

## SMART-ПУТЕВОДИТЕЛЬ «KNOWKOSTANAY» – МОДУЛЬНЫЕ ЭКСКУРСИИ ПО КОСТАНАЮ

*Авторы: Батыргужин А.,  
студент 4 курса специальности «Туризм»,  
Житчаева А., Рысмухамбетова А., Насырова Ш., Оразгалиев А., Григорьева В.,  
студенты 1 курса специальности «Туризм»  
Научный руководитель: Мальшакова В.В.,  
старший преподаватель, магистр туризма*

### **Вводная часть.**

В век информационных технологий стратегическая задача государства заключается в формировании высококачественной и высокотехнологической единой информационно-образовательной среды. Такая задача предполагает современную IT-инфраструктуру, что позволит осуществить прорыв к открытой образовательной системе, отвечающей требованиям современного общества. В этой связи становится особенно важной задача обеспечения секундной доступности всего комплекса информационных ресурсов.

Создание SMART-путеводителя «KnowKostanay» является стратегически ориентированной инновацией, предлагающей любому желающему возможность самостоятельно и совершенно бесплатно построить интересующий его маршрут по принципу модульных экскурсий. Потерявшись, мгновенно определить свое местоположение, заказать такси либо, изучив маршрут общественного транспорта, успешно добраться до необходимой точки.

**Цель проекта:** создание уникального «думающего» мобильного сайта, с помощью которого горожане и гости города смогут самостоятельно построить туристский маршрут, исследовать город и перемещаться, изучая его историю и легенды, не прибегая к помощи экскурсоводов, ориентироваться в окрестностях города, находить необходимые магазины, здания и места.

### **Задачи проекта:**

- Создать модули экскурсионных маршрутов, заполнить информационную страничку сайта (ссылка которой зашифрована в QR-коде). Для разработки модульного принципа экскурсий, необходимо, разместить QR-табличку на достопримечательности (заранее зашифровав код находящийся на табличке).

- Разработать таблички с размещенным на них QR-кодом наименования памятника и инструкцией использования на русском и государственном языках. Данная задача достигается путем привлечения сил дизайнеров и специалистов, осуществляющих профессиональный перевод на государственный язык. Результатом является готовый макет QR-таблички, которая позволит осуществлять переход по ссылке, зашифрованной в коде, путем простого сканирования QR-кода.

- Получить разрешение на размещение QR-табличек на памятниках культуры и архитектуры Костанайской области.

- Разработать мобильный сайт «KnowKostanay» с возможностью модульного построения экскурсий и определения местоположения на русском и государственном языках.

- Реализовать широкую PR-компанию с привлечением не менее 2-х телеканалов и 3-х печатных изданий. Охватить аудиторию не менее 10 000 человек.

### **Новизна и значимость проекта:**

Экскурсионная деятельность является системообразующим фактором воспитательного процесса и пропаганды краеведения. При помощи популяризации экскурсий среди населения можно оказать огромное влияние на социализацию и самообразование человека. Внедрение же модульной системы подачи экскурсионной информации создает возможность ознакомления с историческими и национальными особенностями населения, с природными и архитектурными памятниками места его пребывания, совершенно бесплатно не прибегая к помощи

экскурсионных бюро, что, безусловно, положительно скажется на повышении имиджа региона [1].

Социальный эффект заключается в создании возможности бесплатного и доступного ознакомления с историческими и национальными особенностями населения, с природными и архитектурными памятниками места его пребывания, не прибегая к помощи экскурсионных бюро, что приведет к повышению заинтересованности населения. Например, литературная экскурсия может способствовать возникновению интереса к творчеству конкретного писателя. Многие экскурсанты впоследствии изучают информацию по изобразительному искусству, литературному творчеству, посещают музеи, другие экскурсии. Экскурсия для многих становится началом работы по самообразованию.

Таким образом, целенаправленное и систематическое создание единой, доступной и бесплатной системы, способствует развитию социокультурной компетенции.

#### **Методы исследования.**

В ходе подготовки проекта были использованы научные методы исследования и анализ литературных источников.

При анализе литературных источников были использованы исследования, проведенные казахстанскими и зарубежными авторами [1, 2, 3, 4, 5].

Кросс-анализ литературных источников показал значимость изучаемой проблемы. Моделирование проектной деятельности было построено, в частности, на похожем проекте в городе Львове, где QR-коды размещены на 80 туристских объектах, что позволяет индивидуальному туристу легко ориентироваться в городе, так как информация представлена на нескольких языках. Результаты данного проекта показали, что: во-первых, повышается имидж региона за счет внедрения малобюджетных инноваций. Во-вторых, представители молодежи очень высоко оценили нестандартный подход в попытке привлечения внимания к истории, культуре региона. В-третьих, технология позволила проводить с детьми игры и интеллектуальные соревнования. Также реакция общественности и представителей власти была положительна.

В ходе разработки проекта были выявлены следующие критические точки:

- Проект должен быть в свободном доступе для пользователей и не требовать никаких финансовых затрат, так как население еще не готово платить за информационный контент.
- Мотивация к использованию технологии. Данная проблема преодолевается с помощью проведения широкой PR-компания и реализации разнообразных игр и квестов среди молодежи.
- Для поддержания деятельности проекта, необходимо вводить монетизацию. Путем внедрения рекламы на сайт либо приложения.

#### **Описание проекта.**

Аббревиатура QR производна от английского quick response, что переводится как «быстрый отклик». Основное достоинство QR-кода – это легкое распознавание сканирующим оборудованием, в том числе и фотокамерой мобильного телефона. Достаточно запустить программку считывания QR-кода, навести объектив мобильного устройства на QR-код и Вы получите быстрый доступ к информации об объекте. Ведущие японские операторы мобильной связи выпускают мобильные телефоны со встроенной поддержкой распознавания QR-кода.

Активно используются QR-коды в музеях и туристском бизнесе.

С помощью этой технологии посетитель может получить гораздо более интересную и насыщенную информацию, чем текст и дополнительные иллюстрации. На своем мобильном устройстве посетитель может прослушать лекцию, посмотреть видеофрагмент или круговую панораму, и все это совершенно бесплатно, поскольку информация находится в локальной сети музея или объекта посещения.

Используя QR-код в экспозициях музея или архитектурных памятниках можно решить сразу несколько задач:

- дать посетителям музея и экскурсантам возможность самостоятельно знакомиться с экспонатами, выбирая язык, на котором они будут получать информацию;
- расширить возможности экскурсовода, который сможет в ходе экскурсии иллюстрировать свой рассказ дополнительными материалами;
- проводить с детьми игры и интеллектуальные соревнования (каждый QR-код – это вопрос-задание по музейной экспозиции, выполнив которое, получаешь ключ к следующему заданию).

Важными преимуществами технологии использования мобильных устройств и QR-кодов является следующие:

- информация может быть представлена не только в текстовой, но и в интерактивной мультимедийной форме;
- информацию, считываемую с помощью QR-кодов, можно легко изменять, расширять и добавлять, не меняя QR-код;
- получение информации для посетителей – бесплатно, поскольку используются локальные сети;
- посетители могут использовать свои собственные электронные мобильные устройства;
- поскольку QR-коды в настоящее время активно внедряются в нашу жизнь, получение информации с их помощью в ближайшее время станет таким же естественным, как звонок по мобильному телефону.

Поскольку практика во всем мире показывает, что внедрение подобной технологии отлично приживается и имеет место быть. Мы планируем создание подобного проекта с использованием QR-табличек и мобильного сайта.

<b>В приложении будут представлены следующие сегменты:</b>	
<i>Запланированные</i>	<i>В будущем</i>
Готовые модульные экскурсии по городу	Поиск необходимых магазинов и др. заведений
Информация о достопримечательностях	
Заказ такси с помощью KnowKostanay	
Помощь в подборе необходимого общественного транспорта	Запланированные мероприятия города
Определение местоположения и геолокация	



Примеры табличек QR code

**KnowKostanay – твой умный гид в кармане. Просто отсканируй QR code с помощью смартфона и получи всю необходимую информацию у себя на экране!**

Запуск проекта планируется начать с города Костаная, далее, экспансия в регионах и/или в других больших городах Казахстана будет проходить исходя из роста мобильного трафика и нарастающего пользовательского интереса и потребностей бизнеса.

**SWOT-анализ**

<p><b>S-преимущества</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- персонализация пользователя;</li> <li>- успешно реализованная прямая или частичная модель на рынках Европы и Америки;</li> <li>- отсутствие аналогов на рынке РК;</li> <li>- отсутствие абонентской платы для пользователя;</li> <li>- GEO локация;</li> <li>- бесплатные кадровые ресурсы;</li> <li>- бесплатная доступность приложения;</li> <li>- высокая клиентоориентированность;</li> <li>- сравнительно малые расходы на старте проекта;</li> <li>- использование относительных инноваций;</li> <li>- работа в интернете (отсутствие границ рынка).</li> </ul>	<p><b>W- недостатки</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- продукт не испытан в работе не рынке Казахстана;</li> <li>- возраст продукта;</li> <li>- знание пользователя о продукте;</li> <li>- необходимость обслуживания QR-code.</li> </ul>
<p><b>O- возможности</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рост мобильного рынка;</li> <li>- техническая оптимизация;</li> <li>- потребности потребителя;</li> <li>- множество каналов для продвижения;</li> <li>- большой рост рынка мобильных приложений;</li> <li>- существенное улучшение передачи данных с помощью сетей 3G, 4G/LTE;</li> <li>- ожидаемый высокий приток туристов;</li> <li>- общенациональная программа поддержки туризма в Казахстане.</li> </ul>	<p><b>T- угрозы</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- увеличение срока выхода на рынок при срыве сроков создания приложения, технические сбои;</li> <li>- консерватизм со стороны потенциальных пользователей;</li> <li>- вероятность утраты (порчи) табличек с QR-кодом.</li> </ul>

Мы прекрасно понимаем, что входим на рынок с новым продуктом, в связи с этим наша задача достичь максимальной лояльности к продукту и бренду «KnowKostanay». Нам нужно четко и ясно донести до пользователя и бизнесу функцию бренда:

- *Практичность* – позволяет выиграть время и уменьшить затраты энергии посредством удобства для пользователя;

- *Гарантия* – уверенность в качестве предоставляемого предложения в любой точке, в любое время;

- *Оптимизация* – уверенность качественного, инновационного предложения на рынке;

- *Постоянство* – стабильность – перспектива долгосрочного использования;

- *Эстетическая* – получение удовольствия от внешнего вида и юзабилити продукта;

- *Социальная* – удовлетворение от позитивного восприятия обществом.

Для узнаваемости бренда будут использованы различного рода каналы коммуникации, начиная от мобильной рекламы, интернет-рекламы, заканчивая вирусными роликами и оффлайн мероприятиями.

**Необходимые мероприятия:**

- проведение аналитических исследований;
- сбор статистики приложения;
- создание рекламного сайта;
- создание информационных и вирусных роликов;
- создание и введение групп, публичных страниц в социальных сетях (smm);
- работа с рекламными сетями в среде web и mobile (smo);

- работа с контекстной и баннерной рекламой в среде web и mobile (smo);
- работа с поисковой оптимизацией в web и mobile (seo);
- работа с профильными и информационными изданиями (pr);
- участие в выставках и конференциях (pr).

#### **План продвижения.**

*Стадия 1: разработка сайта (3 месяца):*

- Исследование и аналитика потребителя, конкурентов, рынка.
- Проведение опросов и фокус-групп.
- Разработка логотипа, фирменного стиля, бренд-бука.
- Создание landing page.
- Оптимизация и продвижение landing page под поисковые системы (SEO).

*Стадия 2: Выход на рынок (бета-версия) / активное тестирование (3 месяца):*

- Создание, открытие и ведение страниц и групп в социальных сетях.
- Продвижение групп, страниц в социальных сетях (тестовый период).
- Проведение фокус-групп по юзабилити сайта.
- Анализ поведения пользователя на сайте.
- Продвижение сайта с помощью мобильных рекламных сетей (тестовый период)
- Поисковое продвижение SEM (тестовый период)
- Исследования и аналитика потребителя, конкурентов, рынка.
- Анонс сайта в СМИ.

*Стадия 3: Выход стабильной версии / активный маркетинг:*

- Продвижение групп, страниц в социальных сетях.
- Анонс и обзор сайта в тематических и информационных СМИ.
- Продвижение сайта с помощью мобильных рекламных сетей.
- Поисковое продвижение SEM.
- Исследования и аналитика потребителя, конкурентов, рынка.
- Анализ поведения пользователя на мобильном сайте.
- Участие в конференциях и выставках.
- Организация специальных проектов, партнерских проектов.

С учетом того, что наш продукт является только «мобильным», то продвижение в среде web выбрано как инструмент для повышения узнаваемости продукта. Мы будем использовать поисковую оптимизацию сайта (SEO), а так же контекстную рекламу Google AdWord, так как она дает нам возможность таргетировать рекламу по мобильным устройствам. Без внимания не оставим и ведущие социальные сети мира, мы заведем наши страницы/группы в таких сетях, как: FaceBook, Вконтакте, Twitter, Одноклассники и Instagram. Публикация обзоров и новостей приложения в тематических и информационных СМИ, а так же участие в различных тематических конференциях, дают, как показывает всемирная практика, неплохие показатели по продвижению продукта на рынке.

**Расходы на Startup.** Для запуска проекта на начальных этапах работы офис не требуется. Вся связь может происходить по интернету и при встречах рабочей группы.

<b>Расходы на Startup</b>	
Разработка сайта	50 000 тенге
Разработка QR табличек	400 шт.*100= 40000
Реклама в социальных сетях	20 000 тенге
<b>Итого:</b>	<b>110 000 тенге</b>
<b>Текущие затраты</b>	
Разработка табличек	400 шт*50= 20000
Ежегодное обслуживание сайта	15 000 тенге.
<b>Итого:</b>	<b>35000 тенге</b>

Доходы сервиса представлены в виде таблицы:

№	Вид дохода	Описание
1	Абонентская плата магазинов и др. заведений за размещение на сайте	Пользователю при определении своего местоположения будет представлена возможность найти подходящий магазин либо заведение на карте
2	Размещение рекламы	На сайте будет размещена реклама, соответствующая тематике сайта
3	% от продаж услуг такси	С помощью KnowKostanay возможно вызвать такси, указав индивидуальный номер

### **Возможные сложности и пути их решения.**

Безусловно, мы можем столкнуться и со сложностями, как в процессе разработки сайта, так и уже в процессе его работы, основными могут стать:

- Недостаточно широкое распространение телефонов, поддерживающих мобильные сайты.

- **Решение:** как мы и писали ранее, в Казахстане сейчас ощутимая тенденция роста продаж мобильных телефонов, отвечающих необходимым техническим данным.

- Основная аудитория – молодежь в возрасте от 16 до 35.

- **Решение:** этот же пункт можно причислить как к недостаткам мобильных приложений, так и к плюсам мобильного сайта KnowKostanay, рассчитанного в основном на данную возрастную категорию.

- Пока относительная сложность продвижения (требуются специальные компетенции, чтобы сделать приложение популярным).

- **Решение:** постоянная работа над улучшением сервиса, введение «фишек» и бонусов, следует постоянно быть на шаг впереди.

- Непонимание поставщиком услуг (Партнером) как использовать сайт, неподготовленность к использованию новых методов продвижения.

- **Решение:** составление максимально понятной презентации для Партнера, интуитивно понятного личного кабинета, сопровождение и помощь на всех стадиях сотрудничества (закрепление «своего менеджера»).

Наряду со всеми сложностями, которые имеют решение, мы получаем неисчерпаемые возможности по интерактивности, сбору дополнительных данных о пользователях (месторасположение, вкусы, предпочтения и многое другое), на основании которых мы сможем сделать наш сервис лучшим!

### **Ожидаемые результаты.**

У людей, которые хотя бы один раз использовали модульные экскурсии, появится осознанный интерес к изучению истории и культуры региона, что благотворно сказывается на их самообразовании и позволяет им занимать лидирующие социальные позиции. Повышение самообразования населения и привитие интереса среди молодежи к изучению краеведения – одни из ожидаемых практических результатов.

Кроме того в качестве результатов ожидается:

- Повышенная социальная активность учащихся, их готовность принять личное практическое участие в улучшении социальной ситуации в местном сообществе.

- Реальный вклад учащихся в изменение социальной ситуации в местном сообществе.

- Положительные изменения в сознании детей и подростков, повышение уровня общей культуры.

- Наличие у членов проектных групп сформированных навыков коллективной работы по подготовке и реализации собственными силами реального социально полезного дела.

- Изменение общественного мнения по отношению необходимости внедрения технологий.

- Увеличения числа жителей, готовых лично использовать компьютерные технологии.

Создание подобных модульных экскурсий во всех регионах нашей страны оказало бы положительное влияние на всю систему изучения краеведения в Казахстане.

### **Список литературы**

1. Описание технологии QR-кодов. – [Электронный ресурс]: <https://ru.wikipedia.org/wiki/QR-%D0%BA%D0%BE%D0%B4>.
2. QR-экскурсии в Томске. – [Электронный ресурс]: <https://ria.ru/society/20130130/920417355.html>.
3. QR-экскурсии во Львове. – [Электронный ресурс]: [http://lviv.travel/ru/index/about\\_lviv/tourist-information/QR-codes](http://lviv.travel/ru/index/about_lviv/tourist-information/QR-codes).
4. Немецкий аналог проекта. – [Электронный ресурс]: [http://world-qr.com/inhalte/new/qr-fuehrer/de/rheinland\\_pfalz/rhein\\_lahnkreis/ortsfuehrer/stadtfuehrer\\_bad\\_ems/bad\\_ems\\_kurhaus?lat=0&lng=0](http://world-qr.com/inhalte/new/qr-fuehrer/de/rheinland_pfalz/rhein_lahnkreis/ortsfuehrer/stadtfuehrer_bad_ems/bad_ems_kurhaus?lat=0&lng=0).