

STARBUCKS



- Орындаған: Махмутова Альмира
- Тексерген: Тобылов Қуаныш

STARBUCKS



-
- ▣ **Starbucks** («Стáрбакс» деп оқылады) — клиенттеріне кофе сусындарын ұсынып, сатуға бағытталған және де кофеханалар атауы болып келетін американдық компания. Басқарушы компания - Starbucks Corporation болып табылады.

- табылады. Starbucks компаниясы 64 елдегі 20,5 мың кофехананың ,оның ішіндегі 12 781 АҚШ-тың,1241 Канаданың ,62 Жапонияның, 976 Ұлыбританияның және 99 Ресейдің кофеханалырың иесі болып табылады. Starbucks эспрессо, капучино, латт е макиато және өзге де ыстық және салқын кофе сусындарын, ыстық және салқын сэндвичтерді, бәліштерді, шайнамаларды, стақан мен шыны-аяқтарды да сатумен айналысады. Компанияның штаб-пәтері - Сиэтлде, Вашингтон штатында орналасқан

□ Тарихы

- 1971 ж. ағылшын тілінің мұғалімі Джерри Болдуин, тарих пәнінің мұғалімі Зев Сигл және Гордон Боукер атты жазушы 1350 доллардан жинап, тағы 5000-ын қарызға алып, кофе мен оның дәндерін сатуға арналған дүкенді ашады. Ол Сиэтле қаласында, Вашингтон штатында болған болатын. Дүкеннің атауын Германа Мелвиллдің «Моби Дик» атты романындағы персонаж Ахава капитанының бірінші көмекшісінің атымен қояды; логотипінде - сиренаның суреті қойылады. Сорттарды таңдау мен кофенің дәндерін дұрыс қуыруды олар Peet's Coffee компаниясының басшысы Альфред Питтен үйренеді. Starbucks алғашқы 9 ай бойы дәндерді Peet's Coffee компаниясынан сатып алып жүреді, кейін серіктестер өздерінің дүкендеріне жаңадан қуыратын пеш орнатып, екінші дүкен ашады. 1981 ж. 5 дүкендей орнатып, кофені қуыратын кішкене фабрика және кофе дәндерін барлар, кафелер, мейрамханаларға тасымалдауға арнайы сату бөлімі жұмыс істейді. 1979 ж. Starbucks иелері Peet's Coffee компаниясын сатып алады. 1987 ж. Starbucks дүкендері Il Giornale (Starbucks-тың бұрынғы қызметкері) кофейняларының иесі Говард Шульцке 4 млн. доллар шамасында сатылады. Өздерінің кофейняларын ол Starbucks деп, ал компаниясын «Starbucks Corporation» деп өзгертеді. 1988 ж. компания пошта бойынша сатуды жүзеге асырып, өздерінің өнімдерінің бірінші каталогын жасап, АҚШ-тың әр түрлі штаттарындағы 33 дүкендермен байланыстарын орнатады. 1996 ж. АҚШ-тан тыс ең бірінші кофейня Жапонияда ашылады. 1990 ж. Starbucks әр жұмыс күні жаңа дүкен ашып отырған, осы концепциясын компания 2000 ж.-ға дейін ұстап отырды.

ИЕЛЕРІ

- 2011 жылдың көктеміндегі компанияның аса ірі акционерлері: Fidelity Investments (11,1 %), BlackRock (5,7 %), Capital World Investors (5,4 %), компания менеджменті (4,8 %).



STARBUCKS CORPORATION-НИҢ ДИРЕКТОРЛАР КЕҢЕСІНІҢ ТӨРАҒАСЫ, БАС
БАСҚАРУШЫ МЕН ПРЕЗИДЕНТІ — ГОВАРД ШУЛЬЦ (HOWARD SCHULTZ).



ҚЫЗМЕТІ

- 2007 ж. қорытындылары бойынша, Starbucks дүниежүзінің 43 елінде 15 700-ден астам кофейнялар ашқан, оның 7500-дейі Starbucks Corporation-ге тиесілі, ал қалғандары лицензия мен франчайзинг бойынша ашылған болатын. Starbucks Entertainment департаменті мен Hear Music брендінің көмегімен компания кітаптар, музыкалық жинақтар мен видеофильмдерді таратады. Ондай тауарлардың көбісі маусымдық және белгілі бір салада сатуға арналған. Starbucks-тың фирмалық балмұздағы және кофені азық-түлік сататын дүкендер де бар. Желінің жалпы персоналының саны - 140 мың. адам. Компанияның 2010 ж.табысы 10,7 млрд.\$-ды құрады, оның ішінде таза табысы 945 млн. болды.

ҚЫЗЫҚТЫ АЙҒАҚТАР

- Starbucks кофейняларына орын таңдаған кезде негізгі бір талап бар (дегенмен, ол әрқашанда орындала бермейді): кіре беріс есік шығыс немесе оңтүстікке қарауы тиіс, тек солтүстікке ғана емес. Starbucks брендінің негізін қалағандардың бірі Сиотт Берберидің айтуы бойынша, бұл талап мәні - келушілер тек қана түскі күншуақпен ғана рахаттануы тиіс, дегенмен оның барысында күн олардың беттеріне түспеуі керек. 2006 ж. компаниямен сатылған кофенің 1,36 кг.-ның 6% Fair trade болып сертификацияланды.

- **Starbucks** - өмірдің соншалықты қарапайым әдеті болып кеткен, ол тіпті көптеген әзілдердің тақырыбына айналып отыр. Мысалы, "Шрек 2" мультфильмінде Starbucks атты кофейнялар желісі жұмыс істейді. Brandchannel компаниясының бағалауы бойынша, Starbucks дүниежүзіндегі ең ірі әрі танымал деген 10 брендтің қатарына кіреді. Бәрінен қызығы, компания ешқашан маркетинг пен жарнамаға қаражат бөлмеген. 90 ж. ортасында Starbucks шетелдік нарықтарға кіре бастаған кезінде, оның жылдық жарнамалық бюджеті небәрі 15 млн.\$ құраған, ал Coca-Cola жарнамаға күніне одан да көп қаражат жұмсайды



STARBUCKS ҚҰРУ ТАРИХЫ

- Статистика мәліметтері бойынша, логотип және жалпы Starbucks бренді 10 жағдайдың 7-де танымал болып табылады. Компания өткен ғасырдың 70-ші жылдарында кофе жанкүйерлері болған достарымен құрылған. Бастапқыда ол сатып алушылар өз қуыру кофе сатып алатын дүкен ретінде өзін көрсетті. Клиенттер аз болғандықтан, олардың әрқайсысы өз уақытын бөліп, осы сусын туралы әр түрлі әңгімелер айтып беруге дайын болды.

- Starbucks идеясы адамдар жағымды атмосфераға еніп кофе тостағанына көңіл бөле алатын ерекше орын құру болып саналады. Бұл ретте кафе үй мен жұмыс арасындағы буферлік аймақ ретінде өнер көрсетті. Осы мекеменің арқасында американдықтар мен бүкіл әлем кофені қазіргі уақытта сүйетіндіктен сүйе бастады деген пікір бар. Старбакстың атқарушы директоры Г. Шульцтің айтуынша, ұйым үшін ерекше құндылықты бүкіл әлем бойынша кофеин саны емес, күн сайын клиенттер қайтадан ең жақсы кофеге келеді және сол атмосфераны жасауға көмектеседі. Ұзақ жылдар бойы даму стратегиясының негізгі элементі ретінде ұсынылған брендингке ерекше назар аударылды. Қаражаттың үлкен саны кофеин ғана емес, сонымен қатар оларға ұсынылатын барлық тауарлардың стандартты сыртқы түрін жасау үшін салынды.

ОЛАРДЫҢ ЛОГОТИПИ ӘЛЕМДЕГІ ЕҢ ТАНЫМАЛ БОЛЫП САНАЛАДЫ. КОМПАНИЯ ЖАҢА НАРЫҚТАРҒА – БАСҚА ЕЛДЕРГЕ ШЫҒУҒА ЖАУАПТЫ. БҰЛ РЕТТЕ ОЛ ӘР ҚАЙСЫСЫНДА ЖИНАҚТАЛҒАН ТӘЖІРИБЕНІ ҚАЛПЫНА КЕЛТІРЕДІ, БҰЛ СТАРБАКС ӨЗГЕРМЕУІНІҢ КЕПІЛІ БОЛЫП ТАБЫЛАДЫ.



КОМПАНИЯ 2017 ЖЫЛЫ

- Starbucks 2017 жылы әлемдегі ең танымал және қымбат брендтердің бірі болып табылады. Компания акцияларының құны \$60/данадан асады, ал капиталдандыру \$86,82 млрд. құрайды. Starbucks желісі шамамен 24000 сауда нүктелерін құрайды, онда 200000-ға жуық қызметкер жұмыс істейді. 2017 жылғы ең беделді брендтер рейтингінде Starbucks 3 орын алды. Ал The FutureBrand Index 2016 рейтингінде компания 36 орынға ие болды. Starbucks маңызды бағыты-Қоршаған ортаны қорғау. Жыл сайын ол энергияны үнемдеу және табиғатты қорғау жобаларына айтарлықтай қаражат жұмсайды.

STARBUCKS БӘСЕКЕЛЕСТЕРІ

- Starbucks ерекшелігі жаһандық нарықта компанияның бәсекелестері жоқ. Бренд McDonald ' s - мен клиенттер үшін күресуге тура келеді, бірақ бұл нарықтың әр түрлі тауашалары. Starbucks басты бәсекелестігін жеке аймақтарда жұмыс істейтін өңірлік ойыншылар құрайды. Мысалы, Германияда компанияның бәсекелестігі Tchibo (тек 800 сату нүктесі, оның 500 Германияда), Англияда — Costa Coffee (тек 1000 сату нүктесі, оның 700 Ұлыбританияда), Францияда — Nespresso (110 сату нүктесі).