

Apple можна відзначити, що ними застосовується прийом відносно підписки на Apple Music, в рамках якої студентам надається підписка вдвічі дешевше, що стимулює останніх купувати та сприймати в заохоченні творчої діяльності. А також важливо відмітити, що виховання правосвідомості має відбуватися поступово, оскільки будь-які необережні дії як з боку держави, так з боку маркетологів можуть бути сприйняті користувачами як спроба обмеження їх прав, навіть не дивлячись на те, що останні порушують авторські права.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Mateja Kos Koklic, Monika Kukar-Kinney, Irena Vida. Three-Level Mechanism of Consumer Digital Piracy: Development and Cross-Cultural Validation // Journal of Business Ethics. 2016, 134(1):15-27.
2. Ленковская Р.Р., Шиловская А.Л. Особенности защиты авторских прав в сети интернет // Социально-политические науки. 2017. № 5. С. 64-67.
3. Santiago Yubero, Elisa Larranaga, Beatriz Villora, Raul Navarro. Negative Peer on Piracy Behavior: A Cross-Sectional Study of the Associations between Cyberbullying Involvement and Digital Piracy // International journal of environmental research and public health. 2017, 14(10):1-12.
4. Ленковская Р.Р., Изотова И.Н. Гражданско-правовые способы защиты информации / Актуальные проблемы российского законодательства. Сборник статей. Москва, 2010. С. 109-116.

Костова Наталія Іванівна,

*кандидат юридичних наук, доцент кафедри цивільного права
Національного університету «Одеська юридична академія»*

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Оскільки технології електронної комерції постійно розвиваються, досвід клієнтів стає все більш важливим для конверсії продажів. Деякі роздрібні торговці зараз планують створити та підтримувати цінність клієнтів, забезпечуючи складні цифрові враження, які швидше доставляють замовлення, поєднують фізичні та цифрові можливості та спрощують процедури замовлення. Дрони, дроїди, захисні окуляри реалізованої реальності та розумні холодильники – одні з найбільш помітних новинок на горизонті, які, як очікується, перетворять галузь електронної комерції. Зростаюча популярність та доступність доставки безпілотників, як очікується, буде однією з найбільш інноваційних технологій в роздрібній галузі протягом наступного десятиліття. Хоча норми (в основному щодо управління повітряним простором) ще мають бути встановлені в деяких частинах світу і, отже, затримують широке використання безпілотників, нова система доставки

вже відіграла велику роль у постачанні продукції для сприяння зусиллям з ліквідації наслідків катастроф. Існуюча технологія доставки цих зусиль легко перекладається на Інтернет-галузь роздрібної торгівлі, а великі роздрібні та постачальницькі компанії досліджують, як вони можуть включати бездротові технології та майбутні рішення електронної комерції. Більшість безпілотників мають крейсерську висоту 400 футів і можуть літати зі швидкістю приблизно 60 миль на годину. Радіусні відстані коливаються від 10 до 15 миль в залежності від прототипу, і безпілотники, як правило, несуть пакети вагою до 5 фунтів. Поряд з гігантами електронної комерції, які хочуть розгорнути цю технологію, такі стартапи, як Flirtey, американська компанія, що спеціалізується на постачанні медичних товарів, досягли кращих розробок, таких як виготовлення першого безпілотника, який затвердив FAA. В даний час Australia Post випробовує безпілотники, щоб комерційно доставляти посилки на цивільні адреси, а сайти в США та Європі швидко створили аеропорти спеціально для безпілотників (внутрішньо їх називають «дронпорти»). З часом безпілотники можуть дати можливість деяким компаніям пропонувати доставку в один день або навіть доставку в одну годину у високонаселених районах. Ці швидкіші терміни доставки разом зі зростаючою кількістю покупців в Інтернеті по всьому світу, швидше за все, заохочуватимуть більше онлайн-покупок у майбутньому.

Більш обгрунтоване рішення доставки дроїдів також повільно привертає увагу. Дроїди – це маленькі роботи, як правило, побудовані з шістьма колесами вагонів, які рухаються по тротуарах пішохідним темпом (як правило, близько чотирьох миль на годину, хоча більшість здатні швидкості більш ніж удвічі швидші). Найпопулярніший дроїд доставки до цих пір був створений компанією Starship Technologies – стартапом, зібраним інженерами-засновниками Skype. Вага цього дроїда становить від 20 до 30 фунтів, здатний транспортувати приблизно 20 фунтів вантажів за 30 хвилин або менше, і призначений для завершення останньої милі доставки. Вони можуть підніматися невеликими наборами сходів, обладнані дев'ятьма камерами для передачі відео в реальному часі на базу, мікрофоном для двостороннього спілкування з клієнтами, GPS-відстеженням (як для їхньої бази, так і для покупців), і цензорами, які допомагають їй орієнтуватися по будь-якій перешкоди або пішохідний рух на тротуарах. Екологи люблять ці маленькі дроїди для доставки, оскільки вони витрачають менше енергії, ніж більшість лампочок і тому, що вони не тільки зменшують викиди автомобілів, але і, як правило, швидше доставляють продукцію. Насправді майже 30% транспортних витрат припадає на останню милю, коли водії з доставки

повинні шукати місце для паркування та залишати автомобіль на холостому ходу, коли вони роблять останні кілька кроків поїздки, йдучи до вхідних дверей клієнтів. Дроїди по доставці зроблять весь процес менш дорогим, тому вони сподобаються роздрібним торговцям та компаніям, які виконують послуги, які прагнуть скоротити витрати та терміни доставки. Хоча дроїди ще не використовуються в США, кілька компаній планують проводити тестування цього літа в південних штатах та на Західному узбережжі. Розкішні готелі по всьому світу впровадили доставку дроїдів, щоб збільшити їхні можливості гостинності. Наприклад, готельні дроїди можуть принести речі, такі як додаткові рушники, мило та навіть харчування в номері. В Австралії Domino's Pizza представила власного робота, який швидко доставляв піци клієнтам, уникаючи проблем з дорожнім рухом та парковкою. Щодо виявлення продукції, роздрібні торговці впровадили використання розширеної реальності для збільшення інтернет-продажів. Технологія розширеної або віртуальної реальності в домашніх умовах випускається у вигляді гарнітури чи окулярів, які створюють для користувача інтерактивний тривимірний шопінг. Він надає роздрібним торговцям розширення власних магазинів у домашніх умовах і може потенційно збільшити продажі за допомогою спрощеного досвіду користувачів та вбудованих функцій продажу. Технології Goggle або гарнітури віртуальної реальності (такі як Microsoft HoloLens, Sony Smart Eyeglass, Oculus Rift) набувають все більшої популярності завдяки їх багатофункціональним властивостям з точки зору роздрібного маркетингу. За допомогою окулярів покупці можуть заглянути в своє дзеркало будинку і перетворити його на інтерактивну гардеробну.

Окуляри можуть допомогти покупцеві вибрати правильний розмір одягу з віртуальним уявленням про те, як одяг підійде, а також запропонувати відповідні аксесуари. Використовуючи цю технологію для точного вибору розмірів одягу, відсоток відвантажених онлайн-відправок також може зменшуватися. Дизайн будинку також буде трансформований із застосуванням технологій окулярів. Провідні меблеві компанії зможуть показувати, як виглядатиме їх продукція в будинку покупця, і дозволяти покупцеві взаємодіяти з меблями, щоб вибрати, які стилі їм найбільше подобаються. Наприклад, замовник зможе вибрати та візуалізувати диван, перемістивши його в різні сторони кімнати, щоб побачити, як їм це подобається, або навіть спробувати інший розмір, щоб переконатися, що він вписується у певний простір. Завдяки сучасним розумним холодильникам сьогодні можна показувати фотографії, оновлювати цифрові календарі, дивитись телевізор, дивитись прогноз погоди, грати музику, складати

рецепти, отримувати голосові інструкції щодо приготування їжі та залишати нотатки для інших. Що ще важливіше, покупці можуть отримати доступ до камер на вміст холодильника на своїх смартфонах і навіть замовити продукти та предмети першої необхідності прямо з дверей холодильника. Декілька прототипів холодильників можуть навіть запропонувати продукти, які закінчуються, або сповістити користувача про те, що продукти закінчуються, і можуть створити списки покупок в Інтернеті, які потрібно придбати та доставити у вибраний час. Покупці також можуть замовити речі з улюблених рецептів, які вони зберегли, не турбуючись пройти до продуктового магазину, холодильник спочатку зробить інвентар вже наявних приладдя і лише замовить необхідні інгредієнти.

З недалеком приходом і зростаючою популярністю цих технологічних досягнень галузь електронної комерції, ймовірно, адаптується до використання нових можливостей. Завдяки технології доставки безпілотників та дроїдів, виконання буде мати нижчі довгострокові витрати та більш швидкі показники доставки. Розширена реальність забезпечить покупцям домашній досвід для покупки і, швидше за все, знизить прибуток із більш точними можливостями розміщення. Спеціалізовані роздрібні торговці також отримають нову можливість продавати унікальні вироби в Інтернеті, оскільки клієнти зможуть візуалізувати ці товари у своїх будинках. Технології побутової техніки, такі як розумний холодильник, скористаються періодичними покупками на кухні та спростять замовлення в Інтернеті з можливістю доставки. В майбутньому роздрібні торговці можуть використовувати ці та нові нові технології для узгодження перспективних бізнес-стратегій, щоб вони могли отримати перевагу перед своєю прямою конкуренцією.

Некіт Катерина Георгіївна,

кандидат юридичних наук, доцент, докторант кафедри цивільного права

Національного університету «Одеська юридична академія»

ПРОМИСЛОВІ ДАНІ ЯК ПОТЕНЦІЙНІ ОБ'ЄКТИ ПРАВА ВЛАСНОСТІ

Згадки про промислові дані з'явилися у дослідженнях не так давно, значною мірою у зв'язку з інтенсивним розвитком Інтернету речей. Підключені до Інтернету пристрої щоденно створюють величезні обсяги інформації. Багато з цих даних є досить чутливими. Наприклад, смарт-