

УДК 338.1

DOI <https://doi.org/10.71050/2305-3348.2025.17.3.003>

Баймухамедова Г.С.,

кандидат экономических наук, профессор,
gulzada48@mail.ru¹

Комиссарова О.В.,

доцент,
olga.komissarova@list.ru¹

Александрова М.Л.,

доцент, aml65@mail.ru¹

Аймурзинов М.С.,

кандидат экономических наук, профессор,
ams-66@mail.ru¹

*Костанайский социально-технический университет
имени академика З.Алдамжар,
110000 г.Костанай, пр-т. Кобыланды Батыра, 27¹*

НОВАЯ ЭКОНОМИКА И ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА В КОНТЕКСТЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация. В данном исследовании рассматривается ситуационный подход, один из адаптационных подходов, возникших в эпоху постмодерна для адаптации к меняющимся структурам и условиям окружающей среды организаций и развития принципов новой экономики. В основе новой экономики лежит развитие интернета, компьютеров и коммуникационных технологий и электронной коммерции. Негативные внешние эффекты, возникающие в результате деятельности предприятий в сфере производства, потребления и услуг, негативно влияющей на окружающую среду, привели к появлению новой концепции «зелёной экономики», рассмотрены принципы зеленой экономики. Значительное внимание уделяется анализу рынка электронной коммерции в Казахстане. Развитие стратегического менеджмента осуществлялось под влиянием таких целей, как достижение конкурентоспособности при выходе на международный рынок, достижение экономического роста, обеспечение устойчивой прибыльности и снижение затрат. Далее в исследовании приводится описание цифровой трансформации как важного направления развития стратегического менеджмента.

Ключевые слова: новая экономика, зелёная экономика, электронная коммерция, цифровая трансформация, стратегический менеджмент.

Введение

Концепция управления присутствует во всех ситуациях, где люди живут в обществе и работают в организациях. Она применяется при регулировании отношений между сотрудниками внутри сложившихся групп. Управление — это процесс эффективного и рационального использования факторов производства, принадлежащих предприятиям или организациям, для достижения поставленной цели.

От прошлого до настоящего времени управленческая мысль существовала как необходимость и, в конечном счёте, как отрасль науки. Однако сегодня, в условиях постоянно меняющихся условий и меняющихся целей, управленческий подход уступил место стратегическому менеджменту. Стратегический менеджмент – это управленческий подход, принадлежащий эпохе постмодерна. Понятие стратегии впервые было использовано в социальных науках экономистом Оскаром Моргенштерном в XX веке. В наши дни это означает, что предприятия должны производить эффективно, продуктивно, качественно, конкурентоспособно и превосходить конкурентов, а также управлять предприятиями в соответствии с меняющимися условиями.

По сути, стратегический менеджмент, в отличие от концепции менеджмента, основан на более широких, более разнообразных перспективах. Он включает в себя стратегии, основанные на знаниях, технологиях и опыте, которые обеспечивают гармонию посредством тщательного анализа внутренней и внешней среды бизнеса, создают и генерируют особые конкурентные преимущества. Следовательно, предприятиям необходим стратегический менеджмент для поддержания устойчивости своей конкурентоспособности и достижения целей.

Обзор литературы

Постмодернистский менеджмент представляет собой целостный подход к организации. Он признаёт, что организации должны адаптироваться к изменениям окружающей среды и технологий для обеспечения своего выживания. Среди авторов этого подхода – Алгред Каржибски, М. Паркер Фоллет, Частер И., Бернард, Норберт Винер и другие. Этот подход к управлению, зародившийся в 1960-х годах, признаёт, что организационная структура определяется средой организации. Постмодернистские подходы ориентированы на открытую структуру и систему организации [1].

Развитие технологий, меняющаяся внешняя среда и текущая ситуация сыграли значительную роль в формировании различных подходов и концепций организационного управления на протяжении всей истории. Стремительное развитие этих изменений привело к замене классического и неоклассического управленческого подхода, а следовательно, и системного подхода, на контингентный подход. Контингентный подход предполагает механизмы, обеспечивающие гармонию непредвиденных обстоятельств, возникающих в результате взаимодействия окружающей среды, технологий, ресурсов и других внутренних и внешних факторов в текущей ситуации

организации [2]. Контингентный подход, по сути, рассматривает организацию как систему и исследует взаимосвязь между организационной структурой и внутренними и внешними факторами, влияющими на неё [3].

В постмодернистскую эпоху понятия окружающей среды и технологий, которые входят в число этих факторов, оцениваются как в рамках нового экономического подхода, так и в рамках подхода, основанного на анализе ситуативных обстоятельств. При этом новый экономический подход больше фокусируется на технологической среде и вытекающих из неё концепциях создания стоимости, в то время как подход, основанный на зелёной экономике, фокусируется на физической среде [4]

Если объединить всю эту систему, промышленную революцию и развивавшиеся вместе с ней технологии, и предположить, что конечная цель - эффективное и продуктивное осуществление производственной деятельности, то мы увидим распространение негативных внешних эффектов [5]. Эти внешние эффекты, образуя порочный круг, негативно влияют на природные ресурсы, необходимые для производства, и, в конечном итоге, на само производство. В этом контексте появился экологически безопасный и совместимый с окружающей средой подход «зелёной экономики», который минимизирует ущерб, наносимый промышленным производством окружающей среде [6]

Методология

Новая экономика

В процессе трансформации общества переживали социально-экономические изменения. В XXI веке информация становится важнейшим фактором производства. В последние годы социально-экономические преобразования, вызванные развитием коммуникационных и компьютерных технологий и их применением, также привели к изменениям в экономической структуре нового порядка. Влияние глобализации побудило компании искать новые способы достижения конкурентного преимущества и устойчивости. Наиболее эффективное использование технологических достижений позволит компаниям создавать инновации, которые обеспечат им прорыв. Общественные трансформации, происходившие в прошлом и в настоящем, сопровождались социально-экономическими различиями

Помимо влияния на глобальный мир, технологические достижения в области коммуникаций и компьютеров также оказывают существенное влияние на бизнес на микроуровне. Одним из таких воздействий является создание новой экономики. В основе новой экономики лежит влияние развития интернета, компьютеров и коммуникационных технологий на бизнес, который является краеугольным камнем экономической структуры. Благодаря возможностям, предоставляемым этими технологиями, как компании, производящие новые технологии, так и компании в старой экономике, осознают важность укрепления своей коммуникационной инфраструктуры и работы с использованием этих технологий. Наиболее ярким примером такого понимания является электронная коммерция [7].

Зеленая экономика.

Негативные внешние эффекты, возникающие в результате деятельности предприятий в сфере производства, потребления и услуг, негативно влияющей на окружающую среду, привели к появлению новой концепции «зелёной экономики». «Зелёная экономика» – это подход, учитывающий экологические факторы в рамках устойчивого развития с учётом социального аспекта. Она раскрывает политику и инструменты, используемые для экономического устранения экологического ущерба, нанесённого экономическим ростом.

Переход Казахстана на модель зеленой экономики является ключевым элементом в стратегии страны по обеспечению устойчивого экономического роста. В этом направлении предпринимаются со стороны государства активные шаги, которые охватывают различные сектора экономики [8].

Переход к "зеленой экономике" базируется на следующих основных принципах:

1) повышение производительности ресурсов: производительность ресурсов (которая определяется как ВВП на единицу водных, земельных, энергетических ресурсов, единицу выбросов парниковых газов и т.д.) должна стать центральным экономическим показателем, так как этот параметр оценивает способность нашей страны создавать стоимость с минимизацией нагрузки на окружающую среду;

2) ответственность за использование ресурсов и циркулярная экономика: необходимо повысить ответственность государственной власти, бизнеса и населения за мониторинг и контроль устойчивого потребления ресурсов, состояния окружающей среды и внедрения принципов циркулярной экономики во всех секторах экономики;

3) модернизация экономики с использованием наиболее эффективных технологий: Казахстан в ближайшие 20 лет в несколько раз увеличит ВВП, объем промышленного производства и количество объектов инфраструктуры. Эти преобразования открывают возможность применения совершенно новых решений в экономике: это могут быть новые технологии, интегрированные системы с замкнутым циклом производства или инновационные подходы к производству электроэнергии в рамках "третьей промышленной революции" [9];

4) обеспечение инвестиционной привлекательности мероприятий по эффективному использованию ресурсов: необходимо обеспечить справедливое тарифо- и ценообразование на рынках ресурсов с целью сокращения субсидирования потребляющих их отраслей;

5) реализация в первую очередь рентабельных мероприятий: приоритет будет отдаваться тем инициативам, которые позволяют добиться не только улучшения экологической обстановки, но и получить экономическую выгоду;

6) обучение и формирование экологической культуры в бизнесе и среди населения: необходимо совершенствовать действующие и разработать

новые образовательные программы о рациональном использовании ресурсов и охране окружающей среды в системе образования и подготовки кадров.

Результаты

Для оценки значения новой экономики в структуре экономики Казахстана, проанализируем объём рынка электронной коммерции.

Рынок электронной коммерции Казахстана демонстрирует активную динамику: по итогам 2024 года онлайн-продажи составили 14,1% всего розничного оборота. Высокий уровень цифровизации и формирование устойчивой потребительской культуры вывели Казахстан в топ-10 стран по уровню проникновения электронной коммерции в стране. Рынок характеризуется доминирующей ролью маркетплейсов, конкуренцией между отечественными и зарубежными площадками, инвестициями в улучшение сервиса и логистику. Развитие онлайн-торговли открывает новые возможности для малого и среднего бизнеса, способствует увеличению прозрачности и эффективности бизнеса, а также расширяет доступ к товарам и услугам для населения [10]. При этом онлайн компании демонстрируют более заметное расширение географии продаж, высокую производительность и эффективность благодаря цифровым технологиям и инновациям. Доля электронной коммерции в розничной торговле стремительно растёт и за последние 10 лет, по данным БНС, увеличилась многократно – с 0,8% в 2015 году до 14,1% в 2024 году (Рис.1).



**Данные за 2022-2024 гг. сформированы с учетом маркетплейсов.*

Рисунок 1 - Доля электронной коммерции в розничной торговле

В 2024 году объём рынка розничной электронной коммерции составил Т3,2 трлн, из них оборот через маркетплейсы составил Т2,7 трлн или 84,9% от общего оборота электронной торговли, предприятий розничной торговли, осуществляющих реализацию товаров через собственный Интернет-ресурс –

Т476,5 млрд (15,1%). Значительный рост объемов электронной торговли с 2022 года связан с включением в статистику данных по маркетплейсам, которые стали драйверами рынка благодаря активной трансграничной торговле, ценовой политике, улучшенным процессам доставки (сокращение сроков доставки, рост количества пунктов выдачи заказов).

Отрасль позволила создать более 300 тысяч рабочих мест. Рост производительности труда составил более 30% по отношению к традиционным магазинным и рыночным продажам. Аналитики считают, что одним из важных факторов развития электронной торговли является высокий уровень цифровизации в стране. По данным ООН, Казахстан занимает 15-е место в мире по уровню электронного участия EPI и 28 место по развитию электронного правительства EGDI. Электронная торговля занимает важный сегмент мировой экономики. Только в 2024 году более 2,7 млрд человек совершили покупки онлайн, а общая сумма продаж составила порядка \$6,3 трлн.

Анализ рынка позволяет выделить четыре ключевых фактора, обеспечивающих устойчивое развитие e-commerce в Казахстане:

- **Развитие платежной экосистемы.** Широкое распространение безналичных расчетов, удобные мобильные приложения и упрощенные механизмы оплаты сделали онлайн-покупки доступными для массовой аудитории. Особенно это заметно среди молодого и цифрового активного населения, для которого онлайн-формат уже стал стандартом потребления.

- **Прогресс в логистике.** Расширение сетей доставки, увеличение количества пунктов самовывоза и автоматизация сортировочных процессов значительно ускорили процесс получения товаров, в том числе из-за рубежа. Это повысило предсказуемость доставки и укрепило доверие потребителей к онлайн-каналам.

- **Цифровизация повседневности.** Активное использование смартфонов, социальных сетей и онлайн-сервисов сформировало у казахстанцев привычку взаимодействовать с товарами и брендами в цифровой среде. Онлайн-покупки все чаще воспринимаются не как альтернатива, а как предпочтительный способ приобретения товаров.

- **Расширение ассортимента.** Значительное увеличение предложения товаров как от местных продавцов, так и через каналы трансграничной торговли, позволило потребителям получить доступ к широкому выбору продукции, сравнивать цены и условия доставки, что стимулировало рост частоты покупок.

Несмотря на впечатляющие темпы роста, перед отраслью стоят серьезные вызовы.

Одним из основных вызовов становится изменение структуры потребительского спроса: покупатель становится более осведомленным, внимательным к деталям и ожидает высокого уровня сервиса на всех этапах - от выбора товара до получения и возможного возврата.

Вторым важнейшим фактором является необходимость перехода от количественного расширения к качественному росту и устойчивому

развитию. Увеличение объемов продаж должно сопровождаться адекватными инвестициями в логистическую инфраструктуру, автоматизацию процессов и повышение надежности информационных систем. Особое значение приобретает расширение доступности сервисов за пределами крупных городов.

С технологической точки зрения, важнейшей точкой роста становится внедрение AI-решений, которые повышают эффективность операционных процессов. Искусственный интеллект находит применение в клиентской аналитике, управлении запасами, оптимизации логистики, автоматизации коммуникаций с клиентами и обработке продуктового контента.

Будущее электронной коммерции в Казахстане будет определяться способностью отрасли найти баланс между стремительным ростом и развитием фундаментальной инфраструктуры. Участникам рынка предстоит инвестировать не только в количественное расширение, но и в качественное совершенствование всех компонентов цифровой экосистемы — от логистики и технологических решений до равномерного территориального охвата.

Текущие тенденции позволяют прогнозировать сохранение высоких темпов роста e-commerce в ближайшие годы, однако характер этого роста будет меняться в сторону большей зрелости, технологичности и клиентоориентированности. Электронная коммерция в Казахстане перешла от стадии формирования к фазе активного развития, становясь одним из ключевых драйверов цифровой трансформации экономики страны.

Цифровая трансформация является важным направлением развития стратегического менеджмента. Цифровая трансформация— это перестройка технологий, бизнес-моделей и процессов, обеспечивающих формирование новых ценностей для клиентов и сотрудников в постоянно меняющихся условиях хозяйствования в целях развития цифровой экономики [11]. Эти процессы предъявляют новые требования к производственным предприятиям, вынуждая их внедрять элементы цифровизации. Их важность для бизнеса очевидна, поскольку они способствуют научно-техническому прогрессу, открывают возможности для роста и устойчивой конкурентоспособности, затрагивая всю цепочку производства и поставок [12]. Ниже мы поясняем, что означает цифровая трансформация для производственных предприятий (см. рис.2).



Рисунок 2 – Цифровая трансформация

Для производственных предприятий это значит:

- Цифровизация бизнес-процессов: делать быстрее и больше теми же ресурсами.
- Менеджмент на основе данных: знать точные цифры и быстро убирать невыгодное.
- Улучшение работы с клиентом на всех этапах: исправлять ошибки людей и делать допродажи.
- Цифровая инфраструктура: пользоваться современными цифровыми технологиями и инструментами.

Основные цели цифровой трансформации [13, 14]:

- 1) Обеспечение непрерывности и устойчивости практик производительности на предприятиях,
- 2) Обеспечение интегрированной цифровой производственной структуры, включающей процессы управления и производства на предприятиях,
- 3) Обеспечение трансформации бизнеса с внешним миром в цифровой гармонии и цифровой совместимости,
- 4) Подготовить бизнес к трансформации Индустрии 4.0,
- 5) Увеличить потенциал обучения цифровой трансформации и консультационных услуг на местном уровне.
- 6) Определение уровней производительности предприятий и обеспечение их готовности к применению сертификата эффективности,
- 7) Обучение практиков цифровой трансформации (технологических интеграторов) на местном уровне.

Заключение

Технологические и экономические изменения, обусловленные глобализацией в XXI веке, побудили компании искать новые методы управления своей организацией и деятельностью.

В этот период, называемый постмодерном и постмодернистским менеджментом, компании должны разрабатывать новые стратегии для достижения успеха и обеспечения его устойчивости. Необходимость возникла. В условиях постоянно развивающихся технологий и растущей конкуренции стратегии, разрабатываемые предприятиями в ответ на внутреннюю и внешнюю среду для достижения конкурентного преимущества, влияют на их производственную и управленческую деятельность. Таким образом, стратегическое мышление привело к разработке новых концепций стратегического поведения.

В постмодернистских подходах к управлению предприятия оцениваются на основе их системы и ситуации. Постмодернистские подходы, в отличие от классических и неоклассических подходов к управлению, ориентированы на управление более сложными организациями. На эту ситуацию влияет множество факторов, таких как структура организации, внутренняя и внешняя среда, технологический прогресс и так далее. В данном исследовании ситуационный подход, усиливающий влияние внешней среды на управление бизнесом, рассматривается в рамках новых концепций, возникающих в эпоху постмодернизма.

Новое экономическое понимание в новом мировом порядке изменило способы осуществления производственной и сервисной деятельности, а также экономические, социальные и технологические изменения в мире. Электронная коммерция, осуществляемая онлайн с использованием компьютеров в качестве инструмента информации и технологических достижений, стала одним из важнейших направлений деятельности нового экономического порядка. Наблюдение за ускорением экономического роста в странах, внедряющих этот новый экономический подход, привело к его глобальному распространению. Этот экономический подход исключает необходимость встреч покупателей и продавцов, что приводит к снижению издержек. В свете этого новый экономический подход рассматривается как полностью ориентированный на экономический рост. Тем не менее, страны достигают своих экономических целей. Физическая среда, которую предприятия игнорируют для достижения роста, возвращается в виде значительных производственных затрат. Принятие Концепции с целью перехода на "зеленый курс" экономического роста актуально, как никогда прежде.

Во-первых, в Казахстане произойдут существенное обновление и развитие инфраструктуры: к 2035 году установленные мощности электростанций увеличатся на 70% от общего объема активов в 2021 году. Это произойдет за счет расширения мощностей действующих или строительства новых электростанций. Соответственно, с заявленными целями государственной политики в секторе модернизации зданий уже к 2029 году ожидается снижение энергопотребления на 10% по сравнению с

уровнем 2021 года. Появляется уникальная возможность создать новую инфраструктуру, которая будет эффективно использовать ресурсы. В противном случае страна в скором времени столкнется с проблемой неконкурентоспособной инфраструктуры.

Во-вторых, конкурентоспособность "зеленых" технологий быстро растет и многие технологии альтернативной энергетики в ближайшем будущем будут предлагать менее затратные способы производства электроэнергии по сравнению с традиционными источниками.

Наконец, на сегодняшний день уже задан высокий темп преобразований в сфере государственной политики. Стратегия - 2050, Стратегия достижения углеродной нейтральности Республики Казахстан до 2060 года, Экологический кодекс и другие стратегические и программные документы ставят новые более амбициозные цели, достижение которых потребует значительного изменения существующей траектории развития экономики Казахстана, в результате чего к 2050 году страна сможет выйти на устойчивое управление водными и земельными ресурсами и во многом сравняться по средним показателям эффективности использования природного капитала со странами - участницами Организации экономического сотрудничества и развития (далее - ОЭСР) и другими развитыми странами.

Основными приоритетными задачами по переходу к "зеленой экономике", стоящими перед страной, являются:

- 1) повышение эффективности использования ресурсов (водных, земельных, биологических и др.) и управления ими;
- 2) модернизация существующей и строительство новой инфраструктуры;
- 3) повышение благополучия населения и качества окружающей среды через рентабельные пути смягчения давления на окружающую среду;
- 4) повышение национальной безопасности, в том числе водной безопасности.

Таким образом, подход к управлению, к которому стремятся предприятия, обусловленный текущим временем и ситуацией, требует действий, не противоречащих ни технологической, ни физической среде. Инструменты и политика, разработанные для достижения этого, как было показано, дают предприятиям значительные преимущества. Что ещё более важно, расширение на национальном или международном уровне стратегических подходов новой экономики и зеленой экономики приводит как к росту реального сектора, так и к улучшению макроэкономических показателей национальной экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Afonasyova, M., Galichkina, A., Panfilova, E., & Ślusarczyk, B. (2019). Digitalization in Economy and Innovation: The Effect on Social and Economic Processes. Polish Journal of Management Studies, 19(2), - стр. 22-32.

2. Porter M.E., Millar V.E. How information gives you competitive advantage. // Harvard Business Review, 2018, (July – August). – pp. 149-160.
3. Джестон, Д. Управление бизнес-процессами. Практическое руководство по успешной реализации проектов / Д. Джестон, И. Нелис. // - Москва: Символ, 2015. - 512 с.
4. La Rosa, Marcello, Peter Loos, and Oscar Pastor. "Business Process Management." Business & Information Systems Engineering 58.1 (2016): - pp. 1-6.
5. Reijers, H. A., I. Vanderfeesten, and W. M. P. van der Aalst. "The effectiveness of workflow management systems. // International Journal of Information Management: The Journal for Information Professionals 36.1 (2016): -pp.126-141
6. «Качество атмосферного воздуха и здоровье», Всемирная организация здравоохранения, 2018 год.
7. Hai Dong, Hussain, F. K., Chang, E. An integrative view of the concept of digital ecosystem. Proceedings of the Third International Conference on Networking and Services. Washington, DC, USA, IEEE Computer Society, 2007, - pp. 42–44.
8. «Национальный доклад по переходу Республики Казахстан к «зеленой экономике» за 2017 -2018 годы».
9. «Концепция по переходу Республики Казахстан к «зеленой экономике», г. Астана, 2013 .
10. Chang, E., West, M. Digital Ecosystems: A next generation of the collaborative environment. Conference iiWAS'2006, The Eighth International Conference on Information Integration and Web-based Applications Services, Yogyakarta, Indonesia, 4–6 December 2006, - pp. 3–24.
11. Baimukhamedov M.F. Baimukhamedova A.M. Digitalisation and robotisation of the economy. // Monograph, Lambert Academic Publishing, 2022. - 112 p.
12. [Thomas Siebel](#). 'Digital Transformation. How to Survive and Succeed in a New Era.'// Digital Transformation © 2019 by Thomas M. Siebel. Cover © Regan McCamey and Jay McNair.
13. Digital transformation of economy // McKinsey. // <https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights>.
14. Ryan, Ph. (2019, May). Distinguishing Digital Economies from Non-digital Economies. In Trust and Distrust in Digital Economies (1st Edition), - pp. 151-164.

REFERENCES

2. Afonasyova, M., Galichkina, A., Panfilova, E., & Ślusarczyk, B. (2019). Digitalization in Economy and Innovation: The Effect on Social and Economic Processes. Polish Journal of Management Studies, 19(2), - стр. 22-32.
2. Porter M.E., Millar V.E. How information gives you competitive advantage. // Harvard Business Review, 2018, (July – August). – pp. 149-160.

3. Dzheston, D. Upravlenie biznes-processami. Prakticheskoe rukovodstvo po uspešnoy realizacii proektov / D. Dzheston, I. Nelis. // - Moskva: Simvol, 2015. - 512 s.
4. La Rosa, Marcello, Peter Loos, and Oscar Pastor. "Business Process Management." Business & Information Systems Engineering 58.1 (2016): - pp. 1-6.
5. Reijers, H. A., I. Vanderfeesten, and W. M. P. van der Aalst. "The effectiveness of workflow management systems. // International Journal of Information Management: The Journal for Information Professionals 36.1 (2016): -pp.126-141
6. «Kachestvo atmosfernogo vozduha i zdorov'e», Vsemirnaya organizaciya zdravooohraneniya, 2018 god.
7. Hai Dong, Hussain, F. K., Chang, E. An integrative view of the concept of digital ecosystem. Proceedings of the Third International Conference on Networking and Services. Washington, DC, USA, IEEE Computer Society, 2007, - pp. 42–44.
8. «Nacional'nyj doklad po perekhodu Respubliki Kazahstan k «zelenoj ekonomike» za 2017 -2018 gody».
9. «Konceptsiya po perekhodu Respubliki Kazahstan k «zelenoj ekonomike», g. Astana, 2013 .
10. Chang, E., West, M. Digital Ecosystems: A next generation of the collaborative environment. Conference iiWAS'2006, The Eighth International Conference on Information Integration and Web-based Applications Services, Yogyakarta, Indonesia, 4–6 December 2006, - pp. 3–24.
11. Baimukhamedov M.F. Baimukhamedova A.M. Digitalisation and robotisation of the economy. // Monograph, Lambert Academic Publishing, 2022. - 112 p.
12. [Thomas Siebel](#). 'Digital Transformation. How to Survive and Succeed in a New Era.'// Digital Transformation © 2019 by Thomas M. Siebel. Cover © Regan McCamey and Jay McNair.
13. Digital transformation of economy // McKinsey. // <https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights>.
14. Ryan, Ph. (2019, May). Distinguishing Digital Economies from Non-digital Economies. In Trust and Distrust in Digital Economies (1st Edition), - pp. 151-164.

Баймухамедова Г.С.,
экономика ғылымдары кандидаты, профессор,
gulzada48@mail.ru¹

Комиссарова О.В.,
доцент,
olga.komissarova@list.ru¹

Александрова М.Л.,
доцент, aml65@mail.ru¹

Аймурзинов М.С.,
экономика ғылымдары кандидаты, профессор,
ams-66@mail.ru¹

*Академик З. Алдамжар атындағы
Қостанай әлеуметтік-техникалық университеті,
110000 Қостанай қ., Қобыланды батыр даңғылы, 27¹*

ЖАҢА ЭКОНОМИКА ЖӘНЕ ЖАСЫЛ ЭКОНОМИКА ЖАҒДАЙЫНДА СТРАТЕГИЯЛЫҚ БАСҚАРУ

***Андатпа.** Бұл зерттеу ұйымдардың өзгермелі құрылымдары мен қоршаған орта жағдайларына бейімделу және жаңа экономика принциптерін дамыту үшін постмодерндік дәуірде пайда болған бейімделу тәсілдерінің бірі болып табылатын жағдайлық тәсілді қарастырады. Жаңа экономика интернеттің, компьютерлер мен коммуникациялық технологиялардың және электронды коммерцияның дамуына негізделген. Қоршаған ортаға теріс әсер ететін өндіріс, тұтыну және қызмет көрсету саласындағы кәсіпорындардың қызметінен туындайтын теріс сыртқы әсерлер «жасыл экономика» жаңа концепциясының пайда болуына әкелді, жасыл экономика принциптері қарастырылады. Қазақстандағы электрондық коммерция нарығын талдауға көп көңіл бөлінеді. Стратегиялық менеджменттің дамуына халықаралық нарыққа шығу кезінде бәсекеге қабілеттілікке қол жеткізу, экономикалық өсуге қол жеткізу, тұрақты табыстылықты қамтамасыз ету және шығындарды азайту сияқты мақсаттар әсер етті. Содан кейін зерттеу цифрлық трансформацияны стратегиялық менеджментті дамытудың маңызды бағыты ретінде сипаттайды.*

***Түйінді сөздер:** жаңа экономика, жасыл экономика, электронды коммерция, цифрлық трансформация, стратегиялық менеджмент.*

Baimukhamedova G.S.,
Candidate of Economics Sciences, professor,
gulzada48@mail.ru¹

Komissarova O.V.,
associate professor,
olga.komissarova@list.ru¹

Alexandrova M.L.,
associate professor, aml65@mail.ru¹

Aimurzinov M.S.,
Candidate of Economics Sciences, professor,
ams-66@mail.ru¹

*Kostanay Social and Technical University
named after academician Z. Aldamzhar,
110000 Kostanay, ave. Koblandy Batyr, 27¹*

NEW ECONOMY AND GREEN ECONOMY IN THE CONTEXT OF STRATEGIC MANAGEMENT

Abstract. *This study examines the situational approach, one of the adaptive approaches that emerged in the postmodern era to adapt to changing structures and environmental conditions of organizations and develop the principles of the new economy. The new economy is based on the development of the Internet, computers and communication technologies and e-commerce. Negative externalities arising from the activities of enterprises in the field of production, consumption and services that negatively affect the environment, led to the emergence of a new concept of "green economy", the principles of green economy are considered. Considerable attention is paid to the analysis of the e-commerce market in Kazakhstan. The development of strategic management was influenced by such goals as achieving competitiveness when entering the international market, achieving economic growth, ensuring sustainable profitability and reducing costs. The study then describes digital transformation as an important direction in the development of strategic management.*

Keywords: *new economy, green economy, e-commerce, digital transformation, strategic management.*