대본

|  |
| --- |
| 대본 |
| 빵구동구조 발표 시작하겠습니다.현재 5월 축제 시즌이죠 서울부터에서 전국각지까지 많은 축제들이 열리고 있습니다.  그래서 저희는 축제 시즌을 맞이하여 축제 종합 어플을 기획하게되었습니다. 프로젝트 플로우로는 기획 및 주제 선정, 데이터 수집 및 분석, 앱 구성, 그리고 수익화 모델 기획으로 구성되어 있습니다. |
|  |
| 먼저 프로젝트 배경에 대해 말씀드리겠습니다. 작년 2023년에는 1129개의 지역축제가 예정되었거나 이미 열렸으며, 이는 전년도 대비 185개나 늘어난 수치입니다.  또한 문화체육관광부와 한국관광공사가 지난해 열린 문화관광축제 21개의 빅데이터를 분석한 결과에 따르면2019년 대비 총 방문객 수는 19.7% 증가하였으며, 일평균 소비액은 23% 증가했음을 알 수 있습니다.  큰 규모의 지역축제는 많은 예산을 필요로 합니다. 예컨대 작년에 열린 1129개의 축제에는 총 9045억 8800만원의 예산이 투입되었습니다. 물론 이와 같은 지역축제 개최는 지자체 예산의 상당 부분을 차지하기는하지만, 관광객 유입 및 지역 홍보 등 지역경제에 미치는 긍정적인 영향이 더욱 크기 때문에 무시할 수 없는 요소입니다. 실제로 한국 관광공사에 따르면 작년에는 21개의 축제에서 1768억원에서 1820억원의 경제적 파급 효과와 258명의 고용 유발 효과가 보고되었다고 합니다.  하지만 실제로는 거의 한 명의 공무원이 한 지역 축제를 담당하고 있는 실정이어서 담당 공무원에게 모든 역할과 책임이 집중되어 있다는 한계도 존재합니다. 이와 같은 문제점을 해결하고자 저희는 축제 관련 앱을 기획하였습니다. 이 앱을 통해 지역 축제의 조직 및 운영에 필요한 다양한 기능을 제공함으로써 담당 공무원의 업무 부담을 줄일 수 있으며, 축제 참가자들 간의 소통과 정보 교류를 원활하게 하여 지역 축제 홍보 및 활성화를 도모할 수 있을 것입니다.  ##이처럼 상당한 예산이 투입되긴하지만 그럼에도불구하고 이런 경제적 효과, 고용 유발 효과를 ##얻을 수 있는만큼,  ##우리는 지역축제의 경제적 효과를 높여 지역경제 발전에 이바지 하고자 기획하게 되었습니다. |
|  |
| 종합 지역축제 어플 기획을 결정한 후 축제 선정 단계가 필요했습니다. 모든 축제에 대한 정보를 담기에는 너무 광범위 했기때문에 우선 프로토타입 제작을 위한 하나의 축제를 선정하는 과정을 거쳤습니다.  프로토타입 제작에 적합한 축제를 선정하기 위하여 다양한 지역의 축제들을 조사했습니다. 그 중 전주에서 열린 지역축제에서는 타지역에서 축제를 즐기기 위해 찾아온 젊은이들이 상당했는데, 새로운 경험과 독특한 즐거움을 찾기 위한 이유에서 였습니다. 지역 축제를 활성화하고 방문객을 늘리기 위해서는 젊은층을 공략해야한다고 생각했고, 이에 저희 팀은 MZ세대의 소비 트렌드를 반영한 컨텐츠와 다양한 연령층이 즐길 수 있는 특성에 집중하여 동구동락 축제를 선정하게 되었습니다.  동구동락 축제는 MZ세대부터 노년층까지 다양한 연령층이 즐길 수 있는 다채로운 프로그램과 '가잼비'를 추구하는 컨텐츠로 주목을 받아왔으며 올해의 10대 뉴스 중 1위를 차지할 정도로 많은 관심을 받고 있는 축제입니다.  누적 참여자 수 15만 명을 돌파하고, '노잼' 도시 대전의 이미지를 바꿔 동구를 전국적인 관광 명소로 발돋움시키기 위한 동구동락 축제의 인기는 올해에도 계속될 것으로 기대됩니다. 또한 대전 ‘성심당’의 인기로 대전을 찾는 젊은층을 축제로 유입시킨다면 보다 많은 축제 이용 관광객을 확보할 수 있을 것입니다. 동구동락 축제 서비스를 시작으로, 향후에는 매년 반복적으로 열리는 다양한 지역 축제를 대상으로 발전시키고자 합니다.  해당 앱을 통해 행사 참가자들이 손쉽게 축제 정보를 확인하고 참여할 수 있게 되어 축제 참여의 편의성이 높아질 것이며, 참가자들의 높은 만족도는 지역 재방문으로 이어져 지역 경제와 문화 발전에 보다 효과적으로 기여할 수 있을 것으로 기대됩니다. |
|  |
| 축제 종합 어플을 기획하기에 앞서 경쟁 어플인 ‘여기유’라는 어플에 대해서 조사해보았습니다.  여기유의 주요 기능은  지역별 월별 테마별 다양한 카테고리의 검색 기능으로 축제 및 체험 정보를 더욱더 쉽게 접근할 수 있게 하며  또한 축제 인근 숙박시설, 음식점 및 여행지 정보까지 함께 찾아 볼 수 있게 하여  좀더 유용하게 축제와 그 지역을 활용할 수 있는 정보를 제공합니다.  실 사용자 리뷰 역시 이러한 다양하고 세세한 기능에 대한 긍정적인 평이 많았습니다.  이러한 상세하고 다양한 정보 제공은 리뷰내용처럼 사용자의 만족도를 향상시키는 것을 알 수 있었습니다. 저희 팀은 이러한 여기유의 상세한 정보제공 기능과 추가로 축제에 대한 데이터 분석을 통한 부정 인사이트 도출 내용바탕으로 저희 어플만의 고유한 기능을 추가하여 차별성을 두기로 하였습니다. |
|  |
| 데이터 분석은 축제 리뷰데이터의 감정분석으로 부정리뷰를 도출하여 부정리뷰에 대한 해결책을 앱기능으로 해결하고자 합니다.  먼저 데이터 수집단계에서는 저희가 앞에서 선택한 대전 동구동락 축제의 네이버 블로그리뷰와, 문화 빅데이터 사이트에서 제공하는 축제 TOP10트랜드데이터에서 동구동락축제 시기와 비슷한 9-11월 사이에 진행하는 축제중 검색량 top10을 뽑아 네이버 블로그 리뷰 및 네이버지도 리뷰데이터를 셀레니움을 사용하여 csv파일에 담아 가져왔습니다. |
|  |
| 수집한 데이터 전처리 과정으로는 파이썬을 활용한 정규표현식 함수를 사용하여 오른쪽 예씨와 같이 한글만 남기도록 데이터 정제 과정을 거쳤습니다. |
|  |
| 데이터 분석 과정으로는 군산대에서 개발한 KNU 한국어 감정사전을 활용하여 감정분석을 진행하였습니다 이 감정사전은 표준국어대사전을 구성하는 각 단어의 뜻풀이를 분석하여 긍부정을 추출단어와 긍부정 점수들로 구성된 사전이며 , 영화, 음악, 자동차 등 어떤 도메인에도 사용될 수 있는 보편적인 긍부정어로 구성되어 있어  다양한 주제와 상황에서 사용될 수 있는 감정어를 적절하게 포착할수 있기 때문에 이 감정사전을 택하여 분석에 사용하였습니다.  또한 감정사전과 함께 만든  단어 입력을 통해 해당 단어의 행태소 및 극성 정도값 출력하는 함수를 적용하여  수집한 리뷰데이터 문장마다의 극성 정도값을 도출하였으며  극성정도값이 양수일경우 긍정리뷰 음수는 부정리뷰로 분류하였습니다. |
|  |
| 다음은 동구동락축제 감정분석 결과입니다.분석결과로는 감정분석을 진행하여 도출한 리뷰 들을 불용어 제거 후 형태소로 나눈 뒤 빈도수를 기준으로 하여 동구동락축제의 부정키워드 top10워드클라우드와 그 키워드에 따른 부정리뷰내용입니댜.. 워드클라우드를 살펴보면 주요키워드로 주차, 사람, 부스 푸드트럭이 있는걸 알 수 있습니다.  이 키워드에 따른 부정 리뷰들을 살펴보면 주차공간 부족으로 인한 불만, 축제 관광객이 너무 많아서 부스를 잘 이용하지 못하는 불만,  맥주 부스는 있지만 다른 식음료를 판매하는 장소 부족에 대한 불만, 푸드트럭 가격에 대한 불만이 주로 많이 제시된것을 알 수 있었습니다. |
|  |
| 다음은 9-11월 축제 검색량 top10 축제의 부정 키워드 워드클라우드와 부정리뷰 내용입니다. 이 워드 클라우드 역시 동구동락 축제와 비슷하게 주차, 사람, 부스 , 푸드트럭이 가장 많이 나왔으며 리뷰내용도 주차공간 부족에 대한 불만, 많은 사람들로 인한 푸드코트 웨이팅 불만, 다양하지 않은 부스에 대한 불만 등으로 비슷하게 나온걸 알 수 있었습니다. |
|  |
| 저희는 이러한 감정분석을 통한 주요 부정리뷰들을 기빈으로 하여 축제 이용객들의 주요 공통 불만사항들을 해결할 수 있는 서비스를 저희 앱을 통해 해결하고자 다음과 같은 기능들을 추가하였습니다. |
|  |
| 먼저 실시간 정보입니다.  실시간 정보는 공통 주요 부정리뷰 내용인 주차 문제와 혼잡 도불만을 해결하기 위한 기능입니다.  첫번쨰로 혼잡도 기능은 어플 설치시 핸드폰 내 gps를 활용하여 다음 화면처럼 축제 지도 위 구역마다의 혼잡도를 표시하는 기능입니다.  이 혼잡도를 통하여 덜 혼잡한 장소를 찾아가고 싶은 이용객들이  지도위 혼잡도를 파악하고 비교하면서 쾌적한 장소를 찾아가는데 도움을 줄 수 있습니다.  두번째는 주차정보입니다.  축제측에서 제공하는 턱없이 부족한 주차공간 문제를 해결하는데 도움을 주기 위하여  대전광역시 주차정보 어플인 꿀파킹과 협업하여 꿀파킹 앱의 기능인 주변 주차장 위치 및 주차 요금과 실시간 주차가능대수를 알려주는 기능을 이용하여 자차로 방문한 축제 방문객에게 편의성을 더해주기 위한 기능입니다.  마지막으로는 주변 여행지입니다.  주변 여행지 기능은 축제 정보뿐 아니라 주변 숙박시설 정보나 맛집정보, 체험거리 정보제공 등 경쟁어플인 “여기유”의 주요 기능 중 하나로 리뷰 내용에서도 긍정적인 평가가 많아 저희 어플에서도 적용하였습니다.  이 기능을 통하여 단순히 축제만 즐기고 가는게 아닌 지역의 여러 컨텐츠들을 즐기면서  만족도를 올릴 수 있는 기능입니다. 이렇게 실시간 정보 기능을 마치고 |
|  |
| 다음은 성인인증 기능입니다.  다양한 세계 맥주 판매 등 칵테일 쇼 등 주류 컨텐츠가 있는 동구동락 축제와 비슷한  송도맥주 축제의 주요부정리뷰중 하나인 미성년자 단속 불만을 해결하기 위하여  성인인증 기능을 추가하였습니다. 성인인증은 앱내의 통신사 PASS인증 진행후 성인인증 티켓을 발부받게 됩니다.  이 티켓은 주류구매와 같은 미성년자는 구매하거나 참여할 수 없는 컨테츠 단속을 위해 사용되며 조금더 안전한 축제 문화를 형성 시키는데 도움으르 줄수 있습니다. |
|  |
| 성인인증 다음으로는 푸드코트 웨이팅 기능입니다. 축제 주요 부정리뷰중 하나인 사람이 많아 푸드트럭 웨이팅 줄을 서는 불만을 해결하기 위해 식당 웨이팅 어플인 테이블링과 캐치테이블을 모티브한 기능으로  축제 푸드트럭과의 협업으로 축제내 푸드트럭 목록과 메뉴 가격 현재 웨이팅 수를 표시하고 주문과 웨이팅을 어플하나로 쉽게 할 수 있는 기능입니다.   이 기능으로 음식을 주문하기 위하여 오랜시간 줄 서면서 기다릴 필요없이 어플로 편하게 결제 후 여유롭게 축제 즐기다가 웨이팅 순서에 맞춰서 픽업하러 갈 수 있다는 장점을 지녔습니다. |
|  |
| 다음은 축제일정 부분입니다.  해당 페이지에는 축제 일자 별 축제 프로그램구성 표시와 알림설정 기능이 있습니다.이 알림설정기능을 통하여 다음과 같이 10분부터 30분까지 원하는 프로그램 시작전 알림설정 후 다른 프로그램을 즐기다 알람에 맞춰 원하는 프로그램을 제시간에 즐길 수 있도록 할 수 있습니다. |
|  |
| 민원신고는 축제 내에서 문제 발생 시 간단한 민원글과 위치 작성으로 실시간으로 축제 관계자에게 접수되어 문제를 해결할 수 있도록 만든 기능입니다. 술과 함께하는 축제다 보니 취객 난동 문제 등 여러 갑작스러운 문제가 발생 할 수 있는데  이 민원신고 기능을 통해 빠르고 효율적인 대응을 제공함으로써 고객 만족도를 높일 수 있습니다. 또한 민원신고 접수 내용으로 축제 주최자들은 문제의 발생 원인을 파악하고 개선점을 도출하여 향후 축제 운영에 반영할 수 있는 장점을 가지고 있습니다. |
|  |
| 마지막으로 이벤트부분입니다. 축제 현장에서 즐길 수 있는 프로그램 외에 앱내에서 간편하게 참여할 수 있는 이색적인 프로그램을 추가하기 위하여  온라인 복권이벤트와, snafiesta라는 동구동락축제에서 찍은 사진을 올려 가장 인기있는 사진을 뽑아 추첨을 통해 지역화폐를 증정하는 이색 프로그램입니다. 이러한 이벤트들로 앱 활성화와 지역상권 활성화에 도움을 줄 수 있다. |
|  |
| 앱 기능 다음으로는 수익화 부분입니다 첫번째 수익화 모델로서는 배너광고를 택하였습니다. 배너광고는 많은 앱들이 사용자들에게 무료로 제공하면서도 수익을 창출할 수 있는 모델 중 하나로 앱의 화면에 작은 광고 배너를 표시하여 사용자들에게 광고를 보여주는 방식입니다. 이 광고는 주로 앱의 화면 상단 또는 하단에 표시되며,  사용자가 광고를 보거나 클릭 시 광고주가 지불하는 방식으로 수익을 창출합니다. |
|  |
| 다음 수익화 모델은 인앱구매 기능입니다. EVENT컨텐츠중 복권 이벤트에서 기본적으로 지급되는 복권 구매권 이외에 추가 복권을 획득 하고싶을 시 광고 시청 최대 3회까지 하여 복권 구매권 증정으로 하여 이벤트 참여를 유도하고 광고 시청으로 인한 광고주로부터 광고 수익을 얻는 보상형 광고수익구조입니다. |
|  |
| 마지막 수익 구조는 테이블링어플의 수익화 구조를 기반하였습니다. 축제 내 푸드트럭과의 계약을 통해 저희 앱 웨이팅 시스템에 해당 가게를 등록시키고 가게로부터 등록금을 받는 형식입니다.  이를 통해 푸드트럭은 해당가게 홍보와 쾌적한 음식 준비 및 고객 응대를 할 수 있습니다.. |
|  |
| 마케팅 전략으로는 크게 세가지로 구분하였습니댜.  첫 번째로는 드롭마케팅입니다. 드롭 마케팅의 드롭은 '투하하다'라는 뜻으로 한정판 상품을 특정 요일이나 시간대를 정해 기습적인 판매를 진행하는 방식입니다. 그 예시로 SPA브랜드 H&M과 명품브랜드 발망의 협업제품을 드롭 방식으로 공지하자 노숙행렬이 만들어질만큼 큰 흥행은 거둔 사례가 있다.  두 번째 마케팅 전략은 래플 마케팅입니다.. 래플 방식은 현재 무신사와 같은 패션업계에서 많이 사용되고 있는 마케팅 전략으로 한정판 제품을 다수의 소비자가 원할때 추첨식 복권 형식으로 응모를 받아 진행하는 방법이며 선착순으로 진행되는 드롭마케팅에서의 나오는 불만을 보완한다는 장점을 지녔습니다.  세 번째 마케팅은 리워드 마케팅으로  고객 유지와 고객 충성도를 높이기 위한 마케팅 방식이다. 충성도가 높은 고객은 자발적으로 서비스를 알리는 또 다른 마케팅 채널이 될 수 있기 때문에 일회용성 어플이 아닌 꾸준히 유용하게 사용할 수 있는 어플로 성장하기 앞서 필수적인 마케팅방식이다. |
|  |
| 저희는 드롭 마케팅전략으로 선착순 1000명이라는 조건을 두어 소비자의 심리를 자극하여 어플의 설치를 유도하는전략을 택하였습니다. 또한 저희 어플의 목적 중 하나인 지역상권 활성화를 위해 지역화페를 선착순 상품으로 두어 지역상권 발전에 이바지할 수 있게 두었습니다. |
|  |
| 래플 마케팅 전략으로는 어플설치와 간단한 액션을 통해 누구나 응모 가능 이벤트로 소비자들의 어플 설치와 이벤트 참여 유도와 함께, 추천 복권 형식으로 응모되는 시스템에 지역화폐를 두어 지역상권 활성화를 목적으로 한 마케팅 방식이다 |
|  |
| 리워드 마케팅 전략으로는 포인트 적립을 택하였습니다. 포인트 적립은 할인보다 소비자를 유인하는데 더 효과적으로 알려져 있으며,  포인트 적립 제도는 락인효과로 충성 고객을 만드는데 도움이 됩니다. 그리하여 지속적인 이벤트참여와 어플활성화를 유도하여, 우리의 어플이 단순히 일회용이 아니라  매번 축제가 열릴 때마다 사용자들이 찾는 필수적인 도구가 되도록 하고자 합니다. |
|  |
| 다음은 어플 확장 전략입니다.  지금까지 저희 서비스 기획을 프로토타입 모델인 동구동락축제에 맞춰 진행해 왔었습니다.  앞으로 어플 확장을 위해  서비스를 판매하고하는 축제 시장을 파악하여 그들의 특징과 요구사항을 정리하며  음악축제, 예술축제, 음식축제 등 각각의 축제가 어떤 서비스를 필요로 하는지 파악과 데이터 분석을 통하여 각 축제에 맞는 앱 서비스와 마케팅 전략을 기획하여 축제 주최자들에게 제안을 하며 여러 지역 축제에 대한 맞춤형 서비스를 앱 내에 구현하면서 어플을 확장할 계획이며, 최종으로 우리나라 모든 지역축제에 대한 맞춤형 서비스와 마케팅전략이 담긴 유일한 축제 종합 어플로 발돋음하여 지역경제 활성화에 긍정적인 영향을 끼치는 것이 목표입니다. |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |