**Магистерская диссертация на тему**

**«****Анализ и диагностика стратегии развития казахстанских компаний на примере нефтяной отрасли Республики Казахстан**

**Стр\_78**

[Введение](#_Toc14799176)

[1 Теоретические аспекты формирования стратегии развития компании](#_Toc14799177)

[1.1 Теоретический анализ категории «стратегия»](#_Toc14799178)

[1.2 Классификация стратегий компаний](#_Toc14799179)

[1.3 Зарубежный опыт формирования стратегии развития компании](#_Toc14799180)

[2 Оценка современного состояния нефтяных компаний Республики Казахстан](#_Toc14799181)

[2.1 Характеристика нефтяных компаний](#_Toc14799182)

[2.2 Оценка стратегий развития компаний](#_Toc14799183)

[2.3 Анализ факторов, оказывающих влияние на разработку стратегий казахстанских нефтяных компаний](#_Toc14799184)

[3 Механизм разработки стратегий развития компаний нефтяной отрасли](#_Toc14799185)

[3.1 Выбор и обоснование вариантов стратегического развития нефтяных компаний](#_Toc14799186)

[3.2 Оценка стратегического потенциала развития предприятий нефтяной отрасли](#_Toc14799187)

[3.3 Разработка рекомендаций по управлению стратегическими изменениями в исследуемых компаниях](#_Toc14799188)

[Заключение](#_Toc14799189)

[Список источников](#_Toc14799190)

# **Заключение**

В соответствии с изложенным материалом исследования, сформируем основные выводы.

Стратегия - это взгляд на долгосрочное будущее, чтобы определить, чего хочет добиться компания, и разработать план, как этого добиться. Стратегия – это и искусство, и наука. Стратегия - это искусство, потому что она требует воображения, чуткого мышления и способности визуализировать будущее, а также поощрять и соединять тех, кто будет применять стратегию. Стратегия - это наука, потому что она требует аналитических навыков, умение структурировать и анализировать информацию и принимать хорошо осведомленные решения. Стратегия включает определение и оценку альтернативных путей достижения уже установленной миссии или цели и, в конечном счете, выбор альтернативы, которая должна быть принята. Стратегия характеризуется четырьмя важными аспектами: долгосрочная цель; конкурентное преимущество; вектор; синергия.

# **Список источников**

1. Ефимов В.В. Стратегический менеджмент / В.В. Ефимов. - М.: КноРус, 2012. - 256 c.
2. Зайцев Л.Г. Стратегический менеджмент: Учебник / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. - М.: Магистр, 2013. - 528 c.
3. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Учебник для бакалавров / А.Т. Зуб.. - М.: Юрайт, 2013. - 375 c.
4. Голубков Е.П. Стратегический менеджмент: Учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.П. Голубков. - Люберцы: Юрайт, 2015. - 290 c.
5. Котлер Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы. / Ф. Котлер. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 132 c.