

ЧЕКЛІСТ

9 КРОКІВ ДО МАСШТАБІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

для майстрів народних художніх промислів, які хочуть
розвивати власну справу, зберігати та популяризувати вироби
українського традиційного ремесла



IP ACADEMY of Ukraine

Partner of
WIPO Academy

ПЕРЕДМОВА

Кожна людина, створюючи щось власноруч – будь то керамічний виріб чи вишита сорочка, – мріє, щоб її творіння знайшло відгук у серцях людей, стало корисним у побуті, впізнаваним у світі й таким, що передає частинку душі майстра. Це природне бажання кожного творця – аби його справа жила, розвивалася й знаходила шанувальників.

Однак на шляху до втілення цих мрій майстри часто стикаються з труднощами: браком знань у сфері маркетингу, права чи бізнес-організації. Виникає незрозуміння, з чого почати та де знайти фахівця, який пояснить складне простою мовою. Усе це гальмує розвиток справи, породжує сумніви у власних силах і змушує зупинитись там, де варто було б іти далі.

Майстри мають мати змогу зосередитись на головному – створенні виробів, збереженні традицій, розвитку ремесел. Юристи – захищати їхні права, а маркетингологи – доносити цінність продукту до світу.

Саме для того, щоби підтримати майстрів і дати їм змогу зосередитись на творчості, департаментом «Академія інтелектуальної власності» Державної організації «Український офіс інтелектуальної власності та інновацій» за підтримки Академії Всесвітньої організації інтелектуальної власності було об'єднано фахівців із різних галузей у межах проєкту «Роль інтелектуальної власності у збереженні коду нації».

У межах цього проєкту створено практичний інструмент – чекліст із простими порадами та перевіреними кроками, що сприятимуть масштабуванню бізнесу в сфері народних художніх промислів. Він є доповненням до серії матеріалів, присвячених розвитку народних художніх промислів, зокрема: гайду «Інтелектуальна власність для майстрів народних художніх промислів» та дайджесту «Народні художні промисли: мандрівка крізь традиції світу».



Чекліст розроблено з метою підтримки майстрів у впевненому, системному й усвідомленому розвитку власної справи – із збереженням автентичності та традиційних цінностей. Адже масштабування бізнесу в цій сфері – це не лише шлях до збільшення обсягів продажу, а й можливість зробити унікальні вироби доступними ширшій аудиторії. Такий розвиток сприяє популяризації ремесел, збереженню культурної спадщини, економічному зростанню місцевих спільнот і відкриває нові перспективи для талановитих майстрів.

Цей чекліст покликаний стати практичним помічником для майстрів у процесі становлення, розвитку та масштабування їхньої справи. У ньому зібрано прості та водночас дієві поради, що допомагають розуміти, як охороняти втілення власних ідей, будувати бренд, просувати продукцію й розширювати ринки збуту, не втрачаючи при цьому зв'язку з культурним корінням.

Скануй QR-код та переходь на Facebook сторінку IP Academy



Усі рекомендації, подані в чеклісті, також спрямовані на заохочення майстрів до співпраці та об'єднання зусиль на рівні громад і регіонів. Розвивати справу самостійно – складне завдання, що потребує значних ресурсів, часу та знань. Проте в партнерстві, через спільні ініціативи, мережування та підтримку одне одного, відкриваються значно ширші можливості для зростання, впізнаваності й стійкого успіху.

Адже саме в єдності, взаємопідтримці й довірі народжується сила, здатна не лише зберегти традиції, а й надати їм нове, сучасне звучання – зробити їх живими, привабливими та актуальними в усьому світі.

Крок 1. Об'єднуйтесь для спільного розвитку

Секрет масштабування бізнесу часто ховається не в технологіях, а в людях поруч.

Якщо ви тільки починаєте або вже маєте власну справу, не обов'язково йти цим шляхом наодинці. Об'єднання з іншими майстрами, які працюють у схожій техніці або використовують подібні матеріали, може відкрити перед вами нові можливості для зростання.

Чому це важливо?

Об'єднання з іншими майстрами відкриває більше можливостей для розвитку, допомагає знайти нові контакти, отримати підтримку, скоротити витрати, обмінюватись досвідом і залучати прихильників традиційної культури та нових покупців.

З ким об'єднуватись?

Шукайте майстрів, які розділяють ваші цінності та бачення. Це можуть бути:

- колеги з вашого регіону чи навіть за його межами;
- колеги з ярмарків, виставок чи майстеркласів;
- учасники тематичних спільнот у Facebook, Instagram.

Як це працює на практиці?



Закупівля матеріалів

Купуйте сировину оптом, адже так завжди вигідніше



Обмін досвідом

Вчіться один у одного, влаштовуйте спільні зустрічі для обміну досвідом



Участь у проєктах

Разом легше брати участь у фестивалях та ярмарках, адже це дозволяє розділяти витрати на організацію, логістику та промоцію



Спільна майстерня

Знімайте приміщення разом, це дозволяє зменшити витрати на оренду та обладнання

Спільнота – це ваша сила та підтримка. Тож об'єднавшись, ви можете створити спілку майстрів у вашому регіоні або громадське об'єднання, задля ефективного забезпечення інтересів всієї спільноти майстрів.

Приклад

У селі Злакуса, що знаходиться у Сербії, лише близько десяти родин зберігають унікальні технології виготовлення глиняних виробів.

Майстри, що незважаючи на сучасні технології виробництва, продовжують працювати за старовинними технологіями, створили об'єднання гончарів «Злакуса». Це дозволило їм отримати офіційний сертифікат якості, що підтверджує автентичність, ручну роботу та винятковість використаної сировини.

Об'єднання не лише сприяє обміну досвідом, а й допомагає популяризувати народне ремесло й зберігати культурну спадщину. Тож навіть невелика спільнота може створити важливий вплив на збереження традицій.

Крок 2. Відроджуйте історію та наділяйте вироби сучасними сенсами

Історія ремесла є важливою складовою маркетингової стратегії, що сприяє створенню впізнаваного продукту, формуванню емоційного зв'язку з покупцем та збільшенню продажів.

01

Досліджуйте коріння

Звідки походить ваше ремесло? Що робить його особливим? Чим воно відрізняється від інших? Це може бути:

- техніка, якій вас навчила бабуся;
- візерунок із вашого регіону;
- форма, яка має давнє коріння;
- місцева легенда чи подія, яка пов'язана з вашою роботою.

Важливо ділитись історією промислу та особистим шляхом, що пов'язує вас із ним, адже це допомагає створити унікальний бренд, який має не лише естетичну, але й емоційну цінність.

02

Переосмислюйте, не копіюйте

Зберігати традицію – не означає залишитись у минулому. Навпаки, найкращий спосіб зберегти її – зробити актуальною, наприклад:

- змінити колірну гаму, але зберегти автентичну форму виробу;
- використовувати традиційні мотиви у популярних товарах (наприклад, шопери, футболки, канцелярія);
- створювати речі, які поєднують ручну роботу з новими технологіями.

Приклад

Розпис косівської кераміки набуває нових сучасних сенсів, її традиційні мотиви дедалі частіше інтегруються в дизайн одягу, аксесуарів та графіку, надаючи сучасним виробам виразного українського характеру. Яскравий приклад – колекція «Косів» українського бренду одягу та аксесуарів «Emmelie Delage», де впізнавані візерунки косівського розпису використані у дизайні хусток та взуття. Така інтерпретація дозволяє народному мистецтву органічно ставати частиною сучасного повсякденного життя, викликаючи неабиякий інтерес в аудиторії.

Крок 3. Беріть участь у різноманітних подіях

Ярмарки та виставки – це унікальна можливість познайомити аудиторію зі своїм ремеслом та виробами, налагодити ефективний нетворкінг, обмінятись досвідом, а також зарядитись енергією спільноти.

Кожна активність допомагає вивести ваш бренд на новий рівень, краще зрозуміти потреби аудиторії, протестувати нові вироби та встановити корисні зв'язки.

Щоб ваша участь у подіях була максимально ефективною:

Обирайте події свідомо

Проаналізуйте, чи підходить ця подія саме вам:

- хто її відвідує? чи це ваша цільова аудиторія?
- яка тематика заходу?
- чи є можливість не лише продавати, а й виступити з майстеркласом, презентацією?

Підготуйтеся якісно

Презентація виробів має бути помітною, привабливою та інформативною:

- оформлення стенду має відповідати стилю вашого бренду і привертати увагу;
- підготуйте необхідні матеріали, такі як візитівки, або QR-коди з посиланням на ваші соцмережі, сайт, інтернет-магазин;
- подбайте про пакування та етикетки, адже ці деталі формують загальне враження про ваш бренд.

Налагоджуйте нетворкінг

Ваша історія – найкращий маркетинговий інструмент:

- щиро розповідайте про те, як і чому ви створюєте свої вироби;
- говоріть про цінності вашого бренду – це допоможе залучити не лише покупців, а й справжніх прихильників;
- знайомтесь з іншими учасниками – нові зв'язки сприятимуть колабораціям, обміну досвідом або запрошенням на майбутні заходи.

Ярмарки та виставки дають можливість як подавати вироби, так і побудувати репутацію та розширити свою спільноту. Активна участь у таких подіях стає важливою частиною стратегії розвитку вашого бренду. Чим більше ви демонструєте свою справу, тим більше підтримки та уваги отримуєте.

Якщо у вашому місті ще не проводяться ярмарки – це чудова нагода стати першими, хто започаткує нову традицію. Організуйте місцеве свято, присвячене вашому ремеслу, і перетворіть його на щорічну подію, яка стане культурною візитівкою регіону.

Запрошуйте майстрів з інших областей, шукайте партнерів для співпраці, об'єднуйте зусилля. Саме так народжуються унікальні події, що привертають увагу медіа, туристів та поціновувачів автентичних виробів з усієї країни. Потужна ініціатива з місцевим корінням має всі шанси стати подією національного масштабу.

Приклад

Ярмарки, такі як «ВсіСвої», «Кураж Базар», «Ukrainian Design Week», «Made in Ukraine», «Вдома Фест» та «Ярмарок традиційного мистецтва в Музеї Івана Гончара», сьогодні є масштабними подіями, що приваблюють величезну кількість відвідувачів з усієї України. Це потужні платформи, де десятки українських брендів мають можливість презентувати свої вироби, а відвідувачі – відкрити для себе нові унікальні вироби.

Крок 4. Використовуйте силу онлайн-присутності

Сьогодні цифровий простір відкриває безмежні можливості для популяризації ремесел, пошуку нових клієнтів і побудови сильної спільноти навколо вашої справи. У цифрову епоху бути присутнім в мережі Інтернет – це стратегічна необхідність.

01

Створіть сторінку в соціальних мережах або власний інтернет-магазин

Розкажіть про свої вироби в мережі Інтернет: створіть сторінку в Instagram та Facebook, оберіть назву бренду, розробіть логотип, додайте фото виробів, їх опис, умови замовлення та доставки. В соціальних мережах діліться історією ремесла, походженням технік, матеріалів та унікальністю виробу.

Також, варто окремо створити власний сайт з інтернет-магазином, що розширить можливості продажу виробів та оптимізує роботу з замовленнями (наприклад, за допомогою українських конструкторів для створення інтернет-магазинів «SendPulse», «Shop-Express», «Horoshop»).

02

Розміщуйте вироби на платформах для українських крафтових товарів

Не зупиняйтесь на створенні сторінки в соціальних мережах або інтернет-магазині. Розширюйте свою онлайн-присутність, співпрацюючи з українськими платформами, які спеціалізуються на продажу крафтових виробів (наприклад, Щось цікаве, Crafta.ua, Skrynya).

03

Не обмежуйтеся продажами лише в Україні

Виходьте на міжнародні платформи, щоби дати світу можливість познайомитись та доторкнутись до української культури (наприклад, Etsy, Handmade Amazon, eBay).

Працюючи з міжнародними платформами, обов'язково додавайте до опису виробів позначки «Made in Ukraine», «Ukrainian Folk Art», «Traditional Craft». Ці маркування користуються попитом за кордоном і підвищують інтерес до ваших виробів серед міжнародної аудиторії, яка шукає унікальні та автентичні вироби з України.

Приклад

Український бренд традиційних прикрас з бісеру «Irina Haluschak», активно розвиває свою онлайн-присутність, маючи власну сторінку в соціальній мережі Instagram, де ділиться процесом створення прикрас, історією бренду та відгуками клієнтів. Бренд також представлений на українській платформі «Skrynya», що спеціалізується на продажу автентичних виробів. Для іноземної аудиторії бренд має магазин на платформі «Etsy», завдяки чому прикраси вже потрапили до понад 40 країн світу, популяризуючи українське мистецтво за кордоном.

Крок 5. Розвивайте соціальні мережі

Соціальні мережі – це не тільки майданчик для гарних фото, це також про побудову довіри, діалогу та спільних цінностей.

01

Публікуйте відео з процесом створення виробів, покажіть робочий день, інструменти, діліться помилками, адже живий контент захоплює та отримує багато реакцій

02

Співпрацюйте з іншими майстрами, брендами, лідерами думок (наприклад: створення спільних виробів, рекламні інтеграції, прямі ефіри)

03

Розповідайте про своє ремесло, родинні традиції, філософію бренду

04

Проводьте прямі ефіри, відповідайте на запитання, запускате опитування серед підписників

05

Використовуйте рекламні можливості Facebook для створення рекламних оголошень та просування виробів

06

Даруйте бонуси за позначки у сторіс та дописах, заохочуйте залишати відгуки, проводьте розіграші

07

Створюйте контент, який показує, як автентичні вироби природно інтегруються в сучасне життя, доповнюють інтер'єр, гармонійно поєднуються з повсякденним одягом, стають стильними та змістовними подарунками

Онлайн-присутність – це ваш інструмент комунікації зі світом, що дозволяє розповісти свою історію тисячам людей не виходячи з майстерні та зробити українське ремесло впізнаваним у всьому світі.

Приклад

Український бренд «Gunia», що поєднує сучасний дизайн з традиційними ремеслами, активно розвиває свої соціальні мережі та має зручний інтернет-магазин. Бренд також регулярно створює рекламні інтеграції та випускає спільні тематичні колекції з іншими брендами, що допомагає здобувати широку популярність в Україні та за її межами.

Крок 6. Відкрийте сувенірну крамничку

Розширюйте свою присутність не лише онлайн – відкрийте власну сувенірну крамничку. Невеликий, але атмосферний простір у туристичній локації, біля музею або майстерні може стати ефективним каналом продажу й презентації вашого ремесла.

Перетворіть крамничку на щось більше, ніж магазин:

оформте простір так, щоби він передавав дух вашого ремесла

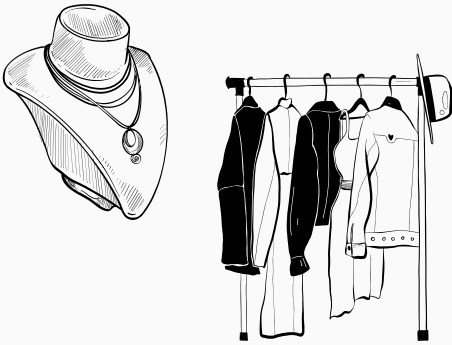
створіть у просторі куточок-майстерню, де можна проводити майстер класи, тематичні вечори та презентації

Це дозволить перетворити простір на місце, що приваблює туристів, створює емоційний зв'язок з виробами та допомагає краще демонструвати їхню цінність.

Фізична присутність також відкриває можливість зібрати зворотний зв'язок, сформувати лояльну аудиторію та закріпити образ вашого бренду як важливої частини культурного середовища.

Альтернативою відкриттю власної крамнички може бути співпраця з іншими магазинами. Не обов'язково обмежуватись лише крамницями крафтової чи сувенірної продукції.

Якщо ви створюєте сучасні вироби з народними мотивами: шопери, листівки, канцелярію чи аксесуари – такі речі цілком доречно пропонувати до продажу в різноманітних локаціях.



Наприклад, прикраси можуть органічно доповнювати асортимент магазинів одягу, шопери та канцелярія – чудово пасують для книгарень або супермаркетів, а листівки чи посуд можуть прикрашати полиці у кав'ярнях. Це допоможе охопити нову аудиторію та розширити впізнаваність бренду в несподіваних локаціях.

Приклад

Фізичний простір магазину «Всі свої», де зібрані вироби українських брендів – від одягу та аксесуарів до предметів декору, – дає змогу покупцям наживо ознайомитись з виробами та оцінити їх якість, що часто складно передати через фото в соціальних мережах. Для майстрів, такий формат продажу виробів є також дуже зручним, адже не потрібно наймати персонал або постійно бути присутніми на локації, що дозволяє зменшити витрати. Наявність виробів у фізичних магазинах підвищує довіру до бренду, забезпечує сталі продажі завдяки постійному потоку відвідувачів і відкриває додаткові канали для прибутку.

Крок 7. Створіть культурний центр народного художнього промислу

Відновлення історичних майстерень або будинків майстрів, наповнення їх автентичним змістом через інструменти, побутові речі, атмосферу минулого – має потужний маркетинговий потенціал та відкриває можливості для промоції традиційної культури. Такі простори зберігають історичну пам'ять, розповідають про коріння ремесла, приваблюють туристів та стають джерелом сталого прибутку для громади.

01

Ініціюйте відродження історичних локацій

Якщо у вашому містечку збереглась садиба майстра або будівля, пов'язана з історією ремесла – це може стати цінним ресурсом для розвитку культури й громади:

- ініціюйте відновлення простору, що буде поєднувати музей, майстерню або крамничку;
- об'єднайте навколо ініціативи громаду, спадкоємців майстрів, істориків, активістів;
- шукайте підтримку у місцевої влади та фондів, адже такі культурні проекти часто мають шанс отримати фінансування.

03

Створіть екскурсійний маршрут

Організуйте прогулянки місцями, де зародилось ремесло – це гарний спосіб не лише популяризувати, а й поділитись знаннями про ремесло:

- продемонструйте туристам, як збирали сировину, де працювали перші майстри, якими були їхні оселі;
- долучайте науковців, істориків, архівістів та бібліотекарів, щоби віднайти цікаві факти, захоплючі легенди та маловідомі історії, що допоможуть глибше розкрити історію ремісничого осередку та традицій;
- поділіться розповідями, фотографіями, прикладами старовинних виробів;
- запрошуйте до участі шкільні групи, мандрівників, дослідників та шанувальників традиційної культури.

02

Ініціюйте відкриття тематичного музею

Навіть невеликий простір з кількома експонатами може зацікавити відвідувачів. Не обов'язково мати окрему будівлю, бо музей можна організувати у відновленій садибі майстра, в бібліотеці або школі:

- продемонструйте старі інструменти, світлини, зразки виробів, розповідайте родинні історії;
- організовуйте зустрічі, події, презентації – зробіть музей живим осередком традицій.

04

Додайте об'єкт до туристичної мапи регіону

Чим більше людей дізнається про вашу крамничку, відновлену садибу, музей або екскурсійний маршрут, тим більшу аудиторію ви зможете залучити:

- зверніться до місцевих туристичних центрів та гідів, запропонуйте включити об'єкт в екскурсійні програми;
- додайте інформацію про місце на популярні туристичні платформи, такі як TripAdvisor, що дозволить мандрівникам легко дізнатись про нього;
- розмістіть афішу про відкриття або важливі події у популярних місцях міста, для привернення уваги місцевої аудиторії та туристів;
- створіть сторінку у соціальних мережах, де відвідувачі зможуть дізнатись більше про місце, слідкувати за подіями, а також ділитись своїми враженнями.

Кожна відновлена садиба, майстерня, створений музей чи екскурсійний маршрут – це нове життя для ремесла. Такі місця дають змогу глибше пізнати історію промислу, залучити нову лояльну аудиторію, підтримати інтерес до культури та розвитку громади.

Приклад

Успішну комерціалізацію народного художнього промислу демонструє червоно-біла хустинка «Mouchoirs de Cholet» з невеликого містечка Шоле на заході Франції, що зареєстрована як географічне зазначення. У Шоле працюють музеї, присвячені історії хустинки, проводяться тематичні виставки та екскурсійні маршрути. У місті також працюють фірмові магазини й крамниці з сувенірною продукцією, де можна придбати товари з впізнаваним візерунком. Такі ініціативи приваблюють тисячі туристів, що сприяє розвитку малого бізнесу та поповнює місцевий бюджет, забезпечуючи інвестиції в культурну та туристичну інфраструктуру громади.

Крок 8. Позначте місцезнаходження своєї локації на карті

Позначка на карті – простий та дієвий спосіб привернути більше уваги до майстерні, музею, маршруту чи крамниці.



Створіть геолокацію на Google Maps

Це дозволить локації з'явитись в інтернет-пошуку та на мапі, що зробить її помітною для туристів і містян, які шукають цікаві місця поруч



Оновлюйте інформацію

Підтримуйте актуальні години роботи, контакти та додавайте нові фотографії, адже люди охочіше приходять у місця, де інформація виглядає достовірною



Додайте якісні фотографії

Зображення інтер'єру, виробів, подій або роботи майстра допомагають створити уявлення про атмосферу та викликають довіру



Заохочуйте відвідувачів залишати відгуки

Враження інших відвідувачів підсилюють інтерес і формують репутацію



Додавайте коментарі на Google Maps до інших туристичних локацій, що знаходяться поруч

Можна ненав'язливо порадити зазирнути до майстерні чи пройти екскурсійним маршрутом – так збільшується охоплення аудиторії

Такий підхід не потребує значних ресурсів, але суттєво підсилює онлайн-присутність і впізнаваність серед мандрівників та місцевих жителів.

Приклад

Чеський музей «Muzeum skla a bižuterie», де зберігаються вироби з особливого скла, виготовлені в місті Яблонець-над-Нисою та зареєстровані як географічні зазначення, активно використовує цифрові інструменти для залучення відвідувачів. Музей має позначку на Google Maps, де представлені актуальні фото, графік роботи та численні відгуки туристів, що допомагає зробити його більш помітним для туристів, підвищити довіру та зацікавленість відвідувачів, а також сприяє легкому плануванню візиту.

Крок 9. Захистіть унікальність місця походження промислу

Захист унікальності промислу допомагає зберегти його цінність та культурне значення традицій. Одним із ефективних інструментів є реєстрація географічного зазначення, яке підтверджує зв'язок виробу з певним регіоном та гарантує його якість.

Також, лише об'єднавшись, майстри мають можливість зареєструвати географічне зазначення для народного художнього промислу, що є важливим кроком для просування ремесла на новий рівень визнання. Форма об'єднання та склад учасників визначатимуться залежно від мети діяльності, що може охоплювати різноманітні варіанти від створення громадської організації до формування спілки. Географічне зазначення:



Вказує на походження виробу з певного регіону



Допомагає захистити вироби від підробок



Підвищує рівень довіри до виробів як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках



Підтверджує унікальні властивості, репутацію або інші характеристики виробів



Дозволяє підвищити вартість виробів, завдяки визнанню автентичності

Процес реєстрації не є складним та має велике значення для збереження та популяризації традицій. Форми документів заявки на державну реєстрацію географічного зазначення, нормативно-правову базу та Реєстр географічних зазначень можна знайти за посиланням – <https://nipo.gov.ua/reiestr-heohrafichnykh-zaznachen/>

Приклад

Кролевецькі рушники є офіційно зареєстрованим географічним зазначенням в Україні для рушників, скатертин, серветок, фартухів, панно, створених в техніці ручного переборного ткацтва, майстрами, що проживають на території міста Кролевець та Кролевецького району Сумської області. Реєстрація географічного зазначення підтверджує їхнє походження та високу якість, а також забезпечує захист від підробок та створює додаткову впізнаваність виробам. У місті працює Музей Кролевецького ткацтва, діє офіційне виробництво, а майстрів активно запрошують на різноманітні заходи популяризувати свою спадщину на культурних заходах. Завдяки статусу географічного зазначення Кролевецькі рушники стали впізнаваними не тільки в Україні, а й за її межами.

ПІСЛЯМОВА

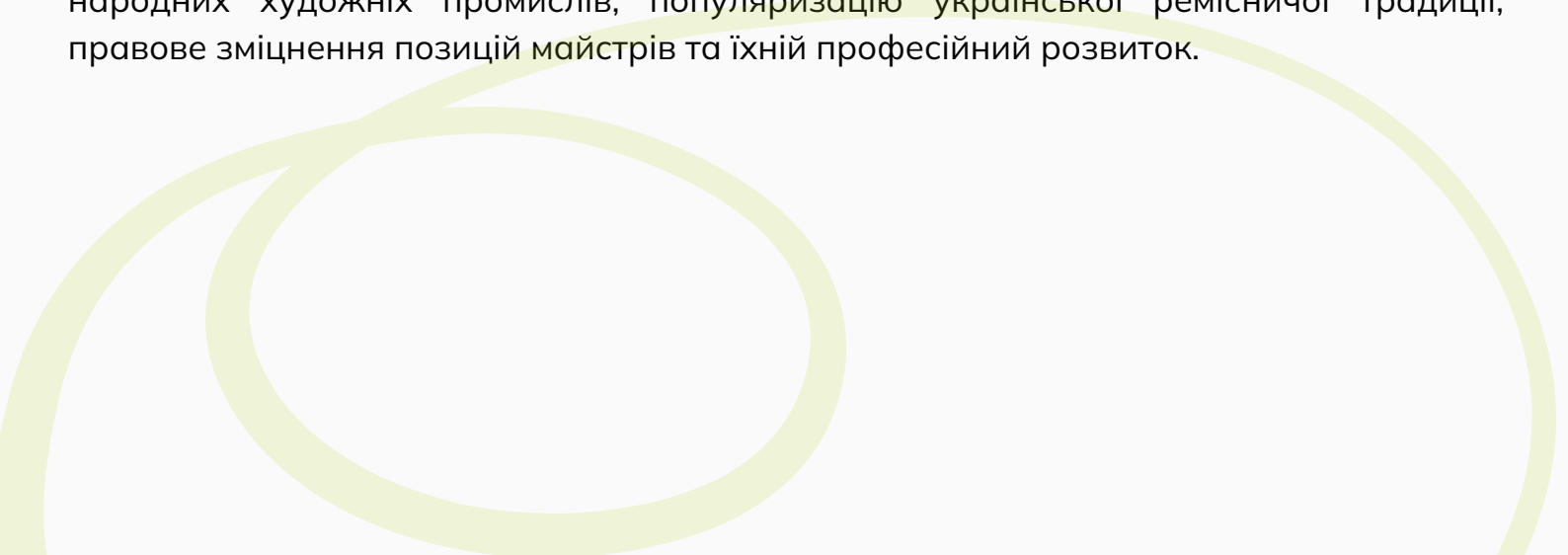
Цей чекліст підсумовує цикл матеріалів, створених у межах проєкту «Роль інтелектуальної власності у збереженні коду нації», спрямованого на підтримку майстрів народних художніх промислів та сприяння збереженню нематеріальної культурної спадщини України.

Основна мета проєкту – надати майстрам практичну підтримку, посилити їхню обізнаність у сфері інтелектуальної власності та розкрити потенціал правового інструментарію для охорони і промоції традиційних знань, ремесел та мистецтва. Запропоновані у матеріалах поради та рекомендації відповідають сучасним викликам, з якими стикаються майстри народних художніх промислів у своїй щоденній діяльності.

Чекліст, як і весь навчально-інформаційний комплекс проєкту, покликаний стати відповіддю на практичні запитання та стати джерелом натхнення для подальших дій – від реалізації локальних ініціатив до об'єднання зусиль на рівні громади чи професійного середовища. Його структура побудована з урахуванням потреб майстрів у сферах авторського права, охорони промислових зразків, географічних зазначень, брендування та взаємодії з ринком.

У межах проєкту також реалізовано тренінговий курс, який викликав високу зацікавленість з боку майстрів, освітян та представників культурної сфери. З огляду на актуальність тематики та виявлену потребу, курс обов'язково буде повторено, з оновленням та розширенням тематики відповідно до запитів учасників і нових викликів у сфері охорони культурної спадщини.

Усі напрацювання проєкту становлять внесок у формування сталої підтримки народних художніх промислів, популяризацію української ремісничої традиції, правове зміцнення позицій майстрів та їхній професійний розвиток.



Висловлюється щира вдячність усім майстрам, які долучились до ініціативи, користувались матеріалами, підготовленими Академією інтелектуальної власності Державної організації «Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій» та ділились власним досвідом. Їхня активність, небайдужість і відкритість до нових знань стали важливими чинниками ефективності та практичної цінності цього видання.

У разі виникнення запитань, побажань чи пропозицій щодо подальших ініціатив з цього напрямку, можна звертатись на електронну пошту: **ip.academy@nipo.gov.ua**.

Кулініч О., Ткачук А. Дев'ять кроків до масштабізації бізнесу: чекліст для майстрів народних художніх промислів, які хочуть розвивати власну справу, зберігати та популяризувати вироби українського традиційного ремесла / художнє оформлення Андрієнко О., Шистя П. К.: УКРНОІВІ, 2025. 17 с.

© УКРНОІВІ, 2025

  Attribution 4.0 International (CC-BY-4.0)

Ліцензія  не поширюється на контент, що не належить УКРНОІВІ, у цьому чеклісті.

Візуальні елементи: Canva Pro.

Згадування окремих майстрів, компаній, сервісів або продуктів у цьому гайді не є вираженням підтримки чи рекомендацією з боку УКРНОІВІ. Ми не надаємо перевагу жодному з них перед іншими подібними, які не названі в чеклісті.