



УКРАЇНА

(19) UA

(11) 58420

(13) A

(51) 7 B42D15/02

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ

ОПИС

ДО ДЕКЛАРАЦІЙНОГО ПАТЕНТУ
НА ВІНАХІДВидається під
відповідальність
власника
патенту

(54) ЛИСТІВКА "СЮРПРИЗКА"

1

2

(21) 2003043892

(22) 25 04 2003

(24) 15 07 2003

(46) 15 07 2003, Бюл. №7, 2003 р.

(72) Скляренко Микола Серпійович

(73) Скляренко Микола Серпійович

(57) 1 Листівка, що містить основу з текстом і/або аудіоінформацією, і/або зображенням заданого вигляду, яка відрізняється тим, що вона додатково містить нанесену на основу інформацію про вірогідність виграшу з захисним покриттям, виконану з можливістю її відкриття у разі необхідності

2 Листівка за п 1, яка відрізняється тим, що копія та форма захисного покриття є принаймні одним елементом згаданого зображення і/або продовженням його змісту

3 Листівка за п 1, яка відрізняється тим, що нанесена інформація є потереєю

4 Листівка за п 1, яка відрізняється тим, що нанесена інформація є інформацією про виграш грошей або товару або про послугу, або про знижки, або про запрошення, або просто корисною інформацією

5 Листівка за п 1, яка відрізняється тим, що текст або інформація заданого вигляду носить вітальний і/або сувенірний, і/або гумористичний, і/або рекламний характер

6 Листівка за будь-яким з пунктів 1-5, яка відрізняється тим, що на основі розміщено інформацію, яка носить рекламний характер і відповідає предметам виграшів

7 Листівка за п 6, яка відрізняється тим, що інформація, яка носить рекламний характер, супроводжується знаками для товарів і послуг у відповідності з виграшами

8 Листівка за п 1, яка відрізняється тим, що зображення заданого вигляду і/або текст носить ворожильний характер з того чи іншого приводу (кохає, чи ні, зробити щось, чи ні) у питальній формі, при цьому нанесена інформація на даній листівці є варіантом відповіді на питання гадання

9 Листівка за будь-яким з п 1-8, яка відрізняється тим, що основа є електронним документом, який виконаний з можливістю відображення за допомогою електронних пристроїв та програмного забезпечення

Винахід відноситься до видавничої діяльності, до рекламної галузі, а також до гравального бізнесу і може бути використаний у поліграфії при виготовленні вітальних або сувенірних листівок, при рекламуванні товарів і/або послуг

Відома листівка (див. Патент РФ №2128586, МПК6 B42D15/02, опубл. 10 04 99 Бюл. №10), що містить основу з текстом і/або зображенням заданого вигляду на обох боках, а також листки з адресами, що мають можливість кріпитися до листівки. Таке рішення спрощує процес обробки інформації адресатом при великій кількості отриманих листівок, але воно зовсім не має на меті підвищення образотворчого і естетичного рівня, а також емоційно-сюрпризного напруження. Тому воно аж занадто тривіальне.

Відома також найбільш близька за технічною суттю до винаходу листівка (див. Патент Франції №2571308, МПК6 B42D15/02, опубл. 1986р.), що містить основу з текстом і/або зображенням зада-

ного вигляду, а також декоративний елемент, жорстко з'єднаний з нею за допомогою пружини. Це рішення прагне вирішити проблему сюрпризності, несподіваного ефекту, але, на наш погляд, не досить вдало, оскільки воно збільшує об'єм виробу, легко виходить з ладу і не достатньо цікавий, про це свідчить одноманітність ефекту від одного того самого декоративного елемента.

В основу винаходу поставлена задача такого удосконалення листівки, при якому за рахунок нанесення на неї інформації про вірогідність виграшу з захисним покриттям, виконаної з можливістю її відкриття у разі необхідності, а також інших пропозованих доповнень до неї забезпечується підвищення емоційно-ігрового сприйняття листівки, тобто якості самого вітання, зацікавленості у її придбанні, внаслідок чого значно підвищиться її товарообіг, а у рекламному варіанті - додатково розширяться технологічні можливості, оскільки листівка вже не тільки вдало і цікаво вітає особу,

(13) A

(11) 58420

(19) UA

яка її придбала, або який її подарували в умовах моментального виграшу, але й рекламує самі виграші, приносячи користь не тільки виробникам листівок, але й одночасно - виробникам виграшів або тим, хто пропонує свої послуги, адже послуга також може бути виграшем.

Поставлена задача вирішується тим, що листівка, що включає основу з текстом і/або аудіо інформацією, і/або зображенням заданого вигляду, згідно винаходу містить нанесену на неї інформацію про вірогідність виграшу з захисним покриттям, виконану з можливістю її відкриття у разі необхідності. Оптимальним при цьому є, коли колір та форма захисного покриття є принаймні одним елементом згаданого зображення і/або продовженням його змісту, нанесена інформація являє собою лотерею, нанесена інформація являє собою інформацію про виграш грошей або товару, або про послугу, або про знижки, або про запрошення, або просто про корисну інформацію. Текст або інформація заданого вигляду носить вітальний і/або сувенірний, і/або гумористичний, і/або рекламний характер. На основі розміщеної інформації, яка носить рекламний характер і відповідає предметам виграшів. Інформація, яка носить рекламний характер, супроводжується знаками для товарів і послуг у відповідності з виграшами. Зображення заданого вигляду і/або текст носить гадальний характер з того чи іншого приводу (кохає, чи ні, зробити щось, чи ні) у питальній формі, при цьому нанесена інформація з захисним покриттям на даній листівці являє собою варіант відповіді на питання гадання, основа являє собою електронний документ, який виконано з можливістю відображення усіх елементів листівки за допомогою електронних пристроїв та програмного забезпечення.

Причинно-наслідковий зв'язок між сукупністю ознак, що заявляється і технічними результатами, які досягаються при її реалізації, полягає у наступному.

Завдяки нанесенню на основу листівки інформації про вірогідність виграшу з захисним покриттям, виконаної з можливістю її відкриття у разі необхідності, а також інших пропонованих доповнень забезпечується емоційно-ігрове сприйняття виробу - вітальної чи сувенірної листівки, яка є не просто вітанням, але й подарунком-сюрпризом (звідси назва винаходу "Сюрпризка"). Внаслідок цього значно підвищиться товарообіг такої продукції.

Суспільство завжди мало потребу в спілкуванні на емоціональний та сентиментальний основі, в даному випадку розглядається форма обміну знаками уваги (наприклад листівками чи подарунками), які виступають носіями інформації емоціонально-сентиментального характеру.

"Сюрпризка" краще вирішує проблему суспільного спілкування в емоційно-сентиментальній площині, в нашому випадку - в площині вітань. Вона, як засіб вітання, має три складові, які покращують якість вітання: 1) власне вітальна листівка з дизайном та текстом, чи без, 2) сюрприз - момент підвищеної зацікавленості під час передчуття виграшу, коли ще невідомо, яка саме інформація (виграш) буде викрита. Привабливість цього моменту з однієї сторони подібна до

відчуття розпакування подарунку, а з другої - відчуття азарту, який виступає рушійною силою усієї гральної галузі, 3) сам виграш - це одночасно подарунок або призова інформація, що відкривається після втіання. Це може бути будь-яка цінна річ (гроші, товар, послуга, знижка і т.д.). Листівка, як новий вид товару, набуває нових властивостей та нових форм промислової придатності в наступних галузях.

1) Видавнича діяльність. Основне застосування лежить у галузі видавничої діяльності і набуває форми товару широкого вжитку. Основне призначення - слугувати предметом втіання, тобто "сюрпризка" виступатиме в одній товарній групі з вітальними листівками. Спираючись на вище приведену інформацію про "сюрпризку" можна стверджувати, що вона матиме набагато більшу привабливість для споживача, більшу конкурентоспроможність, що в свою чергу приведе до збільшення продажу за рахунок об'ємів продажу листівок вітальних, а також за рахунок залучення нових груп покупців з числа активних споживачів різного роду виграшних лотерей.

2) Рекламна галузь. "Сюрпризка" є високоефективним носієм рекламної інформації. При застосуванні реклами на звичайній листівці вітальній у покупця виникає психологічна протидія у зв'язку з вторгненням сторонньої інформації в інтимну сферу взаємовідношень споживачів. Саме тому реклама не діє і навіть має дію антиреклами. У випадку з "сюрпризкою" рекламна інформація може бути навіть доречною, якщо об'єкт реклами надаватиме цінні речі як призи-подарунки, за що він матиме право "назватися", тобто розташувати свій товарний знак. За цих умов рекламодавець набуває іншого статусу, подібного до гостя, який "зайшов" з вітаннями та подарунком. Особливе промислове значення "сюрпризки" полягає в високій якості контакту рекламної інформації з потенційним споживачем, тому що а) контакт відбувається під час визначного моменту (святової події), б) власник сюрпризки у більшій чи меншій мірі обов'язково повідомить своєму оточенню інформацію про виграш (приз) та ким він був наданий.

3) Гральний бізнес. Листівка-сюрприз, крім набуття власної форми як нового носія вітальної інформації, відкриває нову форму - лотерею (як оптимально - безпрограшної), як частини гральної галузі. Приклад конкретної реалізації.

Основу пропонованої листівки може бути виготовлено у друкованому вигляді на паперово-картонних чи полімерних (поліграфічний пластик, синтетичний папір) носіях, тобто методами і ресурсами поліграфічної галузі або у вигляді програмного продукту для розповсюдження у електронному вигляді, тобто методами і ресурсами галузі інформаційних технологій. Можливість технологічної реалізації інформації про вірогідність виграшу і її виконання на основі з можливістю відкриття у разі необхідності також не викликає сумнівів, оскільки базується на вже розроблених і відомих технологіях, при цьому отримання захисного покриття може бути здійснено шовково трафаретним способом або методом гарячого тиснення.

На кресленнях проілюстровано пропонований носій інформації на фіг 1-3 представлено загальний вигляд листівки з нумерацією сторінок, на фіг 1 - в складеному вигляді, на фіг 2-3 - у розгорнутому, на фіг 4 - сторінка 4 листівки з детальним показом рекламного варіанту винаходу за пп 6-7 формули винаходу, на фіг 5 - зображення листівки з напіввідкритим захисним покриттям, на фіг 6 - схема електронного варіанту листівки за п 9 формули винаходу.

Листівка "Сюрприз" в даному випадку - вітальна листівка "Вітаємо з народженням дитини" складається з 4-х сторінок і містить основу 1 з текстом 2 і зображенням заданого вигляду 3, а також інформацію про вірогідність виграшу 4, з захисним покриттям 5, виконану на основі 1 з можливістю її відкриття у разі необхідності. На рис 4 додатково показано інформацію, яка носить рекламний характер 6 і яка супроводжується знаками для товарів і послуг 7 у відповідності з виграшами, крім того на основі 1 міститься обліковий талон 8 для реєстрації і оформлення виграшів. На рис 6 представлено варіант виконання листівки за п 9 формули винаходу, де основа 1 являє собою електронний документ з відтворенням тексту заданого вигляду 2 та зображення 3, представленими як мультимедійна інформація, який виконано з можливістю відкриття захисного покриття 5 за допомогою активізації коду програмного вікна і ознайом-

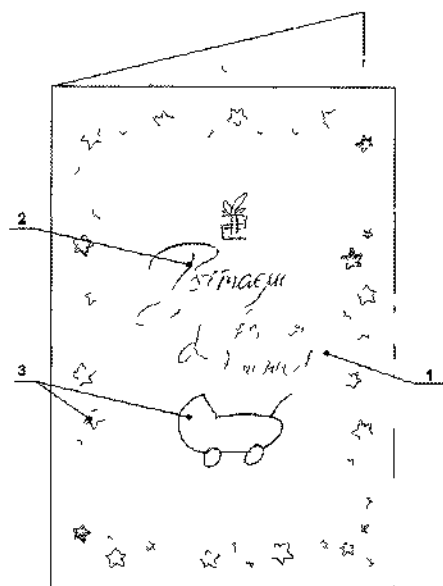


рис. 1

лення з інформацією про виграш 4, які зображені у вигляді скретч - панелі 4-5. За допомогою кліка мишкою на скретч - панелі відкривається захисне покриття 5. Відтворення електронного варіанту «сюрпризики» відбувається методами та ресурсами інформаційно-електронної галузі. Основними компонентами є апаратно-програмний комплекс, який складається з апаратної частини - комп'ютерів користувачів, сервера виробника та програмного забезпечення. Електронна листівка «сюрпризка» є електронним документом, який має індивідуальний код відповідний до номеру у базі даних «сюрпризків» на сервері виробника. При заповненні відповідних форм відправником на сервері виробника створюється як сам електронний документ («сюрпризка»), так і водночас робиться відповідний запис у базі даних відправлених документів. Програмним методом Монте-Карло вирішується який приз виграє ця «сюрпризка» і він відправляється до отримувача. Отримувач за допомогою свого поштового клієнта приймає електронний документ. При активізації коду програмного вікна скретч-панелі проводиться порівнювання інформації у одержувача з базою даних виробника і після перевірки одержувач отримує інформацію про тип отриманого приза.

Використання листівки з гадальною інформацією аналогічне описаному вище і відрізняється лише за змістовим змістом.

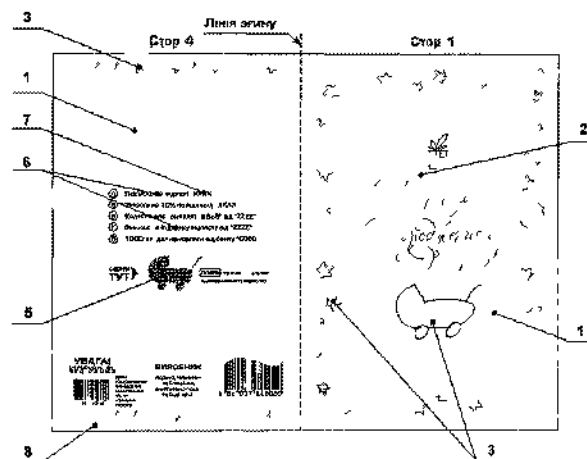


рис. 2

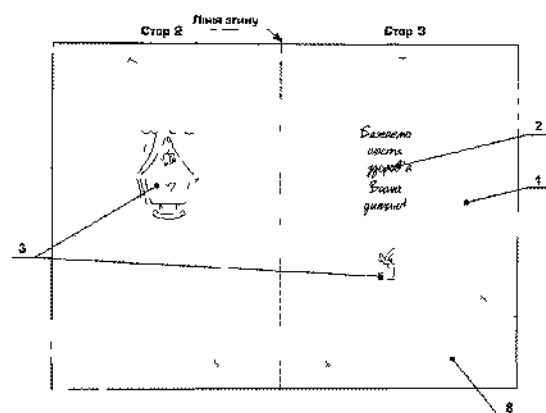


рис.3

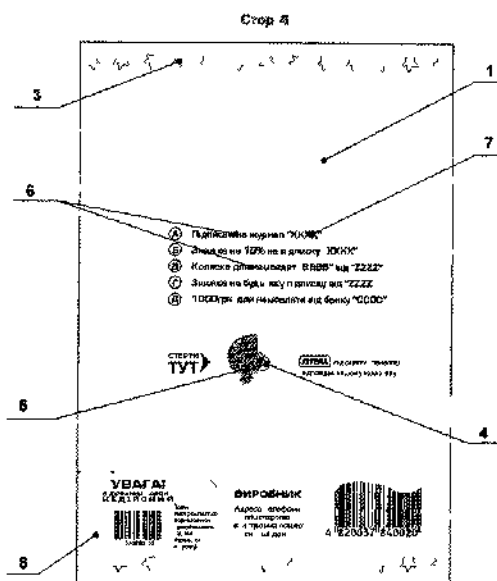


рис.5

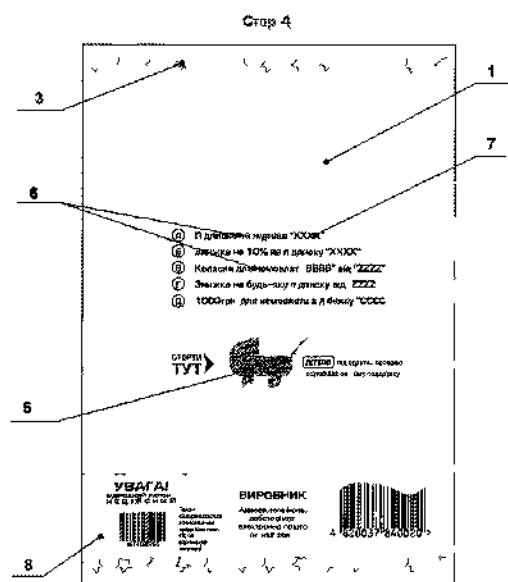


рис.4

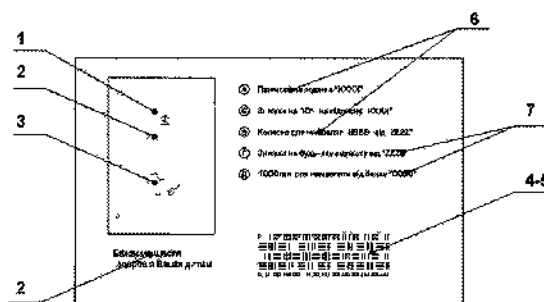


рис.6