



УКРАЇНА

(19) UA (11) 40539 (13) U  
(51) МПК (2009)  
G06Q 30/00

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ  
І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ  
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ  
ВЛАСНОСТІ

## ОПИС ДО ПАТЕНТУ НА КОРИСНУ МОДЕЛЬ

видається під  
відповідальність  
власника  
патенту

### (54) СПОСІБ НАДАННЯ РЕКЛАМНИХ ПОСЛУГ

1

2

(21) u200814110

(22) 08.12.2008

(24) 10.04.2009

(46) 10.04.2009, Бюл.№ 7, 2009 р.

(72) КІСЛОВ АНДРІЙ ВІКТОРОВИЧ, UA

(73) КІСЛОВ АНДРІЙ ВІКТОРОВИЧ, UA

(57) 1. Спосіб надання рекламних послуг, що включає технічний засіб, на який наноситься візуальний елемент реклами, який **відрізняється** тим, що як технічний засіб використовується стакан, що подається з апарата напоїв, а візуальний елемент

реклами наноситься на нього заздалегідь флексографічним і/чи трафаретним, і/чи офсетним, і/чи термічним способом, і/чи наклеюванням.

2. Спосіб за п. 1, який **відрізняється** тим, що використовується одноразовий стакан з гладкою поверхнею чи рельєфною поверхнею, на пластиковій чи паперовій основі.

3. Спосіб за п. 1, який **відрізняється** тим, що використовується стакан багаторазового використання на пластмасовій чи металевій, чи скляній основі.

Заявляється спосіб надання рекламних послуг, що відноситься до сфери організації візуальних рекламних кампаній, що надаються спеціалізованими агенціями та підприємцям сфери реклами, тобто тих послуг, що надаються за плату третім особам (замовникам рекламних послуг). Даний спосіб включає технічний засіб - стакан, що подається автоматично у апаратах, призначених для забезпечення людей різноманітними напоями, що розташовані у приміщеннях громадського користування (установах торгівлі, офісних будівлях, навчальних закладах тощо). На технічний засіб, що виступає у якості рекламного носія, на який флексографічним чи трафаретним чи офсетним, чи термічним, чи наклеюванням або будь-яким їх поєднанням попередньо нанесено візуальний елемент реклами (слоган і/чи логотип/торгова марка тощо).

Практика нанесення візуальних елементів на стакані відома, проте, досі компанії, наносячи на такі стакани зображення, інформували лише про виробника продукції, що розлита у стакані. Натомість, ніхто до сьогодні не запропонував на ринку спосіб з надання реклами замовникам рекламних послуг. Адже, місця, у яких розміщуються апарати, що подають напої у стаканах мають високу ступінь людино-поток, а тому є привабливими з точки зору кількісного показника людино-контактів. Об'єкт, що користується послугами таких апаратів (споживає напій), рухаючи знизу-вверх та зверху-донизу стакан із напоєм (на який нанесено візуальний елемент реклами) не помічаючи цього, стає частиною способу надання рекламних послуг,

адже своїми рухами він притягує оптичну увагу оточуючих споживачів до візуального елемента реклами, гарантовано забезпечуючи контакт із цільовою аудиторією замовників рекламних послуг.

Відомий спосіб розміщення реклами (патент Російської федерації №2006136115), що включає технічний засіб, що виконує роль носія інформації, у якості технічного засобу використовується ескалатор або дорожнє покриття, а також підлога приміщень, рекламну інформацію, що слугує для сприйняття людиною, яка утворює послідовність зображень, що повторюються, відрізняється тим, що зображення рекламованого товару чи послуги виконано на самоклеючій плівці і клеїться на обидві стінки ескалатора з внутрішньої і зовнішньої сторони і розтягується по діагоналі на протязі усієї стінки ескалатора, утворюючи суцільну смугу.

Використання вказаного способу обмежене великими містами-мільйонниками, де є метро та, власне, користувачами цього виду транспорту. Також, обмеженість цього способу пов'язана із швидкоплинністю зображень й тому вимагає постійної уваги з боку споживачів реклами. Спосіб надання рекламних послуг, що пропонується, розкриває технічне рішення, що полягає у нанесенні на стакан візуального елемента реклами, що дозволяє рекламі працювати тривалий час, ненав'язливо, нестандартно і водночас, ефектно досягаючи поставленого технічного результату через зорові рецептори споживачів реклами, фокусуючи їх погляди на візуальному елементі реклами, що зображений на стінках технічного засобу (стакана),

(13) U

(11) 40539

(19) UA

причому споживачами реклами виступають усі оточуючі апарат з напоями у радіусі зорового сприйняття візуального елементу реклами на стакану. Додатковим технічним результатом виступає залучення у закритих приміщеннях їх відвідувачів, що перебувають у радіусі зорового сприйняття візуального елементу реклами на стакану поблизу апарату напоїв у якості споживачів реклами, що, за умови практично відсутності спеціальних рекламних носіїв у закритих приміщеннях, ще більше сприяє фокусуванню погляду споживачів реклами через їх зорові рецептори.

В основу корисної моделі, що заявляється покладено задачу створити спосіб надання рекламних послуг, який може ефективно використовувати пересічних споживачів напоїв у апаратах у якості одиниці, що гарантовано забезпечуватимуть виконання етапу заявленого способу та, окрім того, дозволить, здавалася б звичайному стакану із напоєм, виступити у ролі основного технічного засобу – рекламного носія, натомість споживачами реклами виступлять усі оточуючі апарату із напоями у радіусі зорового сприйняття візуального елементу реклами на стакані.

Покладене завдання вирішується шляхом створення такого способу надання рекламних послуг, що включає в себе, що технічний засіб, на який наноситься візуальний елемент реклами, притому у якості технічного засобу використовується стакан, що подається з апарату напоїв, а візуальний елемент реклами наноситься на нього заздалегідь флексографічним і/чи трафаретним і/чи офсетним, і/чи термічним, і/чи наклеюванням. Також можливим є використання одноразового стакана із гладкою чи рельєфною поверхнею, на пластиковій чи паперовій основі. Або ж можливим є використання стакана багаторазового використання на пластмасовій чи металевій, чи скляній основі.

Заявлений спосіб може бути ефективно використаний при наданні рекламних послуг за допомогою апаратів автоматичної подачі напоїв. До того ж, незалежно від того, чи ці апарати подають холодні напої, чи гарячі. Головною вимогою є їх розташування у місцях з високим людино-потокм, саме від густини та якості якого і залежатиме ефективність цього способу надання рекламних послуг.