**Задание для практического занятия по лекции 1**

*IKEA — особенность оптимизации операционной деятельности*

***IKEA****(«ИКЕА», также иногда произносят как «Икея») —*[*нидерландская*](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%8B)*производственно-торговая компания (имеет*[*шведские*](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A8%D0%B2%D0%B5%D1%86%D0%B8%D1%8F)*корни), владелец одной из крупнейших в мире торговых сетей по продаже*[*мебели*](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B1%D0%B5%D0%BB%D1%8C)*и*[*товаров для дома*](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%8B%D1%82%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5_%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8B)*. Полное наименование — IKEA International Group. Штаб-квартира — в городе*[*Делфте*](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D0%BB%D1%84%D1%82)*, провинция*[*Южная Голландия*](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AE%D0%B6%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%93%D0%BE%D0%BB%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D1%8F)*.*

*Компания IKEA занимается дизайном и реализацией мебели и сопутствующих товаров для дома, рассчитанных на массового потребителя.  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.*

*В 2014 году о****бщий объем продаж****компании составил 28,7 млрд евро. Открыто 315 магазинов в 27 странах мира: 51 в Северной Америке, 222 в Европе, 23 в Азии (14 в России). В ассортименте компании 9500 наименований товаров. Работает в организации 147 000 человек. Поставщиками ИКЕА являются 1002 производителя товаров для обустройства дома в 51 стране.*

*Концепция работы IKEA была разработана ее основателем Ингваром Кампрадом (IngIngvar Kamprad). Она заключается в том, чтобы обеспечивать потенциальных потребителей функциональной мебелью хорошего качества, доставляемой без задержки, по низкой цене, чтобы обеспечить ею как можно большее число покупателей. Для послевоенного рынка 1950-х гг. эта идея была инновационной по своей природе. Мебель в то время была дорогостоящей и предназначалась для людей с высокими доходами.*

*Основой такой концепции стала идея основателя фирмы И. Кампрада — как можно больше снизить издержки во всех областях бизнеса. В результате им были разработаны новые способы дизайна и продажи мебели. Прежде всего за счет перевода производства в страны, где затраты на рабочую силу значительно меньше. Пионером в этом стала Польша (экспорт продукции с 1961 по 1998 г. возрос с 69 тыс. крон до размера почти в 2 млрд крон), затем были опробованы и другие страны, в том числе и Китай.*

*Во-вторых, было решено использовать в производстве более дешевые сорта древесины, а также приобрести лесные участки, что способствовало повышению контроля всего процесса. Таким образом, были заложены основы вертикальной интеграции предприятий в группу Swedwood.*

*В-третьих, анализ затрат на перевозку показал, что их можно сократить на 80% за счет использования плоских картонных коробок при транспортировке разобранной мебели.*

*В-четвертых, было принято решение предложить покупателям самостоятельно вывозить упакованную мебель из магазина и собирать ее на дому собственноручно.*

*В-пятых, были установлены уникальные отношения с поставщиками, которым был предложен гарантированный объем закупок по периодам в обмен на более низкую стоимость, что позволяет организовать массовое производство и как результат сократить издержки на производство.*

*В-шестых, магазины компании располагаются, с момента основания и по сей день, за пределами городов, что позволяет минимизировать издержки на использование земли. Этим политика компании IKEA отличалась от конкурентов, которые стремились располагать свои магазины в центре городов.*

*В-седьмых, согласно концепции компании в IKEA, налажена технология всеобъемлющего использования потенциала ресурсов. Так, древесина перерабатывается практически полностью (за исключением листьев), а из отходов от переработки изготавливаются брикеты, которыми можно топить печи и камины.*

*Функциональность, широкий ассортимент товаров (9500 артикулов, 80 тыс. вариаций разного цвета и размера) способствует привлечению разных категорий покупателей. Причем система управления добилась того, что во всех магазинах сети представлен однородный ассортимент товаров. Дизайн же товаров по-прежнему осуществляется в соответствии со шведской спецификой «демократичного комфорта». При этом именно IKEA ввела такие понятия, как «diversity» («разнообразие») и «free range» («свободный ассортимент») для адаптации стандартного ассортимента товаров к нуждам покупателей именно этого региона (например, покупателям в мусульманских странах предлагаются кисточки на диван).*

*Для увеличения удовольствия покупателей от посещения магазинов им предлагаются дополнительные услуги: рестораны буфетного типа, где можно приобрести продукты по выгодной цене; специальные игровые площадки для детей, на которых дети находятся под присмотром профессионалов, в то время как родители могут свободно совершать покупки.*

**Вопросы по кейсу**

1 . Дайте классификацию операций, выполняемых в магазинах IKEA .

2 . В чем заключается концепция IKEA по привлечению покупателей?

3 . Каким образом оптимизируется операционная деятельность в IKEA