

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ПРИМЕРЕ QR-КОДОВ

И. А. Фукова

*Гомельский государственный технический университет
имени П. О. Сухого, Беларусь*

Научный руководитель Е. Н. Карчевская, канд. геогр. наук, доц.

QR-код (англ. quick response – быстрый отклик) – матричный код (двухмерный штрихкод), разработанный и представленный японской компанией «Denso-Wave» в 1994 году [1].



Рис. 1. Пример *QR*-кода

В *QR*-код можно закодировать любую информацию, текст, URL. Для создания кодов существуют сайты-генераторы. Этот код считывается приложением, установленным на мобильный телефон, после чего телефон действует в зависимости от вида информации, заложенной в *QR*-код. Если это адрес сайта – открывает сайт в браузере. Если это электронная визитка – добавляет нового абонента в контакт-лист. Если это обычный текст (например, информация о товаре) – просто выводит его на экран. Основное достоинство *QR*-кода – легкое распознавание сканирующим оборудовани-

ем (в том числе и фотокамерой мобильного телефона), что дает возможность использования в торговле, производстве, логистике.

Таким образом, *QR*-код выполняет сразу две функции:

- позволяет автоматически считывать различные данные;
- помещает большое количество информации в небольшую картинку (4 296 символов – это более двух машинописных страниц текста).

QR-коды больше всего распространены в Японии. Подобные коды наносятся практически на все товары, продающиеся в магазинах, их размещают в рекламных буклетах и справочниках.

Использование *QR*-кодов не ограничивается рекламными возможностями, это еще и хороший способ для информатизации туризма. *QR*-коды позволяют обеспечивать пассажиров и клиентов своевременной, обновляемой информацией. Это важно в тех отраслях, где крайне необходим быстрый обмен сведениями – на вокзалах, автобусных станциях, аэропортах, в туристических агентствах, местах аренды транспорта. Не менее удобны *QR*-коды в магазинах и местах с достопримечательностями. Использование *QR*-кодов, расположенных на городских достопримечательностях, и отсылающих пользователей на Google-карты места, либо рассказывающих о самом месте и указывающих на местоположение объекта, было успешно использовано и удобно для туристов, которые не знают кириллицы;

К примеру, разместив код на табличке, рядом с определенным местом, наведя камеру телефона, на экране телефона можно увидеть всю информацию и возможность перейти по ссылке на ресурс, чтобы узнать историю, посмотреть маршрут с помощью спутниковой карты.

Примером могут послужить поезда в немецком городе Франкфурте. В вагонах размещены плакаты с *QR*-кодами. Достаточно привести смартфон на такой вот код, что бы получить информацию о схеме проезда, об особенностях транспортной сети, о специальных предложениях и акциях. Там же содержится информация для туристов о достопримечательностях города.

Начинает пользоваться популярностью использование *QR*-кода в виде электронного билета: пассажир получает *QR*-код через смс и предъявляет его на железнодорожной станции или в аэропорту. *QR*-код нанесенный на билет, может содержать информацию о транспортной компании, маршруте следования и цене.

QR-коды обходятся дешевле информационных табло и предоставляют в разы большее количество информации. Иногда, использование дисплеев с информацией просто нерентабельно. А небольшой, но заметный *QR*-код может доставлять клиентам сервис очень высокого уровня.

Многие консульства стран ЕС используют *QR* – коды в анкетах для ускорения обработки визовых заявлений. А в Японии такие коды используются как дополнение к въездной визе в эту страну.

Повсеместное распространение получили *QR*-коды в ресторанном бизнесе. Небольшие рестораны и кафе, которые всегда рады обслужить туристов, используют различные маркетинговые приемы для привлечения внимания. К примеру, они могут воспользоваться проектом от Google Maps под названием Google's Favorite Place. Этот проект уже объединил более 100 000 владельцев мелкого бизнеса, таких как кафе, пабы или небольшие рестораны для рекламы их услуг. Каждый, кто отсканирует *QR*-код с такой таблички, перейдет на мобильную страницу сервиса Google, где сможет почитать отзывы и обзоры и посмотреть необходимую информацию.

Также, распространение получают такие сервисы как *QR*-меню. На входе кафе можно отсканировать *QR*-код меню и не ждать, пока официант его принесет.

Использование *QR*-кодов, расположенных на городских достопримечательностях, и отсылающих пользователей на Google-карты места, либо рассказывающих о самом месте и указывающих на местоположение объекта, было успешно использовано в Украине, Львове. Объединение тур-компаний «Туристическое движение Львова» разместило чёрно-белые квадратики почти что в сотне точек по всему городу, там, где расположены туристические достопримечательности. И теперь турист, независимо от родного языка, сможет узнать в любое время информацию о том или ином памятнике архитектуры. Прогуливаясь по Львову, с помощью смартфона можно за считанные секунды получить исторические данные, ссылку на видеоролик или аудиорассказ виртуального экскурсовода. И при этом информация будет подана на том языке, который наиболее понятен туристу [2].

В Беларуси программа внедрения *QR*-кодов была запущена в Витебске под названием «Мобильный город Витебск и инновационные технологии *QR*-кода», подразумевающую разработку *QR*-кодов для всех туристических объектов города [3]/

Возможностей для применения *QR*-кодов огромное количество. Всё ограничивается исключительно человеческой фантазией и целесообразностью. Таким образом, внедряя *QR*-коды в туристической инфраструктуре Беларуси можно достичь следующих целей:

- создания туристической и инвестиционной привлекательности города с использованием инновационных и информационных технологий;
- сокращение времени на поиск товаров и услуг, деловых партнеров и инвесторов, для получения оперативной информации обо всех сферах жизни города с использованием инновационной технологии *QR*-кода;
- ускорение внедрения новых и передовых информационных технологий с использованием мобильных телефонов, смартфонов и мобильного интернета.
- создание наиболее полной информационной базы мобильной версии городских и республиканских туристических интернет-порталов;
- размещение изображений с городским *QR*-кодом в наиболее посещаемых инфраструктурных, культурных, деловых и туристских местах республики в преддверии Чемпионата мира по хоккею с шайбой 2014 г.

В общереспубликанскую систему технологии *QR*-кода можно включить музеи, отели, театры, объекты общественного питания, развлекательные и торговые центры, банки и банкоматы, магазины фирменной торговли, медицинские и общеобразовательные учреждения и предприятия республики.

Л и т е р а т у р а

1. *QR*-код [Электронный ресурс] / Википедия — свободная энциклопедия. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/QR_Code. – Дата доступа 26.03.2012.
2. Во Львове изменят *QR*-коды [Электронный ресурс] / Информационное агенство RegioNews. – Режим доступа: <http://www.regionews.com.ua/ru/node/8941>. – Дата доступа: 29.04.2012.
3. В Витебске создают бесплатный мобильный путеводитель [Электронный ресурс] / Портал газеты «Туризм и отдых». – Режим доступа: <http://www.tio.by/news/7767>. – Дата доступа: 15.03.2012.