



УКРАЇНА

(19) UA (11) 46656 (13) U

(51) МПК (2009)

G06Q 90/00

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІОПИС
ДО ПАТЕНТУ
НА КОРИСНУ МОДЕЛЬвидається під
відповідальність
власника
патенту

(54) СПОСІБ СТВОРЕННЯ ДИСКОНТНОЇ СИСТЕМИ

1

(21) u200908609

(22) 17.08.2009

(24) 25.12.2009

(46) 25.12.2009, Бюл.№ 24, 2009 р.

(72) ЛОБАНОВСЬКИЙ ОЛЕКСАНДР ІГОРОВИЧ

(73) ЛОБАНОВСЬКИЙ ОЛЕКСАНДР ІГОРОВИЧ

(57) Спосіб створення дисконтної системи, що включає формування дисконтної системи, виготовлення дисконтних карт з реєстраційним номером, створення електронної версії реєстру власників дисконтних карт, який **відрізняється** тим, що власникам дисконтних карт нараховують умовні бали за кожну покупку товарів або послуг у головній компанії дисконтної системи або у компаній-партнерів, пропорційно вартості придбаних товарів або послуг, власникам дисконтних карт надають винагороду шляхом обміну у головній компанії дисконтної системи нарахованих балів на товари або послуги, які головна компанія дисконтної системи закуповує для таких потреб або виготовляє (пропонує), при цьому видачу дисконтних карт з

2

пін-кодом та із введенням даних власників у електронний реєстр здійснює головна компанія дисконтної системи, компанії-партнери дисконтної системи, у разі нарахування умовних балів власникам дисконтних карт, сплачують головній компанії винагороду за фактично отриманого від дисконтної системи клієнта, а обмін нарахованих балів на товари здійснюють за умови введення пін-коду або пред'явлення документа, що посвідчує особу власника дисконтної картки, нарахування умовних балів власникам дисконтних карт здійснюють або безготівковим методом - шляхом обмеженого доступу до електронного реєстру, або готівковим методом - шляхом попереднього виготовлення готівкових, наприклад паперових, еквівалентів умовних балів та відповідального збереження їх до вручення власникам дисконтних карт у компаніях-партнерів дисконтної системи, які періодично звітують та розраховуються з головною компанією дисконтної системи за видані у готівковій формі умовні бали.

Технічне рішення відноситься до способів оброблення даних, які пристосовані до адміністративних та комерційних потреб, та може бути використаним для удосконалення процесів торгівлі, організації колективних дисконтних систем із залученням компаній-партнерів.

Відомий спосіб створення дисконтної системи Всеукраїнської громадської організації "Клуб UDC" [<http://www.udc.com.ua> 29/08/2003], що передбачає створення і реєстрацію клубу, навколо якого формують дисконтну систему (мережу), випуск пластикових карток із торгівельною маркою клубу, реєстрацію учасників мережі - "дійсних членів клубу", тобто юридичних осіб (партнерів), що сплачують щорічні членські внески. Надання пластикових карток здійснюють, як подарунок фізичним особам, що на певних умовах придбали товар або послугу у юридичної особи - дійсного члена клубу. Зареєстрованим дійсним членам клубу надають привілеї щодо можливості користуватися сучасними технологіями інформаційного забезпечення бізнесу, отримання знижок при розміщенні реклами, просування торгівельної марки і продукції підприємства, участі у семінарах та інших заходах, а також здійс-

нюють публікацію у каталогі членів клубу та розміщують інформацію на сайті клубу у мережі Інтернет. Власники пластикових карток мають право на винагороду, яка надається шляхом отримання знижок на товари та послуги, які вироблені та надаються дійсними членами клубу.

Очевидним недоліком такого рішення є необхідність попереднього інвестування з боку нових компаній-партнерів у вигляді членських внесків, що являє для них економічний ризик, оскільки економічне обґрунтування вступу до клубу не є очевидним і може бути фактично оцінене лише після тривалого членства. Таким чином, необхідність сплати членських внесків стримує поширення дисконтної системи. Крім того, такий спосіб створення дисконтної системи не передбачає проведення додаткових акцій та будь-яке персональне інформування гостей клубу, тому що не дає можливості ведення електронного реєстру власників карток, оскільки видачу карток може здійснювати будь-хто з дійсних членів клубу, що у разі існування електронного реєстру надає можливість для помилок або зловживання.

Також відомий спосіб створення дисконтної

(13) U

(11) 46656

(19) UA

системи [деклараційний патент України на корисну модель UA21341 МПК G06Q 90/00, опубл. 15.03.2007, Бюл. №3, 2007р.], що включає формування дисконтної системи на основі розробленої комп'ютерної програми, виготовлення дисконтних карт з торговельною маркою системи, з реєстраційним номером і захистом від підробки після попередньої розробки дисконтної карти за допомогою комп'ютера, створення сайту дисконтної системи в мережі Інтернет, створення електронного каталогу фірм-партнерів, узгодженого з телефонною довідковою службою, друкування каталогу фірм-партнерів, друкування й розсилання листів про умови формування дисконтної системи через мережу Інтернет за електронними адресами виробників товарів і послуг, розміщення умов забезпечення дисконтними картами на сайті дисконтної системи в мережі Інтернет, відновлення інформації в електронному каталозі фірм-партнерів, перенесення інформації з твердого диска комп'ютера на електронні носії для передачі учасникам дисконтної системи поза мережею Інтернет, який відрізняється тим, що створюють електронну версію реєстру власників дисконтних карт, щотижня обновляють інформацію в реєстрі власників дисконтних карт; використовують відомі оптимальні технології для забезпечення конфіденційності особистих даних власників дисконтних карт; дисконтні карти виготовляють із покриттям 1-4 видів, на лицевій стороні карт розміщують чип для зчитуючого пристрою, тривимірну захисну голограму, ім'я власника, реєстраційний номер, термін дії дисконтної карти, на звороті карти розміщують підпис власника, магнітну стрічку для зчитуючого пристрою й штрих-код, узгоджений з реєстром власників дисконтних карт; формують електронну базу даних мобільної телефонної мережі, розсилають інформацію про дисконтну систему по мобільному зв'язку; каталог фірм-партнерів формують за галузями і регіональними напрямками, створюють у комп'ютері електронну базу даних засобів масової інформації, розсилають електронні листи про умови формування дисконтної системи за електронними адресами бази даних засобів масової інформації, обробляють у комп'ютері інформацію, що надійшла у відповідь, друкують у засобах масової інформації інформацію про функціонування дисконтної системи, про умови одержання дисконтних карт, про послуги й товари фірм-партнерів.

Цей спосіб передбачає створення електронного реєстру власників карт, а для забезпечення надійного зберігання інформації, уникання помилок і зловживань використовують відомі оптимальні технології та технічні заходи щодо захисту карток від підробки та їх помилкової ідентифікації. Таке рішення, завдяки існуванню електронного реєстру власників карт, дозволяє проведення додаткових акцій, персонального інформування власників карт та інших заходів щодо стимулювання споживання товарів та послуг компаній-членів дисконтної системи. Але такий результат досягається шляхом значного ускладнення конструкції пластикових карток, що приводить до зростання затрат на їх створення.

В основу пропонованого рішення встановлено

задачу спрощення конструкції пластикових карт, забезпечення надійної роботи електронного реєстру їх власників та створення привабливих умов для поширення дисконтної системи, що не передбачають інвестування з боку її нових членів, тобто не являють для них економічного ризику.

Означена задача досягається тим, що у спосіб створення дисконтної системи, що включає формування дисконтної системи, виготовлення дисконтних карт з реєстраційним номером, створення електронної версії реєстру власників дисконтних карт, згідно з рішенням, що пропонується, власникам дисконтних карт нараховують умовні бали за кожну покупку товарів або послуг у головної компанії дисконтної системи або у компаній-партнерів, пропорційно вартості придбаних товарів або послуг, власникам дисконтних карт надають винагороду шляхом обміну у головній компанії дисконтної системи нарахованих балів на товари або послуги, які головна компанія дисконтної системи закуповує для таких потреб, або виготовляє (пропонує), при цьому, видачу дисконтних карт з пін-кодом та із введенням даних власників у електронний реєстр, здійснює головна компанія дисконтної системи, компанії-партнери дисконтної системи у разі нарахування умовних балів власникам дисконтних карт, сплачують головній компанії винагороду за фактично отриманого від дисконтної системи клієнта, а обмін нарахованих балів на товари здійснюють за умови введення пін-коду або пред'явлення документа, що посвідчує особу власника дисконтної картки, нарахування умовних балів власникам дисконтних карт здійснюють або безготівковим методом - шляхом обмеженого доступу до електронного реєстру, або готівковим методом - шляхом попереднього виготовлення готівкових, наприклад паперових, еквівалентів умовних балів та відповідального збереження їх до вручення власникам дисконтних карт у компаніях-партнерів дисконтної системи, які періодично звітують та розраховуються з головною компанією дисконтної системи за видані у готівковій формі умовні бали.

Таким чином, завдяки тому що внесення даних про власників дисконтних карт до електронного реєстру здійснюють виключно головною компанією дисконтної системи, а доступ до реєстру з боку компаній-партнерів дисконтної системи обмежений лише нарахуванням умовних балів, забезпечують надійну роботу реєстру та конфіденційність збереження даних у ньому. Отримання винагороди власниками дисконтних карт шляхом обміну нарахованих балів на товари або послуги за умови введення пін-коду або пред'явлення документа, що посвідчує особу, виключає необхідність захисту дисконтних карт від підробки. Крім того, отримання коштів головною компанією, які витрачаються на рекламу, закупку або виготовлення товарів (надання послуг), що підлягають обміну на нараховані бали та інші витрати, що пов'язані з підтримкою роботи дисконтної системи, виконують як розрахунок з боку компаній-партнерів за нараховані власникам дисконтних карт бали, тобто за фактично отриманих клієнтів, а це виключає необхідність попереднього інвестування і несення еко-

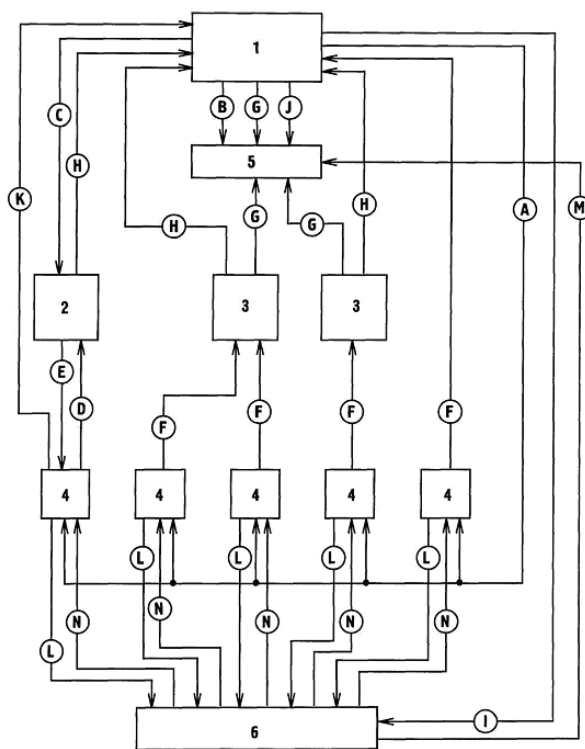
номічних ризиків для нових компаній-партнерів дисконтної системи.

Вказані переваги відрізняються від переваг приведених аналогів. При цьому автору невідомі технічні рішення, які характеризуються подібною сукупністю ознак.

На Фіг. наведено приклад побудови та функціонування дисконтної системи, що включає головну компанію 1, компаній-партнерів, що працюють з готівковим нарахуванням балів 2, компаній-партнерів, що працюють з електронним нарахуванням балів 3, покупців 4, інформацію про яких зберігають у електронному реєстрі 5 та підрозділу головної компанії - пункту обміну 6 нарахованих балів на товари або послуги. Робота дисконтної системи відбувається таким чином: головна компанія 1 видає (А) дисконтні картки покупцям 4 та заносить (В) інформацію про власників карт у електронний реєстр 5. Для компаній-партнерів, що працюють з готівковим нарахуванням балів 2 виготовляють та передають (С) на відповідальне збереження готівкові еквіваленти балів, наприклад, паперові. Покупці-власники дисконтних карт 4 у разі звернення (D) до компаній-партнерів, що працюють з готівковим нарахуванням балів 2, отримують (Е) готівкові еквіваленти нарахованих балів, а покупці, що звертаються (F) до компаній-

партнерів, що працюють з електронним нарахуванням балів 3, або до головної компанії 1, отримують бали шляхом їх електронного нарахування (G) на особистий рахунок у електронному реєстрі 5. При цьому за нараховані бали, тобто за фактично отриманих клієнтів, компанії-партнери 2, 3 сплачують винагороду (H) на користь головної компанії 1. Головна компанія 1 комплектує (I) пункт обміну балів на товари (послуги) 6. Покупці 4, що отримали готівкові бали, звертаються до головної компанії 1 для нарахування (J) балів у електронному реєстрі 5 у обмін (K) на готівкові бали. У разі звернення (L) покупців 4 до пункту обміну 6, що є підрозділом головної компанії 1, пункт обміну 6 списує (M) нараховані бали з особистого рахунку у електронному реєстрі 5 та обмінює (N) нараховані бали на товари або послуги.

Застосування рішення, що пропонується, при організації партнерської програми продажу товарів та послуг дозволяє створювати колективні дисконтні системи, що не потребують значних затрат на виготовлення дисконтних карт, забезпечують надійне зберігання інформації про власників дисконтних карт, а також створюють привабливі умови для нових членів дисконтної системи, оскільки не потребують попереднього інвестування з їх боку.



Фіг.