

# GOOD FOOD, GOOD LIFE

**We have more than 2,000 brands, from global icons to local favorites.**

**We enable healthier and happier lives, drawing on more than 150 years of passion for nutrition to bring them products they can trust.**



**Nestlé**

# قصة نستله :

- في منتصف القرن التاسع عشر كانت نسبة وفيات الأطفال مرتفعة جدا ، وكان السبب يعود إلى اعتقاد الاطباء بعدم قدرة بعض الأمهات على إرضاع أطفالهن ، الامر الذي يؤدي إلى سوء التغذية وبالتالي إلى الوفاة.
- أتت للخبير صيدلي يدعى هنري نستله فكرة إنتاج غذاء بديل للأطفال الرضع الذين تعجز أمهاتهم عن إرضاعهم بصورة طبيعية، وبدأ في عام ١٨٦٦ .
- فقام هنري بتطوير اسمه التجاري الخاص وأنشأ شركة "نستله" وطور شعار الشركة على شكل مأوى للطيور ، حيث تعني كلمة نستله " العش " باللغة الألمانية ، وكان الرمز معبرا جدا ، ويعني حسب رؤية هنري الأمومة ، الأمان ، الحنان ، الطبيعة ، الغذاء ، العائلة والتراث .

هي شركة متعددة الجنسيات متخصصة في إنتاج الأطعمة المعلبة أسست في فيفي، سويسرا وهي ناتج اندماج شركتين هما: شركة أنجلو-سويس ميلك لمنتجات الحليب، وشركة فاري لاكتي هنري نسلي التي أسسها هنري نستله والتي كانت تنتج أطعمة الرُّضع وقد اندمجت الشركتان في العام ١٩٠٥.

على مدى أكثر من ١٤٠ عاماً، وظفت نستله خبراتها بمجال التغذية في تطوير منتجات تسهم في تعزيز نمط حياة المستهلكين، لتصبح اليوم الشركة الأولى عالمياً في مجال التغذية والصحة والعافية، حيث تمتلك ٤٨١ مصنعاً ومركزاً إدارياً تنتشر في معظم دول العالم، وتوظف أكثر من ٢٧٥,٠٠٠ شخص.



Nestlé

## بداية الشركة:

وتعتمد نستله مبدأ **Good Food, Good Life** أي "غذاء سليم لحياة سليمة"، كقاعدة تبني عليها مجموعتها المتنامية من العلامات التجارية ذات الجودة العالية، والتي تمنح المستهلكين القيمة الغذائية العالية بالإضافة إلى المذاق المتميز. ولتحقيق ذلك، تستثمر نستله قرابة ١,٥ مليار دولار سنوياً في مجال الأبحاث والتطوير.

# منتجات شركة نستله

أنتجت شركة نستله خلال السنوات ما يقارب ٢٩ علامة تجارية من المنتجات الغذائية المهمة مثل :  
منتجات الطبخ، منتجات الحليب، عبوات المياه، القهوة ومشروباتها، منتجات غذاء الأطفال، منتجات  
العناية بالحيوانات، الحلويات والساكر، وغيرها من المنتجات المهمة في العالم بالإضافة أنها واحدة  
من المساهمين الرئيسيين في لوريال، أكبر شركة مستحضرات تجميل في العالم. أي أنها تدرج تحت  
سوق المنافسة الكاملة لذلك يمكننا توقع وجود الكثير المنافسين لها في العالم.



## نستله في الشرق الأوسط:

- بدأت نستله تحديدًا في عام ١٩٣٤ عندما تمت أول عملية استيراد في لبنان.
- نشئت شركة نستله الشرق الأوسط رسميًا عام ١٩٩٧، ويقع مكتبها الرئيسي في الإمارات العربية المتحدة، ليدير مجمل أعمال الشركة في دول مجلس التعاون الخليجي بالإضافة الى لبنان، الأردن، فلسطين وسوريا، إيران، العراق، واليمن – مغطية بذلك مجموع سكان يفوق الـ ٢٢٠ مليوناً\*.
- وصل مجموع استثمارات الشركة في المنطقة إلى ٤٠٠ مليون دولار أمريكي على مدى السنوات الخمسة الأخيرة. فالشرق الأوسط بالنسبة لنستله يمثل النمو، والمستقبل الواعد، والموهبة، والمهارة، والإبتكار؛ كما يمثل بعض التحديات في إدارة الأعمال، وبذلك نشير إلى الأوضاع الأمنية والسياسية المتغيرة في المنطقة، والتي تؤثر مباشرة على عافية الأفراد وأسلوب حياتهم فيها.



# منتجات نستله في الشرق الأوسط

- تضم قائمة منتجات نستله في الشرق الأوسط أكثر من ٦٠ منتجًا مبتكرًا لمختلف الفئات:

منتجات الحليب و غذاء الرضع، والمياه المعبأة، والشوكولاتة، والقهوة، ومبيضات القهوة، ورقائق الفطور، ومنتجات الطهي، و طعام الحيوانات، وغيرها،

تحت علامات تجارية متعددة مثل: نستله نيدو، نستله نان، S-26، بروجرس، ماجي، نيكافييه، كيت كات، كوفي مايت، نستله سيريلاك، نستله بيور لايف، نسبريسو و نستله فيتنس.

## • بداية الصعوبات

مع نهاية الحرب العالمية وجدت شركة نستله نفسها في أزمة حقيقة وسجلت شركة نستله أول خسارة لها عام ١٩٢١ ومما زاد الأمر سوءا هو ارتفاع أسعار المواد الأولية ، والركود الاقتصادي بعد الحرب والتدهور في العملات .

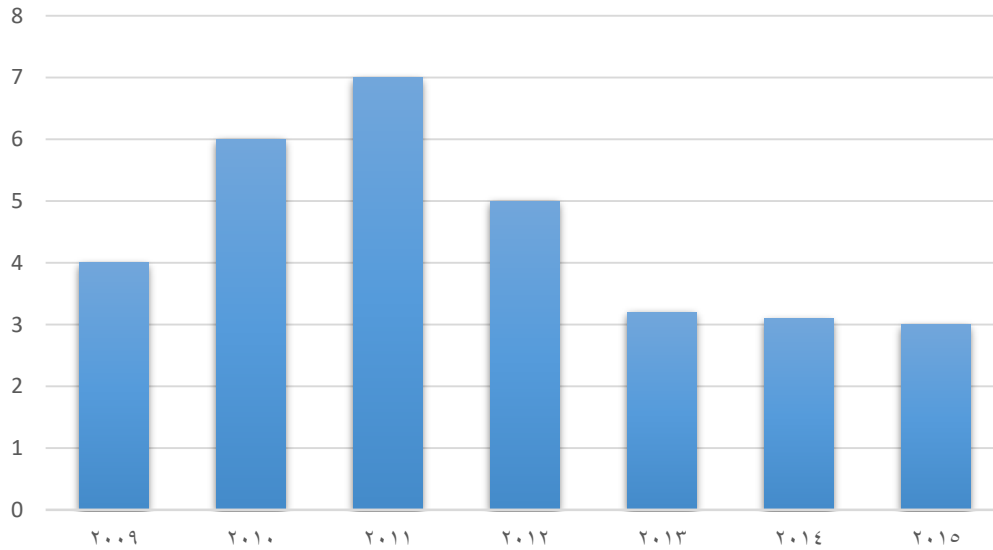


Nestlé

## • قرار الشركة الاقتصادي؟

- أخذت خطوات عملية لمواجهة الخسارة، وكانت ردة الفعل سريعة ،
- جلبت الخبير المصرفي لويس دايلز لإعادة تنظيم الشركة

## تراجع المبيعات بعكس التوقعات



Nestlé



# اسباب تراجع النتائج التي تعكس التوقعات



منع أحد منتجاتها الرئيسية بالهند



ارتفاع قيمة الفرنك السويسري

تباطؤ اقتصاديات الدول الناشئة



ما السوق الذي تعمل فيه وخصائصه؟



**Nestlé**

• تعمل نسته في سوق المنافسة الكاملة: (Perfect Competition)  
يتميز سوق المنافسة التامة أو الكاملة بعدة خصائص وهي:

وجود عدد كبير من البائعين والمنتجين

- ضمان عدم تأثير أي مستهلك أو منتج على سعر السلعة في السوق ويكون المنتج في هذه الحالة مستقبلاً للسعر (Price-Taker)
- ويسمى السعر السائد في سوق السلعة التنافسي بسعر المنافسة (Competitive Price) ، وهو السعر الوحيد الذي تباع فيه السلعة في سوق المنافسة .

سلع متجانسة: (Homogenous Goods)

- بمعنى أن تكون هذه السلعة متطابقة من ناحية الجودة والكفاءة وأداء الخدمة، بغض النظر عن المنتج أو البائع الذي تم شراء السلعة منه. ونتيجة لتجانس السلعة، فإن السلعة التي يقوم بإنتاجها المنتج الأول تعتبر "بديل كامل (Perfect Substitute)" لسلعة المنتجين الآخرين، وبالتالي فإن منحى الطلب الفردي على سلعة المنتج يكون لا نهائي المرونة .

حرية الدخول والخروج إلى السوق: (Free Entry)

- عدم وجود أي عوائق تمنع دخول منتجين جدد إلى السوق. وتستطيع عناصر الإنتاج أيضاً الانتقال بسهولة من إنتاج سلعة إلى إنتاج سلعة أخرى.

توفر المعلومات بشكل كامل: (Perfect Information)

- تتوفر جميع المعلومات المطلوبة حول السلعة وسعرها وطريقة إنتاجها والتكاليف المرتبطة بإنتاجها والتقنية المستخدمة في عملية إنتاجها وبصورة تامة في سوق المنافسة الكاملة .

نستله هي أكبر المنافسين الدوليين لشركة بيبسي، كولا  
، كرافت، فودز ، وشركة يونيليفر.



Nestlé

منافسين  
شركة نستله

THANK YOU :)



**Nestlé**