



УКРАЇНА

(19) **UA** (11) **66671** (13) **U**
(51) МПК (2011.01)
G07C 13/00

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ
УКРАЇНИ

ОПИС ДО ПАТЕНТУ НА КОРИСНУ МОДЕЛЬ

видається під
відповідальність
власника
патенту

(54) СИСТЕМА ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ЕМОЦІЙНОГО СТАВЛЕННЯ СПОЖИВАЧІВ ДО ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

1

2

(21) u201108138

(22) 29.06.2011

(24) 10.01.2012

(46) 10.01.2012, Бюл.№ 1, 2012 р.

(72) СЕНІН КОСТЯНТИН ОЛЕКСАНДРОВИЧ

(73) СЕНІН КОСТЯНТИН ОЛЕКСАНДРОВИЧ

(57) 1. Система для визначення емоційного ставлення споживачів до товарів і послуг, що складається із програмно-апаратного комплексу, периферійних пристроїв і мережі передачі даних, яка **відрізняється** тим, що периферійні пристрої виконані у вигляді пристроїв для передачі сигналу, наприклад, кнопок, встановлених у зручних для споживачів місцях, наприклад вбудованих у меблі чи стіни приміщень, де реалізуються товари або надаються послуги, а центральний програмно-апаратний комплекс містить приймач сигналів периферійних пристроїв, з'єднаний за допомогою локальної дротової або бездротової мережі або

мережі Інтернет із центром збору та обробки інформації.

2. Система для визначення емоційного ставлення споживачів до товарів і послуг за п. 1, яка **відрізняється** тим, що кожен периферійний пристрій залежно від ступеня конкретизації результатів опитування містить у своєму складі від однієї до кількох пристроїв для передачі сигналу, наприклад, кнопок.

3. Система для визначення емоційного ставлення споживачів до товарів і послуг за п. 1 і 2, яка **відрізняється** тим, що програмно-апаратний комплекс з'єднаний із центром збору та обробки інформації за допомогою локальної дротової або бездротової мережі.

4. Система для визначення емоційного ставлення споживачів до товарів і послуг за п. 1 і 2, яка **відрізняється** тим, що програмно-апаратний комплекс з'єднаний із центром збору та обробки інформації за допомогою мережі Інтернет.

Корисна модель належить до галузі збору і обробки інформації, зокрема стосується систем опитування, та може бути використана для визначення емоційного ставлення споживачів до товарів і послуг.

Відома система для проведення опитування громадської думки, яка складається із інтегрованої системи збору даних, яка представлена у вигляді платіжної системи будь-якого рівня і складається із підсистем збору і попередньої обробки даних, зв'язаних між собою за допомогою мережі передачі даних, та підсистеми остаточної обробки даних [див. патент Росії № 2159466 з класу МПК⁷ G07 Сми 13/00, опублікований 20.11.2000 року].

Недоліком відомої системи є те, що вона не забезпечує користувачам можливість під час збору даних безпосередньо взаємодіяти з відповідними підсистемами. Даний недолік пояснюється відсутністю у конструкції системи збору інформації певних "персональних" елементів, які б налаштовували (спонукали) користувачів взяти участь у опитуванні.

Відомий також універсальний автомат для проведення опитування користувачів, який скла-

дається із корпусу, в якому розташований комп'ютер, три пульта для користувачів, три монітора, друкувальний пристрій, звукові пристрої і пристрої зв'язку із центральним обчислювальним центром, що має функцію керування об'єднаними у одну мережу автоматами, збору і статистичної обробки інформації та сервісу обладнання й програмного забезпечення [див. заявку Росії № 2006105841 з класу МПК⁶ G06Q 90/00, опубліковану 27.09.2007 року у Бюл. № 27].

Недоліком відомого технічного рішення є складність і високотехнологічність конструкції автомата. Цей недолік призводить до значної вартості обладнання, що суттєво знижує можливості його установки в належній кількості у громадських місцях, закладах сфери торгівлі і послуг тощо.

Найбільш близькою за своєю суттю та ефектом, що досягається, і яка приймається за прототип, є система для проведення опитування споживачів товарів і послуг, яка складається із програмно-апаратного комплексу, периферійних пристроїв і мережі передачі даних, при цьому периферійні пристрої виконані у вигляді терміналів мобільного зв'язку, а центральний програмно-

(13) **U**(11) **66671**(19) **UA**

апаратний комплекс містить блок взаємодії з мережею, блок реєстрації учасників опитування, базу даних, блок генерації розсилання, блок статистики, один або більше блоків спеціальних додатків і блок управління [див. патент Росії № 33324 U з класів МПК⁷ A63F 9/24, G06F 17/00, G07F 17/00, опублікований 20.10.2003 року].

Основним недоліком відомої системи є її складність, яка полягає у наявності великої кількості блоків програмно-апаратного комплексу. З одного боку, розширена функціональність відомої системи, яка включає не тільки безпосередньо процес опитування, а й додаткові можливості (реєстрацію і облік респондентів, рекламні розсилання тощо), сприяє отриманню більш повноцінних (у якісному сенсі) результатів опитування, але з іншого боку, смислове перевантаження відомої системи може негативно позначатися на кількісних характеристиках результатів опитування (часто наявність додаткових умовностей викликає відмову певної кількості респондентів - споживачів певних товарів і послуг - від участі в опитуванні).

Ще одним суттєвим недоліком відомої системи є те, що її периферійні пристрої виконані у вигляді терміналів мобільного зв'язку. Дане рішення вимагає додаткових грошових вкладень як від ініціаторів опитування (виробників товарів і послуг), так і від самих споживачів, що негативно впливає на загальну інтенсивність процесу опитування із застосуванням відомої системи.

В основу корисної моделі поставлена задача спростити систему для проведення опитування споживачів товарів та послуг з одночасним зниженням її вартості та витрат на її обслуговування за рахунок забезпечення можливості реєструвати у якості результатів опитування спрощені якісні характеристики, що відображають суб'єктивне ставлення споживачів до товарів і послуг ("добре - погано", "сподобалось - не сподобалось") шляхом відповідних змін конструкції елементів системи.

Рішення поставленої задачі досягається тим, що у системі для проведення опитування споживачів товарів і послуг, яка складається із програмно-апаратного комплексу, периферійних пристроїв і мережі передачі даних, згідно пропозиції, периферійні пристрої виконані у вигляді пристроїв для передачі сигналу, наприклад, у вигляді кнопок, встановлених у зручних для споживачів місцях, наприклад вбудованих у меблі чи стіни приміщень, де реалізуються товари або надаються послуги, а центральний програмно-апаратний комплекс містить приймач сигналів периферійних пристроїв, з'єднаних за допомогою локальної дротової або бездротової мережі або мережі Інтернет із центром збору та обробки інформації.

При цьому кожен з периферійних пристроїв, залежно від бажаного ступеня конкретизації результатів опитування, може містити у своєму складі від однієї кнопки ("сподобалось") до кількох, наприклад двох ("відмінно - незадовільно") або трьох ("відмінно - добре - незадовільно") тощо.

Завдяки виконанню периферійних пристроїв у вигляді пристроїв для передачі сигналу, наприклад, у вигляді кнопок, забезпечується суттєве спрощення конструкції системи з одночасним пок-

ращенням її функціональності, що, зокрема, полягає у забезпеченні здатності реєструвати суб'єктивне (емоційне) ставлення споживачів до певних товарів і послуг. Для цього пристрої для передачі сигналу, наприклад, кнопки, мають відрізняльні ознаки (колір, розмір, маркування тощо) відповідно до можливих суб'єктивних оцінок споживачів.

Завдяки наявності зв'язку програмно-апаратного комплексу із центром за допомогою локальної дротової або бездротової мережі виробники товарів і послуг змогу аналізувати отриману інформацію у закритому режимі та приймати відповідні рішення щодо покращення рівня обслуговування своїх споживачів. Крім того, за допомогою запропонованої системи виробники можуть визначати емоційне ставлення своїх клієнтів як до закладу чи товару в цілому, так і до окремих їх елементів (наприклад, у режимі експерименту при тестуванні нововведень) для отримання достовірних даних "з перших вуст". Отримані результати опитування при цьому виконують роль електронної книги скарг. У випадку, коли зв'язок здійснюється за допомогою мережі Інтернет, отримані результати можуть бути зведені на єдиному порталі опитування споживачів певних груп товарів і послуг, внаслідок чого забезпечується можливість будувати відповідні рейтинги. Отже, для споживачів дана система – це можливість обирати найпопулярніші, "перевірені" громадого товари і послуги, а для їх виробників – це потужний інструмент маркетингу і спосіб втримувати конкурентні позиції на відповідному ринку.

Таким чином, уся сукупність суттєвих ознак запропонованого рішення стосовно системи для визначення емоційного ставлення споживачів до товарів і послуг забезпечує досягнення технічного результату.

Запропонована система для визначення емоційного ставлення споживачів до товарів і послуг складається із периферійних пристроїв для передачі сигналу, (наприклад, кнопок) та приймача сигналів периферійних пристроїв, з'єднаних за допомогою локальної дротової або бездротової мережі або мережі Інтернет із центром збору і обробки інформації.

Запропонована система для визначення емоційного ставлення споживачів до товарів і послуг працює наступним чином.

Вказаною системою може бути обладнаний будь-який заклад торгівлі і послуг – кафе, маршрутне таксі, крамниця, перукарня та ін. Для цього у зручному для споживачів місці встановлюється периферійний пристрій для передачі сигналу, наприклад, з кнопкою (наприклад, для закладів харчування – у центрі столу). Відвідувачі вказаних закладів за бажанням можуть висловлювати своє суб'єктивне враження від рівня обслуговування, натискаючи на вищевказаний пристрій, наприклад, кнопку. Сигнал, що, згідно із пропозицією, за допомогою приймача сигналів периферійних пристроїв надсилається локальною дротовою або бездротовою мережею або мережею Інтернет до центру збору та обробки інформації. У вказаному центрі отримані сигнали обробляються з метою подальшого використання - для внутрішнього ана-

лізу закладом, який проводить опитування, або для побудови рейтингу подібних закладів на громадському порталі.

Суттєва відмінність запропонованої системи для визначення емоційного ставлення споживачів до товарів і послуг полягає у тому, що периферійні пристрої виконані у вигляді пристроїв для передачі сигналу, (наприклад, кнопок, встановлених у зручних для споживачів місцях, наприклад вбудованих у меблі чи стіни приміщень, де реалізуються товари або надаються послуги, а центральний програмно-апаратний комплекс містить приймач сигналів периферійних пристроїв з'єднаний за допомогою локальної дротової або бездротової мережі або мережі Інтернет із центром збору та обробки інформації. Вказані відмінності сприяють спрощенню конструкції системи та забезпечують істотне покращення її функціональних характеристик. Жодна із відомих систем опитування не може одночасно володіти всіма перерахованими властивостями, оскільки не передбачає у своєму складі всієї сукупності заявлених у пропозиції суттєвих ознак.

Запропоноване технічне рішення перевірене на практиці. Запропонована система для визначення емоційного ставлення споживачів до товарів і послуг не містить у своєму складі жодних елементів конструкції чи програмного забезпечення, які неможливо було б відтворити на сучасному етапі розвитку науки і техніки, зокрема, у галузі технологій опитування громадськості, а отже є придатною для промислового застосування, має технічні та інші переваги перед відомими аналогами, що підтверджує можливість досягнення технічного результату об'єктом, що заявляється. У відомих джерелах патентної та іншої науково-технічної інформації не виявлено систем із вказаною в пропозиції сукупністю суттєвих ознак, тому запропоноване технічне рішення є новим.

До технічних переваг запропонованої системи для визначення емоційного ставлення споживачів до товарів і послуг, у порівнянні з прототипом, можна віднести:

- спрощення конструкції за рахунок виконання периферійних пристроїв у вигляді пристроїв для передачі сигналу, наприклад, кнопок;

- зниження вартості обслуговування системи з цієї ж причини;

- покращення функціональності за рахунок забезпечення здатності реєструвати суб'єктивне (емоційне) ставлення споживачів до певних товарів і послуг.

Після опису запропонованої системи для визначення емоційного ставлення споживачів до товарів і послуг фахівцям у даній галузі знань повинно бути наочним, що все вищеописане є лише ілюстративним, а не обмежувальним, будучи представленим даним прикладом. Численні можливі варіанти виконання вказаної системи, зокрема кількість пристроїв для передачі сигналу, наприклад, кнопок та спосіб їх установлення, можуть змінюватися залежно від сфери її використання та, зрозуміло, знаходяться в межах об'єму одного із звичайних і природних підходів в даній області знань і розглядаються такими, що знаходяться в межах об'єму запропонованого технічного рішення.

Квінтесенцією запропонованого технічного рішення є те, що периферійні пристрої системи виконані у вигляді пристроїв для передачі сигналу, наприклад, кнопок, встановлених у зручних для споживачів місцях, наприклад вбудованих у меблі чи стіни приміщень, де реалізуються товари або надаються послуги, а центральний програмно-апаратний комплекс містить приймач сигналів периферійних пристроїв, з'єднаний за допомогою локальної дротової або бездротової мережі або мережі Інтернет із центром збору та обробки інформації, і саме ці обставини у сукупності дозволяють надбати запропонованій системі вищеперераховані й інші переваги. Використання окремих конструктивних елементів обладнання із всієї сукупності заявлених, природно, обмежує спектр переваг, перерахованих вище, і не може вважатися новими технічними рішеннями в даній області знань, оскільки інші конструкції, подібні описаній, вже не вимагатимуть будь-якого творчого підходу від конструкторів та інженерів, і не можуть вважатися результатами їх творчої діяльності або новими об'єктами інтелектуальної власності, відповідними до захисту охоронними документами.