

Оглавление

Введение	2
1. Анализ деятельности АО Санатория «Крутушка»	3
2. Характеристика деятельности магистранта в период прохождения производственной практики	6
3. Анализ миссии и целей АО Санатория «Крутушка»	7
Заключение	16

Введение

Актуальность. Практика по профилю сервисной деятельности была пройдена для получения практических навыков. Практика была пройдена в санатории «Крутушка» город Казань. Организация занимается предоставлением услуг в сфере рекреационного отдыха. Во время прохождения практики были даны задания, выданные руководителем, с целью более близкого и подробного ознакомления с работой санатория, которые были успешно выполнены.

Объектом исследования в производственной практики является санаторий «Крутушка».

Предметом исследования являются теория и методология формирования стратегии, учитывая миссии и цели санатория «Крутушка».

Целью прохождения производственной практики является анализ стратегического планирования в санатории «Крутушка».

Задачи:

1. Провести анализ деятельности предприятия АО «Крутушка».
2. Охарактеризовать деятельность магистранта в период практики.
3. Проанализировать стратегическое планирование организации.

1. Анализ деятельности АО Санатория «Крутушка»

Санаторий «Крутушка» располагается в городе Казань, в поселке Крутушка. Санаторий рассчитан на 114 гостей, которые могут расположиться в 67 уютных номерах. Целью санатория является предоставление гостям комфортных условий для отдыха, оздоровительных услуг, разработанного диетологами программы питания, разнообразной досуговой программы.

Санаторий оснащен главным жилым корпусом на 66 номеров (115 мест). Имеется детский корпус, что позволяет проводить лагерные смены. Предусмотрена бесплатная автостоянка для посетителей. Для удобства клиентов медицинский корпус соединён с главным жилым корпусом теплых переходом. Столовая находится недалеко от жилого корпуса, всего в 50-ти метрах. Предусмотрены спортивные площадки: настольный теннис, волейбол, баскетбол. Для всех посетителей имеется программа экскурсионного обслуживания. Для совсем маленьких посетителей есть детская площадка и игровая комната.

Стоимость проживания зависит от категории номера и варьируется от 2650 рублей до 7700.

Основателем санатория «Крутушка» является Михаил Оконишников. Оконишниковы активно участвовали в общественной жизни Казани. Михаил Иванович неоднократно избирался в городскую Думу, был членом попечительства детских приютов. В 1913 году Михаил Иванович вместе с женой Марией Сергеевной организовал на свои средства в собственном доме на Первой Горе госпиталь для младших чинов. Мария Сергеевна работала в нем рядовой медсестрой. Кроме того, она являлась членом попечительского совета сестер милосердия Общества Красного Креста. Константин Иванович Оконишников, родной брат Михаила, так же избирался в городскую Думу; много времени и средств вкладывал в устройство городской Андреевской дешевой столовой, был членом попечительского совета коммерческого училища, председателем правления Общества призрения и образования

глухонемых детей.

Санаторий «Крутушка» — один из старейших в республике Татарстан, расположен в живописном месте на высоком крутом берегу реки Казанки на месте бывшей купеческой усадьбы «Крутушка».

Уникальность расположения заключается в небольшой удаленности от города (в 25 км к северо-востоку от центра Казани), однако при этом в радиусе 4-5 км санаторий окружает лесной массив, входящий в территорию заказника «Голубые озера», что создает благоприятные бальнеоклиматические условия для лечения и отдыха.

Никакая организация не может успешно выживать в конкурентной среде, если она не имеет четко определенных ориентиров, направлений, которые задают то, к чему она стремится, чего она хочет добиться своей деятельностью.

В первую очередь целевое начало в деятельности организации возникает потому, что организация — это объединение людей, преследующих определенные цели.

Люди создают организации для того, чтобы с их помощью решать свои проблемы. Это значит, что с самого начала организация имеет определенную целевую ориентацию. Далее, люди входят в организации для того, чтобы за счет этого получать для себя определенный результат. И это также придает организации определенную целевую ориентацию. Наконец, люди из внешнего окружения (покупатели, общественность, деловые партнеры и т.п.), преследуя свои собственные цели при взаимодействии с организацией, так же, как и те, кто являются хозяевами организации или работают в ней, придают ее существованию определенную направленность и тем самым развивают целевое начало в ее деятельности.

При самом обобщенном и в то же время при самом углубленном понимании роль миссии организации состоит в том, что она как бы устанавливает связку, ориентирует в едином направлении интересы и ожидания тех людей, которые воспринимают организацию извне. Более того,

миссия позволяет сконцентрировать или даже подчинить интересы «внутренних» по отношению к организации людей интересам «внешних» людей. Определяя то, для чего создана и существует организация, миссия придает действиям людей осмысленность и целенаправленность, позволяющие им лучше видеть и осознавать не только что они должны делать, но и для чего они осуществляют свои действия.

2. Характеристика деятельности магистранта в период прохождения производственной практики

Прохождение производственной практики в санатории «Крутушка» помогло мне дополнить те знания, которые я получил во время учебы, помогло в сборе информации для написания курсовой работы.

Данная практика позволила при исследовании структуры и организационной деятельности санатория расширить и углубить уже имеющиеся знания и развить к ней интерес, позволяя тем самым определить для себя правильность выбора данной сферы деятельности.

За время прохождения практики мною были выполнены следующие задачи: детально рассмотрены функции и структура данного санатория; рассмотрены все необходимые документы для составления отчета; дана полная характеристика деятельности санатория «Крутушка».

Санаторий «Крутушка» - место, в котором есть всё необходимое для организации досуговых программ для детей и молодежи. Руководитель отдела по работе с посетителями содействовала мне в проведении практики, с её помощью я успешно составил анализ об стратегическом планировании организации и собрал нужный материал для написания магистерской диссертации, а также закрепил полученные знания.

3. Анализ миссии и целей АО Санатория «Крутушка»

Санаторий «Крутушка» располагается в городе Казань, в поселке Крутушка. Санаторий рассчитан на 114 гостей, которые могут расположиться в 67 уютных номерах. Целью санатория является предоставление гостям комфортных условий для отдыха, оздоровительных услуг, разработанного диетологами программы питания, разнообразной досуговой программы.

Санаторий оснащен главным жилым корпусом на 66 номеров (115 мест). Имеется детский корпус, что позволяет проводить лагерные смены. Предусмотрена бесплатная автостоянка для посетителей. Для удобства клиентов медицинский корпус соединён с главным жилым корпусом теплых переходом. Столовая находится недалеко от жилого корпуса, всего в 50-ти метрах. Предусмотрены спортивные площадки: настольный теннис, волейбол, баскетбол. Для всех посетителей имеется программа экскурсионного обслуживания. Для совсем маленьких посетителей есть детская площадка и игровая комната.

Стоимость проживания зависит от категории номера и варьируется от 2650 рублей до 7700.

Основателем санатория «Крутушка» является Михаил Окопишников. Окопишниковы активно участвовали в общественной жизни Казани. Михаил Иванович неоднократно избирался в городскую Думу, был членом попечительства детских приютов. В 1913 году Михаил Иванович вместе с женой Марией Сергеевной организовал на свои средства в собственном доме на Первой Горе госпиталь для младших чинов. Мария Сергеевна работала в нем рядовой медсестрой. Кроме того, она являлась членом попечительского совета сестер милосердия Общества Красного Креста. Константин Иванович Окопишников, родной брат Михаила, так же избирался в городскую Думу; много времени и средств вкладывал в устройство городской Андреевской дешевой столовой, был членом попечительского совета коммерческого училища, председателем правления Общества призрения и образования

глухонемых детей.

Санаторий «Крутушка» — один из старейших в республике Татарстан, расположен в живописном месте на высоком крутом берегу реки Казанки на месте бывшей купеческой усадьбы «Крутушка».

Уникальность расположения заключается в небольшой удаленности от города (в 25 км к северо-востоку от центра Казани), однако при этом в радиусе 4-5 км санаторий окружает лесной массив, входящий в территорию заказника «Голубые озера», что создает благоприятные бальнеоклиматические условия для лечения и отдыха.

Никакая организация не может успешно выживать в конкурентной среде, если она не имеет четко определенных ориентиров, направлений, которые задают то, к чему она стремится, чего она хочет добиться своей деятельностью.

В первую очередь целевое начало в деятельности организации возникает потому, что организация — это объединение людей, преследующих определенные цели.

Люди создают организации для того, чтобы с их помощью решать свои проблемы. Это значит, что с самого начала организация имеет определенную целевую ориентацию. Далее, люди входят в организации для того, чтобы за счет этого получать для себя определенный результат. И это также придает организации определенную целевую ориентацию. Наконец, люди из внешнего окружения (покупатели, общественность, деловые партнеры и т.п.), преследуя свои собственные цели при взаимодействии с организацией, так же, как и те, кто являются хозяевами организации или работают в ней, придают ее существованию определенную направленность и тем самым развивают целевое начало в ее деятельности.

При самом обобщенном и в то же время при самом углубленном понимании роль миссии организации состоит в том, что она как бы устанавливает связку, ориентирует в едином направлении интересы и ожидания тех людей, которые воспринимают организацию извне. Более того,

миссия позволяет сконцентрировать или даже подчинить интересы «внутренних» по отношению к организации людей интересам «внешних» людей. Определяя то, для чего создана и существует организация, миссия придает действиям людей осмысленность и целенаправленность, позволяющие им лучше видеть и осознавать не только что они должны делать, но и для чего они осуществляют свои действия.

В широком понимании миссия – это философия и предназначение, смысл существования организации.

В узком понимании миссия – это сформулированное утверждение относительно того, для чего или по какой причине существует организация, т.е. миссия понимается как утверждение, раскрывающее смысл существования организации, в котором проявляется отличие данной организации от ей подобных.

Миссией предприятия АО Санаторий «Крутушка» как и у большинства предприятий является получение прибыли.

Для проведения оценки миссии и стратегической ориентированности санатория «Крутушка» нам был использован SWOT-анализ.

Среди множества инструментов анализа рыночной позиции предприятия одним из наиболее наглядных является разработка SWOT-матрицы. Сущность такого анализа заключается в оценке перспектив финансово-хозяйственной деятельности предприятия в двух аспектах. Говоря о сегодняшнем положении предприятия, определяют его достоинства и недостатки, а взгляд на перспективу выявляет возможности продолжения дальнейшей деятельности и угрозы успешному выполнению планов. Результаты сводятся в таблицу, которая дает наглядный материал для планирования дальнейшей деятельности по преодолению недостатков и реализации рыночных преимуществ предприятия с учетом выявленных возможностей и угроз.

SWOT-метод был разработан американскими экономистами и называется так по первым буквам английских слов, составляющих основное

содержание анализа (Strength – достоинство, Weakness- недостаток, Opportunities –возможность, Threat- угроза).

SWOT - анализ включает в себя: исследование инфраструктуры предприятия (клиентура, поставщики, посредники, конкуренты) и исследование внутренней среды предприятия. В таблице представлен анализ санатория «Крутушка».

Таблица 1

Представлена итоговая матрица SWOT, демонстрирующая совмещения сильных и слабых сторон деятельности санатория «Крутушка»

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
<p>1. выгодное месторасположения (живописная природа, свежий воздух);</p> <p>2. широкий спектр лечебно-диагностических услуг;</p> <p>3. наличие условий для обучения и физического развития детей (спортивный и тренажерный залы, игровые комнаты, спортивные площадки);</p> <p>4. доступно и красочно оформленный сайт санатория</p>	<p>1. сезонность;</p> <p>2. высокая конкуренция;</p> <p>3. ухудшение технического состояния и увеличение степени изношенности основных фондов санатория;</p> <p>4. отсутствуют стратегические направления;</p> <p>5. недостаточная квалификация и компетентность персонала;</p> <p>6. ухудшающаяся конкурентная позиция</p>
Возможности (O)	Угрозы (T)
<p>1. рост числа потребителей;</p> <p>2. расширение спектра услуг санатория;</p> <p>3. рост показателей социально-экономического развития региона;</p>	<p>1. нестабильность экономической ситуации;</p> <p>2. условия развития санаторной отрасли;</p> <p>3. возможность появления новых конкурентов;</p>

4. выход на новые сегменты рынка;	4. изменение потребностей и вкуса покупателей;
5. возможность принятия лучшей стратегии	5. замедление роста рынка

1. 1С-1В; 2С-2В.
2. 3С-3У; 2С-4У; 1С-2У.
3. 1Сл-4В; 2Сл-2В; 4Сл-5В.
4. 6Сл-5У; 2Сл-2У; 3Сл-3У.

1. Расположение санатория «Крутушка» выгодно для потенциальных гостей, так как находится недалеко от Казани и не доставляет никакого труда его найти, а это в свою очередь влияет на мнение клиентов.

2. Широкий спектр лечебно-оздоровительных услуг позволяет потенциальному клиенту выбрать отдых, который ему подойдет, но не стоит забывать о системе ценообразования, так как доступная стоимость услуг всегда привлекательная для посетителей.

3. Отражение сезонности происходит во многих отраслях деятельности, и можно воспринимать это в качестве отрицательного фактора. Для санатория «Крутушка» мы предлагаем проведение ежегодных лагерных смен, зимой и летом продолжительность от 10 до 18 дней, а весной и осенью – от 5 до 8 дней.

4. Конкуренция в данном сегменте рынка отрасли высока, следовательно опасно пренебрегать улучшением условий. Таким образом, в санатории должны систематично проводиться ремонтные работы, так как обновленная обстановка благоприятно влияет на посетителей.

1. Следует разработать стратегию по использованию сильных сторон санатория, чтобы появилась возможность отдачи во внешней среде.

2. Стратегия должна быть построена следующим образом: за счет появившихся возможностей нужно преодолеть имеющиеся в организации слабости.

3. Устранение угрозы должно вестись через силы организации.
4. Организация должна вырабатывать такую стратегию, при которой появилась бы возможность избавления от слабости и предотвращение нависшей над ней угрозой.

Анализ становления стратегии АО Санатория «Крутушка» показал, что у организации есть только начало становления формулирования миссии. Но разработка миссии и стратегии является ключевым моментом управления каждой фирмы, так как имеет немалое влияние на дальнейшие процессы управления и принятия решений. Поэтому важной задачей является формирование миссии АО Санатория «Крутушка»:

1. АО Санаторий «Крутушка» организация, которые предоставляет рекреационные услуги, должна стремиться к обеспечению максимального комфорта для постояльцев.

2. В определение миссии организации важную роль играют отличительные черты фирмы, санаторий «Крутушка» обладает бальнеологическими ресурсами, множеством досуговых зон и комфортабельными условиями.

3. Увеличение прибыльности работы предприятия для его развития и расширения производства. Это ключевой момент в работе каждого российского предприятия, так как прибыль является основой развития предприятия и увеличения благосостояния как собственников организации, так её работников. Именно за счет прибыли финансируются дополнительные выплаты работникам и проводятся различные мероприятия.

4. Постоянное повышение качества обслуживания покупателей. Организация постоянно должна находить способы и методы повышения качества обслуживания.

Итак, указанные аспекты могут составить структуру миссии. Таким образом, миссия АО Санатория «Крутушка» - наилучшим образом удовлетворять потребности посетителей в рекреационном отдыхе. Предложенная нами формулировка миссии отвечает ключевой цели

организации и может быть использована организацией в качестве основной миссии.

Стратегия – это долгосрочное качественно определенное направление развития организации, а также позиции организации в окружающей среде, приводящее организацию к ее целям.

При определении стратегии фирмы руководство сталкивается с тремя основными вопросами, связанными с положением фирмы на рынке:

- какой бизнес прекратить;
- какой бизнес продолжить;
- в какой бизнес перейти.

При этом внимание концентрируется на том:

- что организация делает и чего не делает;
- что более важно и что менее важно в осуществляемой организацией деятельности.

Из всего множества существующих типов стратегий для анализируемого предприятия я предлагаю использовать стратегию изменения организационной культуры как способа улучшения деятельности предприятия в настоящий момент и в будущем.

Формирование и изменение организационной культуры происходит под влиянием многих факторов. Один из признанных специалистов в области организационной культуры считает, что существует пять первичных и пять вторичных факторов, которые определяют формирование организационной культуры. В соответствии с его концепцией к первичным относятся следующие факторы:

1. Точка концентрации высшего руководства.
2. Реакция руководства на критические ситуации, возникающие в организации.
3. Отношение к работе и стиль поведения руководителей.
4. Критериальная база поощрения сотрудников.
5. Критериальная база отбора, назначения, продвижения и

увольнения из организации.

В группу вторичных факторов в соответствии с концепцией Шейна входят следующие факторы:

1. Структура организации.
2. Система передачи информации и организационные процедуры.
3. Внешний и внутренний дизайн и оформление помещения, в котором располагается организация.
4. Мифы и истории о важных событиях и лицах, игравших и играющих ключевую роль в жизни организации.
5. Формализованные положения о философии и смысле существования организации.

Каждый из десяти первичных и вторичных факторов формирования организационной культуры требует использования определенных приемов, позволяющих добиваться успеха при сознательном формировании и изменении организационной культуры.

Мы предлагаем следующие мероприятия для совершенствования миссии организации, в соответствие со стратегическим планированием фирмы:

1. Использование преимуществ санатория для привлечения новых посетителей. Санаторий обладает ресурсами, которые могут сыграть благоприятную роль в его развитие.
2. Улучшение и обновление условий пребывания в санатории. Важной частью успешного пребывания посетителей в санатории является поддержание аккуратного внешнего вида корпуса и прилегающей территории, а также теплое отношение к гостям приведет к положительным отзывам.
3. Направление общих сил на качественное предоставление услуг. Предоставление услуг должно быть на высшем уровне, искреннее общение персонала с гостями, отзывчивость работников санатория может создать некое единение гостя с атмосферой санатория «Крутушка».

Обобщая все вышесказанное, санаторий «Крутушка» имеет большой

потенциал для развития и привлечения новых гостей, обладая ресурсами, может предложить разного вида отдых, единственной задачей стоит следование миссии и объединение всей команды для улучшения работы санатория.

Заключение

Видение компании обычно отражает субъективное восприятие или понимание компанией своего положения в настоящем или будущем среди других компаний, занимающихся примерно тем же бизнесом, т. е. своего рода позиционирование на данном сегменте рынка.

Цель - это, как правило, результат, который предполагается достичь в обозримом будущем, причем его можно будет оценить количественно, пускай даже в самых обобщенных цифрах, процентах, терминах, или хотя бы по сравнению с достижениями конкурентов.

Принципы, философия, ценности в большинстве случаев рассказывают о корпоративной культуре компании, об отношении к участникам бизнеса (клиентам, сотрудникам, партнерам). Нередко именно эта информация, разъясняющая «как мы работаем и строим отношения», подается в качестве миссии компании.

Наибольшей стабильностью и глобальностью отличается текст, который обычно содержит качественный аспект миссии. Остальные аспекты или очень зависят от конкретного состояния рынка, или слишком детализированы, или содержат достаточно шаблонные заявления, которые могут, в принципе, принадлежать любой компании.

Краткий, но содержательный и выразительный текст миссии воспринимается и запоминается гораздо лучше, чем большое количество слов и предложений, даже если они правильно отражают деятельность компании в обществе.

Миссия компании в качестве глобальной программы действий обладает определенной инерцией. Если компания начнет предпринимать действия, не соответствующие заявленной миссии, то этот дисбаланс постепенно отрицательно скажется на ее бизнесе. Когда в процессе реализации миссии понадобится провести срочные изменения в тексте самой миссии в связи с переменами в бизнесе компании, вызванными внутренними причинами или неожиданными воздействиями внешней рыночной среды, потребуются

определенное время, прежде чем результаты изменения проявят себя в широких масштабах. Корабль, использующий силу течения и увлекаемый им, сначала должен будет погасить инерцию и вряд ли сможет быстро выйти из-под его влияния и резко изменить курс.

Миссия компании считается также морально-идеологическим средством организации бизнеса. Но западные специалисты по менеджменту пришли к необходимости формирования миссии в основном потому, что после осуществления нормальной, эффективной организации дела понадобился способ получить (мобилизовать) дополнительные ресурсы для еще более успешного ведения бизнеса. На постсоветском пространстве сохранилась память о периоде, когда идеологические призывы использовались вместо нормальной организации работы, которая и в наше время далеко не везде реализована. Поэтому прежде чем ожидать отдачи от написанной миссии, неплохо бы, как минимум, упорядочить функциональное и информационное взаимодействие подразделений, а для каждого сотрудника сбалансировать четыре очень важных компонента организации работ: ответственность, полномочия, обязанности и ресурсы (последних почти всегда бывает недостаточно).

Нашей целью исследования было выявление роли миссии и целей в выборе стратегии дальнейшего развития организации.

В период производственной практики были изучены теоретические аспекты миссии организации, проанализировано стратегическое планирование санатория и разработаны рекомендации по улучшению стратегии.

С помощью SWOT-анализа смогли выявить сильные и слабые стороны организации, а также возможности и угрозы:

1. Следует разработать стратегию по использованию сильных сторон санатория, чтобы появилась возможность отдачи во внешней среде.
2. Стратегия должна быть построена следующим образом: за счет появившихся возможностей нужно преодолеть имеющиеся в организации

слабости.

3. Устранение угрозы должно вестись через силы организации.
4. Организация должна вырабатывать такую стратегию, при которой появилась бы возможность избавления от слабости и предотвращение нависшей над ней угрозой.

Далее были разработаны рекомендации по совершенствованию миссии и целей в соответствие с предполагаемым направлением стратегического развития:

1. Использование преимуществ санатория для привлечения новых посетителей.
2. Улучшение и обновление условий пребывания в санатории.
3. Направление общих сил на качественное предоставление услуг.

Подводя итоги, можно сказать, что санаторий «Крутушка» имеет долгосрочные стратегические планы, которые связаны с его миссией, также санаторий является отличной базой для проведения практики.