

Для сравнения, в 2015 году допускалось не уплачивать налог при площади объекта до 1 500 кв. м.

С 1 июля 2016 года не вправе применять УСН организации и индивидуальные предприниматели:

1) Организации и индивидуальные предприниматели, оказывающие субъектам торговли посредством информационного ресурса в глобальной компьютерной сети Интернет услуги:

- связанные с размещением на информационном ресурсе информации о продаже товаров субъектом торговли и (или) субъекте торговли, содержащей доменное имя сайта интернет-магазина;

- связанные с размещением на информационном ресурсе информации о продаже товаров субъектом торговли и (или) субъекте торговли, содержащей доменное имя сайта интернет-магазина и адресации (гиперссылки) на зарегистрированный интернет-магазин;

- связанные с размещением на информационном ресурсе информации о продаже товаров субъектом торговли и (или) субъекте торговли, содержащей адресации (гиперссылки) на зарегистрированный интернет-магазин.

2) осуществляющие розничную торговлю через интернет-магазин.

3) унитарные предприятия, собственником имущества которых является Республика Беларусь либо ее административно-территориальная единица, а также коммерческие организации, более 25 процентов акций которых принадлежат Республике Беларусь и (или) ее административно-территориальной единице (административно-территориальным единицам).

В ходе исследования изучено законодательство Республики Беларусь в сфере налогообложения, выявлены преимущества и недостатки индивидуального предпринимателя. Раскрыто понятие “упрощенной налоговой системы”, а также представлена информация о налоге на недвижимость.

*Шишкин Данил Георгиевич*

*Белорусский государственный экономический университет*

### **Дополненная реальность как перспективный бизнес-инструмент ближайшего будущего**

**Введение:** автор исследования считает, что лучший способ повышения экономической эффективности предприятий и организаций – внедрение инноваций. Дополненная реальность на данный момент является эксклюзивом, и многие IT-компании бросили все силы на разработки в этой актуальной сфере. В ближайшие 5-6 лет технологии Augmented Reality прочно вплутаются в нашу жизнь, а в этой статье рассмотрены лучшие, по мнению автора, идеи и разработки.

**Цель исследования:** рассмотреть и описать самые яркие, перспективные и инновационные идеи и разработки в сфере коммерческого использования дополненной реальности.

**Сравнение виртуальной и дополненной реальности.** Дополненная реальность (также расширенная реальность, Augmented Reality) – процесс добавления виртуальных элементов в реальный мир [2]. Стоит также упомянуть VR – **Virtual Reality** (виртуальная реальность) – процесс пребывания пользователя в особом, искусственно созданном мире, с помощью современных специальных устройств (Oculus Rift, Samsung Gear VR), которые выглядят как большие очки, или даже шлем, закрывающий половину головы человека. Однако AR и VR значительно отличаются. Если виртуальная реальность подразумевает блокировку реальности и полное погружение пользователя в уникальный нарисованный мир, то дополненная реальность этот самый реальный мир улучшает цифровыми элементами. Однако на технологию VR накладывается много ограничений: полностью нарисованный

мир, который видит пользователь, может сильно отличаться от настоящего и, во избежание неловких ситуаций, стоит внимательно выбирать подходящее место для погружения в виртуальный мир. Именно поэтому данная технология больше подходит для неподвижного использования, то есть чтения книг, просмотра всевозможных видеоматериалов и участия в игровых процессах. Это сильно ограничивает возможности для бизнеса, когда дополненная реальность как раз способствует его развитию практически во всех отраслях.

Далее будут перечислены самые инновационные и занимательные способы использования дополненной реальности в коммерции.

Таблица 1- «Сферы и способы использования дополненной реальности в бизнесе».

Сфера использования дополненной реальности	Способ коммерческого применения дополненной реальности
<p>Дополненная реальность в маркетинге и рекламном бизнесе</p>	<p>Появление особо навязчивой рекламы. Реклама всегда была широким полем для экспериментов, но сейчас рекламные деятели смогут особенно удивлять своими инновациями. Теперь рекламные сообщения смогут определять ваш взгляд и не пропадать из кругозора, полностью блокировать окружающий мир (особо агрессивная реклама) и не позволять мгновенно закрыть объявление.</p>
	<p>Больше анимации. Классические форматы наружной рекламы будут оживать «на глазах» - анимированные герои билбордов смогут подходить к пользователю и что-то дополнительно рассказывать по пути. Рекламные форматы будут появляться около пользователя, стоит ему только подойти к определенной точке местоположения.</p>
	<p>Таргетинг (целенаправленность рекламы) и ремаркетинг (повторное уникальное обращение к клиенту с окончательной целью все-таки его заинтересовать, практикуется на данный момент в интернет-маркетинге). Пользователи будут видеть рекламу, соответствующую собственным интересам, взглядам и даже эмоциональному состоянию. Реклама будет показываться только заинтересованным лицам (таргетинг), либо рекламные форматы будут обращаться к пользователю с предложением таки попробовать их продукт (ремаркетинг).</p>
	<p>Полное замещение наружной оффлайн рекламы. С появлением и распространением рекламы в дополненной реальности, классическое рекламное исполнение уйдет на второй план, и даже самые красочные и цепляющие блоки объявлений не будут привлекать внимание как раньше. Особо агрессивная реклама в AR будет перекрывать наружную рекламу.</p>
	<p>Мгновенный просмотр полного ассортимента продукции. На данный момент большинство компаний зовут пользователей посетить их веб-сайт, чтобы ознакомиться с каталогом товаров, однако, в будущем люди смогут просматривать полный ассортимент, нажав на рекламное объявление в дополненной реальности.</p>
<p>Дополненная реальность в торговом бизнесе</p>	<p>Виртуальная примерка одежды и изменение внешности. С помощью технологии дополненной реальности любой пользователь сможет не только примерить виртуальную одежду, не выходя из дома, а даже модифицировать собственное тело и изменять внешность. Соответственно, купить новую одежду и также заказать услугу из этой сферы можно прямо из своего жилья.</p>
	<p>Покупка мебели онлайн. На данный момент это звучит подозрительно – кто же сейчас купит мебель без расчетов и визуальной примерки? Однако дополненная реальность позволит не только примерить одежду на тело человека, но и расположить определенную модель мебели в удобном месте в Вашей квартире. Кстати, именно это направление сейчас активно развивается и несколько производителей уже выпустили своё приложение.</p>
	<p>Мгновенное получение информации о товаре. Представим простую ситуацию: Вы идёте по улице и видите незнакомого человека недалеко от</p>

	Вас с каким-либо интересным товаром. Подойти и спросить, где и за сколько этот человек купил данный товар нелегко и неправильно, однако, в ближайшем будущем не будет подобных ситуаций, ведь информацию Вы сможете получить через свой смартфон или очки с функцией AR.
Дополненная реальность в здравоохранительном бизнесе	Определение симптомов с помощью дополненной реальности. Незаменимый помощник для самых мнительных и нетерпеливых. За счет функции сканирования и сравнения с данными из базы, болезни будут определяться даже по самым начальным симптомам.
	Значительная помощь при операциях. В будущем врачи смогут использовать очки дополненной реальности, чтобы во время операций получать подсказки по органам и тканям, чётче их различать и допускать меньше ошибок.
	Появление уникальных технологий для слабослышащих. Их суть заключается в том, что звук будет автоматически трансформироваться в картинку или текст.
	Аналогичная технология только для слабовидящих. Суть обратная – картина реального мира (или его части, расположенные далеко) трансформируется в звук, и информация передается именно таким образом.
Дополненная реальность в бизнес-коммуникациях	Виртуальный бизнес-профиль. В будущем каждый деловой человек будет указывать о себе определенную информацию (как, например, это сейчас сделано на сайте бизнес-коммуникаций LinkedIn), которая будет видна всем пользователям вокруг, либо определенным личностям, входящим в круг делового общения.
	Виртуальные конференции. При звонке с устройством дополненной реальности пользователь увидит перед собой голографическую модель собеседника. Собеседник в свою очередь точно также увидит рядом с собой модель звонящего.
	Продолжая глубокую идею виртуального бизнес-профиля – CRM в дополненной реальности. CRM – управление отношениями с клиентами. При встрече с партнером или клиентом, Вы сможете увидеть все его личные данные (мобильный телефон, e-mail, контракты, резюме прошлых встреч и так далее), которые либо вносятся Вами, либо создаются самим пользователем.

*Примечание – Источник: собственная разработка на основе [3].*

**Результаты исследования:** в ходе исследования были рассмотрены лучшие, по мнению автора, идеи и разработки в сфере коммерческого использования дополненной реальности.

Можно сделать следующие выводы. Развитие AR (дополненной реальности) – перспективная и инновационная бизнес-ниша на данный момент. Многие из описанных технологий кажутся фантастикой, однако, их функциональной реализацией уже занимаются ведущие IT-компании мира, и в ближайшие 5-6 лет мы активно будем пользоваться новыми технологиями. Каждому предпринимателю стоит всерьез задуматься о возможностях и перспективах, открываемых дополненной реальностью – ведь это один из путей повышения экономической эффективности.

#### **Источники литературы**

1. Интернет источник Rusbase [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rb.ru/story/ar-cases/> - Дата доступа: 20:43 20.11.2016.
2. Интернет источник Wikipedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki> - Дата доступа: 20:43 20.11.2016.
3. Интернет источник Idtech [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://idtech.biz/news/item.php?115207&tags=microsoft> - Дата доступа: 20:43 20.11.2016.