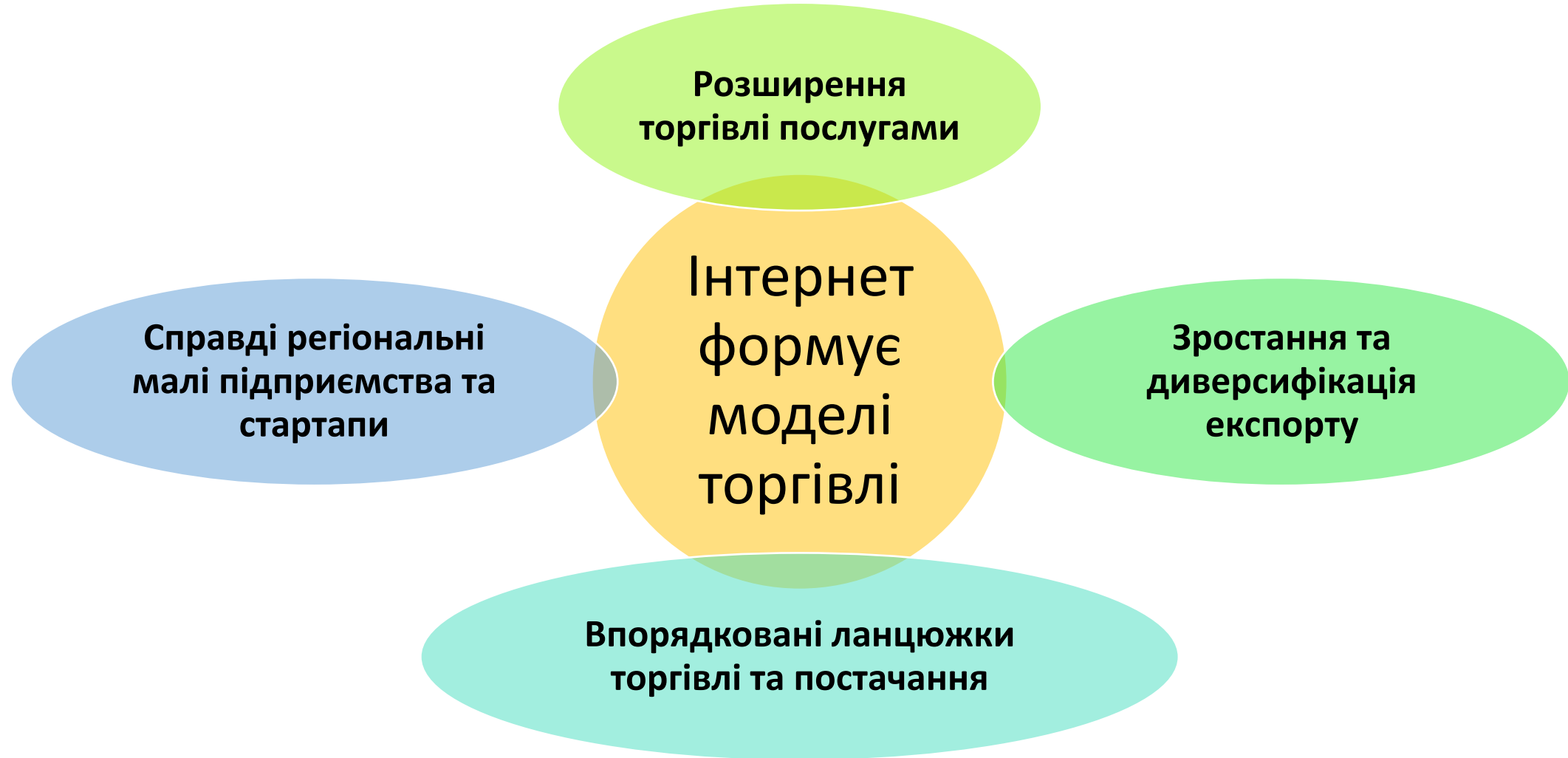




## 7. Стратегії електронної комерції в торгівлі послугами.



- ✓ Як видозмінюються інтернет-магазини?
- ✓ Додаткові функції порталів-агрегаторів
- ✓ Використання ресурсів соціальних мереж для забезпечення повного циклу обслуговування, включаючи проведення розрахунків
- ✓ Онлайн- та мобільні застосунки для управління бізнесом





## Питання для онлайн-аналізу ринку країни

Як компанії та споживачі використовують Інтернет сьогодні? Які сектори та бізнес-операції найбільш інтенсивно використовують Інтернет, а які відстають?

Наскільки значущою є транскордонна онлайн-торгівля для національних компаній, що займаються товарами та послугами, з точки зору їхніх загальних онлайн-продажів і покупок?

Як регіональні компанії розширили свою транскордонну онлайн-торгівлю в епоху Інтернету, які їхні ключові експортні ринки та джерела імпорту та як вони бачать свої перспективи в найближчі роки? Як транскордонні дані впливають на бізнес-операції в регіоні?

З якими перешкодами стикаються компанії, продаючи та купуючи онлайн?

Кордони? Які політичні та інші зовнішні бар'єри обмежують можливості компаній використовувати Інтернет для збільшення продажів? Чи існують внутрішні проблеми в компаніях для ефективної конкуренції в цифрову еру?

Яких пріоритетних політичних стратегій мають дотримуватися уряди, щоб дозволити компаніям брати участь у онлайн-торгівлі товарами та послугами на регіональному ринку та з позарегіональними партнерами?

З якими перешкодами стикаються підприємці, створюючи нові онлайн-платформи?

З якими проблемами стикаються онлайн-платформи, коли вони прагнуть розширити свої послуги на регіональному чи глобальному рівнях?



## П'ять основ національних інноваційних систем

**Соціальні мережі та динамічні ринки праці:** інновації процвітають там, де є кластери підприємців, науковців, інженерів та експертів, які взаємодіють непередбачуваними способами, щоб сприяти створенню та поширенню ідей, продовжуючи захищати важливу інтелектуальну власність.



**Спільні активи, які знижують витрати для інноваційних компаній:** інновації зазвичай спираються на додаткові активи за межами фірми. Ці активи включають університети, дослідницькі центри та нову соціальну інфраструктуру, таку як широкосмуговий доступ, що знижує вартість виробництва та розповсюдження. Регіональні технологічні кластери та соціальні мережі часто відіграють важливу роль у створенні таких спільних активів



**Гнучкі бізнес-моделі:** багато інновацій зазнають невдачі, оскільки фірми не розробляють нові бізнес-моделі, щоб реалізувати свій потенціал



**Фінансові моделі для підтримки інновацій:** інновації вимагають, щоб інноваційні ідеї могли забезпечити фінансування та перейти від концепції до виробництва та ринку, незалежно від того, залучають вони банки, ринки капіталу чи венчурний капітал

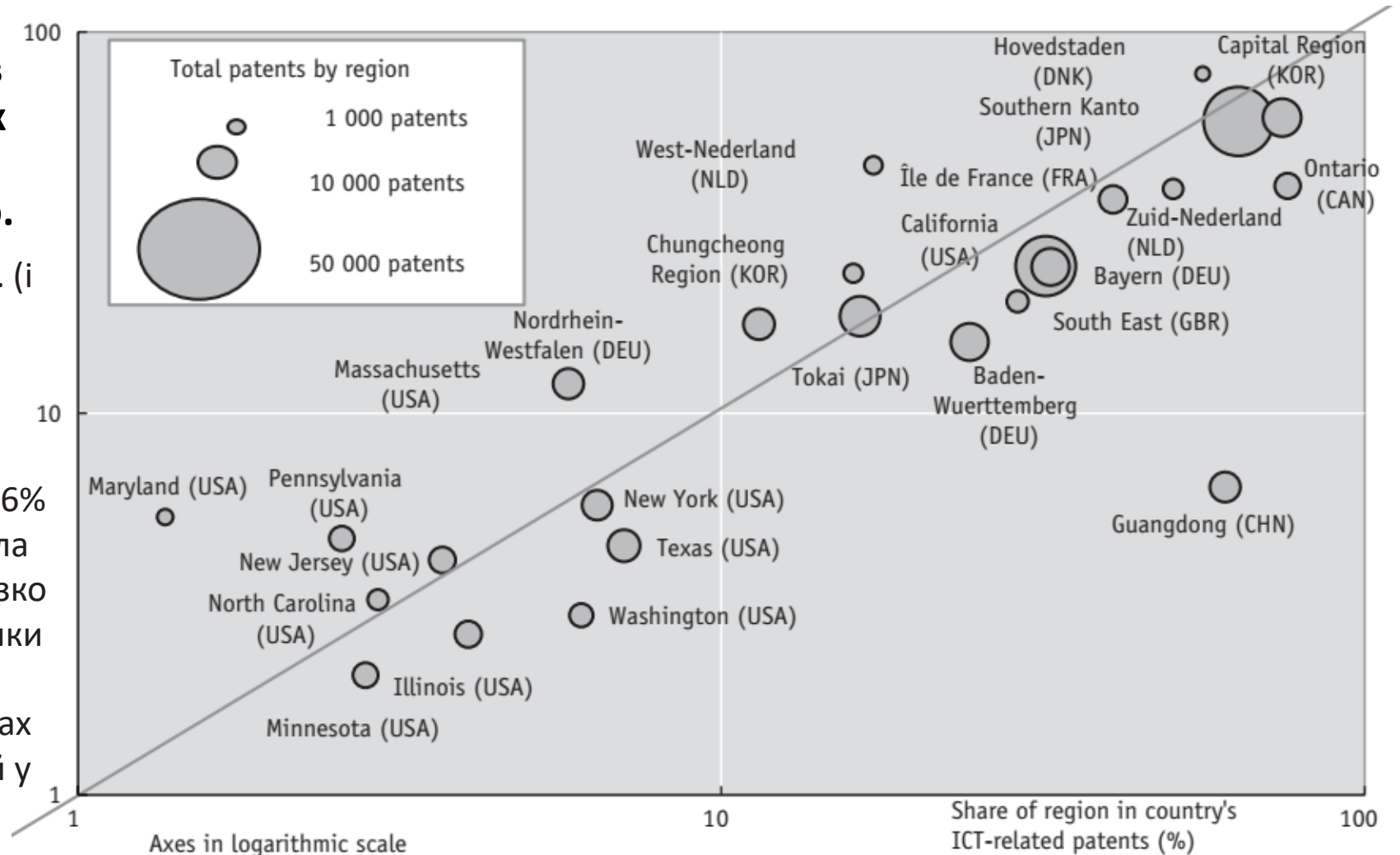


**Відповідна урядова політика:** відповідна політика потрібна, але може варіюватися від підтримки досліджень і розробок (НДДКР) до корпоративного управління до політики, пов'язаної з зовнішньою торгівлею та інвестиціями.



## ІСТОРИЧНИЙ ОГЛЯД: Інноваційні переламні точки в інформаційно-комунікаційних технологіях, біотехнологіях та нанотехнологіях, 2006–2008 рр.

За даними Світового банку, у 1960 р. (і все ще в 1967 р.) торгівля становила 25% від світового ВВП. Ця частка зросла до 38,8% у 1980 р. перед рецесією на початку 1980-х. Частка торгівлі у світовому ВВП зросла з 39,6% у 1990 р. до 51,6% у 2000 р. та досягла піку в 61% у 2006 р. Цей показник різко впав після краху фінансової бульбашки в 2007 р., але відновив ці втрати у 2011. Відтоді обсяг торгівлі у відсотках від світового ВВП дещо скоротився й у 2015 р. становив 58%.





Co-funded by the European Union



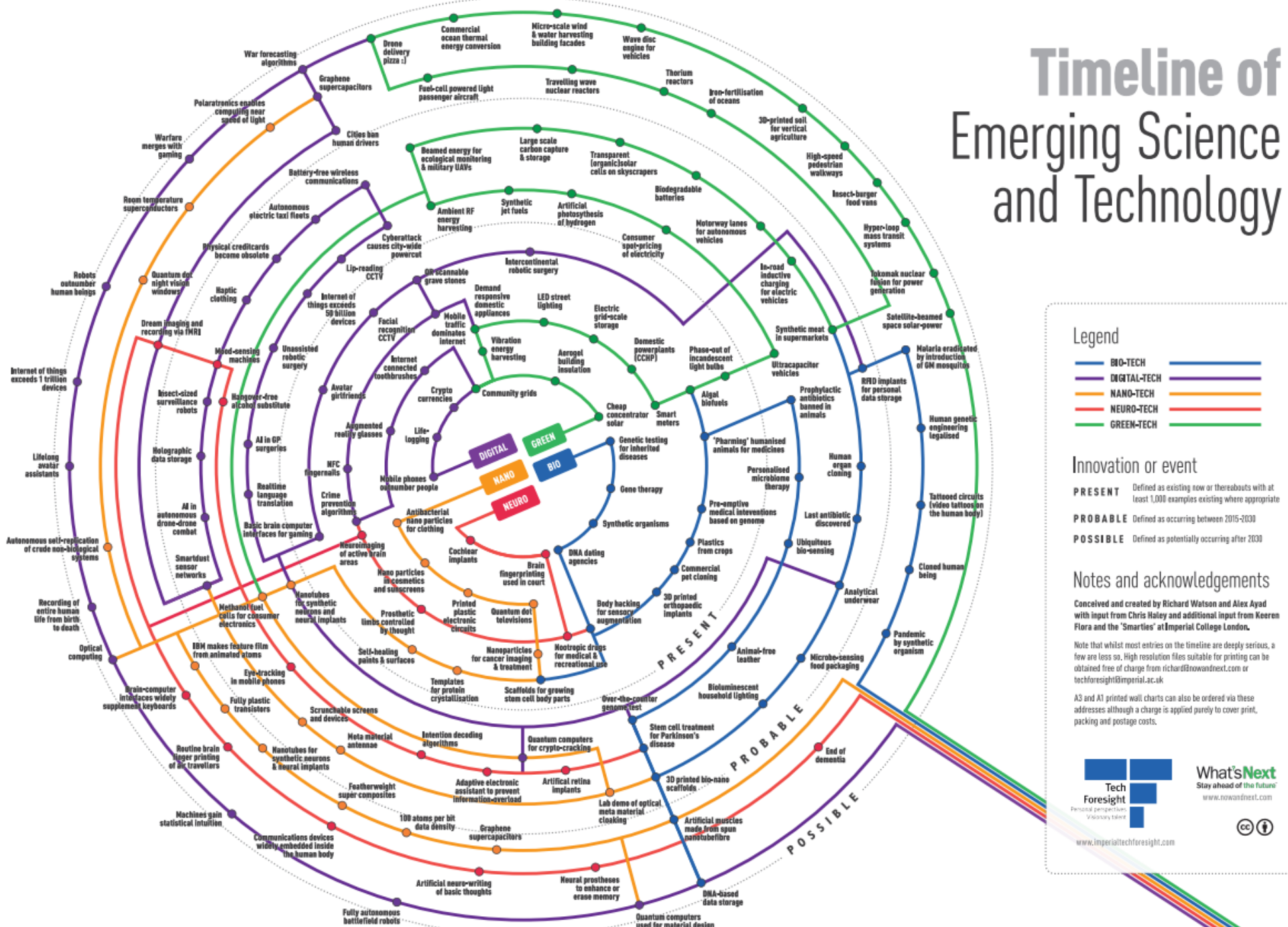
# DigiTrade

EU4UA



## Erasmus+ Jean Monnet

# Timeline of Emerging Science and Technology



**Legend**

- BIO-TECH (Blue line)
- DIGITAL-TECH (Purple line)
- NANO-TECH (Orange line)
- NEURO-TECH (Red line)
- GREEN-TECH (Green line)

**Innovation or event**

**PRESENT** Defined as existing now or thereabouts with at least 1,000 examples existing where appropriate

**PROBABLE** Defined as occurring between 2015-2030

**POSSIBLE** Defined as potentially occurring after 2030

**Notes and acknowledgements**

Conceived and created by Richard Watson and Alex Ayad with input from Chris Haley and additional input from Keeren Flora and the 'Smarties' at Imperial College London.

Note that whilst most entries on the timeline are deeply serious, a few are less so. High resolution files suitable for printing can be obtained free of charge from richard@knowandnext.com or techforesight@imperial.ac.uk

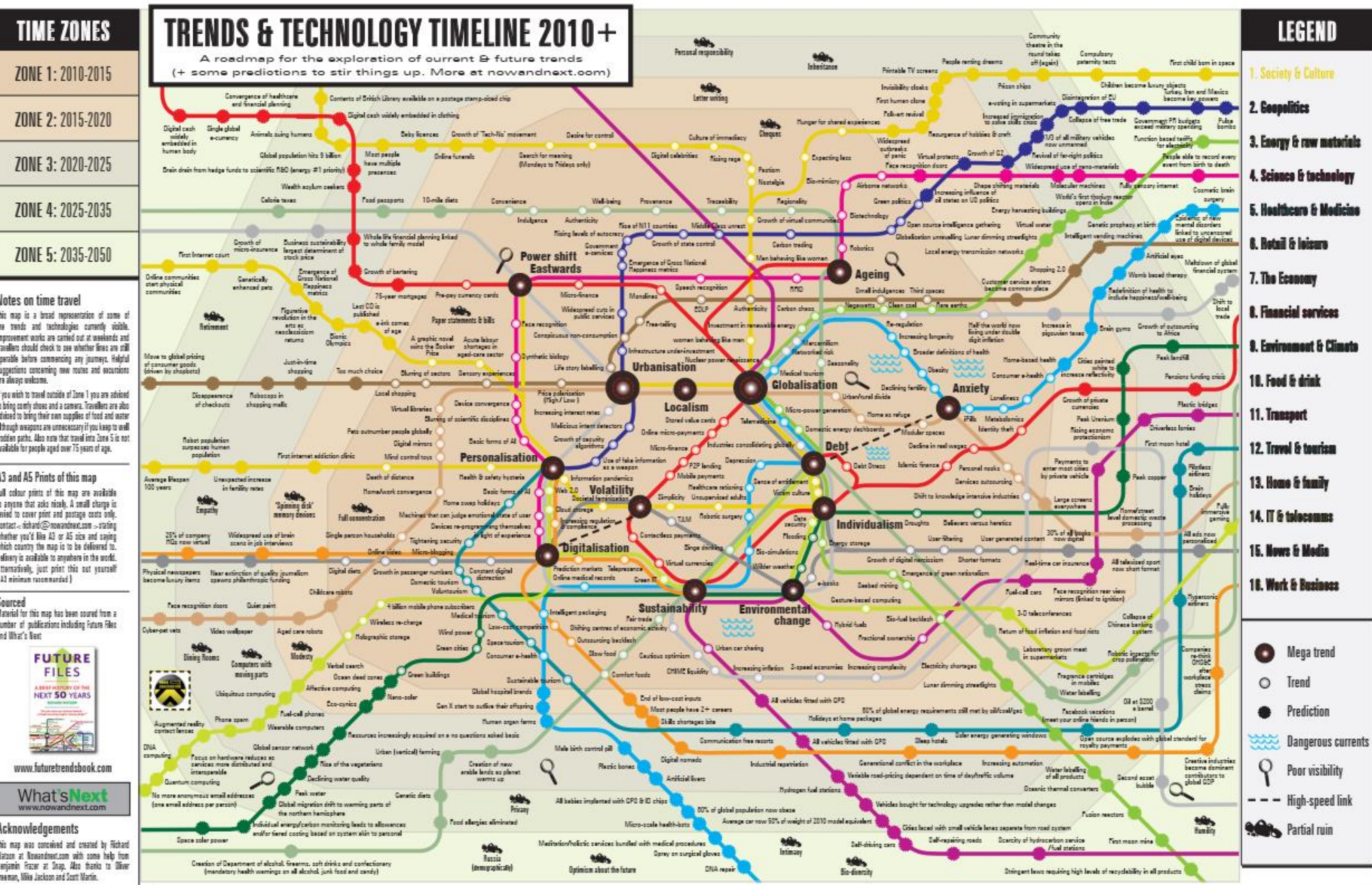
A3 and A1 printed wall charts can also be ordered via these addresses although a charge is applied purely to cover print, packing and postage costs.

**Tech Foresight**  
 Personal perspectives. Visionary talent.  
 www.imperialtechforesight.com

**What'sNext**  
 Stay ahead of the future!  
 www.nowandnext.com

CC BY

Emerging timeline of science and technology - Imperial Tech Foresight



Co-funded by the European Union

DigiTrade  
EU4UA

Erasmus+ Jean Monnet

**Acknowledgements**  
 This map was conceived and created by Richard Watson at [nowandnext.com](http://nowandnext.com) with some help from Benjamin Fraser at [ShopNowandNext.com](http://ShopNowandNext.com). Also thanks to Oliver Seaman, Mike Jackson and Scott Martin.

**creative commons**  
 This map is published under a creative Commons 2.5 license. This basically means that you can do whatever you like with this map just so long as you give it the credit it deserves.

# Tech in 2025: 10 Technologies that will Transform the Global Economy

## Is your organization ready for the fourth industrial revolution?

The global workforce is undergoing a massive technological shift that many are calling the “fourth Industrial Revolution.” According to a recent World Economic Forum report, nearly a third of the most important skillsets in 2025 will be comprised of technology skills not yet considered imperative to the job today.

How will your organization fill these critical roles with skillsets that are just beginning to emerge? **In this whitepaper you'll learn:**

- ✓ The 10 technologies that will transform the global economy by 2025
- ✓ What technological change means for your workforce
- ✓ How you can prepare to meet the technological demands of the market in 2025 and beyond

Read on to learn about the tech future and how to survive the future of technology and the keys you need to lead your organization through the fourth industrial revolution. **Download now!**

Download Whitepaper

First Name\*

Last Name\*

Email Address\*

Company\*

Job Title\*

Phone Number\*

Country\*  
Select...

By filling out this form and clicking submit, you acknowledge our [privacy policy](#).

SUBMIT

Питання з вивченого матеріалу: яка мета заповнення даної форми для завантаження статті?

[Tech in 2025: 5 Technologies that will Transform the Global Economy | Pluralsight](#)





Top three innovation economies by region



## Global Innovation Index 2021

### Top three innovation economies by income group



2022

## Top three innovation economies by region

### Latin America and the Caribbean

1. Chile
2. Brazil ☆
3. Mexico ↓

### Sub-Saharan Africa\*

1. South Africa
2. Botswana ☆
3. Kenya ↓

### Northern Africa and Western Asia†

1. Israel
2. United Arab Emirates
3. Türkiye

### South East Asia, East Asia, and Oceania

1. Republic of Korea
2. Singapore
3. China

### Northern America

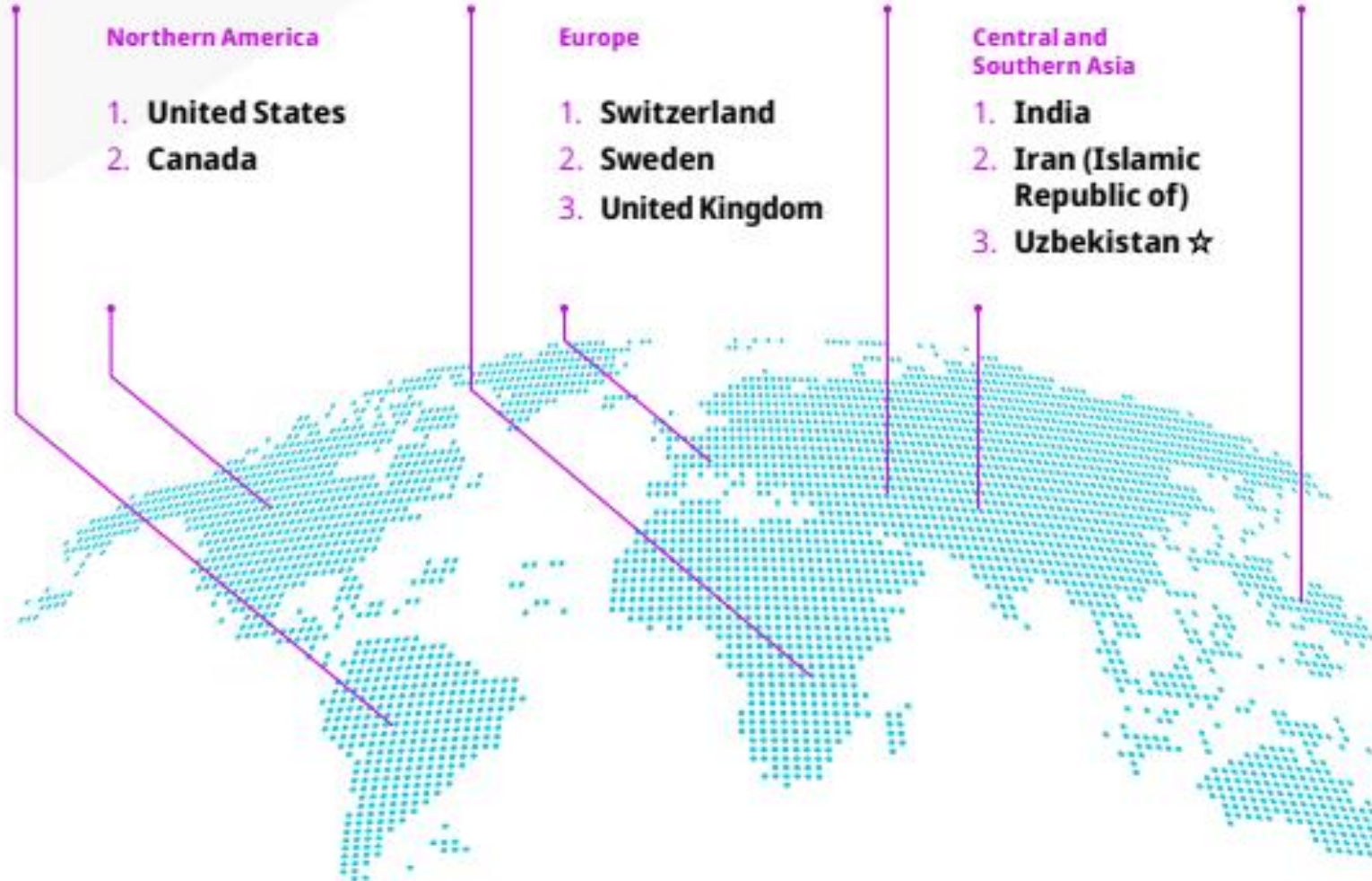
1. United States
2. Canada

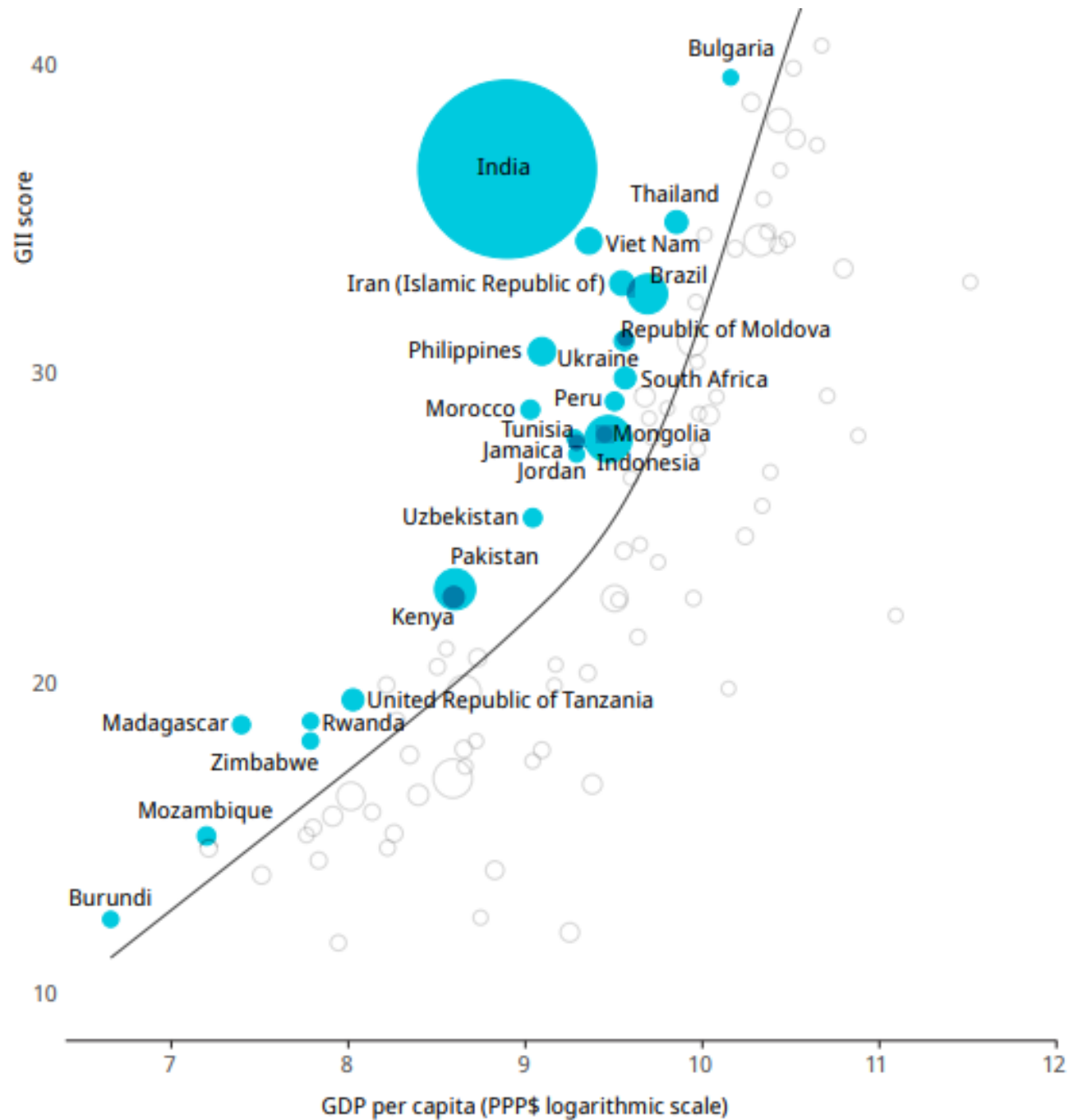
### Europe

1. Switzerland
2. Sweden
3. United Kingdom

### Central and Southern Asia

1. India
2. Iran (Islamic Republic of)
3. Uzbekistan ☆





The positive relationship between innovation and development



## A company's competitive landscape on the Internet

Websites	Search Engine Optimization (SEO)	Pay-Per-Click (PPC) and Remarketing	Social Media
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Domain age</li> <li>• Domain reputation</li> <li>• Web presence/web properties</li> <li>• Quality and standards of coding</li> <li>• Responsive design to accommodate mobile devices</li> <li>• Site speed optimization</li> <li>• Development platform</li> <li>• Programming errors</li> <li>• W3C standard compliance</li> <li>• Navigation structure</li> <li>• Content quality and depth</li> <li>• Content sharing capabilities</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Top ranking keyword phrases</li> <li>• Other organic keyword combinations and rankings</li> <li>• Long-tail phrases</li> <li>• Short-tail phrases</li> <li>• Search positioning</li> <li>• Search volume</li> <li>• Depth of organic visibility</li> <li>• Variety of organic rankings</li> <li>• Backlink quality and reputation</li> <li>• Content depth/number of indexed pages</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Number of individual PPC campaigns</li> <li>• Ad copy per campaign</li> <li>• Targeted keyword phrases</li> <li>• Search volume</li> <li>• Click charges</li> <li>• Conversion strategies</li> <li>• Messages in calls-to-action (CTA)</li> <li>• Landing pages and their conversion strategies</li> <li>• Conversion topics/offers</li> <li>• Remarketing setup and coverage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Social presence</li> <li>• Social content positioning</li> <li>• Content sharing capabilities</li> <li>• Social impact</li> <li>• Social visibility</li> <li>• Social intensity</li> <li>• User participation</li> <li>• User engagement</li> <li>• Social creativity</li> <li>• Social conversion strategies</li> </ul>





Персональний сайт	<ul style="list-style-type: none"><li>• Некомерційний, можливо, для окремої особи чи сім'ї, яка хоче поділитися інформацією в Інтернеті</li></ul>
Веб-сайт для соціальних мереж	<ul style="list-style-type: none"><li>• Може бути для бізнесу, некомерційної організації або окремої особи. Мета полягає в тому, щоб користувачі могли спілкуватися та взаємодіяти. Може використовуватися як ефективний спосіб просування бізнесу або важливе джерело цінних даних</li></ul>
Публікація/Веб-сайт блогу	<ul style="list-style-type: none"><li>• Надає платформу для авторів, письменників і блогерів. Часто містить біографії видавців і категорії тематики</li></ul>
Веб-сайт цифрової спільноти	<ul style="list-style-type: none"><li>• Створюється для цифрових спільнот, а не реальних. Вони використовуються для соціальної взаємодії та обговорення спільних інтересів.</li></ul>
Спеціалізований мобільний веб-сайт	<ul style="list-style-type: none"><li>• Потрібен, коли ваша цільова аудиторія користується в основному мобільними пристроями. Розробляється для надання найнеобхіднішої інформації користувачеві з мінімальною навігацією</li></ul>
Веб-сайт мобільного додатка	<ul style="list-style-type: none"><li>• Не плутати з «рідною програмою». Веб-сайт програми запускається з розміщеної програми, а не з мобільного пристрою. Зазвичай дешевше в обслуговуванні, вміст можна швидко змінювати на веб-сайті мобільного додатка без необхідності оновлення та видачі рідного коду додатка</li></ul>
Веб-сайт бронювання	<ul style="list-style-type: none"><li>• Це може бути веб-сайт подорожей, авіарейсів і бронювання готелів, ресторан, служба доставки їжі чи таксі. Ці веб-сайти підключені та інтегровані з одним із великих галузевих систем бронювання</li></ul>
Веб-сайт каталогу	<ul style="list-style-type: none"><li>• Цифровий еквівалент старомодних жовтих сторінок. Часто використовується для класифікації та просування бізнес-послуг у певних географічних регіонах</li></ul>
Веб-сайт маркетингової брошури	<ul style="list-style-type: none"><li>• Використовується переважно як цифрові брошури та каталоги. Можна виробляти, підтримувати та розповсюджувати за невелику частку вартості друкованих ЗМІ</li></ul>
Інформаційний сайт	<ul style="list-style-type: none"><li>• Призначений для інформування користувачів. Найбільшим сайтом цього типу є Вікіпедія. Однак підприємства, які створюють релевантну та корисну інформацію, можуть залучити відвідувачів, які потім можуть перетворитися на клієнтів</li></ul>
Веб-сайт електронної комерції	<ul style="list-style-type: none"><li>• Вирівнює умови гри, щоб невелика компанія могла конкурувати з більшими компаніями. Однак не варто недооцінювати витрати та ресурси, необхідні для підтримки такого сайту, оскільки вони можуть бути значними</li></ul>
Веб-сайт регульованої галузі	<ul style="list-style-type: none"><li>• Банківська, страхова, фармацевтична та інші регульовані галузі повинні забезпечити відповідність вмісту своїх веб-сайтів певним нормам, що регулюють їхню галузь. Ці компанії вимагають, щоб їхні веб-сайти включали систему керування вмістом із вбудованим процесом затвердження, щоб відділи відповідності могли затверджувати вміст перед його публікацією</li></ul>



Залучайте нових клієнтів

- Щоб зробити сайт зручним для використання (включно з навігацією на різних пристроях), потрібно багато чого планувати. Також важливими є брендинг, подача інформації та графічний дизайн (включаючи зображення). Інформація використовується, щоб розповісти клієнтам про продукти чи послуги. Веб-сайт слід підтримувати, оновлювати та розглядати як основний інструмент продажу

Покращення конверсій відвідувачів

- Конверсія відвідувача відбувається, коли користувач виконує дію, яку ви йому вказали, наприклад: підписується на розсилку електронною поштою, робить покупку в Інтернеті, завантажує технічну документацію, переглядає відео, підписується на послугу, заповнює онлайн-форму, напишіть відгук, пройдіть тест, надайте відгук або виконайте іншу дію. Ви повинні визначити критерії конверсії на початку, щоб ви могли переконатися, що на сайті вбудовані правильні шляхи конверсії. Конверсії також можна призначити значення (у валюті). Після запуску сайту та витрат на маркетинг можна розрахувати рентабельність інвестицій на основі маркетингових витрат і цінності конверсії

Утримувати існуючих клієнтів

- Відсотки можуть відрізнятися, але всі власники бізнесу знають, що залучення нового клієнта коштує дорожче, ніж утримання старого. Стратегії утримання можуть бути потужними та можуть включати такі речі, як персоналізований вміст, файли cookie для підвищення ефективності майбутніх відвідувань, пропозиції лояльності, часте спілкування, відмінне обслуговування клієнтів, соціальну взаємодію та інші переконливі стратегії

Отримайте дохід за допомогою бронювань, банерів і реклами

- Партнерські веб-сайти вимагають часу та енергії. Потрібні початкові інвестиції, щоб створити платформу, і ще більше інвестицій у маркетинг, щоб залучити великі обсяги цільового трафіку на сайт, який має конвертувати відвідувачів, щоб отримати прийнятний дохід. Коефіцієнти конвертації галузевих стандартів відрізняються, але правильне емпіричне правило становить від 3% до 5%. Отже, якщо сайт працює добре, один відвідувач із двадцяти здійснить конверсію. Щоб отримати прибуток, витрати на залучення відвідувача повинні бути збалансовані з комісією, сплаченою за конверсію, плюс витрати на створення та управління підприємством

