



**ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА  
ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ**

**(12) ОПИСАНИЕ ИЗОБРЕТЕНИЯ К ПАТЕНТУ**

(21)(22) Заявка: 2014134986/08, 01.02.2012

(24) Дата начала отсчета срока действия патента:  
01.02.2012

Приоритет(ы):

(22) Дата подачи заявки: 01.02.2012

(43) Дата публикации заявки: 27.03.2016 Бюл. № 9

(45) Опубликовано: 10.07.2016 Бюл. № 19

(56) Список документов, цитированных в отчете о поиске: US 2009/0093238 A1, 09.04.2009. US 2003/0191683 A1, 09.10.2003. US 2008/0233927 A1, 25.09.2008. US 2006/0041573 A1, 23.02.2006. RU 114802 U1, 10.04.2012.

(85) Дата начала рассмотрения заявки РСТ на национальной фазе: 01.09.2014

(86) Заявка РСТ:  
US 2012/000051 (01.02.2012)

(87) Публикация заявки РСТ:  
WO 2013/115758 (08.08.2013)

Адрес для переписки:

191002, Санкт-Петербург, а/я 5, ООО "Ляпунов и партнеры"

(72) Автор(ы):

**ВЕЛАСКЕС Альфредо (МХ)**

(73) Патентообладатель(и):

**МАПАС ИНТЕЛИДЖЕНТЕС, ЛЛС (US),**

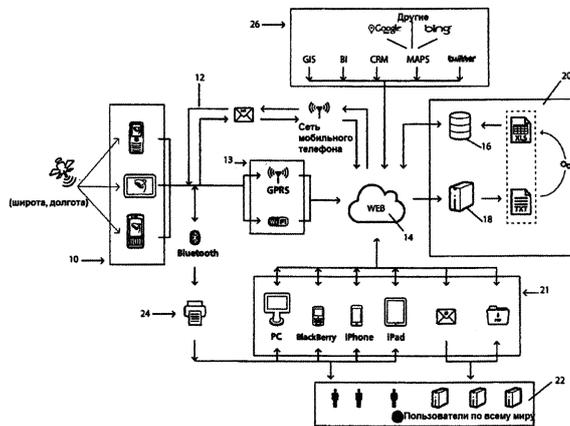
**ВЕЛАСКЕС Альфредо (МХ)**

**(54) СПОСОБ И УСТРОЙСТВО ГЕОКОДИРОВАНИЯ ТОЧЕК ИНТЕРЕСА, ПОСТАВОК ПО СЕРВИСНЫМ МАРШРУТАМ, ПРОВЕДЕНИЯ АУДИТА НА МЕСТАХ И ПРОДАЖ**

(57) Реферат:

Изобретение относится к средствам оптимизации сервисных маршрутных поставок с использованием геопространственной технологии. Техническим результатом является повышение производительности за счет автоматизации проектирования маршрутов поставок с обеспечением контроля выполнения аудита на местах. Устройство содержит передатчики/приемники компьютерных сигналов, базу данных по клиентам для хранения геокодированных сигналов и геокодированной информации, компьютерный сервер,

функционально связанный с базой данных по клиентам для избирательного управления данными и осуществляющий перевод геокодированных сигналов посредством избирательных критериев для создания выходных данных для каждой точки интереса по маркетингу и продажам вместе с информацией об оптимальной маршрутизации, и передающее средство, связанное с компьютерным сервером для передачи информации в передатчики/приемники. Способ описывает работу указанного устройства. 2 н. и 15 з.п. ф-лы, 22 ил.



Фиг. 2



FEDERAL SERVICE  
FOR INTELLECTUAL PROPERTY

(12) **ABSTRACT OF INVENTION**

(21)(22) Application: **2014134986/08, 01.02.2012**  
 (24) Effective date for property rights:  
**01.02.2012**  
 Priority:  
 (22) Date of filing: **01.02.2012**  
 (43) Application published: **27.03.2016** Bull. № 9  
 (45) Date of publication: **10.07.2016** Bull. № 19  
 (85) Commencement of national phase: **01.09.2014**  
 (86) PCT application:  
**US 2012/000051 (01.02.2012)**  
 (87) PCT publication:  
**WO 2013/115758 (08.08.2013)**  
 Mail address:  
**191002, Sankt-Peterburg, a/ja 5, OOO "Ljapunov i  
partnery"**

(72) Inventor(s):  
**VELASKES Alfredo (MX)**  
 (73) Proprietor(s):  
**MAPAS INTELIDZHENTES, LLS (US),  
VELASKES Alfredo (MX)**

(54) **GEOCODING POINTS OF INTEREST, SERVICE ROUTE DELIVERY AND AUDIT FIELD PERFORMANCE AND SALES METHOD AND APPARATUS**

(57) Abstract:

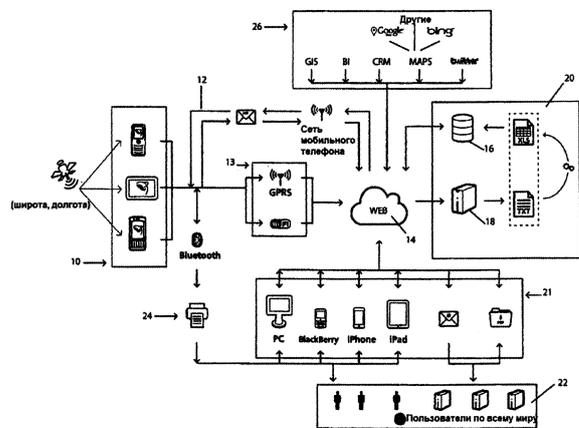
FIELD: data processing.

SUBSTANCE: invention relates to means for optimisation of service route delivery using geospatial technology. Device comprises computer signal transmitters/receivers, a client database for storage of geocoded signals and geocoded information, computer server, functionally connected to client database for selective control of data and performing conversion of geocoded signals by means of selective criteria for creation of output data for each point of interest on marketing and sales together with information about optimum routing, and transmitting means connected with computer server for transmitting information to transmitters/receivers. Method describes operation of said device.

EFFECT: higher efficiency due to automation of

design of delivery routes with provision of monitoring of field audit.

17 cl, 22 dwg



Фиг. 2

RU 2 591 019 C2

RU 2 591 019 C2

## Область техники

[0001] Изобретение относится к способам оптимизации сервисных маршрутных поставок. В частности, изобретение относится к облачному компьютерному способу, позволяющему улучшить способы сегментации и определения рынка и объединить  
5 подобные результаты для оптимизации маршрутных поставок с использованием «Геоматики» (Geomatics), известной также как геопространственная технология или геоматическая техника (область сбора, хранения, обработки и поставки географической информации или информации для пространственной привязки объектов) в ряде  
10 коммерческих процессов, таких как аудит процессов поставки, продаж и оплаты, создающих базис для процедур перевода безналичных средств и электронных платежей, для действий геокодирования, маршрутизации, отслеживания, рекламирования и продвижения, для вопросов надежности и безопасности, и при установке фундаментальных возможностей для сбора наличных денег, выделении кредита и перевода электронных платежей.

## 15 Уровень техники

[0002] Известны различные способы и устройства для геокодирования. Например, в патенте США №8010407, выданном 30 августа 2011 года, Санторо и другими авторами описано поисковое устройство коммерческих предприятий для определения  
20 местоположения локальных коммерческих предприятий для контакта с ними с использованием компьютеризированной технологии в пределах целевой географической области. В патенте США №7920965, выданном 5 апреля 2011 года, Несбитт и другие авторы описывают маршруты, конфигурируемые для прохождения через группу точек интереса с использованием компьютеризированного способа. В патенте США №8005488, опубликованном 23 августа 2011 года, Стаффарони и другими авторами описана  
25 автоматическая система распределения и диспетчеризации обслуживающих транспортных средств и способ улучшения эффективности и функционирования парка такси или обслуживающих транспортных средств, отправляемых в местоположение для приема с использованием автоматического распознавания речи и/или технологии радиолокации. В патенте США №5922040, опубликованном 13 июля 1999 года,  
30 Прабхакаран раскрывает способ и устройство для управления парком транспортных средств с использованием системы устройства географического интерфейса пользователя, связанной с главным диспетчером процессов через центральный процессор. При этом связанные дочерние процессоры сообщены с центральным процессором, соединенным с мобильным информационным центром для выдачи данных  
35 о положении транспортных средств и других подобных данных для отслеживания грузовиков для управления парком транспортных средств.

[0003] Указанные системы геокодирования делают упор на улучшении логистики, услуге определения местоположения коммерческих предприятий, управлении транспортными средствами, проектировании маршрутов, однако ни одна из них не  
40 содержит интегрированного компьютерного способа на основе облачных услуг для централизованного аудита и контроля происходящих на месте продаж, мероприятий по рекламе и продвижению, проектирования маршрутов, сбора платежей с непрерывным обновлением и адаптацией для конкретных потребностей клиента и месторасположения, а также оценкой в реальном времени показателей работы оператора на его маршруте.

45 [0004] Интегрированный компьютеризированный способ и устройство облачных услуг, описанные далее, обеспечивают улучшенную систему смарт аудита на местах (F.A.S.T.) для компаний или частных лиц, поставляющих товары и услуги, и одновременно позволяют записывать местоположение заказчиков, точки

маркетингового интереса, вводить соответствующие маркетинговые данные, получать обновления по продажам и инструкции для оптимизации продаж и логистических поставок, проектировать идеальный объем и содержание портфеля продуктов и создавать возможность бизнес аналитики в реальном времени.

5 Раскрытие изобретения

[0005] В изобретении предложен компьютерный способ, в котором обновляют и корректируют базы данных по точкам интереса маршрута поставок для заказчика с использованием координат, что обеспечивает представителям по продажам возможность выполнять в реальном времени аудиты на местах для проектирования и корректирования распределений объема и комбинации продуктов для различной клиентуры. В изобретении дополнительно улучшается распределительный процесс путем автоматизации проектирования маршрутов, обеспечения наличия навигационных возможностей вместе с обнаружением дополнительных точек интереса (POI) с возможными заказчиками на маршруте, обеспечения персонализированных кампаний для заказчика по рекламе и продвижению, и базиса для процессов управления наличными деньгами или управления безналичными расчетами.

[0006] Предлагаемый способ содержит:

[0007] а. предоставление передатчиков/приемников компьютерных сигналов маршрутным операторам транспортных средств поставки по поставке и продаже, причем упомянутые передатчики/приемники в одном режиме обеспечивают каждому оператору возможность получать и записывать координаты широты и долготы посещаемых заказчиков и других POI вместе с информацией о продажах, информацией о поставке, информацией о клиенте и с другой маркетинговой информацией, касающейся точек интереса по заказчику по маршруту оператора, и в другом режиме принимают и отображают для оператора адаптированную в реальном времени информацию о местоположении, ценовую информацию, информацию о безопасности, надежности и маркетинговую информацию, оптимальные маршруты и другую соответствующую информацию, касающуюся бизнес модели для каждого заказчика при достижении оператором определенной широты и долготы клиентов обслуживаемого заказчика;

[0008] б. предоставление интерфейса компьютерных сигналов для приема и передачи геокодированной информации любого типа от передатчиков/приемников и в передатчики/приемники сигналов и на собственный сервер, сервера клиентов и сторонних организаций и/или в базы данных;

[0009] с. ввод данных в компьютерную программу геокодирования в компьютерном сервере для осуществления компьютерного перевода геокодированных сигналов посредством избирательных маркетинговых критериев для каждой точки интереса, чтобы создать адаптированную для упомянутых точек интереса программу составляющих маркетинга и продаж вместе с информацией об оптимальной распределительной системе и маршрутизации; и

[0010] d. передачу при достижении оператором каждой точки интереса по заказчику указанной адаптированной программы по маркетингу и продажам и информации об оптимальных распределительной системе и маршрутизации в передатчики/приемники компьютерных сигналов мобильных устройств маршрутных операторов по поставке и продаже с осуществлением отдельного отображения.

[0011] Дополнительные признаки компьютерного способа содержат:

[0012] Отображение адаптированной программы по маркетингу и продажам для конечного заказчика;

[0013] Запись маркетинговой информации (например, отклики на действия по

маркетингу и/или продажам);

[0014] Сбор и передача информации о коммерческой операции (продажа, выделение кредита, отсрочка и другие подобные операции), а также получение, преследование в судебном порядке, отображение в сети и отображение информации о бизнес аналитике для всех аудиторий;

[0015] Детерминирование того, как приняты бизнес решения и как данные решения переданы обратно в мобильные компьютеры для повторения всех действий.

[0016] Используемый в данном документе термин F.A.S.T. представляет собой облачную вычислительную услугу, которая обеспечивает участникам возможность интегрировать по одной вертикальной схеме следующие бизнес процессы:

[0017] 1. Геокодируют клиентов - получают координаты любой точки интереса на каждодневной основе, обновляют или "очищают" базу данных для клиентов и одновременно генерируют статистику мнений;

[0018] 2. Взаимодействуют с интеллектуальными средствами - проектированием маршрута, динамической маршрутизацией и возможностями сбалансирования логистики вместе с анализом GIS (Системами Географической Информации) для оптимизаций маркетинга и продаж;

[0019] 3. Проводят аудит вождения и эффективности продаж на местах - платформа действует в реальном времени для записи и отчета не только о местонахождении водителя, но также и эффективности и результативности выполняемых водителем рабочих действий;

[0020] 4. Понимают рынок - получают информацию не только об обслуживаемых клиентах, но также о рыночных и экономических событиях, происходящих в географическом регионе;

[0021] 5. Создают и сообщают отчет путем исключения - данные предоставляются по динамической и "уровневой" или нарезанной схеме, отображающей выбранную полезную информацию из взаимосвязанных гипертекстовых документов, доступных через интернет, в мобильных устройствах различного типа, а также в системе всемирной сети;

[0022] 6. Облегчают процессы принятия бизнес решений, предоставляя и устанавливая соотношения точного местоположения с социальными действиями и бизнес действиями всех типов, совершенными или записанными во время ежедневной работы на маршрутах, и создавая канал связи для воплощения указанных процессов принятия решений с геоподдержкой.

[0023] Данные возможности интерактивного обмена обеспечивают, в результате, снижение затрат, увеличенные продажи, улучшения экологии, надежности и безопасности, а также новые бизнес модели для клиентов.

[0024] Информацию, полученную в процессе геокодирования, используют, в первую очередь, для а) действий по геомаркетингу и продажам, б) оптимизации логистических продаж и поставок и с) для процессов анализа рисков, с помощью которых кредит будет выдан или в нем будет отказано. Геокодированные координаты, используемые для обновления геомаркетинга и продаж, могут воспроизводить при записи достаточного образца для исключения любой возможной ошибки, совершенной человеком или техникой, правильный адрес клиента, используемый либо для построения, либо для корректирования (очистки) базы данных по клиентам. В среднем тридцать или больше процентов информации по клиентам в базе данных по клиентам имеет ошибки или несоответствия, которые могут вызывать ошибки маркетинга и продаж.

[0025] Геокодирующие координаты всех клиентов, мест назначения и местоположения

распределительных центров, а также информацию по продукту, ресурсы и другую подобную информацию, используемую в ежедневной маршрутизации, вводят в базу данных по клиентам и используют для оптимизации логистики с использованием компьютерных алгоритмов для создания новых зон поставок и последовательности маршрута для каждого клиента. Затем указанные обновленные пути следования передают в мобильные приемники операторов по продаже и поставке. Мобильные приемники отображают в реальном времени оптимальные маршруты для обслуживания каждого клиента на маршруте оператора, что обеспечивает операторам возможность совершать в среднем на 5-30% больше посещений клиентов каждый день.

[0026] Приемники операторов непрерывно записывают и хранят местоположение, скорость и другую соответствующую информацию до момента отправки данной информации для обновления платформы бизнес аналитики и базы данных по клиентам. Данную обновленную информацию по клиентам передают в базу данных по клиентам с использованием технологии передачи данных, поддерживаемой любым оператором связи мобильного телефона. Затем обновленную базу данных по клиентам вводят и хранят на центральном сервере Smartmaps FAST ("SF") часто в реальном времени. Типовая посылаемая информация содержит не только местоположение, но также информацию относительно действий, выполняемых оператором на своем ежедневном маршруте, такую как информация о продажах, фотографии, видеозаписи, сообщения, тексты, контракты, опросы, статистика, все экономические операции, информацию о потоках наличных денег, кредитные запросы и другую подобную информацию.

[0027] Затем центральный сервер SF обрабатывает геокодированную информацию посредством компьютерной программы для навигации, маркетинга, продаж и аудита, являющейся облачной компьютерной программой, например посредством программы, разработанной компанией Mapas Inteligentes S.A. de C.V., известной под названием Smartmaps FAST, в соответствии с выбранными параметрами интереса для предоставления дополнительных видов услуг. Затем центральный сервер SF загружает обработанную информацию на специальную веб-страницу для каждого клиента, на которой представлена информация об аудите, продажах, опросах или другая информация либо в виде формата исходных данных, либо в обработанном формате для создания платформы бизнес аналитики, к которой могут обратиться и которую могут просмотреть различные пользователи. Для хранения веб-страницы для избирательного доступа может быть использовано стороннее устройство или предоставляющий компьютерный сервер. При этом на различных уровнях в зависимости от разрешения на допуск может быть осуществлен просмотр информации с данной веб-страницы для отдельного клиента. Например, операторы получают только соответствующую информацию относительно маршрутизации по клиенту и продаж, а менеджеры компании и управляющие высшего ранга имеют доступ к полным маркетинговым тенденциям, маркетинговым стратегиям, показателям рентабельности, расходам, эффективности маршрутизации и другим подобным показателям часто в реальном времени.

[0028] При принятии решений менеджерами компании и управляющими высшего ранга, просматривающими обновленный обработанный формат, данные решения могут быть загружены на мобильные приемники операторов в реальном времени. Изменения цен, продвижения продуктов, кредитные условия, пересмотры контрактов и другие данные, корректируемые новыми бизнес моделями, непрерывно направляются операторам для незамедлительного воплощения по соответствующим маршрутам к клиентам, по которым происходит перемещение операторов. Это обеспечивает возможность предложить каждому клиенту персонализированные ценовые предложения,

кредит, продвижения, изменения в контракте и другие подобные услуги таким образом, что данные персонализированные услуги предлагаются без вмешательства оператора, поскольку используется алгоритм матрицы решений для назначения соответствующих предложений по каждому клиенту с учетом конкретного местоположения данного клиента. Таким образом, обеспечен более эффективный и персонализированный маркетинговый контроль поставки товаров и услуг клиенту, поскольку мобильный приемник оператора отображает только указанные условия, когда оператор находится в назначенном местоположении, обычно у конкретного клиента. Следовательно, устранена проблема надзора и контроля за предложениями на основе маркетинга и другими подобными предложениями, поскольку данные предложения заранее разрешены и только предлагаются конкретному клиенту.

[0029] Предлагаемый способ и устройство смарт аудита на местах представляет собой динамическую интерактивную, управляемую посредством компьютера систему, предоставляющую адаптированные инструкции по геомаркетингу и продажам при одновременной оптимизации логистических поставок товаров и услуг, а также по выделению кредита и управлению потоками наличных денег. Последующие и взаимосвязанные процессы составляют объединение, в котором каждый этап является частью более крупных процессов, интегрированных, в свою очередь, в более крупные части. Объединение данных частей формирует более высокую эффективность, хотя не обязательно использовать все упомянутые части. Таким образом, каждый клиент находится на различных уровнях системы и соответственно пользуется услугами по-своему.

[0030] Таким образом, в настоящем способе геокодирования товаров и услуг по маршрутам поставок и продаж предложена улучшенная система смарт аудита на местах для операторов транспортных средств поставки по поставке и продаже товаров и услуг, предназначенная для записи в одном режиме местоположения точек маркетингового интереса по заказчику, а также соответствующих маркетинговых данных, и приема в другом режиме обновлений и инструкций по продажам, для оптимизации продаж и логистических поставок для товарного маркетинга товаров и услуг, а также для продаж в точках интереса по маршруту, а также данная система получает кредитные или другие финансовые запросы, отправляет данные запросы в удаленный частный или собственный сервер, в котором алгоритм анализа рисков рассчитывает ограничения по указанному запросу с учетом точного местоположения источника запроса, и генерирует ответ, затем получаемый и подтверждаемый.

35 Краткое описание чертежей

[0031] На фиг. 1 изображена блок-схема одного варианта осуществления способа по изобретению.

[0032] На фиг. 2 изображена схематичная компоновка типового варианта осуществления устройства для осуществления способа по изобретению.

40 [0033] На фиг. 3 изображен отклик портативного передатчика/приемника при подходе оператора к точке продажи.

[0034] На фиг. 4, 4a, 4b и 4c изображен дисплей портативного передатчика/приемника внутри геозоны клиента для различных клиентов и действий по продажам данным клиентам.

45 [0035] На фиг. 5 изображен отклик портативного передатчика/приемника при уходе оператора из геозоны клиента.

[0036] На фиг. 6 изображено использование портативным передатчиком/приемником системы GPS для услуг определения местоположения.

[0037] На фиг. 7, 7a и 7b проиллюстрирован пример работы портативного передатчика/приемника внутри геозоны клиента для предоставления кредита заказчику.

[0038] На фиг. 8 изображен отклик портативного передатчика/приемника при уходе оператора из геозоны клиента с отслеживанием нового маршрута до следующей точки  
5 продажи.

[0039] На фиг. 9 также изображен портативный передатчик/приемник при подходе к геозоне клиента для использования в качестве дисплейного обнаружения месторасположения для направления оператора к каждой точке продажи.

[0040] На фиг. 10 и 10a изображены дисплейные отклики по продажам на экранах,  
10 когда передатчик/приемник находится в геозоне клиента.

[0041] На фиг. 11 изображен отклик портативного передатчика/приемника при уходе оператора из геозоны клиента с отслеживанием нового маршрута до следующей точки продажи.

[0042] На фиг. 12a, 12b - 21 проиллюстрирована схема типов отчетов, которые могут  
15 быть сгенерированы сервером для помощи менеджеру или оператору на местах, в том числе способ определения объема и содержания портфеля продуктов, а также принятие решений в реальном времени.

#### Осуществление изобретения

[0043] На фиг. 1 изображена блок-схема одного варианта осуществления способа  
20 по изобретению с изображением типовой последовательности действий. Как изображено на фиг. 1, в предлагаемом способе предусмотрено предоставление маршрутным операторам геокодируемых передатчиков/приемников для генерирования и ввода геокодируемых данных по клиентам. Упомянутые геокодированные данные по клиентам передают через компьютерный интерфейс для компьютерных сигналов, например, по  
25 технологии Bluetooth, WIFI, GPRS, сетям мобильной связи и по другим подобным технологиям в базу данных по клиентам компьютерного сервера. В компьютерном сервере вводят данные в геокодированную компьютерную программу (не изображена) для создания адаптированной программы по маркетингу и продажам с информацией об оптимальной маршрутизации на основании данных, вводимых оператором в базу  
30 данных по клиентам. Затем адаптированную программу по маркетингу и продажам с информацией об оптимальной маршрутизации передают через сетевое облако маршрутным операторам по поставке и продаже.

[0044] На фиг. 2 изображена схематичная компоновка типового варианта осуществления устройства для осуществления способа по изобретению, причем  
35 устройство выполнено в соответствии с типовым вариантом осуществления изобретения. Маршрутным операторам по поставке и продаже предоставляется группа компьютерных передатчиков интерактивных данных и GPS приемников 10 для передачи введенных оператором геокодированных сигналов по данным клиента, связанных с широтой и долготой клиента или распределительными точками интереса, через  
40 интерфейсы 11 Глобальной Системы Позиционирования, изображенные на фиг. 3. Упомянутые передатчики интерактивных данных и GPS приемники 10 используются операторами по поставке и продаже, управляющими транспортными средствами поставки (не изображены), для ввода данных относительно своих клиентов при посещениях и поставке товаров и услуг операторами на своих маршрутах для заказчика.  
45 Как правило, текущее местоположение клиента вводят вместе с информацией по маркетингу и продажам и с временем поставок и периодически передают через компьютерные интерфейсы 13 компьютерных сигналов, например, сети мобильной связи, GPRS, WIFI в сетевое облако 14 в частный сервер 18 и базу 16 данных,

размещенные в защищенном месторасположении 20 (Smartmaps G15).

[0045] При этом защищенный сервер 20 программируют и контролируют посредством компьютерной программы, например программы, разработанной компанией Maras Inteligentes S.A. de C.V. под названием FAST для обработки данных, вводимых в базу  
5 16 данных по зарегистрированным клиентам, в соответствии с выбранными параметрами интереса для предоставления дополнительных видов услуг. Затем защищенный сервер 20 загружает обработанную информацию в специальный облачный сервис 14 для клиентов, причем данная информация может быть получена в обмен людьми или техникой 22 по всему миру через мобильные устройства всех типов, например, через  
10 карманные компьютеры марки "Blackberry", телефоны iPhone, iPad и другие подобные устройства, а также через персональные компьютеры, почтовые или FTP услуги 21, 24. Кроме этого, специальные веб-страницы могут быть расширены набором информационных материалов частных лиц или сторонних организаций или услугами, например, картами Google maps, социальными сетями, например Twitter или Facebook,  
15 Системами Географической Информации, Управлением Связями с Заказчиками, Бизнес Аналитикой и другими подобными услугами 26.

[0046] При этом предусмотрена возможность просмотра информации для отдельного пользователя на различных уровнях в зависимости от разрешения на допуск. Например, операторы получают только соответствующую информацию относительно  
20 маршрутизации и продаж по клиенту, а менеджеры компании и управляющие высшего ранга имеют доступ к полным маркетинговым тенденциям, маркетинговым стратегиям, показателям рентабельности, расходам, эффективности маршрутизации и другим подобным показателям часто в реальном времени.

[0047] Когда маршрутные операторы по продаже и поставке посещают своих  
25 клиентов, они непрерывно записывают правильные местоположения с постоянным обновлением базы данных по клиентам вместе с другой информацией по продажам и продуктам.

[0048] Информацию, полученную в процессе геокодирования, в первую очередь используют так, как описано выше. Адрес, соответствующий каждой паре координат,  
30 может быть поучен из любой геокодированной картографической службы 26, например карт Google Maps или Bing, что изображено на фиг. 2.

[0049] Передатчики/приемники 10 оператора непрерывно записывают и хранят местоположение, скорость и другую соответствующую информацию до момента  
35 отправки данной информации для обновления веб-услуги для клиентов и/или базы данных. Данную обновленную информацию по клиентам передают в базу данных по клиентам, используя технологии передачи данных, поддерживаемой любым оператором связи мобильного телефона.

[0050] На фиг. 3 изображен отклик портативного передатчика/приемника 10 при подходе к геозоне 28 клиента. Сначала портативный передатчик/приемник 10 оператора  
40 загружает по беспроводной связи перечень посещаемых точек продажи, путь следования, причем траекторию следования по данному пути записывают с использованием определения местоположения по GPS. Для направления оператора к каждой точке продажи может быть также использована навигационная система. После пересечения указанным портативным устройством геозоны посылают предупреждающий сигнал  
45 в защищенный сервер, и в мобильном устройстве, в веб-платформе и сервере активируют ряд адаптированных под клиента функций (не изображены).

[0051] На фиг. 4а проиллюстрирован отклик портативного передатчика/приемника 10 внутри геозоны 28 клиента, где происходит переключение посредством экранного

дисплея 10 данного портативного устройства для отображения на дисплее ближайшего перечня с фиг. 4а из перечней точек продажи в пределах досягаемости. Данный дисплей обычно содержит индикаторы расстояния, как изображено на данной фигуре. Когда портативный передатчик/приемник 10 находится на расстоянии менее "X" метров (сконфигурировано клиентом) от соответствующей точки продажи, то происходит автоматическое разрешение данным портативным устройством назначенного действия, например продажи, для указанного конкретного клиента, и, при необходимости, оперативное обращение к серверу 20 для разрешения на представление конкретной информации, например адаптированного продвижения или рекламы на своем дисплее. При воспроизведении адаптированной рекламы для заказчика, как показано на фиг. 4b, портативный передатчик/приемник 10 записывает точное время и местоположение и загружает указанные данные вместе с результатом операции по продаже в сервер 20. Рекламное окно на дисплее 22, изображенное на фиг. 4b, иллюстрирует специальную рекламу, адаптируемую и показываемую только конкретному клиенту - А.

[0052] После отображения продвижения или рекламы на дисплейном экране 22 портативного передатчика/приемника 10 происходит переключение (с фиг. 4с) на экран продаж, что позволяет зарегистрировать продажу, как изображено на фиг. 4с, на которой изображено типовое окно продаж для точки продажи А.

[0053] На фиг. 5 изображен отклик портативного передатчика/приемника 10 при уходе оператора из геозоны 28 клиента. При этом портативный передатчик/приемник 10 отслеживает новый маршрут к следующей точке продажи В. При входе портативного передатчика/приемника 10 в новую геозону 29 клиента происходит автоматическое повторение данным портативным устройством отображенной последовательности для нового клиента.

[0054] На фиг. 6 изображено использование портативным передатчиком/приемником 10 системы GPS для услуг определения месторасположения. Сначала портативный передатчик/приемник 10 загружает по беспроводной связи перечень посещаемых точек продажи. Затем происходит использование передатчиком/приемником 10 своей GPS системы обнаружения местоположения и навигации для направления оператора к каждой точке продажи.

[0055] На фиг. 7 проиллюстрирован пример работы портативного передатчика/приемника 10 внутри геозоны клиента для предоставления кредита заказчику. Дисплей 22 переключается на дисплей отображения списка клиентов с отображением расстояния данных клиентов от каждого оператора посредством цветочкодированного индикатора 30 расстояния, представляющего различные расстояния до каждого клиента. При этом оператор может выбирать только тех клиентов, которые находятся на расстоянии "X" метров от текущего положения. Как изображено на фиг. 7а, выбор оператором из перечня и ввод оператором действий по продажам клиентам на дисплее 22 происходит после осуществления оператором действий по продвижению и продажам. В данной точке оператор может выбрать кнопку Кредит ("Credit") с фиг. 7а для автоматического оперативного обращения портативным передатчиком/приемником 10 к серверу 20 для разрешения на отображение адаптированного окна 22 (с фиг. 7b) по кредитному предложению (кредитному запросу). Затем происходит запись портативным передатчиком/приемником 10 точного времени и местоположения кредитного предложения с отправкой данного предложения в защищенный сервер 20 вместе с данным временем и местоположением.

[0056] Как изображено на фиг. 7b, если происходит запрос по кредиту, то активируют дисплейный экран 22 отправки данных по продаже в сервер 20, который запускает

алгоритмы, в том числе анализа оценки рисков, с учетом последних экономических, географических и социально-демографических данных для определения одобрения по клиенту и суммы разрешенного кредита или, в противном случае, отказа по кредиту. Затем результат анализа оценки рисков посылают через сервер 32 стороннего устройства 5 сторонней организации-кредитору, например банковской или финансовой организации, принимающего решение о разрешении кредитного запроса и отвечающего выдачей уникального идентификационного номера. После этого происходит подтверждение сервером 20 получения информации из банка и передача решения банка в передатчик/приемник 10 оператора.

10 [0057] Затем на экране 22 происходит отображение результата запроса посредством подсказки и при положительном решении происходит запрос заказчика на ввод уникального кода, ранее присвоенного заказчику (кода, дающего право доступа). После получения данного кода происходит отправка сервером 20 подтверждений всем заинтересованным сторонам.

15 [0058] На фиг. 8 изображен отклик портативного передатчика/приемника 10 при уходе оператора из геозоны 28 клиента с отслеживанием нового маршрута до следующей точки продажи В. При входе портативного передатчика/приемника 10 в новую геозону 29 клиента происходит автоматическое повторение данным портативным устройством 20 отображенной кредитной последовательности для нового клиента.

20 [0059] На фиг. 9 также изображен портативный передатчик/приемник 10 при подходе к геозоне 28 клиента для использования в качестве дисплейного обнаружения месторасположения для направления оператора к каждой точке продажи.

[0060] На фиг. 10 изображен дисплейный отклик по продажам на экран 22, когда передатчик/приемник 10 находится в геозоне клиента. На дисплее отображают перечень 25 точек продажи в пределах досягаемости вместе с расстоянием или близость каждой точки продажи. Как правило, на экране 22 отображают только клиентов в пределах определенного расстояния по цвету таким образом, что оператор может выбирать ближайшую точку интереса из указанного перечня. После выбора оператором клиента, как изображено на фиг. 10а, происходит появление второго экрана 22 для обеспечения 30 возможности получения оператором данных относительно продаж по клиенту. Данную информацию подтверждают на третьем экране 22 и передают в сервер 20.

[0061] На фиг. 11 изображен отклик портативного передатчика/приемника 10 при уходе оператора из геозоны 28 клиента с отслеживанием нового маршрута до следующей 35 точки продажи В. При входе портативного передатчика/приемника 10 в новую геозону 28 клиента В происходит автоматическое повторение данным портативным устройством отображенной последовательности продажи для нового клиента.

[0062] На фиг. 12а, 12б - 21 проиллюстрирован способ анализа, понимания и 40 разработки стратегии маркетинговых составляющих, причем выполнение упомянутого способа объединяет указанную стратегию с предыдущими процессами по аудиту на местах, представленными выше, для отображения на различных экранах 22. На фиг. 12а, 12б изображены ранее определенные зоны распределения, спроектированные с 45 учетом ряда логистических ограничений, например, количества посещаемых клиентов, расстояния или времени от распределительного центра, назначенного объема продуктов или рентабельности и других подобных ограничений, причем затем на первом этапе предлагаемого способа в указанные зоны вводят базовую социально-демографическую, экономическую и географическую общедоступную информацию. После этого для 45 каждой созданной зоны проводят геомаркетинговое исследование для расчета спроса на определенное содержание портфеля продуктов внутри каждой зоны, как изображено

на фиг. 13а, 13b. Данный расчет выполняют путем построения матрицы, в которой в файлах список продуктов со своим назначенным определением рынка сопоставляют с социально-демографической, экономической и географической информацией, определенной для каждой зоны и представленной в столбцах, для создания, таким образом, ожидаемого спроса для каждого продукта в каждой зоне. На фиг. 14а, 14b представлены определенные ориентиры, например, помимо прочих объектов, школы, церкви, больницы, парки, спортивные центры или торговые улицы, записанные оператором в качестве точек интереса на предыдущих этапах при помощи мобильных устройств и рассматриваемые как часть предлагаемого способа, поскольку данные ориентиры способны влиять на спрос продуктов в любой заданной зоне. Затем завершённую матрицу по объемам и содержанию портфеля продуктов улучшают с учетом наличия указанных точек интереса, так как данные точки учитываются как увеличивающие или уменьшающие спрос на продукты в каждой зоне, как изображено на фиг. 15. Затем, как изображено на фиг. 16, посредством сервера генерируют составную карту с изображением предполагаемых объема и содержания портфеля для каждого продукта для каждой зоны и распечатывают и/или направляют для отображения на экранах 22 для показа представителем по продажам владельцу магазина или заказчику. Предлагаемые объем и содержание портфеля продуктов будут использоваться операторами для своих целей продаж, достигаемых за определенный период времени, исходя из данных объема и содержания остальные организации клиентов выстраивают свои собственные продажи, маркетинг и любые другие управленческие схемы управления и распознавания, называемые Геоуправлением. На фиг. 17 изображено, как возможные различия между комбинацией проектируемых и ожидаемых продаж и объемов и реальными результатами, достигаемыми оператором на выезде, сначала передают, а затем сравнивают для создания в реальном времени цветовой кодовой карты, отображающей результаты операций. Данная информация относительно потребления, товарно-материальных запасов, компетенции, мнений владельцев и других данных собираются на каждодневной основе представителем по продажам в реальном времени и затем передаются в сервер 20 для включения в схемы аудита и управления в реальном времени. На фиг. 18 приведена схема получения информации по маркетингу, продажам и функционированию в центральном посту или командном центре или в центре обработки звонков, в котором руководители, менеджеры и управляющие работники получают, анализируют и принимают решения. Затем подобные решения отсылают обратно на места в реальном времени через интернет-подключения, подключения GPRS, GSM, используемые на мобильных устройствах. На фиг. 19 приведен вариант включения предыдущей исследовательской информации, информации от сторонних организаций и хронологически собранных данных в процессы на серверах 20 и направления указанной включенной информации и данных операторам на местах. На фиг. 20 приведен вариант приема сервером 20 информации от источников сторонних организаций, которая увеличивает эффективность всего процесса, причем примерами подобной информации могут быть данные по транспортным потокам, информация по надежности и безопасности, данные по продажам, приходящие из различных источников, и другие подобные данные. Затем подобная информация анализируется экспертом и принимается или не принимается для включения в интернет, и/или направления на мобильные устройства для незамедлительного использования на местах. На фиг. 21 приведен вариант отображения сервером всей аналитической информации в реальном времени, сравнительных показателей, графиков и предложения данным сервером решений либо непосредственно через интернет-службы, либо в авторизованных мобильных

портативных передатчиках/приемниках 10.

[0063] Изобретение может быть осуществлено в других конкретных формах в рамках конструкций, способов или других существенных характеристик изобретения в соответствии с приведенным в данном документе подробным описанием и  
 5  
 10  
 15  
 20  
 25  
 30  
 35  
 40  
 45  
 50  
 55  
 60  
 65  
 70  
 75  
 80  
 85  
 90  
 95  
 100  
 105  
 110  
 115  
 120  
 125  
 130  
 135  
 140  
 145  
 150  
 155  
 160  
 165  
 170  
 175  
 180  
 185  
 190  
 195  
 200  
 205  
 210  
 215  
 220  
 225  
 230  
 235  
 240  
 245  
 250  
 255  
 260  
 265  
 270  
 275  
 280  
 285  
 290  
 295  
 300  
 305  
 310  
 315  
 320  
 325  
 330  
 335  
 340  
 345  
 350  
 355  
 360  
 365  
 370  
 375  
 380  
 385  
 390  
 395  
 400  
 405  
 410  
 415  
 420  
 425  
 430  
 435  
 440  
 445  
 450  
 455  
 460  
 465  
 470  
 475  
 480  
 485  
 490  
 495  
 500  
 505  
 510  
 515  
 520  
 525  
 530  
 535  
 540  
 545  
 550  
 555  
 560  
 565  
 570  
 575  
 580  
 585  
 590  
 595  
 600  
 605  
 610  
 615  
 620  
 625  
 630  
 635  
 640  
 645  
 650  
 655  
 660  
 665  
 670  
 675  
 680  
 685  
 690  
 695  
 700  
 705  
 710  
 715  
 720  
 725  
 730  
 735  
 740  
 745  
 750  
 755  
 760  
 765  
 770  
 775  
 780  
 785  
 790  
 795  
 800  
 805  
 810  
 815  
 820  
 825  
 830  
 835  
 840  
 845  
 850  
 855  
 860  
 865  
 870  
 875  
 880  
 885  
 890  
 895  
 900  
 905  
 910  
 915  
 920  
 925  
 930  
 935  
 940  
 945  
 950  
 955  
 960  
 965  
 970  
 975  
 980  
 985  
 990  
 995

### Формула изобретения

1. Компьютеризованный геокодированный способ маршрутных сервисных продаж и поставок, оптимизирующий геомаркетинг, финансы, продажи и улучшенную логистику поставщика, содержащий:

предоставление передатчиков/приемников компьютерных сигналов маршрутным операторам транспортных средств поставки по поставке и продаже, причем упомянутые передатчики/приемники в одном режиме обеспечивают каждому оператору возможность получать и записывать сигналы широты и долготы, соответствующие точке интереса и/или точному местоположению заказчика, и устанавливать связь данного конкретного местоположения с информацией о продажах, поставке, клиенте, конкурентах, надежности, безопасности, с финансовой и с другой маркетинговой информацией, касающейся заказчика и маркетинговых и дистрибьюторских точек интереса по маршруту оператора, и в другом режиме принимают и отображают для каждого соответствующего оператора ценовую и маркетинговую информацию, оптимальные маршруты и другую соответствующую информацию, касающуюся каждой точки интереса при достижении оператором определенной широты и долготы точки интереса, что позволяет оператору выполнить или не выполнить определенное действие;

предоставление интерфейса компьютерных сигналов для приема и передачи геокодированных сигналов от передатчиков/приемников и в передатчики/приемники сигналов и в базу данных компьютерного сервера;

ввод данных в компьютерную программу для навигации, маркетинга, продаж и аудита в стороннем устройстве или предоставляющем компьютерном сервере для осуществления компьютерного перевода принятой геокодированной информации посредством избирательных критериев для каждой точки интереса, чтобы создать на стороннем устройстве или предоставляющем компьютерном сервере, устройстве и/или веб-сайте адаптированную для каждой точки интереса программу по логистике, маркетингу, финансам и/или продажам и информацию об оптимальной маршрутизации;

передачу при достижении оператором точки интереса указанной адаптированной программы по логистике, маркетингу, финансам и/или продажам и информации об оптимальной маршрутизации в каждый передатчик/приемник компьютерных сигналов маршрутных операторов по поставке и продаже с осуществлением отображения или без него; и

использование геокодированной информации для проектирования в отношении конкретной характеристики географического или геолокационного рынка правильного объема и содержания портфеля продуктов и/или услуг, которые следует предложить в любом заданном конкретном местоположении.

2. Способ по п. 1, отличающийся тем, что указанные передатчики/приемники содержат

системы позиционирования в навигационном программном обеспечении и дисплейные экраны для проведения операторов по правильному маршруту для достижения каждой точки интереса.

5 3. Способ по п. 2, отличающийся тем, что компьютерную программу для навигации, маркетинга, продаж и аудита передают по сети мобильной связи в передатчики/  
приемники, которые, в свою очередь, записывают и загружают местоположение, а также выполненные действия по вождению, продвижению, продажам и экономическим операциям, на специальную веб-страницу, имеющую карты, а также возможность анализа, запроса и изображения отображаемой информации отдельно или во  
10 взаимосвязи.

4. Способ по п. 3, отличающийся тем, что адаптированную программу по логистике, маркетингу, финансам и/или продажам и информацию об оптимальной маршрутизации распределяют по различным уровням информации для избирательного доступа  
15 различными пользователями в соответствии с различными уровнями разрешения на доступ.

5. Способ по п. 4, включающий в себя использование электронных устройств с дисплеями, имеющих доступ к стороннему устройству или предоставляющему компьютерному серверу, устройству и/или веб-сайту, для отображения авторизованных  
20 уровней адаптированной программы по маркетингу и продажам и информации об оптимальной маршрутизации.

6. Способ по п. 1, содержащий передачу адаптированной программы по маркетингу, финансам и продажам и информации об оптимальной маршрутизации каждому заказчику посредством сигнала WiFi, GPRS или GSM в передатчики/приемники  
25 компьютерных сигналов, а также отображение данной программы и информации на адаптированной веб-странице вместе с графиками и отчетами различных видов и отправку данных графиков и отчетов обратно в передатчики/приемники компьютерных сигналов или в компьютеры.

7. Способ по п. 1, содержащий сбор данных о действиях операторов по поставке, маркетингу, финансам и продажам для аудита ежедневной работы операторов.

30 8. Способ по п. 1, отличающийся тем, что содержание портфеля продуктов и/или услуг передают и принимают в реальном времени вместе с ответом заказчика на указанное предложение.

9. Способ по п. 1, включающий в себя:

35 обеспечение возможности для оператора в точке интереса предложить кредитные условия путем запроса сервера об адаптированном кредитном предложении;

отправку данных о продажах на сервер, запускающий алгоритмы, содержащие анализ оценки рисков с учетом последних экономических, географических и социально-демографических данных для определения одобрения по клиенту и суммы разрешенного  
40 кредита или в противном случае отказа по кредиту;

отправку результата анализа оценки рисков сторонней организации-кредитору через сервер стороннего устройства, принимающий решение о разрешении кредитного запроса и отправляющий ответ в передатчик/приемник оператора, если кредит разрешен; и  
передачу денежных средств от сторонней организации-кредитора поставщику для  
45 продаж заказчику на условиях кредита.

10. Способ по п. 9, содержащий получение и запись точного местоположения кредитных запросов и предложений.

11. Способ по п. 1, содержащий назначение безопасного местоположения для оператора для размещения собранных наличных денег от продаж заказчику в

уполномоченном депозитарии.

12. Устройство для компьютеризованного геокодированного способа маршрутных сервисных продаж и поставок, оптимизирующего геомаркетинг, финансы, продажи и улучшенную логистику поставщика, содержащее:

5 а. передатчики/приемники компьютерных сигналов, предоставленные маршрутным операторам транспортных средств поставки по поставке и продаже; причем упомянутые передатчики/приемники в одном режиме обеспечивают каждому оператору возможность  
10 получать и записывать сигналы широты и долготы, соответствующие точке интереса и/или точному местоположению заказчика, и получать адаптированную локализованную вводную информацию о продажах, поставке, клиенте, конкурентах, надежности, безопасности, финансах и другую маркетинговую информацию, касающуюся заказчика и маркетинговых и дистрибьюторских точек интереса по маршруту оператора, и в  
15 другом режиме получают и отображают для каждого соответствующего оператора ценовую и маркетинговую информацию, оптимальные маршруты и другую соответствующую информацию о каждой точке интереса только при достижении оператором определенной широты и долготы точки интереса;

б. интерфейс компьютерных сигналов для приема и передачи геокодированных сигналов от передатчиков/приемников и в передатчики/приемники;

10 в. базу данных по клиентам для хранения геокодированных сигналов и геокодированной соответствующей информации;

д. компьютерный сервер, функционально связанный с базой данных по клиентам для избирательного управления данными, вводимыми в указанную базу данных по клиентам;

15 е. геокодированную компьютерную программу, введенную в компьютерный сервер для осуществления компьютерного перевода геокодированных сигналов посредством избирательных маркетинговых критериев для каждой точки интереса, чтобы создать выходные данные адаптированной для точек интереса программы по маркетингу и продажам вместе с информацией об оптимальной маршрутизации;

30 ф. передающее средство, связанное с компьютерным сервером для передачи выходных данных адаптированной программы по маркетингу и продажам и информации об оптимальной маршрутизации в передатчики/приемники компьютерных сигналов маршрутных операторов по поставке и продаже с осуществлением отображения при достижении оператором каждой точки интереса.

35 13. Устройство по п. 12, отличающееся тем, что передатчики/приемники содержат системы позиционирования в навигационном программном обеспечении и дисплейные экраны для проведения операторов по правильному маршруту для достижения каждой точки интереса и для помощи операторам в интерпретации информации о маршрутизации.

40 14. Устройство по п. 13, отличающееся тем, что функции навигации, маркетинга, продаж и аудита передают по сети мобильной связи в передатчики/приемники, которые, в свою очередь, записывают и загружают местоположение, а также выполненные действия по вождению, продвижению, продажам и экономическим операциям, на специальную веб-страницу, имеющую карты, а также возможность анализа, запроса и изображения отображаемой информации отдельно или во взаимосвязи.

45 15. Устройство по п. 12, содержащее электронные передатчики для передачи адаптированной программы по маркетингу и продажам и информации об оптимальной маршрутизации на веб-сайт каждого заказчика.

16. Устройство по п. 15, отличающееся тем, что адаптированную программу по

маркетингу, финансам и продажам и информацию об оптимальной маршрутизации распределяют по различным уровням информации для избирательного доступа различными пользователями в соответствии с различными уровнями разрешения на доступ.

- 5 17. Устройство по любому из пп. 12-16, содержащее электронные устройства с дисплеями, имеющие доступ к веб-сайту заказчика на компьютерном сервере для каждой точки интереса для отображения авторизованных уровней адаптированной программы по маркетингу и продажам и информации об оптимальной маршрутизации.

10

15

20

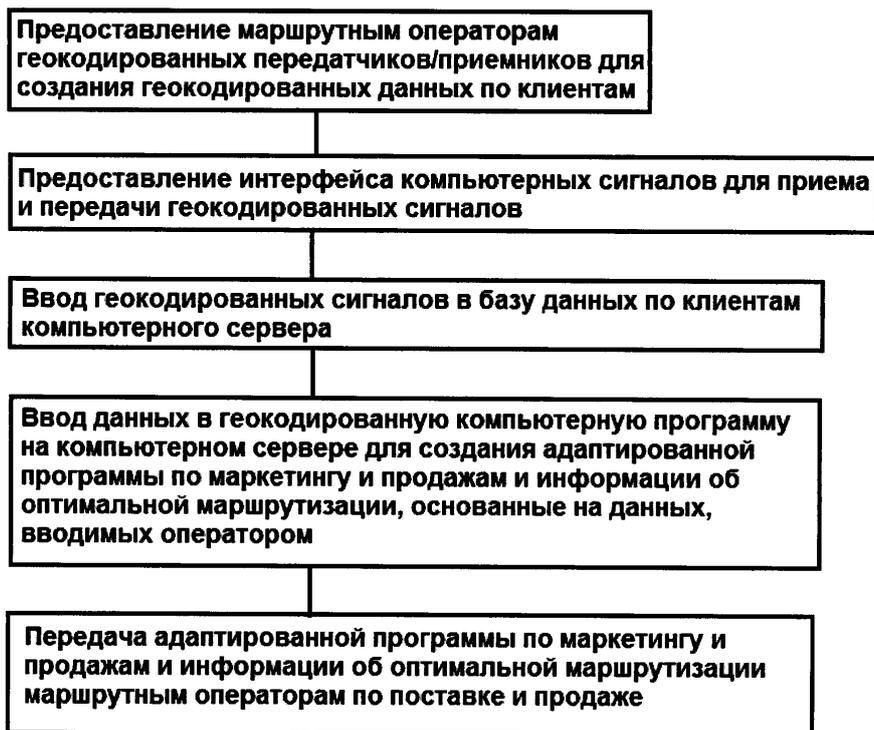
25

30

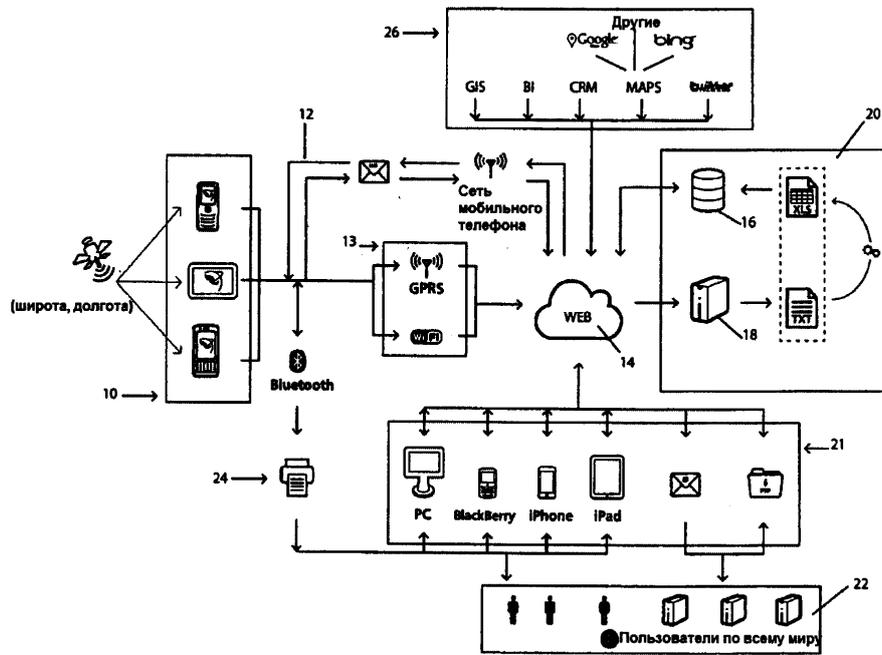
35

40

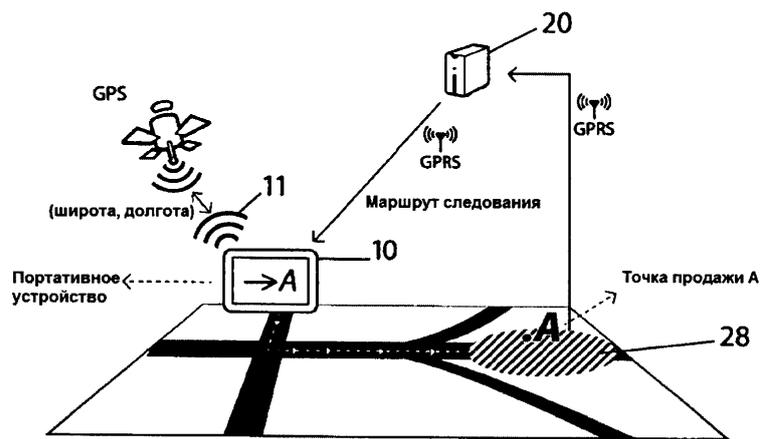
45



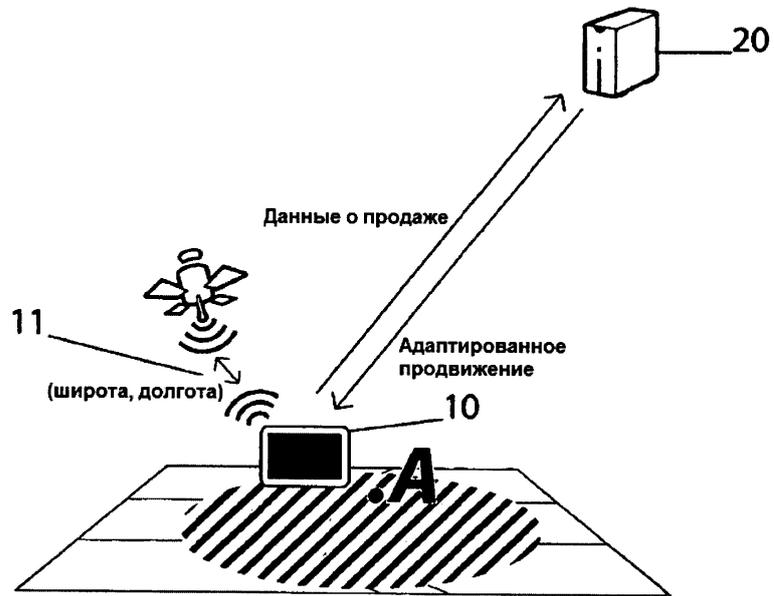
Фиг. 1



Фиг. 2



Фиг. 3



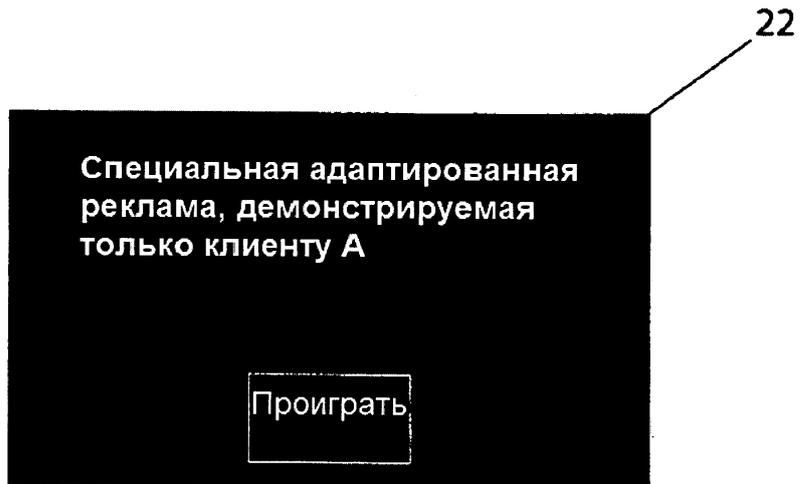
Фиг. 4

Маршрут 203 | Genaro Garcia      Реестр клиентов      FAST Client 2.2

Ближайший клиент **Abarrotes Don Juan**

Маршрут следования				Вид деятельности	
Статус	Код	Имя	Расстояние		
v	8758	Miscelánea Paqulta	⊙	}	Продажа
nv	747629	Abarrotes Don Juan	●		Потенциальные клиенты
v	9862	La tiendita	●		Неодобренные клиенты
v	873249	Abarrotes la más guapa	⊙		Не продажа
v	74619	Miscelánea María Guadalupe	○		Заккрыть
nv	9862	Abarrotes San Jacinto	○		
nv	873249	Miscelánea El Felipeón	○		
nv	74619	Abarrotes El chore	○		

Фиг. 4а



Фиг. 4b

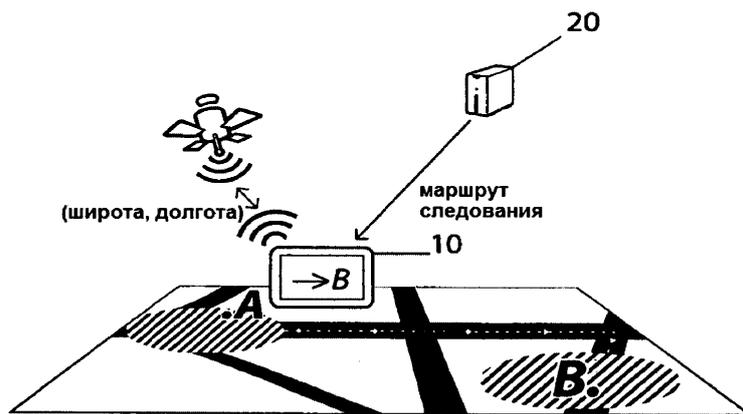
33400

7/22

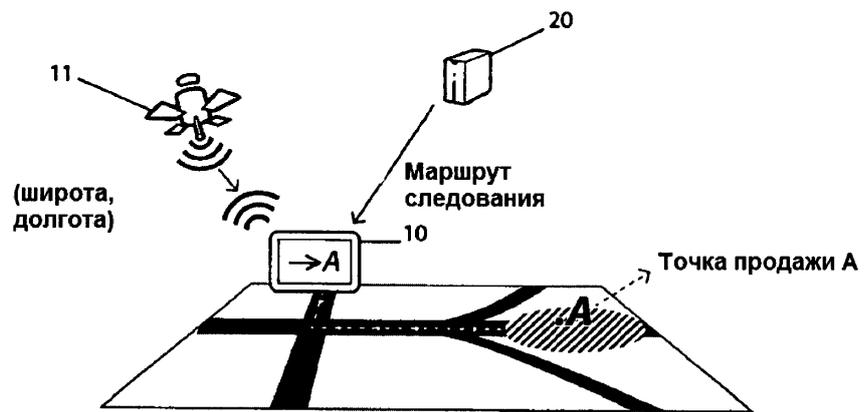
22

Маршрут 203   Senaro Garcia		Выбор продукта		FAST Client 2.2	
Наименование	Продукт 1	Код	1023	Количество	32
Продукт	1	2	3	Ввод ↵	
Количество	4	5	6	Принять ✓	
	7	8	9	Отменить ✕	
	.	0	Удалить ←		

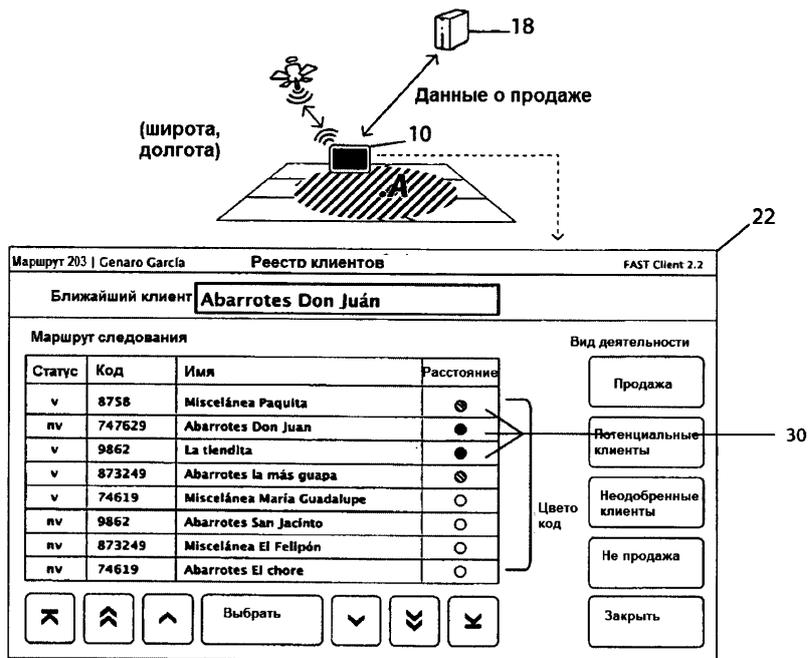
Фиг. 4с



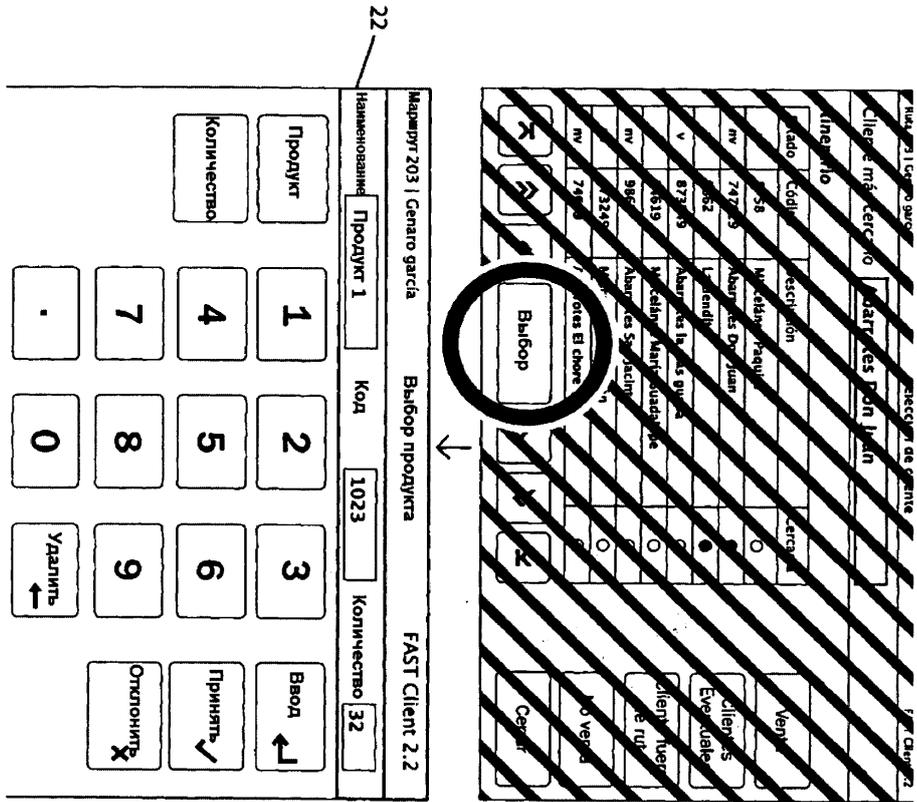
Фиг. 5



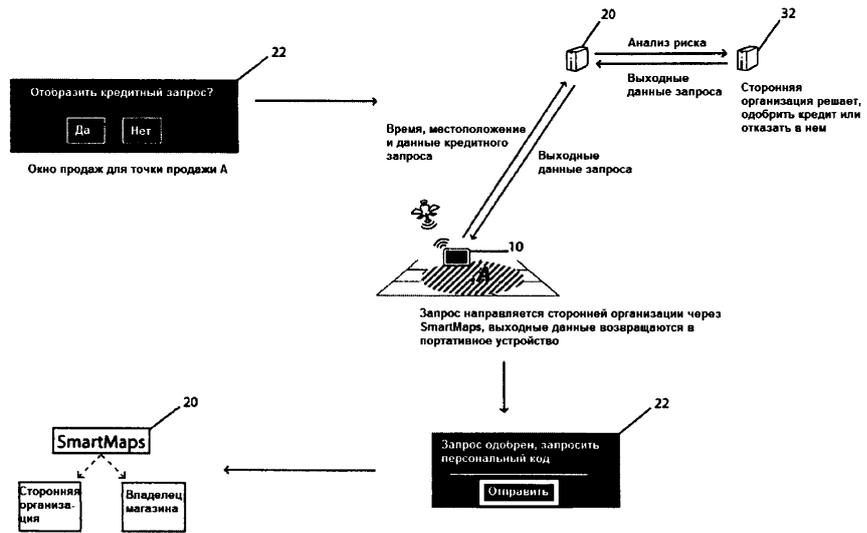
Фиг. 6



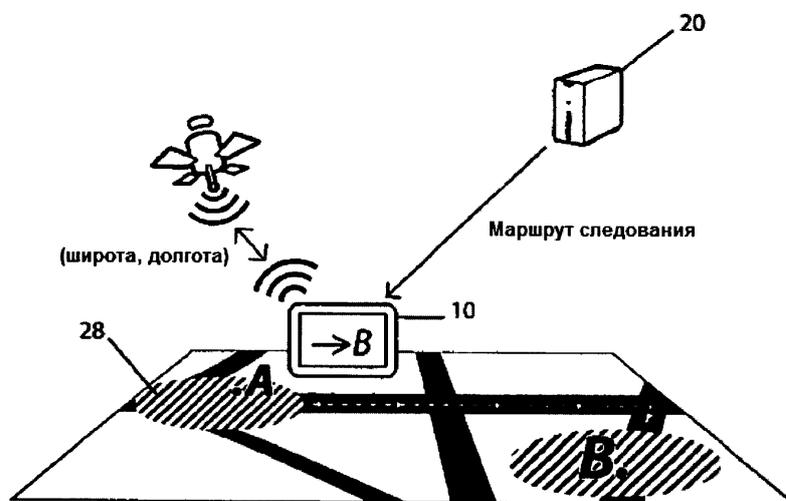
Фиг. 7



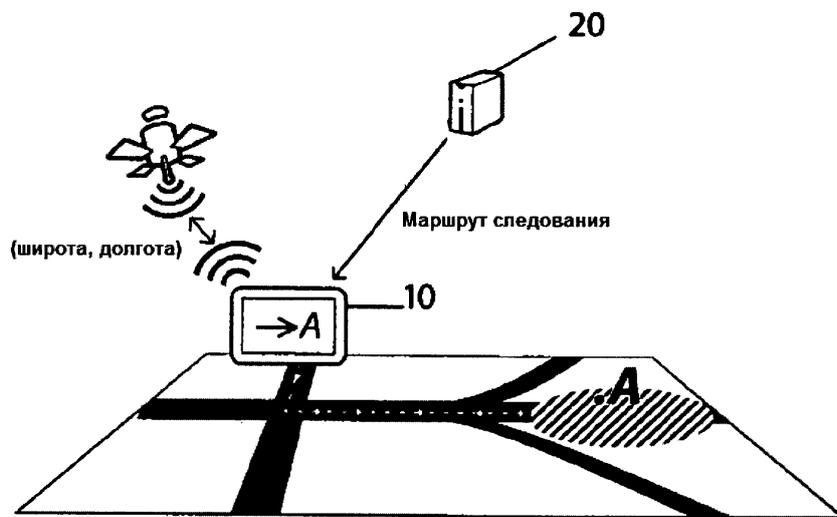
Фиг. 7а



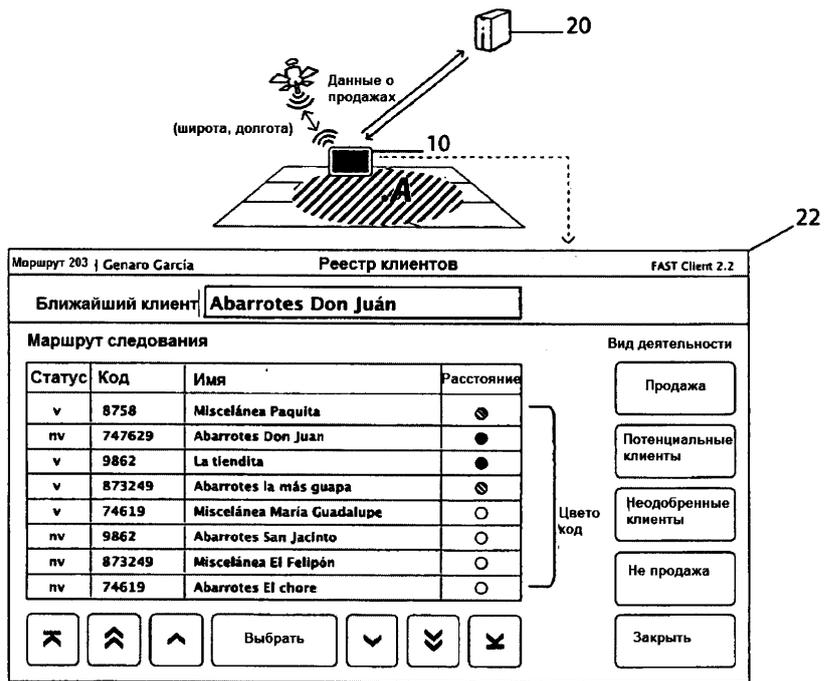
Фиг. 7b



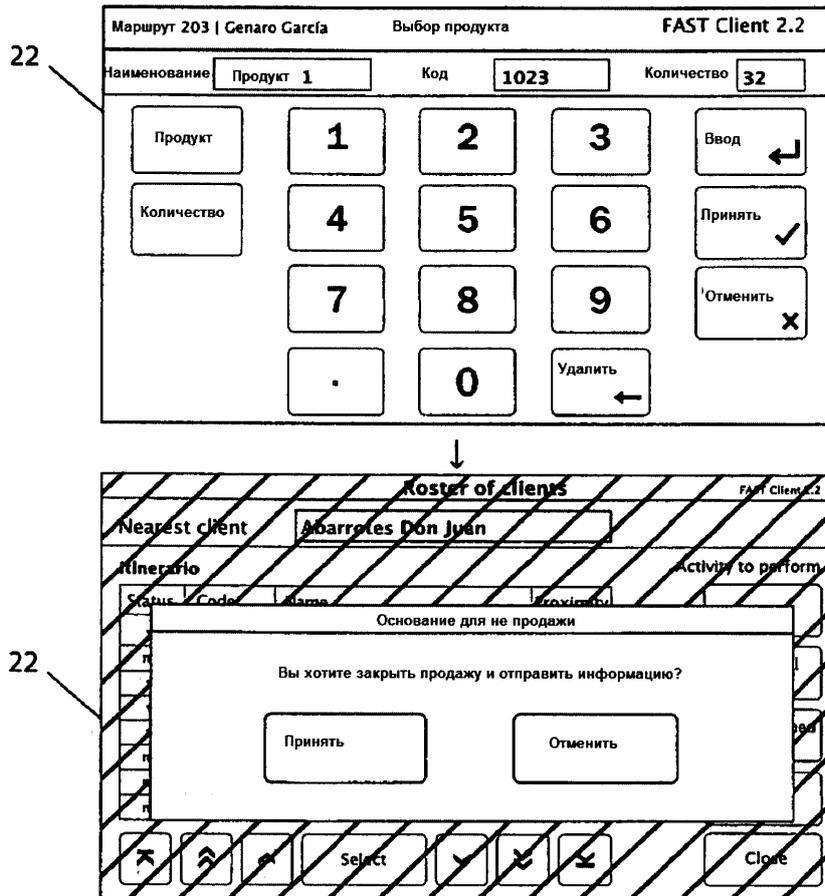
Фиг. 8



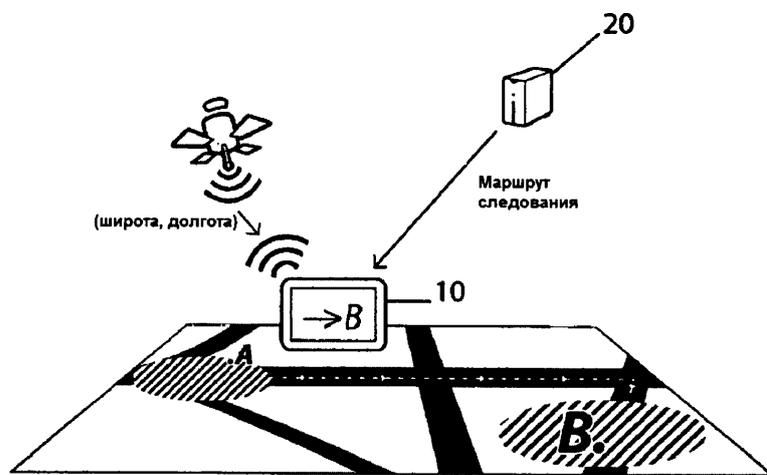
Фиг. 9



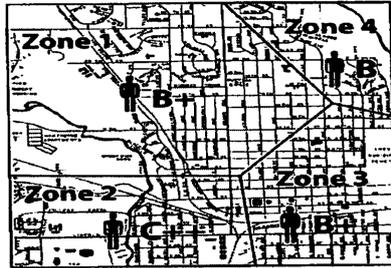
Фиг. 10



Фиг. 10а



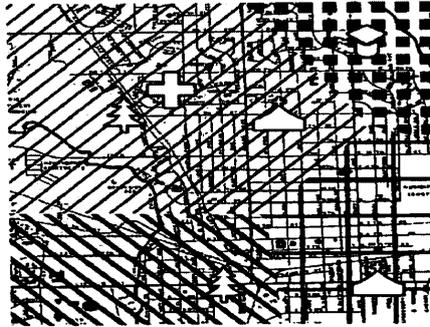
Фиг. 11



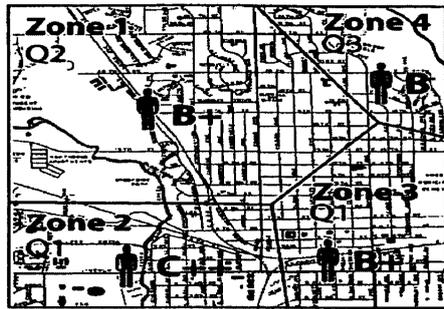
Фиг. 12а



Фиг. 13а



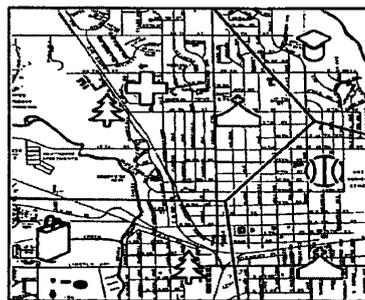
Фиг. 14а



Фиг. 12b

		C+	B+	Q1	Q2	Q3
<b>Зона 1</b>	Продукт 1	<input type="checkbox"/>				
	Продукт 2	<input type="checkbox"/>				
	Продукт 3	<input type="checkbox"/>				
<b>Зона 2</b>	Продукт 1	<input type="checkbox"/>				
	Продукт 2	<input type="checkbox"/>				
	Продукт 3	<input type="checkbox"/>				
<b>Зона 3</b>	Продукт 1	<input type="checkbox"/>				
	Продукт 2	<input type="checkbox"/>				
	Продукт 3	<input type="checkbox"/>				

Фиг. 13b



-  школа
-  больница
-  церковь
-  парк
-  спортивный центр
-  торговый центр

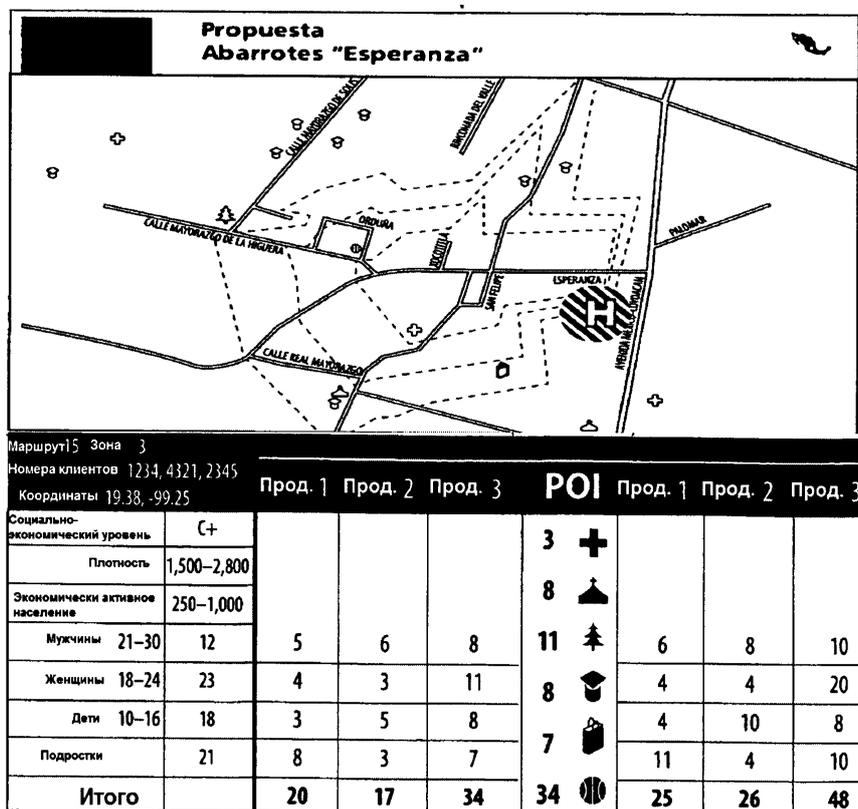
Фиг. 14b

33400

20/22

		До POI			После POI			
Маршрут15 Зона 3		Прод. 1	Прод. 2	Прод. 3	POI	Прод. 1	Прод. 2	Прод. 3
Номера клиентов 1234, 4321, 2345								
Координаты 19.38, -99.25								
Социально-экономический уровень	C+				3			
Плотность	1,500-2,800				8			
Экономически активное население	250-1,000				11			
Мужчины 21-30	12	5	6	8	8	6	8	10
Женщины 18-24	23	4	3	11	7	4	4	20
Дети 10-16	18	3	5	8	7	4	10	8
Подростки	21	8	3	7	7	11	4	10
<b>Итого</b>		<b>20</b>	<b>17</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>48</b>

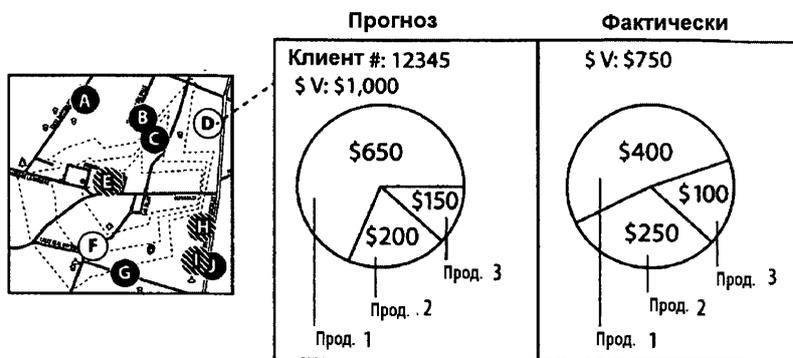
Фиг. 15



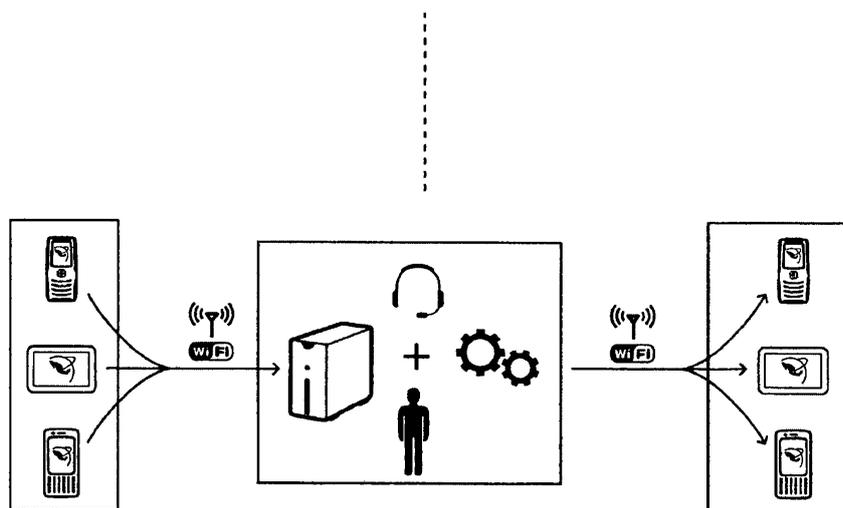
Фиг. 16

33400

21/22



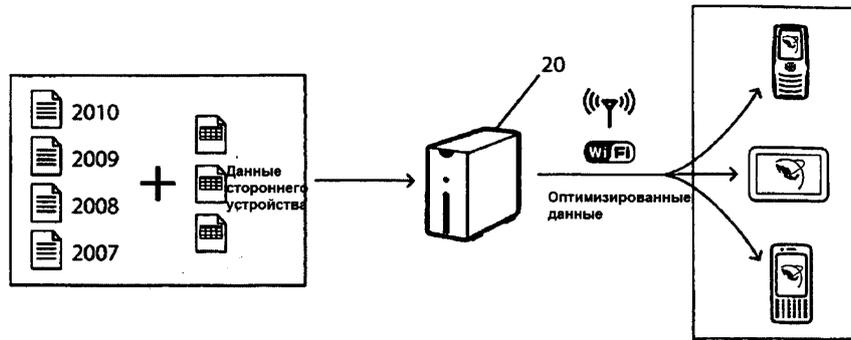
Фиг. 17



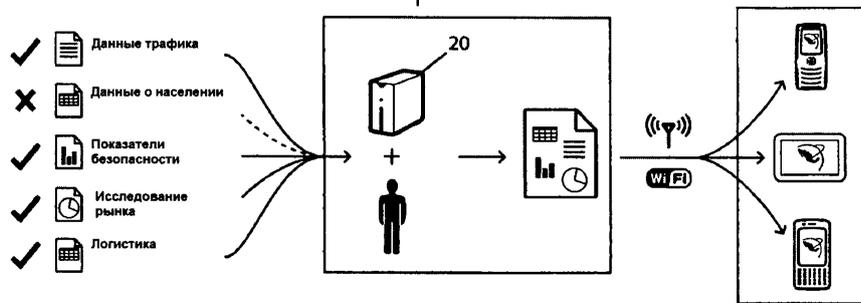
Фиг. 18

33400

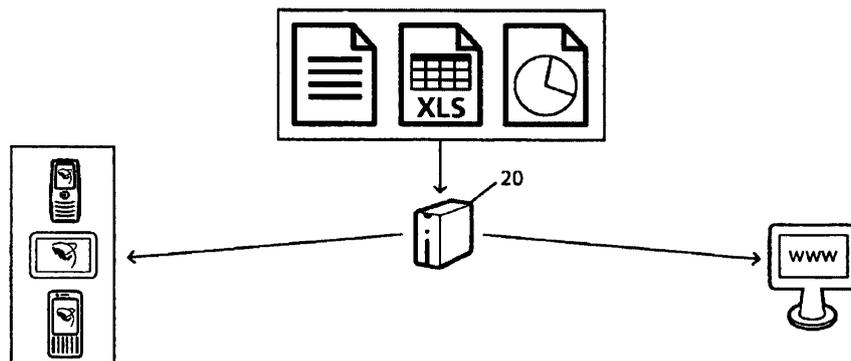
22/22



Фиг. 19



Фиг. 20



Фиг. 21