešće spominjana prednost rada u gig ekonomiji. Radnici imaju mogućnost odabira gdje će biti zaposleni te s kime će raditi, a najvažnija opcija je biranje kada se radi. Iako najčešća prednost, ponekad može biti smatrana i nedostatkom.
- **Prihodi** – za radnike koji imaju razvijenu vještinu u određenom poslu gig ekonomije veća zarada je zagarantirana uz zahtjev da tržište potražuje tu uslugu. Radnici svoj

prihod moguću povećati dužim radnim vremenom i radom u određeno vrijeme u usporedbi s tradicionalnim poslovima.

- **Testiranje karijere** – zainteresiranima je omogućeno isprobavanje određenih vještina u uslužnim djelatnostima uz zaradu. Na primjer, ukoliko volite voziti automobil te ga posjedujete – možete dostavljati hranu, namirnice i/ili nuditi uslugu prijevoza (Lowe-MacAuley, 2024).

Za zanimljivost o prednostima gig ekonomije valja napomenuti fleksibilnost gig ekonomije koja je smatrana najvažnijom prednosti dok postoji tzv. mit o fleksibilnosti gig ekonomije (Wood i suradnici, 2018). Fleksibilnost označava mogućnost vlastitog određivanja radnih sati, mijenjanja zaposlenja i različitih radnji koje nisu moguće u tradicionalnim zaposlenjima, ali ono što pozitivna strana fleksibilnosti ne prikazuje je količina potrebnog rada za zaradu te kojim pojedincima bi napomenuta fleksibilnost odgovarala. Rad na platformama često iziskuje nedruštveno radno vrijeme tj. rad u vrijeme kada prijatelji i obitelji ne rade, s iznimkom radnika na daljinu kojima fleksibilnost radnog vremena može ići u korist obiteljskog i društvenog života. Za ostale radnike je vrijeme rada najčešće za vrijeme praznika, vikendima te noću, a to iziskuje iscrpljenost i manjak kvalitetno provedenog vremena s prijateljima i obitelji. Iako, i dalje je postavljena velika prednost gig ekonomije upravo zbog mogućnosti povremenog rada i dodatne zarade. Oslanjanje na rad samo u platformama gig ekonomije ima i svoje nedostatke, a oni su opisani u sljedećem dijelu rada.

### 3.2.2. Nedostaci gig ekonomije

Uz navedene brojne pogodnosti, naravno da se nalaze i nedostaci gig ekonomije koji, iako manjebrojni, znače dosta za korisnike i pružatelje usluga te namiču želju i potrebu za promjenom. Nedostaci gig ekonomije podijeljeni su na (Naletina, Petljak i suradnici, 2019):

- **Nesigurnost prihoda:** koji je uzrokovan zaradom po količini potražnje. Digitalne platforme donose mnoge promijene od kojih potrošači imaju koristi, ali ne uvijek i radnici/davatelji usluga u gig ekonomiji. Koliko god je fleksibilnost radnog vremena pozitivan aspekt ovih poslova, neizvjesnost koju prouzrokuje pružateljima usluga dovodi u pitanje održivost ovog sustava. Suočeni su rizicima koje uzrokuje smanjenje potražnje te s mogućnošću smanjenja cijena usluga. Neizvjesnost je veća nego u tradicionalnom poslovnom modelu, ali pozitivan trend ukazuje na to da je nesigurnost prihoda uzrokovana manjim radom pojedinca.

- **Manja radnička prava i niža razina zaštite:** zbog toga što pružatelji usluga nisu smatrani zaposlenicima tj. ne spadaju u ulogu zaposlenika i stoga ne uživaju prava koja imaju stalni zaposlenici. Mnoga njihova radna prava nisu zaštićena poput plaćanja prekovremenog rada, minimalnog iznosa plaće, zdravstvenog osiguranja i osiguranih plaćenih dana za bolovanje. Korištenjem svoje imovine i snošenjem rizika za štetu ponuđači snose i odgovornost za ispunjenje posla bez zaštite. Ovaj dio modela je onaj koji je nedovoljno obrađen i ne zadovoljava mjerila potrebna za potpunu prihvaćenost sustava.
- **Profesionalno usavršavanje i edukacija** - Platforme ekonomije dijeljenja omogućuju da svi korisnici ostvare dodatne prihode prodajući ili iznajmljujući vlastitu imovinu ili nudeći usluge. Međutim, kako bi ostvarili prihode, pojedinci moraju imati imovinu koju mogu upotrijebiti za te svrhe i vještine koje su potrebne za izvršavanje usluga. Poduzeća koja spajaju korisnike i pružatelje usluga ne osiguravaju ni imovinu ni edukaciju svojim korisnicima tako da sav trošak nabave ili osposobljavanja moraju pokriti korisnici.
- **Privatnosti i nestabilnost zaštite klijenata:** prouzrokovana zloupotrebom podataka koji su nužni za provođenje gig ekonomije, neovisno radi li se o lokaciji korisnika, kreditnoj kartici korisnika ili adresi stanovanja (Ministarstvo trgovine SAD-a, 2016). Poduzeća su primorana pribavljati osobne podatke klijenata zbog daljnje obrade podataka npr. platforma Uber mora znati točnu lokaciju klijenta zbog obrade dostupnih vozila za prijevoz i spajanja vozača i korisnika. Na neodgovorna ponašanja se ne može utjecati u tom trenutku, kada su prijavljeni određeni događaji postupak se snosi, ali sama sigurnost u tom trenutku je moguća samo pukom srećom. Podaci su sigurni koliko je zakonski reguliran postupak obrade podataka te količina povjerenja korisnika i pružatelja usluga u digitalnu platformu na kojoj se dogovara i odvija razmjena.
- **Otežano korištenje platformi gig ekonomije:** za veću skupinu korisnika. Za korištenje je potrebno posjedovati mobilni uređaj s dostupom internetu te u većini instaliranom aplikacijom i otvorenim profilom na platformi. Iako je razina korištenja interneta izrazito velika te ovo u većini nije briga, postoje iznimne situacije u kojima je potrebno rješenje za ovaj problem. Starije generacije često nemaju mobilne uređaje na koje se ove platforme mogu uopće instalirati te moguće je naći se u prostoru bez signala i samim time i nemogućnosti za korištenje platformi. Postoje mnoge situacije u kojima potencijalni korisnici nisu u mogućnosti koristiti platforme, ali te situacije su rijetke i s vremenom će se tehnološke manjkavosti smanjiti.

Nedostaci gig ekonomije označuju manjkavosti platformi koje sudjeluju u gig ekonomiji, ali i osobnu problematiku radnika ovih poslova jer je odgovornost u većini na njemu. Još neki od nedostataka gig ekonomije su, prema Lowe-MacAuey (2024):

- **Porezi i troškovi** – gig radnici klasificirani su pod samozaposlene što označava plaćanja poput uredskog materijala. Troškovi i porez su veliko opterećenje za radnike koji nisu temeljito ispitali svoja prava i izdatke.
- **Nema beneficija** – određene beneficije zaposlenjem u ovim poduzećima nestaju. Kao gig radnik gubi se zdravstveno i mirovinsko osiguranje, plaćeni godišnji odmor te druge, a za radnike je preporučeno da se navedeno uračuna u poslovne troškove.
- **Užurbanost** – količina obavljenog posla tj. zadataka determinira visinu ostvarenog prihoda jer su radnici plaćeni za svaki obavljeni posao pojedinačno te si mogu zadavati previše rada. S druge strane, radnici često nemaju kontrolu količine ostvarenih poslova zbog potražnje tržišta te mogu osjećati krivnju u slučaju uzimanje slobodnog dana zbog propuštenih prilika.
- **Stres** – Nepredvidljivost gig poslova dovodi do mogućih oscilacija u mjesečnoj zaradi. Oscilacije stvaraju nestabilnost te stvaraju financijski napor radnika i izazivaju stres. Zbog toga je važno imati taktički osmišljen financijski plan i proračun u slučaju manjka poslova.

Kao i za prednosti, većina autora za nedostatke naglašava slične pojmove na različiti način. Najznačajniji nedostatak koji se lako može osporiti je nesigurnost prihoda. Razlog tomu je što je većini radnika putem platformi gig posao drugi posao koji tretiraju kao dodatak svom kućnom budžetu te su nedostaci gig ekonomije često su zanemarivi.

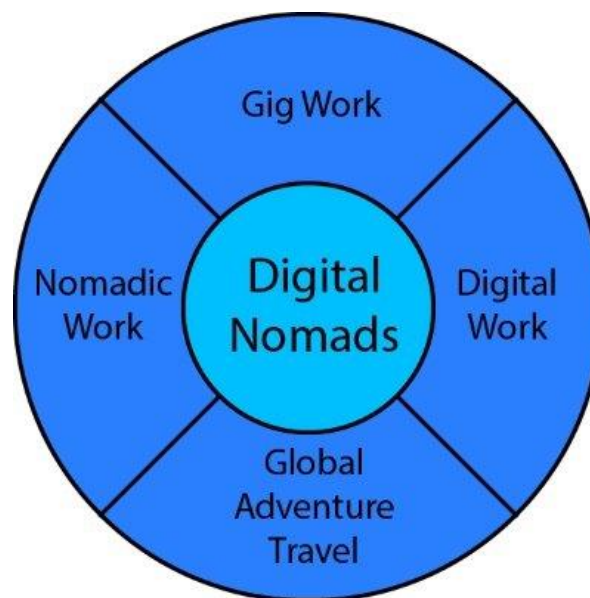
### 3.3. Vrste poslova u gig ekonomiji

Svi se koriste nekom vrstom ekonomije suradnje tj. gig ekonomije. Od dostave hrane iz omiljenih restorana do namirnica i prijevoza svaki dio našeg života posljednjih godina postao je dijelom gig ekonomije. U gig ekonomiji sudjeluju barem tri strane, a to su:

- korisnici,
- aplikacije/digitalne platforme te
- pojedinac koji nudi proizvod i/ili uslugu (gigkonferencija.com, 2023).

Digitalne platforme igraju veliku ulogu zbog više radnji koje uključuju zapošljavanje, privlačenje korisnika te spajanje korisnika i zaposlenih u svrhu davanja usluge. Prema Gig Konferencija (2023): „Online platforme ili aplikacije u središtu su gig ekonomije. Osmišljene su kako bi konkurirale tradicionalnim sustavima s puno zaposlenih, skupim ulaganjima u opremu, kompleksnim odlučivanjem i neefikasnostima koje proizlaze iz svega toga. Primarno se bave razvojem platforme i korisničke podrške“. Bez digitalnih platformi ovaj oblik ekonomije ne bi služio svrsi kojoj služi te bi bio teško održiv, a važno je napomenuti da su jednako važni i sudionici gig ekonomije koji se mogu svrstati u tzv. digitalne nomade (Nash, Jarrahi, Sutherland, 2018). Zbog pojednostavljenosti pojma digitalnog nomadstva napravljen je prikaz u kojem stoje svi sudionici, a to su:

- **Digitalni radnici**
- **Gig radnici / honorarni poslovi**
- **Nomadski radnici**
- **Globalni radnici / globalna putovanja.**



*Slika 2. Digital nomads beyond the buzzword: Defining digital nomadic work and use of digital technologies*

*Izvor: Nash, Jarrahi, Sutherland, 2018*

U ovom radu, kako i sam naziv kaže, radi se o gig ekonomiji, ali ne smije se zanemariti međusobna povezanost svih navedenih poslova jer zajedno čine sinergijsku cjelinu digitalnih nomada. Često su navedeni pojmovi i smatrani pod jedno te je digitalna revolucija dovela do nastanka navedenih pojmova, ali važno je znati razliku. Digitalni nomadu su: „oni zapravo



osobe u radnom odnosu koje putuju i istražuju druge zemlje. I to upravo dok rade. Iako se prvi put digitalni nomadi spominju u knjigama s kraja 90-ih godina, oni su prije svega generacija zaposlenika koja zbog digitalizacije nije vezana za mjesto rada te su posve fleksibilni“ (Native tim VL, 2022). Za digitalne nomade karakteristična je želja za putovanjima i radom na udaljenim mjestima, a čak 29 % digitalnih nomada nije zaposleno za stalno. Digitalno nomadstvo je puno više od stila života jer karakterizira aktivnost i avanturistički duh, u većini, tehnoloških stručnjaka. Najčešći poslovi kojima se bave digitalni nomadi su digitalni marketing, programiranje, inženjerstvo, grafički dizajn te UX/UI (Bonneau i Aroles, 2021).

Poslove gig ekonomije moguće je podijeliti na dvije kategorije rada, a to su:

- **Fizički rad:** koji podrazumijeva fizičko obavljanje usluge digitalno naručene te
- **Virtualni rad:** koji podrazumijeva sve usluge naručene i obavljene preko digitalnih platformi (Bašić i Jurčević, 2017).

Ova podjela opisuje gig ekonomiju u cijelosti te daje uvid u poslove koje zahvaćaju ovu ekonomiju. Ono što je zajedničko objema kategorijama rada je: „prilika da se ponuda i potražnja za poslovima ekstremno brzo i efikasno povezuje preko platformi, uz minimalne transakcijske troškove i bez zastoja na tržištu rada. Na platformama zapravo nema radnika već su svi ponuđači usluga samozaposleni, te samo biraju vrijeme rada, koliko će raditi, za koju naknadu i osobu ili poduzeće za koju će odraditi posao, a barijere za ulazak u određenu tržišnu nišu su dosta niske“ (Bašić i Jurčević, 2017).

U Hrvatskoj su najpopularniji Uber, Bolt, Glovo, Booking, Wolt te Airbnb, a najveći dio posla digitalnih platformi je korisnička podrška te nisu klasični poslodavci (Poslovni dnevnik, 2023).

## 4. Sudionici gig ekonomije

Postoje brojna odstupanja u načinu rada i načinima motiviranja radnika među generacijama. Razlike su kulturne, društvene, odgojne i tehnološke, a na tržištu rada trenutno djeluju generacije baby boomer-a, 13ta generacija (generacija X), milenijalci (generacija Y) te generacija Z (Howe, Strauss, 2005). Najmlađa generacija je generacija Z koja je trenutno u fazi tek ulaska na tržište rada, dok je baby boom generacija u fazi umirovljenja. Polaganim odlaskom baby boom generacije, koja predstavlja rođene između 1946. i 1964. godine (Matijašić, 2021), u mirovinu na snagu stupaju mlađe i drukčije generacije.

Prema Europskoj komisiji (2016), ekonomija suradnje tj. gig ekonomija ima tri vrste sudionika, a to su:

- **peers/pružatelji usluga:** privatni korisnici koji posluju povremeno, pružaju uslugu dijeljenja resursa, dobara, prijevoza, smještaja itd.
- **potraživači usluga**
- **posrednici** koji spajaju pružatelje usluga i potraživače usluga (korisnike) na digitalnim platformama.

Prema PwC istraživanju iz 2015. godine, najčešća dob pružatelja usluga u gig ekonomiji je od 25 do 44 godine u SAD-u. Navedena skupina činila je udjel od visokih 48% čime je prednjačila u ovoj vrsti ekonomije, a obuhvaćala je skupine generacija X i Y. S druge strane, isto istraživanje donijelo je podatak u kojem su osobe dobi 18 do 24 godine najpozitivnije prema gig ekonomiji nakon sudjelovanja u istoj. Prema istom istraživanju, u Njemačkoj je najveći broj dobavljača u kategoriji gig ekonomije od čak 21% (Naletina, Petljak i suradnici, 2019).

### 4.1. Baby bommer-i

Baby boom je generacija koja je, kao što i sam naziv kaže, nastala velikim porastom nataliteta u svijetu nakon Drugog svjetskog rata. Nakon teškog razdoblja u kojem je velik broj ljudi izgubilo svoje živote nastaje mir i optimizam. Optimizam koji pozitivno utječe čak i na ekonomiju te se problem nezaposlenost i mortaliteta smanjuje (Rimac, 2012). Ovu generaciju drugi autori opisuju kao generaciju punu idealizma, tolerantnosti, ali i materijalizma te sebičnosti (Hernaus i Pološki Vokić, 2014). Često se u medijima spominju kao posebna generacija jer su rođeni i odgajani u potpuno drukčijem svijetu od ovoga kakav je danas, a upravo oni su zaslužni za njega: "posebnost Boomera nije samo u ovim činjenicama, već i u tome da je upravo ova generacija okarakterizirana kao najmoćnija, najimućnija, najutjecajnija i najprivilegirana generacija na čijim otkrićima, inovacijama i proizvodima živimo i danas"

(Matijašić, 2021). Odgajani u ideji mogućnosti uz rad, natjecateljskog duha te ulaganja u sebe i u svoje znanje ova generacija uspijeva postići velike uspjehe i visoko pozicionirana radna mjesta. Za svoj posao žele onaj koji ih potiče na napredak, koji je izazovan, koji je od velike važnosti za poduzeća u kojima djeluju i koji ima svoju strukturu, ali i dobar status (Hernaus i Pološki Vokić, 2014).

Na poslu su okarakterizirani kao timski igrači koji poštuju svoje kolege te njeguju odnose sa svima nazočnima i vole osobni kontakt s drugim zaposlenima. Na posao gledaju kao na život te ih posao predstavlja, a opisani su i kao generacija koja živi da bi radila. Zbog velike povezanosti s poslom, preferiraju od svojih nadređenih da poštuju mišljenja svojih podređenih te njihove sugestije tj. participativni stil vodstva (Hernaus i Pološki Vokić, 2014). Generacija su koja je prošla kroz brojne ratove i krize bez smanjenja želje za radom. Pozitivan su primjer za sve koji žele raditi, ali koliko im je olakšano i/ili otežano bivanje u svojoj generaciji?

Često se napominju cijene kao glavni faktor smanjenja broja mladih koji osnivaju obitelji te su neizbježne usporedbe s baby boom generacijom koja je svojim radom imala osigurano stanovanje i u većini stabilna zaposlenja. S druge strane, mlađe generacije su odrasle s informacijama na dlanu. Od izuma interneta do pametnih telefona koji nam omogućuju stalni priljev informacija o željenim (i neželjenim) temama, kupnju namirnica i odjevnih predmeta, ali i zaposlenje, zasigurno su veliko olakšanje koje potpomaže svakodnevni život. Svaka generacija prošla je kroz svoje vrste prepreka, ali i uživala plodove okolnosti u kojoj su se našli.

## **4.2. Generacija X**

Trinaestoj generaciji naziv generacijom X prihvaćen je u široj upotrebi nakon što je 1991. godine Coupland objavio roman istog naziv poput ove generacije. Roman se radi o mladim ljudima koji su u potrazi za onim što svi žele znati, a to je smisao života. U romanu su opisana 3 lika koji su obrazovani, inteligentni te avanturističkog duha jer je poimanje posjedovanja materijalnog nepotrebna funkcija za ove likove te više teže novim iskustvima i putovanjima (Coupland, 2017). Prema istraživanju Sveučilišta u Michiganu, u generaciju X pripadaju pojedinci rođeni u razdoblju od 1961. do 1981. godine, a za sam naziv i obujam godina navodi važnost Straussove i Houseove knjige naziva Generacije iz 1991. godine. Istraživanje u Michiganu predvodio je Miller koji za generaciju X napominje kako je ona najumreženija generacija u povijesti. Generacija X okarakterizirana je kao uspješna generacija, radosna generacija te generacija dobrog odgoja i manira. Glavne opisne riječi koje veže uz generaciju X su aktivnost, balans i sreća (Miller, 2011). U istraživanju je sudjelovalo četiri tisuće pripadnika ovoj generaciji, a od njih je najmanje 86% zaposleno na neki način, a čak 70%

ispitanika radni više od 40 sati tjedno te na posao moraju putovati što upućuje na marljivost i predanost ove generacije. Među spolovima usporedba je po obrazovanju, a čak 40% posto muškaraca između ispitanika ima završenu prvostupničku razinu akademskog obrazovanja, a žene čak 46%. Osim na akademskim i poslovnim uspjesima, ponos im čini i njihov obiteljski i prijateljski život. Od svih ispitanika njih najmanje 95% izjavljuje kako su barem jednom tjedno u kontaktu s roditeljima ili prijateljima, a 80% ispitanika se druži uživo sa svojim prijateljima barem jednom tjedno. S druge, još pozitivnije strane, njih čak 29% koristi blagodati umreženosti modernog doba te se svaki dan čuju sa svojim roditeljima i prijateljima, a isti toliki postotak ispitanika provodi vrijeme sa svojim roditeljima ili prijateljima barem 3 puta tjedno (Miller, 2011).

Generacija uvelike pokazuje uspjehe na mnogim poljima, pa tako i na onom roditeljskom jer su orijentirani obiteljski te za svoju djecu žele dobro obrazovanje i kvalitetno znanje, a čak njih 88% očekuje da će njihova djeca završiti fakultete (Muller, 2011). Također, pripadnici ove generacije su i društveno informirani jer čak 76% ispitanika čita novine neovisno o obliku (online ili fizičke novine). Pretpostavka mlađih generacija o ovoj generaciji su da nisu umreženi i da ne poznaju osnove digitalnih pomagala, ali te pretpostavke su krive. Ovo je generacija koja je odrastala uz prva računala te poznaju samu srž tehnologije. Naravno, korištenje računala se pretvorilo u korištenje pametnih mobilnih uređaja, ali generacija su koja i dalje nije izgubila način zabave u drugim okolnostima. Televizijski programi i dobre knjige glavi su izvori zabave i opuštanja za generaciju X, a mobilne uređaje koriste u svrhu prijenosnih informirajućih uređaja na kojima čitaju najnovije vijesti. Poznata imena koja su promijenila svijet te su pripadnici generacije X su Elon Musk (Tesla, SpacX), Jeff Bezos (Amazon), Sanger (PayPal) te mnogi drugi (Drukier, 2015). Generacija X je generacija koja upravlja znanjem društvene i socijalne inteligencije te nove tehnološke. Ovoj generaciji se ne daje dovoljno kredibiliteta, aktivna starija generacija je spominjana često, mlađe generacije su tema rasprava zbog svojih novih ideja i ideala, a generacija X upućuje upravo na ono što prosječna osoba živi. Pozitivan stav prema poslu, obiteljski i prijateljski nastrojeni te aktivni mogu biti dobar primjer za buduće generacije.

### **4.3. Generacija Y**

Pripadnici generacije Y ili milenijalci su oni koji su rođeni između 1981. godine i 1996. godine (Gould, 2014). Godine generacija variraju u različitim izvorima, ali ovo je najprihvatljiviji oblik definiranja milenijalaca. Najmlađi pripadnici ovoj generaciji su još uvijek u dvadesetim godinama svog života te njihova prisutnost na društvenim mrežama i način života se razlikuje

od starijih generacija. Milenijalci su generacija mladih osoba koje su odrasle u digitaliziranom svijetu te su samouvjereni pojedinci što se, iako može biti pozitivna osobina, većinom promatra kao negativno sebi ljublje. Njihova želja da konzumiraju medije točno kako oni žele, bilo gdje i bilo kada dovelo je do izuma novih medijskih platformi te njihov stav prema životu je doveo velike promjene u načinu konzumacije medija (Gould, 2014). Iako je ovo generacija koja je odrasla u digitalnom svijetu te imaju sve informacije na dlanu, također predstavljaju i pomalo razmaženiju generaciju od svojih prethodnika. Prema Solar (2015) generacija Y je veoma interesantna i uporna radna generacija, ali s izraženim slabim radnim navikama: "51% smatra da su prezahtjevni, imaju visoka očekivanja te su lako ometeni. Problem fokusiranja dolazi iz digitalnog svijeta s kojim su srasli". Problem fokusa je sve izraženiji što je generacija mlađa, a većina tu pojavu prepisuje upravo digitalizaciji i ubrzanom načinu života. S time se slaže i Barnikel (2005) koji generaciju Y opisuje kao generaciju koja je televiziju zamijenila s internetom i društvenim mrežama. Elliott (2016) govori kako je ovo prva generacija u kojoj prosječni radnik zarađuje manje nego radnici koji su 5 godina stariji. Također, napominje da je velik utjecaj na zaradu ove generacije utjecala i činjenica da je većina generacije ušla u poslovni svijet za vrijeme velike svjetske krize.

Prema Deloitteovom istraživanju (L.Š., 2024) koje je okupilo 23 tisuće ispitanika generacije Y i Z, a koje je kao glavnu misaonu vodilju imalo istraživati promjene u radnom okruženju te socijalna iskustva ovih generacija širom svijeta, cijene su najveća briga ove generacije. Čak 55% pripadnika generacije Y žive „od plaće do plaće“, a 30 % ispitanika se ne osjeća financijski osigurano. Uz ovakvu statistiku ne treba očajavati za mlade generacije jer čak 40 % pripadnika generacije Y očekuje poboljšanje svoje financijske situacije u sljedećim godinama, a trećina ispitanika smatra da će se u njihovim državama unaprijediti ekonomska situacija. Osim optimizma prema vlastitoj i državnoj ekonomskoj situaciji, ova generacija je i etički osvještenija od svojih prethodnika. Svoja osobna uvjerenja ne zadržavaju za sebe i nisu u strahu odbiti radne zadatke ako će zbog njih izdati vlastita uvjerenja. Čak 43 % pripadnika generaciji Y odbilo je radne zadatke, a 4 od 10 milenijalaca odbilo je posao zbog različitih razloga: „Razlozi za odbijanje poslodavca ili zadatka uključuju faktore poput negativnog utjecaja na okoliš, doprinosa nejednakosti kroz neinkluzivne prakse, i osobnih faktora poput nedostatka podrške za mentalno zdravlje zaposlenika i ravnoteže između posla i privatnog života“ (L.Š., 2024). Ovo je zasigurno generacija koja ostavlja trag na borbu za okoliš jer je 48 % pripadnika ove generacije izjavilo da ih nije strah spominjati klimatske promjene u svojim poduzećima te da vrše pritisak na svoje nadređene u svrhu promjene neetičkih radnji.

Osim borbe za etička prava, generacija Y ima i brigu o vlastitom zaposlenju zbog novih tehnologija. Skoro polovica pripadnika ove generacije (52 %) drži da pojava GenAI-a ima veliki značaj za njihovo zaposlenje te osjećaju veliku neizvjesnost, a kao rješenje zabrinutosti koriste dodatne edukacije i promjene vrste poslova. S druge strane, prioritet ove generacije i dalje ostaje ravnoteža između privatnog i poslovnog, a 35 % milenijalaca je izjavilo da osjeća stalni stres što je, iako velika brojka, pozitivno jer je vidljiv pad u usporedbi s prethodnim godinama (L.Š., 2024).

Ova generacija predstavlja mladu radnu snagu koja, iako često negativno okarakterizirana, stoji iza svojih uvjerenja i postavlja teška pitanja koja je mnoge strah spomenuti. Primjer su za mlađe generacije upravo zbog vjere u bolje sutra i pozitivan stav prema budućnosti.

#### **4.4. Generacija Z**

Najmlađu radnu snagu krasi ime generacija Z. Svoj naziv generacija je dobila upravo zbog svojih prethodnika te abecednog poretka tj. prethodile su joj generacija X i generacija Y (Krasulja i suradnici, 2015). Ostale generacije dobile su i svoje nadimke, ali generacija Z nije. Razlog tome može biti i činjenica da je generacija još mlada te da će s vremenom zaživjeti neki novi naziv, ali ponekad se spominju i nazivi generacija C po izrazu *connected generation* ili *net-generation* (Krasulja i suradnici, 2015). Pripadnici ove generacije osobe su rođene nakon 1995. do 2010. godine, a prva su generacija koja je odrastala potpuno digitalizirano (Dwyer, 2008). Ono što je osobito kod pripadnika ove generacije je to što su suviše mladi da bi se mogli sjećati života bez interneta i digitalne revolucije. Upravo to je velika posebnost i karakteristika ove generacije jer postoji puno prednosti i nedostataka koji krasi život u digitalnom svijetu. Ono što se neobjašnjivo veže uz učestalo korištenje digitalnih platformi je i činjenica da ova generacija pokazuje manje razine komunikacije od prethodnih generacija i veći osjećaj samoće. Iako su zaklinuti za veću socijalnu snalažljivost iskazuje čak 70 % generacije želju za kontaktom lice u lice, ponajviše na radnim mjestima (Cezina-Levine, 2019). Zabrinjavajuća je činjenica da većom mogućnošću komuniciranja nego ikada zbog društvenih mreža mlađe generacije gube povezanost i iskustva svojih prethodnika. S druge strane, generacija iskazuje humanost u vidu želje za osobnim kontaktom na radnim mjestima što je vidljivo zbog statistike od 37 % pripadnika koji izjavljuju zabrinutost u pogoršavanju njihove sposobnosti komuniciranja i održavanja veza (Delottie, 2017).

Pripadnici generaciji Z okruženi su tehnologijom od rođenja, a čak 40 % izjavljuje da se smatraju ovisnim o digitalnim uređajima (Poslovni.hr, 2021). Zbog toga ne čudi činjenica o izrazito velikom broju korisnika digitalnih uređaja u generaciji Z od čak 98 % od kojih 71 %

dnevno provodi više od tri sata na digitalnim uređajima s pametnim telefonom kao najčešće korištenim uređajem (Šarčević, 2023). Mlađi pripadnici generacije Z u Hrvatskoj u velikom broju od čak 84 % izjavilo je da koristi društvene mreže dok njih 87 % održava kontakt s prijateljima preko chat servisa. Tehnologija određuje njihove generacijske karakteristike i njihove stavove prema svim dijelovima života. Osim izrazitog znanja o tehnologiji koju skoro svaki pripadnik generacije Z ima, ovo je i generacija velikih aktivista. Našli su se u nelagodnom položaju zbog prethodnika koji su u neznanju i/ili jednostavno ne brizi planet zagušili u smeću i dodatno potaknuli globalno zatopljenje. Upravo zbog toga je glasom generacije proglašena Greta Thunberg koja svojim aktivizmom radi na poboljšanju svijeta za buduće generacije te se mnogi pripadnici generacije Z slažu s njom, a njih čak 73 % je spremno platiti više za proizvode koji ne oštećuju naš planet i koji su napravljeni u etičkim okolnostima (Šarčević, 2023).

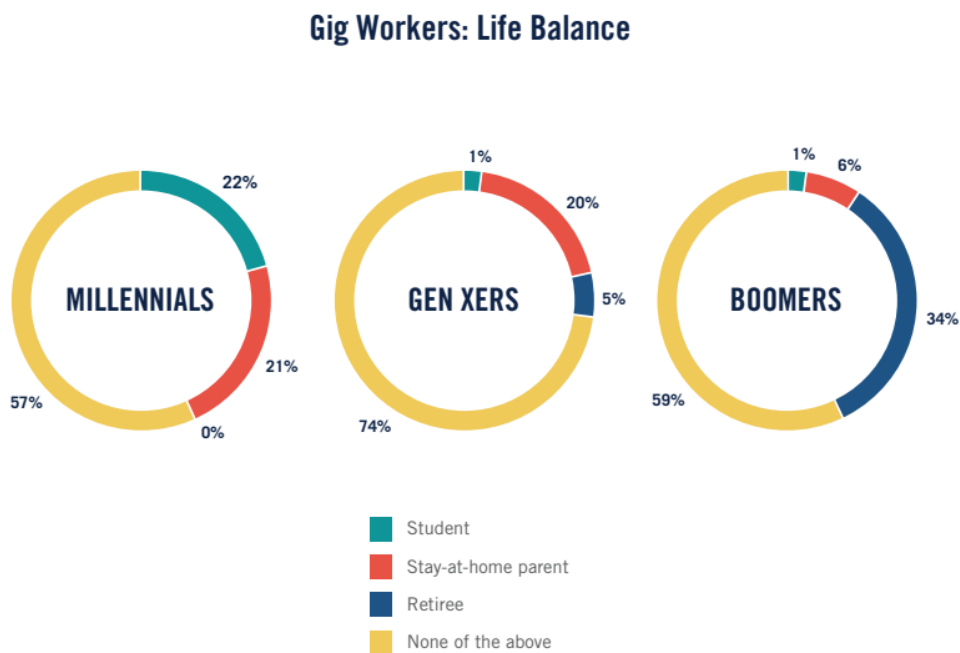
Generacija Z je, kao što je vidljivo iz navedenih godina, i dalje suviše mlada da bi posve sudjelovala u svijetu kao radno aktivno stanovništvo te je razumljiv manjak informacija o generaciji Z kao zaposlenicima. S druge strane, stariji pripadnici ove generacije se povezuju se s milenijalcima upravo zbog njihove sličnosti u odrastanju i razlike u godinama. Starije generacije često su pesimistične prema ovoj generaciji, ali važno je napomenuti kako je ovo generacija koja će od 2030. godine činiti više od trećine radne snage te je prema istraživanjima ambicioznija i financijski orjentiranija za čak 29 % u odnosu na svoje prethodnike (Šarčević, 2023). Zbog svog odrastanja u digitalnom svijetu i želje za radom generacija Z savršen je primjer za radnika koji pripada gig ekonomiji. Iako je teško s poslovne strane opisati ovu generaciju i donijeti točne zaključke o njoj, moguće je zaključiti njihove ideale te ime odrediti i radnu aktivnost. Huffington post provelo je istraživanje u kojem je donesena teza o težnji generacije Z za neovisnim poslovnim okruženjem te je čak 72% ispitanika izrazilo želju za pokretanjem vlastitog posla u budućnosti (Poslovni.hr, 2021).

2017. godine provedeno je istraživanje čiji su rezultati prikazali velike razine zainteresiranosti generacije Z za radom u velikim poduzećima (Lyons, Lavelle i Smith, 2017). Rezultati, iako iznenađujući, potkrepljuju sve prethodno rečeno o generaciji Z. Pripadnici ove generacija izražavaju želju za napretkom, razvojem karijere i velikim plaćama što zasigurno mogu brže postići u većim organizacijama (Lyons, Lavelle, Smith, 2017). Također, generacija Z je u potrazi za radnim mjestom koji im dopušta izražavanje svoje kreativnosti te prikazivanju svojih vještina (Krasulja i sur., 2015.). S druge strane, Huffington post provelo je istraživanje u kojem je donesena teza o težnji generacije Z za neovisnim poslovnim okruženjem te je čak 72% ispitanika izrazilo želju za pokretanjem vlastitog posla u budućnosti (Poslovni.hr, 2021). Prema

Prevedar (2020), generacija Z se ne razlikuje puno od svojih prethodnika milenijalaca te im je za prijavu za posao potrebno iznadprosječna plaćioa, mogućnost društvenog života u učenja.

#### 4.5. Različite generacije unutar gig ekonomije

Trend rada u gig ekonomiji je najčešći među pripadnicima generacije Z i generacije Y (Jones, 2024), ali ni druge generacije ne kaskaju za ovom vrstom poslova. Generacija Z i dalje su studenti (u većini) te ih nema na sljedećem prikazu, a za druge generacije prikazana je količina radnika koji pripadaju studentima, umirovljenicima, roditeljima koji ostaju kod kuće (domaćin/ca) te nijedno od navedenog.



Slika 3. Gig Economy Impact by Generation

Izvor: Prudential, 2019

Milenijalci su u nešto većoj mjeri još uvijek studenti (22%), a osim toga su i roditelji bez stalnog zaposlenja (21%). Većina radnika ove generacije je i dalje zaposlena i/ili nezaposlena te im je rad u gig ekonomiji jedini prihod (57%). Njihovi prethodnici, pripadnici generacije X, u gig ekonomiji sudjeluju najviše kao radnici kojima je gig posao drugi posao ili nisu stalno zaposleni (74%). U ovoj generaciji postoje već i umirovljenici (5%) te je 20 % gig radnika ove generacije zaposlenu u svrhu dodatnog prihoda svom kućanstvu jer su domaćin/ca. Iz istog razloga tj. dodatnog prihoda svom kućanstvu zaposleno je 6% baby boomer-a u gig ekonomiji, dok je njih čak 34% zaposleno u gig ekonomiji iako su umirovljenici. Ista količina pripadnika generaciji



X i baby boomer-a su studenti (1%), 59% baby boomer-a zaposleno u gig ekonomiji sa svrhom dodatne zarade. Količina uključenosti generacija u gig ekonomiju se, naravno, razlikuje, ali je pristup svakoj radno sposobnoj generaciji omogućen te je sinergija između generacija to što trend gig poslova čini fenomenom.

Neki od najčešćih generacijskih razlika su razlozi zaposlenja i potreba pripadnika gig ekonomije, ali svima je isti cilj – zarada. Studentu gig poslovi omogućavaju zaradu tokom fakulteta te manje oslanjanje na roditelje, dok umirovljeniku gig posao omogućava lagodniji život uz nisku mirovinu. Sve generacije imaju svoje razloge zapošljavanja na ovim radnim mjestima, a bez generaliziranja svaka generacija se može opisati po određenim karakteristikama. 2017. godine Prudential je proveo istraživanje u svrhu ispitivanja generacijskih razlika unutar gig ekonomije te gledaju li pozitivno ili negativno na ovu ekonomiju. Unutar istraživanja naznačene su karakteristike svake generacije koja sudjeluje u radu preko platformi te ih opisali. Za generaciju baby boomer-a neke od navedenih karakteristika unutar gig ekonomije su:

- pripadnici su umirovljenici koji rade zbog spajanja kraja s krajem (46%) te si olakšavaju prelazak s zaposlenosti na umirovljenje,
- visoko su obrazovani, ali unatoč tome obavljaju najmanje kvalificirane poslove
- rade najmanje sati, a zarađuju najviše novca
- imaju viši stupanj financijskog blagostanja jer imaju viši razine prihoda, više izvora prihoda i pristup pogodnostima koje sponzorira poslodavac, a i zato što su u braku ili partnerskoj zajednici, posjeduju vlastiti dom i nemaju djecu mlađu od 18 godina te su
- zadovoljni su svojom trenutnom financijskom situacijom (čak 75%), a najmanje od svih generacija su zainteresirani za nove tradicionalne poslove (Prudential, 2019).

Za generaciju X naglašene su karakteristike:

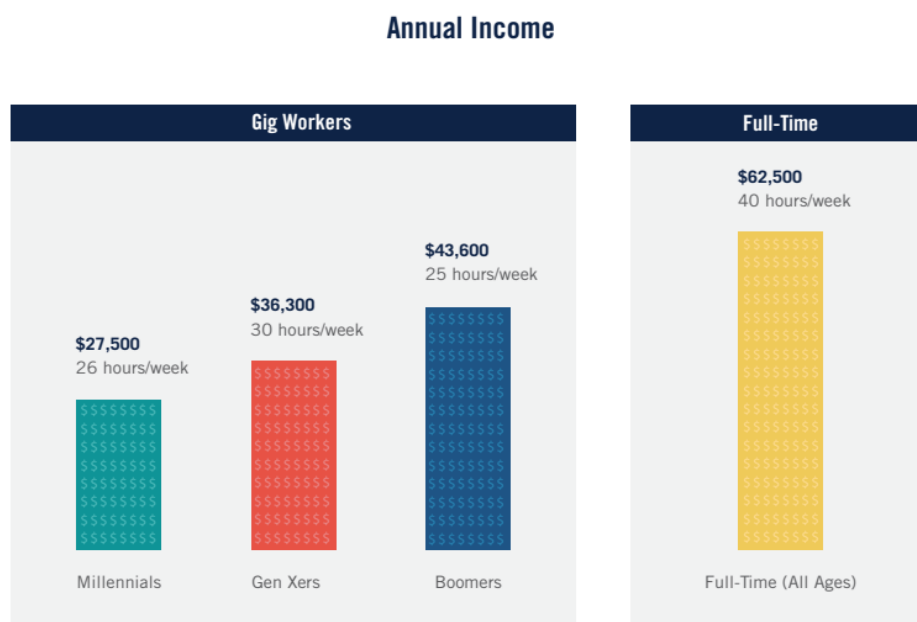
- samoće tj. većinski su samci računajući rastavljene ili udovce,
- velikom broju ove generacije su gig poslovi jedini izvor prihoda,
- rade najviše sati od svih generacija, ali zarađuju manje,
- najviše pripadnika ima završenu srednju školu,
- kao i prethodna generacija, rade poslove u gig ekonomiji zbog spajanja kraja s krajem (59%),
- ako su zaposleni na tradicionalnom poslu, imaju relativno niske prihode

- najmanje su zadovoljni svojim finansijskim blagostanjem te su od svih generacija najzainteresiraniji za povratak tradicionalnom poslu (Prudential, 2019).

Posljednja generacija koju je ovo istraživanje zahvatilo je generacija Y (milenijalci). Kao mlađa generacija očekivan je veliki odskok između ove i prethodnih generacija. Navedene karakteristike ove generacije su:

- većinom domaćice (žene koje ostaju kući) koje imaju malu djecu,
- zaposleni su na profesionalnijim poslovima koji iziskuju rad od kuće,
- za razlog zaposlenja naglašavaju želju za više slobodnog vremena uz zaradu (40%),
- nije ih strah riskirati i isprobavati nove vrste zaposlenja,
- u velikim su dugovima te mali broj pripadnika ove skupine posjeduje objekte u kojima žive,
- žive u kućanstvima s višestrukim prihodima te
- snalažljiviji su u korištenju digitalnih platformi (Prudential, 2019).

Iz navedenih karakteristika vidi se veliki razmjer među generacijama. Generacija Y najviše iskorištava pogodnosti gig ekonomije, dok se starije generacije više trude. Svaka generacija ima svoje razloge zaposlenja u gig ekonomiji neovisno je li to jedino zaposlenje ili kao dodatak uz tradicionalne vrste zaposlenja, a velika je razlika i u zaradi koju određena generacija zarađuje.



Slika 4. Gig Economy Impact by Generation

Izvor: Prudential, 2019

Iz istog istraživanja prikazana je ta razlika u zaradi prosječnog Amerikanca. Prikaz sadrži prosječni godišnji prihod svih generacija koje rade puno radno vrijeme te generacijski prikaz zarade unutar gig ekonomije i količina radnih sati. Najveća zarada se krije, naravno, u tradicionalnom zaposlenju na puno radno vrijeme i iznosi 62 tisuće dolara uz radno vrijeme od 40 sati tjedno. Od gig radnika najviši zaradu posjeduju baby boomer-i koji prosječno zarađuju nešto više od 43 tisuće dolara za radno vrijeme od 25 sati tjedno te se ne smije zanemariti činjenica da je velikom broju pripadnika ove generacije gig posao izvor dodatne zarade. Najmanju zaradu putem gig ekonomije, prema ovo istraživanju, ostvaruju pripadnici generacije Y iako rade jedan sat više od baby boomer-a (26 sati) te zarađuju 27 tisuće dolara. Pripadnici generacije X rade u prosjeku 30 sati tjedno, a zarađuju nešto više od 36 tisuće dolara. Iz navedene statistike vidljivo je kako baby boomer-i imaju najveće satnice, a milenijalci najmanje. Za potpunu usporedbu generacija potrebno je opisati i najmlađu generaciju koja pripada radnoj snazi, a to je generacija Z.

Značajan pomak u načinu zapošljavanja i odnosa prema zaposlenju općenito osiguralo je mlađim generacijama promjenu njihovog nastupa na tržištu rada. Generacija Z, kao najmlađa generacija koja pripada radnoj snazi, najdigitalnija je generacija. Odrasli su uz digitalne uređaje te je ovo tržište najpristupačnije upravo ovoj generaciji. Za razloge priključenja ovom tržištu čak 24% pripadnika ove generacije naglašava želju za autonomijom i fleksibilnošću (Martinez, 2024). Svoj užurbani život, većinski studenti, žele prilagoditi i samom radu, a to uspijevaju uz gig ekonomiju. Velik dio generacije još uvijek ne pripada radnoj snazi te je teško opisivo kakva je generacija u cjelini, neke karakteristike se ističu. Za karakteristike generacije Z u ovoj vrsti ekonomije navode se:

- fokus na zaradi koji izražava čak 73% pripadnika generacije,
- zabrinutost za pronalazak stalnog zaposlenja (45%) te zaradu osiguravaju radom u gig ekonomiji,
- poduzetnički duh uz koji radom usavršavaju svoja znanja i otvaraju si vrata poduzetništvu,
- odrastanje u financijskoj krizi i uz digitalne uređaje (Nesbit, 2024).

Generacijske razlike, iako postoje, ne prikazuju velik razmjer načina rada unutar gig ekonomije. Svim zaposlenima je najvažnije zarada uz usklađen društveni i obiteljski život.

## **5. Gig ekonomija u praksi**

Zastupljenost gig ekonomije, kao i svakog tržišta, razlikuje se od države do države. Većina već spomenutih istraživanja provedena su u Sjevernoj Americi u kojoj je gig ekonomija i najzastupljenija dok u drugim državama popularnost ovih poslova sporije raste. Posljednjih godina, a ponajviše od pandemije Covid-19 koja je započela 2020. godine, pratimo visoki rast aplikacija koje pripadaju gig ekonomiji. Potrebe stanovništva postale su dostupnost proizvoda iz udobnosti vlastitog doma, a to pruža upravo gig ekonomija i radnici unutar nje. Ne smije se zaboraviti i na same radnike jer je velik broj njih izgubio poslove zbog same pandemije te je svoj posao pronašlo u različitim aplikacijama. Kao što je već spomenuto, najčešća aplikacija koja se spominje kada se govori o gig ekonomiji je Uber, a prati ju i Glovo. Navedene aplikacije su najzastupljenije i u Hrvatskoj te o njima i popratnim aplikacijama nešto više u nastavku rada.

### **5.1. Analiza platformi u Hrvatskoj**

Hrvatska prati trendove na razini svijeta. Zbog toga ne čudi činjenica da je u Hrvatskoj broj zaposlenih unutar gig ekonomije 2023. brojio oko 100 000 radnika (L.F./Hina, 2023). Kao što je spomenuto ranije u radu, u Hrvatskoj su najpopularnije aplikacije Uber, Bolt, Glovo, Booking, Wolt te Airbnb (Poslovni dnevnik, 2023). Korištenje aplikacija ograničeno je na najveće Hrvatske gradove upravno zbog manjka mogućih korisnika i nedovoljnog znanja o aplikacijama. Jedna od velikih prednosti gig ekonomije u Hrvatskoj je upravo to što je i pronalazak brzog prijevoza ili dostave hrane postao dostupan većem broju ljudi. Upravo zbog toga je, svojim dolaskom, gig ekonomija izrazito dobro primljena među hrvatskih korisnicima. Različite aplikacije nude različite potrepštine, ali i postoje već alternative za izbor čak i na ovom malom tržištu.

Prvim rivalima bi se mogli imenovati Uber i Bolt. Dvije su slične aplikacije koje nude usluge prijevoza. Ideja Ubera nastala je 2009. godine, a aplikacija počinje s radom 2010. godine (O'Connell, 2020). Aplikacija u Hrvatskoj, a i svijetu, nudi uslugu prijevoza koju korisnici mogu zatražiti putem aplikacije. Uz osnovnu uslugu prijevoza postoje i aplikacije poput UberEats s uslugom dostave hrane i UberPool koji nudi mogućnost prijevoza uz dijeljenje prijevoza s drugim korisnicima za povoljniju cijenu. Navedene aplikacije ne postoje u Hrvatskoj jer tržište još nije toliko rašireno, ali ideje postoje i djeluju u ostalim državama. Uber je 2023. godine u Hrvatskoj ostvario ukupni godišnji prihod u iznosu od 994.675,00 €, a u usporedbi s 2022. godinom godišnji prihodi su umanjani za 55.833,00 € (Poslovna.hr, 2024).

Prosječna plaća vozača Uber-a u Hrvatskoj je 1800 eura, a brojka se mijenja iz grada u grad. Najveća zarada osigurana je za Dubrovačke vozače tijekom turističke sezone te iznosi 2500 eura (Marusic, 2024).

S druge strane, Bolt također nudi uslugu prijevoza dogovaranjem putem aplikacije. Aplikacija je nastala 2013. godine u Estoniji, a sama ideja aplikacije 2004. godine (Bolt.eu, 2023). Osim usluge prijevoza aplikacija nudi i vlastiti prijevoz putem najma električnih romobila. Korištenje ove značajke je izrazito jednostavno i korisno i ekološki prihvatljivo. Razlog rivalstva ove dvije aplikacije je što nude istu uslugu, ali za glavnu razliku između aplikacija se navodi cijena usluge koja u korist ide Boltu. Većina korisnika se služi aplikacijom na koju je naviknulo te je i podjela tržišta orijentirana u istom smjeru. Ukupni prihodi ostvareni u 2023. godini iznosili su 2,23 € milijuna te je u usporedbi s prethodnim razdobljem ostvareno smanjenje od 50,85%. Također, ostvarena je neto dobit od 93.363€ (Poslovna.hr, 2024). Prosječna zarada Bolt vozača u Hrvatskoj iznosi 1100 eura (Vitas, 2023).

Glovo i Wolt aplikacije su koje nude uslugu dostave iz različitih restorana i trgovina. Kao i Uber i Bolt, mogu se imenovati rivalima. Obje aplikacije nude dostavu u roku od 30ak minuta te kao i s prethodnim rivalima, korištenje aplikacija se svodi na naviku, ali i na mogućnost dostave u njihovom naselju. Glovo je nastao 2015. godine u Španjolskoj, a u Hrvatsku je stigao 2019. godine. Aplikacija nudi brze isporuke potraživanih dobara, a zaposlenici su sudionici gig ekonomije. Za Glovo najveći broj stalnih korisnika u jugoistočnoj Europi napominje se Hrvatska. Zanimljiva je činjenica je velik dio uspjeha aplikacije na ovom tržištu zasnovan zbog velike ljubavi prema jednom jelu – kebabu. Hrvati su u 2022. godini naručili čak 850 000 kebaba, a jedan je korisnik Glovo aplikacije u godinu dana naručio čak 373 kebaba (Poslovni.hr, 2023). Ukupni godišnji prihod 2023. godine iznosio je 1.448.551,00 € što predstavlja rast u usporedbi s prethodnim razdobljem od 724.031,00 € (Poslovna.hr, 2024).

Revolucionarna ideja aplikacije uz potrebe tržišta zaslužne su za uspjeh aplikacije, a broj korisnika usluga i zaposlenika raste iz dana u dan. Time se može pohvaliti i aplikacija Wolt koji je nastao 2014. godine u Finskoj, a u Hrvatsku je stigao krajem 2018. godine. Wolt je izrazito ekološki orijentirana platforma jer za cilj imaju do 2040. godine „postići nultu emisiju CO2“ (Sponzorirani sadržaj, 2024). 2023. godine Wolt u Hrvatskoj ostvaruje ukupni godišnji prihod u iznosu od 6.093.896,00 € što ukazuje na promjenu na prethodno razdoblje od 4.454.343,00 €, a neto marža iznosi -0,66 % (Poslovna.hr, 2024). Prosječna plaća Wolt dostavljača iznosi između 900 i 1100 eura (Index Vijesti, 2023).

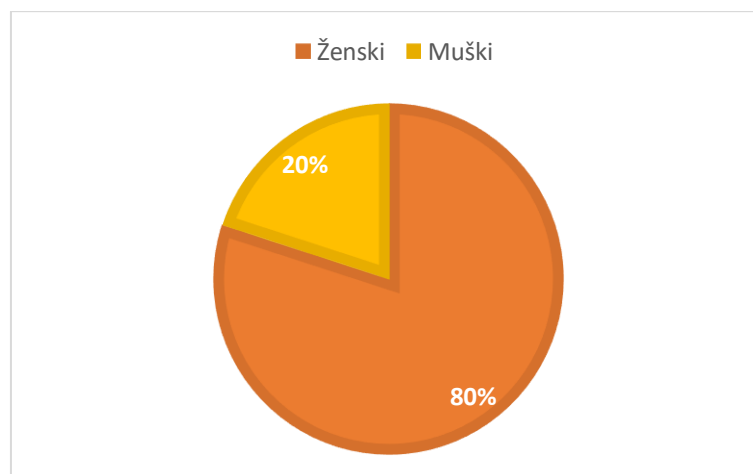
Zbog regulacije rada putem platformi adaptiran je JEER-sustav (Jedinstvena elektronička evidencija rada) kojim Ministarstvo rada ima omogućen pristup praćenja rada platformi u realnom vremenu (Grgas, 2024). Prema objavljenim podacima JEER-a, u Hrvatskoj je putem platformi zaposlena 7791 fizička osoba (Ban, 2024). Također, rezultati prikazuju da 7468 radnika (tj. 95%) zaradu ostvaruje kroz posredništvo tj. agregatore. Prema Zakonu o radu, poslodavac gig radnicima može biti sama platforma, agregatori koji predstavljaju posrednike te je omogućeno samozapošljavanje. Najpoznatiji agregator je Meta Mate koji u velikom broju zapošljava strane radnike (Grgas, 2024).

Poveznica svih aplikacija je upravo i sama tema rada, a to je gig ekonomija koja je nedvojbeno potaknula razvoj ovih aplikacija. Upravo zbog toga je provedeno istraživanje percepcije i iskustva s gig ekonomijom u Hrvatskoj među generacijama o kojem će se govoriti u idućem dijelu rada.

## 5.2. Analiza generacijske uključenosti u gig ekonomiji i njihovih percepcija

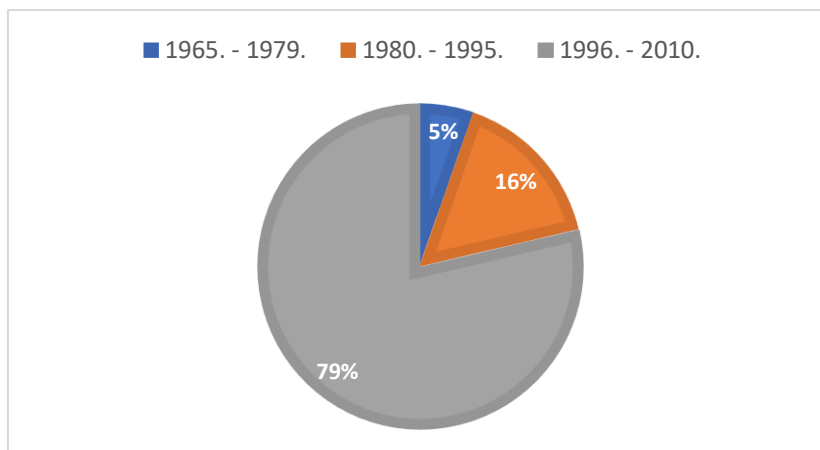
Istraživanje je provedeno putem ankete pomoću Google forms-a. Anketa sadrži 16 pitanja, a cilj istraživanja je ispitivanje percepcije i iskustva s gig ekonomijom u Hrvatskoj među generacijama (baby boomer-i, X, Y, Z). Odgovori su prikupljeni u srpnju i kolovozu 2024. godine, a sudjelovalo je 75 ispitanika. Pitanja su bila fokusirana na demografiju ispitanika i da njihova iskustva sa gig ekonomijom.

### 5.2.1. Rezultati istraživanja



Slika 5. Spol ispitanika

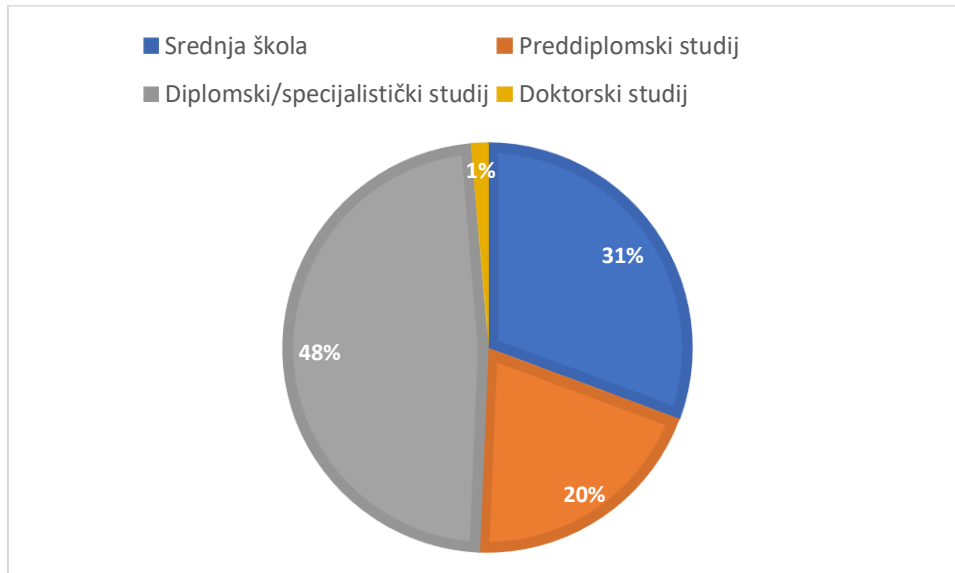
Izvor: izrada autora



Slika 6. Starost ispitanika

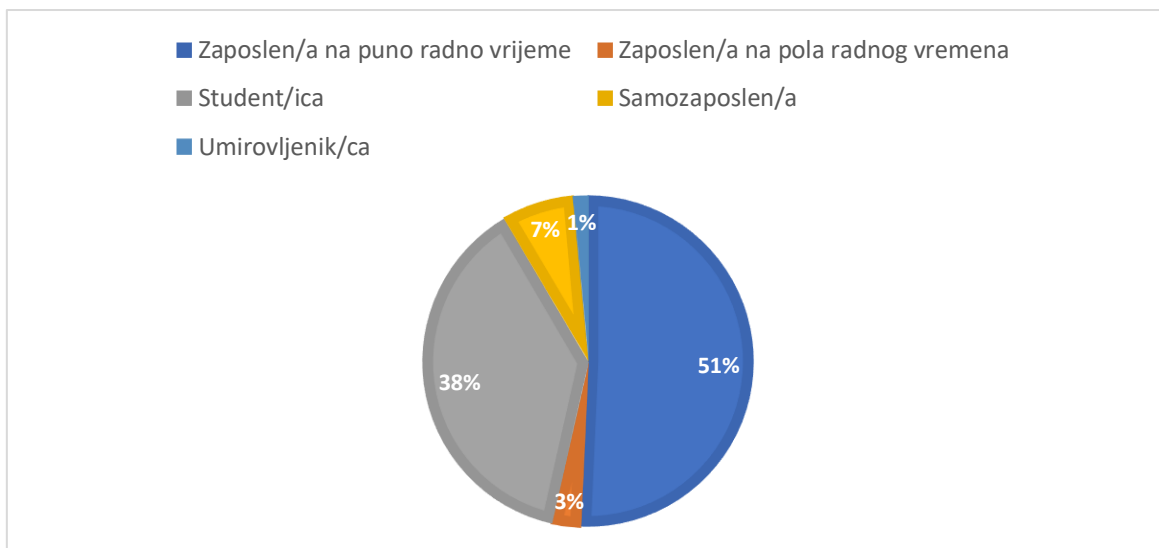
Izvor: izrada autora

Prvo pitanje odnosilo se na spol ispitanika, a čak 80% ispitanika su žene (njih 59), dok je 20% ispitanika muškog roda. Najveći broj ispitanika pripada generaciji Z (79%), a 12 ispitanika pripada generaciji Y (njih 16%) i 4 ispitanika generaciji X.



Slika 7. Stupanj obrazovanja ispitanika

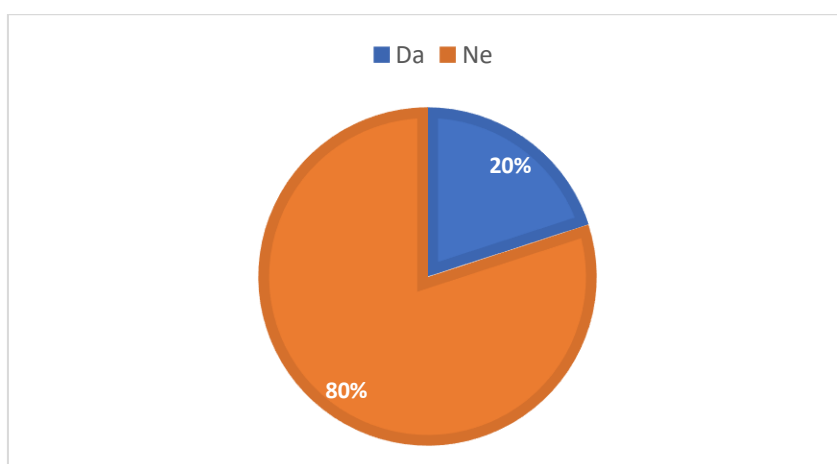
Izvor: izrada autora



Slika 8. Radni status zaposlenika

Izvor: izrada autora

Treće i četvrto pitanje je ispitivalo obrazovanje i zaposlenje ispitanika. Najveći broj ispitanika je završilo diplomski studij tj. 48 % ispitanika, a samo jedan ispitanik doktorski studij. Drugi po redu stupanj obrazovanja je završena srednja škola kojoj pripada 31 % ispitanika, a preddiplomski studij završilo je 20 % ispitanika (njih 15). Najveći broj ispitanika je zaposleno na puno radno vrijeme (51 % , njih 26), a slijede ih studenti s 38 % ispitanika tj. 27 ispitanika su studenti. Najmanji broj ispitanika broje umirovljenici (1 ispitanik) i stažisti (1 ispitanik). Samozaposleni ispitanici broje 4 ispitanika (5,5 %), dok je broj nezaposlenih ispitanika 3 (4,1%) i broj zaposlenih na pola radnog vremena 2 (2,7%).



Slika 9. Poznavanje pojma gig ekonomije

Izvor: izrada autora



Peto pitanje odnosilo se na poznavanje pojma gig ekonomije koje je od velike važnosti zbog upoznavanja ispitanika. Ukoliko ispitanici ne znaju što je gig ekonomija sljedećem dijelu ankete su svakako bili upoznati s definicijom pojma. Većina ispitanika ne zna što je gig ekonomija, a to je čak njih 80 % tj. 58 ispitanika. S pojmom gig ekonomije je upoznato 15 ispitanika tj. 20%.

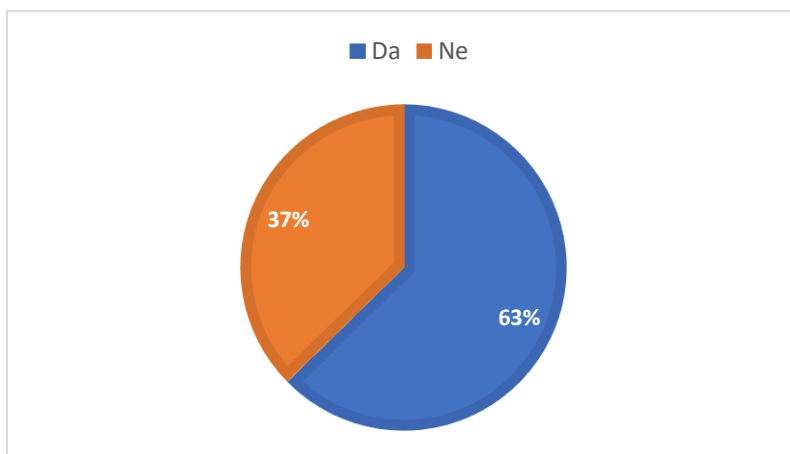
*Tablica 3 Razumijevanje pojma gig ekonomije*

Ekonomija u kojoj se poslovi zasnivaju na platformama npr. Glovo.
Gig ekonomija je ekonomski model u kojem se radne zadatke obavljaju kratkoročni, honorarni radnici, često preko digitalnih platformi.
Ekonomija dijeljenja, honorarnih poslova (gig/gaža).
Kratkoročni poslovi, ne na puno radno vrijeme.
Putem platforme naručiti uslugu.
Ponuda i potražnja usluga putem weba.
Ekonomija rada ugovorenog za obavljanje određenog djela, projekta ili na kraći vremenski period.
Privremeni poslovi, popularizirani sa dolaskom Ubera. Radnici slobodnjaci. Benifiti fleksibilnost, negativno manje sigurnosti. Bitno spomenuti da svatko bira posao koji njemu odgovara i nije prisiljen na njega.
Uslužna ekonomija dijeljenja.
Zamišljeno kao usputni posao, a u stvarnosti se pretvorilo u izrabljivanje ljudi na puno radno vrijeme na papiru, a u stvarnosti i više radnih sati.
Pojam obuhvaća sustav u kojem se rad bazira na freelance-anju, umjesto na klasičnom zaposlenju.
Rad po projektu i po završetku prekid.
Poslovi dogovoreni putem aplikacija.
Gospodarstvo aplikacije.

*Izvor: izrada autora*

Šesto pitanje odnosilo se na ispitanike koji poznaju pojam gig ekonomije. Ispitanici su trebali opisati što smatraju pojmom gig ekonomije, a odgovori su prikazani u tablici. Odgovori su različiti, ali skoro svi ispitanici se koriste aplikacije u svojim opisima. Navedeno i nije netočno jer gig ekonomija počiva na različitim platformama. Jedan od odgovora je poprilično negativan

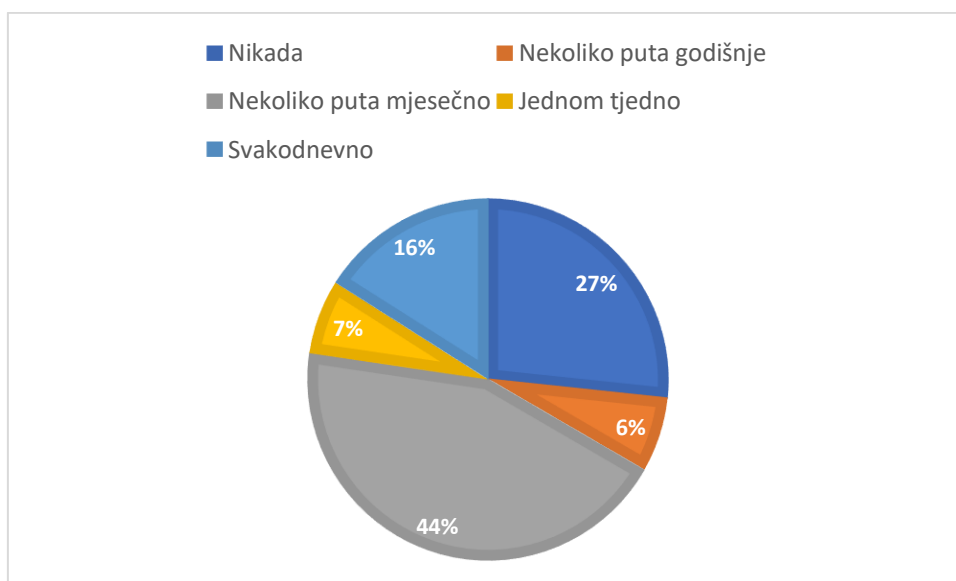
jer nalaže da je putem gig ekonomije provođeno izrabljivanje radnika i više radnih sati od očekivanog, ali s pregledom daljnjih pitanja vidljiva je drukčija razina zadovoljstva u gig ekonomiji. Još jedna manjkavost koja je spomenuta u odgovorima je manjak sigurnosti, ali kao što je i ispitanik naglasio – svatko bira svoj posao i nije prisiljen na njega.



Slika 10. Korištenje platformi

Izvor: izrada autora

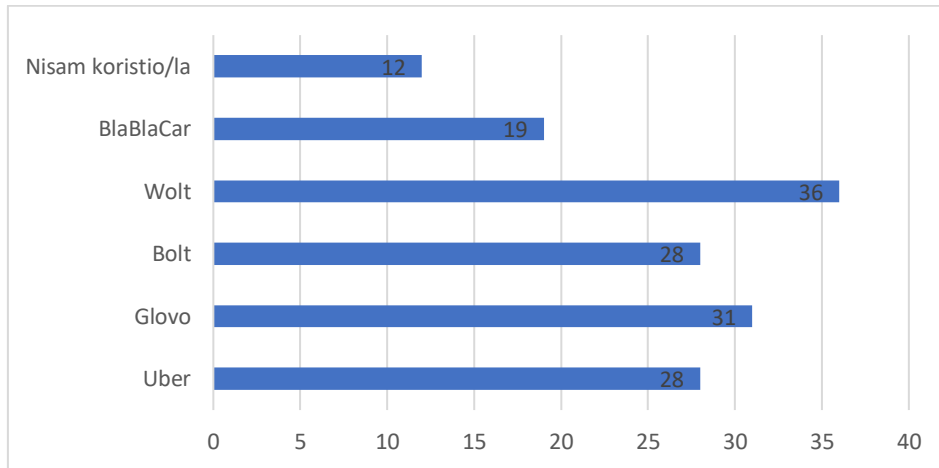
Sedmo pitanje odnosilo se na korištenje platformi gig ekonomije na koje je afirmativno odgovorilo 63 % ispitanika tj. njih 46. Platformama gig ekonomije se ne koristi 37 % ispitanika.



Slika 11. Učestalost korištenja platformi

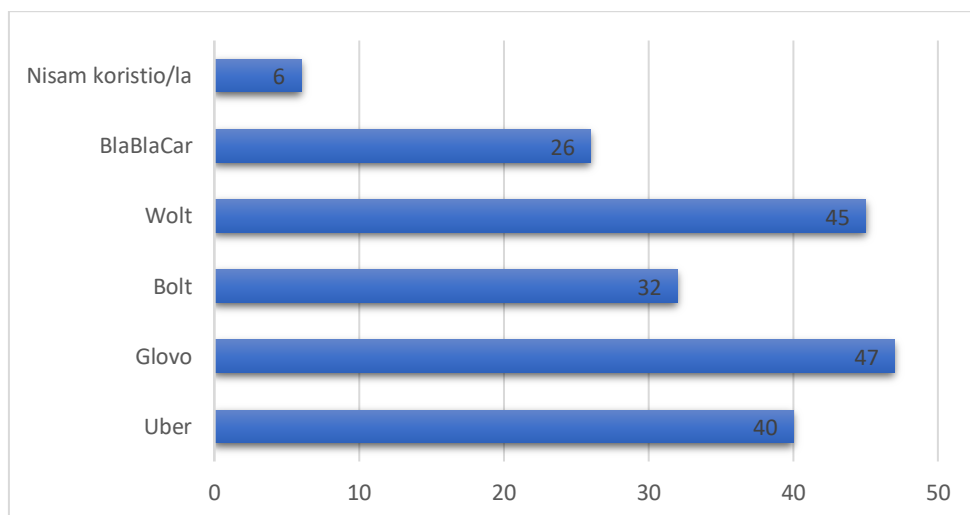
Izvor: izrada autora

Osmo pitanje ispitivalo je učestalost korištenja platformi gig ekonomije. Da nikada ne koriste platforme gig ekonomije izjavilo je 27% ispitanika. Najveći broj ispitanika koristi platforme nekoliko puta mjesečno tj. njih 44%, a nekoliko puta godišnje ovim platformama se koristi 6 % ispitanika. Svakodnevno platforme koristi 16% ispitanika.



Slika 12. Korištenje platformi na mjesečnoj bazi

Izvor: izrada autora

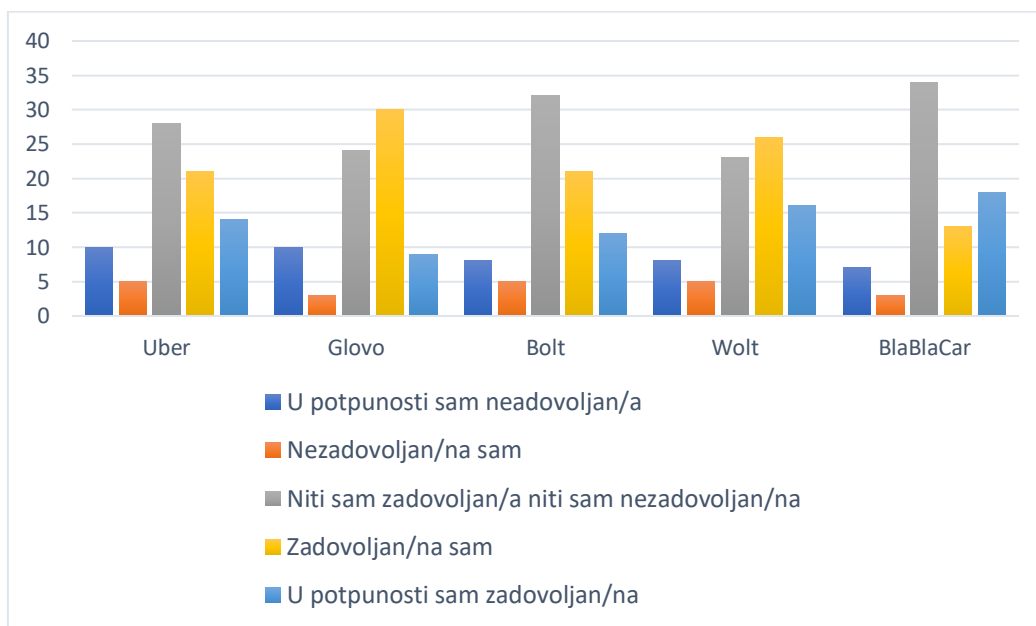


Slika 13. Korištenje platformi u posljednjih šest mjeseci

Izvor: izrada autora

Deveto i deseto pitanje odnose se na korištenje konkretnih platformi poput Ubera i Bolta u posljednjih mjesec dana te u posljednjih šest mjeseci. U posljednjih mjesec dana najkorišteniji među ispitanicima je bio Wolt koji je koristilo 36 ispitanika. Slijede ga Glovo s 31 korisnikom, Bolt s 28 korisnika i Uber s, također, 28 korisnika u posljednjih mjesec dana. Naznačena je i

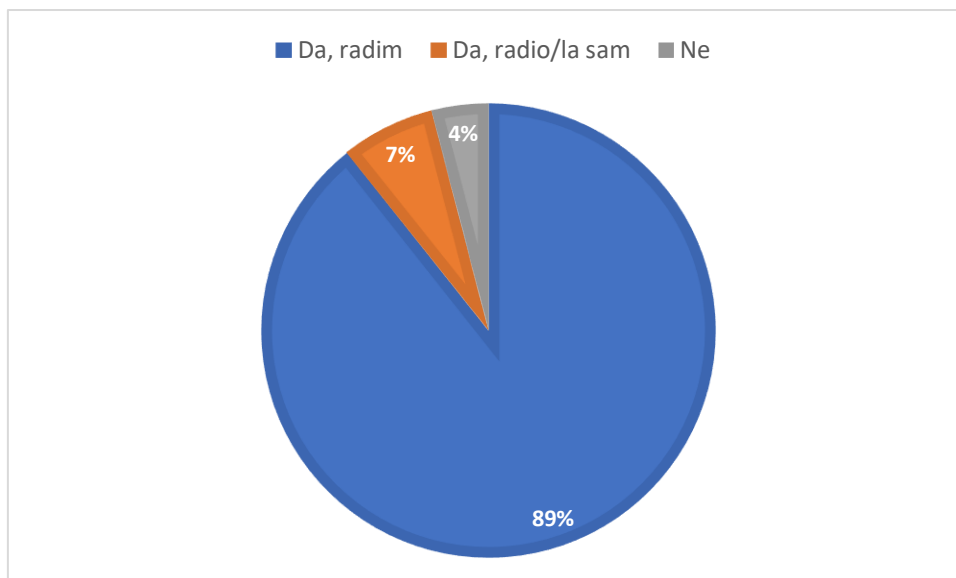
korisnost Blabla Cara od 19 ispitanika u posljednjih mjesec dana. Za šestomjesečno razdoblje najkorištenija aplikacija je Glovo koju je koristilo čak 62 % ispitanika (njih 47), a Wolt broji samo dva korisnika manje u istom razdoblju tj. 58,9 %. Uber je u posljednjih šest mjeseci koristilo 40 ispitanika, a Bolt 32 ispitanik. Ponovno se dolazi do neslaganja s prethodnim odgovorima jer je samo 12 ispitanika izjavilo da nije koristilo ove platforme u posljednjih mjesec dana, a njih samo 6 u posljednjih 6 mjeseci. Uspoređujući te odgovore s prethodnim postotkom od čak 37 % nekorisćenja platformi dolazi se do pitanja koliko je ispitanika svjesno svojih odgovora i svoje uključenosti u gig ekonomiji.



Slika 14. Razina zadovoljstva korištenja platformi

Izvor: izrada autora

Jedanaesto pitanje odnosilo se na ispitanikovo zadovoljstvo pojedinim platformama unutar gig ekonomije. Najveće zadovoljstvo s aplikacijom ispitanici su iskazali za BlaBlaCar (njih 18), dok je najveće nezadovoljstvo iskazano za Uber i Glovo od čak 10 ispitanika. Također, najveći broj odgovora sagledavao se u sredini tj. niti zadovoljstvo niti nezadovoljstvo. Uzrok tome može biti nekorisćenje aplikacija tj. platformi, odnosno ispitanici zbog moguće slabijeg korištenja određenih aplikacija nemaju dovoljno iskustva kako bi imali izraženije percepcije o zadovoljstvu.



Slika 15. Iskustvo rada u gig ekonomiji

Izvor: izrada autora

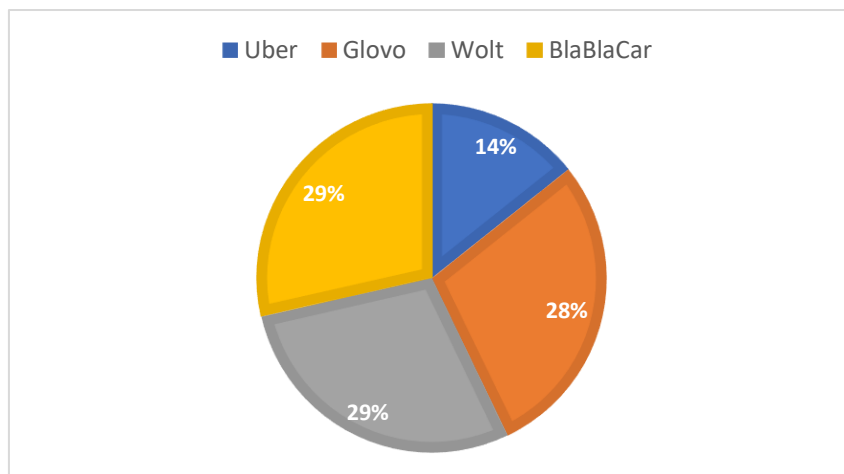
Sljedeće pitanje ispitalo je zaposlenje u gig ekonomiji. Većina ispitanika od čak njih 66 (89%) nije imala neki oblik rada u gig ekonomiji, dok su dva ispitanika prije radili putem platformi. Pet ispitanika je trenutno zaposleno putem platformi.

Tablica 4 Udio radnog vremena

Tjedno radno vrijeme:	
20 h	2 ispitanika
30 h	1 ispitanik
40 h	1 ispitanik

Izvor: izrada autora

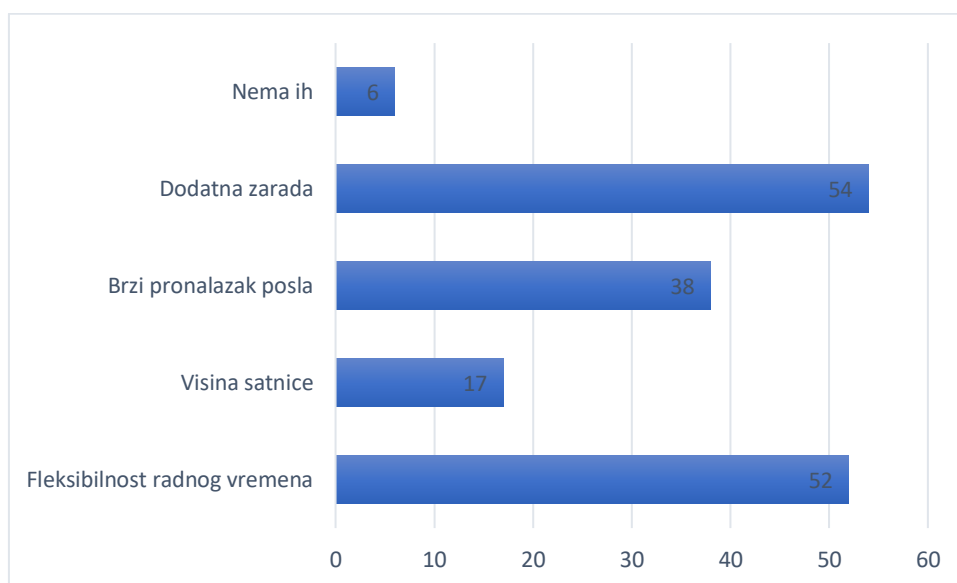
Trinaesto pitanje se nadovezuje na prethodno i odnosi se na ispitanike koji su na prethodno pitanje odgovorili afirmativno. Dva ispitanika navela su radili kao prijevoznici za BlaBlaCar. Od ispitanika koji trenutno rade putem platformi njih četvero je odgovorilo na pitanje u satima, a dva ispitanika rade u prosjeku 20 sati tjedno, dok jedan ispitanik radi u prosjeku 30 sati tjedno te jedan ispitanik 40 sati tjedno.



Slika 16. Platforme na kojima su ispitanici zaposleni

Izvor: izrada autora

Od svih ispitanika, dva su zaposlena putem platforme Wolt i BlaBlaCar, a jedan ispitanik je zaposlen putem platforme Uber te Glovo.

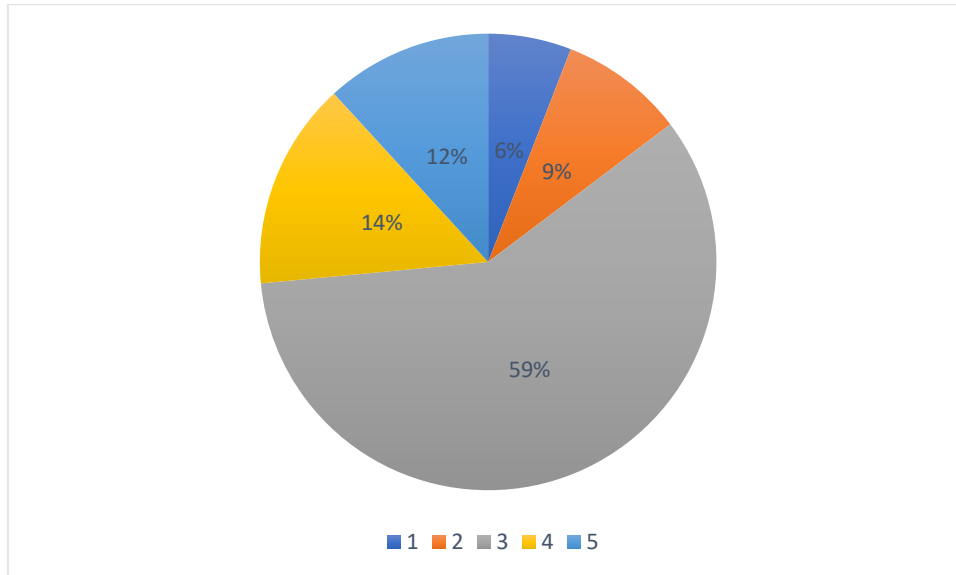


Slika 17. Percepcija ispitanika o prednostima gig ekonomije

Izvor: izrada autora

Predzadnje pitanje ispitivalo je pozitivne karakteristike zaposlenja putem platformi, a neki odgovori su već bili ponuđeni te je otvorena mogućnost otvorenih odgovora. Najveći broj ispitanika iznosi dodatnu zaradu kao pozitivnu karakteristiku (njih 54 tj. 72 %) što je skoro izjednačeno s fleksibilnosti radnog vremena koju napominje jedan ispitanik manje (70,7 %). Nadalje, 39 ispitanika (52 %) navodi mogućnost brzog pronalaska posla kao prednost, a visinu

satnice ističe njih 17 (22,7 %). Jedna od dodatno identificiranih prednosti je mogućnost rada uz studiranje, a dva ispitanika ne vide prednosti gig ekonomije.



Slika 18. Procjena iskustva zaposlenja u gig ekonomiji

Izvor: izrada autora

Šesnaesto, a ujedno i posljednje pitanje ispituje iskustvo ispitanika unutar gig ekonomije. Najčešći odgovor je sredina, tj. svoje radno iskustvo u gig ekonomiji ocjenjuju s dobar 58,8 % ispitanika. Ocjenu vrlo dobar svojim radnim iskustvom ocijenilo je 14,7 % ispitanika. S druge strane, ocjenu odličan svom radnom iskustvu iskazalo je 11,8% ispitanika, a ocjenu nedovoljan pridodalo je 5,9 % te ocjenu dovoljan 8,8 %. Prosječna ocjena iskustva zaposlenja u gig ekonomiji iznosi 3,18 tj. ispitanici svoje iskustvo ocjenjuju u prosjeku ocjenom dobar.

## 6. Rasprava

Tržište rada zvano gig ekonomija globalni je i rastući trend, a svoje postojanje i uspjeh temelji na nastanku digitalnih platformi (Woodcock i Graham, 2023). Platforme su sama srž gig ekonomije te je njihovo korištenje ono što je važno za sve sudionike na ovom tržištu. Provedeno istraživanje na hrvatskom tržištu prikazuje djelomično sličan trend od javno dostupnih istraživanja u drugim zemljama što će biti prikazano u nastavku ovog dijela rada. Prethodni dio rada sadržava se od analize i rezultata istraživanja, a najkorištenije platforme u Hrvatskoj su, već navedene, Uber, Glovo, Bolt i Wolt. Na to upućuju i rezultati istraživanja jer je izražen velik broj korisnika ovih aplikacija te ispitanici koji rade u okviru gig ekonomije rade putem ovih platformi. Situacija u drugim državama je skoro pa jednaka jer sam Uber je često korišten i kao sinonim za gig ekonomiju. Globalan broj Uber vozača je preko sedam milijuna (Dean, 2024), a u Hrvatskoj je broj vozača narastao do 2000 ove godine (SJ, 2024).

U istraživanju je najveći broj pripadnika generacije Z (79 %) te ih slijede pripadnici generacije Y (16 %) što ukazuje na najveću zainteresiranost za ovu temu među mlađim generacijama. Druga istraživanja upućuju na isti trend među ovim generacijama globalno. Preko 50 % korisnika ovih platformi su pripadnici generacije Z (Wonolo, 2021) te sam broj radnika putem platformi iz dana u dan raste. Za korištenje platformi potrebna je barem osnovna razina digitalnih vještina, a u Hrvatskoj je čak 97 % mladih savladalo istu. Svaka prethodna generacija kaska za sljedećom po digitalnim vještinama te je tako razvijenost digitalnih vještina 64 % među pripadnicima starosti od 35 do 44 godina (Danas.hr, 2020). Iako se pripadnici prethodnih generacija služe gig ekonomijom ta brojka je često puno manja, pogotovo baby boom generacije.

Za korištenje platformi gig ekonomije 27 % ispitanika odgovorili su da ne koriste platforme. S druge strane, kada se ispitala učestalost tj. omjer korištenja platformi čak 37 % ispitanika izjavljuje da ih nikada ne koristi što je moguće objasniti na različite načine. Jedna od mogućnosti je da korištenje platformi nije moguće u ispitanikovom gradu te da je platformu nekada instalirao i koristio kada je bio unutar područja gdje je omogućeno korištenje iste. Također, najlogičnije rješenje ovog nepodudaranja u odgovorima je da ispitanici nisu samostalno koristili platforme, ali da su sudjelovali u gig ekonomiji putem svoje okoline npr. prijevoz putem platforme Bolt koji je njihov prijatelj naručio i slično.

Za pozitivne karakteristike gig ekonomije rezultati istraživanja prikazuju fleksibilnost radnog vremena, dodatnu zaradu te mogućnost brzog pronalaska posla. S druge strane, prednosti su za



većinu ispitanika ostalih istraživanja fleksibilnost, prihodi i neovisnost (Lloyd, 2023). Uz navedene prednosti, velik broj ispitanika (više od 80 %) provedenog istraživanja svoje iskustvo rada putem platformi ocjenjuju s ocjenom dobar i višom što ukazuje na pozitivan trend gig ekonomije u Hrvatskoj. S druge strane, razvoju gig ekonomije u Hrvatskoj bi pridonijela veća površina omogućene korisnosti platformi te razvoj digitalnih vještina stanovništva.

## 7. Zaključak

Tema rada, gig ekonomija, predstavlja važan i sveprisutan dio modernog tržišta rada koje je doživjelo je brzi rast u proteklom desetljeću, osobito s razvojem digitalnih platformi. U radu se predlažu različite definicije gig ekonomije, uz napomenu da se unatoč razlikama u razumijevanju, gig ekonomija u biti sastoji od fleksibilnog, kratkoročnog rada koji radnicima omogućuje veću slobodu, ali često nema sigurnost i prava koja uživaju tradicionalno zaposleni radnici. Analiza dobrih i loših strana pokazuje da dok gig zaposlenja nude prilike za dodatnu zaradu, fleksibilno radno vrijeme i neovisnost, donosi i rizike kao što su nestabilnost prihoda, nedostatak socijalne sigurnosti i ograničene mogućnosti. napredak. Ove su se prednosti i nedostaci pokazali ključnima za procjenu gig ekonomije iz perspektive radnika i poslodavca.

U radu se također detaljno raspravlja o različitim vrstama poslova koji čine gig ekonomiju, uključujući poslove dostave, digitalnim uslugama te kreativnim industrijama. Poseban naglasak stavljen je na slučaj Hrvatske, gdje gig ekonomija postaje sve popularnija, posebice među mlađom generacijom i studentima, ali se i dalje suočava s određenim izazovima vezanim uz regulatorne i pravne okvire. Konačno, provedeno istraživanje ispituje percepcije različitih generacija i zadovoljstvo gig ekonomijom, ukazujući na zanimljive razlike u stavovima i iskustvima.

Zaključno, iako gig ekonomija donosi značajne prilike za dodatne prihode i fleksibilnost, njezin daljnji razvoj zahtijeva pažljivo razmatranje regulatornih pristupa kako bi se osigurala prava radnika i stvorilo održivo i uključivo tržište rada za sve sudionike.

## Literatura

1. Ban, J. (2024), *U Hrvatskoj je onih koji rade Uber, Bolt, Glovo i Wolt bitno manje od prvih procjena*, dostupno na: <https://www.poslovni.hr/hrvatska/platformskih-radnika-u-rh-bitno-manje-od-prvih-procjena-4429764> [pristupljeno 01.09.2024.]
2. Bardhi, F., Eckhardt, M. (2012), *Acess.based consumption: The case of car sharing*, dostupno na: <https://academic.oup.com/jcr/article/39/4/881/1798309?login=false> [pristupljeno 28.06.2024.]
3. Barnikel, M. (2005). *Gen Y media habits show tide is turning in favour of Internet*, dostupno na: <http://connection.ebscohost.com/c/articles/17237352/gen-y-media-habits-show-tideturning-favour-internet> [pristupljeno 09.06.2024.]
4. Belk, R. W. (2014), *Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0*, dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/286379872\\_Sharing\\_Versus\\_Pseudo-Sharing\\_in\\_Web\\_2\\_0](https://www.researchgate.net/publication/286379872_Sharing_Versus_Pseudo-Sharing_in_Web_2_0) [pristupljeno 01.06.2024.]
5. Böcker, L., Meelen, T. (2016), *Sharing for people, planet or profit? Analising motivations for intended sharing economy participation*, dostupno na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2210422416300892> [pristupljeno 11.07.2024.]
6. Bonneau C., Aroles, J. (2021), *Digital nomads: A new form of leisure class ?*, dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/344677571\\_Digital\\_Nomads\\_A\\_New\\_Form\\_of\\_Leisure\\_Class](https://www.researchgate.net/publication/344677571_Digital_Nomads_A_New_Form_of_Leisure_Class) [pristupljeno 10.07.2024.]
7. Botsman, R. (2015), *Defining the sharing economy: What is collaborative consumption and what isn't?*, dostupno na: <https://www.fastcompany.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt> [pristupljeno 01.06.2024.]
8. Cezina-Levine C., (2019), *Gen-Z survey reveals how to get the most from this new workforce*, dostupno na: <https://www.forbes.com/sites/carolinecenizalevine/2019/06/06/gen-z-survey-reveals-how-to-get-the-most-from-this-new-workforce/#1dc08571fac8> [pristupljeno 10.07.2024.]
9. Coupland, D. (2017). *Generation X*. [S.l.]: Abacus.
10. Čendo Metzinger, T., Toth, M. (2020), *Metodologija istraživačkog rada za stručne studije*, dostupno na:

- <https://www.researchgate.net/publication/344942553> *Metodologija istraživačkog rada za stručne studije* [pristupljeno 06.09.2024.]
11. Danas.hr (2020), *MLADI HRVATI PRVI U EUROPSKOJ UNIJI U DIGITALNOJ PISMENOSTI: / Čak 97 posto ih je na osnovnoj ili naprednoj razini*, dostupno na: <https://net.hr/danas/vijesti/hrvati-su-pokorili-europu-u-vaznoj-zivotnoj-vjestini-cak-97-posto-mladih-moze-se-pohvaliti-jednom-stvari-b17942c4-b1c5-11eb-b400-0242ac13002d> [pristupljeno 06.09.2024.]
  12. Dean, B. (2024), *Uber Statistics: How Many People Ride with Uber?*, dostupno na: <https://backlinko.com/uber-users#how-many-uber-drivers-are-there> [pristupljeno 06.09.2024.]
  13. Deloitte (2017), *Generation Z enters the workforce*, dostupno na: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/technology-and-the-future-of-work/generation-z-enters-workforce.html> [pristupljeno 11.07.2024.]
  14. Domènech, J., M. (2018), *The sharing economy and the labour market*, dostupno na: <https://www.caixabankresearch.com/en/economics-markets/labour-market-demographics/sharing-economy-and-labour-market> [pristupljeno 11.07.2024.]
  15. Drukier, C. (2015), *Gen X Turns 50 — 'We're doing well, thanks for asking'*, dostupno na: [https://www.theepochtimes.com/gen-xturns-50-were-doing-well-thanks-for-asking\\_1925959.html](https://www.theepochtimes.com/gen-xturns-50-were-doing-well-thanks-for-asking_1925959.html) [pristupljeno 09.07.2024.]
  16. Dwyer, R. J. (2008.), *Prepare for the impact of the multi-generational workforce!*, dostupno na: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/17506160910960513/full/html> [pristupljeno 11.07.2024.]
  17. Elliott, L. (2016), *Millennials may be first to earn less than previous generation – study*, dostupno na: <https://www.theguardian.com/society/2016/jul/18/millennials-earn-8000-pounds-less-intheir-20s-than-predecessors> [pristupljeno 10.07.2024.]
  18. Europski gospodarski i socijalni odbor (2016), *Mišljenje Europskog gospodarskog i socijalnog odbora o temi „Ekonomija dijeljenja i samoregulacija“*, dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016AE0933&from=HR>
  19. Frenken, K. (2017), *Political economies and environmental futures for the sharing economy. Philosophical Transactions of the Royal Society: A Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 375(2095), dostupno na: [https://royalsocietypublishing.org/doi/full/10.1098/rsta.2016.0367?url\\_ver=Z39.88-](https://royalsocietypublishing.org/doi/full/10.1098/rsta.2016.0367?url_ver=Z39.88-)

- [%202003&rfr\\_id=ori:rid:crossref.org&rfr\\_dat=cr\\_pub%3dpubmed](#) [pristupljeno 01.06.2024.]
20. Frenken, K., Schor, J. (2017) *Putting the sharing economy into perspective*, dostupno na: <https://www.elgaronline.com/edcollchap-oa/book/9781788117814/book-part-9781788117814-17.xml> [pristupljeno 01.06.2024.]
21. Gig Koneferencija (2023), *Tko je tko u gig ekonomiji*, dostupno na: <https://gigkoneferencija.com/tko-je-tko/> [pristupljeno 01.06.2024.]
22. Gooble, M. M. (2017), *Defining the sharing economy*, dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/328775134\\_The\\_Definitions\\_of\\_Sharing\\_Economy\\_A\\_Systematic\\_Literature\\_Review](https://www.researchgate.net/publication/328775134_The_Definitions_of_Sharing_Economy_A_Systematic_Literature_Review) [pristupljeno 09.07.2024.]
23. Görög (2018), dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/328775134\\_The\\_Definitions\\_of\\_Sharing\\_Economy\\_A\\_Systematic\\_Literature\\_Review](https://www.researchgate.net/publication/328775134_The_Definitions_of_Sharing_Economy_A_Systematic_Literature_Review) [pristupljeno 10.07.2024.]
24. Gould, A. M. (2014), *Millennial Media Consumption and the Birth of the Anytime, Anywhere Television Viewing Experience*, dostupno na: <https://researchdiscovery.drexel.edu/esploro/outputs/graduate/Millennial-Media-Consumption-and-the-Birth/991014632290504721> [pristupljeno 09.07.2024.]
25. Grgas, G. (2024), Krenula evidencija platformskog rada, a direktor Bolta kaže: Prva iskustva su dobra, dostupno na: <https://forbes.n1info.hr/aktualno/krenula-evidencija-platformskog-rada-a-direktor-bolta-kaze-prva-iskustva-su-dobra/> [pristupljeno 01.09.2024.]
26. Hernaus, T., Pološki Vokić, N. (2014), *Work design for different generational cohorts*, *Journal of Organizational Change Management*, dostupno na: [pristupljeno 11.06.2024.] <https://academic.oup.com/jcr/article/39/4/881/1798309?login=false>
27. HINA (2024), Prosječna zagrebačka plaća za lipanj 1.509 eura, viša je od hrvatskog prosjeka za 194 eura, dostupno na:
28. Howe, N. i Strauss, W. (2007), *The Next 20 Years: How Customer and Workforce Attitudes Will Evolve*. dostupno na: <https://hbr.org/2007/07/the-next-20-years-how-customer-and-workforce-attitudes-willevolve> [pristupljeno 29.06.2024.]
29. Index Vijesti (2024), *Wolt dao konkretne cifre. Evo koliko će po novom zarađivati oni, a koliko dostavljači*, dostupno na: <https://www.index.hr/vijesti/clanak/wolt-dao-konkretne-cifre-evo-koliko-ce-po-novom-zaradjivati-oni-a-koliko-dostavljaci/2442652.aspx> [pristupljeno 06.09.2024.]

30. Jones, H. (2024), *Gen Z, Millennials increasingly embrace gig economy*, dostupno na: <https://www.baselinemag.com/news/gen-z-millennials-increasingly-embrace-gig-economy/> [pristupljeno 24.07.2024.]
31. Kozina Barišić, T. (2019), *Nova minimalna prava za radnike u tzv. „gig“ ekonomiji*, dostupno na: <https://www.iusinfo.hr/aktualno/u-sredistu/nova-minimalna-prava-za-radnike-u-tzv-gig-ekonomiji-37916> [pristupljeno 01.06.2024.]
32. Krasulja, N., Radojević, I., Janjušić, D. i Vujić, N. (2015.), *Multigeneracijska radna snaga – prednost ili nedostatak za suvremene organizacije*, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/144016>
33. L.F./Hina (2023), *Hrvatskoj u gig ekonomiji sudjeluje oko 100 tisuća ljudi*, dostupno na: [https://www.tportal.hr/biznis/clanak/u-hrvatskoj-u-gig-ekonomiji-sudjeluje-oko-100-tisuca-ljudi-20231206?meta\\_refresh=1](https://www.tportal.hr/biznis/clanak/u-hrvatskoj-u-gig-ekonomiji-sudjeluje-oko-100-tisuca-ljudi-20231206?meta_refresh=1) [pristupljeno 24.07.2024.]
34. L.Š. (2024), *Objavljeno veliko istraživanje: Kako budućnost vide milenijalci i generacija Z*, dostupno na: [https://www.tportal.hr/tehnolo/clanak/objavljeno-veliko-istrazivanje-kako-buducnost-vide-milenijalci-i-generacija-z-20240520?meta\\_refresh=1](https://www.tportal.hr/tehnolo/clanak/objavljeno-veliko-istrazivanje-kako-buducnost-vide-milenijalci-i-generacija-z-20240520?meta_refresh=1) [pristupljeno 09.07.2024.]
35. LibertasObjave (2024), *Što je gig ekonomija i kako mijenja tradicionalne karijerne puteve?*, dostupno na: <https://www.libertas.hr/za-studente/sto-je-gig-ekonomija-i-kako-mijenja-tradicionalne-karijerne-puteve/> [pristupljeno 17.04.2024.]
36. Lloyd, C. (2023), *The rise of the Gig Economy*, dostupno na: <https://itsupplychain.com/the-rise-of-the-gig-economy-pros-and-cons-for-workers-and-employers/> [pristupljeno 06.09.2024.]
37. Lowe-MacAuely, K. (2024), *The Gig Economy: Definition, Pros & Cons, and Finding Jobs*, dostupno na: <https://www.flexjobs.com/blog/post/what-is-the-gig-economy-v2/> [pristupljeno 24.07.2024.]
38. Lyons, M., LaVelle, K., & Smith, D. (2017), *Gen Z Rising*, dostupno na: <https://www.slideshare.net/slideshow/accenture-strategy-workforce-gen-z-rising-pov/106357510> [pristupljeno 10.07.2024.]
39. Manyika, J. i suradnici (2016), *Independent work: Choice, necessity, and the gig Economy*, dostupno na: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/employment-and-growth/independent-work-choice-necessity-and-the-gig-economy> [pristupljeno 10.07.2024.]

40. Martinez, D. (2024), *Gen Z And The Gig Economy: Flexibility Meets Independence*, dostupno na: <https://www.wokewaves.com/posts/gen-z-gig-economy-flexibility-independence> [pristupljeno 24.07.2024.]
41. Marusic, I. L. (2024), *Prosječna Zarada Uber Vozača u Hrvatskoj – Detaljna Statistika*, dostupno na: <https://asemblio.hr/prosjecna-zarada-uber-vozaca/> [pristupljeno 06.09.2024.]
42. Matijašić, T., (2021), *BABY BOOMERI: GENERACIJA KOJA JE IZ SKUČENE GARAŽE PROMIJENILA SVIJET*, dostupno na: <https://www.ziher.hr/baby-boom-generacija/> [pristupljeno 11.06.2024.]
43. Miller, J. (2011), *Active, Balanced, and Happy: These young Americans are not bowling alone*, dostupno na: [http://lsay.org/GenX\\_Rept\\_Iss1.pdf](http://lsay.org/GenX_Rept_Iss1.pdf) [pristupljeno 10.07.2024.]
44. Möhlmann, M. (2015), *Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again*, dostupno na: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/cb.1512> [pristupljeno 11.07.2024.]
45. Naletina, D., Petljak, K. i suradnici (2019), *Ekonomija dijeljenja: Poslovni model budućnosti?*, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/322908> [pristupljeno 11.07.2024.]
46. Nash C., Jarrahi M., H., Sutherland W. (2018), *Digital nomads beyond the buzzword: Defining digital nomadic work and use of digital technologies*, dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/322923942\\_Digital\\_nomads\\_beyond\\_the\\_buzzword\\_Defining\\_digital\\_nomadic\\_work\\_and\\_use\\_of\\_digital\\_technologies](https://www.researchgate.net/publication/322923942_Digital_nomads_beyond_the_buzzword_Defining_digital_nomadic_work_and_use_of_digital_technologies) [pristupljeno 11.07.2024.]
47. Native tim VL (2022), *Znate li tko su digitalni nomadi? Putuju po egzotičnim lokacijama i mijenjaju poslovne obrasce za koje znamo*, dostupno na: <https://www.vecernji.hr/biznis/znate-li-tko-su-digitalni-nomadi-putuju-po-egzoticnim-lokacijama-i-mijenjaju-poslovne-obrasce-za-koje-znamo-1578528> [pristupljeno 10.07.2024.]
48. Nesbit, J. (2024), *3 Surprising Ways Gen Z Take Advantage of the Gig Economy (And You Can, Too)*, dostupno na: <https://www.nasdaq.com/articles/3-surprising-ways-gen-z-take-advantage-of-the-gig-economy-and-you-can-too> [pristupljeno 24.07.2024.]
49. O'Connell, B. (2020), *History of Uber: Timeline and Facts*, dostupno na: <https://www.thestreet.com/technology/history-of-uber-15028611> [pristupljeno 11.07.2024.]

50. Poslovna.hr (2024), dostupno na: <https://www.poslovna.hr/lite/glovoapp-technology/1609287/subjekti.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1> [pristupljeno 28.06.2024.]
51. Poslovni dnevnik (2023), *U gig ekonomiji u RH radi 100.000 radnika*, dostupno na: <https://www.poslovni.hr/hrvatska/u-gig-ekonomiji-u-rh-radi-100-000-radnika-4420606> [pristupljeno 11.07.2024.]
52. Poslovni.hr (2021), *Milenijalci i Gen Z – Generacije totalno drugačije od drugih, a evo i zašto*, dostupno na: <https://www.poslovni.hr/lifestyle/milenijalci-i-gen-z-generacije-totalno-drugacije-od-drugih-a-evo-i-zasto-4296594> [pristupljeno 10.07.2024.]
53. Prevendar, V. (2020), *Istraživanje: Što generacija Z očekuje od tržišta rada?*, dostupno na: <https://brendfulness.com/istrazivanje-sto-generacija-z-ocekuje-od-trzista-rada/> [pristupljeno 10.07.2024.]
54. Prudential (2019), *Gig Economy Impact by Generation*, dostupno na: [https://s203.q4cdn.com/639437276/files/doc\\_news/2018/Gig\\_Economy\\_Impact\\_by\\_Generation.pdf](https://s203.q4cdn.com/639437276/files/doc_news/2018/Gig_Economy_Impact_by_Generation.pdf) [pristupljeno 24.07.2024.]
55. Schor, J. (2020). *After the Gig: How the Sharing Economy Got Hijacked and How to Win It Back*, University of California Press
56. SJ (2024), *Is There Uber In Croatia? Using Uber In Croatia Guide*, dostupno na: <https://www.chasingthedonkey.com/uber-in-croatia-travel-blog/> [pristupljeno 06.09.2024.]
57. Skjelvik, J. M., Erlandsen, A. M., Haavardsholm, O. (2017), *Environmental impacts and potential of the sharing economy*, dostupno na: <https://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1145502/FULLTEXT01.pdf> [pristupljeno 10.07.2024.]
58. Solar, A. (2015), *Milenijci: Njihova mišljenja oblikovana su moderskom vezom, informirani su i zainteresirani*, dostupno na: <https://www.vecernji.hr/biznis/milenijalci-ili-generacija-y-1037832> [pristupljeno 10.07.2024.]
59. Sponzorirani sadržaj (2024), *Jedna tvrtka čini hrvatske gradove boljim mjestom za život: 'Dajemo priliku svim zainteresiranima'*, dostupno na: <https://www.jutarnji.hr/native/jedna-tvrtka-cini-hrvatske-gradove-boljim-mjestom-za-zivot-dajemo-priliku-svim-zainteresiranima-15466078> [pristupljeno 24.07.2024.]
60. Sundararajan, A. (2016), *The sharing economy: the end of employment and the rise of crowd-based capitalism*, Cambridge, Massachusetts: MIT Press
61. Šarčević T., (2023), *Samo 17 posto ove generacije ide u kafiće, pate od 'hanxietyja', a jedna stvar ih je odredila*, dostupno na: <https://www.jutarnji.hr/native/samo-17-posto->



ove-generacije-ide-u-kafice-pate-od-hanxietyja-a-jedna-stvar-ih-je-odredila-15397490

[pristupljeno 11.07.2024.]

62. The Investopedia Team (2024), What si gig economy?, dostupno na: <https://www.investopedia.com/terms/g/gig-economy.asp> [pristupljeno 25.07.2024.]
63. U.S. Department of Transportation (2016), *Shared Mobility: Current Practices and Guiding Principles*, Washington: U.S. Department of Transportation.
64. Vitas, Z. (2023), *Na našoj platformi najbolji mjesečno mogu zaraditi oko 1100 eura neto*, dostupno na: <https://www.vecernji.hr/vijesti/na-nasoj-platformi-najbolji-mjesečno-mogu-zaraditi-oko-1100-eura-neto-1670470> [pristupljeno 06.09.2024.]
65. Widlok, Thomas (2016), *Anthropology and the Economy of Sharing (Critical Topics in Contemporary Anthropology)*, Abingdon, England: Routledge; 1st edition
66. Wonolo (2021), *The State of the Gig Economy by Generation: Gen X Ups Their Gig Game and Gen Z Gains Ground*, dostupno na: <https://info.wonolo.com/blog/in-the-great-labor-reassessment-gen-x-ups-their-gig-game> [pristupljeno 06.09.2024.]
67. Woodcock, J., Graham, M. (2019), *The Gig Economy: A Critical Introduction*, Cambridge: Polity

## Popis slika

Slika 1. Prosječna cijena najma sobe za jednu noć (u HRK) u odabranim metropolama u siječnju 2018. ....	11
Slika 2. Digital nomads beyond the buzzword: Defining digital nomadic work and use of digital technologies.....	16
Slika 3. Gig Economy Impact by Generation .....	24
Slika 4. Gig Economy Impact by Generation .....	26
Slika 5. Spol ispitanika .....	30
Slika 6. Starost ispitanika.....	31
Slika 7. Stupanj obrazovanja ispitanika.....	31
Slika 8. Radni status zaposlenika .....	32
Slika 9. Poznavanje pojma gig ekonomije.....	32
Slika 10. Korištenje platformi .....	34
Slika 11. Učestalost korištenja platformi.....	34
Slika 12. Korištenje platformi na mjesečnoj bazi .....	35
Slika 13. Korištenje platformi u posljednjih šest mjeseci.....	35
Slika 14. Razina zadovoljstva korištenja platformi.....	36
Slika 15. Iskustvo rada u gig ekonomiji .....	37
Slika 16. Platforme na kojima su ispitanici zaposleni .....	38
Slika 17. Percepcija ispitanika o prednostima gig ekonomije .....	38
Slika 18. Procjena iskustva zaposlenja u gig ekonomiji.....	39

## Popis tablica

Tablica 1. Pregled definicija gig ekonomije .....	5
Tablica 2. Usporedba poslovnih modela .....	9
Tablica 3 Razumijevanje pojma gig ekonomije.....	33
Tablica 4 Udio radnog vremena .....	37