



УКРАЇНА

(19) UA (11) 48346 (13) U
(51) МПК (2009)
G09F 21/00

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ

ОПИС ДО ПАТЕНТУ НА КОРИСНУ МОДЕЛЬ

видається під
відповідальність
власника
патенту

(54) СПОСІБ РУХОМОГО РЕКЛАМУВАННЯ

1

2

(21) u200910635

(22) 21.10.2009

(24) 10.03.2010

(46) 10.03.2010, Бюл.№ 5, 2010 р.

(72) БОЧКО ОЛЕКСАНДР ПАВЛОВИЧ, ПІНЧУК
СЕРГІЙ АНДРІЙОВИЧ

(73) БОЧКО ОЛЕКСАНДР ПАВЛОВИЧ, ПІНЧУК
СЕРГІЙ АНДРІЙОВИЧ

(57) 1. Спосіб рухомого рекламування, що включає визначення місця скупчення людей, встановлення засобу реклами на засіб для його переміщення, надання реклами на транспорті шляхом переміщення засобу реклами засобом переміщення до такого місця з подальшою зупинкою засобу переміщення в околі такого місця і наступне переміщення засобу реклами засобом його переміщення до іншого місця скупчення людей, який **відрізняється** тим, що навколо засобу реклами перед його встановленням на засіб для його переміщення додатково монтують обрамлення з опорою, а після

прибуття засобу реклами з засобом переміщення до місця скупчення людей додатково надають зовнішню і/або внутрішню рекламу, при цьому засіб реклами з обрамленням знімають з засобу для його переміщення, переносять і встановлюють за допомогою опори обрамлення у місці скупчення людей на місцевості, недосяжній для засобу переміщення, і/або усередині будівлі або споруди, а після надання зовнішньої і/або внутрішньої реклами засіб реклами з обрамленням і опорою повертають на засіб для його переміщення.

2. Спосіб за п. 1, який **відрізняється** тим, що обрамлення виконують переважно по формі засобу реклами з металу і/або з пластмаси, і/або з дерева, і/або комбінації таких матеріалів.

3. Спосіб за п. 1, який **відрізняється** тим, що на обрамленні встановлюють опору у нижній його частині і/або на одному з його боків, і/або з обох боків, і/або у верхній його частині.

Корисна модель відноситься до сфери рекламної справи, а саме до способів рухомого рекламування і демонстрації, і може бути використана для візуального і звукового донесення реклами до людей у місцях їх скупчення.

Під терміном «рух» слід розуміти зміну положення матеріального об'єкта з перебігом часу відносно інших об'єктів [1]. Тут і далі: під терміном «місця скупчення» слід розуміти тротуари, алеї, сквери, зони відпочинку, переходи, зупинки транспортних засобів, площі, площадки, парки, території навколо театрів, кінотеатрів, торгових центрів, ринків, вокзалів і приміщення у середині таких будівель і споруд, тощо.

Відомо, що у рекламній справі існує, зокрема, поділ на зовнішню рекламу, внутрішню рекламу та рекламу на транспорті, а саме: зовнішня реклама - це реклама, яка розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях, розміщених на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного оснащення, над проїжджою частиною вулиць і доріг; внутрішня реклама - це реклама, яка розміщується у середині будівель і споруд; реклама на

транспорті - це реклама, яка розміщується на території підприємств транспорту, метрополітену, зовнішній та внутрішній поверхнях транспортних засобів і споруд підприємств транспорту і метрополітену, тощо [2]. Одна з найбільших проблем, яку намагаються вирішити рекламодавці - як досягти високої ефективності реклами. Ефективність реклами залежить від ступеня її впливу на свідомість людини, що в свою чергу залежить від наступних показників: кількості людей, що отримують рекламу, приналежності людей до того чи іншого соціального прошарку суспільства, їх емоційного стану, місця їх знаходження, часу і тривалості надання реклами, розміру засобу реклами, його розміщення, його яскравості, вартості будівництва носіїв реклами, тощо, а також від здатності розповсюджувача реклами оперативно виявляти місця скупчення людей і швидко доставляти у такі місця засоби реклами [3]. Одним із напрямків підвищення ефективності реклами є створення способів реклами, які поєднують різні її види.

Тут і далі: під терміном «засіб реклами» слід розуміти засоби, які використовуються для дове-

(13) U

(11) 48346

(19) UA

дення реклами до споживача, а саме, візуальної, звукової, а також їх комбінацій, реклами, тощо.

Відомий спосіб рухомого рекламування, як один із видів реклами, а саме, реклами на транспорті [4], за яким визначають місце скупчення людей, розміщують засіб реклами у вигляді рекламного щита на стенді, змонтованому на подовженому шасі автомобіля, на якому засіб реклами переміщують до такого місця з одночасним наданням реклами її споживачам, які перебувають вздовж маршруту переміщення транспортного засобу, надають рекламу в околі визначеного місця скупчення людей, при цьому автомобіль з засобом реклами перебуває на дорозі чи у місці дозволеному для руху автомобіля, після завершення якої автомобіль з засобом реклами переміщують до іншого місця скупчення людей.

Недоліком такого способу є його низька функціональність через те, що за відомим способом надається лише один вид реклами, тобто, реклама на транспорті, яка передбачає надання реклами на дорогах і у місцях, дозволених для проїзду автомобіля, а сам спосіб не передбачає переміщення засобу реклами в процесі надання її окремо від автомобіля у місця скупчення людей недоступних для нього, що призводить до того, що споглядати таку рекламу може обмежена кількість людей, тобто тільки ті, які знаходяться переважно вздовж дороги чи поряд з нею і у місцях, досяжних для автомобіля. Таким чином, надання реклами у такий спосіб унеможлиблює надання зовнішньої і внутрішньої реклами.

Найбільш близьким за сукупністю ознак і технічним результатом до способу, що заявляється, є спосіб рухомого рекламування, як один із видів реклами, а саме, реклами на транспорті [5], за яким визначають місце скупчення людей, засіб реклами наклеюють на корпус триколісного велосипедного таксі, на якому його переміщують до місця скупчення людей з одночасним наданням реклами її споживачам, які перебувають вздовж маршруту переміщення такого транспортного засобу, надають рекламу в околі визначеного місця скупчення людей, при цьому транспортний засіб з засобом реклами перебуває на дорозі чи/або на площі, чи/або на алеї, чи/або чи/або у парку, чи/або у зоні відпочинку, тощо, тобто, у місці дозволеному для руху триколісного велосипедного таксі, після завершення якої велосипедне таксі з засобом реклами переміщують до іншого місця скупчення людей.

Недоліком такого способу є низька функціональність через те, що за відомим способом надається лише один вид реклами, тобто, реклама на транспорті, яка передбачає надання реклами лише на дорогах, чи/або на площах, чи/або на алеях, чи/або у парках, чи/або у зонах відпочинку, тощо, тобто, у місцях, дозволених для проїзду велосипедного таксі, а сам спосіб не передбачає переміщення засобу реклами в процесі надання реклами окремо від транспортного засобу, що призводить до того, що споглядати таку рекламу можуть тільки ті люди, які знаходяться у місцях, дозволених для проїзду велосипедного таксі. Таким чином, надання реклами у такий спосіб унеможлиблює надання зовнішньої і внутрішньої реклами.

В основу корисної моделі поставлено задачу створити спосіб рухомого рекламування, який поєднує декілька видів реклами, а саме, рекламу на транспорті з зовнішньою та внутрішньою рекламою шляхом оснащення транспортного засобу переносним засобом реклами, чим забезпечити підвищену функціональність способу рухомого рекламування. Розміщення переносного засобу реклами на транспортному засобі дозволить надавати рекламу на транспорті, за рахунок чого оперативно доставляти засіб реклами до місць скупчення людей, що виникають з плином часу і до яких дозволено проїзд транспортних засобів, а виконання засобу реклами переносним дозволить додатково проводити рекламу у місцях скупчення людей, що недоступні для транспортного засобу.

Поставлена задача вирішується тим, що спосіб рухомого рекламування, що включає визначення місця скупчення людей, встановлення засобу реклами на засіб для його переміщення, надання реклами на транспорті шляхом переміщення засобу реклами засобом переміщення до такого місця з подальшою зупинкою засобу переміщення в околі такого місця і наступне переміщення засобу реклами засобом його переміщення до іншого місця скупчення людей, згідно з корисною моделлю, навколо засобу реклами перед його встановленням на засіб для його переміщення додатково монтують обрамлення з опорою, а після прибуття засобу переміщення з засобом реклами до місця скупчення людей додатково надають зовнішню і/або внутрішню рекламу, при цьому засіб реклами з обрамленням знімають з засобу для його переміщення, переносять і встановлюють за допомогою опори обрамлення у місці скупчення людей на місцевості, недоступній для засобу переміщення, і/або усередині будівлі або споруди, а після надання зовнішньої і/або внутрішньої реклами засіб реклами з обрамленням і опорою повертають на засіб для його переміщення. У іншій конкретній формі здійснення способу обрамлення виконують переважно по формі засобу реклами з металу і/або з пластмаси, і/або з дерева, і/або комбінації таких матеріалів, причому на обрамленні встановлюють опору у нижній його частині і/або на одному з його боків, і/або з обох боків, і/або у верхній його частині.

Монтаж навколо засобу реклами обрамлення з опорою перед його встановленням на засіб для його переміщення створює переносний засіб реклами, який дає можливість після прибуття засобу переміщення з таким засобом реклами до місця скупчення людей, знімати засіб реклами з обрамленням і опорою з засобу для його переміщення, переносити і встановлювати за допомогою опори обрамлення у місці скупчення людей на місцевості, недоступній для засобу переміщення, і/або у середині будівлі або споруди, за рахунок чого додатково надавати зовнішню і/або внутрішню рекламу, після завершення якої повертати засіб реклами з обрамленням і опорою на засіб для його переміщення, чим забезпечити поєднання реклами на транспорті з зовнішньою та внутрішньою рекламою, що надає способу підвищеної функціональності і ефективності.

Заявлений спосіб здійснюється, наприклад, таким чином. Перед встановленням рекламного засобу на засіб його переміщення, навколо рекламного засобу монтують обрамлення з опорою, наприклад, в нижній його частині, після чого встановлюють його на засіб переміщення. Після виявлення на території, наприклад, міста місця скупчення людей, транспортний засіб з засобом реклами переміщують до такого місця і одночасно, як вид реклами на транспорті, надають рекламу споживачам, які перебувають вздовж маршруту переміщення транспортного засобу, а після прибуття до місця скупчення людей транспортний засіб зупиняють і надають рекламу в околі такого місця. При виявленні скупчення людей у місці недоступному для засобу переміщення, рекламний засіб знімають з нього і переносять у місце скупчення людей на місцевості і/або у середину будівлі або споруди, за чим встановлюють його за допо-

могою опори обрамлення, надаючи при цьому зовнішню і/або внутрішню рекламу. Після завершення зовнішньої і/або внутрішньої реклами, засіб реклами з обрамленням і опорою повертають на засіб для його переміщення. Якщо з плином часу скупчення людей у цьому місці припинилось, рекламний засіб переміщують в інше визначене місце скупчення людей.

Джерела інформації

1. Ландсберг Г.С. Елементарний підручник з фізики. "Радянська школа". Київ, 1968.
2. Закон України «Про рекламу».
3. Головнева О.Н. Особенности эффективности рекламы. Электронная библиотека Социологического факультета МГУ им.Ломоносова. М., 2003.
4. Передвижная реклама. http://www.vsedoski.ru/view_post.php?cid=I79454
5. Новый вид рекламы. www/VELO-TAXI.RU.