



Выполнила: Агзамова Зулейра
Группа: Ima 15R

История компании



История Starbucks началась в 1971 году, когда два учителя и один писатель скинулись по 1350 долларов, чтобы открыть магазин кофе в зернах в одном из шоппинг-центров в Сиэтле, штат Вашингтон. Назвать свой магазин друзья решили в честь одного из персонажей культового американского романа «Моби Дик» Старбека.





1971



1987



1992



2011



Twin-tailed siren (15th century).



Напитки Starbucks



Первые кофейни Старбакс предлагали несколько сортов латте и эспрессо. Вслед за горячими в ассортименте появились и холодные кофейные напитки, в том числе несколько видов фраппучино. В основное меню также входит около 10 видов чая – черного, зеленого, травяного, с кофеином и без. В отдельных регионах распространяются особые рецепты, поэтому в другой стране постоянный посетитель Starbucks часто может попробовать что-то новое.



ARE YOU THE REAL
**STARBUCKS
LOVER?**

TEMPLATE BY @INIJIJE



CARAMEL
MACCHIATO



JAVA CHIP
FRAPPUCCINO



AMERICANO



MANGO
PASSION FRUIT
FRAPPUCCINO



CAFFÈ MOCHA



GREEN TEA
LATTE



VANILLA CREAM
FRAPPUCCINO



ASIAN DOLCE
LATTE



CHOCOLATE
SIGNATURE



OKINAWA BROWN
SUGAR LATTE



PEPPERMINT
MOCHA



PINK BLOSSOM
RASPBERRY TEA



YUZU
COLD BREW



SAKURA LATTE



MATCHA LATTE



FRAPPUCCINO
(Bottle)



КСО



- 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.
- Активное участие в вопросах сообщества и окружающей среды
- Уважение к человеческому достоинству
- Предложение лучшего кофе в мире
- Каждый день мы следуем этим руководящим принципам, на которых основан наш бизнес
- Корпоративная социальная ответственность Starbucks имеет долгую

историю и стала нашей доброй традицией

Starbucks™ Shared Planet™

Это меры, которые мы принимаем совместно с нашими потребителями и фермерскими сообществами для установления норм ответственного ведения бизнеса и создания лучшего будущего для всех нас.

Эта программа основывается на трех обязательствах:

- Добывать наш кофе с соблюдением этических норм
- Бережно относиться к окружающей среде
- Активно участвовать в жизни наших фермерских сообществ

- Начиная с 1994 Starbucks начала разрабатывать планы корпоративной социальной ответственности
- С этого времени компания вступила в партнёрские отношения с Conservation International для разработки планов и аудита своей программы кофейной и фермерской этики

Органический кофе





770 тонн сертифицированного органического кофе

Органический кофе выращивается без применения синтетических пестицидов, гербицидов и органических удобрений. Избегая использования этих средств, фермерам удается сохранить здоровье окружающей среды и чистоту грунтовых вод. После сбора, кофейные зерна должны перерабатываться и обжариваться исключительно на предприятиях, сертифицированных как «органические». Только при соблюдении этих условий продукция может продаваться с маркировкой «органический кофе»



Благотворительные фонды



Starbucks открыл фонд для решения проблемы переработки кофейных стаканчиков

В Великобритании открыли фонд The Cup Fund,. В его создании приняли участие благотворительная организация Hubbub и сеть кофеен Starbucks, которая выделила деньги. The Cup Fund поддержит не менее десяти проектов по переработке стаканчиков. Каждый проект получит грантовое финансирование в размере от 50 000 до 100 000 фунтов стерлингов.

До этого Starbucks ввел пятипенсовый сбор за одноразовые стаканчики для кофе. Его называют «налогом на латте». Так в компании решили мотивировать посетителей использовать многоразовые стаканчики для кофе.



Сеть кофеен Starbucks в США запустила программу FoodShare, по которой все нераспроданная еда будет направляться в благотворительные фонды, сообщает компания. В программе примут участие все 7,6 тыс. кофеен сети в США. Сейчас Starbucks направляет на благотворительность всю нераспроданную выпечку. За первый год программы компания планирует передать нуждающимся 5 млн порций еды. Программа продлится до 2021 года.



В Starbucks собирают вещи для детского хосписа Благотворительная акция фонда Ройзмана проходит в «Гринвиче»

Благотворительный фонд Ройзмана открыл пункт помощи детскому хоспису в кофейне Starbucks в торговом центре «Гринвич».

С 1 июля по 1 сентября все желающие могут передать детям все что угодно: пригодятся новые игрушки, одежда, предметы для творчества и средства гигиены. В Starbucks будет установлена специальная корзина для тех, кто хочет помочь жителям хосписа.

