

**Характеристика организационной культуры компании
«IKEA» по Харрису и Морану
Выполнила студентка группы М5О-102Бк
Орлова Анастасия**



Основы компании



WIR PACKEN MIT AN!
IKEA®

" Главное в управлении - это любовь.
Если вы не завоеуете симпатии
людей, вы не сможете ничего им
продать."

Ингвар Кампрад

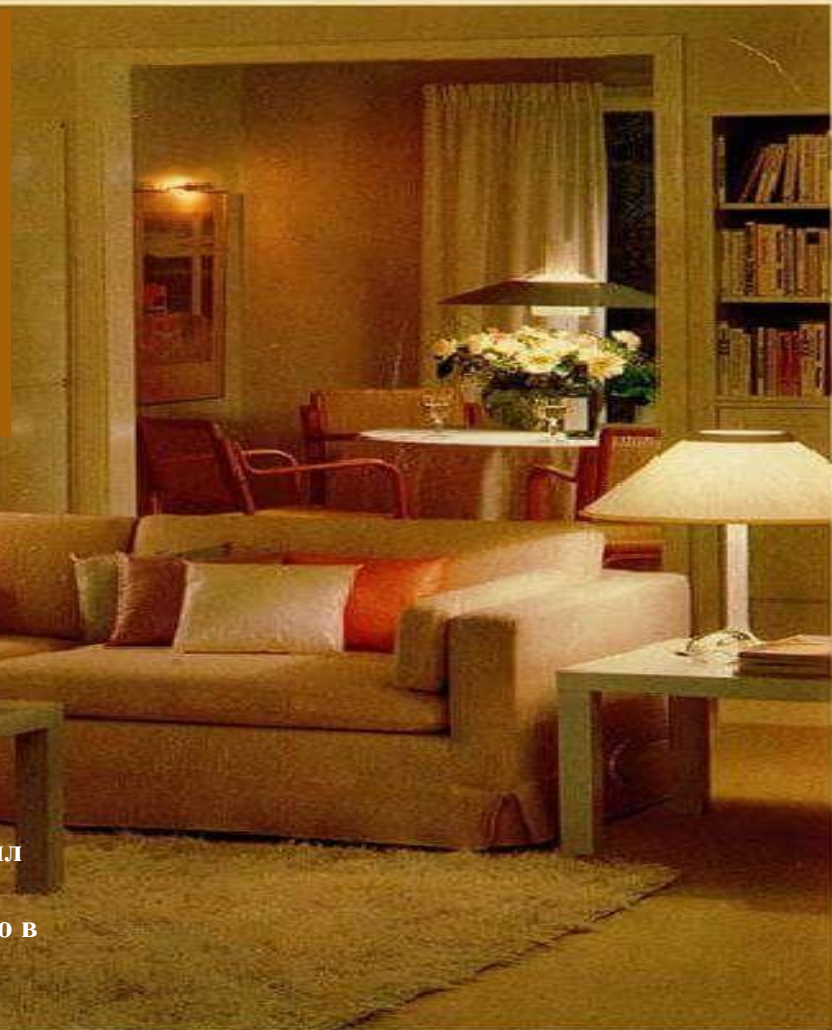
IKEA 1983

Läs om soffan Småland på sidan 43.

Основы компании IKEA

Компания была основана в 1943 году, общее количество сотрудников группы компаний IKEA - 90000 человек. Компания IKEA работает в 44 странах мира.

Название компании — аббревиатура, которая расшифровывается следующим образом: инициалы создателя (Ingvar Kamprad), к которой Ингвар добавил название фермы на которой он вырос (Elmtaryd), расположенной в волости Agunnaryd (Агуннарюд), что в Южной Швеции. То есть IKEA – это Ingvar Kamprad Elmtaryd Agunnaryd.



Här får du Sveriges största heminredningssortiment. En idégivare att bläddra i när du skapar eller förnyar ditt hem. Och rena, rama sparbanksboken när du ser till priserna. Spar den! Katalogen gäller från 26 juli 1982 och 12 månader.



PRIS 10:-

Философия, миссия, цель, ценности

Ценности IKEA:

- единство
- забота о людях и планете
- осознание расходов
- простота
- обновление и улучшение
- отличие со смыслом
- брать на себя и делегировать ответственность
- руководство личным примером

Миссия IKEA: «Изменить к лучшему повседневную жизнь многих людей».



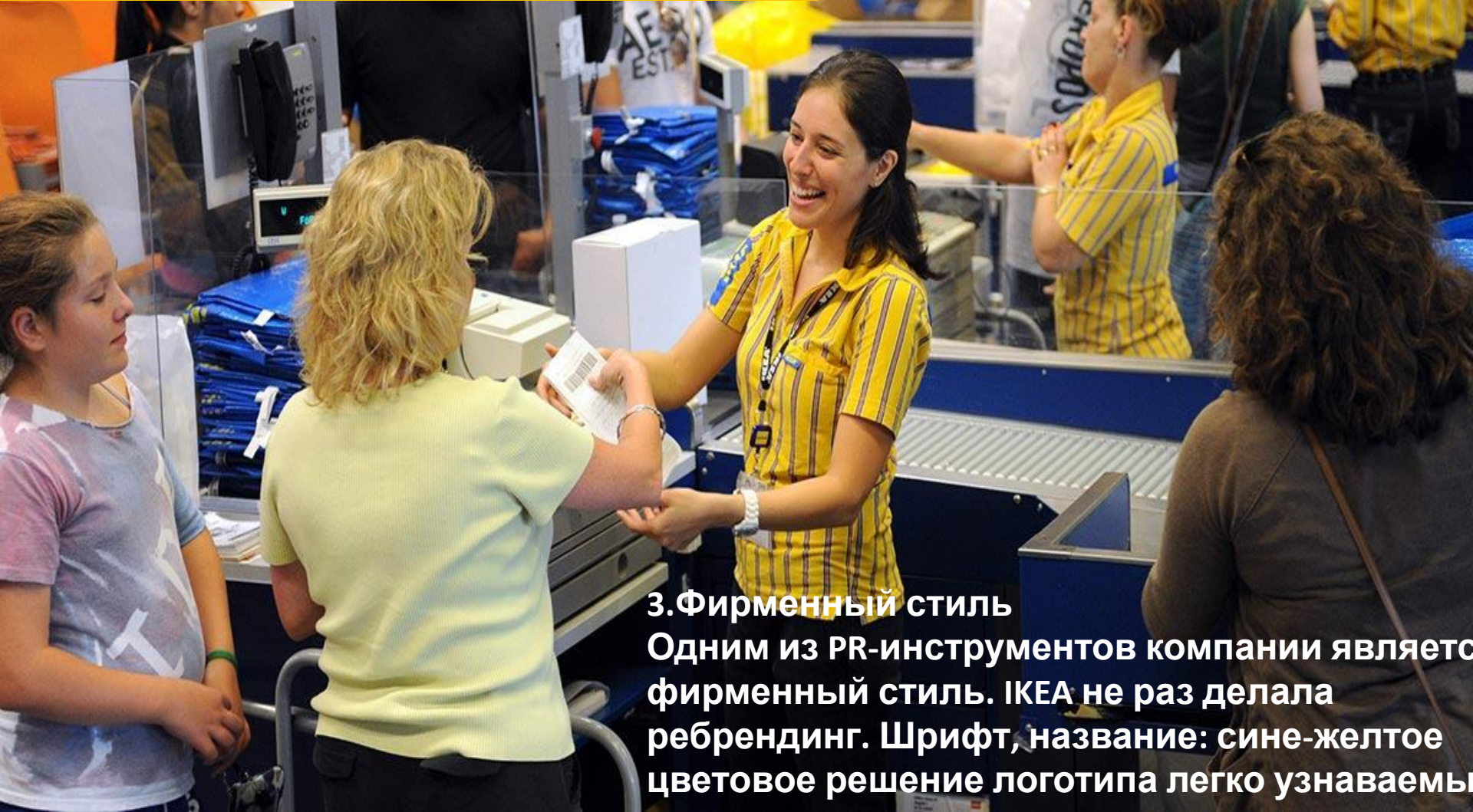


Характеристика организации по Харрису и Морану:

1. Осознание себя и своего места в организации

Работать в Inter IKEA Systems - все равно что работать с друзьями. Культура IKEA основана на духе единения, энтузиазма и веселья, есть представительства по всему миру, есть возможность предложить широкий спектр увлекательных ролей и заданий от дистрибуции до дизайна магазина, до розничной продажи и поддержки дизайна интерьера

2. Коммуникативная система и язык общения
Сотрудники общаются между собой не на всем понятном языке, в том числе и посредством громкоговорящей трансляции. Основные гипотетические ситуации закодированы номерами, которые периодически меняются во избежание расшифровки.



3. Фирменный стиль
Одним из PR-инструментов компании является фирменный стиль. IKEA не раз делала ребрендинг. Шрифт, название: сине-желтое цветовое решение логотипа легко узнаваемы

4.ПРИВЫЧКИ В ОБЛАСТИ ПИТАНИЯ
СОТРУДНИКИ ОТДЕЛА ПИТАНИЯ готовят и продают вкусную и здоровую еду, прошедшую обязательную сертификацию.— Заботятся об удобстве посетителей.— Напоминают покупателям о шведском происхождении бренда через вкусные и полезные блюда.— Демонстрируют уютную обстановку, созданную в Ресторане при помощи мебели и аксессуаров ИКЕА.— Укрепляют имидж ИКЕА как магазина, предлагающего доступные цены и высокое качество продукции.

5.Осознание фактора времени

В московском офисе ненормированный рабочий день, хотя формально он длится с 09:00 до 18:00. У магазинов график жёстко спланирован, в нём точно указано, сколько сотрудников должно быть на рабочем месте в зависимости от времени и дня недели





7. Взаимоотношения между сотрудниками

К тому же в компании полностью отсутствуют бюрократия при общении с руководством и страх сотрудника перед наказанием: все общаются друг с другом на равных, невзирая на занимаемые должности и возраст.

8. Истории, легенды организации

1) Названия для товаров выбираются случайным образом с помощью специальной программы. Это делается для забавы, многие покупатели, заметив смешное название какой-нибудь безделушки, скорее всего захотят приобрести ее.

9. Процесс развития работников

Конечно, здесь проводятся традиционные тренинги, но это лишь малая часть того обучения, которое они предлагают, и уж точно не самая важная. Можно удивиться, но главный источник новых знаний и навыков в ИКЕА — это сам по себе процесс работы. Сотрудники извлекают уроки из рутинных ситуаций, перенимают опыт своих коллег или учатся чему-то вместе с наставником или менеджером.



10. Мотивация сотрудников и бренд квалификации работодателя

В IKEA выделяют несколько принципов мотивации сотрудников:

- важность того, что делается сотрудниками
- признание результатов работы
- доверие к сотрудникам, единство и сплоченность с ними

- обучение и развитие во время работы

И еще одно правило компании ИКЕА: только в том случае, если руководитель стремится создать дружный коллектив, у сотрудников неизбежно появятся силы и желание работать.

Вывод:
На данный момент IKEA — один из крупнейших брендов мира. Позиции компании на международном рынке выглядят практически незыблемо. За свою историю IKEA смогла выдержать жесткую конкуренцию, мировые кризисы и громкие скандалы. Идеология бренда может служить отличным примером того, как нужно строить корпоративную культуру. Без сомнения, главную роль в развитии IKEA сыграл ее основатель. Ведь он смог с нуля создать компанию, способную выдержать любые перемены. Деяния Ингвара Кампрада могут служить отличным примером того, как нужно работать, чтобы воплотить свою мечту в реальность.



Спасибо за внимание