



УКРАЇНА

(19) UA (11) 20602 (13) U

(51) МПК (2006)

G09F 23/00

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІОПИС
ДО ПАТЕНТУ
НА КОРИСНУ МОДЕЛЬвидається під
відповідальність
власника
патенту

(54) ІНФОРМАЦІЙНО-РЕКЛАМНИЙ ПРИСТРІЙ

1

2

(21) u200612781

(22) 04.12.2006

(24) 15.01.2007

(46) 15.01.2007, Бюл. № 1, 2007 р.

(72) Баскін Костянтин Володимирович

(73) Баскін Костянтин Володимирович

(57) 1. Інформаційно-реklamний пристрій, що містить носій рекламної інформації, який є щитом або підготовленою поверхнею, та основу для розміщення носія, який відрізняється тим, що основою для розміщення або кріплення носія вибрано спеціалізований візок для перевезення придбаних товарів у підприємствах торгівлі, зокрема його передню та/або бокові стінки, та/або його днище, носієм рекламної інформації вибрано пристрій, який містить принаймні один щит з можливістю обладнання його рамкою, системою з двох гнучко зв'язаних рамок, де носій виконано з можливістю кріплення до основи, та принаймні на одну поверхню носія нанесено текст та/або графічні зображення.

2. Пристрій за п. 1, який відрізняється тим, що носій рекламної інформації розміщено або закріплено на днищі основи.

3. Пристрій за п. 1, який відрізняється тим, що носій рекламної інформації закріплено на передній стінці основи.

4. Пристрій за п. 1, який відрізняється тим, що носій рекламної інформації закріплено принаймні на одній з бокових стінок основи.

5. Пристрій за пп. 3 або 4, який відрізняється тим, що текст та/або графічні зображення нанесено на лицьову та зворотну поверхні носія рекламної інформації, який закріплено на передній та/або бокових стінках основи.

6. Пристрій за будь-яким з пп. 3-5, який відрізняється тим, що носій рекламної інформації обладнано однією рамкою або системою з двох гнучко зв'язаних рамок, у які встановлено щит, принаймні на одну з поверхонь якого нанесено текст та/або зображення.

7. Пристрій за будь-яким з пп. 1-6, який відрізняється тим, що принаймні на одну поверхню носія рекламної інформації нанесено додаткову інформацію, яка стосується об'єкта реклами.

8. Пристрій за будь-яким з пп. 1-7, який відрізняється тим, що носій рекламної інформації розміщено або закріплено на основі таким чином, що зазначена рекламна інформація доступна для огляду принаймні покупцю, який використовує візок.

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, маршрутичних таксі, метрополітені) або на зупинках і станціях.

Відомий винахід GB 2222019, опублікований 21.02.90 р., «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 30.10.1993 р., «Пристрій В. Г. Вохманяна для пред'явлення поза приміщеннями оперативної інформації масі людей», містить табло, розміщене на носії у вигляді аеростату. Винахід дозволяє оригінальне представити інформацію відразу ве-

(13) U

(11) 20602

(19) UA

ликий кількості людей, однак розміщення інформації на рекламному пристрої здійснювати дуже складно. Також значним недоліком є те, що відношення інформації вимагає значного часу, пов'язане з деякими труднощами, що значно знижує її ефективність.

Відомим є також винахід RU 2038635, опублікований 27.06.1991 р., «Засіб реклами», який містить новий інформації у формі сумки, на зовнішній 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 07.02.90 р., «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 винахід за заявкою №2004120100, поданою до Федерального інституту промислової власності (Російська Федерація) у 2004 році, «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.

Недоліком відомого способу є те, що він має малу ефективність тому, що розміщення рекламної інформації на внутрішньої поверхні носія не сприяє доступу до неї великої кількості споживачів, а при розміщенні рекламної інформації на зовнішньої 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.

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

Найбільш близьким аналогом корисної моделі, що пропонується, є винахід, патент RU 98113736, опублікований 05.10.2000 р., «Засіб для реклами», який стосується засобу для реклами, що складається з носія рекламного пристрою та рекламного пристрою з розміщенням на ньому інформаційним повідомленням, де у якості носія рекламного пристрою використовується підйомно-транспортне устаткування, наприклад, пасажирський ліфт, на якому розміщують рекламний пристрій.

Ознаки найближчого аналога, що збігаються з суттєвими ознаками інформаційно-реklamного пристрою, що заявляється, є носій рекламного пристрою, або основа, та рекламний пристрій з розміщенням на ньому інформаційним повідомленням, яке є спеціальним чином обладнаним щитом або підготовленою поверхнею.

Ця корисна модель має декілька основних недоліків, які полягають у тому, що:

- У деяких державних установах за законом не дозволяється розміщення рекламних матеріалів у приміщеннях 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;

- Навіть, якщо хтось з пасажирів ліфта звернув увагу на деякі товари, які рекламуються, то, поки він достанеться підприємств торгівлі, він може позабутися про товар, який йому сподобався.

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 цій носій реклами залишався більш 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 пристроїв та способів, відомих з рівня техніки, та підвищити ефективність реклами.

Поставлена задача вирішується за допомогою вдалого використання носія рекламної інформації та основи для розміщення носія.

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 продуктів та промислових товарів, магазини побутової техніки, магазини з продажу косметики, аптеки спрямовують свої зусилля на те, щоб прискорити та полегшити процес купівлі товарів. За для цього, вони обладнуються спеціалізованими візками для складання та перевезення товарів. Застосування таких візків полегшує процес вибору товарів, розвантажує руки покупців, сприяє тому, що покупці за один візит до підприємства торгівлі мають змогу придбати більшу кількість товарів, ніж раніше. Спеціалізований візок для перевезення придбаних товарів може виконувати не тільки свої прямі обов'язки, 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 спеціалізованому візку для перевезення придбаних товарів буде сприйматися як додаткова інформація, яка спонукає покупця звернути увагу на товари, що рекламуються, підштовхує його на придбання цих товарів, залишається у пам'яті покупця для наступного придбання товарів та/або послуг.

Спеціалізований візок для придбаних товарів зазвичай має вигляд корзини у формі паралелепіпеду або об'ємної трапеції, яку виготовляють, як правило, з пластику або металевої проволоки, або поєднують ці два основних матеріали. Візок спереду має зручну ручку, а знизу його оснащують коліщатами, що забезпечує зручне та легке переміщення усередині підприємства торгівлі та легке керування таким візком.

Під час вибору товарів та переміщення по підприємству торгівлі покупець мимоволі зупиняє свій погляд на візку. Якщо на візку розмістити рекламні матеріали, то покупець зможе легко з ними ознайомитися. Найбільш зручними поверхнями для розміщення рекламних матеріалів, з точки зору того, що покупцю, який керує візком, буде доступні для ознайомлення рекламні матеріали, є внутрішня передня стінка, внутрішні бокові стінки та днище візка. Проте, переміщуючись підприємствами торгівлі покупець звертає увагу також й на візки інших покупців. Тобто, покупці звертають увагу й та рекламні матеріали, які розміщені на зовнішніх поверхнях передньої та бокових стінок візка.

Для розміщення рекламної інформації доцільно використовувати передню, бокові стінки або днище візка. При цьому носій рекламної інформації доцільно розміщувати із закріпленням до днища візка або без нього.

Доцільно носій рекламної інформації закріплювати на передній стінці візка.

Доцільно носій рекламної інформації закріплювати принаймні на одній з бокових стінок візка.

Доцільно рекламну інформацію у вигляді тексту та/або зображення розміщувати на лицьовій та зворотній поверхнях носія інформації. Це дасть змогу ознайомитися зі змістом рекламної інформації не тільки покупцю, який використовує візок, але й іншим покупцям у підприємствах торгівлі. Такий носій рекламної інформації доцільно закріплювати на передній та/або бокових стінках візка.

Доцільно носій рекламної інформації виконувати у вигляді спеціальним чином обладнаного щита, на кожну з поверхонь якого може бути нанесена рекламна інформація.

Способи нанесення рекламної інформації на поверхні носія можуть бути різними, наприклад: аплікація на самоклеючій плівці, повнокольоровий друк на самоклеючій плівці, повнокольоровий друк на папері, картоні тощо.

Використання носія рекламної інформації з паперовою основою менш практично, тому що більш піддається впливу навколишнього середовища.

Рекламно-інформаційні матеріали можуть займати усю поверхню носія або тільки його частину.

Доцільно носій рекламної інформації виконувати у вигляді однієї рамки або двох гнучко зв'язаних рамок з можливістю вставлення усередину рамок щита, принаймні на одну з поверхонь якого нанесено текст та/або зображення. Таке конструктивне рішення дає змогу оперативно змінювати зміст рекламної інформації шляхом простої заміни одного щита на інший без необхідності зйомки носія рекламної інформації з візка.

Окрім безпосередньої рекламної інформації на поверхню носія доцільно принаймні частину поверхні використовувати для нанесення додаткової інформації, що стосується об'єкту реклами.

Пропонований інформаційно-реklamний пристрій дозволяє позбутися перерахованих недоліків способів та пристроїв, відомих з рівня техніки, та підвищити ефективність реклами за допомогою вдалого застосування спеціалізованого візка для придбаних товарів у підприємствах торгівлі у якості основи для розміщення та/або закріплення носія рекламної інформації.

Інформаційно-реklamний пристрій містить спеціалізований візок для придбаних товарів у підприємствах торгівлі, носій рекламної інформації, який розміщують або закріплюють на візку, та засоби кріплення носія до візка.

Носій рекламної інформації виконують у вигляді спеціального щита з будь-яких придатних до цього матеріалів, на поверхні якого наносять бажану рекламну інформацію у вигляді тексту та/або зображення.

Рекламну інформацію у вигляді тексту та/або зображення на поверхні носія наносять, наприклад, за допомогою аплікації на самоклеючій плівці, повнокольорового друку на самоклеючій плівці, повнокольорового друку на папері, картоні та інших, їм подібних. Для нанесення рекламної інформації використовують принаймні одну поверхню носія, проте також використовують обидві поверхні носія.

Носій рекламної інформації може включати засоби кріплення його до основи у вигляді фіксаторів, затискувачів тощо. Проте, такі засоби також використовують й під час кріплення носія до основи, тобто вони необов'язково є конструктивними елементами носія рекламної інформації.

Носій рекламної інформації також виконують у вигляді однієї рамки або двох гнучко зв'язаних рамок, усередину яких вставляють заздалегідь підготовлені щити.

Даний пристрій діє таким чином:

- Підготовлюють носій рекламної інформації, яка включає текст та/або зображення, у вигляді спеціалізованого щита, для нанесення інформації використовують принаймні одну поверхню щита;

- Носій рекламної інформації розміщують на днище або закріплюють на передній та/або бокових стінках візка для придбаних товарів. Після закріплення носій може знаходитися як усередині візка, так й зовні.

- Використовують візок за його прямим призначенням, отримуючи при цьому рекламну інформацію, яка міститься на носії або носіях.

Даний пристрій також діє таким чином:

- Підготовлюють носій рекламної інформації, яка включає текст та/або зображення, у вигляді спеціалізованого щита, для нанесення інформації використовують принаймні одну поверхню щита;

- До передньої та/або бокових стінок візка прикріплюють рамку або гнучко зв'язані дві рамки;

- Усередину рамки або рамок вставляють носій рекламної інформації. Якщо використовують систему з двох гнучко зв'язаних рамок, то носій рекламної інформації знаходиться як усередині візка, так й зовні. До того ж, для оновлення рекламної інформації необхідно тільки замінити щит зі «старою» інформацією на щит з «новою» рекламною інформацією.

- Використовують візок за його прямим призначенням, отримуючи при цьому рекламну інформацію, яка міститься на носії або носіях.

Даний рекламний пристрій є найбільш ефективним та вдалим пристроєм для внутрішньої реклами. Такі рекламні матеріали привертають більше уваги до товарів та послуг, а також до виробників товарів та послуг, у порівнянні зі звичайними рекламними щитами та іншими рекламними засобами. Цей пристрій дозволяє найкращим чином використовувати рекламу для збільшення продажу та рівня пізнання продукту, що рекламується, отримувати додаткову корисну інформацію стосовно продуктів, що пропонуються для продажу в підприємствах торгівлі, та стосовно виробників цих продуктів.