



**SKOLKOVO**  
Moscow School  
of Management

# Что значит Global Shift и как он возможен

---

Николай Верховский, академический директор Global Shift  
2.12.2022

---

# Содержание

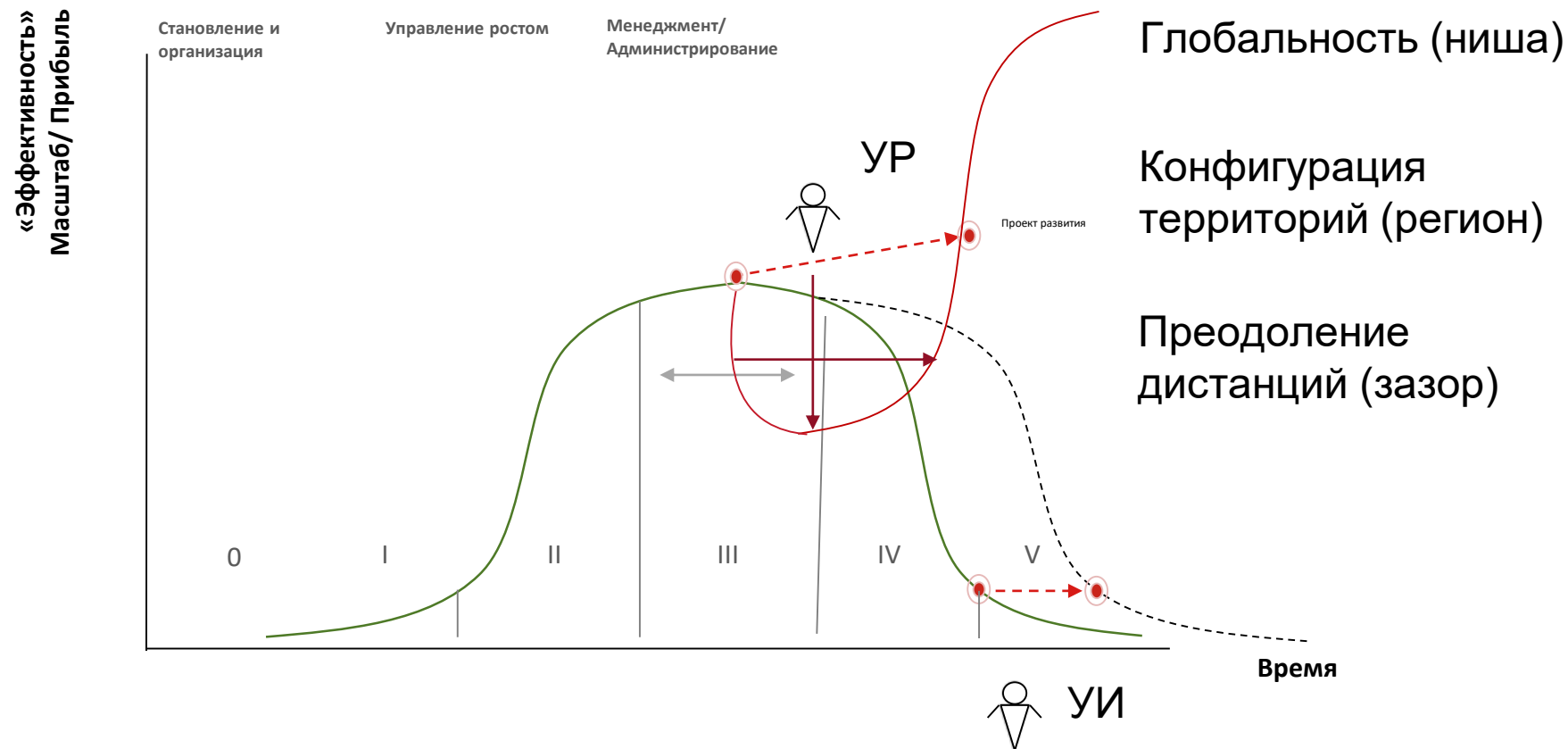
1. Логика Global Shift
2. Логика мирового экономического развития

---

# Логика Global Shift

---

# Траектория проекта развития



Жизненный цикл развития бизнеса: I – вход, II – рост, III – зрелость, IV – спад, V – вывод

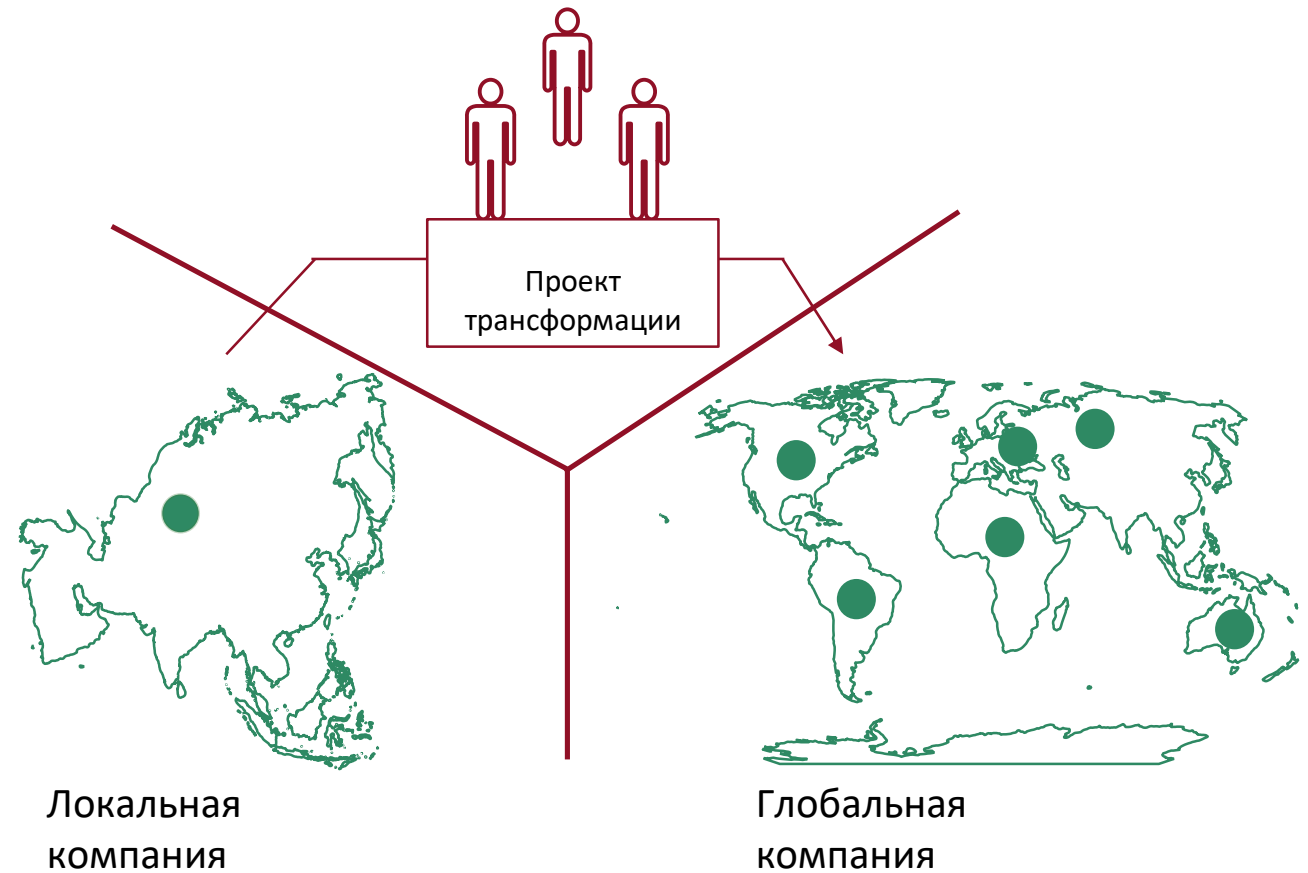
# Природа прибыли GSh предпринимателя

Глобальное позиционирование размещение своего продукта и своей производственной системы в поле глобальных норм и стандартов - расширяет возможные регионы присутствия

Размещение своей цепочки создания ценности в разных странах дает другую общую эффективность всей структуры воспроизводства. В этом смысле предприниматель получает прибыль от того, что эксплуатирует разницу потенциалов стран и их структур воспроизводства

**Преодоление дистанций** возникающих в силу разницы нормативной структуры территорий (разные нормы в разных регионах)

# Global Shift - проект управления развитием





# The Most Hated BRAND in Every Country



Amazon, Facebook, KFC and Sony are some of the biggest brands in the world. But biggest doesn't always mean best.

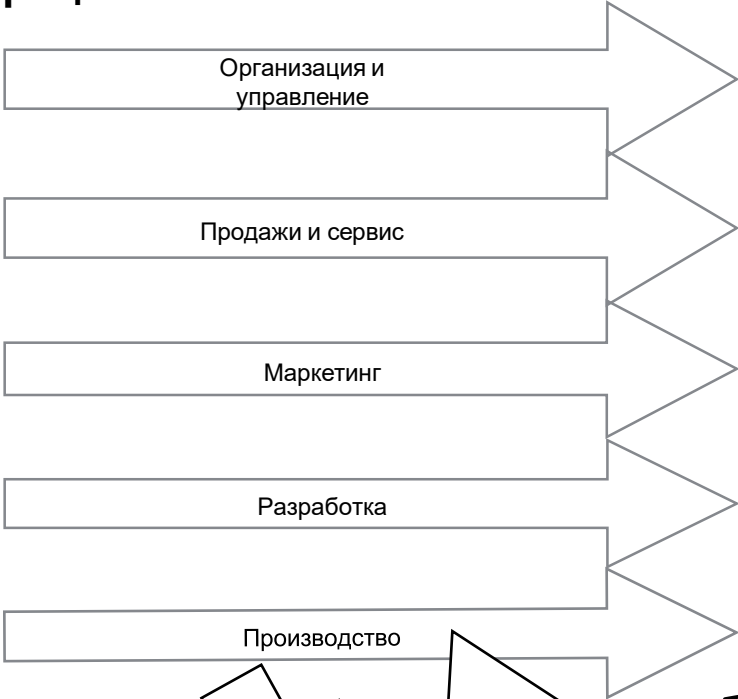
We curated a list of some of the biggest brands in the world and used an academic tool called SentiStrength to analyze the sentiment of tweets about each. Aggregating the data by country, we calculated the percentage of negative tweets for each brand to reveal the most hated in every country.

Naturally, some brands are less popular than others. Major technology company Sony claimed the most hated brand title in ten countries, while car manufacturer Tesla is the most hated in seven countries.

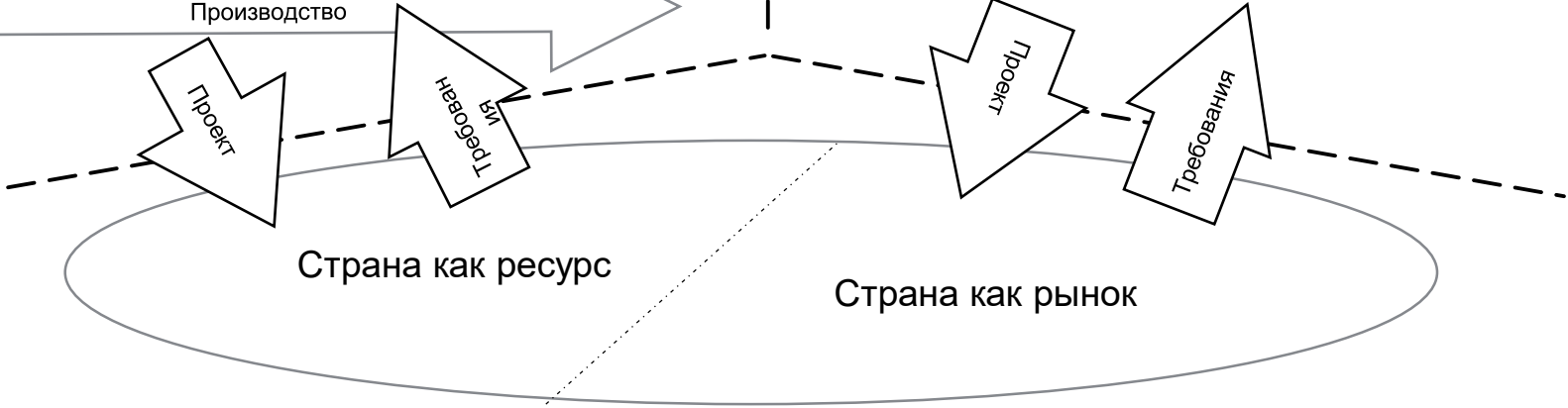
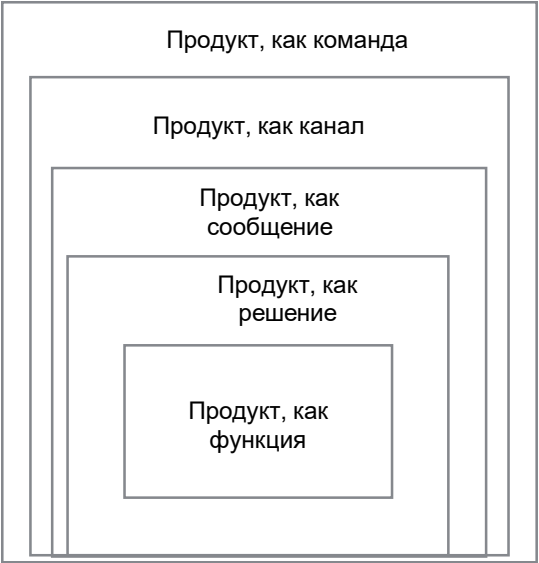


# Пространство GSh

## Процессы



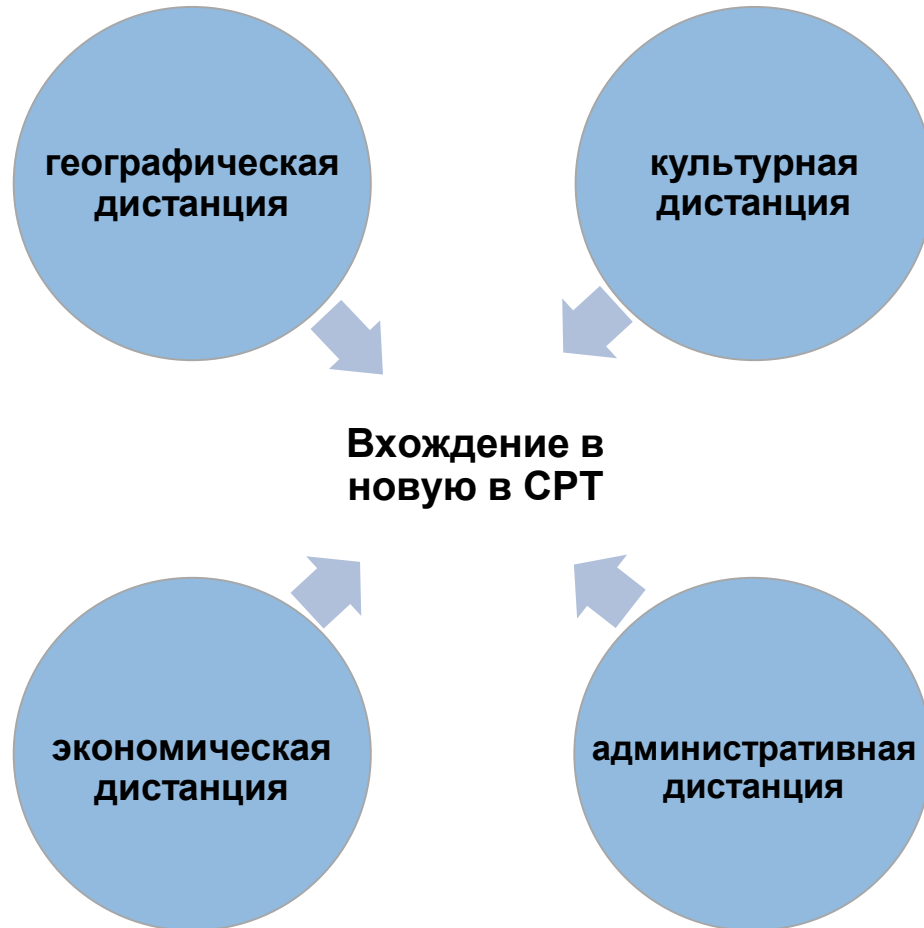
## Продукт



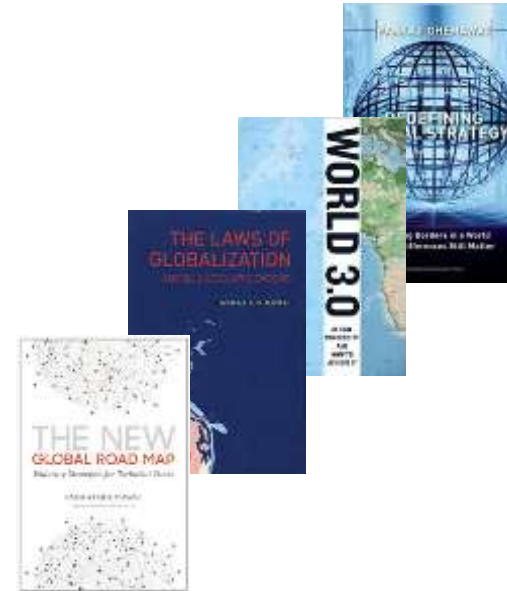
## Территория



# Вызовы вхождению в новую СРТ



Панкадж  
Гемават  
Род. 1959



---

# Цели Global Shift

Увеличение прибыли

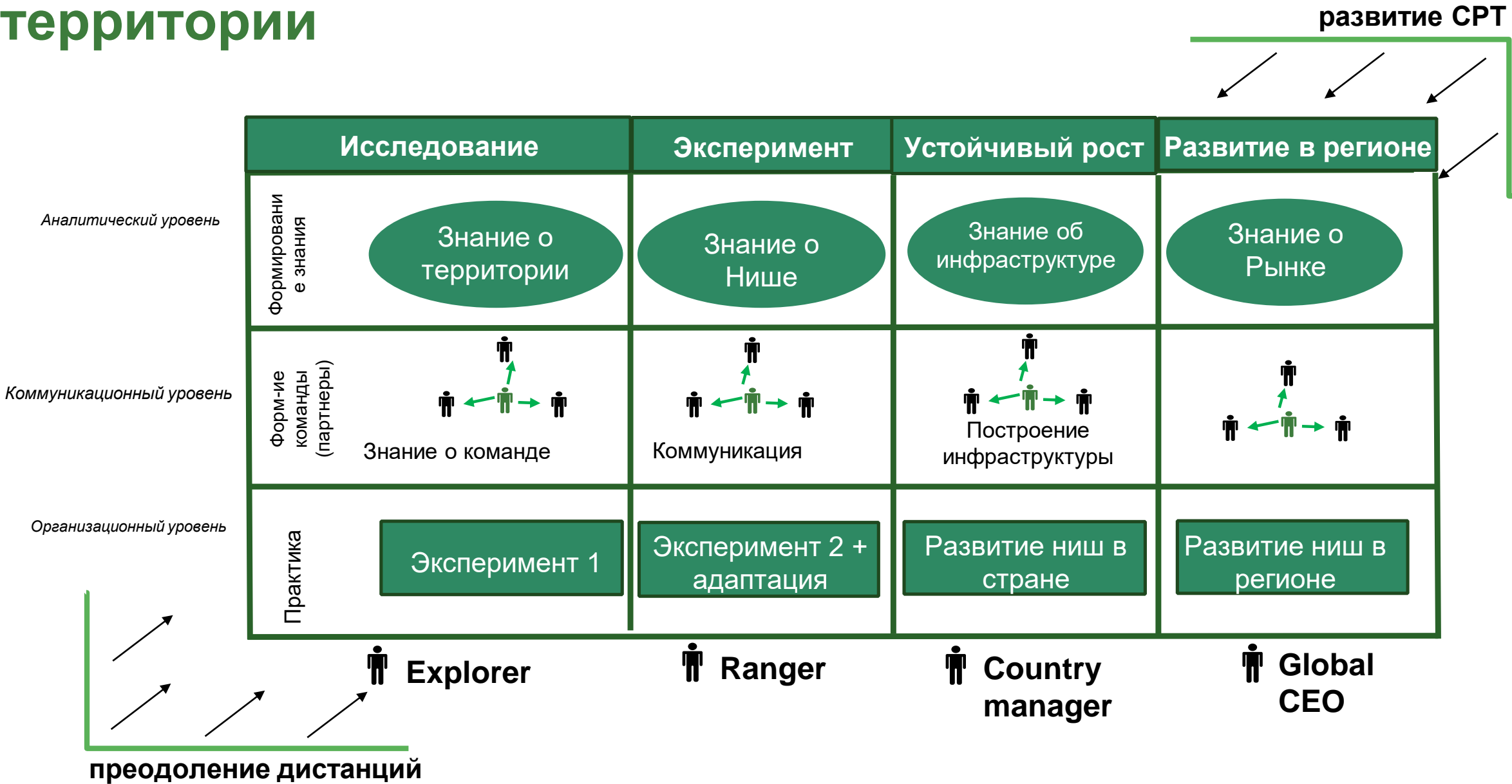
Масштаб рынка



Снижение издержек

Капитализация

# Процесс развития бизнеса в территории



Экономическая  
модельМодель  
рынкаПроизводственная  
модельГлобальная  
экономика

## Клиент



## Продукт



## Производство



## Команда

Индустриальные  
трендыОбъем денег  
в экономике

Регулирование

Карта клиентских  
сегментовСтандарты  
пользователей

Market makers

Глобальные  
бенчмаркиМеждународные  
стандарты

Сертификаты

Язык продукта

Глобальные каналы

Глобальные лидеры  
производстваСтоимость  
производственной цепочкиКарта производственных  
мощностей

Стоимость ресурсов

Инфраструктура

Инвестиции

Глобальный стандарт  
компетенцийМеждународное трудовое  
законодательство

Карта сочетаемость культур

Глобальная стоимость  
трудаРегуляторы  
регионаОсобенности  
экономических моделей  
в регионахСтавки на развитие  
по регионамЯдро/Полу-периферия/  
ПериферияКультура  
потребленияТопология  
клиентовСредний чек  
(экономика клиента)Потреб.  
законодательствоЛокальные аналоги  
позиционирования продуктаЛокальный язык  
сообщенияЛокальная экономика  
продуктаЛокальное  
регулирование продуктаЛокальное налоговое  
законодательство

Локальная инфраструктура

Локальные институты  
поддержкиЛокальные центры  
компетенцийЛокальные лидеры  
производства

Локальное право

Локальные инвестиции

Локальное трудовое  
законодательствоЭкономика сотрудника  
(стоимость найма и  
увольнения)Локальная деловая  
культураЛокальная система  
мотивацииВзаимодействие  
локальной и глобальной  
командах

---

## Проект GS:

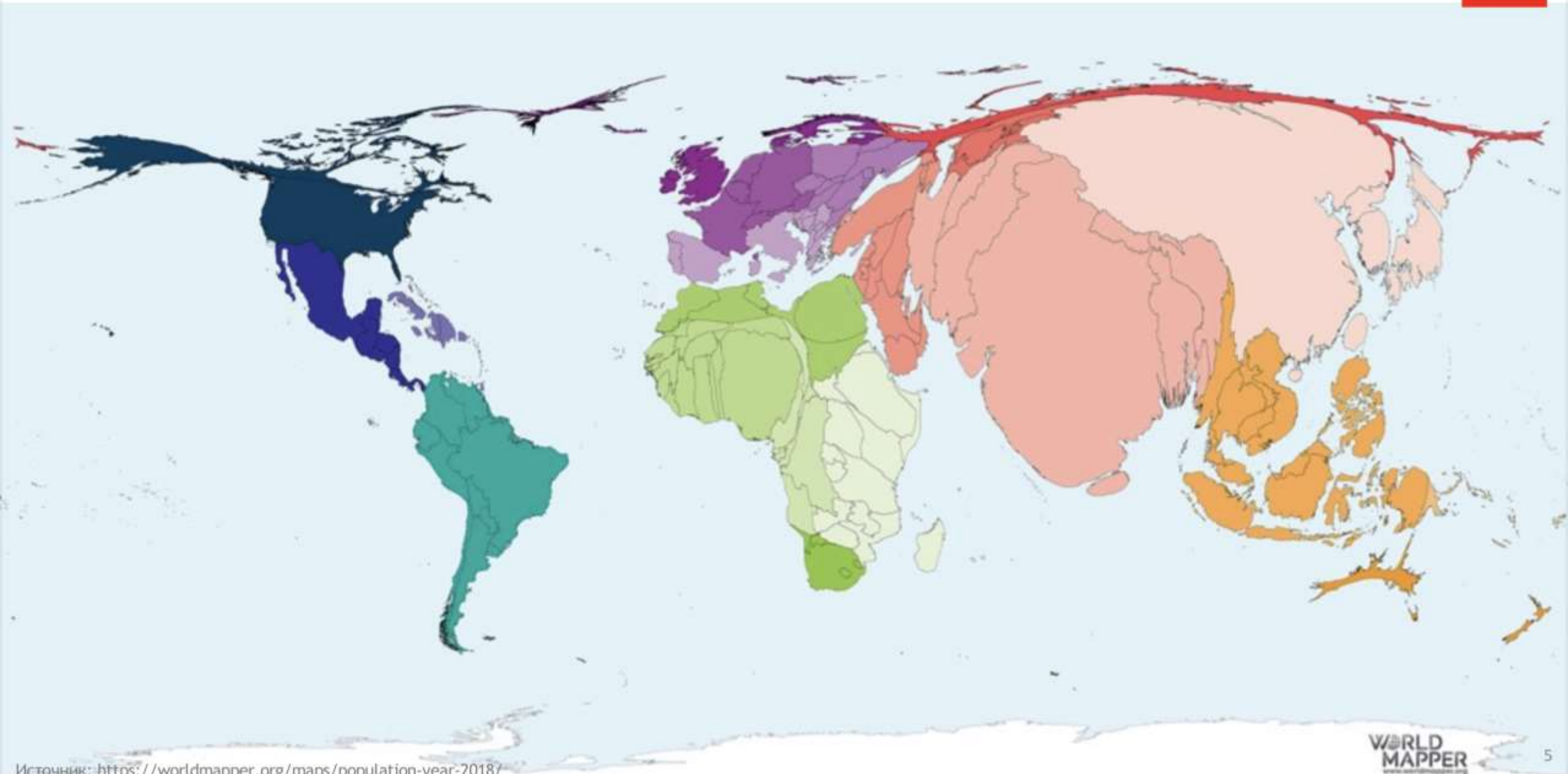
1. Портрет компании (ключевые данные, показатели, достижения).
2. Ситуация GSh – почему нельзя не делать?
3. Цели GSh: Капитализация, масштаб рынка, издержки, прибыль
4. Глобальное позиционирование: с каким продуктом мы выходим на глобальные рынки? Что меняется в нашем продукте? (продукт как команда, канал, сообщение, решение, функция).
5. Глобальное позиционирование: какие процессы должны быть приведены в соответствие глобальным стандартам.
6. Конфигурация на территории: место на глобальной карте (ядро, периферия, подпериферия). Как устроена СРТ нашего рынка? С каким узким местом в СРТ работаем? Как размещаем цепочку на карте?
7. Какие дистанции (административная, культурная, экономическая, географическая) нужно преодолеть на разных территориях и какими методами?
8. Организационная схема GSh (позиции и функции, система взаимоотношений, контроля). Какие территории на Ж/Ц будут на какой стадии. Какие позиции необходимы для организации работы.
9. Требуемые ресурсы. Расчет финансовых эффектов.
10. Запрос на кооперацию. Предложение инвесторам и партнерам.



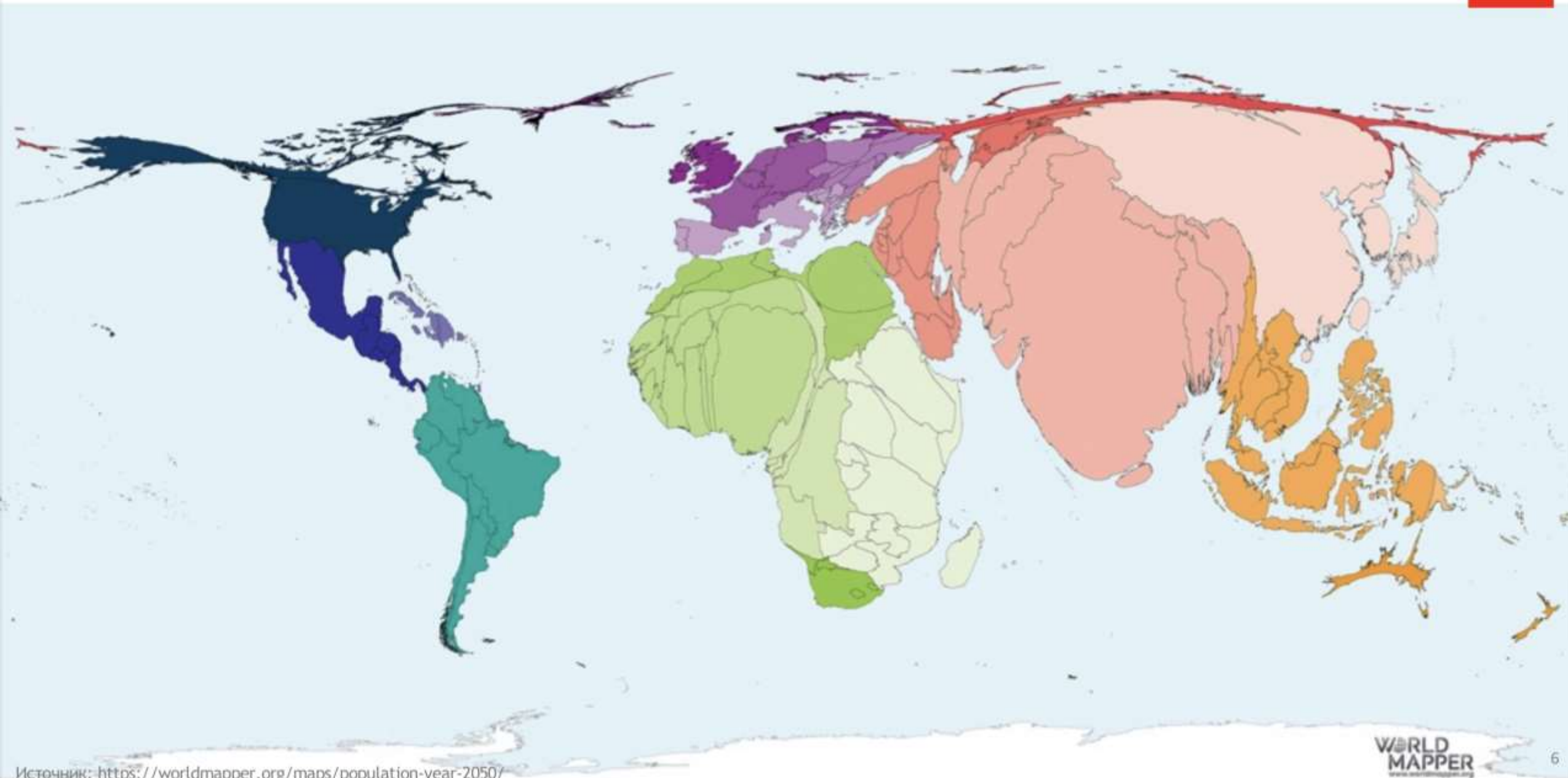
---

# Логика Global Economic Shift

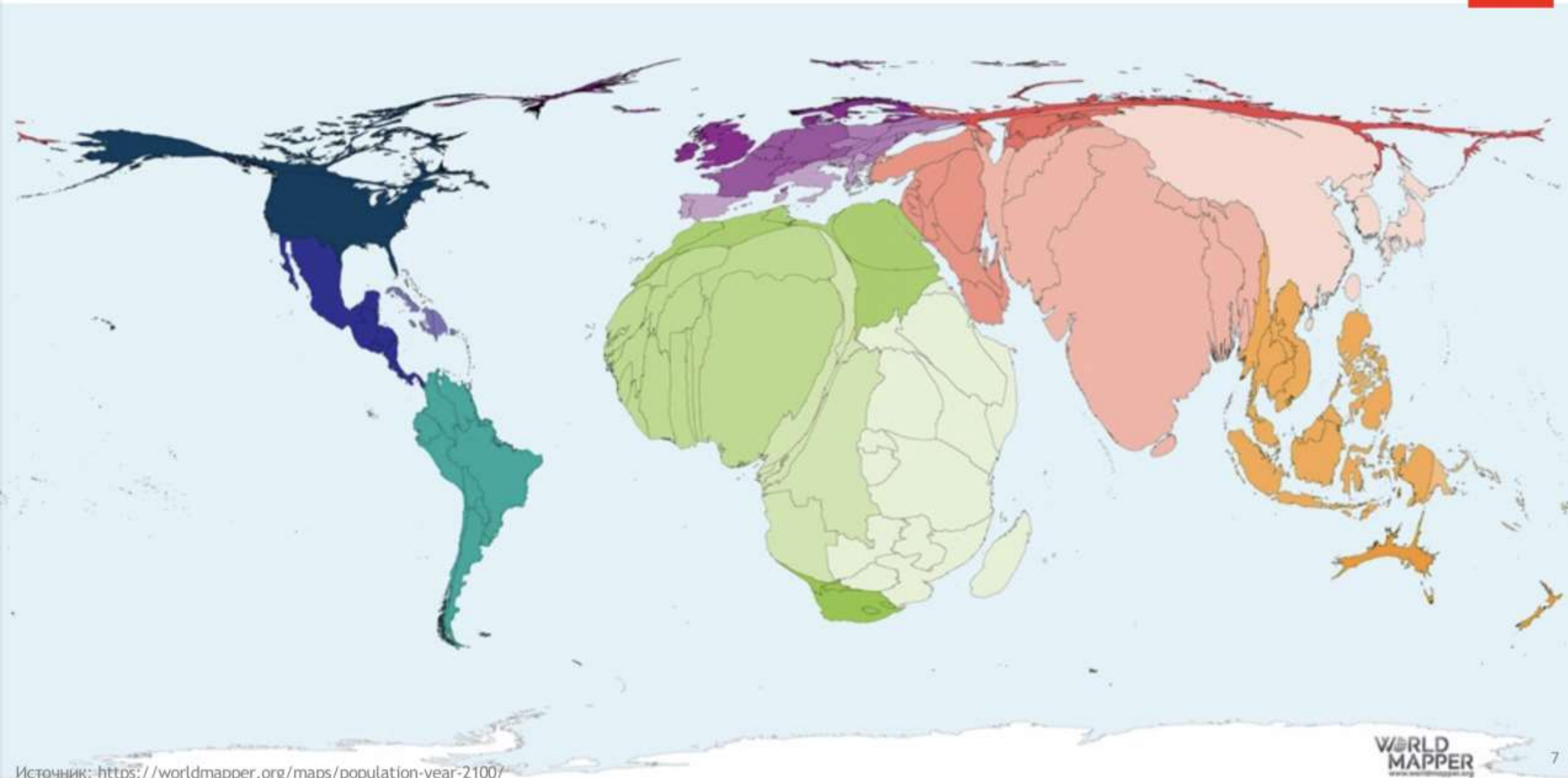
---



# Население 2050



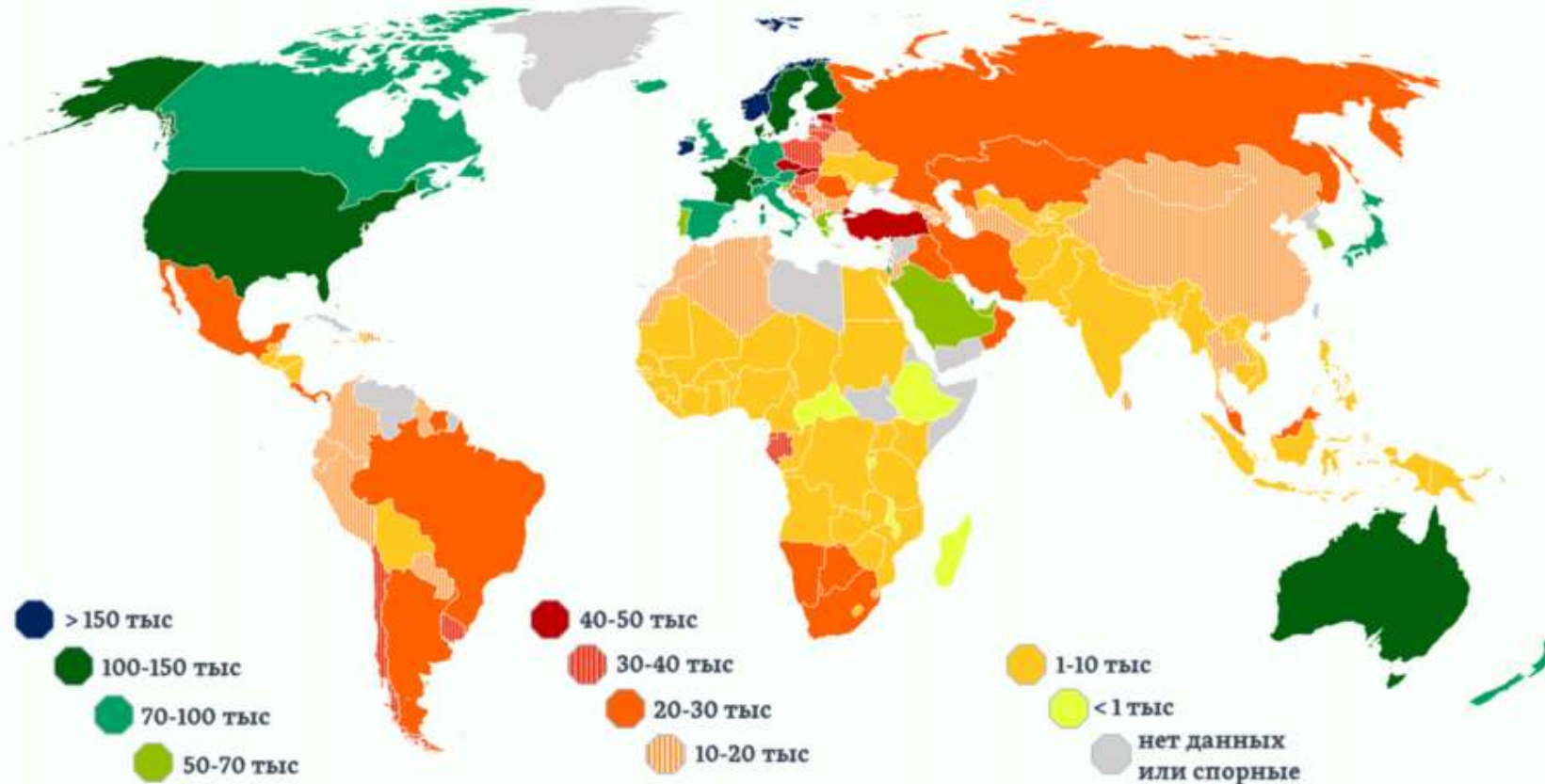
# Население 2100





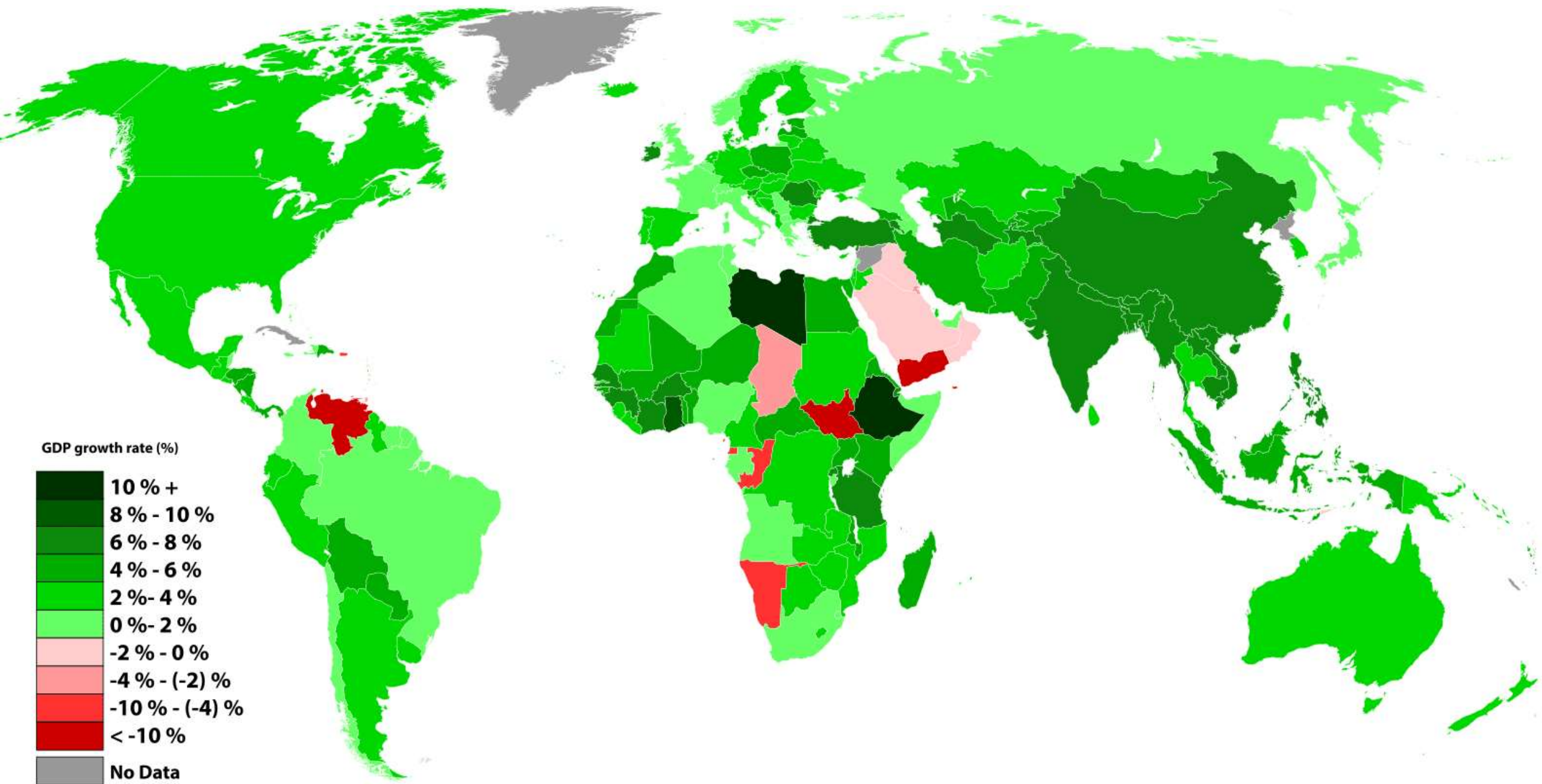
## ТРУД: ЭФФЕКТИВНОСТЬ

объем произведенного ВВП в расчете на одного занятого в экономике - за 2018 год  
(USD - в постоянных ценах 2010 года)



Источник: Всемирный банк (2020)





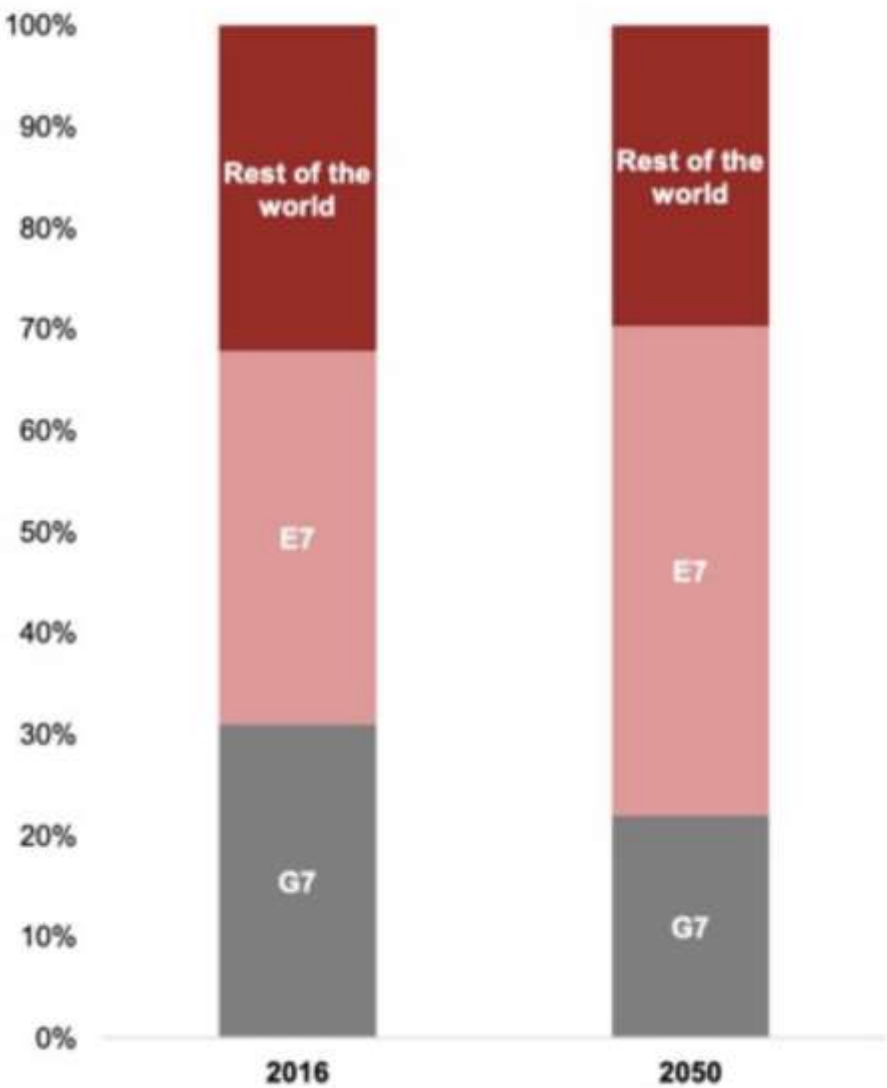
# Emerging Seven – Shifting the Global Balance



Rankings of GDP at PPPs

2016		2050	
China	1	1	China
US	2	2	India
India	3	3	US
Japan	4	4	Indonesia
Germany	5	5	Brazil
Russia	6	6	Russia
Brazil	7	7	Mexico
Indonesia	8	8	Japan
UK	9	9	Germany
France	10	10	UK

Share of world GDP at PPPs



Source: <https://www.pwc.com/gx/en/research-insights/economy/the-world-in-2050.html>

# Лидеры роста (новый БРИКС)



## МЕКСИКА

ВВП: 6.9 трлн долларов США  
Население: 140 млн человек



## ИНДОНЕЗИЯ

ВВП: 10.5 трлн долларов США  
Население: 300 млн человек



## НИГЕРИЯ

ВВП: 4.3 трлн долларов США  
Население: 400 млн человек



## ЕГИПЕТ

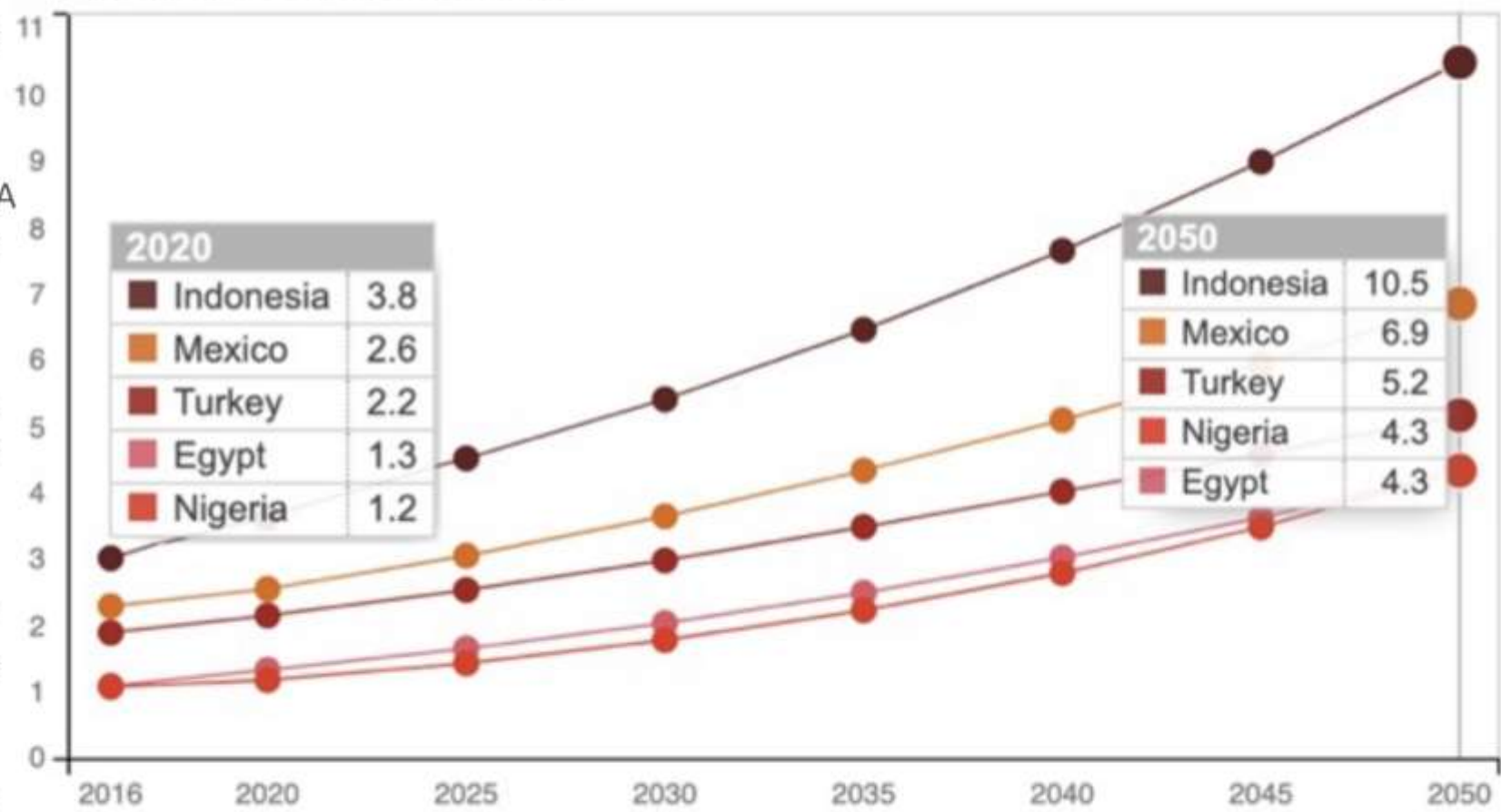
ВВП: 4.3 трлн долларов США  
Население: 160 млн человек



## ТУРЦИЯ

ВВП: 5.2 трлн долларов США  
Население: 100 млн человек

GDP in PPP terms (US\$ trillions)



Шарнирные территории	Глобальные хабы	Лидеры развития
Узбекистан Армения Казахстан	Дубаи	Индия
	Стамбул	Саудовская Аравия
	Сингапур	Индонезия
	?	Гана, Египет
	?	Мексика