

Чэнь Вэйнань

магистрант

ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный

университет»

г. Москва, Россия

МЫШЛЕНИЕ И ВДОХНОВЕНИЕ, ВЫЗВАННЫЕ УСПЕХОМ NESTLE

***Аннотация.** В этой статье рассматривается история успеха Nestle, ведущей многонациональной компании в сфере производства продуктов питания и напитков, и то, как их инновационное мышление и творческое вдохновение сыграли значительную роль в их успехе. Изучая подход Nestle к бизнесу, в статье выделяются ключевые факторы, которые способствовали их росту, в том числе акцент на качество, устойчивые методы и взаимодействие с потребителями, также, статья опирается на успех Nestle, чтобы дать практические советы предпринимателям и бизнес-лидерам, стремящимся повысить свою креативность и инновации. Изучая уроки, извлеченные из успеха Nestle, эта статья дает ценную информацию о том, как компании могут оставаться на шаг впереди в сегодняшнем постоянно меняющемся бизнес-ландшафте.*

***Ключевые слова:** стратегии инвестирования, международные рынки*

Thinking and inspiration inspired by Nestle's success

***Abstract:** This article takes a look at the success story of Nestle, a leading multinational food and beverage company, and how their innovative thinking and creative inspiration played a significant role in their success. Examining Nestle's approach to business, the article highlights the key factors that have fueled their growth, including a focus on quality, sustainable practices and customer engagement. In addition, the article builds on the success of Nestle to provide practical advice to entrepreneurs and business leaders looking to boost their creativity and innovation. By examining the lessons learned from Nestle's success, this article provides valuable insights into how companies can stay ahead of the curve in today's ever-changing business landscape.*

***Keywords:** investment strategies, international markets*

Поскольку предприятия стремятся оставаться конкурентоспособными в современном быстро меняющемся мире, крайне важно иметь перспективную стратегию развития. Одной из компаний, которая

продемонстрировала этот подход, является Nestle, швейцарская многонациональная компания по производству продуктов питания и напитков. Nestle имеет давнюю историю инноваций и успешно адаптируется к изменяющимся тенденциям на рынке. Успех Nestle обусловлен ее способностью думать наперед и предвосхищать потребности своих потребителей. Такой подход привел к созданию новых продуктов, услуг и маркетинговых стратегий, которые помогли компании оставаться актуальной на рынке. Например, Nestle недавно вышла на рынок продуктов питания растительного происхождения, что является растущей тенденцией, и представила ряд продуктов, предназначенных для этой ниши. Чтобы добиться успеха в бизнесе, крайне важно вдохновляться успехом таких компаний, как Nestle, и применять аналогичный подход, это означает, что предприятия должны постоянно оценивать текущие рыночные тенденции и предвидеть будущие изменения, чтобы оставаться конкурентоспособными. Вдохновение также может исходить от других успешных компаний за пределами отрасли. Изучая и извлекая уроки из своих стратегий, предприятия могут получить представление о новых подходах и инновационных идеях. Еще одним важным аспектом перспективной стратегии развития является способность быть гибкими и адаптируемыми. Компании должны быть готовы менять и корректировать свои стратегии, чтобы оставаться актуальными, это означает инвестирование в исследования и разработки для создания новых продуктов и услуг, отвечающих меняющимся потребностям и желаниям потребителей. В современном мире технологии играют все более важную роль в формировании поведения потребителей. Поэтому предприятия должны осваивать технологии и использовать их, чтобы оставаться впереди конкурентов, это включает в себя создание надежного присутствия в Интернете, использование маркетинга в социальных сетях и инвестирование в стратегии цифрового маркетинга, подытожим следует

отметить, что успех таких компаний, как Nestle, демонстрирует важность перспективной стратегии развития для сохранения конкурентоспособности на рынке. Оставаясь в курсе тенденций рынка и проявляя гибкость и способность к адаптации, предприятия могут создавать новые продукты и услуги, отвечающие меняющимся потребностям и желаниям потребителей, также, предприятия должны осваивать технологии и использовать их в своих интересах, чтобы оставаться впереди конкурентов. Применяя эти подходы, предприятия могут добиться долгосрочного успеха. Nestle, одна из крупнейших в мире компаний по производству продуктов питания и напитков, добилась успеха благодаря своему стратегическому мышлению и стремлению удовлетворить потребности и предпочтения своего целевого рынка. Успех Nestle заключается в ее способности локализовать свою продукцию и адаптировать ее к местной культуре принимающей страны. Ключом к успеху Nestle является понимание и понимание различных культур и предпочтений потребителей в разных регионах. Хорошо известно, что Nestle адаптирует свою продукцию к местным вкусам и предпочтениям принимающей страны. Такой подход помог Nestle зарекомендовать себя как надежный бренд на многих рынках по всему миру. Ассортимент продукции Nestle включает в себя широкий спектр продуктов, отвечающих широкому спектру потребностей и предпочтений клиентов. Компания предлагает широкий выбор продуктов в различных категориях, таких как молочные продукты, кондитерские изделия, кофе, закуски и корма для домашних животных. Они успешно локализовали свою продукцию на различных рынках, таких как KitKat в Японии, лапша Maggi в Индии и Milo в Австралии, и это лишь некоторые из них. Философия локализации Nestle основана на вере в то, что компании должны использовать правильные продукты, чтобы ориентироваться на целевой рынок принимающей страны и локализовать свои продукты, этот принцип помог Nestle построить долгосрочные отношения со своими клиентами и

стать брендом, которому доверяют в нескольких регионах. Успех Nestle также объясняется стремлением компании к инновациям и постоянному совершенствованию. Компания вкладывает значительные средства в исследования и разработки для создания новых продуктов, отвечающих изменяющимся вкусам и предпочтениям клиентов. В компании работает более 2000 исследователей и ученых, которые круглосуточно работают над разработкой и улучшением своей продукции. Еще одним фактором, который способствовал успеху Nestle, является ее приверженность устойчивому развитию. Компания предприняла несколько шагов, чтобы уменьшить свое воздействие на окружающую среду и продвигать устойчивые методы в своей деятельности. Например, Nestle обязалась к 2025 году полностью использовать перерабатываемую или многоразовую упаковку и инвестировала в возобновляемые источники энергии, подытожим, успех Nestle является результатом ее стратегического мышления и стремления удовлетворить потребности и предпочтения своего целевого рынка. Компания успешно локализовала свою продукцию, адаптировала ее к местной культуре принимающей страны и сосредоточилась на инновациях и устойчивом развитии. Философия использования правильных продуктов для ориентации на целевой рынок принимающей страны и локализации своей продукции является уроком, который должны усвоить все предприятия, чтобы добиться успеха на мировом рынке. Концепция мышления и вдохновения является важным аспектом любого успешного делового предприятия. Одной из компаний, которая добилась выдающихся успехов, интегрировавшись в культуру принимающей страны, является Nestle. Многонациональная компания по производству продуктов питания и напитков представлена более чем в 190 странах и сумела успешно локализовать свой бренд на каждом из этих рынков. Мышление и вдохновение имеют решающее значение для успеха любого бизнеса. Важно постоянно вводить новшества и придумывать

новые идеи, которые могут помочь компании выделиться на переполненном рынке. Успех Nestle можно объяснить ее способностью мыслить нестандартно и предлагать инновационные продукты, отвечающие местным вкусам каждой страны, в которой она работает. Одним из ключевых факторов, способствовавших успеху Nestle, является активная интеграция компании в культуру принимающей страны. Nestle приложила согласованные усилия, чтобы понять культурные нюансы каждого рынка, на котором она работает, и соответствующим образом адаптировала свои продукты и маркетинговые стратегии. Например, в Индии Nestle запустила ряд продуктов, отвечающих местным вкусам индийского населения. Компания представила ряд продуктов, таких как лапша Maggi и кофе Nescafe, которые мгновенно стали хитом среди индийских потребителей. Nestle также выпустила ряд шоколадных конфет, специально разработанных для индийского рынка и наполненных местными ароматами, такими как кардамон и шафран. Точно так же в Бразилии Nestle локализовала свою продукцию, чтобы удовлетворить уникальные вкусы бразильских потребителей. Компания выпустила ряд продуктов, вдохновленных местной кухней, таких как мороженое со вкусом Brigadeiro и фирменное сгущенное молоко Nestle. Успех стратегии Nestle по локализации не только помог компании закрепиться на новых рынках, но и помог создать сильную идентичность бренда на каждом из этих рынков. Интегрируясь с культурой принимающей страны, Nestle удалось установить тесные связи с местными потребителями, что помогло укрепить лояльность к бренду и стимулировать продажи, подытожим, успех Nestle служит прекрасным примером того, как компании могут добиться успеха, активно интегрируясь с культурой принимающей страны. Приспосабливая свои продукты и маркетинговые стратегии к местным вкусам каждого рынка, на котором она работает, Nestle удалось реализовать локализацию своего бренда и обеспечить сильное присутствие в более чем 190 странах.

Мышление и вдохновение имеют решающее значение для успеха любого бизнеса, и успех Nestle является свидетельством силы инноваций и готовности принять культуру принимающей страны.

Мышление и вдохновение являются ключевыми составляющими в стимулировании инноваций и роста как для отдельных лиц, так и для организаций в целом. Поощряя сотрудников критически и творчески мыслить, предприятия могут разрабатывать новые продукты, совершенствовать процессы и выходить на новые рынки. Именно это и сделала Нестле, и это основная причина успеха компании на протяжении более 150 лет, но предприятия не могут полагаться исключительно на собственный внутренний кадровый резерв. Чтобы привлечь самых лучших и способных из принимающей страны, компании должны предпринять шаги по локализации своих талантов, это означает не только найм местных сотрудников, но и предоставление им обучения и поддержки, необходимых им для роста и развития в компании. Есть несколько стратегий, которые предприятия могут реализовать для привлечения и удержания местных талантов. Прежде всего, компании должны быть готовы инвестировать в своих сотрудников, это означает предоставление конкурентоспособной заработной платы, льгот и программ обучения, которые помогут сотрудникам расти и продвигаться в организации, также, предприятия должны быть готовы адаптироваться к местной культуре и обычаям, это означает понимание потребностей и ожиданий местных сотрудников и адаптацию политики и практики компании для удовлетворения этих потребностей. Например, компания «Нестле» реализовала ряд инициатив по поддержанию баланса между работой и личной жизнью, таких как гибкий график работы и политика, учитывающая интересы семьи, подытожим, предприятия должны быть готовы взаимодействовать с местным сообществом, это означает установление отношений с местными школами и университетами, спонсирование общественных мероприятий и

поддержку местных благотворительных организаций и организаций. Демонстрируя приверженность местному сообществу, предприятия могут завоевать доверие и доброжелательность, что, в свою очередь, привлечет лучших специалистов.

Список литературы:

1. Аньшин, В. М. Инвестиционный анализ: учебное пособие / В. М. Аньшин; Академия наук при Правительстве РФ.- М.: Дело, 2017. - 280 с.
2. Бирман, Г, экономический анализ инвестиционных проектов / Г. Бирман, С. Шмидт, Л. П. Белых.- М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 2016. - 631 с.
3. Бланк, И. А Инвестиционный менеджмент / И. А. Бланк.-К.: ИНТЕМ. ЛТД.: Юнайтед. Лондон. Трейд. Лимитед, 2017. - 448 с.
4. Блау, С.Л. Инвестиционный анализ: Учебник для бакалавров / С.Л. Блау. - М.: Дашков и К, 2018. - 256 с.
5. Богатыня, Ю. В. Инвестиционный анализ: учебное пособие / Ю. В. Богатыня, В. А. Швандар.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.э - 287 с.
6. Борисова, О.В. Инвестиции. В 2 т. Т.1. Инвестиционный анализ: Учебник и практикум / О.В. Борисова, Н.И. Малых, Л.В. Овешникова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 218 с.
7. Казейкин, В.С. Ипотечно-инвестиционный анализ: Учебное пособие / В.С. Казейкин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018.-176 с.
8. Колмыкова, Т.С. Инвестиционный анализ: Учебное пособие / Т.С. Колмыкова.- М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 214 с.
9. Кравченко, Н.А. Инвестиционный анализ / Н.А. Кравченко. - М.: Дело, 2017. - 264 с.
10. Кузнецов, Б.Т. Инвестиционный анализ. учебник и практикум для

академического бакалавриата / Б.Т. Кузнецов. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 361 с.

11. Кэхилл, М. Инвестиционный анализ и оценка бизнеса: Учебное пособие: Пер. с англ. / М. Кэхилл.- М.: ДиС, 2018. - 432 с.

12. Кэхилл, М. Инвестиционный анализ и оценка бизнеса. Учебное пособие. Перев. со 2-го англ. Изд / М. Кэхилл. - М.: ДиС, 2018. - 432 с.

13. Липсиц, И.В. Инвестиционный анализ. Подготовка и оценка инвестиций в реальные активы: Учебник / И.В. Липсиц, В.В. Коссов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017.- 320 с.

14. Пересада, А. А. Инвестиционный анализ [Текст]: учебно-методическое пособие для вузов вивч дисц / А. А. Пересада, С. В. Оникиенко, Ю. М. Коваленко; Мин-во образования и науки Украины, КНЭУ.- К.: КНЕУ, 2016. - 134 с.