

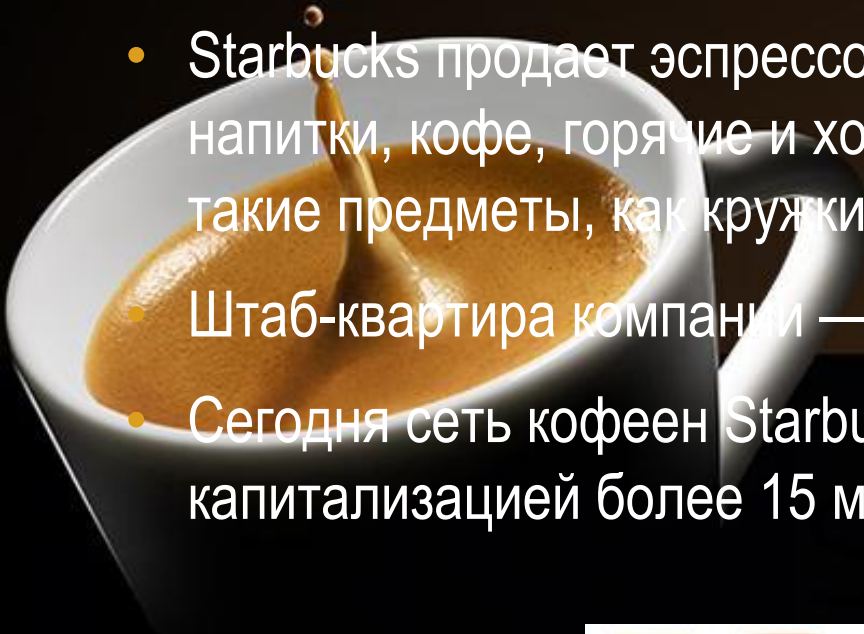


STARBUCKS

Керимбеков Бекжан

# ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ.

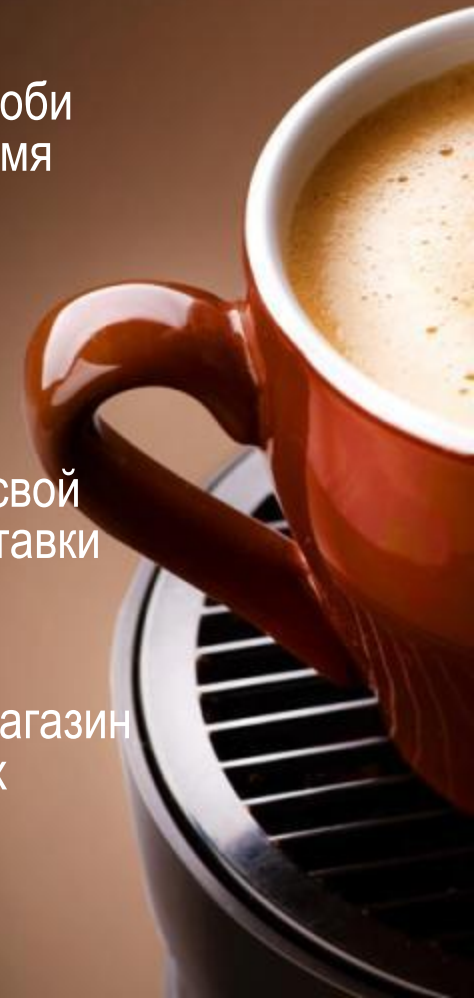
- Starbucks является самой крупной кофейной компанией в мире, с сетью кофеен более 19 тыс. в 60 странах, в том числе 12 781 в США, 60 в России.
- Starbucks продает эспрессо, другие горячие и холодные напитки, кофе, горячие и холодные сэндвичи, пирожные, закуски и такие предметы, как кружки и стаканы.
- Штаб-квартира компании — в Сиэтле.
- Сегодня сеть кофеен Starbucks — это глобальная корпорация с капитализацией более 15 млрд. долларов.



# ИСТОРИЯ.



- С момента основания в 1971 году компания занималась розничной и оптовой торговлей кофе в зернах в американском Сиэтле, штат Вашингтон.
- При выборе имени для магазина сначала рассматривалось название китобойного судна из романа Германа Мелвилла «Моби Дик» — «Пекод», но в итоге оно было отвергнуто, а выбрано имя первого помощника Ахава — Старбака.
- Логотипом стало стилизованное изображение сирены.
- В 1987 году магазины Starbucks были проданы за 4 млн долларов Говарду Шульцу.
- В 1988 году компания начала торговлю по почте и выпустила свой первый каталог продукции, благодаря которому наладила поставки в 33 магазина в разных штатах США.
- В 1996 году в Японии открылась первая кофейня Starbucks за пределами США. В 1990-х годах Starbucks открывала новый магазин каждый рабочий день, удерживая такой темп до начала 2000-х годов.



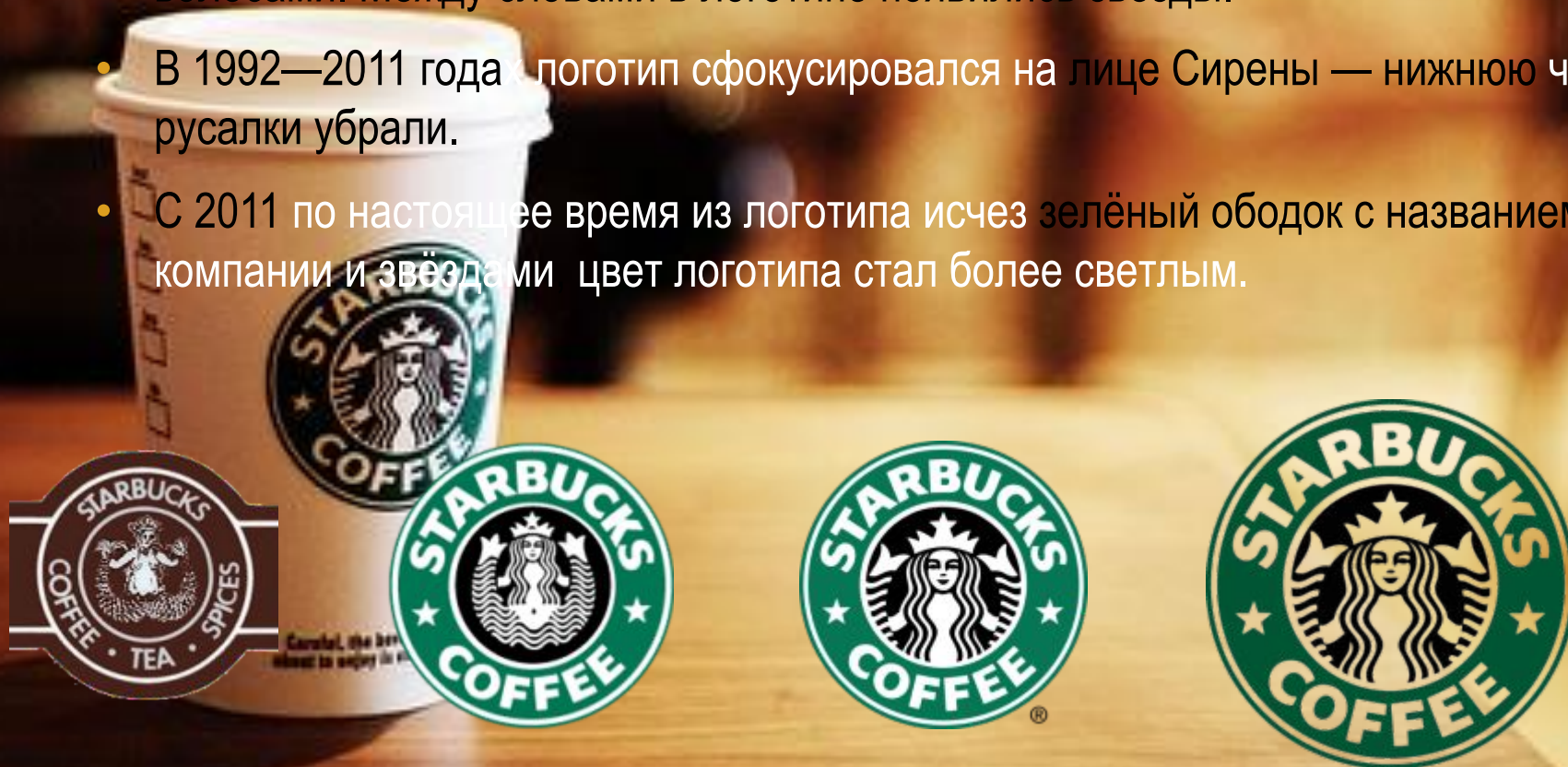
# ЛОГОТИП

- Русалка или сирена с двумя хвостами, найденная на старинной гравюре шестнадцатого столетия, перекочевала на эмблему **Starbucks** и, хоть и немного изменившись, осталась там до сегодняшнего дня, продолжая морскую тему названия компании. Русалка с двумя хвостами — это распространенный персонаж средневекового фольклора, ее называли Мелюзина или Мелизанда, этот образ часто использовался в геральдике.



Сменил 3 логотипа. Нынешний — 4-ый по счёту.

- В 1971—1987 годах логотипом был образ двуххвостой русалки Сирены, по форме похожий на сигаретную ленту. Основной цвет логотипа был коричневым.
- В 1987—1992 годах основной цвет логотипа изменили с коричневого на зелёный, рыбий хвост стал немного обрезан, а грудь сирены прикрыта развевающимися волосами. Между словами в логотипе появились звезды.
- В 1992—2011 годах логотип сфокусировался на лице Сирены — нижнюю часть русалки убрали.
- С 2011 по настоящее время из логотипа исчез зелёный ободок с названием компании и звёздами — цвет логотипа стал более светлым.



# ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

- По итогам 2007 года в 43 странах мира было открыто 15 700 кофеен Starbucks<sup>[6]</sup>, из которых примерно 7500 принадлежат компании Starbucks Corporation, а остальные открыты по лицензии. Starbucks продает натуральный кофе, напитки на основе эспрессо, другие различные горячие и холодные напитки, легкие закуски, кофейные зерна и аксессуары для приготовления и сервировки кофе. С помощью департамента Starbucks Entertainment и бренда Hear Music компания распространяет также книги, музыкальные сборники и видеофильмы. Большинство из этих товаров являются сезонными или разработаны для продажи в определенной области. Фирменное мороженое Starbucks и кофе также продаются в продовольственных супермаркетах. Многие из продуктов компании являются сезонными или характерными для местности.
- Также компания развивает сеть музыкальных магазинов Hear Music.
- Общая численность персонала сети — 140 тыс. человек. Выручка компании за 2010 год составила \$10,7 млрд, чистая прибыль — \$945,6 млн<sup>[5]</sup>.
- На 1 марта 2012 года сеть Starbucks включала в себя 19 435 кофеен.



# ОРГАНИЗАЦИЯ.

- Структура компании очень сбалансирована и понятна любому человеку. Самая нижняя ступень-это бариста, человек, который непосредственно работает с гостями, делает кофе и другие напитки, следит за чистотой. Далее идет старший смены. Эти люди следят за сейфом, решают организационные вопросы, ну и конечно, помогают своим подопечным. СС отвечают за то, чтобы вся смена прошла идеально, не было казусов, они отвечают за официантов и за кофейню в целом. Старшие смены отчитываются перед заместителем управляющего и самим управляющим, а те, в свою очередь- перед территориальными управляющими. \
- Такая структура очень привлекательна для молодежи, так как возможно очень быстрое продвижение по карьерной лестнице.



# МИССИЯ КОМПАНИИ.

Утвердить Starbucks на позициях основного мирового поставщика высококачественного кофе, сохраняя по мере роста и развития приверженность нашим бескомпромиссным принципам. Изложенные ниже шесть основополагающих и руководящих принципов помогают нам взвешивать адекватность принимаемых решений:

- Обеспечивать превосходную **рабочую атмосферу** и относиться друг к другу с уважением и достоинством.
- Позитивно воспринимать разнообразие, которое является составной частью нашего бизнеса
- Применять высочайшие и самые совершенные стандарты при закупке, обжарке и подаче посетителям **свежего кофе**
- Работать с энтузиазмом, доставляя удовольствие посетителям
- Оказывать помощь и поддержку нашим местным общинам и вносить свой вклад в защиту окружающей среды
- Понимать и признавать, что прибыльность лежит в основе нашего будущего процветания.





**Цель** – обеспечить **100%** продукции высшего качества с соблюдением всех этических норм\* к **2015** году



Всего продано кофе, млн. кг

**166**

**122**

**194**

**81%**

**84%**

**86%**

**100%**



**2009**



**2010**



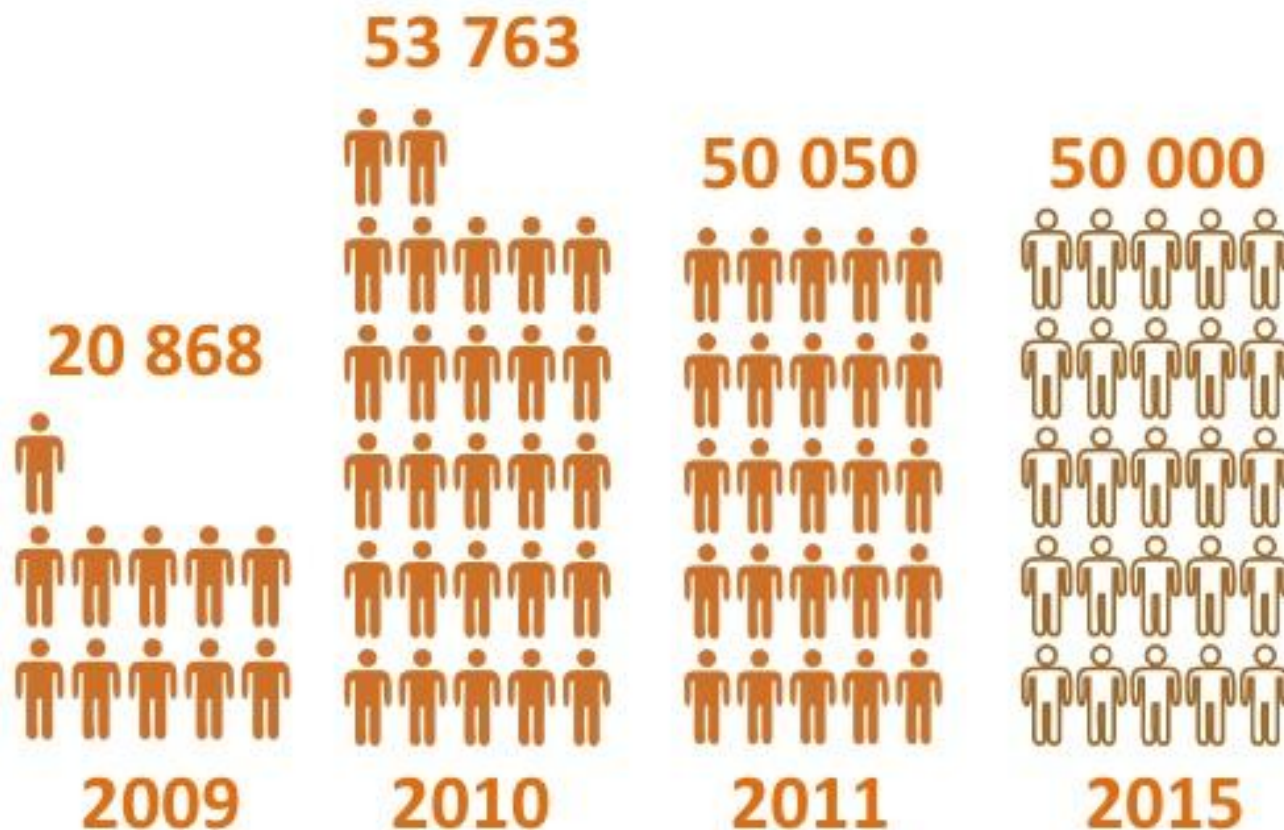
**2011**



**2015**

\* меры, которые **Starbucks** принимает совместно с потребителями и фермерскими сообществами для установления норм ответственного ведения бизнеса

**Цель – привлечение более чем 50 000  
молодых людей для участия в  
мероприятиях компании**



# Swot анализ.



- СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ:
- Корпорация *Starbucks* – очень прибыльная компания, ее прибыль в 2004 году превысила 600 миллионов долларов.
- Этот бренд имеет по всему миру репутацию высокого качества товаров и услуг.
- В корпорации сильны этические ценности и есть четко прописанная этическая миссия.
- СЛАБЫЕ СТОРОНЫ:
- Корпорация *Starbucks* старается быть инновационной компанией, разрабатывать новые продукты. Но их новые продукты не очень яркие и во многом повторяют старые.
- Корпорация *Starbucks* сконцентрировала свой бизнес в США, подразделения в других странах намного слабее.
- Корпорация *Starbucks* очень зависима от своего главного конкурентного преимущества – розничной продажи кофе. Если возникнет необходимость диверсификации, это будет очень сложно.

## ВОЗМОЖНОСТИ:

- В 2004 году в Калифорнии корпорация *Starbucks* совместно с *Hewlett Packard* открыла в кафе, в которых посетители могут создавать свои собственные CD-диски. В кафе можно продавать новые товары и услуги.
- У компании есть возможность расширить деятельность в других странах. Например, рынок кофеен открывается для иностранного бизнеса в Индии.
- Есть потенциал **совмещения** брендов с другими производителями, а также в области **франчайзинга**.

## УГРОЗЫ:

- В связи со стагнацией **рынка США снизились** темпы роста рынка кофеен.
- Рост цен на кофе и молочные продукты на мировом рынке.
- Громкий успех корпорации *Starbucks* в 70-е годы прошлого века привел к возникновению множества аналогичных брендов и откровенных подражателей. С каждым годом растет конкуренция.



# PEST-АНАЛИЗ

## Политический фактор.

- изменение законодательства в области налогообложения и лицензирования;
- Уровень отношений между США и странами, производящими кофе в зернах;
- Уровень политической стабильности в стране

## Экономический фактор.

- динамика курса валюты;
- уровень налогообложения
- Покупательная способность потребителей



## Социо-культурный фактор.

- общественные ценности,
- демографические факторы,
- уровень индивидуального дохода,
- Новинки
- Изменения в образе жизни населения

## Технологический фактор

- Биотехнологические разработки
- Изменения в сельском хозяйстве
- климатические условия
- Появление инновационных технологий





“Starbucks”-самая крупная сеть кофеен в мире. Она начинала свой путь с маленького магазина по продаже кофе в центре Сиэтла, и буквально за несколько лет разрослась до практически монополиста в своей отрасли. Находясь на рынке уже 40 лет, компания продолжает развиваться и удерживать лидирующую позицию среди конкурентов.





**KEEP**

**CALM**

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ**

**LOVE**

**STARBUCKS**