

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Кафедра мировой экономики и менеджмента

КУРСОВАЯ РАБОТА

Принципы построения эффективных организаций на примере компании
ИКЕА

Работу выполнил(а) _____ Безруких. Е.А
(подпись, дата)

Факультет экономический

Направление 38.03.02 - Менеджмент

Научный руководитель
канд. экон. наук, доцент _____ Козырь Н.С.
(подпись, дата)

Нормоконтролер
канд. экон. наук, доцент _____ Козырь Н.С.
(подпись, дата)

Краснодар 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1 Теоретические аспекты менеджмента организации ИКЕА.....	4
1.1 Жизненный цикл компании ИКЕА.....	4
1.2 Системные свойства и основополагающие законы.....	8
1.3 Виды процессов компании ИКЕА.....	10
2 Анализ структуры управления ИКЕА.....	12
2.1 PEST и SWOT анализ.....	12
2.2 Теория Минцберга и Адизеса.....	14
2.3 Школы Минцберга.....	16
3 Совершенствования структуры управления ИКЕА.....	19
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	22
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	23

ВВЕДЕНИЕ

ИКЕА – нидерландская производственно-торговая группа компаний (имеет шведские корни), владелец одной из крупнейших в мире торговых сетей по продаже мебели и товаров для дома.

На первое января 2018 года в России действует четырнадцать магазинов сети (в том числе три в Москве, два в Санкт-Петербурге и по одному в Екатеринбурге, Казани, Краснодаре, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Омске, Ростове-на-Дону, Самаре, Уфе).

В настоящее время управление компаниями является наиболее актуальным вопросом.

Изучив историю становления ИКЕА, её корпоративную культуру, можно смело сказать, что стать частью их большой команды захочет каждый.

Целью данной работы является исследование структуры организации, а так же распознавание проблемы развития фирмы. На основании поставленной цели выдвигаются следующие задачи:

Задачами данной работы являются:

- во-первых, описание сферы деятельности;
- во-вторых, раскрытие миссий, стратегий, а так же целей и задач предприятия;
- в-третьих, изучить основополагающие законы
- в-четвертых, проанализировать годовой отчет и корпоративную культуру компании
- в-пятых, составить PEST и SWOT анализы организации и изучить теорию Минцберга и Адизеса.

Структура курсовой работы состоит из введения, трех глав, шести параграфов, заключения, списка использованных источников (17 наименований), 1 приложения. Общий объем работы составил 24 страницы.

1 Теоретические аспекты менеджмента организации ИКЕА

1.1 Жизненный цикл организации

Компания ИКЕА занимается дизайном и реализацией мебели и сопутствующих товаров для дома, рассчитанных на массового потребителя. Концепция мебели ИКЕА состоит в том, что большую часть мебельного ассортимента покупатели собирают дома самостоятельно, также товары перевозятся в плоских коробках, тем самым снижаются затраты на логику и сервис, что ведёт к более низкой стоимости товаров [12].

Сеть торговых центров компании насчитывала 231 магазин в 24 странах мира (на конец 2008 года), по большей части в Европе; 273 магазина в 25 странах мира (май 2010); с учётом магазинов, открытых на основе франчайзинга сеть состоит из 325 магазинов в 41 стране мира (2013).

На сегодняшний день «ИКЕА» закупает товары у более 1300 поставщиков в более чем 50 странах мира. Компании Swedwood, входящей в концерн ИКЕА, принадлежит более 30 мебельных и деревообрабатывающих предприятий в 11 странах мира.

По состоянию на конец 2016 года, общее число сотрудников ИКЕА – 155 000 сотрудников.

С октября 2014 года ИКЕА начала продавать в своих магазинах в Швеции страховые полисы одного из видов личного страхования – страхования по беременности и родам.

В феврале 2016 года компания запустила продажу мебели с беспроводной зарядкой.

Компания имеет шведские корни и поддерживает имидж шведской компании во всех маркетинговых коммуникациях. Основана в 1943 г. в Швеции Ингвардом Кампрадом.

Ингвар Кампрад начал торговать, когда ему исполнилось 5 лет, он покупал спички оптом в Стокгольме и продавал их в своей небольшой деревне в розницу. Первым покупателем стала его бабушка, которая поощряла юного

бизнесмена. Ингвар продолжал торговлю, разносил товары лично и посылал их по почте, тогда это были ручки, карандаши, кошельки, рамки. В 1948 году в ассортименте впервые появилась мебель, а уже в 1952 году открылся первый магазин ИКЕА в Швеции. Сеть магазинов стала разрастаться, в 1963 году ИКЕА вышла на международный рынок, начав с Норвегии.

Название «ИКЕА» является акронимом, и расшифровывается как «Ingvar Kamprad Elmtaryd Agunnaryd», то есть имя и фамилия основателя и название фермы Эльмтарюд в приходе Агуннарюд, где он родился.

Жизненный цикл компании.

Существует большое количество моделей жизненного цикла, каждая из них предлагает различные основания для изменений [1].

1. Становление – возраст фирмы младше 10 лет, имеет неформальную структуру, во главе — менеджер-собственник.

2. Расцвет – уровень продаж возрастает более чем на 15 %, функционально организованная структура, политика формализована.

3. Зрелость – уровень продаж растет, но прирост составляет менее 15%, более бюрократическая организация.

4. Спад – ограничение выпуска продукции, прибыль падает.

5. Возрождение, главная цель в этот период – оживление организации.

На российском рынке компания ИКЕА – на стадии расцвет. С учетом затрат на организацию сети торгово-развлекательных комплексов в Москве, Санкт-Петербурге и крупных региональных городах торговля здесь убыточна и по прогнозам останется такой еще как минимум три года. В развитие российского бизнеса за три года своей деятельности здесь ИКЕА уже инвестировала около 400 млн. долл. Такую же сумму компания намерена вложить в ближайшие три года. ИКЕА делает акцент на качестве и экологической безопасности своих товаров, чтобы привлечь российских потребителей. Также россиян привлекает богатый ассортимент сервисных услуг и уникальность торгово-развлекательного комплекса.

На рынках Дальнего Востока, Северной Америки и некоторых европейских стран, на которые ИКЕА вышла в последние десятилетия

двадцатого века, товар находится тоже на стадии расцвет. Товар все более признается потребителями. Растут объемы сбыта и прибыльность.

В большинстве европейских стран, особенно родственных Швеции, наблюдаются стадии зрелости. Большинство потребителей, входящих в состав целевой группы, хорошо знают товар и приобретают его. Прибыль компании здесь растет медленно или не растет совсем. Компании следует более полно использовать свои технологические возможности, снижать по возможности издержки, уделить особое внимание улучшению качества. Расходы на маркетинг нужно увеличивать, главным образом на исследование рынков с целью предвидеть изменившиеся предпочтения потребителей и сильные стороны конкурентов, чтобы разработать новые товары и быть готовыми к возможному спаду [7].

1. Миссия предприятия

Бизнес-идея ИКЕА заключается в том, чтобы изменить к лучшему повседневную жизнь многих людей, предлагая широкий ассортимент удобных и функциональных товаров для обустройства дома по таким низким ценам, чтобы как можно больше людей могли их купить [11].

«Изменить к лучшему повседневную жизнь многих людей» .

2. Стратегия

Ключевая идея глобального проекта – приобщить миллионы людей к зеленому образу жизни, облегчив доступ к технологиям устойчивого развития. ИКЕА запустила новую стратегию устойчивого развития «Да – людям и планете!», которая нацелена на сведение к минимуму негативного влияния на экологию и население планеты, вызванного деятельностью ИКЕА. Она описывает основные направления и ставит цели, которые необходимо достичь к 2020 году. Эти меры не только положительно влияют на жизнь людей и окружающую среду, но и способствуют росту бизнеса.

3. Цели

Краткосрочные. Компания ИКЕА сосредоточена не на строительстве новых ТЦ, а на обновлении существующих.

Среднесрочные. Основной фокус работы компании ИКЕА направлен на

модернизацию существующих ТЦ, этим будет занята компания ближайшие пару лет.

Долгосрочные. IKEA Shopping Centres Russia, развивающая торговые центры в России, в 2014г. запустила пятилетнюю программу развития существующих моллов. В настоящее время в стране работает 14 торговых центров в 11 крупнейших городах. Также IKEA запустила новую стратегию устойчивого развития «Да – людям и планете!» до 2020г. Программа нацелена на сведение к минимуму негативного влияния на экологию и население планеты, вызванного деятельностью IKEA.

4. Задачи

1. Совершенствование условий для покупателей
2. Продвижение товаров за счет совершенствование информационно-рекламной деятельности компании.
3. Модернизация производства.
5. Действия

Совершенствование условий для покупателей:

1. Снижение затрат на транспортровку за счет разборной конструкции мебели.
2. Возможность онлайн покупки и самовывоза, тем самым осуществляется экономия на доставке;
3. Покупатели сами собирали мебель, снижая тем самым ее стоимость;
4. Продажа мебели по низким розничным ценам, увеличивая объемы продаж, в отличие от других магазинов, у которых были высокие розничные цены и, соответственно, низкие объемы продаж.

Совершенствование информационно-рекламной деятельности компании.

Основной акцент компании направлен на совершенствование сайта компании, который обеспечивает оперативность службы приема онлайн заказов и осуществления контроля за всей процедурой покупки товаров от заказа до оплаты и доставки.

Задача: к 2020 году общее производство собственной возобновляемой

электроэнергии должно превысить потребление.

1.2 Системные свойства и основополагающие законы

Система (от греч. *systema* – целое, составленное из частей; соединение), множество элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, которое образует определённую целостность, единство.

При определении понятия системы необходимо учитывать теснейшую взаимосвязь его с понятиями целостности, структуры, связи, элемента, отношения и подсистемы [15].

Рассматривая любую организацию как систему можно выявить следующие свойства [15]:

- 1) целостность;
- 2) структурность;
- 3) эмерджентность;
- 4) гомеостазис (самосохранение).

К целостности относится совокупность элементов компании ИКЕА: структура, цели компании, внешнее окружение (связи с окружающим миром). Все они взаимодействуют друг с другом, образуя некоторую целостность и единство компании.

Все сегменты компании ИКЕА, так или иначе, взаимодействуют друг с другом, что говорит о наличии связей и отношений между ними, которые позволяют посредством переходов по ним – от элемента к элементу – соединить два любых элемента структуры. Здесь мы видим проявление такого свойства, как структурность.

Эмерджентность заключается в том, что потенциал компании больше суммы потенциалов элементов, входящих в систему по отдельности, то есть, например, если действовать более слаженно, то Аэрофлот может достигнуть ещё больших успехов.

Гомеостазис – это свойство устойчивости, благодаря которому система всегда стремится восстановить нарушенное равновесие, компенсируя

изменения, возникающие под влиянием внешних факторов. Организация пытается сохранить свой потенциал, поддерживая существенно важные для сохранения системы параметры. Каждый день ИКЕА предлагает новые идеи и находит новые возможности для улучшения рабочих процессов своих клиентов. Компания стремится сохранить свою структуру неизменной и использует для этого все свои возможности.

Теперь рассмотрим основополагающие законы организации [16]. Жизнь организации подчиняется определенным законам. Основным законом организации – закон синергии – заключается в том, что сумма свойств (потенциалов, энергии, качеств) организованного целого превышает «арифметическую» сумму свойств, имеющих у каждого из вошедших в состав целого элементов в отдельности. Например, ИКЕА ведет работу с широким кругом некоммерческих организаций над решением наиболее сложных проблем.

Следующий закон – это закон наименьших, согласно которому структурная устойчивость целого зависит от наименьшей устойчивости части целого. Он используется при анализе деятельности организации или подразделения, так как любой анализ предполагает выявление узких мест (недостатков в работе) и принятия действий по их устранению. Например, долговечность компании ИКЕА не большая. Это их недостаток и слабое место, здесь проявляется закон наименьших.

Еще один закон самосохранения – выживание системы путем поддержания целостности, состояния равновесия и равномерного пополнения ресурсов. Оно связано с адаптацией системы к внешним условиям. Адаптация происходит путем роста (увеличения размеров системы и расширения сферы ее деятельности) и развития (глубокой перестройки структуры и функций системы) системы. Компания ИКЕА, благодаря соотношению цены и качества быстро адаптировалась к внешним условиям, что является законом самосохранения.

И последний – закон онтогенеза, который предполагает, что любая организация проходит в своем развитии определенные фазы (стадии) жизненного цикла. В целом их можно определить так: становление, расцвет,

зрелость, спад, возрождение. Компания ИКЕА находится на стадии расвет.

Таким образом, важно следовать законам и применять системные свойства организации. Анализ свойств позволит выявить сильные и слабые из них, на основе чего принимаются управленческие решения.

1.3 Виды процессов компании ИКЕА

Финансовая штаб-квартира для финансирования глобальных проектов ИКЕА использует международный рынок денег, а также рынок стратегических маркетинговых исследований, которые помогают руководству ИКЕА принять правильное решение относительно дальнейшего стратегического развития компании [11].

Закупочные офисы разных стран активно используют рынок производственных мощностей для того, чтобы размещать глобальные заказы ИКЕА на изготовление мебели и товаров для дома по дизайну и в соответствии с техническими требованиями ИКЕА.

Дизайнерская штаб-квартира в своей работе пользуется информацией об инновационных производственных технологиях, услугами с рынка искусства и дизайна, руководствуется требованиями потребительского рынка, и уделяет внимание покупательским предпочтениям.

Розничные подразделения ИКЕА в своей работе активно используют максимально дешевый рабочий труд.

Наконец, для строительства торговых центров ИКЕА приобретает максимально дешевые участки земли на небольшом удалении от крупных мегаполисов и занимается их девелопментом. ИКЕА привлекает в свои торговые центры большие массы посетителей, и, благодаря этому, может сдавать торговые площади в аренду розничным компаниям по высокой цене.

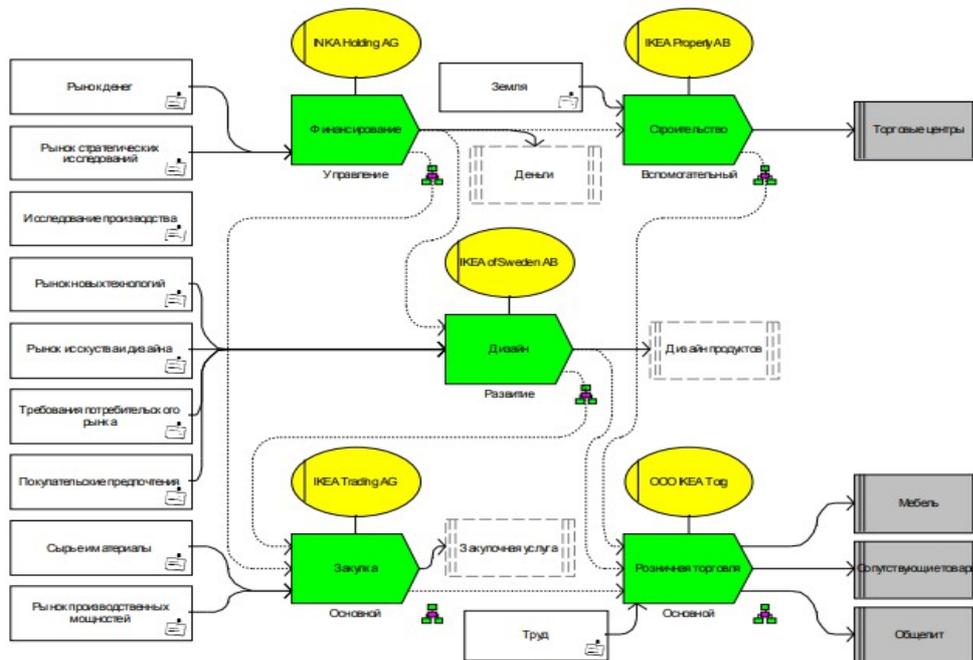


Рисунок 1 – Процессы компании IKEA

Пунктирными линиями на схеме показаны связи между отдельными бизнес-процессами.

Так, финансовая штаб-квартира предоставляет финансирование всем основным подразделениям IKEA, кроме розничных магазинов, которые сами являются источником наличности в структуре компании. Центральное финансирование предоставляется:

- отделам закупки, для финансирования программ развития поставщиков;
- дизайнерской штаб-квартире на оплату процесса дизайна и разработки новых изделий;
- строительному подразделению на обеспечение строительства новых торговых центров.

2 Анализ структуры управления ИКЕА

2.1 PEST и SWOT анализ

Для рассмотрения внешней среды компании ИКЕА было выбрано несколько видов анализа, наиболее полно отражающих ситуацию на рынке.

PEST – акроним для Политических, Экономических, Социальных и Технологических факторов, которые используются, чтобы оценить рынок организационной или бизнес-единицы [2]. PEST-анализ – полезный инструмент понимания рынка, позиции компании, потенциала и направление бизнеса. PEST-анализ помогает руководителю компании или аналитику увидеть картину внешнего окружения компании, выделить наиболее важные влияющие факторы.

Таблица 1 – PEST анализ ИКЕА

Политика	Экономика
Защита прав потребителей	Поддержка местных производителей
Непростые отношения властями	Рабочие места
Налоговая политика	Аренда
Социум	Технология
Ориентировка на потребителя	Удобство транспортировки
Изменение стереотипов	Экологичность производства и забота о природе
Приобщение к шведской культуре	Разобранная мебель

Одним из популярных инструментов в стратегическом планировании развития организации является SWOT-анализ. Данная методология предполагает разделение факторов, описывающих объект исследования, на четыре категории: силы, слабости, возможности, угрозы [2]. Силы и слабости являются факторами внутренней среды изучаемого объекта (т.е. тем, на что сам объект способен повлиять); возможности и угрозы являются факторами внешней среды.

Таблица 2 – SWOT анализ ИКЕА.

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>Низкие цены</p> <p>Креативный дизайн</p> <p>Экологически чистые материалы</p> <p>Независящие от дизайна цены</p> <p>Хорошее качество</p> <p>Многофункциональность</p> <p>Мобильность</p> <p>Простота сборки</p> <p>Наличие интернет магазина</p> <p>Поддержка местного производства</p> <p>90000 рабочих мест</p> <p>Игровая комната, комната матери и ребенка</p> <p>Сервис для людей с ограниченными возможностями</p> <p>Кафе шведской кухни и продуктовый магазин</p>	<p>Расположение магазинов в дали от центра города</p> <p>Отсутствие индивидуальности</p> <p>Сложность контроля</p> <p>Ориентация на цену, а не на потребителя</p> <p>Плохой сервис</p> <p>Недолговечность продукции(6 лет)</p> <p>Неадаптированность товара к русскому рынку</p>
Возможности	Угрозы
<p>Расширение ассортимента</p> <p>Совершенствование экологического производства</p> <p>Бесплатные консультации дизайнеров</p> <p>Изготовление мебели на заказ</p> <p>Производство строительных материалов и одежды для дома</p> <p>Создание мобильного приложения ИКЕА</p>	<p>Появление на рынке новых конкурентов</p> <p>Потеря поставщиков</p> <p>Слишком большой наплыв покупателей, нехватка товаров, очереди</p> <p>Рост средних доходов потребителей уход к конкурентам</p> <p>Недостаточное количество консультантов</p>

Также рассматривая SWOT – анализ, можно выделить несколько сильных сторон, к примеру, доступная цена, ассортимент. Слабой стороной является внешний вид мебели, как выяснилось при анкетировании часть покупателей считает, что мебель компании ИКЕА не всегда отвечает потребностям покупателей в достижении индивидуальности при оформлении интерьера. К возможностям компании отнесены возможность компании повысить свой общий оборот и расширить производственные линии [14].

2.2 Теория Минцберга и Адизеса

Ученый Г. Минцберг предложил рассматривать структуру организации, состоящую из 5 элементов [3]:

1. Стратегическая вершина. (Состоит из старшего руководства организации, ответственного за управление).
2. Средняя линия. (Включает руководство на уровне подразделений)
3. Техноструктура. (Выполняет функции контроля за персоналом, обучением, стратегией, планированием).
4. Вспомогательный персонал. (Включает в себя юристов, специаистов по общественным связям).
5. Операционное ядро. (Все остальные сотрудники организации)

Стратегическая вершина стремится к централизации контроля. Средняя линия стремится построить «империю» вокруг себя. Техноструктура стремится к стандартизации процедур. Вспомогательный персонал стремится к сотрудничеству со специалистами такого же профиля в других организациях. Рабочее ядро стремится к автономии и повышению профессионального статуса [4].

Рассмотрим обобщенную структуру компании ИКЕА по теории Минцберга (рисунок 2).



Рисунок 2 – Структура компании ИКЕА по Минцбергу.

Ицхак Адизес утверждает, что для процветания любой организации, ее результативной работы важна комбинация четырех основных функций [5].

Ицхак Адизес выделяет 4 основные роли в менеджменте:

- Производство результатов (Р),
- Администрирование (А),
- Предпринимательство (Е),
- Интегратор (I).

Производство результатов (Р). Первая роль в управлении связана со способностью производить результаты.

Администрирование (А). Чтобы организация оставалась эффективной в краткосрочный период, ей необходим администратор.

Предпринимательство (Е). Предпринимательство обеспечивает организации результативность в долгосрочной перспективе.

Интеграция (I). Интеграция обеспечивает организации эффективность в долгосрочной перспективе.

По мнению Адизеса, вариантов РАЕI-кода очень много – их столько, сколько всех людей на земле. Заменяя буквы на цифры от 1 до 9, можно получить более точные коды [13].

Идеального руководителя, который может одновременно выполнять все четыре функции, по мнению И. Адизеса, не существует. Чтобы быть действительно хорошим руководителем, достаточно хотя бы минимально уметь выполнять каждую из функций и иметь стиль, соответствующий как этапу жизненного цикла организации, так и задаче, стоящей перед ним.

Рассмотрим теорию менеджмента (РАЕI) И. Адизеса на примере организации ИКЕА.



Рисунок 3 – Организационная структура компании ИКЕА через призму модели РАЕІ

2.3 Школы Минцберга

В стратегическом менеджменте, существуют различные направления или школы, которые хотя и разделяют общие базисные принципы, но, тем не менее, по-разному расставляют исследовательские акценты, выделяя при этом те или иные методологические приоритеты [6].

По определению Г. Минцберга их всего 10:

1. Школа дизайна – формирование стратегии как процесс осмысления.
2. Школа планирования – формирование стратегии как формальный процесс.
3. Школа позиционирования – формирование стратегии как аналитический процесс.
4. Школа предпринимательства – формирование стратегии как процесс

предвидения.

5. Когнитивная школа – формирование стратегии как ментальный процесс.

6. Школа обучения – формирование стратегии как развивающийся процесс.

7. Школа власти – формирование стратегии как процесс ведения переговоров.

8. Школа культуры – формирование стратегии как коллективный процесс.

9. Школа внешней среды – формирование стратегии как реактивный процесс.

10. Школа конфигурации – формирование стратегии как процесс трансформации.

Рассмотрим две школы, принципы которых можно было бы порекомендовать компании ИКЕА.

В модели школы планирования, в отличие от модели школы дизайна, стратегия – это результат контролируемого, осознанного процесса формального планирования, разбиваемого на отдельные шаги, схематически изображенного в виде контрольных таблиц и соответствующих моделей. Процесс разработки стратегии – это набор формализованных процедур проектирования, программирования и планирования. Стратегический план формируется в результате прогнозирования, ситуационного и сценарного анализа внутренней и внешней среды. Стратегическое планирование предполагает структурирование целей и задач, разработку стратегических и операционных планов по уровням организационной структуры фирмы.

Поскольку школа стратегического планирования призывает разрабатывать цели и задачи организации в количественной форме, которые удобно представлять в виде графиков и таблиц, особый упор в этой школе делается именно на количественной интерпретации целей организации и разработке последовательности шагов и соответствующих процедур (декомпозиции, составления различных таблиц и др.). Компании ИКЕА стоит больше разрабатывать схематические изображения в виде контрольных таблиц и

поддерживаемых соответствующими методами.

Школа власти в условиях жесткой конкурентной борьбы идеи развития какого-либо отдела, выдвигаемые линейными менеджерами, при внимательном изучении высшим руководством могут «вырасти» в генеральную стратегическую линию организации в целом. Эта школа рассматривает формирование стратегии как политический процесс реализации стратегии организации, в котором происходит учет и нахождение компромисса интересов всех его участников. Управляющим компании ИКЕА стоит реализоваться с помощью переговоров между конфликтующими руководителями или группами руководителей внутри организации или между конфликтующими организациями.

3. Совершенствования структуры управления ИКЕА

Бухгалтерская отчетность – единая система данных об имущественном и финансовом положении организации и о результате ее хозяйственной деятельности, составляемая на основе данных бухгалтерского учета по установленным формам [8].

Годовой отчет составляется по окончании года. Он представляется собственникам, налоговой инспекции, органам государственного управления. Срок представления годового отчета – до 1 апреля следующего за отчетным года, квартального – не позднее 30 дней по окончании отчетного периода.

Бухгалтерская отчетность должна давать достоверное и полное представление об имущественном и финансовом положении организации, а также о финансовых результатах ее деятельности. Достоверной и полной считается бухгалтерская отчетность, сформированная и составленная исходя из правил, установленных нормативными актами бухгалтерского учета.

Изменения в бухгалтерской отчетности, относящиеся как к отчетному году, так и к предшествовавшим (после ее утверждения), производятся в отчетности, составляемой за отчетный период, в котором были обнаружены искажения ее данных.

В зависимости от периодичности составления и представления отчетность делится на квартальную и годовую.

В годовом отчете компании ИКЕА удалось продемонстрировать, что суммарная выручка компании ИКЕА в 2016 году выросла на 7,4% в сравнении с 2015 годом и составила 35,1 млрд евро. В России продажи ИКЕА увеличились на 1%. В течение года магазины ИКЕА посетили 783 млн человек, в России эта цифра достигла 70 млн. Чистая прибыль по всем рынкам составила 4,2 млрд евро.

Таким образом, можно сказать, что годовой отчет является важным как для организации, так и для её клиентов. Годовой отчет позволяет донести стратегическую информацию для покупателей и тем самым улучшить имидж компании.

Корпоративная культура – это набор правил и ценностей, которые явно

или неявно культивируются в компании [9].

Цели и задачи корпоративной культуры как внутренней среды любого предприятия заключались в формировании чувства сопричастности персонала и его солидарности с миссией и стратегией предприятия, а вследствие этого, мотивации на достижение успеха в его деятельности.

Другими словами, корпоративная культура рассматривалась как средство создания благоприятных условий, способствующих повышению эффективности управления предприятием и достижению им конкурентоспособности на рынке товаров и услуг [10].

Ч. Ханди выделяет 4 вида корпоративных культур: культура власти, ролевая культура, культура задачи, культура личности [17].

Культура власти опирается на личность руководителя и его ближайшее окружение, поскольку именно в их руках сосредоточены все важнейшие ресурсы организации. Достижение результатов в такой культуре несравненно более значимо, чем средства, используемые для их достижения. Поэтому деловой успех часто соседствует с невысокой моралью.

Культура роли основана на строгой специализации подразделений и сотрудников, чью деятельность координирует немногочисленное по своему составу верхнее звено управления. В таких организациях высока степень формализации и стандартизации деятельности и отношений.

Культура задачи основана на объединении целей и интересов организации и ее сотрудников. Основной контроль в подобной организации сосредоточен на высшем уровне управления.

Культура личности подразумевает, что организация существует лишь для того, чтобы способствовать развитию составляющих ее людей и содействовать достижению их собственных целей. Иных задач такая организация перед собой не ставит.

Для компании ИКЕА наиболее подходящей является культура задачи. Основатель ИКЕА – Инград Кампрад – ключевая фигура в истории корпоративной культуры компании. Компания ИКЕА, постоянно работая над своим корпоративным уровнем, старается внедрить и донести ценности

корпоративной культуры не только до сотрудников, но и до потребителей. Для самой организации важно, чтобы сотрудники понимали, что именно они и есть носители этой культуры. И как показали исследования, все работающие в ИКЕА, верят, что их труд направлен на повышение уровня жизни общества. Поэтому они любят работать в ИКЕА. Они верят, что своим трудом помогают изменить окружающий мир к лучшему. Главный лозунг ИКЕА звучит так: «Изменить к лучшему повседневную жизнь многих людей» [12].

Магазин заботится о людях, которые часто забывают дома карандаши и рулетку, для этого через каждые пять метров в магазины установлены стойки, где карандаш и сантиметр можно взять совершенно бесплатно. Главное правило – быть мягкими с посетителями и жесткими с поставщиками. В магазине можно присесть, прилечь, переставлять мебель и предметы интерьера в комнатах. Менеджеры магазина не имеют право покупать дорогие машины, летать бизнес классом или останавливаться в отелях выше трехзвездочного. Даже сам основатель компании до сих пор ездит на стареньком «Вольво». Благодаря выбранной «политике» компания существует столь продолжительное время. И в последствии корпоративная культура будет изменяться в зависимости от обстоятельств.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного мной исследования можно сделать выводы.

В первой главе работы описаны теоретические аспекты организации. Компания ИКЕА, которая вот уже более 60 лет создает мебель и предметы интерьера собственного дизайна. Одной из ведущих сфер деятельности компании в настоящее время является производство и розничная продажа мебели и товаров для дома. Компания пришла на российский рынок в 2000 году.

ИКЕА видит свою миссию в том, чтобы изменить к лучшему повседневную жизнь многих людей, предлагая мебель и товары для дома высокого качества по доступным ценам. Помимо истории и миссии компании, в работе отмечено стратегия, цели, задачи, основополагающие законы.

Так же рассмотрен жизненный цикл компании, в котором можно прийти к выводу, что компания на российском рынке компания ИКЕА – на стадии рассвет. В большинстве европейских стран, наблюдается стадия зрелости.

Во второй главе работы рассмотрен анализ структуры управления ИКЕА. Исследованы PEST и SWOT анализ компании, составлена организационная структура компании ИКЕА по теории Минцберга и через призму Адизеса.

По SWOT – анализу можно смело сказать, что компания ИКЕА конкурентоспособна, так как в ней наблюдается соотношение хорошего качества и низкой цены, тем самым закрывает глаза на слабые стороны, таких как расположение магазинов в дали от центра города. Так же у компании есть возможность расширение ассортимента, этим она приглушает угрозы слишком большого наплыва покупателей.

В третьей главе рассмотрен годовой отчет компании ИКЕА, а так же корпоративная культура. Было выяснено, что постоянно работая над своим корпоративным уровнем, компания старается внедрить и донести ценности корпоративной культуры не только до сотрудников, но и до потребителей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Адизес. И. Управление жизненным циклом корпораций / пер. с англ. В. Кузина. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 512 с. : ил.
- 2 Карлоф Б. Деловая стратегия. Концепция, содержание, символы / Москва: Экономика, 2013 – с.239
- 3 Г. Минцберг /Структура в кулаке: создание эффективной организации / Пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2013. – 512 с.: ил. – (Серия «Деловой бестселлер»).
- 4 Олянич. Д. В. Теория организации: учебник. Ростов н/Д: Феникс, 2013. – (Высшее образование)
- 5 Адизес. И. Стили менеджмента – эффективные и неэффективные / ; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2014. – 199 с.
- 6 Г. Минцберг, Б. Апельстрэнд, Дж. Лэмпел. Школы стратегий / – М.: Книга по Требованию, 2017. – 330 с
- 7 Д. Миллер и П. Фризен, Широкова Г.В. Жизненный цикл организации: эмпирические исследования и теоретические подходы / Российский журнал менеджмента. - 2015. - №3. - С.85-90
- 8 Налоговый кодекс Российской Федерации: по состоянию на 9 февраля 2018 года. – Москва: 3439 – 7 ГД. (Статья 2)
- 9 Шипилов С. Корпоративная культура на местах // Управление компанией. -2016.-№5.-С.25
- 10 Иванова, Т. Б., Журавлёва, Е. А. Корпоративная культура и эффективность предприятия [Текст] : Монография/ – М. : РУДН, 2011. – 152 с. : ил.
- 11 Официальный сайт «ИКЕА» [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.ikea.com/>
- 12 Официальный сайт «ИКЕА» [Электронный ресурс] – режим доступа : в России <http://www.ikea.com/ru/ru/>
- 13 Сайт «Модель лидерства Адизеса» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/>

14 Третьякова Е.П. Теория организации: учебное пособие. – М.:КНОРУС, 2014. 224 с.

15 Кузнецов, Ю. В. Теория организации : учебник для бакалавров / Ю. В. Кузнецов, Е. В. Мелякова. – М. : Издательство Юрайт, 2015.

16 Латфуллин Г. Р., Райченко А. В. Теория организации : Учебник для вузов. – СПб.: Питер. 2014. 395 с.

17 Дафт Р.Л. Теория организации / пер. с англ. под ред. Короткова Э.М. – М.: Юнити-Дана. 2017. 736 с.