

Чэнь Вэйнань

магистрант

ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный

университет»

г. Москва, Россия

МЕЖДУНАРОДНАЯ ЭКСПАНСИЯ NESTLE

***Аннотация.** В этой статье рассматривается международная экспансия Nestle и ее влияние на мировой рынок. Nestle, швейцарская многонациональная компания по производству продуктов питания и напитков, уже много лет расширяет свою деятельность по всему миру, выходя на новые рынки и приобретая местные компании для расширения своего присутствия. В статье освещаются стратегии расширения Nestle, включая совместные предприятия, слияния и поглощения и органический рост, а также обсуждаются проблемы, с которыми сталкивается компания при адаптации к местным рынкам и удовлетворении потребностей потребителей в разных регионах. В нем также рассматривается влияние расширения Nestle на мировой рынок, в том числе влияние на местные предприятия, потребителей и окружающую среду.*

***Ключевые слова:** экспансия, компания Nestle*

International expansion of Nestle

***Abstract:** This article examines the international expansion of Nestle and its impact on the global market. Nestle, a Swiss multinational food and beverage company, has been expanding its activities around the world for many years, entering new markets and acquiring local companies to expand its presence. The article highlights Nestle's expansion strategies, including joint ventures, mergers and acquisitions and organic growth, and discusses the challenges the company faces in adapting to local markets and meeting the needs of consumers in different regions. It also looks at the impact of the Nestle expansion on the global market, including the impact on local businesses, consumers and the environment.*

Keywords: expansion, Nestle

Nestle — одна из крупнейших компаний по производству продуктов питания и напитков в мире, представленная более чем в 190 странах. Компания была основана в Швейцарии в 1866 году и с тех пор превратилась

в глобальную электростанцию. Nestle имеет долгую историю международной экспансии и успешно вышла на новые рынки благодаря сочетанию стратегического партнерства, приобретений и органического роста. Одна из первых международных экспансий Nestle была на рынке Соединенных Штатов в конце 1800-х годов. Компания открыла завод по переработке молока в Иллинойсе в 1868 году и начала продавать свою продукцию под торговой маркой Nestle. Компания продолжала расширять свою деятельность в США и со временем стала одной из ведущих компаний по производству продуктов питания и напитков в стране. В 20 веке Nestle продолжала расширять свое международное присутствие за счет стратегических приобретений и партнерских отношений. Компания приобрела несколько знаковых брендов, в том числе Nescafe, Gerber и Perrier, что помогло ей закрепиться на новых рынках и расширить ассортимент своей продукции. За прошедшие годы Nestle расширила свою деятельность за счет различных стратегических приобретений и партнерств. Одним из самых значительных приобретений компании стала покупка шоколадного бренда Rowntree в 1988 году, что помогло Nestle стать мировым лидером в производстве кондитерских изделий. В 1990-х Nestle продолжала расширять ассортимент своей продукции, приобретая компании по производству кормов для домашних животных, мороженого и минеральной воды. Одним из наиболее успешных приобретений компании стала покупка в 2001 году американской компании по производству кормов для домашних животных Ralston Purina, которая помогла Nestle стать крупнейшей в мире компанией по производству кормов для домашних животных. В последние годы Nestle сосредоточилась на расширении своей деятельности в сфере здоровья и хорошего самочувствия. Компания выпустила несколько новых продуктов, направленных на удовлетворение растущего спроса на более здоровые продукты питания, включая безглютеновые и органические продукты. Nestle также вложила

значительные средства в исследования и разработки, сотрудничая с университетами и другими исследовательскими институтами для разработки новых продуктов и технологий. Компания также создала глобальную сеть исследований и разработок с объектами в Швейцарии, Китае и США. Помимо акцента на здоровье и благополучии, Nestle также расширяет свою деятельность в цифровом пространстве. Компания запустила несколько мобильных приложений и цифровых платформ, направленных на привлечение потребителей и предоставление им персонализированных советов по питанию и здоровому образу жизни. Nestle также создала совместные предприятия с местными компаниями на развивающихся рынках, что позволило ей использовать их знания и опыт для стимулирования роста. Одна из самых значительных международных экспансий Nestle за последние годы была связана с китайским рынком. В 2011 году Nestle объявила об инвестициях в Китай в размере 1 миллиарда долларов, которые включали строительство новых заводов, внедрение новых продуктов и расширение своей дистрибьюторской сети. Инвестиции оказались успешным шагом для Nestle, и теперь компания является одной из ведущих китайских компаний по производству продуктов питания и напитков. Имея сильное присутствие в быстрорастущем секторе электронной коммерции страны, Nestle смогла извлечь выгоду из быстро растущего среднего класса в Китае. Компания также смогла использовать силу своего бренда и инновационные продукты, чтобы получить конкурентное преимущество на рынке. Одной из ключевых причин успеха Nestle в Китае стала ее способность адаптироваться к местным вкусам и предпочтениям. Компания представила продукты, отвечающие конкретным потребностям и предпочтениям китайских потребителей. Например, Nestle представила ряд продуктов, которые нравятся китайским потребителям, заботящимся о своем здоровье, включая продукты с низким содержанием сахара и жира. Nestle также смогла установить прочные партнерские

отношения с местными компаниями, что помогло компании расширить свою деятельность в Китае. Например, компания сотрудничает с Alibaba, ведущей китайской компанией электронной коммерции, для продажи своей продукции в Интернете. Благодаря этому партнерству Nestle смогла охватить более широкую аудиторию и извлечь выгоду из быстрого роста электронной коммерции в Китае. Еще одним фактором, который способствовал успеху Nestle в Китае, была ее приверженность устойчивому развитию. Компания реализовала ряд инициатив, направленных на снижение воздействия на окружающую среду в Китае, включая сокращение потребления воды и выбросов углерода. Эти инициативы не только помогли Nestle уменьшить воздействие на окружающую среду, но и помогли компании укрепить свою репутацию ответственного и устойчивого бизнеса в Китае. Инвестиции компании окупились, и теперь Nestle является одной из ведущих компаний по производству продуктов питания и напитков в Китае с сильным присутствием в быстрорастущем секторе электронной коммерции страны. Международная экспансия Nestle также была обусловлена акцентом на устойчивое развитие и социальную ответственность. Компания взяла на себя обязательство снизить воздействие на окружающую среду и запустила несколько инициатив по продвижению устойчивого сельского хозяйства и сокращению отходов. Nestle также инвестировала в программы образования и обучения в сообществах, где она работает, помогая создавать рабочие места и поддерживая экономическое развитие. Таким образом, международная экспансия Nestle была обусловлена сочетанием стратегического партнерства, приобретений и органического роста. Компания успешно вышла на новые рынки и расширила ассортимент своей продукции, уделяя при этом особое внимание устойчивости и социальной ответственности. Благодаря сильному глобальному присутствию и приверженности инновациям Nestle готова к дальнейшему успеху в ближайшие годы.

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.