

# СОДЕРЖАНИЕ

Пролог	8
<b>ЧАСТЬ ПЕРВАЯ Заново открывая кофе</b>	15
Компания до 1987 года	
ГЛАВА 1 Воображение, мечты и скромное происхождение	16
ГЛАВА 2 Внушительное наследие – основа устойчивости в будущем	28
ГЛАВА 3 Для итальянцев эспрессо подобен арии	40
ГЛАВА 4 Удача – побочное действие дизайна	54
ГЛАВА 5 Говоря «нет», не построить великую компанию	63
ГЛАВА 6 Становление ценностей компании	76
<b>ЧАСТЬ ВТОРАЯ Ощутить кофе по-новому</b>	89
Starbucks – частная компания, 1987–1992 годы	
ГЛАВА 7 Сны наяву	90
ГЛАВА 8 Если это поразило ваше воображение, паразит и чужое	99
ГЛАВА 9 Люди – предмет не линейный	109
ГЛАВА 10 Здание в сто этажей нуждается в крепком фундаменте	123
ГЛАВА 11 Не надо бояться тех, кто умнее вас	134
ГЛАВА 12 Ценность догматизма и гибкости	143

<b>ЧАСТЬ ТРЕТЬЯ</b>	<b>Возрождение предпринимательского духа</b>	<b>153</b>
	Starbucks – акционерная компания, 1992–1997 годы	
ГЛАВА 13	Уолл-стрит определяет цену компании, но не ее ценность	154
ГЛАВА 14	Раз уж вы изобретаете заново, почему бы не начать с себя?	163
ГЛАВА 15	Не позволяйте предпринимателю мешать духу предпринимательства	176
ГЛАВА 16	Ищите самообновления, даже когда стремительно набираете очки	184
ГЛАВА 17	Кризис цен, кризис ценностей	196
ГЛАВА 18	Лучше всего строить брэнд по кирпичику	207
ГЛАВА 19	Двадцать миллионов новых покупателей стоят того, чтобы рискнуть	227
ГЛАВА 20	Можно вырасти, оставаясь скромным	233
ГЛАВА 21	Насколько социально ответственной может быть компания?	246
ГЛАВА 22	Как не стать сетью кофеен-близнецов	257
ГЛАВА 23	Когда вам говорят сфокусироваться, не становитесь близоруким	267
ГЛАВА 24	Следуйте своему сердцу	277
	<b>ВЫРАЖЕНИЕ ПРИЗНАТЕЛЬНОСТИ</b>	<b>285</b>