



■ تجربه بزرگ‌ترین کافی‌شاپ‌های زنجیره‌ای در دنیا ■

# استارباکس

کوشان غلامی

به آنجا می‌روید. در واقع تفاوت استارباکس با کافی‌شاپ‌ها و رستوران‌های دیگر این بود که مکان اجتماعی و محل معاشرت مردم بود و این تجربه حضور در استارباکس بود که برای آنها جذابیت داشت. این تجربه شامل موسیقی‌ها و نمایش‌های رومانس و زمان فراغتی که برای آنها فراهم شده بود نیز می‌شد. عمده شهرت کافی‌شاپ‌های زنجیره‌ای استارباکس، منوی اختصاصی آنها بود که در آن تنوع قهوه‌ها بسیار زیاد بود. در نتیجه به منظور آسان‌تر شدن انتخاب نوع و طعم قهوه برای مشتریان و همچنین امکان تست ترکیبات مختلف، منوها به صورت هفتگی تغییر می‌کرد.

علاوه بر قهوه و اسپرسو، نوشیدنی‌های گرم دیگر همچون کاپوچینو و لاته‌ها که مایه اصلی همگی آنها از اسپرسو تشکیل شده است، شکلات گرم، کرم‌ها و شربت‌هایی با طعم‌های مختلف که فاقد اسپرسو می‌باشند و همچنین جای، انواع نوشیدنی‌های داخل بطری، شیرینی، ساندویچ‌های آماده و نوعی میلک‌شیک قهوه اختصاصی استارباکس با نام «فراپوچینو» نیز سرو می‌شود. در فروشگاه‌های واقع در سیاتل، شیکاگو و چند شهر دیگر صبحانه شامل تخم مرغ، همبرگر، پنیر، شیرینی کره‌ای (مافین) و ساندویچ اسفناج و پنیر نیز به مشتریان پیشنهاد می‌شود. ثابت بودن قیمت‌ها در فروشگاه‌های استارباکس یکی از قوانین این شرکت است.

در آگوست ۲۰۰۸ تعداد ۶۱ شعبه استارباکس از مجموع ۸۴ فروشگاه در استرالیا تعطیل شد و گفته می‌شد استارباکس نتوانسته فرهنگ قهوه مردم استرالیا را درک کند. نخستین کافی‌شاپ استارباکس در استرالیا از «هاید پارک» شهر سیدنی در سال ۲۰۰۰ آغاز به کار کرده بود. در ژانویه ۲۰۰۹ نیز ۳۰۰ فروشگاه کم‌فروش دیگر بسته شد و ۷۰۰۰ فرصت شغلی از بین رفت.

رمز موفقیت استارباکس در شعبه‌های متعدد، آن بود که دیگر لازم نبود هزینه زیادی برای تبلیغات بپردازد. در واقع خود شعبه‌های استارباکس به جای هزاران بیلبورد تبلیغاتی در سراسر دنیا عمل می‌کردند.

اکنون استارباکس بزرگ‌ترین کافی‌شاپ زنجیره‌ای در جهان است و دفتر اصلی این شرکت در شهر سیاتل آمریکا واقع شده است. بیش از ۱۶ هزار شعبه در نقاط مختلف جهان دارد که حدود ۱۱ هزار شعبه آن در آمریکا قرار دارند. نام استارباکس، مفهوم تجمع یا اجتماع را در ذهن ترسیم می‌کند که همان چیزی است که استارباکس قصد فروشش را دارد. موفقیت استارباکس تنها به کشور آمریکا محدود نبوده و این نام محبوبیت و موفقیت جهانی دارد. امروزه در خیابان‌های مختلف بسیاری از شهرهای بزرگ جهان، کافی‌شاپ‌های استارباکس به چشم می‌خورد. حدود ۱۳۰ هزار نفر در شعبه‌های مختلف این فروشگاه فعالیت می‌کنند و در سال گذشته میلادی با فروش معادل ۱۰ میلیارد دلار، سود خالصی بالغ بر ۴۰۰ میلیون دلار به دست آورده است. /

در سال ۱۹۷۱ دو معلم به نام‌های «جری بالدوین» و «ژو سیگل» با همکاری نویسنده‌ای به نام گوردون بوکر، یک کافی‌شاپ با نام استارباکس در Pike Place شهر سیاتل تاسیس کردند.

نام این شرکت از شخصیت استارباکس، یکی از شخصیت‌های «موبی دیک»، رمان معروف هرمان ملویل، گرفته شده بود و نشان استارباکس یک پری دریایی با دو دم را نشان می‌داد. مشوق این سه نفر در راه‌اندازی مکان فوق که در آن قهوه خام و تجهیزات مختلف مرتبط با آن به فروش می‌رسید، شخصی به نام «آلفرد پیت» بود.

در سال ۱۹۸۲ هووارد شولتز (Howard Schultz) با پیشنهاد فروش قهوه و اسپرسو نوشیدنی، در کنار قهوه خام، به جمع شرکا پیوست. در آن زمان عقیده عمومی بر این امر استوار بود که قهوه باید تنها در منازل افراد تهیه شود، بنابراین سه شریک دیگر (که معتقد بودند ورود به عرصه فروش نوشیدنی، باعث انحراف مسیر و مانع از رسیدن به هدف مورد نظر خواهد شد) پیشنهاد شولتز را نپذیرفتند.

پس از آن در سال ۱۹۸۵، شولتز به تنهایی یک سری کافی‌شاپ زنجیره‌ای تحت نام «ایل جیورتاله» را تاسیس نمود. با این کار او آن قدر ثروتمند شد که توانست در سال ۱۹۸۷ حق امتیاز فروشگاه‌های استارباکس را به مبلغ ۴ میلیون دلار بخرد. شولتز به سرعت از این حق امتیاز در کافی‌شاپ‌های زنجیره‌ای خود استفاده کرد و به گسترش کافی‌شاپ استارباکس در کشورهای مختلف همت گماشت.

اولین کافی‌شاپ‌های زنجیره‌ای استارباکس در همان سال، در شیکاگو و نیز شهر ونکوور کانادا تاسیس شدند و به تدریج استارباکس به یک امپراتوری در نام‌های تجاری تبدیل شد. در سال ۱۹۸۸ در ۱۱ فروشگاه آن حدود ۱۰۰ نفر کار می‌کردند و شعبه‌ها به سرعت در حال گسترش بود. در سال ۱۹۹۶ اولین کافی‌شاپ استارباکس خارج از آمریکای شمالی در شهر توکیو راه‌اندازی شد. در سال ۱۹۹۸ فروشگاه‌های این شرکت در کشور انگلستان نیز با استقبال فراوان روبه‌رو شد. در ماه آوریل سال ۲۰۰۳، قهوه‌های استارباکس به عنوان بهترین قهوه در سیاتل انتخاب شد و تعداد شعباتش در سراسر جهان به ۶۴۰۰ رسید.

استارباکس توانست به صورت آن مفهومی در آید که شولتز «مکان سوم» می‌نامید؛ یعنی محلی که بین محل کار و منزل واقع است و برای دیدن دوستان و گذراندن زمان تنهایی