



УКРАЇНА

(19) UA (11) 19819 (13) U
(51) МПК (2006)
G09F 23/00МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІОПИС
ДО ПАТЕНТУ
НА КОРИСНУ МОДЕЛЬвидається під
відповідальність
власника
патенту

(54) РЕКЛАМНИЙ ПРИСТРІЙ

1

2

(21) u200611717

(22) 07.11.2006

(24) 15.12.2006

(46) 15.12.2006, Бюл. №12, 2006р.

(72) Анікеев Ігор Олегович

(73) Анікеев Ігор Олегович

(57) 1. Рекламний пристрій, що містить плоский носій з поверхнею для нанесення рекламної інформації у вигляді тексту та/або графічного зображення з можливістю однократного та/або багатократного відтворення рекламної інформації, який **відрізняється** тим, що як носій рекламної інформації використана зовнішня поверхня стрічки касового транспортера у підприємствах торгівлі.

2. Рекламний пристрій за п.1, який **відрізняється** тим, що підприємства торгівлі вибрані з супермаркетів, магазинів продуктових та промислових товарів, магазинів побутової техніки, магазинів косметики, аптек тощо.

3. Рекламний пристрій за п.1 або 2, який **відрізняється** тим, що рекламна інформація на стрічці касового транспортера розміщена горизонтально уздовж стрічки касового транспортера.

4. Рекламний пристрій за п.1 або 2, який **відрізняється** тим, що рекламна інформація на стрічці касового транспортера розміщена вертикально поперек стрічки касового транспортера.

5. Рекламний пристрій за будь-яким з пп.1-4, який **відрізняється** тим, що рекламна інформація нанесена під час виготовлення стрічки касового транспортера.

6. Рекламний пристрій за будь-яким з пп.1-4, який **відрізняється** тим, що рекламна інформація нанесена після виготовлення стрічки касового транспортера перед початком її експлуатації.

7. Рекламний пристрій за будь-яким з пп.1-6, який **відрізняється** тим, що поверхня стрічки касового транспортера розділена на фіксовані зони для окремого розміщення інформації стосовно виробника товарів та послуг та інформації стосовно товарів та послуг, які рекламують.

8. Рекламний пристрій за будь-яким з пп.1-7, який **відрізняється** тим, що його використовують для рекламування товарів та послуг як при розміщенні куплених товарів на стрічці касового транспортера, так й без товарів.

Дана корисна модель відноситься до галузі реклами та призначається для залучення потенційних покупців та користувачів послуг до виробників та до організацій, які обслуговують населення. Корисна модель також відноситься до галузі оперативної інформації та може використовуватися для доведення інформації, у тому числі оперативної, великої кількості народу.

З рівня техніки відоме поширення рекламних матеріалів через поштові абонентські скриньки, шляхом несанкціонованого наклеювання на внутрішні стіни будинків, шляхом розміщення в рухомому складі суспільного транспорту (автобусах, тролейбусах, трамваях, маршрутних таксі, метрополітені) або на зупинках і станціях.

Відомий [винахід GB 2222019, опублікований 21.02.90р., «Рекламний пристрій», який містить рекламний пристрій у вигляді демонстраційної панелі, яка розміщується у конверті та прикріплюється на шнурі до двері або до вікна магазину.

Покупець має змогу ознайомитися зі змістом рекламних матеріалів під час відкриття двері магазину або під час проходження поблизу вікна магазину. Проте, час сприйняття рекламної інформації обмежується дуже коротким проміжком часу.

Інший відомий [винахід RU 2002314, опублікований 30.10.1993р., «Пристрій В.Г. Вохманяна для пред'явлення поза приміщеннями оперативної інформації масі людей»], містить табло, розміщене на носії у вигляді аеростату. Винахід дозволяє оригінально представити інформацію відразу великій кількості людей, однак розміщення інформації на рекламному пристрої здійснювати дуже складно. Також значним недоліком є те, що відновлення інформації вимагає значного часу, пов'язане з деякими труднощами, що значно знижує її ефективність.

Відомим є також [винахід RU 2038635, опублікований 27.06.1991р., «Засіб реклами», який містить нову інформацію у формі сумки, на зовнішній

(13) U

(11) 19819

(19) UA

поверхні якої розташовані рекламні смуги зі спеціально згрупованою інформацією. Для подання інформації використано нетрадиційний підхід, проте, сприйняття інформації обмежується незручним кутом зору, увага потенційного користувача розсіюється, що знижує ефективність сприйняття рекламних матеріалів.

Також іншим відомим є [винахід GB 2221556, опублікований 07.02.90р., «Рекламний пристрій та спосіб його встановлення в пеналі з м'ячами для гольфа»], який включає носій рекламного пристрою у вигляді пеналу для гольфа, рекламний пристрій, який вкладають в пенал, та який містить рекламну інформацію. Даний рекламний засіб оригінальним чином пропонує гравцю ознайомитися з рекламними матеріалами, при цьому увага гравця фокусується на наведеній інформації, оскільки вона пов'язана з кругом інтересів гравця. Проте, кількість людей, на яких діє дана реклама, обмежена тільки елітарною групою гравців в гольф.

Також іншим відомим є [корисна модель, патент України №10884, опублікований 15.12.2005р., «Спосіб розміщення внутрішньої реклами»], який стосується підготовки та розміщення рекламної інформації на носії, у якості якого використовують стінку кабіни пасажирського підйомно-транспортного устаткування. Цей спосіб має декілька основних недоліків, які полягають у тому, що:

- У деяких державних установах за законом не дозволяється розміщення рекламних матеріалів у кабінах пасажирського підйомно-транспортного устаткування (ліфта);

- При знаходженні у кабіні ліфта декількох пасажирів, не всі мають змогу ознайомитися з рекламною інформацією;

- Якщо рекламні матеріали розміщують у ліфтах звичайних багатоповерхових будинків, то, найчастіше, коло користувачів рекламної інформації обмежується мешканцями цих будинків;

Тобто, поширювання рекламної інформації зазначеними вище способами та за допомогою наведених пристроїв недостатньо ефективно.

Найбільш близьким аналогом корисної моделі, що пропонується, є [винахід за заявкою №2004120100, поданою до Федерального інституту промислової власності (Росія), «Спосіб рекламування товарів та послуг»], який включає нанесення рекламної інформації у вигляді тексту та/або графічного зображення на плоский носій на одну або обидві поверхні, з однаковою або різною інформацією. Носієм інформації згідно даного винаходу є рулонні штори.

Ознаки найближчого аналога, що збігаються з суттєвими ознаками способу, що заявляється, є розміщення рекламної інформації у вигляді тексту та/або графічного зображення плоский носій.

Недоліком відомого способу є те, що він має малу ефективність тому, що розміщення рекламної інформації на внутрішній поверхні носія не сприяє доступу до неї великої кількості споживачів, а при розміщенні рекламної інформації на зовнішній поверхні носія створює незручності для помешкань, де він розміщується, оскільки для сприймання рекламної інформації штори повинні весь час бути опущеними. До того ж, людина, яка

рухається уздовж носіїв з рекламною інформацією не завжди внутрішньо орієнтована на сприйняття будь-якої інформації, яка стосується виробів, послуг або виробників та організацій, які надають послуги.

В основу корисної моделі покладена задача удосконалення рекламного пристрою, у якому за рахунок використання нового носія рекламної інформації, що розміщується у місцях скупчення потенційних споживачів, підвищується ефективність поширювання рекламної інформації.

Для найбільш ефективної реклами необхідно, щоб людина на деякий час затрималася біля носія реклами або цей носій реклами залишався біля споживача або переміщувався настільки повільно, щоб час сприйняття інформації був достатнім для того, щоб зміст рекламних матеріалів залишився у пам'яті людини. Крім того, необхідно забезпечити можливість ознайомлення з інформацією як можна більшої кількості людей з самих різних соціальних груп та груп людей з різним рівнем достатку.

Пристрій, що пропонується, дозволяє позбутися перерахованих недоліків способів, відомих з рівня техніки, та підвищити ефективність реклами.

Поставлена задача вирішується за допомогою вдалого використання носія рекламної інформації.

Крізь підприємства торгівлі щоденно проходить велика кількість споживачів-покупців, які належать до різних соціальних груп населення, та мають різний достаток. Сучасні підприємства торгівлі, до яких належать супермаркети, магазини продуктових та промислових товарів, магазини побутової техніки, магазини з продажу косметики, аптеки спрямовують свої зусилля на те, щоб прискорити та полегшити процес купівлі та розрахунку за придбані товари. Задля цього, вони обладнують спеціальними касовими транспортерами, на які покупці викладають товари. Керують цими транспортерами касири, які завдяки цьому мають змогу послідовно обробляти придбані товари. Стрічка касового транспортеру, на яку викладаються придбані товари, може виконувати не тільки свої прямі обов'язки - перемішувати товари, але й виступати у якості носія рекламної інформації.

Людина, яка купує товари у підприємствах торгівлі внутрішньо орієнтована на сприйняття будь-якої інформації, яка стосується виробів, послуг або виробників та організацій, які надають послуги, тому рекламна інформація на стрічці касового транспортеру буде сприйматися як додаткова інформація, яка залишиться у її пам'яті.

Нанесення рекламної інформації на стрічку касового транспортеру можна виконувати під час виготовлення самої стрічки, але у цьому випадку оновлення рекламної інформації можливо тільки разом із заміною самої стрічки.

Більш переважним є спосіб нанесення рекламної інформації, який дозволяє оперативну заміну цієї інформації. Найбільш придатними для цього можуть бути рекламні матеріали на клейовій основі, які легко наклеюються на стрічку, та легко з неї знімаються, не залишаючи на ній слідів клею.

Способи нанесення рекламного зображення на поверхню стрічки касового транспортеру можуть бути різними, наприклад:

- Аплікація на самоклеючій плівці (за допомогою різки на плотарі);
- Повнокольоровий друк на самоклеючій плівці;
- Повнокольоровий друк на папері.

Використання зображення на папері менш практично, тому що більш піддається впливу навколишнього середовища.

Рекламні матеріали можуть займати усю ширину стрічки або тільки її частину.

Доцільно розміщувати рекламні матеріали горизонтально уздовж стрічки касового транспортеру.

Доцільно також розміщувати рекламні матеріали вертикально поперек стрічки касового транспортеру.

Доцільно розділяти поверхню стрічки касового транспортеру на фіксовані зони для окремого розміщення інформації про товари та послуги, та інформації про виробників товарів та послуг.

Доцільно переміщувати стрічку касового транспортера з нанесеною на неї рекламною інформацією як розміщеними на неї товарами, так й без товарів.

Пропонований рекламний пристрій дозволяє позбутися перерахованих недоліків способів, відомих з рівня техніки, та підвищити ефективність реклами за допомогою вдалого застосування зовнішньої поверхні стрічки касового транспортеру як носія рекламної інформації.

На зовнішню поверхню стрічки касового транспортеру, який знаходиться у підприємстві торгівлі, наприклад, супермаркеті, магазині продуктових та промислових товарів, магазині з продажу косметики, аптеці, наносять рекламну інформацію у

вигляді тексту та/або графічного зображення. Наприклад, за допомогою аплікації на самоклеючій плівці, повнокольорового друку на самоклеючій плівці, повнокольорового друку на папері тощо.

Рекламні матеріали розміщують на стрічці касового транспортеру горизонтально уздовж стрічки або вертикально поперек стрічки.

Поверхня стрічки касового транспортеру може бути розділена на фіксовані зони для розміщення рекламної інформації про товари та послуги, та інформації про виробників товарів та послуг.

Після вибору необхідних товарів покупець для розрахунку підходить до каси та починає викладати товари на стрічку касового транспортеру. Вже під час викладання придбаних товарів покупець звертає свою увагу на рекламні матеріали, що нанесені на зовнішню поверхню стрічки касового транспортеру. Під час переміщення стрічки касового транспортеру перед покупцем з'являється наступна порція рекламних матеріалів.

Для оновлення рекламної інформації попередньо нанесені рекламні матеріали вилучають, та наносять нові рекламні матеріали.

Даний рекламний пристрій є найбільш ефективним способом зовнішньої реклами. Такі рекламні матеріали привертають більше уваги до товарів та послуг, а також до виробників товарів та послуг, у порівнянні зі звичайними рекламними щитами. Цей спосіб дозволяє найкращим чином використовувати рекламу для збільшення продажу та рівня пізнання продукту, що рекламується. Якщо погляд зупиняється на першому зображенні, то завжди хочеться побачити те, що з'явиться потім.