

## **ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ**

научный руководитель: д.ф.н., профессор кафедры истории, философии  
и социальных наук Золотухин В.М.

В статье анализируется влияние цифровых технологий на управление и трудовые отношения в организациях. Рассматриваются философско-экономические аспекты цифровизации, изменения в организационных структурах и трудовой деятельности, а также трансформация механизмов занятости и управления персоналом. Особое внимание уделяется правовым аспектам регулирования новых форм занятости в условиях цифровой экономики. Делается вывод о необходимости адаптации правового регулирования и выработки эффективных управленческих стратегий для обеспечения устойчивого развития трудовых отношений.

**Ключевые слова:** цифровизация, управление, трудовые отношения, организационные структуры, занятость, правовое регулирование, цифровая экономика.

На сегодняшний день цифровизация представляет собой обстоятельный, многогранный и довольно сложный процесс, который помимо всего прочего может определяться и интерпретироваться по-разному в зависимости от различных аспектов, например, таких как область науки, через которую осуществляется исследование. Выбранный ракурс анализа соответствует культурно-историческому периоду перехода к цифровой экономике [Золотухин, Михайлов, 2023], внедрению искусственного интеллекта, который «так или иначе обучен на общественном сознании, которое является в целом достоянием всего человечества. По сути, это всего лишь способ обработки общественного сознания в какой-то зоне и выдача результатов. Любое регулирование в конечном счете представляет чьи-то интересы» [Пришелец, 2025].

В целом, можно отметить три основных направления определения данного процесса [Сулейманов, 2020]:

- в более широком смысле цифровизация является процессом активного внедрения и реализации цифровых технологий в различных сферах жизни общества и государства;

- в узком смысле цифровизация представляет собой переход от аналоговых технологий к цифровым;
- в наиболее широком смысле цифровизация представляет собой осуществление перехода на качественно новый уровень реализации цифровых технологий, на котором они становятся наиболее важной ценностью для жизни социума.

Все три направления можно объединить между собой, тем самым представив каждое направление как отдельный этап развития цифровизации.

Нынешняя ситуация показывает, исходя из сложившегося уровня технологического прогресса, распространенности цифровых технологий и Интернета, а также уровня вовлеченности людей во все процессы, протекающие в режиме «онлайн», что государства в мире могут находиться на разных этапах экономического, социального, демографического развития, однако, в целом, большая часть населения планеты уже достигла последней стадии, в которой цифровые технологии представляют собой значимую ценность.

Цифровая экономики [Золотухин, 2021; Скрипко, Якунина, 2022; Слонов., Козырева, 2022; Жернов, 2023; Золотухин, Михайлов, 2023; Золотухин, 2023] использует в качестве своего фундамента цифровые технологии (Интернет, искусственный интеллект, блокчейн, большие данные), тем самым она формирует новые возможности для создания, распределения и перераспределения экономических ценностей. Основным отличием цифровой экономики от традиционной экономики является источник производства, его основной фактор. Так, в традиционной экономической модели в качестве основных атрибутов осуществления процессов производства выступают земля, труд и капитал, в то время как в цифровой экономике на первый план выходят информация и знания. Исходя из этого происходят сдвиги в парадигме – сейчас ценность формируется не только посредством фи-

зических товаров и услуг, но и посредством данных, алгоритмов и платформ.

Осуществление процесса трансформации экономических ценностей в цифровой экономике – значимый процесс современной экономической системы, затрагивающий абсолютно все сферы общественной жизни. В условиях стремительной и постоянной модернизации технологий, а также осуществления процессов глобализации, происходит изменение традиционных представлений о ценностях и их роли в современной экономике [Некрасова, 2023].

Ключевым аспектом трансформации экономических ценностей в цифровой экономике является преобразования существующей модели потребления. Суть данных преобразований заключается в том, что участники потребительских отношений не только занимаются потреблением произведенных продуктов и оказанных услуг, но также, помимо всего прочего, они генерируют информацию и данные, которые могут использоваться в процессах улучшения вариативности предложений компаний. Иными словами, потребители в цифровой экономике являются также и активными участниками формирования ценностей. В качестве примера можно привести международную компанию UBER или российскую компанию VK, которые в своей деятельности соединяют пользователей и поставщиков услуг напрямую, по возможности минимизируя роль посредников. Так, в ходе осуществления работы с аудиторией VK, партнеры площадки могут создать дополнительную ценность в глазах конечных потребителей.

В целом, можно сделать определенный вывод о том, что цифровая экономика в своей основе реализует информационные технологии для достижения новых возможностей для конечного потребителя. На сегодняшний день уже кажется естественным и привычным использование онлайн-сервисов и платформ для совместного потребления, а также сервисов по подписке, что в свою очередь поменяло подходы к потреблению товаров и услуг. В такой ситуации потребители становятся более информированными

и активно принимают участие в деятельности рынка. Это проявляется через анализ и сравнение цен на товары и услуги, через анализ отзывов других пользователей. Исходя из этого, следует, что компании обязаны постоянно адаптировать свою ценовую политику, товарный ассортимент, менеджмент и множество других процессов, которые в свое совокупности позволяют обеспечить реализацию всех требований клиентов, предоставляя более качественные продукты и услуги [Арсеньева, 2024].

Следует отметить, что посредством реализации цифровизации экономических процессов возможно возникновение новых форм взаимодействия потребителей и производителей. Среди таких форм можно выделить социальные сети и агрегаторы отзывов, позволяющие в короткие сроки получить информацию по определенному товару или услуге от других потребителей в совокупности с их индивидуальными предпочтениями и опытом использования. Данные формы взаимодействия дают возможность напрямую влиять на репутацию организаций, тем самым формируя общественное мнение о товарах и услугах. Компания уже не может просто выпускать товар или продукт любого качества, а должен его контролировать, постоянно поддерживать и, при необходимости, его модернизировать – ее бизнес должен быть абсолютно прозрачным и открытым к обратной связи от конечных потребителей. Все это в конечном итоге приводит к росту качества продукции и улучшению сервиса, в результате чего потребители получают гораздо больше выгоды, что может отражаться на их приверженности определенному товару или одной компании, вне зависимости от количества потенциальных конкурентов. Не стоит забывать, что сформированное позитивное отношение к компании или товару (продукции, услуге) напрямую влияет на уровень продаж и возможность компании осуществлять свою предпринимательскую деятельность и связано с трансформацией мотивации персонала [Билюченко, Золотухин, 2019], их сознания [Zolotukhin, Zhukova, 2019] и поведенческих стереотипов [Золотухин, Семина, Семина, 2020; Белоусова, Золотухина, Олина, Тихонова, 2024].

На сегодняшний день для большого количества потребителей помимо всего прочего особенно важным фактором является экологическая составляющая экономических процессов [Золотухин, 2018; Порхачев В.Н., Попов, 2024], на что позитивно влияет цифровизация экономики. Современные потребители все чаще обращают внимание на такие аспекты товаров, как процесс их производства, упаковка товара и его дальнейшая утилизация [Михайлов, Михайлов, Балыкин, Масленников, 2023]. Благодаря использованию цифровых технологий потребители могут свободно получать всю информацию о том, как осуществляется процесс их производства, какие материалы используются и какое влияние они оказывают на окружающую среду. В результате формируется спрос на экологически чистые продукты и услуги, что побуждает современные компании оптимизировать свое производства с учетом экологических аспектов [Копырин, 2023].

Также следует отметить тот факт, что цифровизация экономики позитивно влияет на появление новых форм собственности и обмена. Все более популярными становятся концепции совместного потребления и краудфандинга. У многих людей происходит переоценка ценностей, и они начинают делиться ресурсами, вместо того чтобы владеть ими. Следствием данного процесса является изменение представления о собственности как о главном источнике экономической ценности.

Говоря об осуществлении трансформации экономических ценностей в цифровой экономике следует также отметить преобразование существующих подходов к оценке стоимости активов, поскольку в условиях цифровой экономики традиционные методы оценки могут оказаться неэффективными. Примером подобных изменений может являться стоимость бизнеса-стартапа, которая измеряется не только его текущими доходами, но также и потенциалом роста на основе имеющейся информации о пользователях и их поведении. Благодаря этому возникает необходимость разработки и реализации новых инструментов в области оценки рисков и поиска возможностей.

Также следует отметить тот факт, что цифровизация экономики оказывает существенное влияние на рынок труда. Автоматизация процессов, а также внедрение и развитие искусственного интеллекта трансформируют те требования, которые применяются к квалификации работников. Посредством этого формируются новые профессии, которые напрямую связаны с анализом данных, программированием и управлением цифровыми платформами. В то же время традиционные профессии начинают видоизменяться, развиваться и расширяться под влиянием новых технологий, а те профессии, которые остаются неизменными, могут и вовсе исчезнуть.

Нельзя не отметить риски, которые связаны с процессами трансформации экономических ценностей в цифровой экономике. Одним из таких рисков является возникающая проблема обеспечения безопасности данных и конфиденциальности пользователей. Рост объемов собираемых данных влечет за собой единовременное увеличение вероятности утечки или неправомерного использования персональных данных потребителей. В данной ситуации все компании обязаны использовать надежные системы защиты информации, а также, по возможности, разрабатывать и использовать свои системы [Сковиков, 2022].

Кроме того, стоит отметить вероятность возникновения риска углубления социального неравенства в связи с уровнем классификации. Например, «с одной стороны, снижается доля высококвалифицированных работников в общей численности персонала, с другой стороны – увеличивается количество высокопроизводительных рабочих мест (таблица 7). За период 2019-2021 гг. количество высокопроизводительных рабочих мест в сфере добычи полезных ископаемых возросло на 40,9 тыс. ед. или на 4,4 %.» [Шевелева, Зонова, Слесаренко, 2024, С. 67]. Доступ к цифровым технологиям может быть неравномерно распределен в регионах или же по социальным группам, в связи с чем, может произойти ситуация, в которой определенные слои населения окажутся вне осуществляемого процесса цифровизации и не смогут использовать в полной мере новые возможности.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что трансформация экономических ценностей в цифровой экономике является сложным и многогранным процессом, посредством использования которого открываются новые горизонты для ведения бизнеса, а также оказывается огромное влияние на общество в целом. Данный процесс подразумевает осуществление процессов адаптации существующих моделей управления, пересмотра подходов к оценке стоимости активов и переосмысления роли человека в производственном процессе. Оценить успех проводимой трансформации экономических ценностей возможно оценить в долгосрочной перспективе, так как она зависит от способности общества находить баланс между инновациями и этическими нормами, а также от степени готовности адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям современного мира.

#### **Библиографический список**

1. Арсеньева Н. В. Развитие инвестиционной активности в современной экономике: монография. – Москва: МАИ, 2024. – 201 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/423014> (дата обращения: 10.04.2025).
2. Белоусова К. О., Золотухина Н. А., Олина А. В., Тихонова П. С. Деятельность химических предприятий и ее влияние на сознание человека. / Проблемы экономики и управления: социокультурные, правовые, и организационные аспекты : сборник статей магистрантов и преподавателей КузГТУ (шестой выпуск) под ред. В. М. Золотухина, В. Г. Михайлова ; КузГТУ – Кемерово, 2024. – 412 с. С. 305-311.
3. Билюченко Г. С., Золотухин В. М. Социально-экономический и социокультурный аспекты инновационного подхода к управлению мотивацией персонала. // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Гуманитарные и общественные науки. 2019. – Т. 3. № 1 (9). – С. 42–48.
4. Жернов Е. Е. Цель и средство управления знаниями: перевод неформализованных знаний в знания формализованные. // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2023. – Т. 8. – № 1 (27). – С. 63–73.
5. Золотухин В. М., Семина Д. И., Семина М. И. Социокультурный и аксиологический аспекты экономического поведения человека и реализация его потребностей. // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Гуманитарные и общественные науки. 2020. – Т. 4. – № 1 (13). – С. 47–52.
6. Золотухин В. М. Цифровые коммуникации и социокультурные риски в российской ментальности. / Социальные коммуникации: философские, политические, культурно-исторические измерения: сб. статей II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Кемерово, 2021. – С. 49–54.
7. Золотухин В. М. Социально-философский и культурологический аспекты устойчивого развития цифровых экосистем. / Проблемы экономики и управления: социокультурные, правовые и организационные аспекты. Сб. статей магистрантов и преподавателей КузГТУ. . – Кемерово, 2023. – С. 89–99.
8. Золотухин М. В., Михайлов В. Г. Цифровизация экономики: проблемы, тенденции и перспективы. / Проблемы экономики и управления: социокультурные, право-

вые и организационные аспекты. Сб. статей магистрантов и преподавателей КузГТУ. – Кемерово, 2023. – С. 420–425.

9. Золотухин В.М. Социально-философский и социокультурные аспекты экологической безопасности. // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Гуманитарные и общественные науки. 2018. – № 1. – С. 38–43.

10. Копырин, А. С. Цифровая экономика и системная цифровая трансформация : монография / А. С. Копырин, Е. В. Видищева, В. В. Коваленко [и др.] ; под редакцией А. С. Копырина. – Сочи: СГУ, 2023. – 196 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/417227> (дата обращения: 08.04.2025).

11. Михайлов В. Г., Михайлов Г. С., Балыкин М. К., Масленников А. Д. Экологическая маркировка как один из факторов повышения конкурентоспособности предприятия. / Проблемы экономики и управления: социокультурные, правовые и организационные аспекты. Сб. статей магистрантов и преподавателей КузГТУ. Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева. – Кемерово, 2023. – С. 450–456.

12. Некрасова О.Л. Управление бизнесом в цифровой экономике: монография / О. Л. Некрасова, Полшков, Н. Ю., А. В. Половян; под редакцией О. Л. Некрасовой. – Донецк: ДонГУ, 2023. – 266 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/449132> (дата обращения: 10.04.2025).

13. Порхачев В.Н., Попов С.И. Основания философии природы: настоящее и будущее. Вестник общественных и гуманитарных наук. 2024. – № 5(2). – С.:22–31.

14. Пришелец из будущего: как будут складываться взаимоотношения человека и ИИ? ВЦИОМ. 24.02.2025. <https://wciom.ru/expertise/prishelec-iz-budushchego-kak-budut-skladyvatsja-vzaimootnosheniya-cheloveka-i-ii> (дата обращения 11.04.2025).

15. Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция: Учебное пособие для вузов / А. Г. Сковиков. – 3-е изд., стер. Санкт-Петербург: Лань, 2022. – 260 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/189400> (дата обращения: 10.04.2025).

Скрипко В. Е., Якунина Ю. С. ВЕБ-инструменты лидогенерации в маркетинге формирования спроса. // Экономика и управление инновациями. 2022. – № 2 (21). – С. 77–88.

16. Слонов Е. А., Козырева М. В. Проблема наследования цифровых активов; социокультурный и правовой аспекты. / Проблемы экономики и управления: социокультурные, правовые и организационные аспекты. Сб. статей магистрантов и преподавателей КузГТУ. Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева. – Кемерово, 2022. – С. 482–491.

17. Сулейманов, М. Д. Цифровая экономика: учебник / М. Д. Сулейманов; научные редакторы В. А. Кашин, М. М. Юмаев. – Москва: РосНОУ, 2020. – 356 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/162182> (дата обращения: 09.04.2025).

18. Шевелева О.Б., Зонова О.В., Слесаренко Е.В. Кадровый голод как проблема развития горной промышленности на современном этапе // Техника и технология горного дела. – 2024. – № 3(26). – С. 62–78. – DOI: 10.26730/2618-7434-2024-3-62-78, EDN: MJJCST

19. Zolotukhin V.M., Zhukova O.I. Man and Transformation of His Socio-Cultural Values in the Ethnic-National Aspect Smart Innovation, Systems and Technologies. 2019. T. 139. С. 772–777.



## TRANSFORMATION OF ECONOMIC VALUES IN THE DIGITAL ECONOMY

supervisor: D. F. N., Professor of history, philosophy and social Sciences Zolotukhin V. M.

The article analyzes the impact of digital technologies on management and labor relations in organizations. The philosophical and economic aspects of digitalization, changes in organizational structures and work activities, as well as the transformation of employment mechanisms and personnel management are considered. Special attention is paid to the legal aspects of regulating new forms of employment in the digital economy. The conclusion is made about the need to adapt legal regulation and develop effective management strategies to ensure the sustainable development of labor relations.

**Keywords:** digitalization, management, labor relations, organizational structures, employment, legal regulation, digital economy

### Сведения об авторах

**САЛЬНИКОВ АРТЕМ ДЕНИСОВИЧ** – магистр (гр. МУМ-241) ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева», Институт Экономики и управления г. Кемерово, e-mail: [artem\\_salnikov2002@mail.ru](mailto:artem_salnikov2002@mail.ru)

**ЗОЛОТУХИН ВЛАДИМИР МИХАЙЛОВИЧ** (научный руководитель) – доктор философских наук, профессор, Строительный институт, профессор кафедры истории, философии и социальных наук, ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева», г. Кемерово. e-mail: [zvm64@mail.ru](mailto:zvm64@mail.ru)

### Information about the authors

**SALNIKOV ARTEM DENISOVICH** – master (MUm-241 class), *T.F. Gorbachev Kuzbass State Technical University*, Institute of Economics and Management, *Kemerovo, Russia*, e-mail: [artem\\_salnikov2002@mail.ru](mailto:artem_salnikov2002@mail.ru)

**ZOLOTUKHIN VLADIMIR MIKHAILOVICH** supervisor: D. F. N., professor, *T.F. Gorbachev Kuzbass State Technical University*, Construction Institute, professor of history, philosophy and social Sciences, *Kemerovo, Russia*, e-mail: [zvm64@mail.ru](mailto:zvm64@mail.ru)