

## ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ МОТИВАЦИИ ЦИФРОВЫХ КОЧЕВНИКОВ

**Андрушой Кристина Николаевна**

получатель высшего образования экономико-правового факультета  
*Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова*

**Фучеджи Наталия Фёдоровна**

получатель высшего образования экономико-правового факультета  
*Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова*

**Научный руководитель: Жмай Александр Владимирович**

старший преподаватель кафедры менеджмента и инноваций  
*Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова*

*УКРАИНА*

В XXI веке происходят серьезные и глобальные перемены, связанные с прорывом в развитии цифровых технологий, революцией в информационном пространстве, а также ускорением процессов глобализации и цифровизации экономики. Информация стала ключевым ресурсом в общественной и хозяйственной жизни [1].

Очень популярной становится работа онлайн. Но реальная ситуация такова, что индивидуумы стремятся не к оседлому образу жизни, работая удаленно в электронном коттедже, а к максимальной географической мобильности и постоянному подключению к сети. Поэтому все большую актуальность в качестве предмета исследования приобретают цифровой номадизм или цифровое кочевничество как глобальное явление сетевого информационно-коммуникативного общества.

Понятие цифровой кочевник (цифровой номад, он же digital nomad) появилось в США еще в 1997 году, но распространение получил только в последнее десятилетие. Цифровые кочевники — это социальная группа людей, которые работают удаленно через интернет и не привязаны к конкретному месту жительства в процессе выполнения своих профессиональных обязанностей [2].

В зависимости от формата работы кочевников делят на три группы:

- фрилансеры, которые трудятся над единичными проектами;
- предприниматели, которые создают и развивают стартапы;
- удаленные сотрудники, которые заняты на постоянной основе в компаниях [2].

Первыми представителями цифровых номадов были программисты, которые уезжали в теплые страны для работы в зимний период. В дальнейшем это трансформировалось в отдельное движение, представители которого предпочитали «кочевничество» по миру. Со временем к ним присоединились веб-разработчики, интернет-маркетологи, блогеры, дизайнеры и другие [3].

На данный момент, цифровых кочевников не так много и поэтому изучение и формирование специальных методов управления, корпоративных культур и способов мотивации данной социальной категории находятся на начальном этапе своего развития. Но, как писал голландский предприниматель и IT-номад Питер Левелс, уже к 2035 году цифровых кочевников станет гораздо больше, примерно один миллиард [4]. Поэтому анализ данной проблемы является очень важным уже сегодня.

С переходом к цифровому обществу появляется все больше работников, которые выступают цифровыми кочевниками. При этом появляется необходимость в формировании новых подходов к управлению такими сотрудниками, поскольку меняется мотивация последних. Эти изменения связаны с тем, что предпочтения и приоритеты индивидуумов быстро возрастают и сменяют друг друга, поэтому руководителю необходимо применять такие мотивационные приемы, которые удовлетворили бы потребности подчиненных. Меняется также система ценностей и взглядов человека, он начинает мыслить по-другому, под иным углом воспринимать мир. Теперь первичными потребностями для него становятся Интернет и постоянное наличие подключения к сети. Современный «кочевник» приходит к осознанию того, что у него нет определенного пространства существования и однозначных правил восприятия мира, у него нет ничего постоянного, это все порождает чувство тяготы от предоставленной ему свободы [5].

Что может выступать мотивацией цифровых кочевников продолжать свою деятельность, несмотря на переменчивые условия жизни и работы, а также постоянный физические и эмоциональные испытания? Во-первых, это возможность работать из любой удобной точки мира, что расширяет кругозор путем погружения в иную культуру и тем самым способствует приобретению, а также накоплению опыта, который в будущем поможет адаптироваться к различным условиям жизни. Во-вторых, это способность преодолеть свои страхи и языковые барьеры, что усовершенствует индивидуума как личность и помогает ему свободно коммуницировать с другими, при этом преодолевая свои внутренние преграды. Кочевой образ жизни дисциплинирует путем постоянной необходимости следить за временем и строить планы, что в итоге приводит к большей организованности, а следовательно — и к продуктивности. Еще одним способом мотивации может выступить создание специальных приложений для цифровых кочевников, что в дальнейшем объединит представителей этой категории и создаст некую корпоративную культуру, которая будет способствовать формированию общей системы

ценностей. Это все предупредит появление одной из главных проблем их деятельности — тотального одиночества, при котором все чувства, эмоции и отношения заменяются симуляциями.

Феномен цифрового кочевничества является относительно новым, однако он активно развивается. Поэтому очень важно уже сегодня исследовать эти процессы, и на основании полученных данных формировать подходы к управлению, которые будут лучше всего соответствовать особенностям цифровых кочевников.

#### **Список используемых источников:**

1. Савина, Т. Н. (2018). Цифровая экономика как новая парадигма развития: вызовы, возможности и перспективы. *Финансы и кредит*, (3), 579-590. Изъято из <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-ekonomika-kak-novaya-paradigma-razvitiya-vyzovy-vozmozhnosti-i-perspektivy>.
2. Кравченко, В. (2017). Я хочу стать цифровым кочевником. С чего начать? Изъято из <https://rb.ru/opinion/hochu-stat-kochevnikom/>.
3. Борисова, Е. (2019). Цифровые кочевники: как они изменят индустрию путешествий? Изъято из [https://imtovi.ru/who\\_are\\_digital\\_nomads/](https://imtovi.ru/who_are_digital_nomads/).
4. Levels.io (2015). There will be 1 billion digital nomads by 2035. Изъято из <https://levels.io/future-of-digital-nomads/>.
5. Яковлева, Е. Л., Селиверстова, Н. С. & Григорьева, О. В. (2017). Концепция электронного кочевника: риски развития цифровой экономики. *Актуальные проблемы экономики и права*, (4), 226-241.