**История появления QR-кода**

Последнее время все чаще и чаще на улицах городов, в журналах, на визитках и в сети Интернет появляются необычные черно-белые квадратики. Это не что иное, как QR-Code (Кью Ар Код). Достоинство такого типа кода в легкости его распознавания: вместо специальных сканеров штрихкодов QR-код может быть считан любым устройством, даже обычным мобильным телефоном или веб-камерой вашего ноутбука. QR-Коды – сравнительно молодой канал донесения маркетинговых сообщений. QR-код (англ. Quick Response — «быстрый отклик») — это матричный двумерный (2D) штрих-код, разработанный подразделением автомобильного концерна Toyota - японской компанией Denso-Wave в 1994 г. Придумали QR-Код японцы для отслеживания (трекинга) прохождения запчастей автомобилей на конвейере.  Первоначально технология предназначалась для использования в автомобильной промышленности, но впоследствии получила широкое распространение и в других отраслях. Аббревиатура QR расшифровывается как «Quick Response» (быстрый отклик) и предполагает, что код расшифровывается в дополнительную информацию большего объема, нежели хранится в штрихкоде, и с более быстрым распознаванием.

QR-коды больше всего распространены в Японии, стране, где штрих-коды пользовались такой большой популярностью, что объем информации, зашифрованной в коде, вскоре перестал устраивать индустрию. Японцы начали экспериментировать с новыми способами шифровки небольших объемов информации в графической картинке. Уже в начале 2000 года QR-коды получили широкое распространение в Японии, их можно было встретить на большом количестве плакатов, упаковок и товарах. В отличие от обычных одномерных (1D) bar-кодов, QR-коды содержат в себе гораздо больше данных и визуально представлены в виде черно-белых квадратов.  Мобильный маркетинг приобрел большую популярность с развитием технологий сотовой связи и мобильных устройств. В развитых странах QR-коды появляются на рекламных щитах, в печатных изданиях, на этикетах товаров, то есть везде, где бренды хотят донести информацию о своих товарах и услугах в наиболее удобной и быстрой форме до конечных потребителей.

Первый стандарт QR-кода появился в 1970 году. Его создала компания Monarch Marking для упрощения учета бакалейных товаров. Родина QR-кода наложила отпечаток на его вид. QR-код похож на иероглиф, привычный для стран Азии, но «пугающий» европейцев и американцев. Зато буквы «QR» (сокращение от Quick Response — «быстрый ответ») приятны любому пользователю. И не зря  — QR-код способен предоставлять объем информации, способный уместиться на трех листах бумаги A4.

Со временем QR-код стал универсальной технологией. Сейчас он встречается на упаковках продуктов, обложках книг и журналов. В 2013 году число созданных QR-кодов в мире, согласно прогнозам PrintRobot, составит около 305 миллионов, а в 2016 году будет их почти в 2 раза больше, около 590 миллионов штук.

**Источники информации:**

1. Леонид Заплатников. Блог о маркетинге, бренд-менеджменте и эффективных коммуникациях.

 <http://zaplatnikov.blogspot.ru/2013/02/qr-7.html>

1. Сreambee QR-Code Generator. Мобильный и QR маркетинг.

<http://qr-code.creambee.ru/blog/post/qr-marketing/>

3. J'son & Partners Consulting. Рынок QR-кодов в России и в мире. <http://web.json.ru/poleznye_materialy/free_market_watches/analytics/market_qr-codes_in_russia_and_the_world_ru/>

4. All Rights Reserved. Структура маркировки. <http://www.marketingway.ru/maws-648-1.html>