

ГАЙД

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ ДЛЯ НАРОДНИХ ХУДОЖНІХ ПРОМИСЛІВ




IP ACADEMY

 Partner of
WIPO Academy

ПЕРЕДМОВА

Інтелектуальна власність відіграє ключову роль для успішного розвитку та масштабування бізнесу у сфері народних художніх промислів. Вона допомагає майстрам забезпечувати охорону унікальних дизайнів, технологій та власних брендів, зберігати контроль над процесом створення виробів, а також отримувати дохід завдяки власним навичкам, вмінням, творчим проявам та талантам. Від авторських текстильних орнаментів і кераміки до ювелірних виробів і різьблення – інтелектуальна власність надає можливість охороняти традиційні вироби від неправомірного використання та копіювання.

Гайд створений в рамках реалізації проєкту «Роль інтелектуальної власності у збереженні коду нації», що організований Департаментом «Академія інтелектуальної власності» Державної організації «Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій» (далі – UKPHOIBI) за підтримки Академії Всесвітньої організації інтелектуальної власності (далі – BOIB).

Гайд буде корисний для майстрів народних художніх промислів, які зацікавлені у розвитку власного бізнесу завдяки використанню інтелектуальних, творчих здобутків. У гайді роз`яснюється як майстри народних художніх промислів можуть використовувати різні види інтелектуальної власності – авторське право, торговельні марки, географічні зазначення, промислові зразки, винаходи та корисні моделі, а також комерційні таємниці тощо. Ви дізнаєтесь про критерії та умови охорони, а також отримаєте практичні поради щодо реєстрації та ефективного управління належними вам правами інтелектуальної власності.

Скануй QR-код та переходь на Facebook сторінку IP Academy



Гайд розроблений для майстрів народних художніх промислів та представників галузі, які не мають спеціалізованої освіти в сфері інтелектуальної власності з метою доступного донесення важливої інформації щодо охорони результатів творчої діяльності. Усі терміни та поняття в тексті максимально спрощені для зручності сприйняття та легкості засвоєння матеріалу.

Гайд складається з 5 розділів та містить:

ПРАВОВА ОХОРОНА

Інформацію про способи правової охорони результатів інтелектуальної власності.

АНКЕТА №1

Анкету для визначення рівня правової охорони прав інтелектуальної власності.

ПРАКТИЧНІ ПОРАДИ

Поради щодо айдентики, маркетингової стратегії, використання цифрових інструментів та партнерських колаборацій.

АНКЕТА №2

Оцінка поточного стану вашого бізнесу та розробки стратегії розвитку, яка допоможе покращити маркетингові підходи, створити ефективний бренд та масштабувати бізнес.

ДОДАТКОВІ РЕСУРСИ

Підтримки вашого бренду, включаючи інструменти інтелектуальної власності та ефективні маркетингові рішення.

РОЗДІЛ 1.

СПОСОБИ ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ



IP ACADEMY  of Ukraine

 Partner of
WIPO Academy

1.1 АВТОРСЬКЕ ПРАВО: ОХОРОНА ТВОРІВ НАРОДНИХ ХУДОЖНІХ ПРОМИСЛІВ

Що охороняє авторське право?

Авторське право охороняє оригінальні твори, які створені людиною та отримали будь-яку об'єктивну форму втілення.

У народних художніх промислах це можуть бути:



КАРТИНИ (ТВОРИ
ОБРАЗОТВОРЧОГО
МИСТЕЦТВА)



СКУЛЬПТУРИ ТА РІЗЬБЛЕННЯ



ОРНАМЕНТАЛЬНЕ АБО
СЮЖЕТНЕ ЗОБРАЖЕННЯ
ВИШИВКИ, ТЕКСТИЛЮ



ЗОБРАЖЕННЯ ВИРОБІВ
РУКОДІЛЛЯ ТА НАРОДНИХ
РЕМЕСЕЛ



ФОТОГРАФІЇ ВИРОБІВ



ТВОРИ ЦИФРОВОГО
МИСТЕЦТВА ТА ДИЗАЙН

Критерії охорони

01 Оригінальність:

Твір має бути результатом творчої діяльності автора, а не простим відтворенням або копією інших творів. Це означає, що твір повинен мати нові, творчі елементи, навіть якщо він побудований на існуючих ідеях.

02 Фіксація:

Твір має бути зафіксований у матеріальній формі, зокрема на фотоплівці, папері, мольберті, в тексті, в електронному вигляді. Ідеї самі по собі не підлягають охороні.

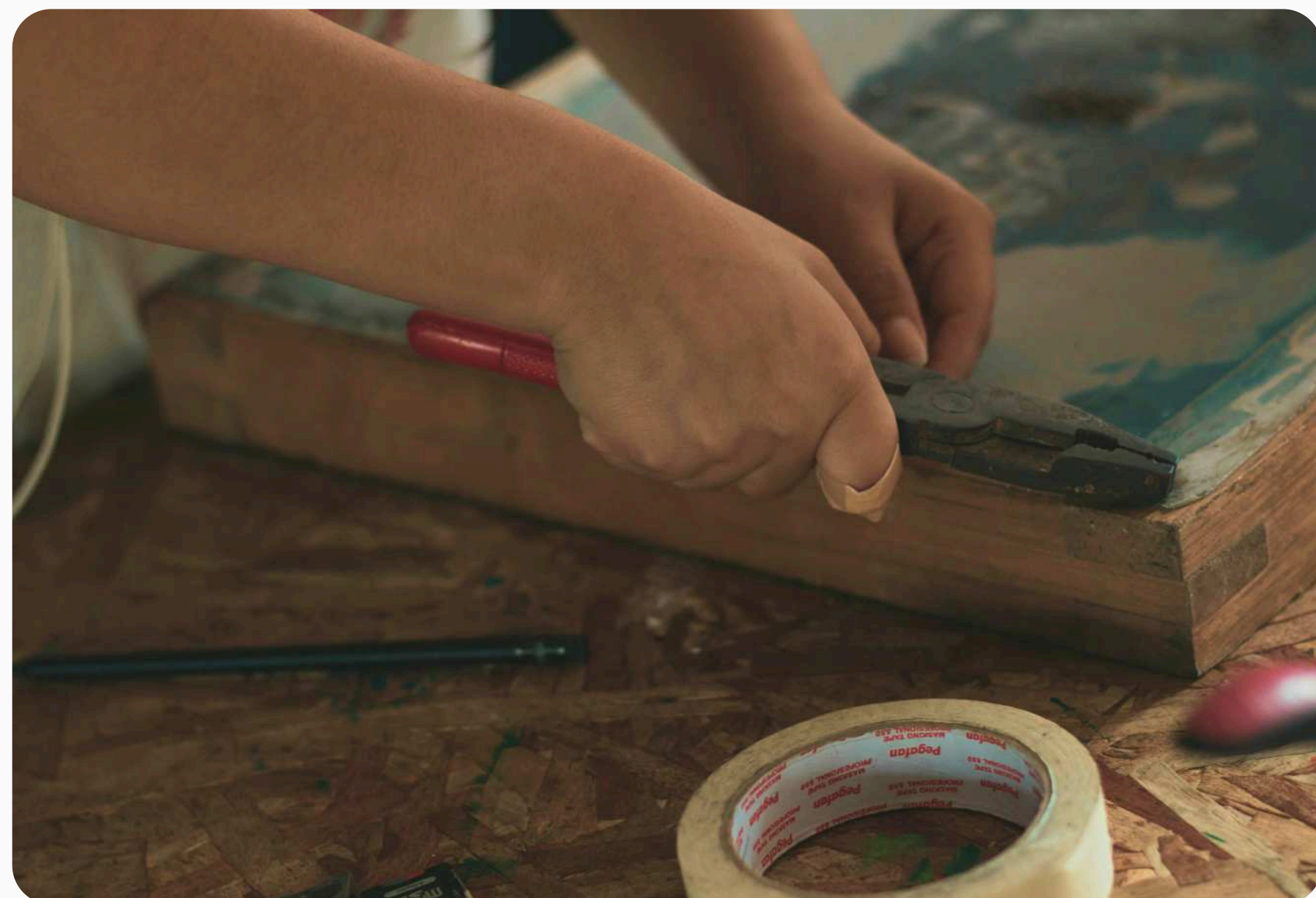
Механізм охорони

01 Автоматична охорона:

Як тільки твору надано певну форму (письмову, речову, електронну), авторське право на нього виникає автоматично. Це означає, що твір охороняється внаслідок факту його створення.

02 Реєстрація (необов'язково, але корисно):

Реєстрація не є обов'язковою, але факт реєстрації може відіграти важливу роль при захисті авторських прав у випадку порушень.



Реєстрація в Україні

Подача документів для реєстрації авторського права:

- Заявка подається в УКРНОІВІ з заповненою формою заяви та доданими до неї документами, необхідними для державної реєстрації авторського права на твір.
- Документи можна подати у паперовій формі (засобами поштового зв'язку) чи в електронній формі через спеціальну електронну систему на сайті УКРНОІВІ www.nipro.gov.ua.

Процес розгляду заявки:

- Заявку розглядають протягом двох місяців з моменту отримання всіх документів.
- Після розгляду заявки ухвалюється висновок про наявність підстав для внесення відомостей про державну реєстрацію авторського права до Державного реєстру свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір.
- Відповідна реєстраційна інформація вноситься до Реєстру протягом 10 робочих днів.
- Заявнику видається свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір.
- Реєстрація є безстроковою, і її не потрібно підтримувати чи продовжувати.

Використання авторських прав

Ексклюзивна можливість здійснювати авторські права на власний розсуд:

- Авторське право надає право контролювати, як використовується твір. Це означає, що автор має право відтворювати, поширювати чи демонструвати свою роботу та приймати рішення про надання дозволу іншим використовувати твір певним способом або забороняти.

Ліцензування – надання дозволу на використання твору:

- Автор може дозволити іншим використовувати свою роботу, надаючи ліцензію, і отримувати за це роялті.

Приклад: Художник, який малює природні чи сільські пейзажі, може дозволити використовувати свої картини на листівках і отримувати додатковий дохід у вигляді періодичних виплат або одноразового платежу.

Тривалість охорони

Авторське право в Україні охороняється протягом життя автора.

ПІСЛЯ СМЕРТІ
+70 РОКІВ

Міжнародна охорона

Для просування виробів народних художніх промислів за кордоном важливо знати, як забезпечити надійну охорону авторських прав у зарубіжних країнах.

Ось кілька ключових моментів:

01

Автоматична охорона. Якщо твори охороняються авторським правом в Україні, вони автоматично охороняються в багатьох країнах, які ратифікували міжнародні угоди у сфері авторського права, зокрема Бернську конвенцію про охорону літературних і художніх творів. Це означає, що твори не можуть бути використані без дозволу в інших країнах.

03

Рекомендується реєструвати авторські права на твір в Україні для отримання відповідного свідоцтва, що засвідчує факт авторства.

02

Реєстрація у окремих зарубіжних країнах. Хоча охорона надається автоматично, реєстрація авторського права на твір у окремих іноземних країнах може спростити захист прав, особливо у випадку судових спорів або незаконного використання твору.

04

Якщо планується продаж або використання різними способами творів в іноземних країнах, варто проконсультуватися з фахівцями у сфері інтелектуальної власності (зокрема патентними повіреними, адвокатами).

Таким чином, можна забезпечити охорону своїх прав і ефективно розвивати бізнес на міжнародному ринку, з впевненістю щодо забезпечення їх надійної охорони.



1.2 ТОРГОВЕЛЬНІ МАРКИ: ОХОРОНА УНІКАЛЬНОСТІ ТА ІДЕНТИЧНОСТІ ВАШОГО БРЕНДУ

Що охороняє торговельна марка?

Торговельна марка надає охорону відмінним назвам, логотипам, символам, корпоративним героям чи будь-яким іншим позначенням, які відрізняють ваші вироби чи послуги від інших. Це важливий інструмент для побудови впізнаваності та підвищення цінності вашого бренду.

У народних художніх промислах це можуть бути:

01 Назва підприємства (наприклад, «Гончарна майстерня Остапа»)

02 Логотип (унікальний графічний дизайн, що індивідуалізує ваш бізнес)

03 Гасла або крилаті фрази (наприклад, «Створено у найкращих гуцульських традиціях»)

04 Унікальне пакування (колірні схеми, візерунки або дизайн коробки чи пакетів, які відрізняють ваші вироби)

Критерії охорони

01 Розрізняльна здатність:

Торговельна марка повинна бути унікальною та дозволяти відрізнати товари чи послуги від інших. Вона не може складатися лише з загальних або описових слів. Наприклад, «Гончарні вироби ручної роботи» не може бути торговельною маркою без унікального логотипа чи стилізованого напису.

02 Не вводить в оману:

Торговельна марка не повинна повторювати або бути надто схожою на вже зареєстровану, якщо це може ввести в оману споживача. Вона також не має містити недостовірної інформації про походження чи властивості виробів.

Механізм охорони

Реєстрація: рекомендується зареєструвати торговельну марку на ранніх етапах ведення бізнесу для забезпечення правової охорони і засвідчення прав інтелектуальної власності на використання торговельної марки.

Реєстрація в Україні

- Реєстрацію торговельних марок здійснює УКРНОІВІ.
- Для реєстрації необхідно подати заявку з пакетом документів та сплатити збір за подання заявки на торговельну марку.
- Заяву можна подати в паперовій або електронній формі через спеціальну систему на сайті www.nipo.gov.ua.
- УКРНОІВІ проводить експертизу заявки на відповідність вимогам правової охорони.
- Середній термін розгляду заявки – 18 місяців.
- У випадку відповідності заявленої торговельної марки всім умовам правової охорони, УКРНОІВІ ухвалює рішення про реєстрацію торговельної марки.
- Після ухвалення рішення необхідно сплатити збір за публікацію про видачу свідоцтва на торговельну марку та державне мито за видачу свідоцтва.

Використання торговельних марок

Використання для власних виробів (брендування виробів): торговельна марка дозволяє споживачам асоціювати вироби з певною якістю та цінністю, що сприяє лояльності клієнтів і підвищує впізнаваність бренду.

Ліцензування: можливість дозволити іншим майстрам чи підприємцям використовувати торговельну марку на своїх виробах (наприклад, сувенірних товарах чи текстилі), що створює додатковий дохід і допомагає популяризувати бренд та масштабувати власний бізнес та джерела отримання доходу.

Приклад: виробник ювелірних виробів може зареєструвати свій логотип як торговельну марку та використовувати його на етикетках усіх своїх виробів, візитках і маркетингових матеріалах, що сприяє впізнаваності бренду та захисту від виробництва підробок.

Тривалість охорони

10 років з можливістю постійного поновлення, за умови використання торговельної марки в бізнесі.

Якщо торговельна марка не використовувалася протягом **5 років**, будь-яка зацікавлена особа може звернутися до суду або відповідного органу для припинення дії свідоцтва за рішенням суду.

Міжнародна охорона

Торговельна марка, зареєстрована для охорони в країні за національною процедурою, дійсна для охорони лише в цій країні та відповідає національному законодавству даної країни. Для охорони торговельної марки в інших країнах необхідно подати окремі заявки в кожній з них.

Однак є зручні інструменти, які дозволяють спростити цей процес:

01 Регіональна реєстрація:

Якщо ви хочете зареєструвати свою торговельну марку в кількох країнах одночасно, можна подати заявку на реєстрацію в межах певного регіону. Наприклад, для країн Європейського Союзу існує єдине поле для реєстрації через Європейське відомство інтелектуальної власності (EUIPO <https://www.euiipo.europa.eu>). Це дозволяє отримати захист у всіх країнах Європейського Союзу за однією заявкою.

02 Мадридська система:

Якщо потрібно забезпечити правову охорону торговельній марці в багатьох країнах поза межами Європейського Союзу, можна подати заявку через Мадридську систему. Ця система дозволяє подавати одну заявку на основі базової реєстрації або заявки в Україні, і отримати захист у кількох країнах одночасно. Більше інформації можна знайти на сайті <https://www.wipo.int/en/web/madrid-system/>

1.3 ГЕОГРАФІЧНІ ЗАЗНАЧЕННЯ: ОХОРОНА З УРАХУВАННЯМ СПЕЦИФІКИ ПОХОДЖЕННЯ ВИРОБІВ

Що охороняє географічне зазначення?

Географічне зазначення охороняє вироби, які мають унікальні якості або характеристики, що зумовлені їх походженням з певного регіону.

У народних художніх промислах це можуть бути

01 Вишивка, яка виготовляється за традиційними техніками, властивими певному регіону

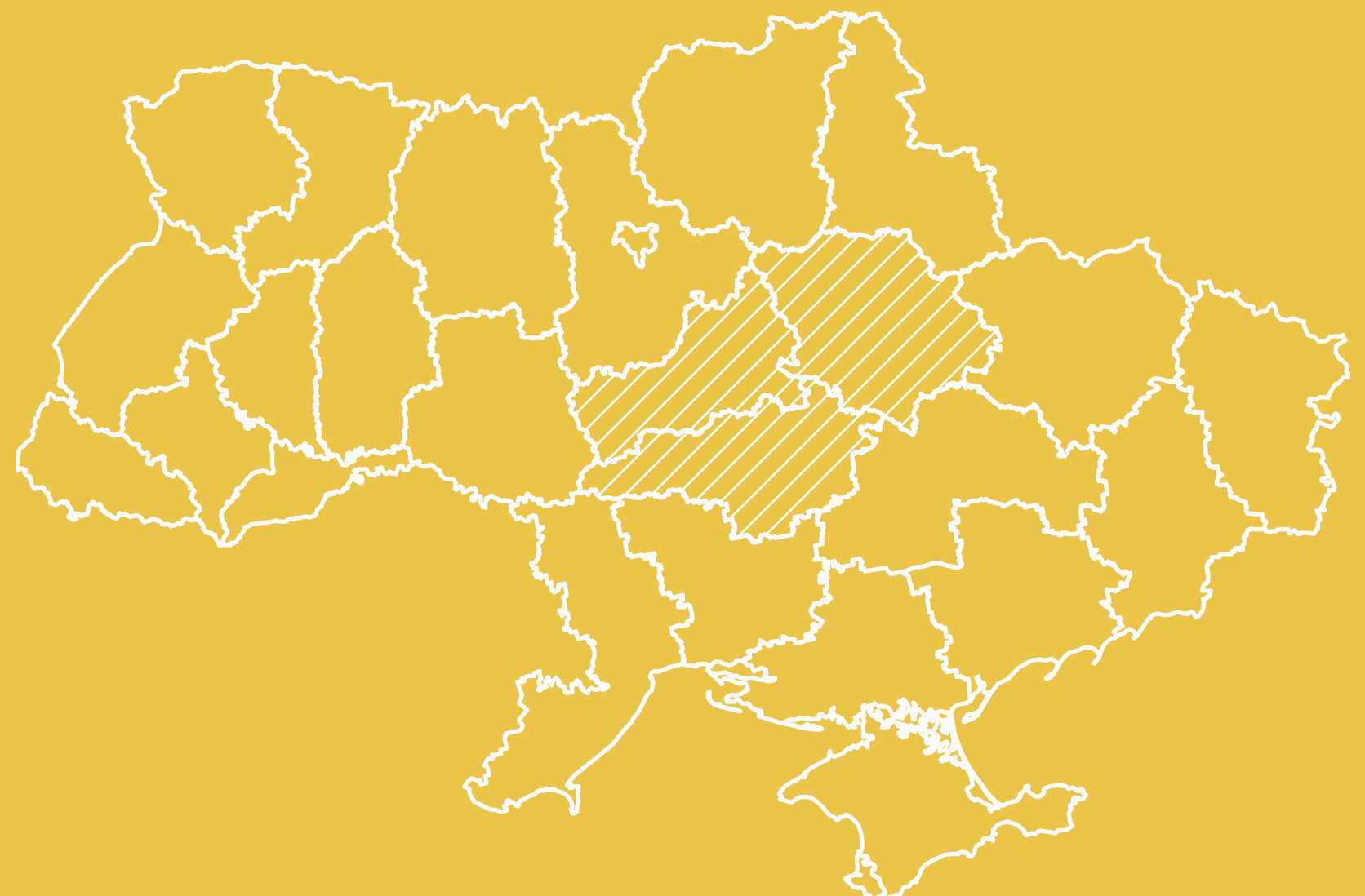
02 Кераміка, виготовлена за унікальними методами та з використанням місцевих матеріалів, таких як глина з певної місцевості,

03 Ткацтво, яке застосовує старовинні технології та специфічні візерунки, притаманні лише цьому регіону,

04 Виготовлення виробів із дерева, каменю чи металу, де використання місцевих матеріалів та технологій створює неповторний стиль і якість продукції.

Географічне зазначення

Забезпечує охорону таких виробів і гарантує, що тільки майстри з цього регіону можуть використовувати таке позначення для маркування своїх виробів.



Критерії охорони

01 Географічний зв'язок:

Виріб повинен мати **прямий зв'язок із певною географічною територією** (наприклад, ремесло чи виріб, традиційний для цього регіону).

02 Специфічні характеристики:

Виріб повинен мати **певні якості** або **репутацію**, яка нерозривно пов'язана з географічним місцем, в якому розташоване виробництво виробів.

03 Традиційні методи:

Часто вироби повинні виготовлятися **з використанням традиційних методів та технік**, які передаються з покоління в покоління.

Механізм охорони

Щоб отримати охорону географічного зазначення, група або асоціація виробників, які працюють у певному регіоні, повинна підготувати опис методів виробництва, стандартів якості та географічного походження своїх виробів. Цей опис слід подати на затвердження до Міністерства культури та стратегічних комунікацій України (<https://mcsc.gov.ua/>). Процедура є безкоштовною і зазвичай займає до 2 місяців.

Реєстрація в Україні

- Заявка на реєстрацію географічного зазначення подається до **УКРНОІВІ** www.nipo.gov.ua протягом 3 місяців з дня погодження спеціально уповноваженим органом специфікації товару.
- За подання заявки сплачується збір.
- Заява публікується для подання можливих заперечень від третіх осіб.
- Після проведення експертизи приймається рішення про реєстрацію або відмову в реєстрації географічного зазначення.
- Після прийняття рішення про реєстрацію та підтвердження сплати державного мита та збору за публікацію, **УКРНОІВІ** здійснює офіційну реєстрацію географічного зазначення та вносить його до Державного реєстру географічних зазначень України.

Можливості для народних художніх промислів

Ціноутворення: географічне зазначення може допомогти підвищити ціну на вироби завдяки їхній унікальності, пов'язаній із місцевими традиціями та високою якістю виробів.

Маркетинг: географічне зазначення може підкреслювати культурну значимість виробів, що приваблює покупців, які шукають автентичні ремісничі вироби, створені вручну в конкретному регіоні.

Колективний брендинг: географічне зазначення допомагає створити єдину ринкову ідентичність для групи майстрів, пов'язуючи їхні вироби з культурною спадщиною регіону, традиціями, історіями та якістю виробів.

Ексклюзивність: тільки виробники, які працюють у визначеному регіоні та дотримуються встановлених стандартів, можуть використовувати географічне зазначення для позначення своїх виробів.

Приклад: виробник ювелірних виробів може зареєструвати свій логотип як торговельну марку та використовувати його на етикетках усіх своїх виробів, візитках і маркетингових матеріалах, що сприяє впізнаваності бренду та захисту від виробництва підробок.

Тривалість охорони

Невизначена, доки виріб продовжує відповідати критеріям охорони (наприклад, збереження традиційних методів виробництва та географічного походження).

01

Збереження традиційних методів виробництва

02

Збереження традиційних методів виробництва

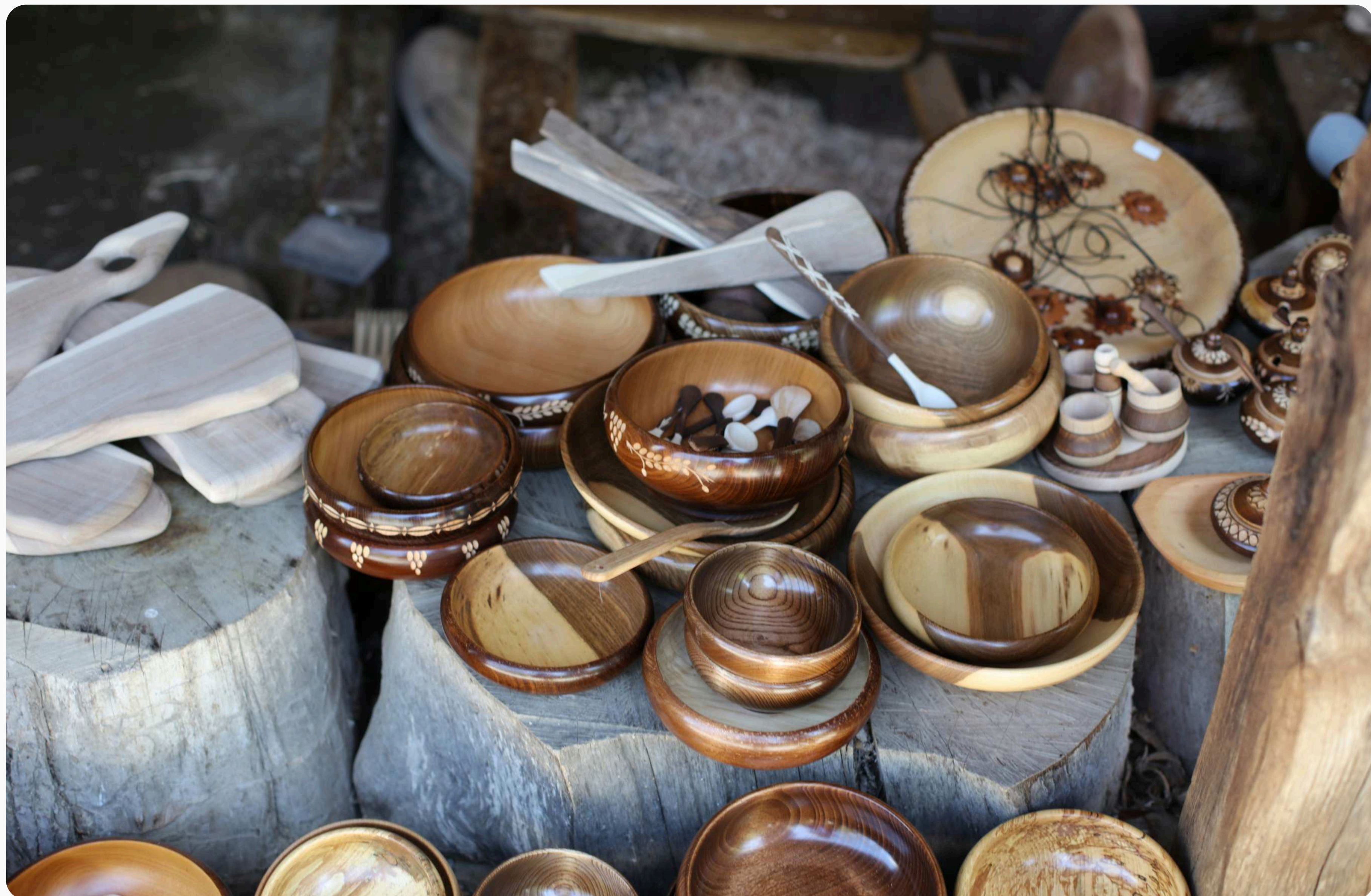
∞

ТРИВАЛІСТЬ
НЕВИЗНАЧЕНА

Міжнародна охорона

01 Після реєстрації географічного зазначення в Україні можна отримати охорону і в інших країнах. В деяких країнах, таких як Грузія чи країни Європейського Союзу, українські географічні зазначення вже захищені через двосторонні угоди.

02 Крім того, є можливість зареєструвати географічне зазначення на міжнародному рівні через Лісабонську систему, яку адмініструє Всесвітня організація інтелектуальної власності (BOIB). Додаткову інформацію можна знайти на офіційному сайті BOIB: <https://www.wipo.int> або на сайті Європейського Союзу щодо реєстрації ГЗ: <https://www.euipo.europa.eu>



1.4 ПРОМИСЛОВІ ЗРАЗКИ: ОХОРОНА ДИЗАЙНУ ВИРОБІВ

Що охороняє промисловий зразок?

Промисловий зразок охороняє візуальний вигляд (дизайн) виробу, зокрема:



ФОРМИ



ВІЗЕРУНКИ



КОЛЬОРОВУ ГАМУ



ТЕКСТУРИ



ОЗДОБЛЕННЯ НА ПОВЕРХНІ

У народних художніх промислах це можуть бути



Оригінальні візерунки на текстилі чи тканих виробах



Особливі форм глиняного або скляного посуду



Дизайн унікальних ювелірних виробів



Дизайн різьблених меблів чи предметів інтер'єру

Критерії охорони

01 Новизна:

Промисловий зразок вважається новим, якщо його дизайн ще ніколи не був показаний або використаний раніше. Якщо виріб є частиною складнішого виробу, ця частина може бути захищена, якщо її видно під час використання виробу, і вона відповідає вимогам новизни.

Також, дизайн не повинен бути залежним від технічної функції виробу. Він має бути спрямований лише на зовнішній вигляд, тобто прикрашати або надавати виробу особливий стиль чи форму.

02 Індивідуальний характер:

Дизайн повинен бути унікальним і відрізнятися від інших подібних виробів. Наприклад, якщо створено особливий візерунок на текстилі або унікальну форму посуду, цей виріб має бути впізнаваним і не схожим на інші.

Механізм охорони

Для отримання охорони на промисловий зразок потрібно подати заявку, яка містить зображення або схеми виробу, що показують всі його сторони.

Реєстрація в Україні

- Реєстрацію промислового зразка здійснює УКРНОІВІ.
- Для реєстрації необхідно подати заявку в УКРНОІВІ, заповнивши встановлену форму та подаючи всі необхідні документи разом із оплатою зборів.
- Заяву можна подати в паперовій або електронній формі через спеціальну систему на сайті www.nipo.gov.ua.
- УКРНОІВІ проводить перевірку заявки, щоб впевнитися, що вона відповідає вимогам для реєстрації.
- Середній термін розгляду заявки на реєстрацію промислового зразка складає близько 4 місяців.
- Після завершення експертизи, УКРНОІВІ приймає рішення про реєстрацію або відмову в реєстрації промислового зразка.
- За реєстрацію промислового зразка необхідно сплатити збір за публікацію та державний збір.

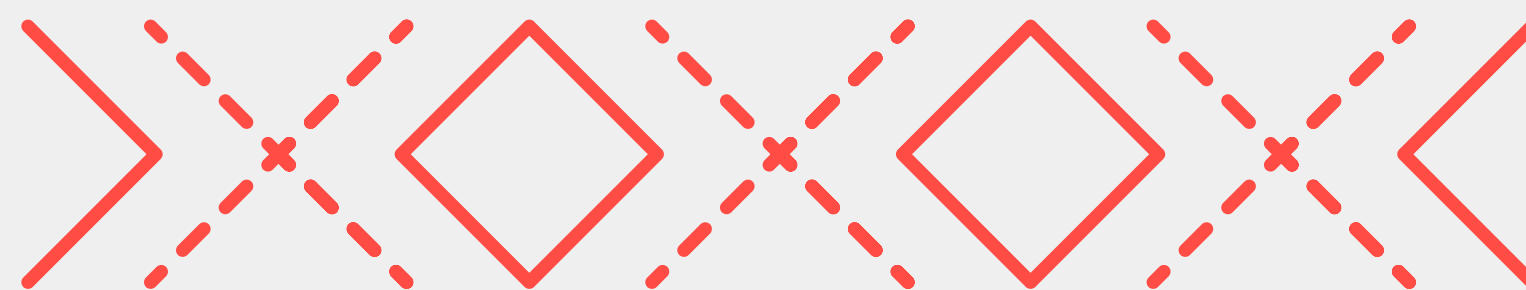
Використання промислових зразків

Ексклюзивні права: Після реєстрації дизайн стає унікальним для конкретного виробу. Це означає, що тільки той, хто зареєстрував цей дизайн, має право його використовувати для виготовлення та продажу продукції.

Ліцензування: Можна дозволити іншим майстрам або виробникам використовувати цей дизайн за певну плату (роялті). Це дозволяє заробляти на власному дизайні.

Впізнаваність на ринку: Унікальний дизайн допомагає виробам виділятися серед інших. Це збільшує популярність продукції та допомагає створити впізнаваний бренд.

Приклад: майстер, який створює унікальний візерунок на килимах ручної роботи, може забезпечити охорону цього дизайну шляхом реєстрації промислового зразка, запобігаючи його копіюванню іншими.



Тривалість охорони

5 років з можливістю поновлення на кожні наступні 5 років, до загального терміну в 25 років. Поновлення можливе за умови сплати відповідних зборів.

Виняток: незареєстровані зразки можуть мати обмежений захист (лише від копіювання) протягом 3 років після їх розкриття.

Міжнародна охорона

Охорона промислового зразка є територіальною, тобто захист надається тільки в тих країнах, де була подана відповідна заявка, і де було зареєстровано промисловий зразок. Для цього існують кілька механізмів міжнародної реєстрації.

01 Гаазька система:

Ця система дозволяє подати одну заявку на охорону промислового зразка в кількох країнах одночасно. Україна є частиною цієї системи, і за допомогою неї можна отримати охорону (тобто захистити власний дизайн) у понад 60 країнах (<https://www.wipo.int/en/web/hague-system/>)

02 Подача окремої заявки:

Якщо країна не є учасником Гаазької угоди, необхідно подати заявку на охорону промислового зразка в кожній країні окремо.

1.5 КОМЕРЦІЙНА ТАЄМНИЦЯ: ОХОРОНА СЕКРЕТНИХ МЕТОДІВ ВИРОБНИЦТВА ТА БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Що охороняє комерційна таємниця?

Комерційна таємниця – це конфіденційна ділова інформація про ремесло або бізнес, яка забезпечує конкурентну перевагу майстру завдяки її використанню у власному бізнесі. Якщо її зберігати в секреті, вона унеможливорює копіювання унікальних виробів і технік.

У народних художніх промислах це можуть бути

01 Особливі техніки роботи (наприклад, секрети вишивки, ткацтва, гончарства)

02 Унікальні рецепти фарб, глазурі, обробки матеріалів

03 Спеціальні методи виготовлення, що надають виробам унікальний вигляд або якість

04 Список постачальників рідкісних матеріалів

05 Інформація про постійних клієнтів та партнерів

06 Плани розвитку майстерні або нових колекцій

Критерії охорони

► Конфіденційність:

Інформація повинна зберігатися в таємниці та не розголошуватися громадськості чи неуповноваженим особам.

► Економічна цінність:

Секрет повинен мати комерційну цінність, оскільки він не є загальновідомим або легкодоступним для інших у галузі.

► Розумні зусилля для збереження секретності:

Власник повинен вжити розумних заходів для захисту конфіденційності інформації, як-от використання угод про нерозголошення або захист фізичних і цифрових даних.

Механізм охорони



Реєстрація не потрібна: комерційні таємниці не потребують офіційної реєстрації. Охорона виникає просто через збереження конфіденційності інформації.



Захист через секретність: щоб забезпечити охорону комерційної таємниці, власник повинен активно запобігати розголошенню чи використанню інформації іншими особами без дозволу.

Використання комерційної таємниці

01 Контроль над інформацією про знання та навички:

Унікальні техніки, рецепти або методи залишаються у власності майстра чи майстерні, що допомагає зберегти традиції та унікальність виробів.

03 Угоди про нерозголошення:

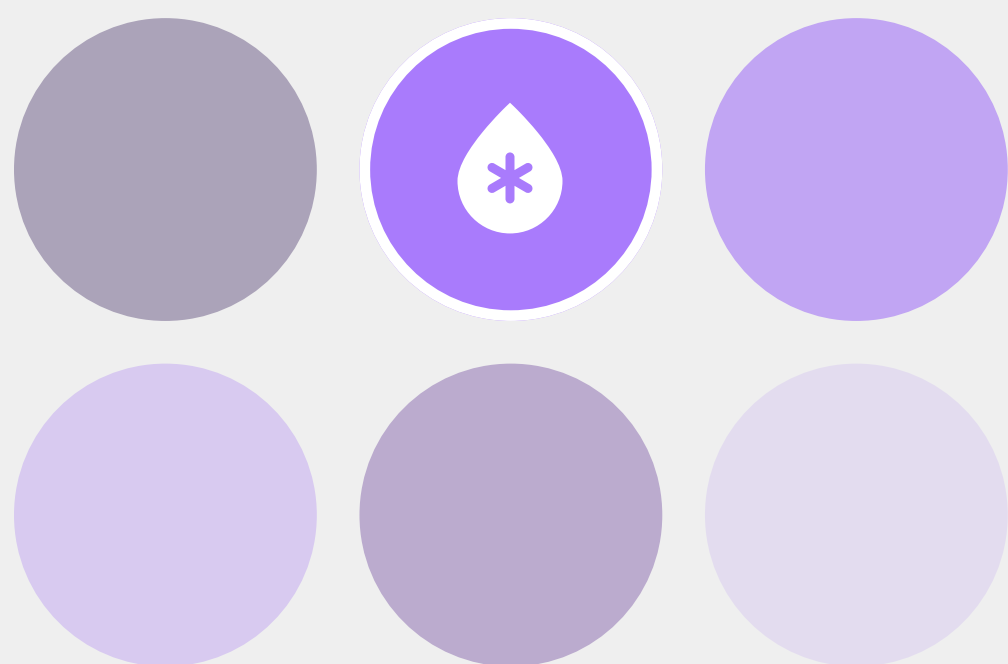
При співпраці з партнерами чи найманими майстрами необхідно укладати угоду, щоб гарантувати збереження секретної інформації.

02 Захист від копіювання:

Якщо інформація тримається в секреті, інші не можуть вільно використовувати її для створення схожих виробів.

04 Ліцензування:

Унікальні техніки або рецепти можна передавати іншим майстрам або підприємствам за домовленістю, не розкриваючи всі секрети.



Приклад: майстер створює унікальну природну техніку фарбування, яка забезпечує більш яскраві кольори. Вони зберігають метод у таємниці та використовують угоди про нерозповсюдження зі співробітниками та підрядниками, щоб переконатися, що конкуренти не можуть відтворити процес.

Тривалість охорони

Невизначений термін: адже охорона здійснюється, доки інформація залишається таємною. Якщо таємниця стає загальновідомою або розголошується в інший незалежний спосіб, охорона втрачається.

Міжнародна охорона

Не має єдиного механізму. Однак існують міжнародні угоди, які встановлюють мінімальні стандарти охорони. Для міжнародної охорони важливо укласти угоди про нерозголошення та дотримуватись положень законодавства про інтелектуальну власність кожної країни.

1.6 ВІНАХОДИ ТА КОРИСНІ МОДЕЛІ: ПАТЕНТНА ОХОРОНА НОВИХ ТЕХНІЧНИХ РІШЕНЬ

Патентування застосовуються до нових технічних рішень, які отримають охорону як винаходи чи корисні моделі.



Важливо! Патент — це не сам винахід або корисна модель, а юридичний документ, який надає його автору права на ексклюзивне використання цього рішення.

Різниця між винаходом та корисною моделлю

→ **Винаходом** є нові та складні інноваційні рішення у сфері техніки, які проходять детальну перевірку.

→ **Корисна модель** має спрощені вимоги і реєструється швидше, підходить для менш технічно складних рішень, але має коротший період охорони.

Застосування до народних художніх промислів

02

Більшість виробів базуються на традиційних методах, які не є новими або є недостатньо інноваційними для патентування.

01

Рідко використовуються в народних художніх промислах, оскільки ремесла зазвичай не включають високі технічні інновації, які є основою для винаходів та корисних моделей.

03

Подання заявки на винахід чи корисну модель є тривалим процесом, що може бути непрактичним для майстрів.

а Винахід

Винахід — це нове та корисне технічне рішення, яке має практичну цінність і може бути застосоване в різних галузях.

У народних художніх промислах це можуть бути

01

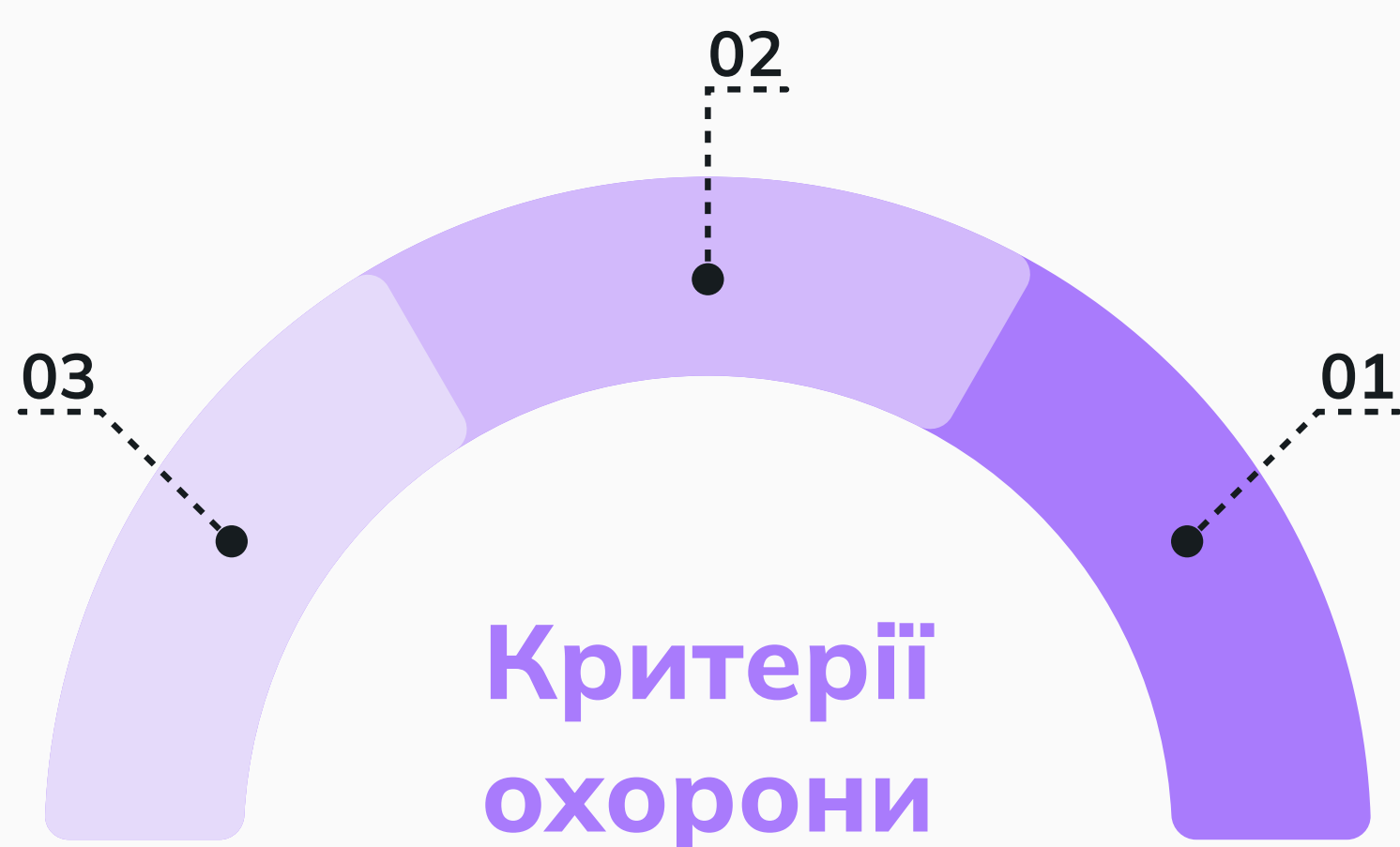
Нові інструменти для рукоділля

02

Інноваційні методики

03

Механізми / обладнання, що використовуються в процесі виробництва



01. Новизна

Винахід має бути абсолютно новим.

02. Винахідливість (винахідницький рівень)

Має бути не очевидним для фахівців у відповідній галузі.

03. Корисність (промислова придатність)

Винахід має практичне застосування та приносити користь.

Механізм охорони

- Охорона здійснюється на підставі реєстрації.
- Необхідно подати заявку до УкрПатенту, що містить детальний опис винаходу, схеми, креслення та пояснення інноваційних аспектів.
- Заяву можна подати в паперовій або електронній формі через спеціальну систему на сайті www.npro.gov.ua.
- Середній час розгляду заявки на реєстрацію винаходу становить 28 місяців.
- У разі позитивного розгляду заявки та перевірки на відповідність вимогам, надається охоронний документ – патент.

Міжнародна охорона

- Патент діє тільки на території країни, де було видано патент.
- Для отримання охорони в інших країнах необхідно подавати окремі заявки в кожен з них із залученням патентного повіреного.
- Система РСТ (Договір про співробітництво у патентуванні – Patent Cooperation Treaty) дозволяє подати заявку на патент у кількох країнах одночасно. Однак для отримання патентного захисту в кожній країні потрібно пройти національний етап. Детальніше на сайті <https://www.wipo.int/pct/en/>

Тривалість охорони

20 років з дати подання заявки.

20
РОКІВ

6 Корисна модель

Корисна модель надає охорону новим технічним рішенням, і її часто називають «малим винаходом» або «винаходом для невеликих інновацій».

У народних художніх промислах це можуть бути

01

Нові інструменти для рукоділля

02

Інноваційні методики (у багатьох юрисдикціях охорону неможливо отримати)

03

Механізми або обладнання, що використовуються в процесі виробництва

Критерії охорони



Новизна – корисна модель має бути абсолютно новою.



Корисність (промислова придатність) – корисну модель можна використати у промисловості або в іншій сфері діяльності.

Механізм охорони



Охорона здійснюється на підставі реєстрації.



Необхідно подати заявку до УКРНОІВІ, що містить детальний опис корисної моделі, схеми, креслення тощо.



Заяву можна подати в паперовій або електронній формі через спеціальну систему на сайті www.nipo.gov.ua.



Середній час розгляду заявки на реєстрацію корисної моделі становить 6 місяців.



У разі позитивного розгляду заявки та перевірки на відповідність вимогам, надається патент на корисну модель.

Тривалість охорони

- 10 років з дати подання заявки на реєстрацію

Міжнародна охорона

- у кожній країні, де є можливість отримати охорону на корисну модель, потрібно подавати окрему заявку на реєстрацію.

1.7 ЗАХИСТ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Інтелектуальна власність є важливим активом, який може сприяти розвитку та успіху бізнесу. Однак представники народних художніх промислів можуть стикатися з порушеннями своїх прав, такими як несанкціоноване копіювання, незаконне використання торговельних марок тощо.

Якщо права порушено, важливо діяти швидко та послідовно:

01

Надіслати до порушника офіційний лист із вимогою припинити порушення після перевірки того чи дійсно має місце порушення (наприклад, після перевірки відсутності видачі вами дозволу на використання належних вам об'єктів права інтелектуальної власності).

02

Використовувати процедуру медіації для врегулювання конфлікту, наприклад, <https://ip-mediation.nipo.gov.ua/>

03

Ініціювати заяву про припинення порушень прав інтелектуальної власності в Інтернеті, звернувшись за правовою допомогою у її складенні до адвоката або патентного повіреного, якщо порушення відбулося в Інтернеті.

04

Звернутися до Антимонопольного комітету України, якщо у діях порушника є ознаки недобросовісної конкуренції.

05

Звернутися до Апеляційної палати УкрНОІВІ, якщо ви маєте заперечення проти рішень УкрНОІВІ щодо набуття прав на об'єкти інтелектуальної власності, заяв про визнання прав на об'єкти інтелектуальної власності недійсними повністю або частково, заяв про визнання торговельної марки добре відомою в Україні.

06

Звернутися до суду за захистом своїх прав, якщо інші заходи не були дієвими.

Для детальнішої консультації та підтримки рекомендуємо звертатися до юристів, які спеціалізуються у сфері інтелектуальної власності.

ВИСНОВКИ

Інтелектуальна власність є важливим інструментом для охорони прав майстрів народних художніх промислів при створенні виробів. Забезпечивши охорону об'єктів авторського права, торговельних марок, промислових зразків, винаходів чи інших об'єктів права інтелектуальної власності, майстри зберігають контроль над своїми виробами та їх цінністю. Реєстрація прав інтелектуальної власності гарантує тривалу охорону створених об'єктів, забезпечуючи стабільність співпраці на ринку, масштабування бізнесу та фінансові вигоди завдяки розвитку власного бренду.



РОЗДІЛ 2.

АНКЕТА ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ МАЙСТРАМИ НАРОДНИХ ХУДОЖНІХ ПРОМИСЛІВ РІВНЯ ОХОРОНИ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

 IP ACADEMY

 Partner of
WIPO Academy

2.1 ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Ця анкета допоможе вам оцінити рівень охорони ваших прав інтелектуальної власності та виявити можливі шляхи їх захисту. Вона охоплює різноманітні аспекти права інтелектуальної власності, зокрема авторське право, торговельні марки, промислові зразки, комерційну таємницю та географічні зазначення. Заповнення анкети дасть вам уявлення про те, які механізми інтелектуальної власності можуть бути корисними для вашої діяльності та як уникнути ризиків несанкціонованого використання ваших творів.

У виготовленні яких виробів ви спеціалізуєтесь?

- ☐ Текстиль (наприклад, ткацтво, вишивка, в'язання)
- ☐ Кераміка
- ☐ Вироби з дерева
- ☐ Ювелірні вироби
- ☐ Скульптура
- ☐ Живопис або малюнок
- ☐ Інше (вказати: _____)

Ви працюєте як індивідуальний майстер чи як частина колективу/групи?

- ☐ Індивідуальний
- ☐ Колектив/Група

Ви продаєте свої роботи?

- ☐ Так, на місцевих ринках
- ☐ Так, онлайн (наприклад, Etsy, персональний веб-сайт)
- ☐ Так, через сторонніх продавців чи бренди
- ☐ Ні, не продаю свої роботи

2.2 ОРИГІНАЛЬНІСТЬ

Вироби, які ви створюєте, повністю ваші?

- ☐ Так, створюю все з нуля
- ☐ Ні, використовую дизайни чи техніки інших (з дозволом чи без)

Якщо ви використовуєте традиційні дизайни чи техніки, чи належать вони певній культурній групі чи спільноті?

- ☐ Так, це частина традиції чи спільноти
- ☐ Ні, вони є загальнодоступними або не прив'язані до конкретної культури

Чи створювали ви нові проєкти, процеси чи техніки, які ви вважаєте оригінальними?

- ☐ Так
- ☐ Ні



2.3 АВТОРСЬКЕ ПРАВО

Чи планували ви зареєструвати авторські права на свій твір?

☐ Так

☐ Ні

Чи реєстрували ви свій твір як об'єкт авторського права?

☐ Так

☐ Ні

Чи використовуєте ви повідомлення про авторські права у своїй роботі?

☐ Так (наприклад, © 2025)

☐ Ні



2.4 ТОРГОВЕЛЬНІ МАРКИ

Чи використовуєте ви логотип чи назву для представлення своїх виробів?

☐ Так

☐ Ні

Чи зареєстрували ви своє ім'я, назву бренду чи логотип як торговельну марку?

☐ Так

☐ Ні

Чи плануєте ви зареєструвати своє ім'я, назву бренду чи логотип як торговельну марку в майбутньому?

☐ Так

☐ Ні

Чи перевіряли ви, чи ваша назва/логотип не схожа з вже зареєстрованими торговельними марками?

☐ Так

☐ Ні

Чи використовуєте ви символ торговельної марки (®) поряд з власним логотипом?

☐ Так

☐ Ні

2.5 ПРОМИСЛОВІ ЗРАЗКИ

Чи створювали ви унікальні дизайни декоративного характеру?

☐ Так

☐ Ні

Чи бажаєте ви забезпечити охорону зовнішньому вигляду своєї роботи (наприклад, форми, візерунки чи орнаменти)?

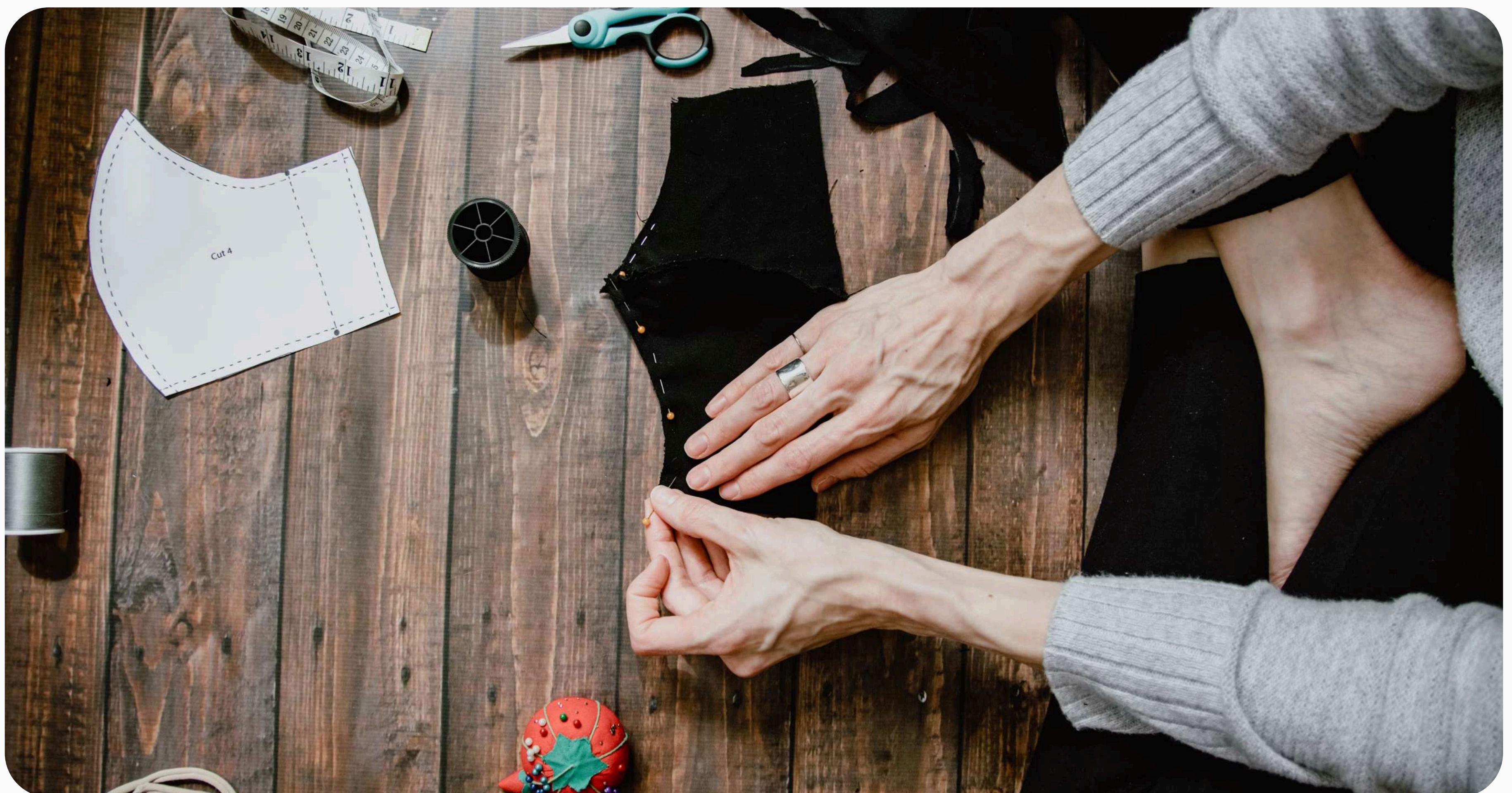
☐ Так

☐ Ні

Чи реєстрували ви свої зовнішній вигляд виробів в офісі інтелектуальної власності своєї країни?

☐ Так

☐ Ні



2.6 ГЕОГРАФІЧНІ ЗАЗНАЧЕННЯ

Чи пов'язані ваші товари з певним географічним регіоном чи культурою?

☐ Так

☐ Ні

Чи мають ваші товари якусь певну якість чи репутацію завдяки своєму регіональному походженню?

☐ Так

☐ Ні

Чи розглядали ви подання заявки на охорону географічного зазначення для ваших товарів?

☐ Так

☐ Ні



2.7 КОМЕРЦІЙНА ТАЄМНИЦЯ ТА КОНФІДЕНЦІЙНІСТЬ

Чи використовуєте ви конфіденційні техніки чи рецепти, які хочете зберегти в таємниці?

☐ Так

☐ Ні

Чи ділилися ви своїми комерційними секретами чи методами з іншими?

☐ Так, за угодою про нерозголошення

☐ Так, але без угоди

☐ Ні

Чи використовуються вами механізми для охорони конфіденційної інформації?

☐ Так

☐ Ні



2.8 ПОРУШЕННЯ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Чи стикалися ви з порушеннями прав інтелектуальної власності?

☐ Так

☐ Ні

Чи відстежуєте ви власні об'єкти інтелектуальної власності (назву бренду, зовнішній вигляд виробу тощо) на предмет можливих порушень?

☐ Так

☐ Ні

Якщо ви виявите порушення, чи знаєте ви, як діяти?

☐ Так

☐ Ні

Чи маєте ви план захисту належних вам прав інтелектуальної власності?

☐ Так

☐ Ні

2.9 КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ТА ЛІЦЕНЗУВАННЯ

Чи надавали ви ліцензію на використання належних вам об'єктів інтелектуальної власності (творів, зовнішнього вигляду виробу, назви бренду тощо) іншим особам?

☐ Так

☐ Ні

Чи розглядали б ви ліцензування належних вам об'єктів інтелектуальної власності (творів, зовнішнього вигляду виробу, назви бренду тощо) в майбутньому?

☐ Так

☐ Ні

Ви продаєте свої вироби за кордоном?

☐ Так

☐ Ні

Чи досліджували ви процедуру отримання охорони прав інтелектуальної власності у країнах, де плануєте продавати свої вироби?

☐ Так

☐ Ні

2.10 ЕТИЧНІ ТА КУЛЬТУРНІ МІРКУВАННЯ

Чи поважаєте ви права інтелектуальної власності інших майстрів у вашій галузі?

☐ Так

☐ Ні

Чи враховуєте ви історичне та культурне значення дизайнів і технік, які використовуєте у своїй роботі?

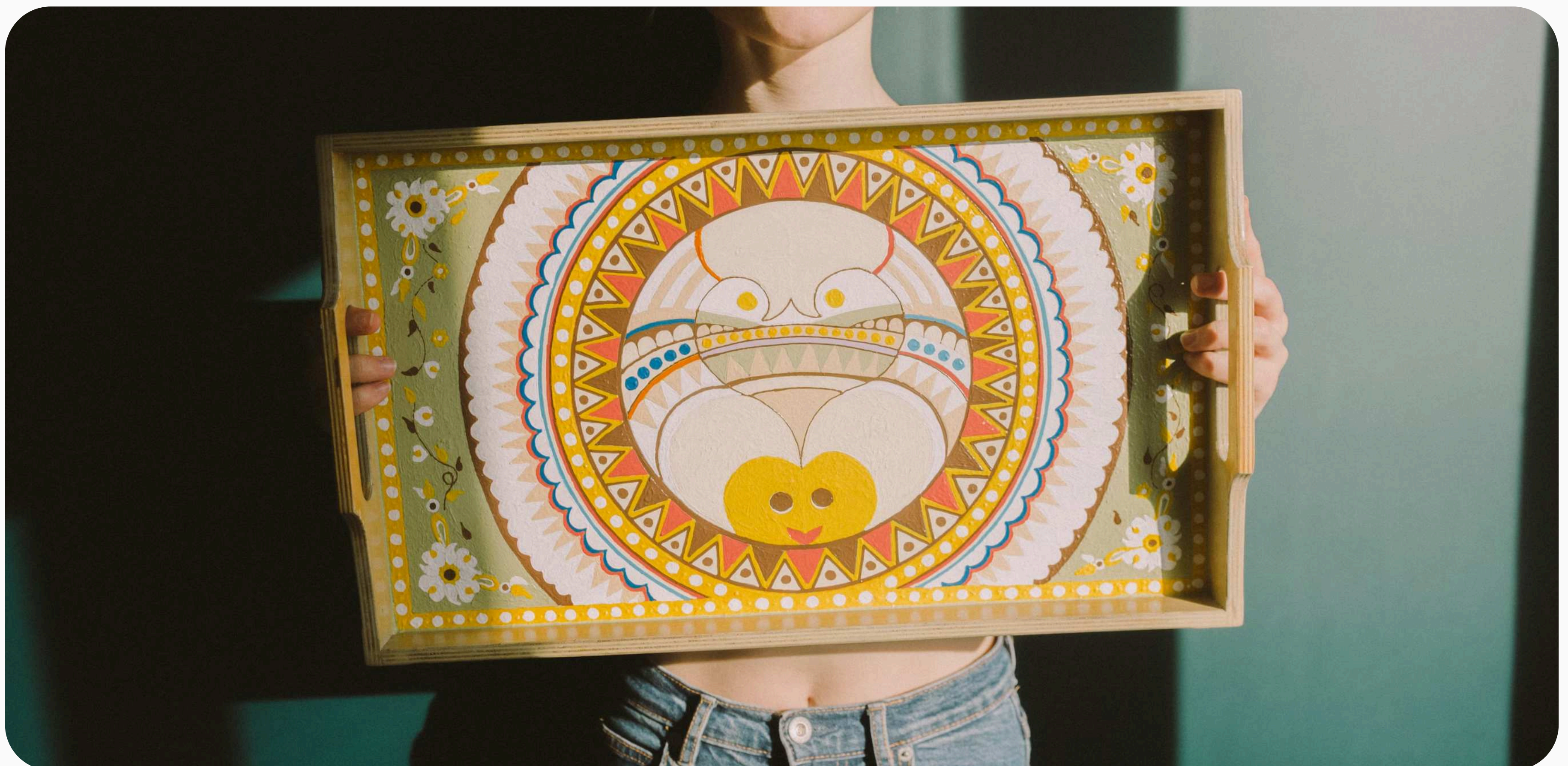
☐ Так

☐ Ні

Чи отримуєте ви дозвіл перед використанням традиційних чи культурних елементів, що належать певним спільнотам?

☐ Так

☐ Ні



НАСТУПНІ КРОКИ НА ОСНОВІ ВАШИХ ВІДПОВІДЕЙ:

НІ

Якщо ви відповіли «Ні» на більшість запитань:

Охорона інтелектуальної власності: Якщо ви не розглядали можливості охорони прав на створені вами об'єкти інтелектуальної власності, варто почати з вивчення доступних механізмів охорони, таких як торговельні марки, промислові зразки тощо. Це допоможе вам забезпечити охорону власних творчих рішень та уникнути їх копіювання чи незаконного використання іншими.

Консультація з фахівцем: Рекомендується звернутися до патентного повіреного чи фахівця з інтелектуальної власності, який допоможе вам правильно оформити документи та заявки на реєстрацію.

Дослідження культурного контексту: Оскільки багато народних ремесел мають культурну цінність, важливо переконатись, що використання певних традиційних мотивів чи технік не порушує права культурних спільнот або інших виробників. Це допоможе уникнути непорозумінь або конфліктів.

ТАК

Якщо ви відповіли «Так» на більшість запитань:

Охорона інтелектуальної власності: Вітаємо! Ви вже вжили важливі дії щодо охорони своїх прав. Якщо ви реєстрували свою торговельну марку, авторські права на твір тощо, ви вже маєте можливість захистити свої твори від несанкціонованого використання.

Переконайтесь, що правильно використовуєте знак охорони авторських прав (©) чи торговельних марок (®) на своїх výroбах, щоб вказувати на їх правову охорону.

Комерціалізація та ліцензування: Подумайте про масштабування розширення вашого бізнесу завдяки ліцензуванню. Ліцензування може стати чудовим способом комерціалізувати належних вам об'єктів права інтелектуальної власності, наприклад, через продаж прав на їх виробництво іншими компаніями чи брендами.

Міжнародна охорона інтелектуальної власності: Якщо ви плануєте продавати свої вироби за кордоном, переконайтесь, що ваші права інтелектуальної власності поширюють дію на відповідні країни.

Порушення прав інтелектуальної власності: Якщо ви виявили порушення своїх прав, то рекомендуємо вам активно діяти та заявити порушнику про ваші права. Наприклад, як захистити свої інтереси можна, надіславши офіційний лист про припинення порушення чи звернувшись до відповідних органів або медатора. Також подумайте про впровадження внутрішніх процедур для моніторингу можливих порушень, щоб оперативно реагувати на такі ситуації.

Загальні поради:

01 Охорона культурної спадщини:

Якщо ви працюєте з традиційними техніками або орнаментами, важливо поважати культурні традиції та отримувати дозволи, якщо це необхідно. Ставтесь з повагою або поважайте культурних нюансів та етичних міркувань у використанні певних мотивів.

02 Підвищення обізнаності:

Продовжуйте навчатися та дізнаватися більше про інтелектуальну власність. Виставки, майстер-класи та онлайн-курси можуть допомогти вам зрозуміти, як працює система охорони права інтелектуальної власності у вашій сфері.

03 Партнерство та співпраця:

Розгляньте можливість співпраці з іншими майстрами, культурними організаціями або бізнесами для створення спільних колекцій чи проєктів. Це може бути вигідним як для творчого розвитку, так і для комерціалізації ваших робіт.

РОЗДІЛ 3.

БРЕНД У СВІТІ НАРОДНИХ ХУДОЖНІХ ПРОМИСЛІВ: АЙДЕНТИКА, МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ, ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ ТА КОЛАБОРАЦІЇ

 IP ACADEMY of Ukraine

 Partner of
WIPO Academy



3.1 СТРАТЕГІЯ БРЕНДИНГУ

Сильний бренд – це ключ до успіху майстра народних художніх промислів. Бренд має розповідати історію, викликати емоційний відгук у клієнтів і вирізнитися серед брендів інших майстрів на конкурентному ринку народних художніх промислів.

Ось як сформувати свій бренд і вибудувати ефективну стратегію навколо нього:

Створення бренду

01. Затвердіть свою місію та цінності:

 **Вправа:** визначіть та випишіть основні сенси, які несе ваш бренд. Це може включати вашу місію (наприклад, «зберегти традиційні ремесла за допомогою стійких практик») і цінності (наприклад, сталість, якість, етичність).

 **Приклад:** якщо ваш виріб відображає певну культурну спадщину, включіть історії або основоположні ідеї (цінності) цієї спадщини у свій бренд.

 **Практична порада:** запитайте себе: **що я хочу, щоб відчували мої клієнти, купуючи мої вироби?** Використовуйте цей емоційний зв'язок, щоб сформувати свій меседж.

02. Зрозумійте свою цільову аудиторію:

 **Вправа:** створіть образ свого ідеального клієнта. Враховуйте такі фактори, як вік, місцезнаходження, цінності та спосіб життя.

 **Приклад:** вашою цільовою аудиторією можуть бути екологічно свідомі споживачі або люди, які цінують унікальні речі ручної роботи.

 **Практична порада:** досліджуйте свою аудиторію в соціальних мережах і особисто (наприклад, на ярмарках ремесел чи маркетах), щоб отримати відгук і бути впевненим в вашій аудиторії.

Історія бренду

01. Створіть свою особисту історію:

 **Вправа:** людям подобаються історії про майстра, який стоїть за виробами, які вони купують. Розкажіть про те, як ви стали майстром. Як виникла ідея? Що надихнуло на створення власної справи? Які перешкоди ви подолали? Це створює емоційний зв'язок.

 **Приклад:** «Я навчилась ткати від своєї бабусі, і кожен мій виріб відображає її вчення про терпіння, точність і любов».

 **Практична порада:** розмістіть цю історію в розділі «Про нас» на своєму веб-сайті та в профілях у соціальних мережах і подумайте про те, щоб поділитися нею в інтерв'ю, інформаційних матеріалах та описах виробів.

02. Включить історію в опис товару:

 **Вправа:** у кожного виробу може бути своя історія – чи то використана техніка, матеріали чи джерело натхнення, що лежить в основі виробу. При створенні товарів обдумайте і записуйте чим ви надихались під час роботи та які ідеї хотіли б донести своїм покупцям.

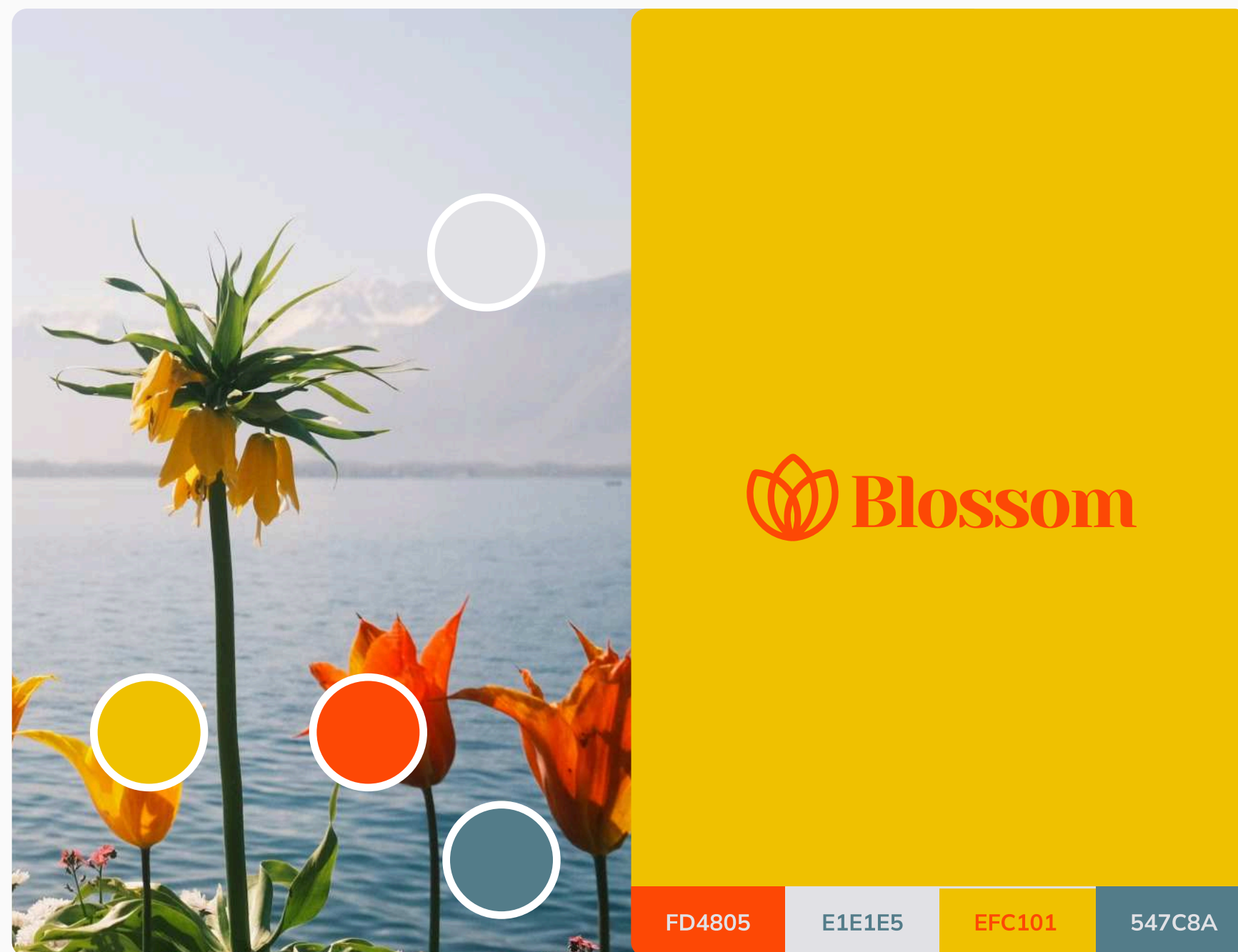
 **Приклад:** «Ця гончарна миска виготовлена вручну з місцевої глини та покрита глазур'ю за технологією, що передається з покоління в покоління від моїх пращурів».

 **Практична порада:** створіть розділ «Походження виробу» на сторінках товарів, де поділіться з клієнтами історією виробництва або культурним значенням кожного виробу.

Візуальна ідентичність бренду

01. Винайдіть свій логотип і палітру кольорів:

- Вправа:** створіть простий, але впізнаваний логотип, який відображатиме ваші цінності. Використовуйте палітру кольорів, яка відповідає вашій історії.
- Приклад:** теплі натуральні відтінки для бренду, що підкреслює традиційність і природність виробів, або насичені кольори для сучасних ремесел, що поєднують традицію із сучасними мотивами та тредами.
- Практична порада:** скористайтеся такими інструментами, як Canva, або найміть дизайнера, щоб створити професійно виглядаючий логотип. Переконайтеся, що ваш логотип і кольори бренду є ідентичними на вашому веб-сайті, у соціальних мережах і на упаковці.



3.2 СТРАТЕГІЯ УПАКОВКИ

Упаковка вашого виробу відіграє вирішальну роль у забезпеченні позитивного враження від вашого бренду та може значно підвищити лояльність клієнтів.

Створення упаковки

01. Забезпечте функціональну та надійну упаковку:

- Вправа:** подумайте та зробіть своє дослідження щодо можливості використання екологічно чистих матеріалів, таких як перероблений папір, пластик, який біологічно розкладається, багаторазові тканинні шопери тощо.
- Приклад:** якщо ви створюєте ювелірні вироби, використовуйте невеликі багаторазові мішечки з натуральних матеріалів або стійкі картонні коробки з мінімалістичним дизайном.
- Практична порада:** продемонструйте на упаковці свою екологічну практику за допомогою невеликої картки або наклейки з написом: «Ця упаковка на 100% підлягає переробці».

02. Розкажіть свою історію через упаковку:

- Вправа:** використовуйте упаковку як продовження історії вашого бренду. Додайте примітку, яка розповідає клієнту про культурне значення або процес створення виробу.
- Приклад:** проста картка всередині упаковки, яка пояснює, як отримано матеріали або як товар підтримує місцеву громаду.
- Практична порада:** додайте фірмову листівку подяки з особистим повідомленням, щоб висловити свою вдячність за вибір вашого бренду та купівлю вашого виробу.

Дизайн упаковки

01. Створіть авторський дизайн упаковки:

✎ **Вправа:** продумайте дизайн упаковки який би відповідав вашому бренду.

☆ **Приклад:** якщо ваш стиль наближений до природи, використовуйте зелені, жовто-зелені, коричневі відтінки та натуральні матеріали. Якщо більш сучасний і мінімалістичний, використовуйте чисті лінії та прості елегантні коробки.

💡 **Практична порада:** пошукайте натхнення у таких додатках як, наприклад, Pinterest, але переконайтеся, що ваш дизайн відображає саме вашу унікальність, а не копіює дизайн інших.

02. Забезпечте простоту використання:

✎ **Вправа:** переконайтеся, що ваша упаковка захищає виріб і водночас її легко відкривати клієнтам. Це демонструє вашу турботу про зручність клієнтів та увагу до деталей.

☆ **Приклад:** упаковка для чашки з прозорою кришкою, щоб зручно побачити і відкрити виріб.

💡 **Практична порада:** протестуйте пакувальні рішення з друзями або клієнтами, щоб переконатися в її зручності та ефективності.

3.3 СТРАТЕГІЯ * ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

У сучасному світі активна присутність в Інтернеті є стратегічно-важливою для розвитку та просування свого бренду, а також для популяризації та збільшення продажу виробів власного бренду.

Основа цифрового маркетингу

01. Створіть високоякісні візуальні матеріали:

✎ **Вправа:** на постійній основі робіть високоякісні, добре освітлені фотографії ваших виробів. Використовуйте природне освітлення, якщо можливо, або придбайте кільцеву лампу.

☆ **Приклад:** використовуйте зображення, які показують ваші товари в реальних умовах, як-от текстиль, накинутий на стілець, або глиняний посуд на обідньому столі.

💡 **Практична порада:** знайдіть час для вивчення базових навичок фотографії або найміть професійного фотографа, щоб покращити ваші онлайн-зображення.

02. Використовуйте маркетинг у соціальних мережах:

✎ **Вправа:** оберіть платформи для просування та демонстрації своїх виробів за допомогою високоякісних зображень, навчальних посібників або відеороликів. Наприклад: Instagram, Facebook, Pinterest тощо. Активно взаємодійте з підписниками, відповідаючи на коментарі та повідомлення.

☆ **Приклад:** зніміть опублікуйте 15-секундний ролик, який демонструє процес створення товару, від вихідних матеріалів до готового виробу.

💡 **Практична порада:** регулярно публікуйте дописи та розмовні сторіз (принаймні 3-4 рази на тиждень в Instagram) і використовуйте поєднання статичних публікацій, історій і роликів, щоб зберегти динамічність вмісту.

Залучення через цифрові матеріали

01. Створюйте закулісні матеріали:

 **Вправа:** поділіться закулісним матеріалом свого творчого процесу. Клієнтам подобається бачити зусилля та майстерність, які вкладаються в кожную деталь.

 **Приклад:** «Ось короткий опис того, як я готую глину для своїх гончарних виробів. Кожен шматочок починається з простого шматка глини, а закінчується майстерно виготовленою вручну мискою».

 **Практична порада:** використовуйте Instagram Stories, щоб показати свій щоденний процес і дати аудиторії змогу зазирнути за лаштунки вашого робочого простору.

02. Залучайте свою аудиторію:

 **Вправа:** заохочуйте своїх підписників ділитися своїм досвідом щодо ваших виробів. Проводьте конкурси або попросіть клієнтів опублікувати фотографії того, як вони використовують ваші товари, а потім опублікуйте їх у своїй стрічці.

 **Приклад:** «Поділіться фотографією того, як ви насолоджуєтесь своїм улюбленим моментом з кухлем ручної роботи, і позначте нас, щоб взяти участь у розіграві!»

 **Практична порада:** повторно розмістіть фотографії клієнтів із персоналізованим повідомленням подяки, щоб висловити вдячність і створити своє ком'юніті однодумців.

Цифровий маркетинг

01. Створіть і сегментуйте свою комунікацію:

 **Вправа:** збирайте електронні звернення через свій веб-сайт або соціальні мережі, пропонуючи знижки або ексклюзивні пропозиції в обмін на реєстрацію.

 **Приклад:** створіть форму підписки на вашому сайті, де клієнти можуть отримати знижку на першу покупку за реєстрацію.

 **Практична порада:** сегментуйте свій список електронної пошти (наприклад, за перевагами товарів, місцем розташування), щоб надсилати персоналізовані пропозиції.

02. Автоматизуйте послідовність привітання:

 **Вправа:** Налаштуйте автоматичну послідовність привітальних листів, щоб клієнти отримали персоналізовану пропозицію після підписки.

 **Приклад:** «Ласкаво просимо до [Назва бренду]! На знак подяки за реєстрацію отримайте знижку 10% на наступне замовлення».

 **Практична порада:** коли хтось на вас підписується, надішліть йому автоматичний вітальний електронний лист, який ознайомить його з історією вашого бренду та пропонує знижку на першу покупку.

3.4 СИСТЕМА ✨ СПІВПРАЦІ ТА РОЗВИТКУ ПАРТНЕРСТВА

Побудова стосунків з іншими майстрами у вашій галузі може відкрити двері для нових можливостей, а співпраця може допомогти вам розширити охоплення.

Розбудова мережі та побудова партнерських відносин

01. Відвідуйте місцеві ярмарки ремесел:

✍ **Вправа:** встановлюйте стенд на тематичних ярмарках або маркетах, місцевих ремісничих ярмарках або ремісничих ринках. Особиста взаємодія є важливою для побудови прямих стосунків із клієнтами та іншими майстрами.

☆ **Приклад:** надавайте зразки або пропонуйте менші версії товарів за зниженою ціною, щоб зацікавити клієнтів і спонукати їх до покупки.

💡 **Практична порада:** створіть візуально привабливий стенд, який розповідатиме історію вашого бренду. Використовуйте свою упаковку та фірмові матеріали, щоб створити цілісний вигляд.

03. Укладіть партнерство з місцевими роздрібними підприємцями:

✍ **Вправа:** зв'яжіться з місцевими магазинами, які відповідають концепції вашого бренду, і запропонуйте їм свої товари.

☆ **Приклад:** зв'яжіться з місцевим магазином аксесуарів, щоб запропонувати ваші сумки ручної роботи для продажу, надавши їм оптові ціни і пропозицію про консигнацію.

💡 **Практична порада:** створіть прейскурант оптових цін і зв'яжіться з потенційними магазинами з пропозицією транспортувати ваші товари на консигнаційній або оптовій основі.

02. Співпрацюйте з іншими майстрами:

✍ **Вправа:** зверніться до колег-майстрів для реалізації спільних проєктів або перехресного просування. Це може бути таким же простим, як спільне проведення семінару або створення сумісної колекції.

☆ **Приклад:** виробник ювелірних виробів може співпрацювати з майстром текстилю, щоб створити колекцію, яка поєднує прикраси з шарфами чи текстилем.

💡 **Практична порада:** шукайте майстрів, чия робота доповнює вашу (наприклад, художник ілюстрацій, який співпрацює з виробником тканин, виробником вишиванок), для більш цілісної співпраці.



Офлайн-маркетинг

01. Організуйте або беріть участь у семінарах або заняттях:

✍ **Вправа:** організуйте майстер класи, щоб навчити своїй майстерності та створити ком'юніті навколо свого бренду.

☆ **Приклад:** «Запрошую вас на майстерклас із кераміки цими вихідними! Опануйте основи роботи на гончарному колі та створіть власну унікальну міску, яку можете забрати додому».

💡 **Практична порада:** пропонуйте відвідувачам майстеркласу знижку на вироби, щоб спонукати їх купувати.

02. Використовуйте «Сарафанне радіо»:

✍ **Вправа:** заохочуйте наявних клієнтів поширювати інформацію про вашу роботу, пропонуючи знижки за рекомендацію.

☆ **Приклад:** «Порекомендуйте нас другу, і ви отримаєте 5% знижку на наступне замовлення, а ваш друг – безкоштовну доставку».

💡 **Практична порада:** додавайте візитки до кожної покупки, щоб клієнти могли легко ділитися вашою контактною інформацією з іншими.

Висновки

Для того, щоб досягти успіху в конкурентному світі народних художніх промислів, важливо приділяти увагу брендингу, упаковці, цифровому маркетингу та партнерській взаємодії. Поєднуючи ці стратегії з розмовними сторіз, інтерактивною взаємодією, а також офлайн-маркетинговими методами, ви зможете побудувати сильну і лояльну клієнтську базу та виділитися на ринку. Зосередьтесь на автентичності, взаємодії та цінності, а також завжди знаходьте креативні способи поєднати свою особисту історію з виробами, які ви створюєте.



РОЗДІЛ 4.

АНКЕТА ЩОДО БРЕНДИНГУ, УПАКОВКИ, МАРКЕТИНГУ, ХУДОЖНІХ ПРОМИСЛІВ РІВНЯ НЕТВОРКІНГУ ТА СТРАТЕГІЙ СПІВПРАЦІ



IP ACADEMY of Ukraine

 Partner of
WIPO Academy



Наведена нижче анкета допоможе вам проаналізувати та покращити ключові аспекти вашого бізнесу – від побудови сильного бренду до ефективного маркетингу, упаковки для виробів та співпраці з майбутніми партнерами. Вона розроблена для майстрів народних художніх промислів і креативних підприємців, які прагнуть:

01

Чітко визначити свою унікальність та конкурентні переваги

02

Залучити та утримати цільову аудиторію

03

Оптимізувати зовнішній вигляд пакування виробів відповідно до ідеології та єдиного стилю бренду, а також з дотриманням екологічних трендів

04

Покращити присутність бренду у цифровому просторі та на сторінках соціальних мереж

05

Розширити співпрацю з іншими підприємцями, інфлюенсерами та ритейлерами

Анкета допоможе вам оцінити поточний стан вашого бізнесу та розробити стратегію розвитку. Відповіді на питання можуть стати основою для створення ефективного бренду, покращення маркетингових підходів і розширення ринкових можливостей.

4.1 СТРАТЕГІЯ БРЕНДУ

1. Ідентичність

- Яка унікальна історія вашого ремесла?
- Як би ви описали свій бренд (традиційний, екологічний, розкішний тощо)?
- Які місія, бачення та цінності вашого бренду?
- Чим ваші вироби відрізняються від інших?

2. Цільова аудиторія

- Хто ваші ідеальні клієнти?
- Яку проблему або потребу закривають ваші вироби?
- Як ваша аудиторія сприймає ручну роботу?

3. Комунікація бренду

- Який головний меседж та сенси, вкладені у ваш бренд?
- Які емоції має викликати взаємодія з брендом?
- Які кольори, символи чи теми представляє ваш бренд?

4. Диференціація

- Як ви виділяєтесь серед конкурентів?
- Які особливості ваших матеріалів чи дизайну надають конкурентну перевагу?



4.2 УПАКОВКА

1. Дизайн

- Як зовнішній вигляд пакування виробу відображає ваш бренд?
- Чи використовуєте екологічні матеріали?
- Чи упаковка розповідає історію вашого народного художнього промислу?

2. Функціональність

- Чи захищає упаковка ваші вироби під час доставки?
- Чи додає вона цінність для клієнта (зручність, стиль, емоції)?

3. Продажі

- Чи упаковка підходить як для онлайн-, так і для офлайн-продажів?
- Чи є у вас спеціальна упаковка для подій чи подарункових наборів?

4.3 ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ

1. Веб-сайт та онлайн-магазини

- Чи є у вас веб-сайт або сторінка в e-commerce платформах?
- Чи оптимізований сайт для мобільних пристроїв?
- Чи використовуєте SEO?

2. Соціальні мережі

- Які платформи використовуєте (Instagram, Facebook, TikTok тощо)?
- Як часто публікуєте контент і який?
- Чи є у вас контент-план?

3. Контент та розповіді

- Чи ділитися історією створення виробів?
- Чи використовуєте якісні фото та відео?

4. Реклама та email-маркетинг

- Чи використовуєте розсилки для залучення клієнтів?
- Чи застосовуєте таргетовану рекламу (Google Ads, Facebook Ads)?

4.4 ОФЛАЙН-МАРКЕТИНГ

1. Ярмарки та виставки

- Чи берете участь у виставках, тематичних ярмарках та маркетах?
- Чи співпрацюєте з місцевими магазинами та галереями?

2. Партнерство та друкована реклама

- Чи маєте брошури, листівки, візитки?
- Чи співпрацюєте з місцевими ЗМІ та блогерами?

4.5 СПІВПРАЦЯ ТА НЕТВОРКІНГ

1. Партнерство з іншими ремісниками

- Чи співпрацюєте з майстрами для обміну ресурсами та ринками?
- Чи є учасником професійних асоціацій або спільнот?

2. Робота з інфлюенсерами та брендами

- Чи розглядали ви співпрацю з блогерами для просування бренду?
- Чи є у вас стратегія для партнерства з великими брендами чи роздрібними мережами?

РОЗДІЛ 5.

ДОДАТКОВІ ✖ РЕСУРСИ

IP ACADEMY of Ukraine

**Partner of
WIPO Academy**



5.1 РЕСУРСИ З ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

ВОІВ (Всесвітня організація інтелектуальної власності)

www.wipo.int ↗

Можливості:

- Доступ до статей, досліджень та довідкових матеріалів про всі об'єкти інтелектуальної власності, зокрема про твори, винаходи, корисні моделі та промислові зразки, торговельні марки, географічні зазначення тощо.
- Освітні програми, онлайн-курси, вебіари та навчання, які організовуються та проводяться Академією ВОІВ.
- Глобальні бази даних для пошуку інформації про: Торговельні марки (Global Brand Database); Патенти (PATENTSCOPE); Географічні зазначення (Lisbon Express) та ін.
- Інструменти для оцінки та управління інтелектуальною власністю для бізнесу, креативних індустрій.
- Програми підтримки малих та середніх підприємств (МСП), стартапів та народних художніх промислів для захисту їхніх унікальних розробок і традиційних знань.
- Статистика, тренди та звіти щодо глобального розвитку системи інтелектуальної власності.

ЕUIPO (Офіс інтелектуальної власності Європейського Союзу)

www.euipo.europa.eu ↗

Можливості:

- Послуги з реєстрації прав інтелектуальної власності в Європейському Союзі, зокрема щодо торговельних марок та географічних зазначень.
- Безкоштовні інструменти для проведення пошуку зареєстрованих торговельних марок і промислових зразків ЄС (наприклад, **eSearch**).
- Інформація про те, як захистити свою IP-адресу в усіх країнах-членах ЄС за допомогою єдиного процесу реєстрації.
- Навчальні матеріали для підприємців з основ охорони інтелектуальної власності.

IP Academy of Ukraine (Департамент «Академія інтелектуальної власності», Українського національного офісу інтелектуальної власності та інновацій)

<https://www.facebook.com/IP.Academy.of.Ukraine> ↗

Ideas4Business

www.ideas4business.eu ↗

Можливості:

- Доступ до освітніх матеріалів, зокрема чеклістів, гайдів, артбуків, аналітичних досліджень довідкових матеріалів з різних актуальних тематик інтелектуальної власності, що будуть корисні для різних аудиторій.
- Освітні проекти, онлайн-курси, вебінари та навчання, які організовуються та проводяться IP Academy of Ukraine.
- Спільнота та обговорення, де учасники можуть активно спілкуватися, обмінюватися досвідом та отримувати підтримку з питань інтелектуальної власності.
- Оновлення та новини, щодо актуальних подій, змін та тенденцій в галузі інтелектуальної власності.

Можливості:

- Ресурси, спеціально розроблені для компаній, які прагнуть захистити та комерціалізувати свою інтелектуальну власність.
- Набори інструментів і практичні гайди щодо охорони винаходів, дизайнів, торговельних марок, засад правомірного використання інтелектуальної власності як нематеріального активу для розвитку бізнесу.
- Поради щодо розробки стратегії інтелектуальної власності та потенційної бізнес-цінності активів інтелектуальної власності.

Стратегії та поради щодо управління інтелектуальною власністю:

01 Використовуйте можливість забезпечення міжнародної охорони:

Якщо ви плануєте вийти на глобальні ринки, реєстрація належних вам прав інтелектуальної власності в країнах, де ви реалізуєте свої вироби, гарантує охорону прав інтелектуальної власності у цих країнах.

03 Використовуйте ліцензування:

Якщо у вас є унікальний дизайн, твір або інший об'єкт інтелектуальної власності, ліцензування може забезпечити додатковий прибуток, дозволяючи іншим використовувати вашу інтелектуальну власність. Чітко визначте умови, зокрема територію, тривалість, розмір та періодичність виплати роялті, щоб забезпечити вигідні для себе умови.

02 Торговельна марка на ранній стадії:

Якнайшвидше забезпечте правову охорону свого бренду (ім'я, логотип, слоган), щоб уникнути конфліктів у майбутньому. Подумайте про реєстрацію, навіть якщо ви починаєте з маленької власної справи.

04 Відстежуйте порушення:

Будьте пильними, регулярно перевіряючи ринки та онлайн-магазини на наявність підробок ваших товарів. Проактивний підхід допомагає запобігти масовому копіюванню вашої роботи.

5.2 РЕСУРСИ БРЕНДИНГУ

Canva

www.canva.com ↗

Можливості:

- Прості у використанні інструменти дизайну для створення логотипів, фірмових символів, візиток, шаблонів для соціальних мереж тощо.
- **Brand Kit** для узгодженого візуального брендування на всіх платформах.

Looka

www.looka.com ↗

Можливості:

- Створення (генерування) логотипів і фірмового стилю на основі штучного інтелекту. Чудово підходить для тих, хто має обмежений досвід проектування.
- Шаблони для візиток, веб-сайтів та активів бренду.

Hootsuite

www.hootsuite.com ↗

Можливості:

- Інструменти планування та аналітики в соціальних мережах. Дозволяє керувати кількома обліковими записами на одній платформі.

Стратегії та поради щодо брендингу:

01 Створіть унікальну та послідовну ідентичність:

Ваш бренд має відображати суть вашої справи. Використовуйте такі інструменти, як Canva та Looka, щоб забезпечити єдиний фірмовий стиль усіх матеріалів (логотипів, візитних карток, етикеток виробів) і платформ у соціальних мережах.

03 Розкажіть вашу історію:

Історія вашого бренду така ж важлива, як і ваші вироби. Поділіться історією своєї майстерності, підкресливши свої цінності, культурне коріння та шлях створення ваших виробів.

02 Перевірте свій бренд:

Перш ніж завершити створення логотипу та фірмового стилю свого бренду, протестуйте його з невеликою групою клієнтів або колег. Їхній відгук може допомогти вдосконалити вашу візуальну ідентичність.

04 Використовуйте планування публікацій у соціальних медіа:

Використовуйте такі інструменти, як Hootsuite, щоб планувати свій контент заздалегідь. Послідовність публікацій допомагає підвищити впізнаваність бренду та зацікавити вашу аудиторію.

5.3 МАРКЕТИНГОВІ РЕСУРСИ

Google Analytics

www.analytics.google.com ➤

Можливості:

- Відстежує трафік веб-сайту та поведінку клієнтів.
- Допомогає майстрам народних художніх промислів оцінювати ефективність маркетингових кампаній і оптимізувати їхні веб-сайти.

Pinterest

www.pinterest.com ➤

Можливості:

- Візуальна платформа, яка допомагає вам демонструвати вироби, ідеї та натхнення. Pinterest особливо корисний для візуального бізнесу, такого як народне мистецтво.

Mailchimp

www.mailchimp.com ➤

Можливості:

- Платформа електронного маркетингу та автоматизації. Допомогає розробляти, надсилати та відстежувати рекламні розсилки електронною поштою.
- Забезпечує сегментацію для ефективної орієнтації на конкретні групи клієнтів.

Стратегії та поради щодо маркетингу:

01 Використовуйте аналітику для прийняття зважених рішень:

Розуміючи поведінку своїх клієнтів за допомогою таких інструментів, як Google Analytics, ви можете оптимізувати свій веб-сайт і маркетингові кампанії для підвищення ефективності та конверсій.

03 Сегментуйте свій список електронної пошти:

Використовуйте Mailchimp для створення цільових кампаній електронною поштою для різних груп клієнтів. Наприклад, надсилайте спеціальні пропозиції постійним клієнтам або пропозиції з новими надходженнями тим, хто нещодавно зареєструвався.

02 Візуальний маркетинг на Pinterest:

Pinterest – це візуальна платформа, яка ідеально підходить для народних художніх промислів. Регулярно публікуйте високоякісні фотографії своїх виробів та розмовні рілси, щоб спілкуватися з користувачами, які поділяють пристрасть до унікальних виробів ручної роботи.

04 Пропонуйте стимули для рефералів:

Створіть реферальну програму, щоб заохотити своїх постійних клієнтів ділитися інформацією про ваш бренд з друзями та родиною, збільшуючи ваше охоплення без великих витрат на рекламу.

5.4 ПАКУВАЛЬНІ РЕСУРСИ

Packlane

www.packlane.com ↗

Можливості:

- Індивідуальні пакувальні рішення, включаючи коробки, листівки та етикетки.
- Дизайнерські інструменти для створення професійного пакування, яке індивідуалізує Ваші вироби серед інших майстрів та їх виробів.

EcoEnclose

www.ecoenclose.com ↗

Можливості:

- Екологічні пакування, включно з листівками, коробками тощо.

Стратегії та поради щодо упаковки:

01 Покращуйте враження клієнтів за допомогою індивідуальної упаковки:

Індивідуальна фірмова упаковка створює незабутні враження для клієнтів і підсилює ідентичність вашого бренду. Використовуйте такі платформи, як Packlane, щоб створювати упаковку, яка відображає індивідуальність вашого бренду.

03 Забезпечте захист виробів:

Переконайтеся, що ваша упаковка захищає ваші вироби від пошкоджень під час транспортування. Якщо необхідно, розгляньте спеціальні вставки або захисну упаковку, щоб гарантувати, що ваші вироби будуть доставлені в ідеальному стані.

02 Вибирайте екологічно чисті матеріали:

Багато клієнтів цінують екологічну упаковку. Вибираючи екологічно чисті матеріали з таких платформ, як EcoEnclose, ви не тільки зменшуєте негативний вплив від виробництва Ваших виробів на навколишнє середовище, але й звертаєтеся до аудиторії екологічно свідомих покупців.

04 Персоналізована упаковка:

Додайте невеликі персоналізовані штрихи, наприклад написані від руки листи подяки або декоративні бірки, щоб створити унікальні враження для ваших клієнтів.

5.5 НАТХНЕННЯ ТА ТРЕНДОВІ РЕСУРСИ

Trend Watching

www.trendwatching.com ↗

Можливості:

- Звіти про тенденції та прогнози щодо поведінки споживачів і нових глобальних тенденцій.

Craft Industry Alliance

www.craftindustryalliance.org ↗

Можливості:

- Спільнота, яка пропонує галузеві новини, освітні вебінари та звіти про тенденції для майстрів народних художніх промислів.

Стратегії та поради для натхнення та трендів:

01 Будьте попереду тенденцій:

Використовуйте такі платформи, як Trend Watching, щоб стежити за новими тенденціями в уподобаннях споживачів. Це може допомогти вам спланувати випуски виробів, які відповідають зростаючим вимогам ринку.

03 Адаптація до вимог споживачів:

У міру того, як вподобання споживачів змінюються, використовуйте дані з цих ресурсів, щоб адаптувати пропозиції своїх виробів, переконавшись, що вони залишаються актуальними та користуються попитом.

02 Беріть участь у ремісничих спільнотах:

Приєднуйтеся до таких спільнот, як Craft Industry Alliance, щоб бути в курсі останніх новин галузі, найкращих практик та сучасних тенденцій розвитку інновацій. Обмін знаннями може допомогти вам уникнути можливих помилок і отримати інформацію від інших.

04 Використовуйте аналіз тенденцій для маркетингу:

Узгоджуйте запуски своїх товарів із тенденціями. Рекламуйте ці товари за допомогою цільових кампаній, щоб позиціонувати свій бренд як трендсеттера у сфері народних художніх промислів.