



УКРАЇНА

(19) UA (11) 40677 (13) U
(51) МПК (2009)
G09F 19/00

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ

ОПИС ДО ПАТЕНТУ НА КОРИСНУ МОДЕЛЬ

видається під
відповідальність
власника
патенту

(54) СПОСІБ НАДАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

1

(21) u200812093

(22) 13.10.2008

(24) 27.04.2009

(46) 27.04.2009, Бюл.№ 8, 2009 р.

(72) КОНЦУР ВІКТОР ВОЛОДИМИРОВИЧ, UA,
ТАРАСЮК ОЛЕКСАНДР ПЕТРОВИЧ, UA(73) КОНЦУР ВІКТОР ВОЛОДИМИРОВИЧ, UA,
ТАРАСЮК ОЛЕКСАНДР ПЕТРОВИЧ, UA

(57) 1. Спосіб надання інформаційних послуг, який включає формування бази даних абонентів, збирання інформації і масове розсилання інформаційних повідомлень на кінцеві пристрої абонентів з використанням телекомунікаційних засобів зв'язку, який **відрізняється** тим, що базу даних абонентів формують шляхом опитування, яке включає анкетування та тестування, з кожним абонентом укладають договір про надання інформаційних послуг,

2

після чого розподіляють абонентів на групи за напрямком їх інтересів, збирають інформацію для кожної із груп і надають кожному абоненту ту інформацію, яка відповідає колу його інтересів, шляхом розсилання SMS- або MMS-повідомлень на кінцеві пристрої абонентів у обумовлений договором час.

2. Спосіб за п. 1, який **відрізняється** тим, що тестування проводять за допомогою паперових носіїв.

3. Спосіб за п. 1, який **відрізняється** тим, що тестування проводять у мережі Інтернет.

4. Спосіб за п. 1, який **відрізняється** тим, що збирання інформації здійснюють у мережі Інтернет.

5. Спосіб за п. 1, який **відрізняється** тим, що збирання інформації здійснюють шляхом опитування культурно-розважальних, освітніх закладів, бібліотек.

Корисна модель відноситься до способів надання інформаційних послуг широкому колу абонентів, і може бути використана для інформування абонентів про дозволено-розважальні, культурні, загальноосвітні та інші заходи.

Найбільш близьким за технічною суттю і технічним результатом, що досягається, до способу надання інформаційних послуг, що заявляється, є спосіб, відомий з патенту України на винахід №48912А, М. кл.⁷ G09F 19/00, G06F 13/00, H04M 11/00 від 18.04.2002р., опубл. 15.08.2002р., який включає формування бази даних абонентів, збирання інформації і масове розсилання інформаційних повідомлень на кінцеві пристрої абонентів, такі як мобільні телефони або смартфони, з використанням телекомунікаційних засобів зв'язку.

У відомому способі спочатку формують проміжну систему для збору і розсилання рекламних повідомлень, потім у цій системі формують базу даних рекламних рубрик із присвоєнням кожній рубриці індивідуального коду, далі інформують потенційних абонентів про коди рекламних рубрик, потім реєструють повідомлення з кінцевих пристроїв абонентів про підписку на одержання рекламних повідомлень за обраними рекламними рубриками і формують базу даних

абонентів, що підписалися на одержання рекламних повідомлень, установлюють двосторонні канали зв'язку між кожним рекламодавцем і проміжною системою і між проміжною системою і кожним її абонентом, приймають від зареєстрованих у проміжній системі рекламодавців рекламні повідомлення і розносять їх по рекламних рубриках, відбирають абонентів для пересилання цих повідомлень і розсилають відібрані рекламні повідомлення на кінцеві пристрої абонентів. Далі формують базу даних рекламодавців із присвоєнням кожному рекламодавцю індивідуального коду й інформують потенційних абонентів про коди рекламодавців, потім реєструють повідомлення з кінцевих пристроїв абонентів про підписку на одержання рекламних повідомлень від обраних рекламодавців і формують базу даних абонентів, що підписалися на одержання цих рекламних повідомлень. В проміжній системі реєструють команди від абонентів і розсилають відібрані для них рекламні повідомлення згідно зазначених абонентами критеріям надходження цих повідомлень, формують статистичну базу даних, яка відноситься до рекламних повідомлень конкретного рекламодавця, і на запит цього рекламодавця направляють відповідне повідомлення на його кінцевий пристрій, реєструють повідомлення від абонентів

(19) UA (11) 40677 (13) U

до конкретного рекламодавця, накопичують ці повідомлення і на запит цього рекламодавця пересилають їх на його кінцевий пристрій, формують базу даних про рекламні повідомлення конкретного рекламодавця, що передані конкретному абоненту цієї системи, і формують базу даних про придбання товарів абонентами проміжної системи у рекламодавців цієї проміжної системи, причому після досягнення встановлених показників, абоненту посилають повідомлення про скидки на придбання товару у даного рекламодавця.

Відомий спосіб надання інформаційних послуг недостатньо оперативний і ефективний та має високу собівартість.

Це пояснюється тим, що у відомому способі для формування і розсилання інформації використовують проміжну систему сервера, яка потребує проведення додаткових операцій та застосування складного обладнання, що викликає підвищення собівартості послуг. На обслуговування такого обладнання необхідні великі витрати, що теж збільшує собівартість послуг. Велика кількість додаткових операцій, введення різноманітних кодів, формування багатьох баз даних потребують багато часу для реалізації способу. При цьому, знову таки із-за наявності великої кількості різноманітних кодів та баз даних, виникає висока імовірність помилки при розсиланні інформації. Абоненту при здійсненні цього способу надходить лише та інформація, яка надходить від рекламодавців через проміжну систему. Це значно обмежує коло інформації, яку вони могли б отримувати.

В основу корисної моделі поставлена задача удосконалити спосіб надання інформаційних послуг шляхом введення нових операцій та нової послідовності їх виконання, що дозволить підвищити оперативність і ефективність та знизити собівартість надання інформації.

Поставлена задача вирішується тим, що в способі надання інформаційних послуг, який включає формування бази даних абонентів, збирання інформації і масове розсилання інформаційних повідомлень на кінцеві пристрої абонентів з використанням телекомунікаційних засобів зв'язку, відповідно до технічного рішення, новим є те, що базу даних абонентів формують шляхом опитування, яке включає анкетування та тестування, з кожним абонентом укладають договір про надання інформаційних послуг, після чого розподіляють абонентів на групи за напрямком їх інтересів, збирають інформацію для кожної із груп і надають кожному абоненту ту інформацію, яка відповідає колу його інтересів, шляхом розсилання SMS - або MMS - повідомлень на кінцеві пристрої абонентів у обумовлений договором час.

Новим є і те, що тестування проводять за допомогою паперових носіїв.

Новим є і те, що тестування проводять у мережі Інтернету.

Новим є і те, що збирання інформації здійснюють у мережі Інтернет.

Новим є і те, що збирання інформації здійснюють шляхом опитування культурно - розважальних, освітніх закладів, бібліотек.

Причинно-наслідковий зв'язок між сукупністю суттєвих ознак технічного рішення і технічним результатом, що досягається, полягає в наступному.

За рахунок того, що при реалізації способу, що заявляється, базу даних абонентів формують шляхом опитування, яке включає анкетування та тестування, з'являється можливість виявити пріоритетні інтереси абонентів відносно інформації, яка його цікавить, з'ясувати як часто у нього є потреба одержувати таку інформацію, у який час йому зручно або необхідно цю інформацію отримувати, а також обумовити інші питання, які стосуються процесу надання абоненту інформації. Тестування може бути проведене за допомогою паперових носіїв, або через мережі Інтернету, в залежності від того, як зручно кожному з абонентів. За результатом тестування між фірмою, яка надає інформаційні послуги, та абонентом укладається договір, у якому викладені усі умови, на яких абонент отримує інформацію, з'ясовуються номери мобільних телефонів, смартфонів або комунікаторів. Абонентів розподіляють на групи за напрямком їх інтересів і збирають інформацію для кожної із груп. При такому підході до підбору інформації абоненти отримують тільки ту інформацію, яка потрібна саме їм. Нічого зайвого їм не надходить. При цьому інформацію збирають у мережі Інтернет або шляхом опитування культурно-розважальних, освітніх закладів, бібліотек, та таке інше. Збирання інформації здійснюють періодично і у обумовлений договором час на кінцеві пристрої абонентів розсилають SMS - або MMS - повідомлення. Таким способом може бути надана інформація про різні культурно-розважальні заходи у таких закладах як кінотеатри, театри, клуби та будинки культури, цирки, учбові заклади, спортивні арени, нічні клуби, виставочні зали, концертні зали, та інших проведення дозвілля та відпочинку. До культурно-розважальних заходів можуть відноситись тематичні вечори, вистави, кінофільми, презентації, змагання, лекції, виставки, концерти, та інші заходи.

Спосіб надання інформаційних послуг здійснюється таким чином.

Шляхом опитування формують базу даних абонентів. Опитування включає анкетування та тестування. Під час анкетування та тестування виявляють пріоритетні інтереси абоненту відносно інформації, яка його цікавить, з'ясовують як часто у нього є потреба одержувати таку інформацію, у який час йому зручно або необхідно цю інформацію отримувати, обумовлюють інші питання, які стосуються процесу надання абоненту інформації. Тестування проводять за допомогою паперових носіїв, або через мережі Інтернету, в залежності від того, як зручно кожному з абонентів. За результатом тестування між фірмою, яка надає інформаційні послуги, та абонентом укладається договір, у якому викладені усі умови, на яких абонент отримує інформацію, з'ясовуються номери мобільних телефонів, смартфонів або комунікаторів. Абонентів розподіляють на групи за напрямком їх інтересів і збирають інформацію для кожної із груп.

Інформацію збирають у мережі Інтернет або шляхом опитування культурно-розважальних, освітніх закладів, бібліотек, та таке інше. Збирання інформації здійснюють періодично і у обумовлений договором час на кінцеві пристрої абонентів розсилають SMS - або MMS - повідомлення. Таким способом надають інформацію про різні культурно - розважальні заходи у таких закладах як кінотеатри, театри, клуби та будинки культури, цирки, учбові заклади, спортивні арени, нічні клуби, виставочні зали, концертні зали, та інших проведення дозвілля та відпочинку. До культурно-розважальних заходів можуть відноситись

тематичні вечори, вистави, кінофільми, презентації, змагання, лекції, виставки, концерти, та інші заходи.

Як видно з вищевикладеного, спосіб надання інформаційних послуг, що заявляється, дозволяє підвищити оперативність і ефективність та знизити собівартість надання інформації.

Спосіб надання інформаційних послуг, що заявляється, може бути здійснений з використанням відомого устаткування, призначеного для здійснення зв'язку, що підтверджує його промислову придатність.