

**Уважаемый Председатель, уважаемые члены Государственной
аттестационной комиссии!**

Вашему вниманию представляется доклад по теме выпускной работы «Виды рисков и способы страхования в индустрии сервиса Санкт-Петербурга (на примере гостиницы «Лиготель»»).

Актуальность темы работы обусловлена тем,

В соответствии с целью исследования необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические основы управления рисками на предприятии;
- оценить систему управления рисками и страхование гостиницы ИП Полетаева Е.А. «Лиготель»;
- рекомендовать пути совершенствования управления рисками.

Объектом исследования дипломной работы выступает гостиница ИП Полетаева Е.А. «Лиготель».

Предметом исследования является риски и способы страхования в гостинице ИП Полетаева Е.А. «Лиготель».

Практической значимостью исследования является то, что оно содержит разработки рекомендаций по совершенствованию организационной культуры, которые имеют большое значение для развития предприятия.

Данная работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников.

По результатам анализа теоретической части выпускной квалификационной работы были сделаны следующие выводы:

1. Риск можно рассматривать как ключевой фактор человеческой деятельности, условие достижения успеха. Риск лежит в основе принятия всех управленческих решений

2. Среди факторов риска предприятия в зависимости от места возникновения можно выделить внешние и внутренние. К внешним относятся факторы, обусловленные причинами, не связанными непосредственно с деятельностью данного предприятия. Внутренними считаются факторы, появление которых порождается деятельностью самого предприятия.

3 Гостиничный бизнес – это одна из наиболее опасных отраслей с точки зрения страховых рисков. По шкале рисков от 1 до 10 гостиницы будут занимать уровень 7-8. Существуют различные способы страхования:

- Страхование до приема объекта в эксплуатацию.
- Страхование после приема объекта в эксплуатацию.

Индивидуальный предприниматель Полетаева Елена Александровна гостиница «Лиготель». Гостиница основана в 2006 году с общим количеством номеров 31. В 2012 году здание находилось на реконструкции и «Лиготель» временно не осуществляла деятельность. В 2016 году гостиница «Лиготель» купила ещё часть здания, и был осуществлён ремонт 5-ти номеров. В марте 2017 года в новые номера заселились первые гости.

Основными потребителями продукции предприятия являются: по молоку – ОАО «Петмол», по мясу – ООО «Пит-Продукт», ОАО «Лужский мясокомбинат», по овощам: медицинские и образовательные учреждения города Санкт-Петербурга и Ленинградской области, Комбинаты общественного питания, Ленинградский военный округ, сетевые универсамы, супермаркеты, магазины Санкт-Петербурга, Ленинградской области и военный округ г. Мурманска.

Как видно из данных таблицы 1 раздаточного материала, к 2016 году хозяйство достигло неплохого уровня рентабельности – 32,2%. Товарная продукция сельского хозяйства на 100 га с.-х. угодий за 2016 год по сравнению с 2015 увеличилась на 8,51%, а в расчете на одного среднегодового работника – на 2,04%, что связано с повышением уровня механизации процессов производства и, тем самым, высвобождением рабочей силы.

Таблица 2 раздаточного материала показывает, что среднегодовая численность работников на 31.12.2016 г. составила 260 человек, что на 42 чел. больше, чем в 2015 году. Численность руководителей в 2016 г. составила 40 человек и по сравнению с 2015 г. увеличилась на 5 чел. или 14,3 %.

Успех ЗАО «Племхоз им. Тельмана» складывается благодаря усилиям сотрудников различных подразделений, направленных на достижение общих целей лидерства в

отрасли. Организационные ценности ЗАО «Племхоз им. Тельмана» отражают отношение всей компании в целом и поведение каждого сотрудника в отдельности к реализации поставленных перед Обществом задач.

В ходе проведенного анализа нами был построен общий профиль организационной культуры, который представлен на рисунке 3 раздаточного материала. Исходя из этого, мы выяснили, что в организации преобладает клановая культура. Это значит, что предприятие сосредоточено на внутренних проблемах. Ему свойственны гибкость, забота о людях и чувствительность к заказчику. Культура клана характеризует дружески ориентированное место для работы, где люди оставляют значительную часть себя. Это как многочисленная семья. Лидеры организации считаются наставниками. Целостность организации поддерживаемся лояльностью или традициями. Поощряется командная работа, соучастие и единодушие.

С течением времени и под воздействием обстоятельств культура может претерпевать изменения. Поэтому необходима особая стратегия управления культурой в организации. Нами предложена методика (схема 1 раздаточного материала), состоящая из шести этапов, соблюдение которых поможет спланировать и реализовать действия по совершенствованию организационной культуры.

Предлагаются следующие мероприятия по изменению и совершенствованию организационной культуры:

- организация конкурсов профессионального мастерства среди работников компании, установление особого ритуала поощрения лучших по профессии, возможно определение «сотрудника года» предприятия.
- введение системы публичного поощрения на основе опроса среди клиентов компании и количества обработанных заявок;
- установление льгот и поощрений для сотрудников, проработавших в компании определённое число лет;
- расширение ассортимента услуг, оказываемых службами организации (юридической, информационной, технической, транспортной и др.) своим сотрудникам;

- установление Дня рождения компании со статусом выходного дня для сотрудников (по возможности);
- поддержка сотрудников в формировании их страховых и пенсионных фондов.

Внедрение данных мероприятий позволит укрепить командный дух, сплотить коллектив.

По мнению опрошенных сотрудников предприятия, нынешняя культура организации содержит в себе большинство клановых ценностей, сотрудники в будущем хотят видеть меньше рыночных составляющих. Это говорит о том, что при выборе ценностей, а соответственно, ориентации на определенный режим работы, сотрудники скорее выберут взаимопомощь и слаженную командную работу, нежели разделяющую ориентацию на победу над конкурентами. Поэтому объективным в данном случае является принятие решения о том, чтобы повысить клановую культуру и понизить рыночную.

Следовательно, руководители обязаны уметь оценивать, насколько хорошо функционирует культура и как следует ее менять. Это является принципиальным условием долговременного успеха.

ДОКЛАД ОКОНЧЕН! СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!