

**(12) МЕЖДУНАРОДНАЯ ЗАЯВКА, ОПУБЛИКОВАННАЯ В СООТВЕТСТВИИ С
ДОГОВОРом О ПАТЕНТНОЙ КООПЕРАЦИИ (РСТ)**

(19) ВСЕМИРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ
Международное бюро



(43) Дата международной публикации:
31 октября 2002 (31.10.2002)

(10) Номер международной публикации:
WO 02/086769 A1

(51) Международная патентная классификация ⁷:
G06B 17/40

GD, GE, GH, GM, HR, HU, ID, IL, IN, IS, JP, KE, KG, KP, KR, KZ, LC, LK, LR, LS, LT, LU, LV, MA, MD, MG, MK, MN, MW, MX, MZ, NO, NZ, PL, PT, RO, RU, SD, SE, SG, SI, SK, SL, TJ, TM, TR, TT, TZ, UA, UG, US, UZ, VN, YU, ZA, ZW.

(21) Номер международной заявки: PCT/EA01/00003

(22) Дата международной подачи:
19 июня 2001 (19.06.2001)

(84) Указанные государства (регионально): ARIPO патент (GH, GM, KE, LS, MW, MZ, SD, SL, SZ, TZ, UG, ZW), евразийский патент (AM, AZ, BY, KG, KZ, MD, RU, TJ, TM), европейский патент (AT, BE, CH, CY, DE, DK, ES, FI, FR, GB, GR, IE, IT, LU, MC, NL, PT, SE, TR), патент OAPI (BF, BJ, CF, CG, CI, CM, GA, GN, GW, ML, MR, NE, SN, TD, TG).

(25) Язык подачи: русский

(26) Язык публикации: русский

(30) Данные о приоритете:
200100484 19 апреля 2001(19.04.2001) EA

Декларации в соответствии с правилом 4.17:
*Об авторстве изобретения (правило 4.17 (iv))
только для US.*

(71) Заявитель и
(72) Изобретатель: ИСАКОВ Сергей Владимирович
[BY/BY]; 220012 Минск, ул. Кедышко, д. 13, кв. 42
(BY) [ISAKOV Sergei Vladimirovich, Minsk (BY)].

Опубликована
С отчётом о международном поиске.

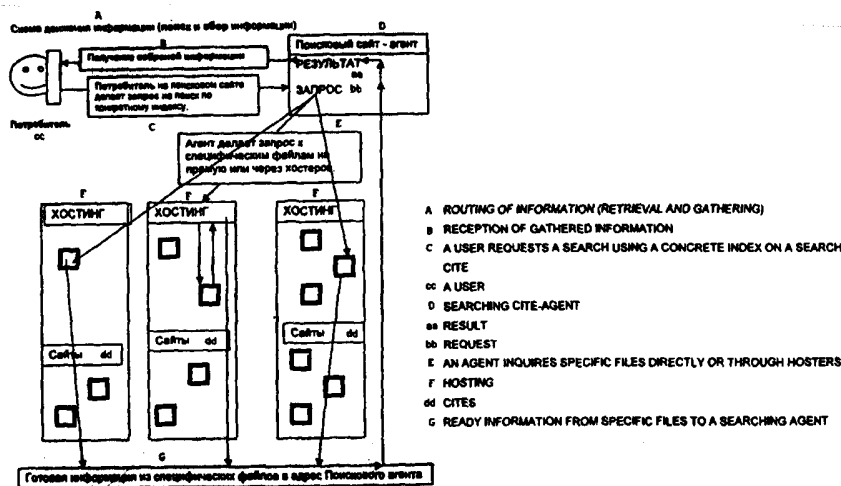
(74) Агент: ВИНОГРАДОВ Сергей Геннадьевич; 220029
Минск, в/я 114 (BY) [VINOGRADOV Sergey Genadievich, Minsk (BY)].

В отношении двухбуквенных кодов, кодов языков и других сокращений см. «Пояснения к кодам и сокращениям», публикуемые в начале каждого очередного выпуска Бюллетеня РСТ.

(81) Указанные государства (национально): AE, AG, AL, AM, AT, AU, AZ, BA, BB, BG, BR, BY, BZ, CA, CH, CN, CR, CU, CZ, DE, DK, DM, DZ, EE, ES, FI, GB,

(54) Title: METHOD FOR PUBLISHING, RETRIEVING, GATHERING AND EXCHANGING INFORMATION ON GLOBAL AND LOCAL NETWORKS

(54) Название изобретения: СПОСОБ ПУБЛИКАЦИИ, ПОИСКА, СБОРА И ОБМЕНА ИНФОРМАЦИЕЙ В ГЛОБАЛЬНЫХ И ЛОКАЛЬНЫХ СЕТЯХ



(57) Abstract: The inventive method for publishing, retrieving, gathering and exchanging information on global and local networks consists in forming a specific file, filling said file by a person publishing information and placing the file on the cite of said person. File data is modified in accordance with real changes. A user requesting a searching agent for information receives data from the file, but not the reference to a source. Said method makes it possible to accelerate the retrieval and exclude "dead references".

[Продолжение на след. странице]



WO 02/086769 A1



(57) Реферат: Способ публикации, поиска, сбора и обмена информацией в глобальных и локальных сетях включает формирование специфического файла, заполнение его лицом, публикующим информацию, и размещение файла на его сайте. Данные в файле изменяются в соответствии с действительными изменениями. Потребитель, запрашивающий информацию у поискового агента, получает данные из файла, а не ссылку на источник.

Способ позволяет ускорить процедуру поиска и исключить «мертвые» ссылки.

СПОСОБ ПУБЛИКАЦИИ, ПОИСКА, СБОРА И ОБМЕНА ИНФОРМАЦИЕЙ В ГЛОБАЛЬНЫХ И ЛОКАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Область изобретения

Изобретение относится к способам обмена информацией, в частности к публикации, поиску, сбору и представлению информации в глобальных и локальных сетях, а также обработке, анализу и структуризации информации.

Характеристика уровня техники

Основные протоколы, используемые в Интернет, не обеспечены достаточными встроенными функциями поиска, не говоря уже об огромном количестве серверов, находящихся в ней. Из-за быстрого роста информации, доступной в Сети, навигационные методы просмотра быстро достигают предела их функциональных возможностей.

Для того, чтобы структурировать информацию, накопленную в сети Интернет, и обеспечить ее пользователей удобными средствами поиска необходимых им данных, были созданы поисковые системы.

□ Системы поиска информации.

Поисковые системы

Поисковые системы обычно состоят из трех компонент:

- агент (паук или кроулер), который перемещается по Сети и собирает информацию;
- база данных, которая содержит всю информацию, собираемую пауками;
- поисковый механизм, который люди используют как интерфейс для взаимодействия с базой данных.

Средства поиска типа агентов, пауков, кроулеров и роботов используются для сбора информации о документах, находящихся в Сети Интернет. Это специальные программы, которые занимаются поиском страниц в Сети, извлекают гипертекстовые ссылки на этих страницах и автоматически индексируют информацию, которую они находят для построения базы данных.

Каждый поисковый механизм имеет собственный набор правил, определяющих, как собирать документы. Некоторые следуют за каждой ссылкой на каждой найденной странице и затем, в свою очередь, исследуют каждую ссылку на каждой из новых страниц, и так далее. Некоторые игнорируют ссылки, которые ведут к графическим и звуковым файлам, файлам мультимедиа; другие игнорируют ссылки к ресурсам типа баз данных WAIS; другие проинструктированы, что нужно просматривать прежде всего наиболее популярные страницы.

- **Агенты** - самые "интеллектуальные" из поисковых средств. Они могут делать больше, чем просто искать: они могут выполнять даже транзакции от Вашего имени. Уже сейчас они могут искать сайты специфической тематики и возвращать списки сайтов, отсортированных по их посещаемости. Агенты могут обрабатывать содержание документов, находить и индексировать другие виды ресурсов, не только страницы. Они могут также быть запрограммированы для извлечения информации из уже существующих баз данных. Независимо от информации, которую агенты индексируют, они передают ее обратно базе данных поискового механизма.
- **Общий поиск информации в Сети** осуществляют программы, известные как пауки. Пауки сообщают о содержании найденного документа, индексируют его и извлекают итоговую информацию. Также они просматривают заголовки, некоторые ссылки и посылают проиндексированную информацию базе данных поискового механизма.
- **Кроулеры** просматривают заголовки и возвращают только первую ссылку.
- **Роботы** могут быть запрограммированы так, чтобы переходить по различным ссылкам различной глубины вложенности, выполнять индексацию и даже проверять ссылки в документе. Из-за их природы они могут застревать в циклах, поэтому, проходя по ссылкам, им нужны значительные ресурсы Сети. Однако, имеются методы, предназначенные для того, чтобы запретить роботам поиск по сайтам, владельцы которых не желают, чтобы они были проиндексированы.

Различные поисковые системы используют различные алгоритмы ранжирования, однако основные принципы определения релевантности следующие:

- Количество слов запроса в текстовом содержимом документа (т.е. в html-коде).
- Тэги, в которых эти слова располагаются.
- Местоположение искомых слов в документе.
- Удельный вес слов, относительно которых определяется релевантность, в общем количестве слов документа.

Эти принципы применяются всеми поисковыми системами. А представленные ниже используются некоторыми, но достаточно известными (вроде AltaVista, HotBot).

- **Время** - как долго страница находится в базе поискового сервера.
- **Индекс цитируемости** - как много ссылок на данную страницу ведет с других страниц, зарегистрированных в базе поисковика.

База данных выводит ранжированный подобным образом список документов с HTML и возвращает его человеку, сделавшему запрос. Различные поисковые механизмы также выбирают различные способы показа полученного списка - некоторые показывают только ссылки; другие выводят ссылки с первыми несколькими предложениями, содержащимися в документе или заголовком документа вместе с ссылкой.

Когда пользователь выбирает ссылку к одному из документов, который вас интересует, этот документ запрашивается у того сервера, на котором он находится.

Известны системы и методы, собирающие данные на едином или распределенном сервере в виде списков ссылок, упорядоченных или взвешенных по релевантности к запросам.

Известны методы, собирающие и хранящие ссылки на релевантные сайты и информацию о их характеристиках, например посещаемости, степени обновления, содержащие карты сайтов и т.п.

□ Системы сбора и представления информации.

В настоящее время пользователю, желающему найти определенную информацию, поисковые системы представляют ССЫЛКИ на те сайты, где можно найти интересующую пользователя информацию и после этого пользователь тратит колоссальное количество времени на самостоятельный обход сайтов, поиск на этих сайтах нужной ему информации, сбор и ее систематизацию. Другими словами пользователь получает не информацию, а ссылки на нее и собирает ее сам.

□ Системы публикации

К основным системам публикации сегодня относятся Интернет сайты. Сегодня каждый владелец сайта публикует на своем сайте любую информацию, какую он пожелает – как свою так и чужую. Причем размещает информацию в любом месте сайта, в любом формате, под любым названием, в любой очередности и в любой структуре. Одной из главных характеристик публикуемой сегодня информации в Интернет, можно отметить многократное дублирование одной и той же информации на разных сайтах.

Недостатки существующих методов

□ *Недостатки систем публикации.*

Существующие методы публикации информации (на сайте доступном другим пользователям) не позволяют всем потенциальным потребителям этой информации:

- находить быстро владельца публикации, его сайт, его информацию.

Поэтому владельцу сайта приходится рекламировать свой сайт на сотнях других сайтов, что бы другие пользователи нашли его сайт и его информацию.

□ *Недостатки систем поиска и сбора информации.*

Существующие методы поиска являются громоздкими, содержат много «мертвых» ссылок.

Пользователь лишен возможности внести оперативные изменения данных в ссылку и сопутствующую ей информацию, так как его информация храниться на ресурсах поисковых машин и обновляется лишь с периодичностью заданой этой поисковой машиной.

В результате, базы данных, хранящие поисковые запросы и представляющие аналитически обработанную информацию, в том числе и интернет-магазины, не всегда содержат адекватную информацию и часто бывают перегружены бесполезной и устаревшей информацией.

Одними из самых главных недостатков существующих систем поиска и сбора информации являются следующие проблемы:

- поисковые системы предоставляют не информацию нужную пользователю, а ССЫЛКИ на эту информацию и НЕ СОБИРАЮТ для пользователя нужную ему информацию, а пользователь сам ходит по Интернет- сайтам и собирает нужную ему информацию на основании предоставленных ссылок. Другими словами пользователь не может собирать информацию быстро и релевантно запроса с помощью поисковых роботов.
- Обновляемость информации в базе данных поисковой машины зависит от поисковой машины, а не от пользователя, хотя он является владельцем информации, а не поисковая машина.
- Та информация, которая предоставляется пользователю поисковой машины выдается из внутренней базы данных этой поисковой машины, а не с сайтов публикующих информацию. Другими словами концентрация информации в базы данных до момента запроса, создает проблемы свежести информации в отличии от создания баз данных в момент запроса путем сбора информации в момент запроса с ресурсов поставщиков информации.

Изветен также наиболее близкий способ обмена информацией (Патент США 6 038 668), включающий поиск информации поисковым агентом или роботом, систематизацию информации и хранение ссылок и дополнительной информации, включающей индексы классификации и другие атрибуты в каталогах, а также последующий отбор по запросам соответствующих ссылок.

Тем не менее этот способ также не позволяет своевременно отслеживать все изменения информации, а также требует обращения к полному сайту для получения детальной информации и, соответственно имеет перечисленные выше недостатки.

Цель изобретения

Целью настоящего изобретения является усовершенствование процесса обмена информацией, включающего публикацию, поиск, сбор и представление информации в Интернет или Интранет в соответствии с определенными индексами, повышение достоверности поиска, полноты и актуальности в момент поиска, а также повышение оперативности обновления информации. Другой целью изобретения является также повышение степени автоматизации сбора действующей информации в Интернете по запросу пользователя, а не ссылок на эту информацию.

Краткая характеристика сущности изобретенияТермины и определения

- Специфический Файл - вопросник или форма (ее структура) для заполнения /файл/программа, позволяющие систематизировать и представить информацию об объекте в приемлемом для поискового агента виде
- Информация – это сама информация (текстовая, файловая, цифровая), а также ссылки на информацию
- Пользователь- предоставляющий информацию (далее поставщик информации) – это человек и/ или программа наполняющие специфический файл.
- Пользователь-потребитель информации – (далее потребитель информации) это человек и/или программа занимающиеся поиском и/ или сбором информации.
- Информационные индексы - код товара, услуги или любого другого интереса человека.
- Поисковый агент - комплекс программного обеспечения и действий аппаратуры и персонала (которые управляют ими) по реализации функций поиска и предварительного отбора и/или анализа информации. Под комплексом программного обеспечения подразумеваются: программное обеспечение используемое для публикации информации поставщиком информации, программное обеспечение используемое агентом и программное обеспечение используемое потребителем информации.
- Наполнение специфического файла - поставщик информации наполняет своей индивидуальной информацией специфический файл в соответствии с релевантными информационными индексами и правилами специфического файла и агента.
- публикация – поставщик информации размещает свой файл с информацией, например веб сайт, и соответствующий специфический файл на компьютере, доступном для пользователей и/или поисковых агентов.
- Предоставление информации – возможность получить (скачать) файл, через локальные или глобальные сети или возможность забрать его с помощью других носителей информации.
- Ссылки– имеется ввиду пути (адреса) и/или методы доступа к соответствующим файлам через локальные или глобальные сети.

Поставленная цель достигается следующим образом:

В способе обмена информацией, представленной в глобальных и локальных сетях осуществляют следующие действия:

- Публикацию информации путем размещения пользователем, предоставляющим информацию на компьютере, доступном для пользователей и/или поисковых агентов глобальных и/или локальных сетей (Интернет/Интранет). Это означает, что рекламная и другая информация пользователя размещается на сайте в специальном файле «дружественном» для поисковых роботов с точки зрения классификации (индексов), содержания и обработки информации.
- Поиск и/или сбор информации поисковым агентом в Интернет или Интранет в соответствии с запросом пользователя-потребителя информации. В этой ситуации агент от пользователя-потребителя информации получает запрос в виде индекса информации, которая требуется и организует ее скачивание и структуризацию с файлов всех сайтов имеющих данный индекс.
- Установление агентом правил соответствия публикуемого объекта информации по меньшей мере одному определенному информационному индексу в заданной предметной области. Для этих целей агентом может быть разработана специфическая классификация для каждой категории запросов информации, либо может использоваться любая существующая классификация, например такие как, таможенная классификация кодов внешнеэкономической деятельности (ТНВЭД), международная классификация товаров и услуг (МКТУ) и другие.
- Формирование агентом специфического файла, включающего соответствующие информационные индексы и/или поля для соответствующих информационных индексов.

Сегодня все пытаются создать интеллектуальных поисковых роботов, однако интеллект базируется на стандартах. Для того, что бы получить релевантный результат поиска, нужен понятный и точный запрос, т е стандартизированный. Поэтому, если тот кто публикует информацию опубликует ее под конкретным одним или несколькими индексами, которые он может найти на сайтах стандартов индексов существующих и вновь созданных по данному способу и по правилам специфического файла данного способа, тот с наибольшей вероятностью будет распознан и доступен для потребителей.

- Предоставление агентом специфического файла поставщику информации означает, что каждый, кто публикует информацию должен публиковать ее по правилам и стандартам поискового агента, поэтому должен использовать файл единого для всех стандарта публикации.
- хранение агентом в базе данных информационных индексов специфического файла поставщика информации. Это означает, что агент хранит у себя только индексы информации и ссылку на файл, а не саму информацию.
- Предоставление агентом потребителю информации: результата поиска, релевантного запросу. На этом этапе агент организует поиск по Интернету (по уже известным ему адресам) и собирает сам и/или дает команду специализированному программному файлу пользователя поставщика информации отправить, согласно индексу запроса, соответствующую информацию

из специфического файла по указанному адресу. Затем собранную информацию агент структурирует релевантно запросу и предоставляет пользователю.

В отличие от известных способов, пользователь осуществляет обработку своей информации в соответствии с установленными правилами и структурой способа и публикует существенную информацию в дополнительном специфическом файле на доступной всем странице, поисковый агент хранит индекс файла и ссылку на него, а при обработке релевантного запроса обращается не ко всей странице, а только к этому специфическому файлу.

Далее поставщик информации может изменять информацию или отдельные данные в файле по мере необходимости только в своем специфическом файле.

Последующее усовершенствование способа заключается в том, что пользователь-поставщик информации осуществляет наполнение файла путем введения в него информации, отображающей характеристики объекта, соответствующего публикуемой информации в соответствии с правилами, установленными поисковым агентом и присвоенными агентом информационными индексами. Согласно этому пользователь-поставщик информации получив в свое распоряжение специфический файл, наполняет его своей индивидуальной (к примеру) рекламной информацией о тех продуктах и услугах которые он предлагает рынку или тех в которых он нуждается.

Усовершенствованием является также и то, что пользователь-поставщик информации осуществляет изменение специфического файла путем введения в него информации, отображающей характеристики объекта на данный период времени. Так как специфический файл находится на сайте пользователя - поставщика информации (или на сайте с такой услугой) и он сам распоряжается всеми изменениями информации внутри этого файла, пользователь – поставщик в любой момент времени имеет возможность менять информацию о своих предложениях и потребностях без помощи программистов и сторонних организаций.

Дальнейшее усовершенствование состоит в том, что поисковый агент хранит информационные индексы и адреса специфических файлов, соответствующих этим индексам, а при получении релевантного запроса опрашивает соответствующие специфические файлы, обрабатывает полученную информацию и направляет соответствующую информацию потребителю информации и/или по релевантно указанному адресу. В этом случае в базе данных агента хранятся только индексы и адреса сайтов где есть такие индексы для последующего сбора информации в момент запроса, а не заранее. Собрав информацию в виде (к примеру) маленьких таблиц, он легко из маленьких таблиц строит большую сборную таблицу и в таком структурированном виде предоставляет ее заказчику.

В некоторых случаях поисковый агент может формировать специфический файл, включающий команду, инициирующую по запросу агента передачу специфическим файлом по указанному адресу соответствующего файла и/или информации, включенной в этот специфический файл и соответствующей указанному в запросе информационному индексу. Для

того, чтобы большую работу по сбору нужной информации сделать быстро, нужно большой объем работы распределить между многими ресурсами. Поэтому (к примеру) агент может не сам собирать информацию из специфических файлов последовательно, а просто давать каждому специфическому файлу команду о том, что (информацию под каким индексом) и куда отправить и работу по отправке будет делать каждый специфический файл.

Наиболее оптимальным является случай, если потребитель информации при обращении к поисковому агенту делает запрос в соответствии с информационными индексами и получает собранную и структурированную информацию и/или файлы, причем информация и/или файлы собирается из соответствующих информационным индексам специфических файлов. В этом случае пользователь-потребитель информации формирует запрос не словами, а индексами, найдя их в каталоге поисковой машины согласно своего интереса, и через некоторое время получает собранную информацию согласно индекса запроса, а не ссылки на эту информацию.

Еще одним усовершенствованием является то, что доступ к информации, хранящейся в специфическом файле имеет пользователь-поставщик информации и поисковый агент, причем пользователь-поставщик информации может вносить изменения в публикуемую информацию и соответствующие информационные индексы, а поисковый агент может вносить изменения в информационные индексы. В таком случае все поля специфического файла могут иметь ограниченный доступ на внесение изменений и могут быть установлены пароли по согласованию между агентом и поставщиком информации. Индексы в специфическом файле так же (если они по какой-либо причине поменялись в системе иерархий индексов) могут меняться агентом автоматически при предварительной договоренности с поставщиком информации о такой услуге и при установке соответствующих прав доступа.

Предпочтительно, что специфический файл хранящий публикуемую информацию содержит по меньшей мере информационные индексы выбранные из группы состоящей из:

- Индексы интересов человеческой деятельности, например, бизнес, наука, путешествия, спорт, развлечения и т.п.
- Индексы видов деятельности
- индексы товаров и услуг
- индексы характеристик и параметров товаров и услуг
- стоимостные индексы
- индексы данных о доступности и средствах доступа
- индексы данных об изменениях
- индексы адресных данных
- индексы файлов и их форматов

Вообще говоря, специфический файл может хранить неограниченное количество видов информации, причем каждый вид информации может иметь более одного индекса. К примеру такой товар как рыба, может иметь индексы по таким системам классификации как штрих код, код

по таможенной классификации, код по классификации агента, код по международной классификации товаров и так далее.

Таким образом, в специальном итоговом файле - программе может быть собрана заранее структурированная информация, которая хранится на странице клиента и имеет специальный индекс.

Поисковый робот в таком случае при релевантном запросе не обрабатывает всю страницу, а берет только файл, обозначенный определенным индексом. Снятая таким образом информация является новой и соответствует не дате проведения первичного поиска и составления файла, а конкретной дате конкретного запроса.

Кроме того, такие просмотры коротких файлов не будут занимать много времени и ресурсов, но освободят память и ресурсы роботов для более быстрой выборки релевантных данных из таких файлов.

Перечень фигур графических материалов

На фиг. 1 представлены: Схема движения информации по данному способу (публикация информации)

На фиг. 2 представлены: Схема движения информации по данному способу (поиск и сбор информации)

Краткое описание

Фиг.1 Публикация информации – Пользователь поставщик информации наполняет специфический файл индивидуальной информацией и размещает его на сайте или в другом доступном агенту месте и сообщает агенту адрес и индексы соответствующего специфического файла.

Фиг.2 Поиск и сбор информации – Пользователь-потребитель делает запрос агенту на поиск и сбор интересующей его информации. Агент, релевантно запросу опрашивает специфические файлы поставщиков информации (напрямую или через хостеров) с целью получения запрашиваемой информации из специфических файлов. Собранная информация структурируется и предоставляется потребителю релевантно запросу.

Примеры конкретного выполнения (наилучшего осуществления)

Структуру и виды данных рассмотрим на примере:

осуществление поиска Баз Данных (далее БД) предприятий продающих рыбу.

Поиск осуществляет любой пользователь Интернета.

Для полноты картины по структуре и видам данных, рассмотрим процесс от начала до конца.

Каждый шаг будем обозначать как "Действие".

ПРИМЕР

□ Действие 1

Организация по выработке стандартов для данной технологии (могут быть национальные или международные стандарты) приняла решение о том, что стандарт на Интернет "визитную карточку производственного предприятия " для национального уровня работы, должна иметь следующую структуру:

Таблица 1.

Общая информация:							
1	Страна						
2	Код раздела таможенного кода товаров.....						
3	Код группы таможенного кода товаров.....						
4	Код конкретного товара таможенного кода товаров.....						
5	Регион						
6	Область.....						
7	Город.....						
8	Имя предприятия						
9	Адрес офиса.....						
10	Общие тел и факс						
11	www.site						
Подробная контактная информация:							
12	Отдел..... контактное лицо..... тел..... Email.....						
13	Отдел..... контактное лицо..... тел..... Email.....						
14	Отдел..... контактное лицо..... тел..... Email.....						
30	Отдел..... контактное лицо..... тел..... Email.....						

Так же принято решение, что в основе кода вида деятельности будет лежать национальный таможенный код товаров.

Пример таможенных кодов

Таблица 2.

Код	Наименование позиции						Доп.ед.
03							изм.
0301	Живая рыба:						
0301 10	- декоративная рыба:						
0301 10 100	-- пресноводная рыба						-
0301 10 900	-- морская рыба						-
0301 91	- живая рыба прочая;						
0301 91	-- форель (<i>Salmo trutta</i> , <i>Oncorhynchus mykiss</i> , <i>Oncorhynchus</i>						
	<i>clarki</i> , <i>Oncorhynchus aguabonita</i> , <i>Oncorhynchus gilae</i> ,						
	<i>Oncorhynchus apache</i> и <i>Oncorhynchus chrysogaster</i>):						
0301 91 100	-- форель видов <i>Oncorhynchus apache</i> и <i>Oncorhynchus</i>						-
	<i>chrysogaster</i>						
0301 91 900	--- прочая						-
0301 92 000	-- угорь (<i>Anguilla</i> spp.)						-
0301 93 000	-- карп						-

Действие 2

Организация, которая предоставляет услуги поиска в Интернет по данной технологии (далее - главный поисковый робот), использует у себя на сайте интернет страницы с полным таможенным кодом для того, что бы любой человек мог зайти на поисковый сайт и посмотреть код товара, который он ищет или сам продает (производит). Так же использует следующие программы на основании утвержденных стандартов:

1.

Специфический файл "Визитная карточка предприятия"

Таблица 3.

Заполните пожалуйста все пустые поля таблицы							
Общая информация:							
1	Страна						
2	Код раздела таможенного кода товаров						
3	Код группы таможенного кода товаров						
4	Код конкретного товара таможенного кода товаров						
5	Регион						
6	Область						
7	Город						
8	Имя предприятия						
9	Адрес офиса						
10	Общие:	тел		факс		E-mail	
11	http://www.						
Подробная контактная информация:							
12							
13							
14							
Добавить отдел							
30							

2. Специфический файл "Публикация информации о товаре"

Заполните пожалуйста все пустые поля таблицы. Нажмите на кнопку "Файл" и разместите файл со спецификацией на товар на сайте.

Продаю									кнопки
	Код раздела таможенного кода товаров								добавить код раздела
	Код группы таможенного кода товаров								добавить код группы
	Код конкретного товара таможенного кода товаров					файл			добавить код товара
Покупаю									кнопки
	Код раздела таможенного кода товаров								добавить код раздела
	Код группы таможенного кода товаров								добавить код группы
	Код конкретного товара таможенного кода товаров					файл			добавить код товара
Наш сайт									

Таблица 5

Внутренняя структура кнопки				файл	находящейся в специфическом файле "Публикация информации о товаре"				
Заполните пожалуйста все пустые поля таблицы.									
Спецификация на товар									
	товар	качество	Ед. измер.	количество	цена	валюта	сумма	условия поставки	наличие товара на складе
	кнопка								
	добавить строку								

Организация, которая предоставляет услуги поиска в Интернет (главный робот), делает у себя три раздела:

- 1 Таможенные коды товаров
- 2 Специфические файлы для публикации информации
- 3 Поиск информации

□ **Действие 3.**

Любая компания, имеющая свой сайт в Интернете, заходит на сайт поисковой компании в раздел "Специфические файлы для публикации информации". И скачивает специфический файл под именем "Публикация информации о товаре" и специфический файл "Визитная карточка предприятия".

После этого наполняет эти специфические файлы своей индивидуальной информацией.

Код своего товара она может посмотреть на этом же сайте.

Наполнение "интернет визитной карточки".

Таблица 6

Специфический файл "Визитная карточка предприятия"

Заполните пожалуйста все пустые поля таблицы							
Общая информация:							
1	Страна	Россия					
2	Код раздела таможенного кода товаров				03		
3	Код группы таможенного кода товаров				0301		
4	Код конкретного товара таможенного кода товаров				030191		
5	Регион	Центральный					
6	Область	Московская					
7	Город	Калуга					
8	Имя предприятия		Рыба				
9	Адрес офиса		ул. Танковая 6-15				

10	Общие:		тел	134 56 78	факс	123 45 67	E-mail	q@rty.ru
11	www.site	www.rty.ru						
Подробная контактная информация:								
12	Отдел	Сбыта	контактное лицо	Иванов С	тел	132 45 67	E-mail	
13	Отдел	бугалтерия	контактное лицо	Петров К	тел	123 34 78	E-mail	
14	Отдел	рекламы	контактное лицо	Серов А	тел	567 87 90	E-mail	
Добавить отдел								
30	Отдел		контактное лицо		тел		E-mail	

Наполнение файла "Публикация информации о товаре".

Таблица 7

Специфический файл "Публикация информации о товаре"								
Заполните пожалуйста все пустые поля таблицы. В кнопке "Файл" прикрепите файл со спецификацией на товар.								
Продаю								кнопки
	Код раздела таможенного кода товаров				03		добавить код раздела	
	Код группы таможенного кода товаров				0301		добавить код группы	
	Код конкретного товара таможенного кода товаров				030191	Файл (кнопка)	добавить код товара	
Покупаю								кнопки
	Код раздела таможенного кода товаров				03		добавить код раздела	
	Код группы таможенного кода товаров				0301		добавить код группы	
	Код конкретного товара таможенного кода товаров				030191100	Файл (кнопка)	добавить код товара	
Наш сайт	www.rty.ru							

Таблица 8

<p>Подробное рассмотрение наполнения (кнопка)</p>	<p>Файл (кнопка)</p>	<p>находящаяся в специфическом файле "Публикация информации о товаре" (кнопка)</p>
---	--------------------------	--

<p>Заполните пожалуйста все пустые поля таблицы.</p>									
<p>Спецификация на товар "ПРОДАЮ"</p>									
	товар	качество	Ед. измер.	количество	цена	валюта	сумма	условия поставки	наличие товара на складе
	Salmo trutta	ISO -78	тонна	1	350	доллар		DAF	30 тонн
	Oncorhynchus arache	ISO -78	тонна	1	270	доллар		DAF	120 тонн
	кнопка								
	добавить строку								

Спецификация на товар "ПОКУПАЮ" - абсолютно аналогична.

□ Действие 4

После того, как компания "РЫБА" заполнила эти специфические файлы, она их вывешивает к себе на сайт в определенное место.

□ Действие 5

Любой пользователь интернета, который хочет купить РЫБУ, заходит на поисковый сайт в раздел "поиск товара" и начинает формировать требования к поиску:

Таблица 9

<p>Укажите пожалуйста параметры поиска</p>									
		<p>Вы желаете собрать адресную базу данных ПРЕДПРИЯТИЙ определенного типа?</p>							
		<p>Вы желаете собрать ценовую информацию на определенный товар?</p>							
		<p>И т д.</p>							

Если клиент захотел собрать адресную базу данных, он получает дополнительные вопросы:

Таблица 10

Укажите пожалуйста параметры поиска									
	Код раздела таможенного кода товаров					03			
	Код группы таможенного кода товаров					0301			
	Код конкретного товара таможенного кода товаров					030191			
	Страна	Россия							
	Регион								
	Область			(Пользователь указал только РОССИЯ)					
	Город								

После формирования запроса он сразу или через какое то время получает или просматривает прямо на поисковом сайте заказанную информацию в табличном файле, в котором можно все поля менять местами, задавать критерии поиска и отбора лучших вариантов.

Пример

Страна Россия

Таблица 11

код раздела	код группы	код товара	Регион	область	город	фирма	www.site	E-mail	Тел/ факс
03	0301	030191	Центральный	Московская	Одинцово	РЫБА	www.rty.ru	q@rty.ru	34 56 78
03	0301	030191	Центральный	Ростовская обл	Каменск	ФОРТ	www.rty.ru	Gop@rty.ru	13 45 47
03	0301	030191	Центральный	Московская	Калуга	АЛЬВЕ	www.am.ru	ban@am.ru	23 44 17
03	0301	030191	Центральный		Москва	ТУКЛА	www.ty.ru	uyt@ty.ru	139 5678
03	0301	030191	Центральный	Московская	Ярославль	КУРС	www.qwe.com	xc@qwe.com	134 5678
И ТАК ДАЛЕЕ									

Приведенные примеры иллюстрируют, но не ограничивают областей применения данного изобретения.

Преимущества изобретения по сравнению с существующими решениями

На основании вышеизложенного можно предельно следующие преимущества предлагаемого способа.

– Существующие поисковые системы и роботы предоставляют только ССЫЛКИ на сайты, где можно поискать нужную информацию А НЕ САМУ ИНФОРМАЦИЮ. Информацию приходится человеку собирать самостоятельно гуляя по всем предложенным сайтам и интернет страницам. Причем, когда он заходит на предложенные страницы, то не находит там стандартизированной информации находящейся в определенном месте сайта. Это замедляет работу по поиску, копированию информации с сайта к себе в компьютер и анализу собранной информации.

При использовании предлагаемого способа потребитель, который ищет информацию в Интернете получает точную ИНФОРМАЦИЮ (а не ссылки где можно найти нужную информацию) в удобной для работы и сравнения форме – файле. Человеку не надо: ходить по сайтам в поисках информации, искать на сайте место где лежит нужная информация копировать ее себе на компьютер, у себя на компьютере приводить ее в стандартизированный вид для удобства сравнения, выстраивать по признакам географическим, качественным и количественным. Потребитель получает файл, готовый к работе. Таким образом, поиск и самое главное сбор информации переходит на новый качественный уровень.

– Обычно Компании проводят большие рекламные кампании в интернете, что бы о них узнали. Публикуют себя на сотнях сайта. При изменении ситуации в компании по товару (цена и наличие) - очень трудно поменять цены и наличие на сайте. При использовании настоящего изобретения достаточно свою информацию вывесить к себе на сайт, что бы о тебе узнал любой. И нет смысла рекламировать себя на других сайтах. Главной рекламой становится лучшее товарное предложение. Изменение цен, ассортимента, наличия товара на складе становится простой и ежедневной функцией отдела сбыта без привлечения программиста по сайту. Просто корректируется стандартизированный файл и ложится на интернет страничку компании. Т.е публикация требуется только в ОДНОМ месте - на своем сайте. В соответствии с этим ПУБЛИКАЦИЯ информации переходит на новый качественный уровень и не требует увеличения объемов публикуемой информации и ее тиражирования.

– Согласно предлагаемому изобретению повышается также достоверность и оперативность информации, т.к поставщики информации имеют возможность оперативно менять информацию в соответствии с фактическими изменениями вплоть до подключения к специфическим файлам складских баз данных. Кроме того, ускоряется сам поиск данных, появляется возможность одновременного и комплексного представления информации и данных из различных источников.

Список использованной литературы

1. Павел Храмцов "Поиск и навигация в Internet".
<http://www.osp.ru/cw/1996/20/31.htm>
2. How Intranet Search Tools and Spiders Work
http://linux.manas.kg/books/how_intranets_work/ch32.htm
3. Martijn Koster "Robots in the Web: threat or treat?"
<http://info.webcrawler.com/mak/projects/robots/threat-or-treat.html>
4. Обучение Интернет-профессиям. Search engine Expert.
http://searchengine.narod.ru/archiv/se_2_250500.htm
5. Андрей Аликберов "Несколько слов о том, как работают роботы поисковых машин".
http://www.nur.yamal.ru/iso-8859.5/citforum/internet/search/art_1.shtml

Формула изобретения

1. Способ обмена информацией, представленной в глобальных и/или локальных сетях, включающий следующие шаги:

- публикацию информации путем размещения информации поставщиком информации на компьютере, доступном для пользователей и/или поисковых агентов в глобальных и/или локальных сетях;
- поиск и/или сбор информации поисковым агентом в глобальных и/или локальных сетях в соответствии с запросом потребителя информации;
- установление правил соответствия публикуемого объекта информации по меньшей мере одному определенному информационному индексу в заданной области определений;
- формирование специфического файла, включающего соответствующие информационные индексы и/или поля для соответствующих информационных индексов;
- хранение агентом в базе данных информационных индексов файла поставщика информации;
- предоставление агентом потребителю информации результата поиска релевантного запросу;

отличающийся тем, что

поставщик информации осуществляет следующие шаги:

- наполнение специфического файла, предоставленного поисковым агентом, информацией, в соответствии с правилами соответствия информационных индексов, областями определений, характеристиками, параметрами публикуемой информации и в соответствии с предлагаемой агентом структурой специфического файла;
- размещение и хранение специфического файла на компьютере, доступном для потребителей и/или поисковых агентов, которые обращаются к специфическому файлу при обработке релевантного запроса в соответствии с правилами соответствия и информационными индексами.

2. Способ по п. 1, отличающийся тем, что поставщик информации осуществляет наполнение специфического файла путем введения в него информации, отображающей характеристики объекта, соответствующего публикуемой информации в соответствии с правилами, установленными поисковым агентом и информационными индексами.

3. Способ по п. 1, отличающийся тем, что поставщик информации осуществляет обновление информации в специфическом файле в соответствии с текущими изменениями этой информации.

4. Способ по п. 1 отличающийся тем, что он включает следующие шаги:

- поисковый агент размещает на доступном пользователям компьютере правила соответствия публикуемых объектов информации соответствующим информационным индексам в заданной предметной области и правила формирования соответствующего специфического файла, причем
- поставщик информации формирует и/или наполняет специфический файл, а после наполнения информацией отправляет индексы этого файла поисковому агенту.

5. Способ по п. 1, отличающийся тем, что поставщик_информации осуществляет изменение специфического файла путем введения в него информации, отображающей характеристики объекта на текущий период времени.

6. Способ по п. 1 отличающийся тем, что поисковый агент хранит информационные индексы и адреса специфических файлов, соответствующих этим индексам, а при получении релевантного запроса опрашивает соответствующие специфические файлы, обрабатывает полученную информацию и направляет соответствующую информацию пользователю потребителю информации и/или по релевантно указанному адресу.

7. Способ по п. 1 отличающийся тем, что поисковый агент формирует специфический файл, включающий команду, инициирующую по запросу агента передачу по указанному адресу соответствующего специфического файла и/или информации, включенной в этот специфический файл и соответствующей указанному в запросе информационному индексу,.

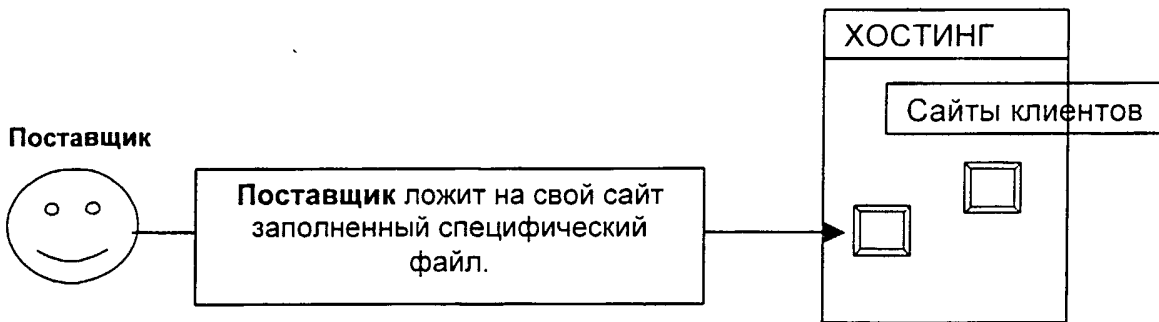
8. Способ по п. 1 отличающийся тем, что потребитель информации при обращении к поисковому агенту формирует запрос в соответствии с информационными индексами и получает собранную и структурированную информацию и/или файлы, причем информация и/или файлы собирается из соответствующих информационным индексам специфических файлов.

9. Способ по п. 1 отличающийся тем, что доступ к пользовательской информации, хранящейся в специфическом файле имеют пользователь-поставщик информации и поисковый агент, причем пользователь поставщик информации может вносить изменения в публикуемую информацию и соответствующие информационные индексы, а поисковый агент может вносить изменения в информационные индексы.

10. Способ по п. 1 отличающийся тем, что специфический файл хранящий публикуемую информацию содержит по меньшей мере информационные индексы выбранные из группы состоящей из:

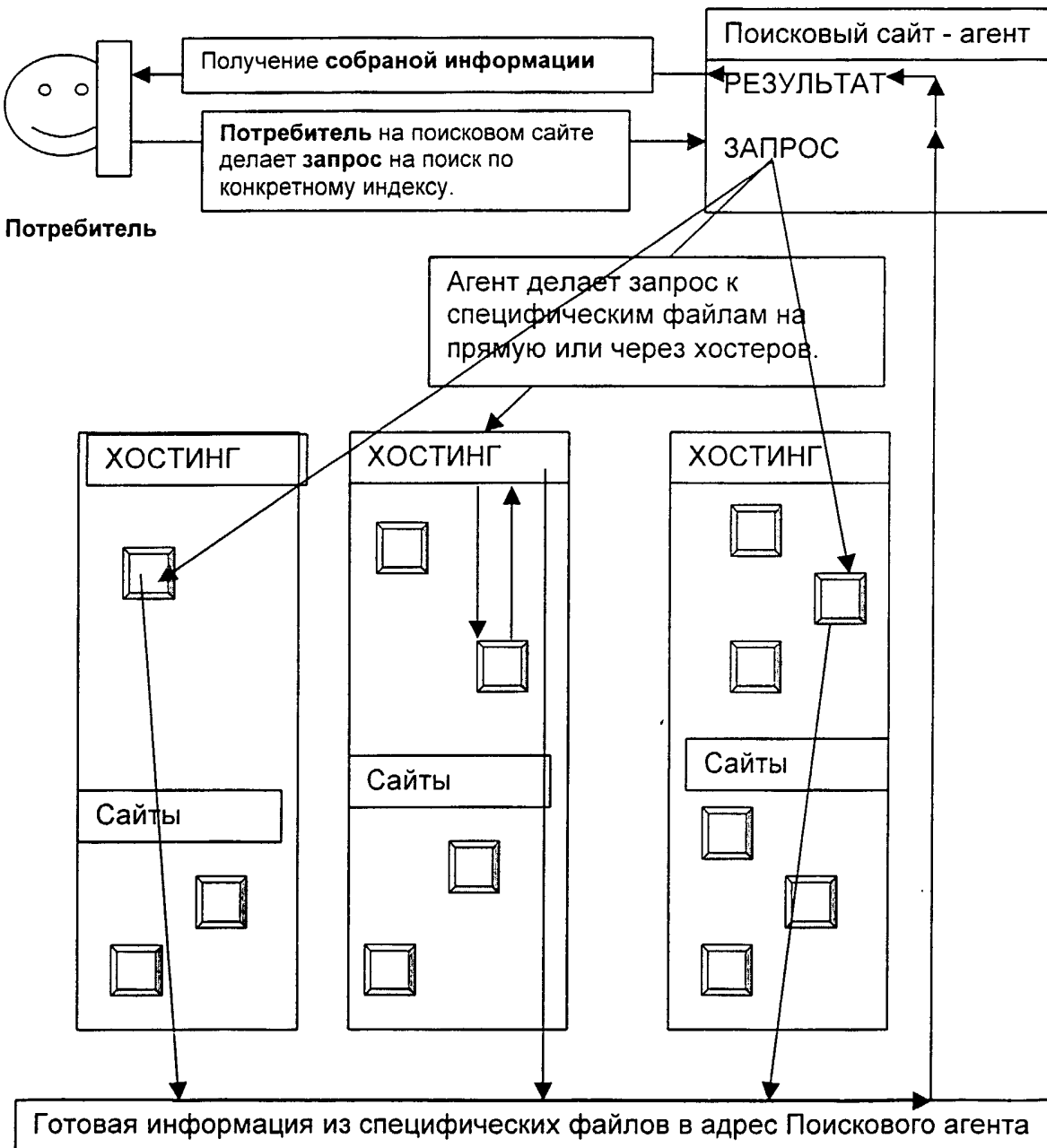
- индексы интересов человеческой деятельности
- индексы видов деятельности
- индексы товаров и услуг
- индексы характеристик и параметров товаров и услуг
- стоимостные индексы
- индексы данных о доступности и средствах доступа
- индексы данных об изменениях
- индексы адресных данных
- индексы файлов и их форматов

Схема движения информации (публикация)



Фиг 1

Схема движения информации (поиск и сбор информации).



Фиг 2

INTERNATIONAL SEARCH REPORT

International application No.

PCT/EA 01/00003

A. CLASSIFICATION OF SUBJECT MATTER
G06F 17/40
 According to International Patent Classification (IPC) or to both national classification and IPC

B. FIELDS SEARCHED
 Minimum documentation searched (classification system followed by classification symbols)
 G06F 17/00, 17/30, 17/60, 17/40, 15/00, 15/16, 15/18

Documentation searched other than minimum documentation to the extent that such documents are included in the fields searched

Electronic data base consulted during the international search (name of data base and, where practicable, search terms used)

C. DOCUMENTS CONSIDERED TO BE RELEVANT

Category*	Citation of document, with indication, where appropriate, of the relevant passages	Relevant to claim No.
X	US 6119101 A (PERSONAL AGENTS, INC.) Sep. 12, 2000, the abstract, fig. 1, 2 4a	1-6, 10
X	RU 2138076 C1 (ZAKRYTOE AKTSIONNERNOE OBSHESTVO "MEDIALINGVA") 20.09.1999	1
A	RU 2096824 C1 (GOSUDARSTVENNI NAUCHNO-TEKHNICHESKII TSENTR GIPERINFORMATSIONNIKH TEKHNOLIGI) 20.11.1997	1-10
A	US 5581664 A (INFERENCE CORPORATION) Dec. 3, 1996	1-10
A	US 5444823 A (COMPAQ COMPUTER CORPORATION) Aug. 22, 1995	1-10

Further documents are listed in the continuation of Box C. See patent family annex.

* Special categories of cited documents:
 "A" document defining the general state of the art which is not considered to be of particular relevance
 "E" earlier document but published on or after the international filing date
 "L" document which may throw doubts on priority claim(s) or which is cited to establish the publication date of another citation or other special reason (as specified)
 "O" document referring to an oral disclosure, use, exhibition or other means
 "P" document published prior to the international filing date but later than the priority date claimed
 "T" later document published after the international filing date or priority date and not in conflict with the application but cited to understand the principle or theory underlying the invention
 "X" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered novel or cannot be considered to involve an inventive step when the document is taken alone
 "Y" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered to involve an inventive step when the document is combined with one or more other such documents, such combination being obvious to a person skilled in the art
 "&" document member of the same patent family

Date of the actual completion of the international search 27 November 2001 (27.11.01)	Date of mailing of the international search report 20 December 2001 (20.12.01)
---	--

Name and mailing address of the ISA/ RU	Authorized officer
Facsimile No.	Telephone No.

ОТЧЕТ О МЕЖДУНАРОДНОМ ПОИСКЕ

Международная заявка №
PCT/EA 01/00003

А. КЛАССИФИКАЦИЯ ПРЕДМЕТА ИЗОБРЕТЕНИЯ: G06F 17/40 Согласно международной патентной классификации (МПК-7)		
В. ОБЛАСТИ ПОИСКА: Проверенный минимум документации (система классификации и индексы) МПК-7: G06F 17/00, 17/30, 17/60, 17/40, 15/00, 15/16, 15/18		
Другая проверенная документация в той мере, в какой она включена в поисковые подборки:		
Электронная база данных, использовавшаяся при поиске (название базы и, если, возможно, поисковые термины):		
С. ДОКУМЕНТЫ, СЧИТАЮЩИЕСЯ РЕЛЕВАНТНЫМИ:		
Категория*	Ссылки на документы с указанием, где это возможно, релевантных частей	Относится к пункту №
X	US 6119101 A (PERSONAL AGENTS, INC.) Sep. 12, 2000, реферат, фиг. 1, 2, 4a	1-6, 10
X	RU 2138076 C1 (ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО "МЕДИАЛИНГВА") 20.09.1999	1
A	RU 2096824 C1 (ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ЦЕНТР ГИПЕРИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ) 20.11.1997	1-10
A	US 5581664 A (INFERENCE CORPORATION) Dec. 3, 1996	1-10
A	US 5444823 A (COMPAQ COMPUTER CORPORATION) Aug. 22, 1995	1-10
<input type="checkbox"/> последующие документы указаны в продолжении графы С. <input type="checkbox"/> данные о патентах-аналогах указаны в приложении		
* Особые категории ссылочных документов:		
A	документ, определяющий общий уровень техники	T более поздний документ, опубликованный после даты приоритета и приведенный для понимания изобретения
E	более ранний документ, но опубликованный на дату международной подачи или после нее	X документ, имеющий наиболее близкое отношение к предмету поиска, порочащий новизну и изобретательский уровень
O	документ, относящийся к устному раскрытию, экспонированию и т.д.	Y документ, порочащий изобретательский уровень в сочетании с одним или несколькими документами той же категории
P	документ, опубликованный до даты международной подачи, но после даты испрашиваемого приоритета и т.д.	& документ, являющийся патентом-аналогом
"P"	документ, опубликованный до даты международной подачи, но после даты испрашиваемого приоритета	"&" документ, являющийся патентом-аналогом
Дата действительного завершения международного поиска: 27 ноября 2001 (27.11.2001)		Дата отправки настоящего отчета о международном поиске: 20 декабря 2001 (20.12.2001)
Наименование и адрес Международного поискового органа: Федеральный институт промышленной собственности Россия, 121858, Москва, Бережковская наб., 30-1 Факс: 243-3337, телетайп: 114818 ПОДАЧА		Уполномоченное лицо: Е. Чагин Телефон № (095)240-25-91