



УКРАЇНА

(19) **UA** (11) **46620** (13) **U**
(51) МПК (2009)
G09F 23/00МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ**ОПИС**
ДО ПАТЕНТУ
НА КОРИСНУ МОДЕЛЬвидається під
відповідальність
власника
патенту**(54) СПОСІБ РОЗМІЩЕННЯ РЕКЛАМИ**

1

2

(21) u200908014

(22) 29.07.2009

(24) 25.12.2009

(46) 25.12.2009, Бюл.№ 24, 2009 р.

(72) КАШТАНОВ ІГОР ВІКТОРОВИЧ, БОНДАРЕНКО МАКСИМ ЮРІЙОВИЧ

(73) КАШТАНОВ ІГОР ВІКТОРОВИЧ, БОНДАРЕНКО МАКСИМ ЮРІЙОВИЧ

(57) Спосіб розміщення реклами, що включає розміщення рекламних зображень на поверхнях ігрових засобів як матеріальних предметів багаторазового використання, який **відрізняється** тим, що рекламні зображення розміщують у вигляді їх фрагментів на гранях малих кубиків кубика Рубіка, що утворюють шість граней кубика Рубіка.

Корисна модель відноситься до рекламної справи і може бути використана при проведенні рекламних компаній для розширення арсеналу впливу реклами на її потенційних споживачів.

Подача рекламної інформації шляхом нанесення її на матеріальні об'єкти різноманітного призначення, як на носії рекламної інформації, надає широкі можливості розширення спектру реклами і підвищення частоти її впливу на потенційних споживачів товарів і послуг, тобто, підвищення ефективності реклами.

В практиці рекламних компаній широке розповсюдження знайшли методи реклами, що передбачають нанесення рекламних зображень на предмети постійного або багаторазового використання, наприклад на предмети побуту та масового споживання, як на носії рекламної інформації, наприклад на запальнички, авторучки, олівці, блокноти, папки, килимки для комп'ютерної миші, пакети, кульки, пляшки, сувенірні вироби та інше, або на об'єкти побуту, наприклад на сірники, посуду, годинники, одяг та інше.

Рекламну інформацію розміщують на зазначених предметах на доступній для огляду частині їх поверхні з можливістю постійного або періодичного її огляду.

Такі матеріальні об'єкти, як носії рекламної інформації, з періодичним зверненням до них та їх оглядом, формують швидку розпізнаваність та стійке звання до зорового образу об'єкта реклами і його пріоритетність при вирішенні питання вибору, що підвищує ефективність впливу реклами і формування споживчого попиту на ринку товарів і послуг.

Способи розміщення реклами, з використанням предметів постійного або багаторазового ви-

користання, наприклад предметів побуту та масового споживання, широко патентуються в різних державах.

Нижче приводяться приклади таких способів, як аналогів рішення, що заявляється.

Так, за патентами України на корисні моделі №7537, МПК G09F 21/00, дата подання заявки 20.01.2005, №20752, МПК G09F 23/00, дата подання заявки 21.07.2006 та №9482, МПК G09F 21/00, дата подання заявки 29.07.2005 відомий спосіб розміщення реклами, що передбачає розміщення рекламного зображення на зворотній стороні спинки сидіння транспортного засобу лицювим боком до людей, що сидять ззаду. Задачами корисних моделей є розширення функціональних можливостей реклами, підвищення обсягу реклами, впливу на потенційних споживачів та її ефективності.

За патентом України на корисну модель №10884, МПК G09F 21/00, дата подання заявки 04.06.2004 відомий спосіб розміщення реклами, відповідно з яким розміщення рекламного зображення виконують на стінках кабіни пасажирського ліфта. Задачею корисної моделі є підвищення ефективності реклами.

За патентами України на корисні моделі №20127, МПК G09F 23/00, дата подання заявки 15.01.2007, №41712, МПК G09F 23/00, дата подання заявки 10.09.2008 та за заявою Російської Федерації на винахід №2005100871, МПК G09F 23/00, дата подання заявки 14.01.2005, відомий спосіб розміщення реклами, відповідно з яким розміщення рекламного зображення виконують на спинках сидінь (лавок), які розташовані у суспільних місцях: кінотеатрах, концертних залах, парках, атракціонах, залах очікування на автобусних, залі-

(13) **U**(11) **46620**(19) **UA**

зничних вокзалах, аеропортах і т.д. Задачами зазначених рішень є підвищення ефективності реклами.

За патентом України на корисну модель №37858, МПК G09F 23/00, дата подання заявки 25.09.2008 відомий спосіб розміщення реклами, що передбачає нанесення рекламної інформації на поверхню стола в вигляді клейкої плівки з рекламним зображенням. Задачею корисної моделі є спрощення реклами та зменшення витрат при високій ефективності.

Відповідно з патентом України на корисну модель №41418, МПК G09F 19/22, дата подання заявки 01.12.2008 спосіб розміщення реклами передбачає розміщення рекламної інформації на поручнях ескалатора, на які наклеюють полімерну стрічку з попередньо нанесеною на неї рекламною інформацією. Така реклама "відразу впадає в очі, добре запам'ятовується, забезпечує високу частоту перегляду", що підвищує ефективність реклами.

За патентом Російської Федерації на винахід №2200983, МПК G09F 23/10, дата подання заявки 24.10.2001 відомо розміщення реклами на салфетках, як носіях рекламної інформації.

За заявкою Російської Федерації на винахід №2006134669, МПК G09F 15/00, дата подання заявки 24.10.2001 відомо розміщення реклами на стінках сірникових коробок, що мають вільні від інформації поверхні при їх виготовленні.

За заявкою Російської Федерації на винахід №2006134917, МПК G09F 15/00, дата подання заявки 02.10.2006 відомо розміщення реклами на поверхнях корпусу запальнички безпосередньо при її виготовленні, в місцях, вільних від маркування виробника запальничок.

Загальними ознаками зазначених рішень, як аналогів, і рішення, що заявляється, є: спосіб розміщення реклами, який включає розміщення рекламних зображень на поверхнях предметів постійного або багаторазового використання.

Особливу групу способів розміщення реклами представляють способи, що передбачають розміщення реклами на ігрових засобах, як на предметах багаторазового використання.

Так, за свідоцтвом Російської Федерації на корисну модель №28632, МПК A63G 31/00, дата подання заявки 05.09.2002, відомий комплекс для військової гри з використанням літальних апаратів, злітно-посадочної смуги для літальних апаратів, цілей поразки, пристроїв умовної поразки цілей, при цьому на літальних апаратах виконані поверхні для нанесення реклами.

За свідоцтвом Російської Федерації на корисну модель №66688, МПК A63F 3/04, дата подання заявки 19.12.2006, відома настільна стратегічна гра, що включає ігрове поле у вигляді стилізованої географічної карти об'єктів енергетики, ігрові фішки у формі стилізованих об'єктів енергетики і ліній електропередач, інструкцію з правилами проведення гри і визначення переможця. Сторона, що протилежна ігровому полю, призначена для використання в якості носія рекламної інформації.

За заявкою Російської Федерації на винахід №99100550, МПК A63F 3/04, дата подання заявки 06.01.1999, відома настільна гра, що містить що-

найменше одну ігрову дошку, що складається з декількох ігрових полів, розділених на клітки з позначеннями, фішки, набір гральних карт, що визначають команди для дій гравців, і засоби можливості вибору, фішки для фіксації ефективних ходів, що виконані у вигляді, наприклад, прямокутних пластин, при цьому на кожному гральну карту нанесена рекламна інформація про клієнтів, ціни і маркетинг, про стан розвитку ринку конкретних товарів та послуг.

Загальними ознаками зазначених рішень, як аналогів, і рішення, що заявляється, є: спосіб розміщення реклами, який включає розміщення рекламних зображень на поверхнях ігрових засобів, як предметах багаторазового використання.

В зазначених рішеннях, рекламні зображення, що виконані на поверхнях ігрових засобів, не задіяні в правилах гри, не приймають участі в грі, тобто огляд і сприйняття таких рекламних зображень носить пасивний характер, що зменшує ефективність реклами.

Як найближчий аналог вибрано спосіб розміщення реклами, що відомий за заявкою Російської Федерації на винахід №94033076, МПК G09F 23/14, дата подання заявки 06.09.1994.

Спосіб розміщення реклами передбачає розміщення рекламної інформації на ігрових полях і ігрових елементах комерційної гри. Гра містить дошку з ігровим полем, виконаним у вигляді плоскої фігури, розділеної на ділянки з рекламною інформацією або місцем для її розміщення, генератор випадкових чисел, ігрову фішку, ігрові елементи у вигляді карток, на яких розташована реклама існуючих підприємств або місце для її розміщення. Наявність ділянок на ігровій дошці і ігрових картках з рекламою існуючих підприємств-рекламодавців і можливість розміщення будь-якої іншої реклами дозволяє гравцям реально сприймати елементи ринкової економіки, а рекламодавцям розширювати можливості в рекламуванні своїх товарів і послуг.

Загальними ознаками найближчого аналога і рішення, що заявляється, є: спосіб розміщення реклами, який включає розміщення рекламних зображень на поверхнях ігрових засобів, як матеріальних предметах багаторазового використання.

В способі розміщення реклами за найближчим аналогом, як і в вище зазначених аналогах з розміщенням рекламних зображень на поверхнях ігрових засобів, рекламні зображення не задіяні в процесі гри, не приймають участі в грі, тобто сприйняття таких рекламних зображень носить пасивний характер, що зменшує ефективність реклами.

В основу корисної моделі поставлена задача удосконалення способу розміщення реклами на поверхнях ігрових засобів, в якому за рахунок включення рекламних зображень в процес гри підвищується ефективність сприйняття та запам'ятовування рекламної інформації, що підвищує ефективність реклами.

Поставлена задача вирішується тим, що в способі розміщення реклами, що включає розміщення рекламних зображень на поверхнях ігрових засобів як матеріальних предметах багаторазово-

го використання, відповідно до корисної моделі, рекламні зображення розміщують в вигляді їх фрагментів на гранях малих кубиків кубика Рубіка, що утворюють шість граней кубика Рубіка.

Вказані ознаки складають сутність корисної моделі.

Істотні ознаки корисної моделі знаходяться в причинно-наслідковому зв'язку з результатом, що досягається.

Так, відмітні ознаки корисної моделі (реklamні зображення розміщують в вигляді їх фрагментів на гранях малих кубиків кубика Рубіка, що утворюють шість Граней кубика Рубіка) в сукупності з істотними ознаками, загальними з найближчим аналогом, підвищують ефективність сприйняття та запам'ятовування рекламної інформації, що підвищує ефективність реклами.

Це пояснюється наступним.

Для того, щоб рекламна інформація викликала очікуваний ефект, вона повинна бути поміченою, комфортно сприйнятою та запам'ятатися потенційними споживачами реклами. Розміщення рекламних зображень в вигляді їх фрагментів на гранях малих кубиків кубика Рубіка, забезпечує включення рекламних зображень в процес гри, тобто забезпечує активний процес сприйняття та запам'ятовування рекламної інформації.

Гравець в процесі гри (в процесі складання кубика Рубіка) постійно займається аналізом рекламного зображення в цілому та на рівні його елементарних фрагментів, що розміщені на гранях малих кубиків кубика Рубіка. В протилежному разі гра становиться просто неможливою.

Зазначені особливості гри створюють відповідні умови та відповідний емоційний настрій для ефективного сприйняття і запам'ятовування рекламної інформації. Періодичне складання кубика Рубіка підсвідомо створює в пам'яті стійкий зоровий образ об'єкта реклами, забезпечує його розпізнаваність та пріоритетність при вирішенні питання вибору, що підвищує ефективність впливу реклами і формування споживчого попиту на ринку товарів і послуг.

Нижче приводиться опис способу розміщення реклами, що заявляється, та приклад його реалізації, з посиланнями на фігури, на яких показано:

Фіг.1 - Спосіб розміщення реклами, кубик Рубіка, його конструктивні особливості.

Фіг.2-4 - Спосіб розміщення реклами, процес гри з пошаровим повертанням малих кубиків кубика Рубіка.

Фіг.5 - Спосіб розміщення реклами, приклад розміщення реклами футбольних клубів.

Фіг.6-11 - Спосіб розміщення реклами, приклад розміщення фрагментів емблем футбольних клубів гранях кубика Рубіка.

Спосіб розміщення реклами, що заявляється, в загальному вигляді включає розміщення рекламних зображень в вигляді їх фрагментів на гранях малих кубиків кубика Рубіка, що утворюють шість граней кубика Рубіка, як матеріального ігрового засобу багаторазового використання.

Кубик Рубіка (варіант 3X3) є широко відомим ігровим засобом і представляє собою кубічну конструкцію 1, що складається з шарнірно з'єднаних між собою двадцяти шести елементарних малих кубиків, в тому числі шість центральних кубиків 2, що розташовані в центральних частинах граней кубічної конструкції 1, вісім кутових кубиків 3, що розташовані в кутах кубічної конструкції 1, дванадцять бортових кубиків 4, що розташовані по середині ребер кубічної конструкції 1 (фігура 1). Всі елементарні малі кубики 2, 3, 4 з'єднані з можливістю пошарового повороту.

На грані елементарних малих кубиків 2, 3, 4, що утворюють шість граней кубічної конструкції 1, наносять в графічному вигляді фрагменти рекламних зображень.

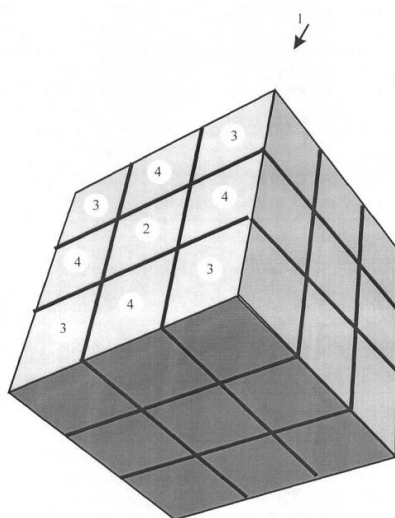
Гра, тобто рішення головоломки, здійснюється шляхом пошарового повороту (переміщення) елементарних малих кубиків 2, 3, 4 до отримання на гранях кубічної конструкції 1 повних рекламних зображень із їх фрагментів, що розміщені на гранях елементарних малих кубиків 2, 3, 4 (фігури 2-4).

На фігурах 5-11 показано приклад реалізації способу для реклами футбольних клубів, наприклад, українських ведучих футбольних клубів.

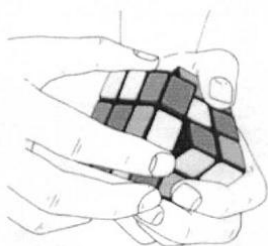
На грані елементарних малих кубиків 2, 3, 4, що утворюють шість граней кубічної конструкції 1, наносять в вигляді рисунків фрагменти зображень емблем футбольних клубів, наприклад, футбольних клубів "Шахтар" - м. Донецьк, "Динамо" - м. Київ, "Дніпро" - м. Дніпропетровськ, "Ворскла" - м. Полтава, "Металіст" - м. Харків, "Металург" - м. Донецьк.

Гру здійснюють шляхом пошарового повороту (переміщення) елементарних малих кубиків 2, 3, 4 до отримання на гранях кубика Рубіка повних зображень емблем футбольних клубів із їх фрагментів. Гру здійснюють по відомим правилам та алгоритмам (наприклад, відомі авторський алгоритм Коніщева Г.В., авторський алгоритм Істратова Н.Д. та інше).

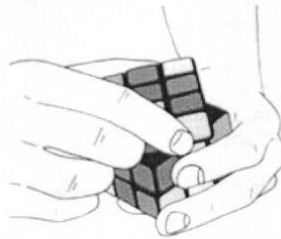
Гравець в процесі гри (в процесі складання кубика Рубіка) постійно займається аналізом зображень емблем в цілому та на рівні їх елементарних фрагментів, що підсвідомо створює в пам'яті стійкі зорові образи емблем, забезпечує їх розпізнаваність.



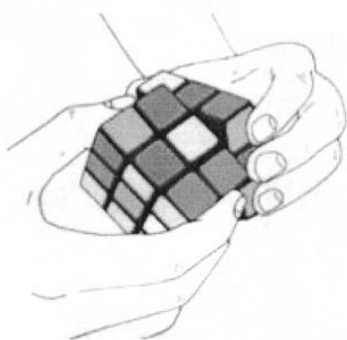
Фиг. 1



Фиг. 2



Фиг. 3



Фиг. 4



Фиг. 5



Фіг. 6



Фіг. 7



Фіг. 8



Фіг. 9



Фіг. 10



Фіг. 11