

# ИКЕА

ВДОХНОВЛЯЮЩАЯ  
ИСТОРИЯ УСПЕХА  
ИНГВАРА  
КАМПРАДА

А.Б. КУЛАКОВА





**Уроженец Швеции Феодор Ингвар Кампрад открыл свое дело и стал одним из богатейших людей на свете, основателем мебельного гиганта IKEA. Как уроженцу крохотной шведской деревни удалось обустроить квартиры в городах всего мира, вы узнаете из нашей истории.**

Ингвар появился на свет 30 марта 1926 года на крохотной ферме Эльмтарюд, расположенной на юге Швеции. С самого детства маленький Ингвар проявлял предприимчивость и смекалку. Его первым бизнесом была продажа спичек и карандашей, которые ему привозили родственники из Стокгольма, своим одноклассникам. Также Ингвар, катаясь по городу на велосипеде, предлагал свой мелкий товар случайным прохожим. И по его воспоминаниям, именно ощутив ту радость от первых вырученных денег, он понял, что предпринимательство будет делом его жизни.

Заработанные деньги Ингвар старался не тратить. Подросток все свободное время отдавал размышлениям о том, каким образом создать успешное дело и увеличить продажи. В 17 лет Ингвар решает открыть фирму, одолжив небольшую сумму денег у своего отца. Первая фирма была оформлена тоже на отца, ввиду юного возраста Ингвара. Так в 1943 году появилась «Икея», первая и очень маленькая фирма. Аббревиатура названия расшифровывалась очень просто: «Ингвар Кампрад с фермы Эльмтарюд, что рядом с деревней Агуннарюд». В начале своего пути «Икея» занималась разнообразными товара-



ми: продавали ручки, кошельки, рамки для фотографий, скатерти, часы, ювелирные изделия, чулки и небольшую мебель. Для того чтобы увеличить прибыль, Ингвар придумал и выпустил небольшой каталог своих товаров. Заказы принимались по почте, а отправлялись с помощью перевозчика молока, с которым молодой предприниматель договорился о так называемом «партнерстве».

Идея заниматься именно мебелью возникла на почве соперничества. Однажды в газете Ингвар увидел, что его главный конкурент рекламирует мебель. Ему захотелось во что бы то ни стало обойти его. И возникший азарт, интерес и желание превосходства определили его судьбу в тот момент. А еще тот факт, что в Швеции только очень богатые люди могли себе позволить даже простой стул. Начинающему бизнесмену захотелось сделать доступными любые предметы интерьера, независимо от положения в обществе и накопленного капитала. Он даже сформулировал свою идею в такой лозунг: «Лучше я продам 600 стульев по низкой цене, чем 60 по высокой». Вскоре в «Икее» появились первые крупные товары – кресло и кофейный столик. Интересный факт, принесший изюминку его бизнесу и ставший его визит-

ной карточкой: у каждого предмета мебели было свое название, а не числовой артикул.

Далее Ингвар Кампрад выпускает каталог, который назвал «Новости Икеи», основной аудиторией которого стали люди с низкими доходами, не имеющие возможности позволить себе роскошные предметы интерьера. В первые годы заказы на изготовление мебели Ингвар делал у местных владельцев фабрик, но в 50-х гг. решил и приобрел маленький полуразрушенный завод, на котором стал самостоятельно выпускать еще более доступные товары. Однако этот факт ставил под угрозу существование аналогичных компаний не только в городе, но и в стране. Именно поэтому Национальная Шведская ассоциация продавцов мебели принимает решение о том, чтобы все лесозаготовители в стране прекратили деловые отношения с Ингваром. Но если бы его биография не пестрила сложностями и трудностями, вряд ли бы у «Икеи» был такой успех на сегодняшний день. Предприниматель находит креативное решение – закупать





необходимые для производства материалы и комплектующие для сборки в Польше. Это сделало его продукцию еще доступнее. Основатель корпорации с мировым именем на сегодняшний день уже тогда воспринимался как опасный и хитрый

конкурент, несмотря на свой молодой возраст. Он хватался за любую идею, дорабатывал и применял в бизнесе. Например, побывав в Америке, он заметил, что в крупных магазинах люди сами себя обслуживают, а потом вывозят товары к машинам самостоятельно, пользуясь тележками. А еще увидел, что покупатели с удовольствием собирают шкафы, стеллажи и прочее, как конструкторы «Лего».

Проанализировав свои наблюдения, Ингвар стал выпускать специальную разборную мебель. Ее легко было доставить в любую точку страны и мира, в силу того что она компактно умещалась в коробках. Процесс сборки упростил, составив подробные и простые инструкции, чтобы даже женщина могла без проблем справиться с ней.



Знаменитые стеллажи IKEA из серии Billy достигли такой популярности, что к их цене в различных странах мира компания Bloomberg привязала свой индекс покупательной способности. Так, по состоянию на 2015 год дешевле всего Billy стоил в Словакии (\$39,35), дороже всего – в Египте (\$101,55), а средняя цена составляла \$58,10 (Bloomberg).



В 1963 году он открыл большой магазин в пригороде Стокгольма. Это позволило сэкономить на оплате за землю: там она оказалась дешевле, чем в городе. Было много пространства, чтобы организовать парковку, ведь предполагалось, что люди будут приезжать на машине, чтобы посвятить день прогулке и выбору необходимых материалов для дизайна. Цветовая гамма фасада изначально была в красно-белых тонах, но со временем все торговые центры приобрели национальные цвета страны – желто-синие.

**В Британии, согласно исследованиям, на воскресные завтраки в кафе при магазинах ИКЕА иногда приезжает вдвое больше посетителей, чем на церковные богослужения (The Guardian, 2004 год)**

Открывая магазин, Ингвар не изменяет себе и ищет новые идеи для бизнеса. Размышляя над тем, как заманить покупателей, владелец будущей корпорации придумывает хитрость: обещает каждому посетителю чашечку кофе с булочкой. На

открытие пришло больше тысячи человек. И каждый из них получил обещанное угощение. Юный предприниматель осознал, что, если соблазнять покупателя удовольствием и бесплатными поощрениями, это непременно его привлечет. Эта концепция легла в основу философии его компании. В дальнейшем в каждом магазине «Икея» был открыт ресторан быстрого питания. У посетителей была возможность отдохнуть и перевести дух перед дальнейшими покупками.

Состояние юного предпринимателя стремительно увеличивалось, и уже в 1969 году он открыл еще один магазин, уже в Дании, а также распределительный центр. Большое количество покупателей было обеспечено в силу того, что «Икея» предлагала дешевые багажники на машины. Люди готовы были преодолеть невероятное количество километров, чтобы найти дешевый и качественный товар. Это решение оказалось очень прибыльным, доход компании возрос в несколько раз всего лишь за год.



Магазин в Дании имел лишь один недостаток – слишком быстро закончилась продукция. Выходом из данной ситуации оказался совершенно новаторский ход – запустить всех клиентов на склад. Это оказалось настолько гениальной идеей, что многие современные компании повторяют эту стратегию. Плюс он обустроил целые комнаты, рассматривая которые человек мог вдохновиться и понять, как именно хочется оформить свой дом. Теперь

посетители будто находились в выставочном центре, имея возможность приобрести понравившийся товар. Девизом фирмы стал лозунг: «Есть идея – есть Икея». Завоевав внимание и выиграв конкуренцию в своей стране, он понял, что настала пора выходить на международный рынок. Начать решил со Швейцарии, продолжил в Германии, Австрии и т.д. На сегодняшний день этот брэнд находится в каждой четвертой стране мира.

По легенде, идея плоской упаковки товаров родилась, когда в 1956 году сотрудник ИКЕА пытался упаковать чертежный мольберт в багажник машины. Ему удалось это сделать только тогда, когда он отвинтил ножки и остальные части (<https://ledigital.ru/branding/ikea-history>)



Семейная жизнь Кампрада тоже была достаточно насыщенной. Он был дважды женат. От первого брака с Черстин Вадлинг у него была приемная дочь Анника Кильбум. От второго, с Маргаретой Стеннерт, у Кампрада трое сыновей: Петер, Юнас и Матиас. Все они продолжают дело отца, который в основанной им же фирме в последние годы занимал должность старшего советника.



Кампрад был уверен, что «Икее» есть куда расти: при всех ее достижениях компания пока что представлена не в каждой стране мира.

На сегодняшний день «Икея» – это один из крупнейших брендов мира. За свою историю она смогла выдержать жесткую конкуренцию, мировые кризисы и громкие скандалы. Без сомнения, главную роль в создании и развитии корпорации 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.

В заключение напомним, что у Ингвара Кампрада не было высшего образования, но это не помешало ему стать очень влиятельным человеком в мире. Он считал, что без энтузиазма невозможно добиться реализации своих планов и желаний. Так что сил и упорства вам, дорогие наши читатели, в постановке и достижении целей!



## Источники

1. <https://www.ikea.com/ru/ru/this-is-ikea/about-us/nashe-nasledie-puba0e6edc>
2. <https://ledigital.ru/branding/ikea-history>
3. <https://ru.sweden.se/ljudi/ikea-dom-kotoryj-postroil-ingvar>
4. <https://vc.ru/story/12174-ikea-story>
5. <https://moneymakerfactory.ru/spravochnik/kamprad-ingvar-ikea>



**IKEA**

