

**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»**

**ФАКУЛЬТЕТ ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ**

Паньшин Дмитро Михайлович

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ДИЗАЙН-ПРОПОЗИЦІЯ ВЕБСАЙТУ
ВИДАВНИЦТВА BOOKSHEF"**

Група ІК-9-24-М1Дз(1.6д)

Спеціальність: 022 «Дизайн»

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Дипломна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів, текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Науковий керівник:

Доцент кафедри дизайну, доктор філософії
(посада, науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

Паньшин Д.М.
(прізвище та ініціали)

Каменецька Ю.В.
(прізвище та ініціали)

Допущено до захисту перед ЕК:

Завідувач кафедри,

Професор кафедри дизайну, доктор наук
(посада, науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

Павельчук І.А.
(прізвище та ініціали)

Київ 2026

АНОТАЦІЯ

Магістерська робота присвячена розробці дизайн-пропозиції вебсайту українського видавництва BookChef з урахуванням сучасних тенденцій цифрового середовища, особливостей функціонування видавничого ринку та принципів UX/UI-дизайну. Актуальність теми зумовлена активною цифровізацією книжкової індустрії, зміною моделей комунікації з аудиторією та необхідністю формування конкурентоспроможного онлайн-представництва видавництв у національному й міжнародному контекстах.

У першому розділі досліджено історію розвитку видавничої справи в Україні та здійснено короткий огляд українських видавництв у період 2010–2025 років. Проаналізовано трансформації книжкового ринку в умовах глобалізації, цифровізації та зростання ролі онлайн-продажів. Особливу увагу приділено адаптації українських видавництв до європейських стандартів, виходу на міжнародні ринки та зміні комунікаційних стратегій. Встановлено, що сучасний вебсайт видавництва виконує не лише інформативну та комерційну функції, а й формує імідж бренду, сприяє популяризації авторів та забезпечує інтеграцію в глобальний книжковий простір.

Другий розділ присвячено аналізу особливостей дизайну та оформлення вебплатформ, що спеціалізуються на видавничій справі. Розглянуто принципи побудови модульних сіток, адаптивного дизайну та масштабування інтерфейсів для різних типів пристроїв. Проведено порівняльний аналіз вебсайтів найпопулярніших українських та міжнародних видавництв із урахуванням їхніх функціональних можливостей, навігаційної структури, візуальної айдентики та регіональних особливостей. Досліджено колористичні рішення та психологічні аспекти сприйняття інтерфейсу користувачем. Визначено, що ефективний дизайн видавничої вебплатформи має поєднувати естетичну виразність, інтуїтивну навігацію, зручність користування та адаптивність до цифрових стандартів.

Третій розділ містить практичну частину роботи — розробку дизайн-пропозиції вебсайту видавництва BookChef. Сформовано загальну концепцію

ресурсу, визначено структуру розділів, логіку користувацьких сценаріїв та принципи модульної побудови сторінок. Запропоновано сучасну візуальну систему, що базується на поєднанні мінімалістичної типографіки, продуманої колірної палітри та чіткої інформаційної ієрархії. У межах проєкту розроблено головну сторінку, сторінки каталогу книг, картки видання, новинний блок та контактну інформацію. Особливу увагу приділено брендинговим елементам та інноваційним змінам у дизайні, спрямованим на підвищення впізнаваності бренду BookChef та оптимізацію взаємодії з користувачем.

Запропонована дизайн-модель враховує принципи адаптивності та інтеграції з соціальними мережами, онлайн-магазинами та мобільними платформами. Розроблений інтерфейс спрямований на створення позитивного користувацького досвіду, покращення навігації та підвищення комерційної ефективності ресурсу.

У результаті дослідження доведено, що дизайн вебсайту видавництва є важливим інструментом стратегічного розвитку бренду в умовах цифрового середовища. Запропонована дизайн-пропозиція демонструє можливість поєднання сучасних UX/UI-підходів із культурною специфікою видавничої діяльності та вимогами конкурентного ринку.

Практичне значення роботи полягає у можливості впровадження запропонованого дизайн-рішення в діяльність видавництва BookChef або використання розробленої моделі як основи для створення вебплатформ інших видавничих брендів.

Ключові слова: вебдизайн, UX/UI-дизайн, інформаційна архітектура, дизайн-система, користувацький інтерфейс, адаптивний дизайн, брендинг, вебсайт видавництва, електронна комерція, видавнича справа, BookChef.

SUMMARY

The master's thesis is devoted to the development of a design proposal for the website of the Ukrainian publishing house BookChef, taking into account contemporary digital trends, the specific characteristics of the publishing market, and the principles of UX/UI design. The relevance of the research is обусловлена the ongoing digital transformation of the book industry, changes in communication models between publishers and audiences, and the necessity to create a competitive online presence in both national and international contexts.

The first chapter examines the historical development of publishing in Ukraine and provides a brief overview of Ukrainian publishing houses during the period 2010–2025. The transformations of the book market under conditions of globalization, digitalization, and the increasing role of online sales are analyzed. Particular attention is paid to the adaptation of Ukrainian publishers to European standards, their entry into international markets, and the evolution of communication strategies. It is established that the modern publishing website performs not only informational and commercial functions but also serves as a branding tool, promotes authors, and ensures integration into the global book industry.

The second chapter focuses on the analysis of design features and visual solutions of web platforms specializing in publishing activities. The principles of modular grid systems, adaptive design, and interface scalability for various devices are examined. A comparative analysis of websites belonging to leading Ukrainian and international publishing houses is conducted, taking into account their functional capabilities, navigation structure, visual identity, and regional characteristics. The study also explores color schemes and the psychological aspects of user perception in digital environments. It is determined that an effective publishing website design must combine aesthetic expressiveness, intuitive navigation, usability, and adaptability to modern digital standards.

The third chapter presents the practical component of the research — the development of a design proposal for the BookChef website. A general concept of the resource is formulated, including the structure of sections, user journey logic, and

principles of modular page construction. A contemporary visual system is proposed, based on minimalist typography, a carefully selected color palette, and a clear informational hierarchy. Within the project, layouts for the homepage, book catalog, individual book pages, news section, and contact information are developed. Special attention is given to rebranding elements and innovative changes aimed at enhancing brand recognition and improving user interaction.

The proposed design model considers responsiveness and integration with social media, online stores, and mobile platforms. The developed interface is focused on creating a positive user experience, improving navigation efficiency, and increasing the commercial performance of the resource.

The research demonstrates that website design for a publishing house is a strategic tool for brand development within the digital environment. The proposed design solution illustrates the possibility of integrating contemporary UX/UI approaches with the cultural specificity of publishing activities and the demands of a competitive market.

The practical significance of the thesis lies in the potential implementation of the proposed design within BookChef's digital ecosystem or its adaptation as a model for other publishing brands.

Keywords: *web design, UX/UI design, information architecture, design system, user interface, responsive design, branding, publishing house website, e-commerce, publishing, BookChef.*

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	1
SUMMARY	4
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ТА КОРОТКИЙ ОГЛЯД УКРАЇНСЬКИХ ВИДАВНИЦТВ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ІСТОРІЇ 2010-2025	9
1.1 Історія розвитку видавничої справи на території України	9
1.2 Огляд визначних та впливових українських видавництв. Особливості адаптації та вихід на європейський та світовий ринок	15
Висновки до розділу 1	25
РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ТА ОФОРМЛЕННЯ ВЕБПЛАТФОРМ ЯКІ ФОКУСУЮТЬСЯ НА ВИДАВНИЧІЙ СПРАВІ. ПРИКЛАДИ. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ	28
2.1 Особливості дизайну та оформлення вебплатформ видавництв. Модульні сітки та масштаби	28
2.2 Порівняльний аналіз вебсайтів найпопулярніших видавництв. Вікові та регіональні особливості	36
2.3. Колористична та психологічна аналітика оцінки візуального оформлення вебсайту видавництва	53
Висновки до розділу 2	60
РОЗДІЛ 3 ДИЗАЙН ПРОПОЗИЦІЯ ВЕБСАЙТ ВИДАВНИЦТВА BOOKCHEF. РЕБРЕНДИНГ ТА ІННОВАЦІЇ	62
3.1 Загальна концепція вебсайту. Модульна сітка. Розділи	62
3.2 Ребрендинг-пропозиція та інноваційні зміни в дизайні сайту видавництва BookChef	70
Висновки до розділу 3	84
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:	90
ДОДАТОК А (Таблиці)	98
ДОДАТОК Б (Ілюстрації)	101

ВСТУП

Актуальність дослідження

Актуальність теми кваліфікаційної випускної роботи зумовлена зростаючою роллю вебдизайну в діяльності українських видавництв у сучасному цифровому середовищі. В умовах цифровізації культурного простору, активного розвитку електронної комерції та зміни читацьких практик вебсайти видавничих брендів стають ключовими інструментами комунікації з аудиторією, представлення видавничої продукції та формування цілісного іміджу бренду.

Особливої значущості питання якості вебдизайну набуває в контексті повномасштабної війни, яка посилила потребу у використанні цифрових каналів взаємодії, онлайн-продажів і дистанційної комунікації. У цих умовах ефективний вебсайт видавництва має поєднувати функціональність, зручність користування та виразну візуальну ідентичність, що робить дослідження принципів UX/UI-дизайну та інформаційної архітектури особливо актуальним.

Методи дослідження

Для досягнення мети дослідження у кваліфікаційній випускній роботі використано комплекс взаємопов'язаних методів, що забезпечують всебічний аналіз теми та обґрунтованість проєктних рішень:

1. **Аналітичні методи** — застосовано для опрацювання наукових публікацій, навчально-методичних матеріалів і професійних джерел з вебдизайну, UX/UI-проєктування, інформаційної архітектури та цифрового брендингу видавництв.
2. **Порівняльний аналіз** — використано для дослідження сучасних вебсайтів українських видавництв з метою виявлення спільних і відмінних особливостей їхньої структури, навігації, візуальної організації та користувацького інтерфейсу.

3. **Методи дизайн-аналізу** — застосовано для оцінки ефективності UX/UI-рішень, модульних сіток, типографіки, колористики та адаптивності вебресурсів, а також для визначення відповідності інтерфейсів сучасним вимогам користувацького досвіду.
4. **Методи інформаційного моделювання** — використано для формування логічної інформаційної архітектури, побудови користувацьких сценаріїв і структурування контенту вебсайту.
5. **Проектні методи** — застосовано у процесі розроблення дизайн-пропозиції вебсайту видавництва BookChef, зокрема при створенні концепції ребрендингу, дизайн-системи та макетів ключових сторінок.

Застосування зазначених методів дозволило поєднати теоретичний аналіз із практичним проектуванням та забезпечити цілісність і обґрунтованість отриманих результатів.

Мета дослідження

Метою кваліфікаційної випускної роботи є розроблення дизайн-пропозиції вебсайту видавництва BookChef, спрямованої на вдосконалення інформаційної архітектури, візуальної організації контенту та користувацького досвіду відповідно до сучасних принципів UX/UI-дизайну, а також на підвищення комунікаційного й комерційного потенціалу вебресурсу.

Обсяг та структура роботи

Загальна структура кваліфікаційної випускної роботи включає вступ, три розділи, 7 підрозділів, список використаних джерел та додатки. У роботі розглянуто актуальність теми, визначено мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження, а також застосовані матеріали та методи. Обсяг основного тексту становить 89 сторінок, загальний обсяг роботи — 126 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ТА КОРОТКИЙ ОГЛЯД УКРАЇНСЬКИХ ВИДАВНИЦТВ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ІСТОРІЇ 2010-2025

1.1 Історія розвитку видавничої справи на території України

Історія української видавничої справи дуже багата й різноманітна. Вона починається ще з перших друкованих книг і проходить через багато важливих етапів, які впливали на розвиток культури, освіти та суспільства. У різні часи друкарство в Україні підтримувалося або, навпаки, зазнавало обмежень, але завжди залишалося важливою частиною формування української ідентичності. Саме тому, щоб зрозуміти сучасний стан книжкового ринку та появу нових видавництв, важливо побачити, як формувалися традиції та як змінювалася видавнича галузь протягом століть.

Першу в Україні друкарню заснував Іван Федорович (Федоров) у Львові в 1573 році [1]. Першим виданням львівської друкарні став «Апостол» (1573), який включав діяння та послання апостолів[2]. Книга відзначалася високою якістю друку та художнім оформленням, включно з гравюрами-заставками та кінцівками, що підкреслювало увагу до естетики видання та художньої цінності [57]. У 1574 році Федоров видав «Буквар», що складався з азбуки та навчального матеріалу для читання і заучування напам'ять, включно з молитвами та уривками з апостольських послань[2]. Це видання стало першим у східнослов'янському регіоні букварем і суттєво вплинуло на подальші видання початкових навчальних посібників. До нашого часу збереглися два неповних примірники цієї книги – у Королівській бібліотеці Копенгагена та Гарвардському університеті [2].

У 1575 році Федоров переїжджає до Острога, прийнявши запрошення князя Костянтина Острозького. Тут він засновує нову друкарню, де видає шкільні посібники, зокрема «Читанку» з паралельним грецьким і слов'янським текстом, а також Острозький «Буквар». Найвизначнішим виданням цього періоду стала «Острозька Біблія» (1580–1581), перше повне видання Святого Письма для слов'янського православного світу[2].

Діяльність Івана Федорова мала визначальне значення для формування української друкарської традиції. Його видання сприяли розвитку початкової освіти, поширенню писемності серед різних соціальних верств та створенню підґрунтя для подальшого розвитку друкарських осередків у Львові, Острозі та інших українських містах.

У другій половині XIX століття українське книговидання набувало дедалі більш чітко вираженого національного характеру, попри значний тиск з боку імперської влади. Інформаційно-комунікаційний підхід до аналізу видавничої системи XIX століття висвітлює, що видавнича діяльність залишалася досить обмеженою через цензурні заборони, хоча і зростала кількість поліграфічних підприємств та активність інтелігенції [3].

Видавництва в Україні з'являлися внаслідок підйому національно-культурного руху. У Галичині ще у 1848 році засновано «Галицько-Руську Матицю», а в 1877 році – товариство «Просвіта» [4]. При цьому в межах Російської імперії діяльність видавництв часто ускладнювалася через цензуру: заборони 1863 і 1876 років зробили системну видавничу роботу майже неможливою.

Переходячи до початку XX століття відбулось значне пожвавлення видавничої справи, почало зростати число приватних видавництв. У кінці десятиліття з'являються важливі видавничі осередки у великих містах – зокрема в Києві, Одесі [5]. До 1917 року число видавництв значно зросло – наприклад, на 1917 рік налічувалося вже 78 видавництв, а у 1918 році – 120 видавничих підприємств [4].

Серед ключових видавництв кінця XIX – початку XX століття важливе місце займали організації, пов'язані з громадськими інтелектуальними рухами: «Матиця» у Львові, «Просвіта», а також видавництва національно-орієнтованих товариств у містах Глухів, Лубни, Кобеляки та інших [4], [58].

Вже з початку 1917 року, після Лютневої революції, видавнича справа набула нового поштовху: Центральна Рада приділяла увагу створенню видавництв та друкарень, а також налагодженню бібліотечної справи [6]. У цей

період з'являлися важливі періодичні видання, наприклад журнал «Книгарь», який став осередком дискусії про книгу, пресу й національну культуру [7].

Книжкова продукція цього періоду часто мала просвітницьке призначення: видавалися історичні, політичні та освітні тексти, які сприяли формуванню національної свідомості. За свідченнями сучасних дослідників, книгарі, видавці та інтелігенція вбачали у книзі інструмент державотворення [6].

Після завершення визвольних змагань більша частина українських територій опинилася під контролем більшовиків, що негативно позначилось на незалежному книговидаванні [8]. Значна частина видавництв, друкарень і бібліотек зазнала націоналізації або були реквізовані радянською владою. У 1922 році створено Головне управління з питань літератури і видавництв (Головліт), яке виконувало функції цензурного органу [8].

Державне видавництво України (ДВУ) у кінці 1920-х спеціалізувалося переважно на навчальній літературі – до 75 % його продукції складали підручники. Масове видавництво включало соціально-економічну, ленінську та сільськогосподарську літературу, а також художні твори, які друкувалися у значних тиражах. У фондах бібліотек зберігаються приклади таких видань 20-30-х років, зокрема «Українські народні думи» - двотомний корпус, автором якого була Катерина Грушевська [8].

У радянський час (УСРР) книговидавання в Україні зазнало значної централізації та ідеологічного контролю. Видавнича галузь стала однією з важливих державних інституцій, через яку радянська влада поширювала свою ідеологію, здійснювала масову освіту й пропаганду. Державні видавництва отримали винятковий статус, а контроль над темами й тиражами книг посилювався [9].

Однією з ключових структур під час цього періоду було Укрдержнацменвидав – Державне видавництво національних меншин УРСР. Воно було створене у 1926 році як філія Центрального видавництва народів СРСР (Центроіздат), а згодом був офіційно оформлений як самостійне

видавництво з власним підпорядкуванням [10]. Це видавництво спеціалізувалося на підручниках та літературі різними мовами національних меншин. Наприклад, у перші роки роботи виходили підручники для шкіл на таких мовах, як німецька, польська, єврейська (їдиш), чеська та інших меншини [10].

Після здобуття незалежності у 1991 році українське книговидання опинилося у нових соціально-політичних і економічних умовах, що суттєво вплинули на його розвиток. Відповідно до трансформацій ринку, видавнича галузь звільнилася від державного цензурного контролю та ідеологічного тиску, проте водночас опинилася в умовах високої економічної нестабільності, обмеженої купівельної спроможності населення та слабо розвиненої системи книгорозповсюдження [11].

У 90-х роках відбувалася активна приватизація державних видавництв та створення нових приватних ініціатив. Серед перших приватних гравців ринку слід відзначити видавництво «Дух і Літера», яке спеціалізувалося на гуманітарній літературі - філософських, соціологічних та релігійних працях, а також перекладах зарубіжних авторів. Також важливою стала діяльність видавництв «Генеза» та «Адеф», які формували пропозицію науково-популярної, навчальної, дитячої та художньої літератури [11]. Повернулося на ринок і видавництво «Смолоскип», яке раніше діяло в еміграції, і яке почало видавати дебютні та соціально значущі твори молодих авторів, а у 1997 році з'явилося дитяче видавництво «Ранок», що швидко стало одним із лідерів за кількістю дитячих книг [11].

Важливим фактором інтеграції ринку стало створення інституцій і громадських організацій, які об'єднували видавців і сприяли розвитку книжкової культури [59]. Так, у 1994 році започатковано Форум видавців у Львові, що став центральною подією для представників книжкової індустрії, а також для читачів і письменників. Паралельно активно розвивалася Українська бібліотечна асоціація, яка займалася просуванням читання та підтримкою книгорозповсюдження [11]. У цей період почали формуватися великі культурні

ініціативи, серед яких міжнародні літературні фестивалі та ярмарки, наприклад Книжковий Арсенал, що стали платформою для презентації українських книжок.

Регулювання видавничої діяльності набуло формального характеру завдяки прийняттю ключових законів: у 1994 році – «Про авторське право і суміжні права», а у 1997 році – «Про видавничу справу», які визначили правові основи діяльності видавництв, порядок дистрибуції та організацію книжкового ринку. Додатково держава запровадила податкові стимули для видавництв, зокрема звільнення від податку на прибуток, що допомогло стабілізувати галузь і підтримати нові підприємства [11].

Разом із розвитком видавничого сектора відзначалася криза роздрібної інфраструктури. У 90-х роках зруйнувалися великі мережі книгарень, що обмежувало доступ до книжок, особливо в невеликих містах. Водночас з'являлися альтернативні моделі розповсюдження: книгарні при кав'ярнях, інтернет-магазини та культурні простори, де продажі поєднувалися з організацією подій і виставок.

Особливу роль у промоції книги почали відігравати літературні медіа, як-от Читомо, ЛітАкцент і Букмоль, які висвітлювали новинки, ринкові тренди та культурні дискусії. Традиційні друковані видання адаптували свої формати під нові умови ринку [11]. Освітній аспект підтримки видавничої галузі проявлявся у створенні спеціалізованих програм у вищих навчальних закладах, зокрема кафедр видавничої справи та редагування. Проте у 2015 році спеціальність «Видавнича справа» була вилучена зі списку галузей знань, що поставило додатковий виклик для розвитку професійної спільноти [11].

Стан українського книговидання у 2010– 2025 роках характеризувався динамічним розвитком та поступовим переходом до цифрових форматів, що збіглося із загальносвітовими тенденціями індустрії. До початку повномасштабного вторгнення Росії у 2022 році український ринок книжок демонстрував стійке зростання, збільшувалася кількість видавництв, поширювалися онлайн-платформи, зростала аудиторія читачів, а також активно

реалізовувалися державні та приватні програми підтримки книговидавання [12]. Упродовж цього періоду змінилася мовна структура ринку: значно зросла частка україномовних видань, що відображало державну політику з підтримки національної літератури та просування української культурної ідентичності [13].

Початок повномасштабної війни у 2022 році спричинив суттєві виклики для індустрії. Близько 22 % видавництв зазнали руйнування інфраструктури, а 95 % повідомили про різке падіння продажів, що стало прямим наслідком зупинки логістики, тимчасової евакуації персоналу та руйнування книгарень [14]. Водночас частина видавництв змогла адаптуватися до нових умов, використовуючи комбіновані моделі роботи, що поєднували онлайн-продажі, електронні формати та переміщення виробничих процесів до безпечних регіонів [14]. Для більшості підприємців стратегічною відповіддю стала цифровізація процесів, активне онлайн-просування та участь у культурних ініціативах, що підтримували читацьку активність навіть в умовах війни [12].

Український інститут книги, урядові грантові програми та окремі законодавчі ініціативи сприяли збереженню видавництв, стимулювали друк україномовної літератури та підтримували доступ до книг для бібліотек та навчальних закладів. Зростання попиту на україномовні видання підтримувалося також за рахунок обмежень на імпорт книг з Росії та Білорусі, а нові переклади іноземних видань українською сприяли формуванню сучасної національної літературної парадигми [13].

Водночас розвиток цифрових форматів, електронних книг та аудіо давав змогу видавництвам зберегти частину ринку, хоча конкуренція з нелегальним контентом залишалася серйозною проблемою. За даними аналітичних досліджень, навіть у найскладніші періоди галузь продовжувала активно впроваджувати інновації та шукати нові моделі комерційної та культурної діяльності, що свідчить про високий рівень адаптивності та життєздатності українського книговидавання.

Період 2010– 2025 років в українському книговидаванні характеризується поєднанням динамічного зростання, цифрової трансформації, державної

підтримки та стійкості галузі в умовах зовнішніх загроз. Попри економічні та воєнні труднощі, українська видавнича індустрія продовжує виконувати важливу соціокультурну функцію, забезпечуючи доступ до літератури, сприяючи розвитку читання та підтримуючи національну культурну ідентичність.

Історія українського книговидання - це жива і безперервна лінія, яка відбиває всі культурні й політичні зміни в нашому суспільстві [73]. Від друкарень Івана Федорова у XVI столітті книга стала важливим засобом поширення знань і формування національної ідентичності, а попри тривалі періоди заборон та цензури українська видавнича традиція зберігалася завдяки братствам, приватним ініціативам та культурним центрам.

Після здобуття незалежності, галузь нарешті змогла розвиватися вільно. З'явився приватний ринок, розширилися жанри, переклади стали помітнішими, а цифровізація й економічні виклики XXI століття підштовхнули до нових технологій і форматів. Після 2014 року, і особливо з початком повномасштабної війни у 2022-му, все помітніше зростає інтерес до української книги, активізувалася міжнародна співпраця й культура видавництва вийшла на новий рівень. Українське книговидання вкотре довело свою стійкість і здатність підлаштовуватися до змін - від перших друкованих сторінок і до сучасної індустрії, яка не пасе задніх навіть на світовому ринку. Усе, що пережили й змогли створити, дає міцний фундамент, щоб українська книга впевнено звучала в європейському і світовому культурному просторі.

1.2 Огляд визначних та впливових українських видавництв. Особливості адаптації та вихід на європейський та світовий ринок

Сучасний розвиток українського книговидання сформувався під впливом глибоких трансформацій, що розпочалися після здобуття незалежності та особливо активізувалися у 2010–2020-х роках. Саме цей період позначився швидким зростанням кількості приватних видавництв, зміною читацьких

запитів та поступовим переходом ринку від російськомовної продукції до переважання україномовних видань [11].

Українські видавництва активно адаптуються до європейського книжкового ринку, зокрема завдяки розвитку перекладацьких програм, участі у міжнародних ярмарках та зростанню інтересу іноземних видавців до українських авторів після 2014 року [15]. Українська книга поступово здобуває власну нішу у глобальному культурному контексті, а провідні видавництва формують стратегії міжнародної комунікації, продажу прав та партнерств.

У цьому контексті визначні українські видавництва відіграють роль ключових культурних інституцій, що формують національний літературний простір та водночас представляють Україну на світовому ринку.

Варто звернути увагу на такі провідні компанії, як BookChef, Клуб Сімейного Дозвілля (КСД), Видавництво «Ранок», «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», Видавництво Старого Лева, Vivat та інші, які не лише активно розвивають український ринок, але й формують стратегії виходу на європейський та світовий рівень, адаптуючись до сучасних тенденцій і глобальних викликів книжкової індустрії.

1) BookChef

Особливе місце в сучасному українському книжковому ринку посідає видавництво BookChef - воно є одним з найбільших за кількістю глобальних бестселерів у портфелі і представлено серед ключових учасників Української Асоціації Видавців [16]. BookChef працює з 2017 року, а в його асортименті - понад 600 видань різноманітних жанрів. [17] BookChef з'явився на ринку в період цифрової трансформації та орієнтований на популярні жанри: видавництво спеціалізується на художніх книгах, нон-фікшн, бізнес-літературі, мотивації й психології.

Асортимент видавництва включає такі напрямки, як психологія, саморозвиток, бізнес, мотиваційна література, художня література, дитячі книги - тобто ті жанри, які традиційно мають великий попит у масового читача і добре резонують із глобальними тенденціями видавництва [16].

BookChef позиціонує себе не просто як комерційне видавництво, а як “видавництво, книги якого формують особистість”, спрямовуючи свою діяльність на розвиток критичного мислення та емпатії читачів через тексти, які відображають міжнародну культурну спадщину [16].

Щодо виходу на міжнародний ринок, BookChef демонструє певні стратегічні кроки. За даними “Обрії Друкарства”, видавництво реалізувало проєкт у співпраці з німецьким Arena Verlag: було надруковано 10 000 дитячих книжок українською мовою, які потім передавалися школам у Німеччині [18]. Цей проєкт є прикладом культурного експорту, який має не лише комерційне, а й освітньо-соціальне значення.

З точки зору впливу на український ринок, BookChef відіграє важливу роль у популяризації перекладної літератури та ідей, що мають глобальне значення. Завдяки великій бібліотеці всесвітніх бестселерів видавництво підсилює інтелектуальний дискурс в Україні та сприяє формуванню читачів, які цікавляться не просто дозвіллям, а особистісним розвитком і знаннями.

2) Клуб Сімейного Дозвілля (КСД)

У межах огляду впливових українських видавництв, Клуб Сімейного Дозвілля (КСД) заслуговує окремої уваги як один із найпотужніших секторів книжкового ринку, адже КСД очолює список найприбутковіших видавництв із виторгом 593 млн грн. [19]

Компанія «Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля»» була заснована у 2000 році й уже з початку своєї діяльності поєднувала видавничий сегмент з книгарнею, інтернет-магазином і логістичними сервісами [20]. Структура КСД дозволяє ефективно охоплювати широку читацьку аудиторію: через каталоги, сайти й фізичні магазини по всій Україні.

Щодо напрямів видавничої діяльності, КСД має дуже широкий і жанрово різноманітний портфель, він включає художню літературу (бестселери різних жанрів - детективи, трилери, фантастику), нон-фікшн (психологія, наука), а також переклади популярних міжнародних авторів (наприклад, Стівен Кінг, Ден Браун, Джоджо Мойєс) і українських прозаїків. Крім того, КСД активно

підтримує бестселери світової літератури у серії “Світові бестселери українською”, що дозволяє читачам отримувати якісні переклади відомих творів [21].

З точки зору адаптації до сучасного ринку та глобалізації, КСД демонструє кілька стратегічних переваг. По-перше, він має іноземні інвестиції - зокрема, Клуб є дочірнім підприємством з міжнародним капіталом [22]. По-друге, КСД бере участь у міжнародних книжкових ярмарках і співпрацює з міжнародними видавничими партнерами, що дає йому експозицію на глобальному ринку, серед партнерів - відомі світові видавці, такі як Penguin Random House, Hachette, Scholastic [20].

Важливим культурним аспектом діяльності КСД є його вплив на читача і літературний ринок. Завдяки великому тиражу, широкій дистрибуції та популярним жанрам, видавництво допомагає українським читачам отримувати доступ до сучасних світових та вітчизняних текстів. Його позиція як комерційного гравця з масовим охопленням робить КСД одним із ключових факторів стабільності та зростання книжкового ринку в Україні.

3) Видавництво «Ранок»

Видавництво «Ранок» - один із найбільш впливових і важливих гравців на українському книжковому ринку, особливо в сегменті навчальної та дитячої літератури. Воно було засноване в Харкові в 1997 році й швидко перетворилося на корпорацію з широким спектром видавничої діяльності [23].

Основна спеціалізація «Ранку» - підручники, методичні матеріали, навчальна література, а також дитячі книги для різних вікових груп. За даними видавництва, щороку воно публікує близько 600 нових назв, а річний наклад становить 1,5–2 млн примірників [23]. Також «Ранок» видає близько 40 серій дитячих книг, які охоплюють широкий спектр жанрів - від розвиваючих ігор до енциклопедій [24].

Щодо інновацій, «Ранок» впроваджує екологічні технології в поліграфії (використовує перероблений папір) та розвиває електронні формати своїх видань [23]. Видавництво також має потужну онлайн-інфраструктуру: їхній

інтернет-магазин Ranok.com.ua створено з наголосом на масштабованість, щоб обробляти значні обсяги замовлень і охоплювати широку аудиторію.

З точки зору міжнародної стратегії, «Ранок» демонструє значну амбіцію. У 2016 році видавництво стало першим і єдиним українським членом Європейської асоціації освітніх видавців (European Educational Publishers Group), що відкриває можливості для співпраці з іноземними партнерами [25]. Наприклад, «Ранок» адаптував підручники Oxford University Press, разом з британськими авторами, під український освітній контекст [25].

Таким чином, «Ранок» - це видавництво, яке поєднує освітню місію та сучасний бізнес-підхід. Його масштабна присутність в освітньому секторі, інноваційні технології та міжнародна активність роблять його критично важливим для формування українського книжкового ринку та для представлення української освіти в глобальному контексті.

4) Видавництво «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА»

Видавництво Івана Малковича «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», засноване 20 квітня 1992 року, є першим приватним дитячим видавничим проєктом незалежної України й одним із найвпливовіших брендів української дитячої літератури. [26] Назва видавництва походить з оповідання Івана Франка «Грицева шкільна наука», де герой вивчає абетку, вимовляючи: «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА». [26]

З самого початку «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» орієнтувалося на видання книг найвищої художньої та поліграфічної якості, з особливим акцентом на ілюстрацію: серед її ілюстраторів - такі відомі українські митці, як Владислав Єрко, Кость Лавро, Катерина Штанко [27]. Перша книга видавництва - «Українська абетка» - вийшла друком уже в липні 1992 року, і цей дебют символічно окреслив його культурну місію [27].

Щодо міжнародної присутності, «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» успішно продавала права на свої книги в близько 19 країн, серед яких - Велика Британія та Сполучені Штати [28]. Особливо показовим є досвід із «Сніговою королевою» Ганса Крістіана Андерсена в інтерпретації видавництва, яка у 2005 році стала бестселером у подарунковому форматі у Великій Британії та

продалась тиражем понад 30 тисяч примірників [28]. Це підтверджує, що продукція «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» відповідає високим світовим стандартам якості й може конкурувати на міжнародному ринку.

Використовуючи участь у глобальних книжкових майданчиках, таких як книжкові ярмарки, і налагоджуючи співпрацю з міжнародними агентами та перекладачами, видавництво ефективно адаптує свої продукти для різних аудиторій. У портфелі видавництва - як дитячі книги, так і доросла література: з 2008 року «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» розширило асортимент і почало видавати видання для старшої аудиторії. Крім того, в сучасний період видавництво демонструє здатність оперативно реагувати на соціокультурні виклики: наприклад, у 2024 році «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» розірвало контракт із художницею, яка мала публічні зв'язки з російським ринком, та передало залишки її книг до бібліотек на деокупованих територіях [29].

5) Видавництво Старого Лева

Видавництво Старого Лева було засноване 13 грудня 2001 року у Львові, співзасновниками є Мар'яна Савка та Юрій Чопик [30]. Місія цього видавництва полягає у створенні книг «для всієї родини» - від картинок і дитячих казок до дорослої літератури, нон-фікшн, поезії, романів, атласів і альбомів. Завдяки такій широкій тематиці Старий Лев зміг охопити дуже різні аудиторії й сформувати сильну репутацію на вітчизняному ринку.

Ще на початку свого шляху видавництво проявило амбіції щодо міжнародної присутності: у 2013 році Старий Лев вперше взяв участь у Болонському дитячому книжковому ярмарку з власним стендом, де презентував найкращі свої видання й представив українських ілюстраторів та авторів світовій спільноті [30]. Вже у 2014 році видавництво здобуло значне міжнародне визнання - книжка-картинка «Зірки і макові зернята» творчої майстерні «Аграфка» (Романи Романишин і Андрій Лесів) отримала нагороду в категорії Opera Prima конкурсу Bologna Ragazzi Award [30]. Після цього Старий Лев систематично бере участь у провідних світових виставках: серед них -

ярмарки в Лондоні, Франкфурті, Болоньї, Празі, Сеулі, Відні, Шанхаї, Римі, Тайбеї, Шарджі тощо.

Щодо комерційної й правової стратегії, «Видавництво Старого Лева» активно продає права на свої видання за кордон. За різними даними, їхні книжки перекладено або продаються в понад 40 країнах світу [30].

Міжнародне визнання видавництва підтверджено престижними нагородами: так, у 2023 році Old Lion отримало на Bologna Children's Book Fair премію BOP (Bologna Prize) як «краще дитяче видавництво Європи» [31]. Крім того, їхні книги неодноразово отримували міжнародні відзнаки, такі як Bologna Ragazzi Award, Angelus, Little Hakka International Picture Book Award, European Design Awards, а також потрапляли до каталогу White Ravens, який ведеться International Youth Library [32].

Однією з характерних рис діяльності Старого Лева є соціальна відповідальність: від 2014 року видавництво проводить щорічний «Гаражний розпродаж», прибуток з якого спрямовується на благодійні проєкти [30]. Крім того, Старий Лев розвиває власну мережу книгарень-кафе - у Львові, Києві, Одесі, Дніпрі - що підсилює присутність бренду як на локальному, так і на культурному рівні [32].

6) Видавництво «Vivat»

Видавництво «Віват» (Vivat) - це один із провідних українських комерційних видавничих брендів, офіційно заснований у 2013 році в Харкові в результаті злиття двох до того чинних місцевих підприємств - «Аргумент Принт» та «Pelican» [33]. Юридично «Віват» діє як ТОВ «Видавництво Віват», входячи до групи компаній «Фактор». За короткий період після створення видавництво зайняло провідні позиції в українському книговиданні - за оцінками різних джерел, воно увійшло до трійки найбільших за кількістю виданих найменувань і накладом [34].

Асортимент видавництва «Віват» характеризується широкою жанровою диверсифікацією: він охоплює дитячу й підліткову літературу, художню прозу (як класичну, так і сучасну), non-fiction (історичні й суспільно-політичні книги),

публіцистику, прикладні видання та подарункові книги [35]. За даними видавництва, щорічно з'являється близько 300 нових назв, а загальний обсяг продажу становить приблизно 2,5 млн книг на рік [35]. Тим часом, інші ресурси повідомляють, що «Віват» може випускати навіть до 500 нових книжок щороку під трьома внутрішніми торговими марками: «Pelican» (для дітей), «Аргумент» (прикладна література) та «Віват» (художня література та подарункові видання) [33].

Культурна місія видавництва формулюється як прагнення до інтелектуального й духовного розвитку читачів. У заяві видавництва наголошується на преміальності книжок - вони створюються з використанням якісних поліграфічних матеріалів, залученням професійних перекладачів, редакторів, коректорів і художників. При цьому «Віват» підкреслює, що його мета - не просто друкувати книги, а зробити їх значущими, корисними й естетично привабливими для читачів [34]

Що стосується міжнародної стратегії, «Віват» активно працює на зовнішніх ринках і має встановлені партнерські зв'язки з понад 20 країнами світу, включаючи європейські, азійські та північноамериканські ринки [35].

Питома увага до комунікації з читачем є ще одним елементом стратегії «Віват»: видавництво не лише публікує книги, а й підтримує їхню популяризацію через власні маркетингові й просвітницькі ініціативи. Зокрема, команда видавництва «Віват» організовує власні культурні події, бере активну участь у великих книжкових ярмарках (національних та міжнародних), а також має у своїй структурі мережу фірмових книгарень, через яку будуються прямі зв'язки з читачами [34]

Видавництво також демонструє гнучкість та стійкість у складних обставинах: за період політичних викликів та війни «Віват» не просто зберіг свою діяльність, але й реагував на кризові умови, адаптуючи логістику, підтримуючи авторів та продовжуючи публікування важливих тем. У цьому контексті вони зберігають соціальну відповідальність, звертаючись до тем

національної ідентичності, сучасних викликів та необхідності культурного діалогу [34]

Провідні українські видавництва - КСД, «Ранок», «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», Видавництво Старого Лева та «Віват» - демонструють різні стратегічні підходи до розвитку, але разом формують цілісну модель модерного українського видавничого середовища.

Кожне з провідних видавництв відіграє специфічну роль у структурі національного ринку. КСД формує масовий сегмент читання, забезпечуючи доступ до сучасної світової та української літератури й утримуючи позицію одного з найбільших комерційних видавців країни. «Ранок» визначає стандарти в освітній та дитячій літературі, поєднуючи традиції із впровадженням сучасних технологій та співпрацею з міжнародними освітніми партнерами. «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» забезпечує високий художній рівень дитячої книги, просуваючи українську ілюстрацію та естетику на глобальну арену. Видавництво Старого Лева демонструє приклад системної інституційної розбудови, створюючи якісний культурний продукт і здобуваючи численні міжнародні нагороди, що підтверджують успішність української книги у світовому контексті. «Віват» же формує один із найширших за тематикою асортиментів, поєднуючи суспільно важливі видання, художню літературу та популярний non-fiction, водночас активно розширюючи присутність на міжнародних ринках.

Спільним для цих видавництв є їхня здатність адаптуватися до викликів сучасності: від зміни читацьких практик до наслідків війни, яка суттєво вплинула на логістику, функціонування бізнесу та культурні пріоритети суспільства. У ситуації глобальної нестабільності українські видавці не лише зберегли свою діяльність, а й продемонстрували гнучкість та інноваційність - через участь у міжнародних книжкових ярмарках, продаж прав, впровадження цифрових форматів, розвиток власних маркетингових каналів та соціальних ініціатив.

Таким чином, аналіз діяльності ключових українських видавництв свідчить, що український книжковий ринок перейшов від локального розвитку до етапу активної інтеграції у світовий культурний простір. Провідні видавництва формують позитивний імідж української книги за кордоном, демонструючи її художню якість, конкурентоспроможність та актуальність. Стратегія адаптації через міжнародні партнерства, участь у виставках, експорт прав і розвиток унікальних книжкових продуктів дозволяє українському книговиданню утверджуватися на європейському та глобальному ринку, посилюючи тим самим культурний суверенітет України й розширюючи її присутність у світовому просторі.

Висновки до розділу 1

Проведений історико-аналітичний огляд розвитку українського книговидавання засвідчує його складну та багатопланову еволюцію, яка відображає як культурні, так і політичні, економічні та технологічні трансформації в суспільстві. Початковий етап розвитку книгодрукування у XVI столітті, пов'язаний із діяльністю Івана Федорова та інших першопрохідців, сформував основи національної друкарської традиції. Ці ранні осередки не лише забезпечували поширення освітніх та релігійних текстів, а й виконували важливу культурну функцію, сприяючи консолідації української національної ідентичності. Уже на цьому етапі проявлялася взаємодія технологічних новацій і культурних потреб, що надалі стала характерною рисою розвитку видавничої справи в Україні.

У XIX — на початку XX століття книгознавча та видавнича діяльність набули чітко вираженого національно-культурного спрямування. Просвітницькі товариства, окремі приватні та громадські видавництва сприяли формуванню інтелектуального середовища, розширенню кола читачів і популяризації української літератури. У цей період спостерігається активне залучення художників, ілюстраторів та науковців, що підвищувало якість і привабливість видань, а також заклало традицію поєднання естетичного й освітнього змісту книги.

Радянський період приніс значну централізацію видавничої галузі та стандартизацію процесів, але водночас забезпечив масштабність і доступність книговиробництва. Книги широко поширювалися серед населення, розширювалася мережа бібліотек, зростала роль книги як інструменту ідеологічного впливу. Цей період характеризувався суворим цензурним контролем і обмеженням тематики, що змушувало видавців шукати творчі способи передавання культурного змісту, зберігаючи національні традиції всередині загальної ідеологічної рамки.

Відновлення незалежності України у 1991 році стало переломним моментом для національного книговидавання. Поява приватних видавництв,

диверсифікація тематики видань, відродження гуманітарної та культурної місії книги, розвиток книгарень та книжкових фестивалів створили нові можливості для ринку. У цей період активізувалися процеси пошуку унікальної стилістики видань, залучення сучасних дизайнерів і ілюстраторів, інтеграція світових трендів та технологій у вітчизняне книговидавництво.

Період 2010–2025 років характеризується помітним переходом галузі до цифрових форматів і онлайн-платформ, що забезпечило ширший доступ до літератури та нові моделі дистрибуції. Зросла роль державної підтримки, культурних ініціатив та міжнародної співпраці, зокрема через участь українських видавців у глобальних книжкових ярмарках. Попри ці досягнення, події 2022 року спричинили серйозні виклики: руйнування інфраструктури, падіння обсягів продажів та ускладнення логістики. Водночас галузь продемонструвала високий рівень адаптивності, зокрема шляхом активного впровадження цифрових платформ, розвитку онлайн-розповсюдження, підтримки авторів та ініціатив, спрямованих на збереження культурної спадщини.

Сучасне українське книговидавництво є результатом багатовікової історичної динаміки, у якій органічно поєднуються традиції, культурні цінності, ринкові трансформації та суспільно-політичні фактори. Воно перебуває одночасно у зоні ризиків і потенціалу: з одного боку — зовнішні виклики війни та економічної нестабільності, з іншого — зростання національного читання, зміцнення державної підтримки, активізація громадських ініціатив та інтеграція у глобальні видавничі процеси. Видавнича галузь України демонструє готовність до стратегічного розвитку у післявоєнний період, збереження культурної ідентичності та інноваційного розвитку, що забезпечує її ключову роль у формуванні суспільного та культурного простору держави.

Таким чином, аналіз історії та сучасного стану українського книговидавництва показує, що книга залишається не лише носієм інформації, а й важливим інструментом культурної самобутності, національної пам'яті та соціальної згуртованості. Попри складні історичні виклики, галузь продовжує

еволюціонувати, відновлюватися та адаптуватися до нових технологічних і соціальних умов, що свідчить про її стійкість, значущість і перспективність у сучасній Україні.

РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ТА ОФОРМЛЕННЯ ВЕБПЛАТФОРМ ЯКІ ФОКУСУЮТЬСЯ НА ВИДАВНИЧІЙ СПРАВІ. ПРИКЛАДИ. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

2.1 Особливості дизайну та оформлення вебплатформ видавництв.

Модульні сітки та масштаби

Сьогодні вебплатформи відіграють ключову роль для видавництв: вони є не лише “вітриною” книгарні, але й центральною точкою комунікації з читачами, авторами й партнерами. Саме через вебсайт видавництво має змогу ефективно презентувати свій каталог, анонсувати новинки, збирати зворотний зв'язок і будувати бренд, що відповідає на сучасні очікування аудиторії [74]. Сайт стає інструментом - він формує репутацію, презентує публікації, розміщує новинні блоки, рецензії, огляди та мультимедійний контент, що значно підсилює маркетингову функцію видавництва.

Крім того, вебсторінка виступає як платформа для партнерської взаємодії: видавництва можуть залучати зовнішніх агентів, міжнародних організацій, співпрацювати з книготоргівельними платформами та культурними інституціями. Завдяки вебсайту видавець отримує гнучкий канал для анонсів, попередніх продажів, електронних передзамовлень та промокампаній, що суттєво підвищує операційну ефективність та охоплення аудиторії.

Особливої ваги вебплатформи набуває в умовах цифрової дистрибуції, електронні книги та цифрові каталоги видавців стали важливим компонентом сучасної моделі книжкового бізнесу, і вебсайт є ключовим майданчиком для реалізації цієї стратегії [79].

Завдяки таким аспектам, вебсайт видавництва трансформується із просто інформативного ресурсу в повноцінну комунікаційну платформу, що підтримує зв'язок з читачами, обслуговує партнерів і сприяє сталому розвитку видавничого бренду в епоху цифрових технологій.

Основні принципи вебдизайну для сучасних видавництв ґрунтуються на поєднанні користувацько-орієнтованій структурі, продуманої візуальної ієрархії та гармонійного балансу між текстовими й графічними елементами.

1) Користувацько-орієнтована структура: навігація, категорії, пошук книг.

Зручна та інтуїтивно зрозуміла структура вебсайту видавництва визначає ефективність взаємодії між платформою та її аудиторією, оскільки забезпечує легкий доступ до каталогу, вибору жанру чи оформлення покупки [60]. Основою такої структури виступають принципи зручної навігації, логічної класифікації категорій та коректно налаштованого пошуку книг.

Користувачі набагато швидше орієнтуються на тих сайтах, де елементи меню розташовані у звичних місцях та мають стандартні назви, що дозволяє мінімізувати когнітивне навантаження й прискорити процес знаходження інформації [35].

Для великих видавництв, які мають розгалужені каталоги, важливо застосовувати багаторівневу навігацію [61]. Головні категорії (наприклад, «Художня література», «Дитячі книги», «Нон-фікшн» тощо) формують основу структури, тоді як підкатегорії уточнюють тематичний напрям, жанр або тип видання. Така організація дозволяє уникнути інформаційного перевантаження і водночас забезпечити деталізацію, достатню для комфортного вибору книги.

Ще одним елементом зручної навігації є breadcrumb-навігація («хлібні крихти») [36]. Вона надає користувачеві зрозумілий шлях перегляду сторінок і дозволяє швидко повернутися до попереднього рівня, що особливо важливо в структурах, де каталог може містити десятки жанрових чи тематичних гілок. За визначенням, breadcrumbs виконують одночасно і навігаційну, і інформаційну функцію - вони вказують, де саме користувач знаходиться у структурі сайту та як він туди потрапив.

У контексті видавничих вебплатформ «хлібні крихти» є надзвичайно ефективними, оскільки багато користувачів заходять на сайт через зовнішні джерела - наприклад, пошукові системи чи соцмережі - і можуть опинитися одразу на сторінці конкретної книги [75]. Breadcrumb-навігація дозволяє їм легко перейти до ширшої категорії, познайомитися з подібними чи пов'язаними виданнями та продовжити дослідження каталогу.

Не менш критичним елементом є пошук книг, який має працювати швидко, точно та з можливістю фільтрації за різними параметрами: автор, жанр, рік видання, мова, серія тощо. Сучасні видавництва впроваджують алгоритми автодоповнення та підказок, які допомагають користувачеві знайти книгу навіть за фрагментом назви або прізвища автора. Оптимально налаштований пошук не лише підвищує зручність використання сайту, а й напряду впливає на конверсію - тобто на кількість покупок.

Таким чином, користувацько-орієнтована структура вебсайту видавництва - це логічна, інтуїтивна та зручна система навігації, яка поєднує стандартизовані шаблони поведінки користувачів, зрозумілі категорії та ефективні інструменти пошуку [62]. У комплексі ці елементи формують комфортний цифровий простір, де читач може без труднощів знаходити та обирати книжки, а видавництво - забезпечувати позитивний користувацький досвід і формувати лояльність аудиторії [78].

2) Візуальна ієрархія: заголовки, підзаголовки, блоки контенту.

Візуальна ієрархія є основоположним принципом вебдизайну, що встановлює порядок сприйняття елементів на сторінці та допомагає користувачеві швидко орієнтуватися в інформації. Основні інструменти формування візуальної ієрархії - це робота із заголовками, підзаголовками, структурними блоками, типографікою, розміром, кольором і простором між елементами. Заголовки відіграють роль домінантних акцентів: саме вони першими привертають увагу завдяки збільшеному розміру та контрастності. Важливо дотримуватись чіткої градації заголовків на рівні H1–H6, де кожен наступний рівень формує підпорядковану структуру та задає логіку сприйняття. Підзаголовки виступають проміжною ланкою між заголовком і основним текстом, уточнюючи змістові блоки та полегшуючи орієнтацію користувача у великому обсязі інформації [37].

Блоки контенту відіграють не менш важливу роль, оскільки саме вони формують ритм сторінки й забезпечують структурованість. Логічно структуровані секції зменшують час пошуку інформації та підвищують

ефективність взаємодії завдяки групуванню контенту [38]. Щоб забезпечити чіткі межі між блоками, застосовують модульні сітки, відступи, візуальні маркери або кольорові акценти, що допомагають уникнути візуальної перевантаженості. Узгоджена робота заголовків, підзаголовків та блоків формує природний маршрут взаємодії - від ключових елементів до другорядних.

3) Баланс тексту та графічних елементів

Баланс тексту та графічних елементів забезпечує гармонійність сторінки та оптимальне сприйняття контенту, роблячи вебсторінку більш зрозумілою й привабливою для користувача. Текст формує смислову основу контенту, тоді як графічні елементи - ілюстрації, іконки, фото - виконують пояснювальну, акцентну та навігаційну функції. Оптимальне поєднання цих складників дозволяє підсилити ключові меседжі та зробити вебсторінку зрозумілою і динамічною.

Баланс між текстом і графікою напряду впливає на читабельність та ефективність комунікації, а також формує візуальний ритм сторінки. Зокрема, раціональне використання ілюстрацій та візуальних блоків допомагає розділяти великі масиви тексту, роблячи контент простішим для обробки. У випадку перенасичення графікою користувач втрачає фокус, а структура сторінки стає хаотичною; якщо ж графіка відсутня або мінімальна - сторінка здається монотонною та важкою для сприйняття [39].

Збалансоване використання текстових і візуальних елементів робить контент цілісним, читабельним і професійним з точки зору UX, що є особливо важливим для вебплатформ видавництва, де одночасно працюють великі обсяги тексту, графіки та інформаційних модулів.

Модульні сітки є важливим інструментом сучасного вебдизайну, що дозволяє упорядкувати контент та забезпечує зручну адаптацію сторінок під різні екрани [64]. Використання адаптивних та фіксованих сіток дозволяє створювати структури, які динамічно підлаштовуються під розміри пристрою користувача або зберігають задані пропорції для конкретних форматів.

Адаптивні сітки дозволяють макету автоматично підлаштовуватися під розмір екрана користувача, зберігаючи логіку розміщення блоків і забезпечуючи оптимальну читаємість тексту та зображень на десктопах, планшетах та мобільних телефонах [65]. Фіксовані сітки застосовуються тоді, коли важливо зберегти точне розташування елементів незалежно від ширини вікна браузера, що часто використовують для презентаційних блоків або для акцентування ключових елементів дизайну [40].

Переваги модульного підходу полягають у можливості легко оновлювати контент без порушення загальної структури сторінки та швидкого масштабування макета під різні екрани [66]. Модульні сітки забезпечують логічне групування інформації, що полегшує читання, підтримує гармонійний баланс тексту та графічних елементів, а також прискорює роботу дизайнерів і розробників при внесенні змін у контент або при інтеграції нових функцій [41]. Приклади популярних схем сіток у вебсайтах видавництв включають класичну 12-колонкову сітку для адаптивного вебдизайну, яку часто застосовують у виданнях з великим каталогом книг, а також 8- та 16-колонкові системи для більш гнучкого розташування блоків на сторінках з мультимедійним контентом [67]. Такі сітки дозволяють легко інтегрувати каруселі, рекомендовані видання та рекламні банери, не порушуючи загальної структури, а також забезпечують рівномірне вирівнювання тексту та графіки, що підвищує естетичну цілісність сайту та покращує взаємодію користувача [42].

Модульний підхід у вебдизайні передбачає розбиття сторінки на незалежні або напівнезалежні блоки, що істотно полегшує оновлення та управління контентом. Завдяки такій структурі дизайнер або редактор може змінювати текст, зображення чи інтерактивні елементи в окремому модулі без необхідності перебудовувати всю сторінку, що значно економить час і ресурси [41]. Крім того, модульні сітки забезпечують легке масштабування контенту під різні екрани - desktop, tablet та mobile. Адаптивні блоки автоматично підлаштовуються під ширину пристрою, зберігаючи пропорції та логіку

розташування елементів, що покращує читаємість та зручність користування сайтом [42].

Також модульна структура спрощує інтеграцію додаткових функцій, таких як рекомендовані книги, банери акцій, відеоконтент або каруселі, без порушення загальної композиції сторінки. Це особливо важливо для вебплатформ видавництв, де каталог видань постійно оновлюється, а користувачі очікують швидкого доступу до актуальної інформації. Модульний підхід дозволяє не тільки зберігати візуальну гармонію, але й забезпечує масштабованість сайту під майбутні розширення та інновації, що відповідає сучасним стандартам UX/UI.

Популярні схеми сіток у вебсайтах видавництв зазвичай базуються на модульних або колонкових системах, які забезпечують логічне розташування контенту та зручну навігацію для користувачів. Однією з найпоширеніших є 12-колонкова сітка, яку використовують багато сучасних платформ.

Інший популярний варіант - модульні сітки з чітким розподілом на горизонтальні та вертикальні блоки, які зручно використовувати для виділення категорій, новинок, бестселерів та промоційних матеріалів. Наприклад, сайти таких видавництв, як BookChef або Клуб Сімейного Дозвілля, використовують комбінацію колонок та блоків різної ширини для головної сторінки та каталогу, що дозволяє поєднувати великий банер із новинками та дрібніші блоки для популярних книг [16], [43].

Додатково популярні сайти видавництв застосовують «картковий» формат відображення видань, де кожна книга або серія отримує окремий модуль з обкладинкою, назвою та коротким описом. Такий підхід дозволяє користувачеві швидко переглядати великий каталог і одночасно забезпечує структуровану візуальну подачу.

Таким чином, використання модульних сіток і адаптивного дизайну є ефективним способом організації контенту вебсайтів видавництв, що дозволяє підтримувати професійний вигляд, легку навігацію та масштабованість під різні пристрої.

Також варто згадати про такі елементи вебсайту, які забезпечують не лише естетичну привабливість, а й функціональність, зручність для користувача і ефективну комунікацію з аудиторією. Особливо для сайту видавництва - де важливі як візуальна частина, так і читабельність, легкість доступу до каталогу, а також можливість оперативного оновлення контенту й презентування різного типу матеріалів (анонсів, новинок, книжок, інформації про авторів, акцій, блогу тощо).

Перш за все варто розглянути використання інтерактивних елементів - таких як каруселі (слайдери), фільтри, спливаючі вікна тощо. Каруселі (sliders) традиційно використовують на головній сторінці для демонстрації новинок, бестселерів, промоакцій або важливих новин. Це дозволяє в одному «вікні» показати кілька ключових повідомлень, не перевантажуючи дизайн [44].

Однак важливо впроваджувати їх з урахуванням практик, що мінімізують негативні UX-ефекти. Наприклад: обмежена кількість слайдів (оптимально 3–5), чіткі навігаційні елементи (стрілки або індикатори), можливість користувачеві вручну перемикаєти слайди, або навіть відмова від автозапуску. Автопрокрутка може відлякувати користувачів, особливо якщо слайд міняється надто швидко або перемикаєння трапляється без явного контролю [44].

Ще один важливий функціональний акцент - застосування фільтрів і систем навігації. Для видавництва, яке пропонує багато книжок (у різних жанрах, з різними авторами, форматами, акціями тощо), фільтри дають змогу користувачам швидко відсортувати та знайти потрібну книжку. Використання таких інструментів значно підвищує зручність користування сайтом, особливо якщо фільтри працюють динамічно та миттєво (без перезавантаження сторінки), що додатково покращує UX [45].

Модальні вікна та спливаючі підказки можуть виконувати важливу роль на сайті видавництва, оскільки допомагають покращити взаємодію користувача з платформою. Вони особливо корисні під час онбордингу нових відвідувачів: можуть з'являтися як короткі інструкції щодо користування каталогом, підписки на розсилку чи оформлення замовлення, що спрощує перше

знайомство з функціоналом сайту [46]. Окрім цього, спливаючі вікна застосовуються для інформування про важливі оновлення - акції, новинки, спеціальні пропозиції або можливість підписатися на новини видавництва. Такі елементи також здатні допомогти в навігації, з'являючись у тих місцях, де користувач може розгубитися через складну структуру або багаторівневий каталог. У таких випадках спливаючі підказки спрямовують увагу на потрібні дії, полегшуючи взаємодію з сайтом і роблячи його більш інтуїтивно зрозумілим.

Однак при їх застосуванні важливо дотримуватись поміркованості, щоб спливаючі вікна не стали дратівливими або нав'язливими. Надмірна "візуальна інтенсивність" (велика кількість анімацій, спливаючих вікон, ефектів) може знижувати комфорт користувача й навіть відштовхувати його [46].

Отже, сучасні вебплатформи видавництв перестають бути лише інформативними ресурсами й трансформуються у багатофункціональні, динамічні та інтерактивні системи комунікації. Вони виконують роль вітрини, маркетингового інструмента, каналу взаємодії з читачем і партнерською платформою одночасно. Ефективність таких сайтів визначається поєднанням користувацько-орієнтованої структури, продуманої візуальної ієрархії, збалансованості тексту й графічних елементів та адаптивності макета.

Застосування модульних сіток забезпечує логічну організацію контенту, стабільність композиції та зручність масштабування під різні пристрої, що робить вебплатформи видавництв універсальними та гнучкими. Адаптивні та фіксовані сітки дозволяють підтримувати цілісність структури та полегшують внесення змін, що є критично важливим для динамічного оновлення каталогів, новинок і промоційних блоків.

Інтерактивні елементи - каруселі, фільтри, модальні вікна та інші UI-компоненти - доповнюють функціональність сайту, забезпечуючи глибшу взаємодію користувача з контентом і допомагаючи структурувати великий масив інформації. Водночас їх застосування потребує продуманості з позицій UX, щоб не перевантажувати сторінку і підтримувати комфортність навігації.

У комплексі всі ці аспекти формують сучасну модель вебплатформи видавництва - професійну, структуровану, адаптивну та орієнтовану на потреби читача. Такий підхід дає змогу не лише презентувати видавничий контент, а й вибудовувати довготривалу комунікацію з аудиторією, підсилювати бренд і забезпечувати конкурентоспроможність у цифровому середовищі.

2.2 Порівняльний аналіз вебсайтів найпопулярніших видавництв.

Вікові та регіональні особливості

Метою порівняльного аналізу найпопулярніших вебсайтів видавництв є виявлення й систематизація ключових практик дизайну, структури та функціоналу вебсайтів для того, щоб на основі цих спостережень сформувати обґрунтовані рекомендації для розробки сайту BookChef. Аналіз передбачає комплексну оцінку як UX (користувацького досвіду), так і UI (інтерфейсу) – з урахуванням вікових та регіональних особливостей аудиторії. Це дозволяє адаптувати найкращі рішення під контекст українського ринку, зважаючи на культурні, мовні та поведінкові відмінності цільової групи.

Вибір видавництв для аналізу базується на їхній популярності, різноманітності аудиторій, а також наявності у них повноцінних вебплатформ із каталогом, новинним і промоційним контентом. До уваги можуть бути взяті українські видавництва BookChef, Видавництво Старого Лева, Ранок та КСД що дає змогу охопити широкий спектр підходів до дизайну, структурування контенту та маркетингових стратегій.

Значення такого порівняння вебсайтів у контексті UX, UI та маркетингових стратегій є багаторівневим. По-перше – UX/UI дизайн відіграє ключову роль у формуванні зручного, приємного та ефективного користувацького досвіду: логічна структура, зрозуміла навігація, інтуїтивні елементи інтерфейсу, читабельність, адаптивність – усе це безпосередньо впливає на те, наскільки комфортно користувачу взаємодіяти з платформою, знаходити потрібну книгу чи інформацію, здійснювати покупку або підписку [47]. По-друге – інтерфейс і візуальне оформлення (UI) створюють перше

враження про бренд, формують довіру та емоційну прив'язаність аудиторії, що для видавництва є важливим аспектом: адже книжки – це не просто товар, а культурний продукт, який потребує відповідної презентації. Візуальний дизайн, оформлення каталогу, презентація новинок, банери, рекомендовані видання – все це є частиною брендингу видавництва і може значно впливати на лояльність користувачів [47].

Крім того — порівняльний аналіз дозволяє виявити регіональні та вікові особливості сприйняття вебсайтів: як змінюється уподобання користувачів залежно від віку, культурного контексту чи географії. Це важливо для адаптації сайту BookChef під українського користувача — зважаючи на мовні, культурні та демографічні особливості. Такий підхід дозволяє створити сайт, який буде релевантним, зручним і привабливим саме для цільової аудиторії, а не просто копіювати універсальний дизайн.

1) Інформаційна архітектура та навігація вебсайтів

Інформаційна архітектура і навігація вебсайтів дуже важливі для досвіду користувача, вони впливають на те, наскільки легко користувачеві орієнтуватися на сайті й досягати того, чого він хоче [63]. За визначенням, інформаційна архітектура (ІА) – це процес організації, структурування та розмітки контенту таким чином, щоб користувачу було інтуїтивно зрозуміло, де саме знаходиться потрібна інформація та як її можна отримати без зайвих кроків чи зусиль [48]. Навігація також є дуже важливою для досвіду користувача: вона спрямовує користувача через цифровий інтерфейс, дозволяючи безперешкодно переходити між розділами та виконувати завдання, від перегляду інформації до оформлення замовлення або здійснення покупки.

Для вебсайтів видавництв, де головна мета користувача може різнитися, від пошуку новинки до ознайомлення з культурними або освітніми матеріалами, правильне поєднання ІА і навігації є критично важливим. Логіка побудови сайту має враховувати тип контенту та потреби цільової аудиторії: онлайн-магазини повинні забезпечувати короткий шлях до покупки, тоді як

інформаційно-культурні платформи — забезпечувати доступ до ширшого спектра матеріалів і можливість глибшого занурення в контентну екосистему.

Стосовно специфіки українських видавничих платформ, структура сайту видавництва BookChef вирізняється чіткою бізнес-орієнтацією: головний акцент зроблено на каталог книг із поділом за жанрами, новинками й тематичними добірками [16]. Такий підхід дуже добре відповідає загальним принципам створення інтерфейсу для електронної комерції - він дозволяє швидко знайти потрібний товар та зробити покупку без зайвих труднощів. Елементи навігації, наприклад верхнє меню, рядок для пошуку та категорійні рубрики, роблять використання сайту дуже простим і зручним, що особливо важливо для тих користувачів, які знають, яку саме книгу хочуть придбати (Іл.1). Таким чином, вони можуть дуже швидко знайти потрібну інформацію та оформити покупку, не витрачаючи зайвий час на пошук. [49].

У порівнянні з цим, вебсайт «Видавництва Старого Лева» демонструє більш комплексну структуру, що включає не лише каталог книг, а й розділи з новинами, подіями та матеріалами про авторів [30]. Такий підхід показує, що цей вебсайт зроблений для людей, які хочуть дізнатися щось нове про культуру, а не просто купити книгу. Навігація тут також інша, адже вона повинна задовольняти різні потреби людей, які відвідують цей сайт. Хтось хоче дізнатися більше про творчість своїх улюблених авторів, а хтось шукає інформацію про майбутні заходи. Все це допомагає створити спільноту людей, які люблять книги Видавництва Старого Лева та поділяють схожі інтереси (Іл.2). Саме така структура є типовою для інформаційно-культурних сайтів, де важливим є не тільки доступ до каталогу, але й можливість самостійно відкривати різноманітні види контенту без втрати орієнтації на сайті [50].

Своєю чергою, вебсайт видавництва «Ранок» має більш детальну систему категорій, що зумовлено освітньою спрямованістю [24]. Якщо ви хочете щось знайти на сайті, вам потрібно буде пройти через кілька рівнів категорій. Ви починаєте з загальних напрямків навчання і предметів, а потім переходите до конкретних підручників і матеріалів для навчання. Такий спосіб організації

інформації цілком природний для інформаційних сайтів. Така модель є виправданою, оскільки це забезпечує легкий доступ до спеціалізованої інформації (Іл.3). Результати досліджень з інформаційної архітектури підтверджують, що складні сайти повинні мати розгорнуту структуру категорій і підкатегорій, щоб мінімізувати ризик дезорієнтації користувача та підвищити ймовірність того, що користувач знайде потрібний ресурс швидко і без проблем [51].

Архітектура вебплатформи КСД поєднує риси як комерційного ресурсу, так і клубної спільноти: крім класичного каталогу книг, окремі розділи присвячено програмам лояльності, акціям, підпискам тощо [43]. Такий підхід відповідає сучасним вимогам до досвіду користувача в електронній комерції, де важливими стають не лише товари, але й мотиваційні елементи, що заохочують повторні покупки й утримання користувацької уваги. У цьому випадку ІА та навігація повинні бути спроектовані таким чином, щоб легко переходити від інформаційних сторінок до функцій взаємодії з клубними механіками, що є непростим викликом і вимагає балансування між комерційною і соціальною функціями ресурсів (Іл. 4).

Загалом порівняння структур цих платформ підтверджує висновки UX-досліджень про те, що структура сайту є відображенням бізнес-моделі й цілей проекту: у комерційних сайтах ІА і навігація будується навколо максимально компактних шляхів до товару й транзакції, у культурно-орієнтованих — навколо розширеного доступу до різномірних форм контенту, а в освітніх — навколо глибокої ієрархії знань і дидактичної інформації.

2) Візуально-графічне оформлення та айдентика

Візуально-графічне оформлення та айдентика вебсайту відіграють ключову роль у формуванні враження, яке користувач отримує під час першого контакту з цифровим продуктом. У сучасному дизайні ця частина інтерфейсу розглядається не лише як декоративний елемент, але і як система комунікації між брендом і користувачем, яка забезпечує емоційну замученість та зручність взаємодії. Саме тому такі елементи, як колірна палітра, типографіка,

композиція, графіка та розташування інформації, не просто впливають на естетику сайту, але й визначають його функціональність, зручність використання та сприйняття цінностей бренду.

Однією з важливих концепцій, що істотно впливає на ставлення користувача до інтерфейсу, є ефект естетики та зручності використання (Aesthetic–Usability Effect). Цей феномен полягає в тому, що користувачі часто оцінюють сайт як більш комфортний для використання саме через його привабливий зовнішній вигляд, навіть якщо функціонально він не перевершує інші ресурси. Це підкреслює нерозривний зв'язок між естетикою та практичною зручністю, і показує, що візуальна частина здатна покращувати сприйняття загальної якості продукту [52].

Візуальна айдентика включає комплекси елементів графічного дизайну, що складають унікальний стиль бренду: логотип, колірну палітру, типографіку, графічні символи, ілюстрації та фотографії. Ці елементи створюють візуальне повідомлення, яке передає цінності бренду і відрізняє його від конкурентів.

Дизайн вебсайту BookChef демонструє системний та цілеспрямований підхід до формування комерційно орієнтованої цифрової айдентики, у межах якої дизайн виконує насамперед функцію підтримки процесів навігації, сприйняття контенту та стимулювання користувацької взаємодії [16]. Колористична палітра побудована на поєднанні нейтральних фонових тонів із виразними акцентами, що дозволяє сформувати візуальну ієрархію та сконцентрувати увагу користувача на ключових елементах інтерфейсу — обкладинках видань, промоційних банерах та інтерактивних кнопках дії (Іл.1). Такий підхід відповідає принципам мінімалістичного UI-дизайну, орієнтованого на зменшення візуального шуму.

Типографічна система сайту відзначається структурованістю та функціональною доцільністю: чітке розмежування стилів для заголовків, навігації та тексту забезпечує стабільну читацьку ритміку та сприяє швидкому розпізнаванню інформаційних блоків. Використання великих заголовків у

поєднанні з лаконічними текстовими модулями формує виразну інформаційну ієрархію та оптимізує когнітивні витрати під час взаємодії з контентом.

Водночас UI-рішення платформи має низку функціонально-візуальних обмежень. По-перше, орієнтація на стриману комерційну естетику зумовлює недостатній рівень емоційної виразності інтерфейсу, що може знижувати залученість користувачів і диференційованість бренду в конкурентному середовищі. По-друге, домінування стандартних композиційних схем і повторюваних візуальних патернів обмежує варіативність подачі контенту та створює відчуття одноманітності під час тривалої взаємодії з сайтом. По-третє, надмірний акцент на товарній вітрині іноді зміщує увагу користувача на комерційні елементи та робить менш помітними важливі інформаційні розділи (наприклад, матеріали про авторів чи редакційний контент), що зменшує змістовність взаємодії з сайтом.

Таким чином, UI-оформлення BookChef можна схарактеризувати як функціонально ефективне та структурно виважене, однак із певними недоліками, пов'язаними з обмеженою емоційною експресивністю, типовістю візуальних рішень та частковим зміщенням балансу між комерційним і змістовним компонентами інтерфейсу.

Візуально-графічне оформлення сайту «Видавництва Старого Лева» поєднує функціональну структуру комерційного ресурсу з естетичною презентацією контенту, що відображає позицію видавництва як одного з провідних гравців українського ринку книговидавництва [30].

Колористична палітра платформи витримана у поєднанні світлих нейтральних тонів і контрастних акцентів, які підкреслюють інтерактивні елементи інтерфейсу та виділяють ключові інформаційні блоки — обкладинки видань, рекламні банери та кнопки взаємодії (Іл.2). Такий підхід забезпечує формування візуальної ієрархії та сприяє концентрації уваги користувача на основних функціональних елементах інтерфейсу.

Типографічна система сайту характеризується структурованістю та функціональною доцільністю. Заголовки розділів виділені більшим розміром та

більшою вагою шрифту, що сприяє швидкому сприйняттю інформації. Основні текстові блоки виконані стандартними шрифтами без декоративних ефектів, що забезпечує високу читабельність та зручність використання сайту як у десктопній, так і в мобільній версії.

Додатково сайт включає модулі новин та анонсів подій, що підсилює корпоративну айдентику та дозволяє поєднувати комерційні та контентні аспекти взаємодії.

Разом з тим, на вебсайті видавництва можна виділити певне обмеження. У каталозі сайту присутні базові фільтри, такі як вид товару та популярні фільтри (всі товари, акції, новинки тощо) (Іл.5). Водночас відсутні більш детальні та корисні інструменти, які значно спростили б пошук потрібних видань. Наприклад, не реалізовані фільтри за жанром, автором, серіями книг, ціною чи мовою. Наявність цих додаткових фільтрів дозволила б користувачам швидко і точно знаходити книги, що відповідають їхнім інтересам, віковим або освітнім потребам, та підвищила б зручність навігації по сайту загалом.

Отже, візуально-графічне оформлення вебсайту Видавництва Старого Лева можна схарактеризувати як функціонально продумане, читабельне та структуроване, з акцентом на поєднання комерційних і контентних компонентів, проте з певними обмеженнями щодо фільтрів пошуку книг в каталозі.

Вебсайт Видавництва Ранок виконаний у форматі великої інтернет-платформи з широким асортиментом контенту, орієнтованого на дитячу, підліткову та освітню аудиторію, а також на користувачів, зацікавлених у навчальній та творчій літературі [24]. Візуально-графічне оформлення сайту поєднує функціональність інтернет-магазину з яскравою презентацією товарів, що сприяє швидкій орієнтації користувачів у великому обсязі інформації.

Колористична гама ресурсу базується на світлому нейтральному фоні, на якому виділяються яскраві банери, іконки категорій та обкладинки видань (Іл.6). Контрастні елементи використовуються для акцентування уваги на ключових блоках контенту, таких як новинки, серії книг, промоційні пропозиції та кнопки взаємодії («Купити», «Детальніше», «Фільтри»). Такий підхід дозволяє чітко

структурувати інформацію та забезпечує швидку візуальну орієнтацію користувача серед численних товарних одиниць.

Типографічна система сайту побудована з урахуванням читаємості та логічної ієрархії. Заголовки розділів і категорій виділені великим шрифтом, що сприяє швидкому сприйняттю основної інформації. Допоміжні тексти, підписи до зображень та описові блоки представлені меншим шрифтом, що створює чітку структуру сторінки й полегшує навігацію. Такий підхід забезпечує комфортне сприйняття інформації як для дітей, так і для дорослих користувачів, що є важливим для цільової аудиторії видавництва.

Графічні елементи сайту виконують не лише репрезентативну, але й орієнтаційну функцію. Каталог видань структурований у блоки: «Ранній розвиток, підготовка до школи», «Навчальна література», «Дитяча література», «Для підлітків та молоді», «Література для дорослих», «Ігри та творчість» тощо. Кожен блок супроводжується титульним зображенням і підзаголовком, що допомагає користувачу швидко зорієнтуватися у великому масиві контенту. Додатково існує окремий розділ «Каталоги», що дозволяє переглядати навчальні матеріали за класами, предметами та тематичними категоріями. Це суттєво розширює можливості навігації і дозволяє користувачеві швидко знаходити потрібні видання.

Таким чином, візуально-графічне оформлення вебсайту Видавництва Ранок можна схарактеризувати як функціонально продумане, чітко структуроване та адаптоване для великого обсягу каталожних даних. Сайт забезпечує швидку орієнтацію користувача, підтримує логічну ієрархію інформації та поєднує комерційний та освітній контент.

Візуально-графічне оформлення вебсайту Клубу Сімейного Дозвілля (КСД) представлено як інтернет-магазин книг з акцентом на комерційний функціонал та демонстрацію каталогу видань [43]. Головна сторінка сайту формує перше враження завдяки поєднанню нейтральних фонів та яскравих акцентів, що виділяють обкладинки книг, рекламні банери та кнопки взаємодії (Іл.4). Такий підхід дозволяє користувачеві швидко ідентифікувати ключові

елементи інтерфейсу та фокусувати увагу на продуктах. Типографіка ресурсу побудована з урахуванням логічної ієрархії: заголовки розділів та категорій виразні й помітні, текстові блоки менш акцентовані, що сприяє структурованому сприйняттю інформації.

Каталог видань забезпечує базові можливості сортування та фільтрації за типом видання та тематикою, зокрема у розділах «Художні», «Дитячі», «Прикладні», «eBooks» та «Спецпропозиції». Водночас відсутні більш детальні фільтри за жанром, серією, автором або рейтингом, що обмежує зручність пошуку та потребує від користувача додаткових дій для швидкого знаходження необхідної книги (Іл.7).

Таким чином, візуально-графічне оформлення вебсайту КСД є функціонально ефективним та адаптованим для комерційної онлайн-торгівлі книжками, з чіткою типографікою, видимою інформаційною ієрархією та зрозумілою навігацією. Водночас існують певні обмеження щодо повноти фільтрів для зручного пошуку.

Вебсайти українських видавництв BookChef, ВСЛ, Ранок та КСД поєднують функціональність з естетичною подачею контенту. Кожен ресурс демонструє чітку типографіку та структуровану навігацію, проте має окремі обмеження: обмежені фільтри (ВСЛ, Ранок, КСД) та часткова одноманітність графічної мови (BookChef). Усі сайти ефективно виконують комерційні та інформаційні функції, але потребують удосконалення інтерактивності та деталізації навігаційних інструментів.

3) Функціональність та інтерактивність

Функціональність і інтерактивність вебсайту забезпечують зручну взаємодію з платформою як з електронним сервісом, що підтримує процеси покупки, взаємної комунікації та персоналізації. Аналіз функціональних блоків і інтерактивних елементів платформ видавництв дозволяє визначити ступінь їхньої готовності задовольняти потреби сучасного користувача, а також оцінити рівень інтеграції з іншими цифровими каналами комунікації.

Сайт BookChef пропонує комплексну електронну комерцію з широким каталогом книг, розділеним на тематичні категорії: художня література, дитяча, пізнавальна, творчість, підліткова та науково-популярна література [16]. Каталог структурований детально з підкатегоріями (наприклад, «Проза», «Фентезі», «Детективи», «Книги для дітей від 3 до 14 років»), що дозволяє користувачу швидко знаходити потрібні видання (Іл.8). Реалізована можливість додавання товарів у кошик, управління кількістю одиниць та подальше оформлення замовлення. Для зручності користувача передбачено реєстрацію та авторизацію, що дозволяє зберігати історію замовлень і персональні дані, а також автоматично заповнювати інформацію при повторному оформленні покупки (Іл.8).

Каталог містить розширені фільтри, включно з сортуванням за новинками, хітами продажу, знижками та віковими категоріями, а також тематичними та жанровими відборами. На сайті реалізовані рекомендаційні блоки («Новинки», «Суперхіти», тематичні добірки), що виступають інтерактивними елементами, спрямованими на підвищення залученості користувача. Крім того, платформа забезпечує інформацію про оплату та доставку, включно з різними способами оплати (онлайн-платежі, післяплата) та умовами логістики.

Інтерактивні елементи включають hover-ефекти на картках книг, динамічні блоки слайдерів новинок і тематичних підбірок для маркетингових пропозицій (Іл.1). Сайт підтримує інтеграцію з соціальними мережами та можливість підписки на email-розсилки, що підсилює комунікацію з користувачами та сприяє утриманню аудиторії [76]. Водночас відсутні розширені модулі коментарів або оцінок безпосередньо під книгами, що обмежує можливості користувачів обмінюватися думками про видання в межах платформи.

Таким чином, функціональність сайту BookChef характеризується комплексністю, високим рівнем інтерактивності та орієнтацією на користувача, з ефективними механізмами сортування, навігації та персоналізації контенту. Разом із тим, потенційною областю для покращення є додання модулів коментарів та оцінок для збільшення соціальної взаємодії на платформі.

Сайт Видавництва Старого Лева (ВСЛ) надає користувачеві базовий функціонал електронної торгівлі, включно з переглядом карток книг, додаванням товарів у кошик та оформленням замовлень через особистий кабінет [30] (Іл.6). Кожна картка книги містить опис видання, інформацію про автора, формат, ціну, коментарі та наявність на складі, що забезпечує користувачу необхідну інформацію для прийняття рішення про покупку (Іл.11).

Також на сайті доступні відомості про умови оплати та доставки, що відповідає стандартам UX для книжкових інтернет-магазинів.

Навігація на платформі організована за тематичними категоріями та серіями видань, а для привернення уваги користувача використано каруселі новинок, популярних книг та тематичних добірок. Hover-ефекти на картках книг та динамічні елементи меню підвищують швидкість сприйняття контенту та полегшують перегляд каталогу.

Особливу роль у взаємодії користувача із сайтом відіграє система лояльності «Спільнота Старого Лева», яка дозволяє накопичувати бонусну валюту — букси. Користувач отримує 1 букс за кожні 10 грн, витрачені на книги чи сувеніри, придбані онлайн або у книгарнях видавництва. Накопичені букси можна частково або повністю використовувати для оплати наступних замовлень за курсом «1 букс = 1 грн». Учасники Спільноти також отримують спеціальні пропозиції, промокоди та інформування про акції, що підвищує повторну взаємодію та стимулює покупки.

Платформа інтегрована з соціальними мережами та пропонує підписку на email-розсилку, що дозволяє користувачам отримувати оновлення про нові надходження та спеціальні пропозиції. Разом із тим на сайті відсутні модулі оцінок та рейтингу книг, а також розширені фільтри для детального сортування видань за жанром чи віком, що обмежує гнучкість навігації при великому асортименті. Натомість користувачі можуть залишати коментарі та відгуки під картками книг, що дозволяє взаємодіяти з контентом і ділитися власною думкою про видання.

Таким чином, функціональність і інтерактивність сайту ВСЛ характеризується наявністю базового набору інструментів електронної комерції та інтерактивних блоків, включно з можливістю залишати коментарі під картками книг. Система лояльності «Спільнота Старого Лева» з бонусами букси сприяє підвищенню користувацької залученості та стимулює повторні покупки. Основними напрямками для покращення залишаються впровадження оцінок та рейтингів видань, а також розширених механізмів сортування і фільтрації каталогу для більш зручної навігації при великому асортименті.

Вебсайт видавництва Ранок реалізує класичний функціонал електронної комерції, включаючи кошик, особистий кабінет користувача, механізми оплати та доставки, а також вибір формату книги (паперовий або електронний) [24]. Пошукова система та базові фільтри каталогу дозволяють сортувати видання за основними характеристиками, що забезпечує базову зручність навігації серед великого асортименту.

Особистий кабінет дозволяє користувачу переглядати історію замовлень, зберігати обрані товари та оформляти повторні покупки. Також сайт пропонує серії книг та тематичні добірки, що полегшують пошук за конкретними категоріями, а інтерактивні підказки та hover-ефекти на картках книг покращують сприйняття контенту та навігацію.

Сайт забезпечує належну інтерактивність і зручність користування, поєднуючи стандартні функції e-commerce із динамічними візуальними елементами та додатковими маркетинговими інструментами. Разом із тим платформа обмежена відсутністю системи оцінок та рейтингу книг.

Сайт КСД забезпечує повноцінну електронну комерцію з можливістю перегляду детальних карток товарів, додавання книг у кошик та оформлення замовлень зі збереженням даних в особистому кабінеті [43]. Каталог структурований за тематичними категоріями — художня література, дитяча, прикладна, eBooks та спецпропозиції — і доповнений динамічними слайдерами новинок, хітів продажу та тематичних добірок, що сприяють швидкій орієнтації користувачів у асортименті.

Особливу роль у взаємодії користувача із сайтом відіграє програма лояльності «КСДкоїни», яка нараховує бонусні бали за покупки, що можна використовувати для знижок у наступних замовленнях. Такий механізм стимулює повторні покупки, підвищує залученість користувачів і сприяє утриманню постійної аудиторії.

Інтерактивність сайту реалізована через hover-ефекти на картках книг, динамічні елементи меню, а також слайдери тематичних добірок і новинок, що покращують користувацький досвід. На відміну від багатьох інших українських видавництв, КСД пропонує модулі оцінок, відгуків та коментарів безпосередньо під книгами, що дозволяє користувачам обмінюватися думками, оцінювати видання та отримувати соціальне підтвердження вибору, підвищуючи рівень залученості та інтерактивності платформи.

Сайт інтегрований із соціальними мережами та пропонує підписку на email-розсилки, що інформують про новинки, акції та персоналізовані пропозиції.

Таким чином вебсайт видавництва КСД відзначається високим рівнем комплексності, поєднанням механізмів електронної комерції, інтерактивних елементів та соціальної взаємодії користувачів. Програма лояльності та модулі відгуків роблять платформу більш залученою та привабливою для повторних покупок, а слайдери сприяють оперативному доступу до актуальних пропозицій.

Таким чином, аналізовані платформи відзначаються високим рівнем інтерактивності та комплексністю функціональних блоків. BookChef і КСД демонструють розширені можливості персоналізації та соціальної взаємодії, ВСЛ — активне залучення через програму лояльності, а Ранок — ефективне поєднання базових e-commerce функцій із динамічними візуальними елементами. Основними напрямками для подальшого розвитку залишаються впровадження оцінок та рейтингів книг на платформах, де вони відсутні, а також розширення механізмів сортування і фільтрації каталогів для більш зручної навігації при великому асортименті.

4) Контентна стратегія

Контентна стратегія вебсайтів видавництв відіграє роль у визначенні того, чи ресурс функціонує лише як каталог товарів, чи також як інформаційно-комунікаційна платформа, здатна залучати й утримувати аудиторію через ціннісні матеріали, рекомендації та освітні тексти.

Вебсайт BookChef орієнтований переважно на електронну комерцію та представлення каталогу книг із тематичним поділом, що робить сайт функціональним магазином для замовлення літератури. Інформаційно-освітній або блогівий контент як окремий розділ на основному домені відсутній, натомість видавництво бере участь у зовнішніх культурних подіях і публікує анонси новинок у партнерських або тематичних ресурсах, що свідчить про маркетингові комунікації поза межами основного вебресурсу [53].

Сайт Видавництва Старого Лева (ВСЛ) має виражену контентну частину, яка виходить за рамки каталогу товарів. Окрім представлення книг у каталозі, платформа містить розділи «Новини», «Блог» та «Події», де регулярно публікуються новини про нові видання, акції та анонси планів видавництва, а також тематичні пости з фактами, інтерв'ю з авторами та освітні матеріали. Такий контент включає рекламні матеріали, освітні та тематичні добірки, а також описові тексти, що допомагають у виборі книжок. Наявність блогу та регулярне оновлення публікацій свідчать про системну інформаційну роботу, спрямовану на підвищення зацікавленості читача та формування спільноти навколо бренду.

Видавництво Ранок орієнтує сайт здебільшого на каталог товарів і маркетингові блоки («Добірки книг», «Новинки», «Акції»), при цьому власний блог або тематичний розділ новин відсутні. Інформаційний вплив видавництва реалізується через сторонні ресурси та корпоративні сторінки, де публікуються статті, рекомендації та добірки книг, що дозволяє розширювати комунікацію поза межами основного сайту [54].

Сайт КСД містить розділ «Новини», який виконує функцію корпоративного блогу — публікуються анонси нових видань, плани видавництва, інтерв'ю з авторами, тематичні пости про книжки, а також

інформація про акції та благодійні ініціативи. Такий контент не лише інформує про нові надходження, але й створює контекст навколо книжок та видавничих проєктів, пропонуючи читачеві розширену інформацію про контент, що виходить за межі суто каталожної функції.

Таким чином, контентна стратегія різних видавництв демонструє різні рівні інформаційної глибини: BookChef фокусує увагу на комерційний каталог із мінімальною інформаційною частиною, ВСЛ пропонує системний контентний ресурс із блогом, новинами та тематичними матеріалами, Ранок орієнтується переважно на комерційний контент із добірками книг у каталозі, а КСД має розділ новин та інтерв'ю, що розширює сайт на інформаційно-рекомендаційний рівень. Такий підхід дозволяє оцінити, чи вебсайт працює лише як каталог, чи як повноцінна інформаційна платформа, що безпосередньо впливає на взаємодію з аудиторією, утримання користувачів та формування довгострокових комунікацій.

5) Орієнтація на цільову аудиторію

Орієнтація вебсайтів видавництв на цільову аудиторію є важливим аспектом, що визначає ефективність UX-дизайну, контентної стратегії та функціональності платформи.

Сайт BookChef орієнтований на широку аудиторію: від дітей і підлітків до дорослих читачів, які цікавляться художньою літературою, нон-фікшн, творчими та освітніми матеріалами. Адаптація під різні вікові групи реалізована через тематичну сегментацію каталогу: наявні розділи «Дитяча література», «Підліткова проза», «Художня література», «Науково-популярні видання» тощо. Користувачі можуть швидко сортувати книги за категоріями та віковими групами, що забезпечує цілеспрямований пошук та підвищує читабельність і зрозумілість контенту для різних сегментів аудиторії.

Сайт Видавництва Старого Лева демонструє чітку орієнтацію на дітей, підлітків і дорослих поціновувачів літератури, а також на освітню аудиторію, включно з педагогами та батьками. Платформа пропонує серії видань, тематичні добірки та структуровані категорії («Книги для дітей від 3 до 14

років», «Серії для підлітків»), що дозволяє користувачам швидко знаходити релевантні книги. UX-дизайн адаптований під різні вікові сегменти: великий шрифт, чітка типографіка та наочні ілюстрації на картках книг забезпечують комфортне сприйняття контенту навіть для молодших читачів. Сайт також підтримує систему лояльності «Спільнота Старого Лева», що залучає постійних користувачів різних вікових груп.

Платформа Ранок орієнтована переважно на дітей, підлітків і освітян. Основна увага приділяється шкільній та навчальній літературі, а також дитячим виданням. Каталог організований за віковими категоріями та тематичними добірками, що дозволяє швидко знаходити матеріали для навчання або розваг. UX-дизайн і навігація адаптовані для молодшої аудиторії: великі зображення обкладинок, зрозумілі підписи та базова структура меню спрощують користування сайтом. Окремі інтерактивні елементи (слайдери новінок і тематичних пропозицій) підвищують залученість користувачів різного віку.

Сайт КСД розрахований на широке коло читачів, включно з дітьми, підлітками та дорослими, які цікавляться художньою літературою, дитячими книгами, прикладними матеріалами та електронними виданнями. Каталог структурований за жанрами та тематичними серіями, що дозволяє легко знаходити видання для конкретного віку.

Таким чином, всі чотири видавництва демонструють адаптацію сайтів під різні вікові групи та інтереси користувачів, але з різною глибиною та широтою сегментації: BookChef робить акцент на широкому асортименті з віковими фільтрами, Видавництва Старого Лева поєднує контентну платформу з тематичними серіями та лояльністю, Ранок орієнтується на освітню та дитячу аудиторію з простими UX-рішеннями, а КСД пропонує повну інтеграцію інтерфейсу з соціальною взаємодією та зручним пошуком за жанрами й віком.

6) Адаптивність та технічні аспекти

Адаптивність і технічна реалізація вебсайту впливають на якість взаємодії користувача з платформою незалежно від пристрою чи браузера. Вони

визначають не лише зручність перегляду контенту на різних екранах, але й загальну доступність ресурсу для користувачів із різними потребами.

Усі чотири розглянуті платформи — BookChef, Видавництво Старого Лева (ВСЛ), Ранок та КСД — застосовують сучасні принципи адаптивного вебдизайну, що дозволяє їм коректно відображатися на мобільних пристроях, планшетах і десктопах. Адаптивний дизайн передбачає автоматичне підлаштування макета та розташування елементів під розміри екрана, що забезпечує зручне користування сайтом на різних типах пристроїв без необхідності горизонтального скролінгу або ручного масштабування сторінки [55]. Це особливо важливо для книжкових платформ, оскільки значна частка трафіку в сегменті e-commerce надходить із мобільних пристроїв, де користувачі здійснюють пошук, перегляд каталогу та оформлення замовлень.

Сайт BookChef має чітко адаптовану мобільну версію: при доступі з телефона чи планшета меню перестроюється у формат, зручний для сенсорного керування, кнопки та каталожні елементи зберігають свою функціональність і зручні для натискання на невеликих екранах, що підвищує комфорт перегляду та покупки. Аналогічно Видавництво Старого Лева також демонструє адаптивність: блоки каталогу, каруселі добірок і кнопки навігації динамічно змінюють розміри під мобільні дисплеї, що сприяє ефективному UX напрямку. На Ранок адаптивність також реалізована повною мірою: каталог, пошукові поля, маркетингові слайдери та кнопки навігації не втрачають доступності та читабельності на смартфонах, що важливо для користувачів з обмеженим екранним простором. КСД, зважаючи на контент і структуру меню, також коректно відображається на різних пристроях, хоча деякі елементи зображень чи слайдерів інколи можуть вимагати додаткового часу для завантаження при повільному інтернет-з'єднанні.

Що стосується часу завантаження сторінок, то всі чотири ресурси мають достатньо оптимізовану структуру для швидкого завантаження основного контенту (каталог, головна сторінка, картки товарів), що є критично важливим для утримання користувача та зниження показників відмов. Проте на деяких

сторінках із великою кількістю зображень і слайдерів можуть спостерігатися незначні затримки при першому доступі, особливо на мобільних пристроях із повільним зв'язком, що є типовою проблемою ресурсів із багатим візуальним контентом.

Підсумовуючи, всі чотири сайти видавництв мають адаптивні дизайни й забезпечують зручний перегляд на мобільних пристроях, що відповідає сучасним стандартам веброзробки та очікуванням користувачів у сегменті електронної комерції. Оптимізовані часи завантаження сторінок сприяють якісній взаємодії з платформою.

Аналіз вебсайтів чотирьох видавництв показав, що кожен ресурс має власну стратегію подання контенту та взаємодії з користувачем, залежно від цільової аудиторії та комерційних завдань (Табл. 1). BookChef виділяється мінімалістичним дизайном та швидким шляхом до покупки, орієнтуючись на молодіжний та дорослий сегмент. Видавництво Старого Лева створює емоційний та культурний контекст через блог, події та спільноту, роблячи акцент на формуванні лояльної аудиторії. Ресурс Ранок максимально функціональний для освітньої аудиторії, з глибокою структурою навчальних матеріалів, проте обмежений у соціальній взаємодії. Сайт КСД поєднує комерційну та клубну модель, пропонуючи інтерактивність, програми лояльності та відгуки користувачів. Загалом, порівняння демонструє, що дизайн, структура та функціональні можливості сайтів видавництв тісно пов'язані з їхньою маркетинговою стратегією та аудиторією, а ключовим фактором ефективності є баланс між комерційними інструментами та контентною цінністю.

2.3. Колористична та психологічна аналітика оцінки візуального оформлення вебсайту видавництва

Колористика та психологічні аспекти візуального оформлення вебсайтів є важливими у формуванні сприйняття користувачами цифрових платформ [69]. Вибір кольорів, типографіка, розташування елементів та їх взаємодія з іншими

компонентами інтерфейсу безпосередньо впливають на емоційний відгук, мотивацію до взаємодії та загальну ефективність користувацького досвіду.

Кольорове оформлення вебсайтів виступає потужним інструментом емоційного впливу [70]. Відомо, що різні відтінки кольору здатні викликати різні психологічні реакції: теплі тони можуть створювати відчуття комфорту та дружності, холодні — формувати враження професійності та стриманості, яскраві акцентні кольори стимулюють увагу та спонукають користувача до дії. У контексті вебдизайну правильний вибір кольорів забезпечує не лише привабливість інтерфейсу, але й підвищує ефективність навігації, читаємість текстового контенту та розпізнаваність ключових елементів, таких як кнопки виклику дії або важливі блоки інформації.

Крім емоційного впливу, колірні рішення значною мірою визначають функціональність вебсайту. Високий контраст між текстом і фоном, виділення важливих елементів через кольорові акценти та використання гармонійних комбінацій сприяють полегшенню сприйняття інформації та підвищують інтуїтивність користувацького інтерфейсу [80]. Психологічна привабливість сайту, забезпечена вдалою колористикою та ергономічним розміщенням елементів, підвищує довіру користувача до бренду видавництва, стимулює мотивацію до здійснення цільових дій (наприклад, купівлі книги або підписки на новини) та формує стійкий позитивний образ компанії в цифровому середовищі.

У сучасному вебдизайні видавництв колористика і психологія тісно взаємопов'язані з брендингом та контентною стратегією. Використання певних колірних палітр може не лише підкреслити унікальність видавництва, а й створити емоційний зв'язок із різними групами аудиторії — від дітей та підлітків до дорослих читачів і освітян. Таким чином, оцінка кольорових та психологічних аспектів оформлення вебсайтів є необхідною для розуміння того, як візуальні елементи впливають на поведінку користувачів і наскільки ефективно вебплатформи реалізують свою комунікаційну та комерційну функції.

Вебсайт видавництва BookChef оформлений у світло-нейтральній колірній гамі з домінуванням білого фону та темно-сірого тексту, що формує мінімалістичний інтерфейс із високим рівнем читабельності та знижує когнітивне навантаження користувача[16]. Основним акцентним кольором виступає насичений синій, який застосовується в елементах взаємодії — кнопках, навігаційних вкладках, позначках товарів та інтерактивних іконках (Іл. 1). Таке рішення узгоджується з поширеною UX-практикою використання холодних акцентних тонів для функціональних елементів інтерфейсу, що підвищує помітність «точок дії» та сприяє інтуїтивному орієнтуванню користувача в межах каталогу.

Психологічно синій колір асоціюється зі стабільністю, довірою та надійністю, що є важливим для електронної комерції книжкової продукції, оскільки підтримує відчуття безпеки під час здійснення онлайн-покупки [56]. Синій відтінок надає позитивний вплив на сприйняття надійності бренду та раціональність прийняття рішень. Контраст білого фону та синіх акцентів посилює візуальне виділення ключових сценаріїв взаємодії — додавання товару в кошик, перегляд детальної інформації про книгу, перехід до оформлення замовлення — що сприяє скороченню часу на виконання цільової дії.

Колористичне рішення сайту можна віднести до раціонально-маркетингової моделі, у межах якої колір виконує не стільки емоційно-образну, скільки функціонально-навігаційну роль. Акцентні елементи спрямовують увагу користувача на конверсійні точки, тоді як нейтральний фон виконує роль «візуального середовища», що не конкурує з контентом книжкових обкладинок.

Додатково слід відзначити, що використання стриманої палітри гармонує з позиціонуванням бренду як сучасного комерційного видавництва, орієнтованого на масового читача, онлайн-роздріб та швидкі сценарії взаємодії з каталогом.

Вебсайт Видавництва Старого Лева оформлений із використанням теплої емоційної палітри, де домінують помаранчеві, теракотові та пастельні відтінки, які виступають основними акцентними елементами у брендовому стилі (Іл.2)

[30]. Помаранчеві тони використовуються у логотипі, кнопках, декоративних плашках та елементах навігації, що сприяє формуванню дружньої, відкритої та привітної атмосфери [56]. Такий вибір колірної гами відповідає гуманітарній спрямованості видавництва як культурного простору для читачів усіх вікових категорій і підкреслює його ідентичність що поєднує літературу з емоційною комунікацією.

Використання помаранчевої палітри підтримує когнітивне сприйняття контенту, бо теплі відтінки мають високу помітність, але не перевантажують зорову систему. Помірно насичені теплі кольори сприяють відчуттю комфорту та довіри, а також можуть полегшувати тривалішу взаємодію з інформаційним середовищем.

На сайті видавництва відсутні надмірно яскраві, агресивні кольорові рішення, характерні для комерційних онлайн-магазинів. Натомість палітра будується таким чином, щоб не відвертати увагу від змістового контенту, а створювати м'яке, ненав'язливе оточення для літератури та культурних пропозицій. Це узгоджується з принципами кольорової гармонії, які формують емоційну сталість та продовжують залучати увагу користувача протягом тривалого перегляду контенту.

Крім того, помаранчеві та теракотові відтінки створюють асоціації із сімейністю, дружністю та відкритістю, що важливо для бренду, який позиціонує себе як видавець книг для різних вікових груп та культурно-освітніх проєктів. Цей аспект важливий для формування гуманітарної ідентичності бренду, де кольорові рішення стають частиною невербальної комунікації, що передає цінності видавництва безпосередньо через візуальне середовище.

З погляду критеріїв доступності, палітра сайту також дотримується базових принципів щодо достатнього контрасту між текстом і фоном, що забезпечує зручність сприйняття інформації широкому колу користувачів, включно з тими, хто має певні порушення зору чи когнітивні особливості. Це підкреслює відповідальність дизайну не лише за естетику, а й за функціональну доступність контенту для максимально широкої аудиторії.

Вебсайт видавництва «Ранок» має ключовий акцентний червоний колір [24]. Він присутній у логотипі компанії, елементах навігації, кнопках заклику до дії та маркерах важливої інформації. Використання червоного як провідного акцентного кольору створює динамічне, енергійне та емоційно насичене візуальне середовище, що сприяє активній взаємодії користувача з контентом та структурою ресурсу (Іл.3).

Червоний колір, з психологічної точки зору, асоціюється з активністю, увагою та значущістю, що є важливими параметрами у контексті освітніх платформ, де увага користувача повинна бути спрямована на ключові інформаційні елементи, такі як навчальні програми, категорії літератури та структурні вузли меню [56]. Червоний колір має властивість активувати зорову увагу та підсилювати сприйняття критично важливої інформації. Також в UX/UI дизайні червоний часто використовується для позначення елементів, які потребують швидкої й впевненої реакції користувача.

Поєднання червоного зі світлим фоном і нейтральними сірими відтінками забезпечує збалансовану кольорову схему, де червоний виступає саме як акцент, а не як домінанта всієї палітри, що дозволяє уникати візуальної перевантаженості й водночас підтримувати високу читабельність текстового та візуального контенту. Такий підхід до побудови контрастної кольорової схеми відповідає принципам кольорової ієрархії в UX-дизайні, де яскраві акценти використовуються для полегшення орієнтації та виділення структурно важливих елементів.

Крім того, червоний колір може стимулювати відчуття мотивації до дії, що в освітньому середовищі може сприяти більшій залученості користувача до перегляду навчальних матеріалів чи проходження освітніх програм. Помірне використання червоного може підсилювати сприйняття важливих повідомлень, проте при надмірному використанні цей колір може викликати перевантаження або стрес, що вимагає обережності в дизайні.

Світлий фон, що домінує на сайті «Ранок», забезпечує візуальний «простір», у якому акцентні червоні елементи виглядають більш помітно, не

відриваючи від основного змісту. Нейтральні сірі відтінки в текстових блоках та графічних елементах створюють довірливе візуальне середовище, яке підтримує довгі сесії перегляду контенту без зайвого напруження очей, що важливо для сайтів із великою кількістю текстових матеріалів.

Вебсайт Клубу Сімейного Дозвілля (КСД) вирізняється яскравою акцентною колористикою, де ключовим елементом є жовтий колір, що застосовується точково — у кнопках, маркерах категорій, акційних плашках та промо-блоках [43]. Хоч його площа на сайті невелика, жовтий ефективно привертає увагу користувача до важливих елементів і стимулює до дії (Іл.4). Таке колірне рішення формує енергетичну та динамічну атмосферу, що відповідає комерційній моделі взаємодії платформи — стимулювати увагу користувача і спонукати до активних дій (перегляд товарів, участь в акціях, оформлення замовлень).

З психологічної точки зору жовтий колір належить до спектра теплих тонів, які привертають увагу та асоціюються з позитивними емоціями, активністю, оптимізмом і вигодою [56]. Жовтий колір збільшує візуальну помітність і здатен підсилювати мотивацію до дії, особливо у контексті маркетингової взаємодії та реклами. Саме тому він часто використовується в інтерфейсах інтернет-магазинів для позначення ключових елементів взаємодії користувача з ресурсом (СТА-кнопки, акції, знижки).

Колірний контраст між жовтими акцентами та світлим фоном сайту забезпечує не лише ефектну візуальну подачу, а й чіткість сприйняття інформаційної ієрархії. Відповідно до принципів UX/UI-дизайну, достатній контраст підсилює помітність важливих елементів і знижує візуальну когнітивну складність при навігації. Це критично для великих каталогів товарів і розгалужених промо-областей, де користувачеві потрібно швидко зорієнтуватися в доступних пропозиціях.

Переглянувши вебсайти українських видавництв можна зробити висновок, що вибір колірної палітри має тісний зв'язок з функціональністю інтерфейсу та сприйняттям користувача (Табл. 2). Сайти, орієнтовані на комерційний ефект і

стимуляцію дій користувача, такі як BookChef та Клуб Сімейного Дозвілля (КСД), використовують контрастні акцентні кольори (синій та жовтий) для виділення ключових елементів взаємодії. Такий підхід підвищує ефективність навігації, спрощує орієнтацію в каталозі та стимулює конверсійні дії, що відповідає раціонально-маркетинговій моделі колористики.

В той самий час вебсайт Видавництва Старого Лева демонструє гуманітарно-емоційну модель кольорового оформлення, де домінують теплі відтінки помаранчевого та теракотового. Така палітра формує відчуття дружності, культурної автентичності та емоційного комфорту, що підвищує тривалість взаємодії користувача з контентом та сприяє формуванню позитивного іміджу бренду. Сайт «Ранок» поєднує освітню функцію з динамічною акцентною палітрою червоного кольору, що виділяє структурно важливі елементи, підтримує увагу користувача та сприяє логічній орієнтації в каталозі навчальної літератури.

Отже, колірне рішення вебсайту виконує одночасно кілька функцій: емоційну, функціонально-навігаційну та бренд-орієнтовану. Вдалий підбір палітри та баланс між фоном і акцентними кольорами підвищує не лише візуальну привабливість платформи, а й її ефективність у досягненні комунікаційних та комерційних цілей. З цього випливає, що колористика є ключовим інструментом UX/UI дизайну, що дозволяє створювати інтуїтивні, естетично приємні та психологічно комфортні цифрові середовища для різних груп користувачів.

Висновки до розділу 2

У другому розділі було здійснено комплексний аналіз візуальної структури, типографіки, колористичних рішень, функціональності, інтерактивності та контентної стратегії вебсайтів українських видавництв BookChef, «Видавництво Старого Лева», «Ранок» та «Клуб Сімейного Дозвілля». Отримані результати дають можливість визначити спільні та відмінні риси цифрової комунікації книжкових брендів, а також окреслити напрями їхнього подальшого удосконалення.

Проведений аналіз показав, що всі досліджувані платформи загалом відповідають сучасним вимогам вебдизайну: мають логічну структуру, зрозумілу навігацію, читабельну типографіку та візуальну організацію контенту. Кольорові рішення виконують не лише декоративну, а й психологічну та комунікативну функції, формуючи очікувані емоційні асоціації з брендом і полегшуючи сприйняття інформації. Водночас характер колористики демонструє відмінності між видавництвами: BookChef орієнтується на стриману, нейтральну палітру; Видавництво Старого Лева використовує теплі емоційні тони; «Ранок» застосовує функціональні акценти, тоді як КСД частково поєднує комерційні візуальні маркери з поміркованою акцентністю.

Оцінка функціональних і інтерактивних можливостей показала, що всі платформи реалізують базову модель електронної комерції (каталог, кошик, особистий кабінет, оформлення замовлення), проте ступінь інтерактивності та персоналізації відрізняється. Найбільш розвинені механізми взаємодії з користувачем спостерігаються на сайтах Видавництво Старого Лева і КСД, де присутні рекомендаційні блоки, тематичні добірки та розширені можливості соціальної взаємодії (відгуки, оцінки, бонусні програми). Видавництво Старого Лева акцентує на програмі лояльності та комунікації зі спільнотою, тоді як «Ранок» зосереджується на стабільному виконанні базових e-commerce функцій. Слабким місцем для частини платформ залишаються недостатньо гнучкі фільтри пошуку та обмежені інструменти оцінювання видань.

Контентна стратегія демонструє різний рівень інформаційної глибини. BookChef і «Ранок» функціонують переважно як торгові онлайн-каталоги з мінімальним обсягом додаткового інформаційного контенту. Натомість Видавництво Старого Лева і КСД формують розширений комунікаційний простір завдяки новинним матеріалам, інтерв'ю, статтям і тематичним публікаціям, що сприяє формуванню читацької спільноти та підвищує цінність ресурсу не лише як магазину, а і як культурно-інформаційної платформи.

Узагальнюючи результати дослідження, можна стверджувати, що вебсайти українських видавництв поєднують комерційну функцію з елементами брендової і комунікаційної репрезентації, проте ступінь їхньої розвиненості є нерівномірним. Основними напрямками вдосконалення залишаються: розширення системи фільтрації та пошуку, інтеграція інструментів користувацьких оцінок і зворотного зв'язку, підвищення рівня інтерактивності та персоналізації контенту, а також посилення інформаційної складової там, де сайт виконує переважно торгову функцію. Реалізація цих кроків сприятиме глибшій залученості користувачів, підвищенню якості цифрового досвіду та зміцненню позицій видавництв у сучасному медіа та комунікаційному середовищі.

РОЗДІЛ 3 ДИЗАЙН ПРОПОЗИЦІЯ ВЕБСАЙТ ВИДАВНИЦТВА BOOKSHEF. РЕБРЕНДИНГ ТА ІННОВАЦІЇ

3.1 Загальна концепція вебсайту. Модульна сітка. Розділи

Чинний вебсайт видавництва BookChef характеризується стабільною архітектурою та послідовною візуальною стилістикою, що забезпечує впізнаваність бренду та підтримує звичну для користувачів модель взаємодії з контентом. Загальна концепція сайту зорієнтована на презентацію видавничої продукції та надання доступу до основної інформації про книги та авторів.

Візуальна система сайту побудована на принципах мінімалізму, стриманої колірної палітри та уніфікованих графічних елементів, що сприяє зосередженню уваги користувача на контенті [68]. Організація сторінок і розділів підпорядкована логіці комерційного ресурсу, де важливу роль відіграють зручність навігації, зрозуміла структура та передбачуваність користувацького шляху.

Аналіз чинного дизайну сайту свідчить про використання адаптивної колонної структури, близької до класичної 12-колонної сітки, що є типовим рішенням для сучасних комерційних вебплатформ.

Застосування такої сітки дозволяє забезпечити відносну впорядкованість контенту та коректне масштабування інтерфейсу під різні розміри екранів. Макети сторінок зберігають загальну композиційну логіку як на десктопних пристроях, так і при адаптації до менших роздільних здатностей, що свідчить про орієнтацію сайту на перегляд з різних пристроїв.

На головній сторінці сітка використовується для розміщення ключових функціональних блоків: шапки сайту з навігацією, пошукового рядка, банерів та секцій з книгами (Іл.12). Контент розміщується у центральній частині сторінки з чітким горизонтальним поділом на блоки, що полегшує послідовне сприйняття інформації. Водночас окремі елементи не завжди мають чітко виражену візуальну ієрархію, що може ускладнювати швидке сканування сторінки.

Загалом використання модульної сітки на вебсайті BookChef забезпечує базове упорядкування інформації, підтримує навігацію та адаптивність інтерфейсу. Водночас аналіз макетів сторінок показує, що потенціал сітки реалізовано не повністю, зокрема у формуванні чіткої візуальної ієрархії та оптимального розподілу простору між елементами.

Основні розділи сайту охоплюють як комерційні, так і інформаційні аспекти діяльності видавництва та формують цілісний користувацький шлях. Подальший розгляд окремих розділів дозволяє проаналізувати особливості їх візуального оформлення, функціонального наповнення та ролі в загальній структурі вебресурсу.

1) Головна сторінка

Головна сторінка вебсайту видавництва BookChef виконує функцію основної точки входу для користувачів і формує перше враження про бренд (Іл.12). Її структура побудована таким чином, щоб поєднувати презентаційну, інформаційну та навігаційну функції, забезпечуючи швидкий доступ до ключових розділів і актуального контенту.

Презентація бренду на головній сторінці реалізується через розміщення логотипа видавництва BookChef у верхній частині сторінки, що забезпечує його постійну видимість та сприяє впізнаваності бренду (Іл.13). Логотип виконано у стриманому, сучасному стилі та органічно інтегровано в загальну композицію інтерфейсу. Важливим смисловим доповненням візуальної айдентики є гасло видавництва «формує особистість», який підкреслює ціннісну орієнтацію бренду та його культурно-освітню місію, також наголошує на ролі книги як інструменту особистісного розвитку, світоглядного формування та інтелектуального збагачення читача. Навігаційна панель структурована й містить основні категорії сайту, що сприяє зручній орієнтації користувача.

Центральним візуальним елементом головної сторінки є слайдер із банерами, який використовується для демонстрації новинок, сезонних пропозицій та акцій (Іл.14). Банери мають яскраве графічне оформлення, містять ключові повідомлення та акцентують на знижках і спеціальних пропозиціях. Такий

формат дозволяє оперативно інформувати відвідувачів про актуальні події та маркетингові кампанії видавництва.

Нижче на сторінці розміщено блоки з рекомендаціями та популярними виданнями, які представлені у вигляді карток книг (Іл.15). Кожна картка містить обкладинку, назву, інформацію про автора та ціну, що дозволяє користувачеві швидко ознайомитися з асортиментом (Іл.16). Додаткові маркери (наприклад, позначення новинок або знижок) підсилюють візуальну ієрархію та допомагають звернути увагу на пріоритетні позиції каталогу (Іл.17).

2) Каталог видань

Каталог видань забезпечує користувачам доступ до основного контенту ресурсу — асортименту книг. Його структура спрямована на зручний пошук, перегляд і відбір видань відповідно до індивідуальних інтересів та потреб читача.

Каталог організований за жанровим принципом, що дозволяє користувачеві швидко зорієнтуватися в різноманітті літератури (Іл.18, 19). На сторінці представлені основні тематичні категорії, зокрема художня література, дитяча література, пізнавальна література, будинок, побут, дозвілля, подарункові видання, ігри, мерчі та канцелярська продукція.

Важливим елементом каталогу є система фільтрів, розташована у боковій частині сторінки (Іл.20). Вона дозволяє уточнювати вибір книг за такими параметрами: ціна, тип товару, наявність, акції, знижки та мова.

Окрім фільтрації, у каталозі реалізовано систему сортування, яка дозволяє впорядковувати видання за певними критеріями (Іл.21). Користувач має можливість обрати сортування за рейтингом, або за ціною.

3) Картка товару

У верхній частині сторінки картки товару розміщено обкладинку книги, назву видання та ім'я автора, що формує первинне візуальне сприйняття продукту (Іл.22). Поруч подано цінову інформацію, індикатор наявності товару, елементи вибору кількості примірників та кнопку «Купити», що забезпечує швидкий доступ до основної дії користувача — додавання книги до кошика.

Важливим елементом картки товару є текстовий опис книги, який знайомить читача зі змістом видання, його тематикою та художніми особливостями (Іл.22). Додатково передбачено можливість перегляду фрагмента книги, що дозволяє користувачеві ознайомитися з матеріалом перед прийняттям рішення про покупку. Така функція підвищує рівень довіри до продукту та сприяє усвідомленому вибору.

Нижче розміщено блок характеристик видання, оформлений у вигляді таблиці(Іл.23). Він містить структуровану інформацію про автора, кількість сторінок, видавництво, рік видання, формат обкладинки, розміри, серію, ISBN, мову та жанр.

Окремим розділом представлено інформацію про автора, що включає фотографію, коротку біографічну довідку та додаткові факти з творчого життя (Іл.23). Такий елемент підсилює культурну та освітню складову ресурсу, а також сприяє глибшому залученню користувача до контексту книги.

У нижній частині сторінки розміщено блок «Ви дивилися», який демонструє раніше переглянуті користувачем видання (Іл.23). Цей елемент виконує допоміжну навігаційну функцію та полегшує повернення до попередньо переглянутого контенту.

Водночас аналіз картки товару свідчить про відсутність функцій рейтингу, відгуків і коментарів користувачів, а також спеціалізованих блоків рекомендацій типу «Схожі книги» або «Можливо сподобається». З огляду на сучасні тенденції вебдизайну, доцільність впровадження подібних елементів може бути розглянута в межах дизайн-пропозиції як подальший етап розвитку сайту.

4) Автори

Розділ, присвячений авторам, на вебсайті видавництва BookChef має інформаційно-довідковий характер та спрямований на розкриття особистостей письменників і їхнього творчого доробку. Водночас особливістю реалізації цього розділу є непряма навігація, оскільки доступ до сторінок авторів не винесений у головне меню сайту.

Для того, щоб перейти до розширеної інформації про автора, користувачеві необхідно спочатку відкрити картку окремої книги, після чого прокрутити сторінку до блоку з біографічними відомостями про автора. Лише з цього блоку передбачено перехід до загального переліку авторів, представлених на сайті (Іл.24). Така логіка навігації зосереджує увагу насамперед на продукті (книзі), а не на персоналії автора, що відповідає комерційній спрямованості ресурсу, проте ускладнює прямий доступ до авторського контенту.

Сторінка окремого автора містить фотографію, розширену біографічну інформацію та опис творчого шляху, що дозволяє користувачеві глибше ознайомитися з особистістю письменника, його професійним становленням і ключовими творами (Іл.25).

Нижче на сторінці автора представлено список книг, виданих або представлених видавництвом BookChef, у вигляді карток із можливістю переходу на детальні сторінки кожного видання. Така структура забезпечує логічний зв'язок між автором і його творами та спрощує навігацію між пов'язаним контентом.

Водночас аналіз розділу «Автори» свідчить про відсутність додаткового мультимедійного контенту, зокрема інтерв'ю, відеоматеріалів або інтерактивних публікацій, присвячених письменникам. Контент розділу має переважно текстовий характер, що обмежує можливості емоційного залучення користувачів і зменшує потенціал для глибшої взаємодії з аудиторією.

5) Видавництва

Розділ «Видавництва» на вебсайті BookChef за своєю структурою та принципами подання інформації є подібним до розділу «Автори», оскільки обидва виконують довідково-інформаційну функцію та спрямовані на представлення партнерських суб'єктів і їхньої діяльності. Водночас навігаційна організація розділу «Видавництва» є більш зручною та доступною для користувача. На відміну від сторінок авторів, доступ до розділу «Видавництва» здійснюється безпосередньо через верхнє навігаційне меню, що забезпечує швидкий і зрозумілий перехід до списку видавництв.

Сторінка зі списком видавництв оформлена у вигляді сітки логотипів, що дозволяє швидко ідентифікувати знайомі бренди та орієнтуватися в переліку партнерів (Іл.26).

Сторінка окремого видавництва містить короткий опис діяльності, що знайомить користувача з профілем та спеціалізацією обраного бренду (Іл.27). Нижче представлено каталог книг, виданих конкретним видавництвом, із можливістю сортування та переходу на детальні сторінки видань. Така структура створює логічний зв'язок між видавцем і його продукцією та полегшує навігацію в межах сайту.

6) Новини, події та блогові матеріали

Аналіз структури чинного вебсайту видавництва BookChef свідчить про відсутність окремих розділів, присвячених новинам, подіям та редакційному контенту. На сайті не передбачено системного інформування користувачів про майбутні чи минулі заходи видавництва, зокрема фестивалі, презентації книг, зустрічі з авторами або освітні вебінари. Також відсутній архів подій, який дозволяв би зберігати та структурувати інформацію про культурну діяльність бренду.

Окрім цього, вебресурс не містить блогу або розділу з корисними матеріалами, у межах якого могли б публікуватися рецензії на книги, тематичні статті, добірки, рекомендації для читачів чи літературні гіді. Відсутність таких розділів знижує потенціал вебсайту як культурної платформи та обмежує можливості формування сталої читацької спільноти навколо бренду BookChef. Контент сайту зосереджений переважно на презентації та продажі видань, що обмежує інформаційну, освітню та комунікаційну складові ресурсу.

7) Про компанію

Сторінка «Про компанію» на вебсайті видавництва BookChef має переважно інформаційний характер і вирізняється стриманим візуальним оформленням (Іл.28). Її дизайн побудований на текстоорієнтованій подачі матеріалу, де основним носієм інформації виступає суцільний текстовий блок без чіткого поділу на окремі візуальні секції.

Візуальна структура сторінки є лінійною: контент розміщено у центральній колонці без використання ілюстрацій, фотографій, інфографіки або акцентних графічних елементів. Такий підхід забезпечує зосередження уваги користувача на змісті, однак водночас ускладнює швидке сканування інформації та знижує рівень візуальної привабливості сторінки.

Відсутність підзаголовків, іконок або візуальних маркерів ускладнює сприйняття ключових смислових акцентів і зменшує зручність навігації всередині сторінки. З погляду дизайну інтерфейсу, сторінка не використовує потенціал візуальних засобів для підсилення брендингу, таких як фірмові кольорові блоки, фотографії команди, графічні цитати або акцентні секції.

8) Профіль користувача

Функціонал користувацького профілю на вебсайті видавництва BookChef реалізований у базовому форматі та орієнтований передусім на забезпечення технічної взаємодії користувача з сервісом. Доступ до персоналізованих можливостей здійснюється через процедури реєстрації та авторизації, інтерфейс яких має практичне візуальне оформлення.

Форма реєстрації побудована за стандартною схемою та містить мінімально необхідний набір полів: електронну адресу, ім'я, прізвище, пароль і захисний код. Візуально форма не перевантажена елементами, однак її дизайн має суто функціональний характер і не використовує додаткові графічні акценти. Основна увага зосереджена на введенні даних, що забезпечує простоту користування, проте знижує рівень емоційної залученості користувача.

Після авторизації користувач отримує доступ до особистого кабінету, який структуровано у вигляді текстового списку можливостей (Іл.30). Серед доступних функцій — перегляд стану замовлення, історії замовлень, управління підпискою та відкладені товари (Іл.31). Візуальна організація цього розділу є мінімалістичною: інформація подана у вигляді переліків без використання іконок чи графічних блоків.

Функції налаштування профілю зводяться до зміни реєстраційних даних та пароля. Елементи персоналізації, такі як індивідуальні рекомендації, розширені

списки бажань або візуальне налаштування профілю, на сайті відсутні. Таким чином, особистий кабінет виконує переважно сервісну роль і не використовується як інструмент поглибленої взаємодії з користувачем.

9) Кошик та оформлення замовлення

Розділ «Кошик та оформлення замовлення» на вебсайті видавництва BookChef є завершальним етапом взаємодії користувача з ресурсом. Його дизайн орієнтований на поетапне, логічно структуроване проходження процесу покупки з мінімальними візуальними відволіканнями.

Інтерфейс кошика оформлений у вигляді таблиці, де чітко відображено основні параметри замовлення: обкладинку книги, назву, ціну, кількість та загальну суму (Іл.32). Користувач має можливість редагувати кількість товарів безпосередньо в кошику, а також видаляти позиції. Візуально кошик є стриманим і функціональним, без зайвих декоративних елементів, що сприяє швидкому зчитуванню інформації.

Процес оформлення замовлення побудований за принципом покрокової структури, де кожен етап чітко пронумерований і візуально відокремлений (Іл.33). Користувач послідовно заповнює дані про покупця, обирає населений пункт, спосіб доставки та спосіб оплати. Така організація зменшує когнітивне навантаження та допомагає уникнути помилок під час заповнення форми.

Важливою особливістю дизайну є постійно видимий підсумковий блок із переліком обраних товарів, сумою замовлення, знижками та фінальною вартістю (Іл.33). Це рішення підсилює прозорість процесу покупки та дозволяє користувачеві контролювати витрати на кожному етапі оформлення замовлення.

Вибір способів доставки та оплати представлено у вигляді окремих візуальних блоків з текстовими підписами, проте можна помітити, що текстові написи не завжди коректно вписуються у відведені межі блоків. У деяких випадках текст виходить за межі контейнера або розміщується надто щільно, що порушує візуальну цілісність елементів, знижує читабельність та створює враження технічної недопрацьованості інтерфейсу. Сайт підтримує як онлайн-

оплату (банківські картки, електронні гаманці), так і альтернативні варіанти оплати, що відповідає очікуванням широкої аудиторії користувачів.

Аналіз вебсайту видавництва BookChef показав, що ресурс має стабільну архітектуру та впізнавану візуальну стилістику, які забезпечують виконання основних інформаційних і комерційних функцій. Сайт побудований на мінімалістичних принципах дизайну та використовує адаптивну колонну структуру, що сприяє базовому впорядкуванню контенту й коректному відображенню на різних пристроях.

Разом із тим виявлено обмежений рівень інтерактивності та недостатньо виражену візуальну ієрархію окремих елементів інтерфейсу. Структура сайту охоплює ключові розділи, однак нерівномірна навігаційна доступність і відсутність новинного та блогового контенту знижують комунікаційний потенціал ресурсу.

Функціонал користувацького профілю та процес оформлення замовлення є функціонально достатніми, проте мають стриману візуальну реалізацію та обмежені можливості персоналізації. Загалом сайт BookChef є цілісним і придатним для виконання базових завдань, водночас має потенціал для подальшого розвитку та вдосконалення.

3.2 Ребрендинг-пропозиція та інноваційні зміни в дизайні сайту видавництва BookChef

У межах дипломної роботи розглянуто процес ребрендингу вебсайту видавництва BookChef. Ребрендинг не має на меті радикальну зміну візуального образу, а спрямований на адаптацію чинного вебресурсу до сучасних вимог вебдизайну, цифрових стандартів та очікувань користувачів.

Основним принципом запропонованого ребрендингу є збереження впізнаваності бренду BookChef. Ключові елементи айдентики, зокрема логотип, фірмова колірна гама та загальна стилістика, розглядаються як сталі компоненти, що забезпечують безперервність візуальної комунікації з аудиторією [71].

Водночас у процесі ребрендингу передбачено комплексне оновлення структури та функціонального наповнення сайту. Основні напрями змін охоплюють удосконалення візуальної ієрархії сторінок, оптимізацію навігаційної системи, покращення адаптивності інтерфейсу та підвищення зручності взаємодії користувача з контентом. Особлива увага приділяється користувацькому досвіду як ключовому фактору ефективності сучасного комерційного вебресурсу [77].

Оновлення дизайн-системи та візуальної ідентичності

1) Колірна палітра

У межах ребрендингу збережено ключовий елемент айдентики BookChef — основний фірмовий синій колір (#003CB4). Це рішення є принциповим, оскільки саме він формує впізнаваність бренду та забезпечує спадковість візуального образу між чинною та оновленою версією сайту. Фонову основу інтерфейсу складають світло-сірий (#F9F9F9) та білий (FFFFFF) кольори. Таке поєднання створює нейтральне середовище, яке не відриває від контенту, підсилює відчуття «чистоти» та структури, а також робить сторінки візуально легкими. Текст у більшості блоків виконується чорним (#000000), що забезпечує високий контраст і читабельність. У сукупності ця палітра підтримує мінімалістичний характер дизайну та дозволяє розставляти акценти не кількістю кольорів, а логікою їх використання: синій — як маркер дії, важливості й навігації; світлі фони — як середовище для контенту; чорний — як базова читабельність.

2) Типографіка та ієрархія текстових елементів

Типографіка оновленого інтерфейсу базується на використанні шрифту Bitter. Це антиквенний шрифт із засічками, який добре підходить для комфортного читання в цифровому середовищі. Bitter має виразні, але стримані засічки, які не перевантажують текст і водночас надають йому характеру, пов'язаного з традиціями друкованої книги. На відміну від класичних антиквенних шрифтів для паперу, засічки Bitter більш компактні та геометрично врівноважені, що позитивно впливає на читабельність на екрані.

Це робить шрифт доречним для великих текстових масивів — описів книг, інформаційних сторінок і редакційного контенту.

Для структурування контенту було визначено сталу систему розмірів, яка підтримує ієрархію та впорядкованість сторінок. Заголовки основних рівнів виконуються кеглями 32 pt та 30 pt, що дозволяє чітко відокремлювати смислові секції й задавати ритм сторінці. Основний текст використовується у кеглях 24 pt та 20 pt, що забезпечує читабельність і для інформативних сторінок. Застосування обмеженої кількості кеглів у межах одного шрифтового сімейства підтримує єдину стилістику, знижує візуальний шум і робить інтерфейс передбачуваним: користувач швидше орієнтується у структурі сторінки, відрізняє головне від другорядного та легше сканує інформацію [81].

3) Дизайн-система сайту

Формування єдиної дизайн-системи вебсайту видавництва BookChef здійснювалося на основі стандартизації ключових інтерфейсних компонентів, представлених на макеті. У дизайн-системі чітко визначено набір базових елементів взаємодії, правила їх візуального оформлення та використання в різних користувацьких сценаріях [72].

На представленому зображенні (Іл.34) зафіксовано основні UI-компоненти, що формують каркас інтерфейсу сайту. Зокрема, уніфіковано поля введення, які мають чітко визначені стани: звичайне поле, поле при фокусі, заповнене поле та поле з помилкою. Для кожного стану використано послідовні візуальні маркери (обводка, колір, відступи), що забезпечує зрозумілий зворотний зв'язок для користувача та підвищує зручність взаємодії з формами. Окрему групу елементів складають кнопки різного функціонального призначення, які не є варіаціями одного компонента, а використовуються для різних сценаріїв. Основні кнопки застосовуються для ключових дій (авторизація, покупка товару), вторинні — для навігаційних або допоміжних дій, а текстові кнопки та посилання — для ненав'язливої взаємодії з контентом. Попри функціональні відмінності, всі кнопки об'єднані спільними принципами

стилізації: формою, радіусом заокруглення, типографікою та кольоровими акцентами.

У складі інтерфейсу передбачено іконку у вигляді сердечка, яка використовується для додавання книги до списку обраних. Вона розміщується на картках товарів і дозволяє користувачеві зберігати вибрані видання для подальшого перегляду. Іконка має кілька візуальних станів, що відображають поточний статус взаємодії: звичайний стан, стан при наведенні та активний стан після додавання товару до списку обраних. Зміна вигляду елемента слугує візуальним сигналом про виконання дії та сприяє зрозумілому користувацькому досвіду.

Плашки на картках товарів використовуються для позначення спеціальних статусів видань, таких як знижка, передзамовлення, новинка або нарахування бонусів. Вони мають компакту форму, яскраві, що дозволяє швидко звернути увагу користувача на ключові характеристики товару.

Окрім іконок, до дизайн-системи входять допоміжні елементи навігації, зокрема нумерація сторінок і поле пошуку. Вони оформлені за спільними правилами — із використанням однакових відступів, кольорових акцентів і типографіки.

4) Іконографіка та графічні елементи

Окремим компонентом дизайн-системи є іконографіка, яка виконує не тільки декоративну, а й функціональну роль: позначення кошика, профілю, пошуку, обраного, навігаційних дій, соціальних мереж та сервісних функцій (Іл.35). Для узгодженості інтерфейсу використовується стиль мінімалістичних лінійних іконок з впізнаваними формами. Це забезпечує візуальну цілісність і підтримує загальний мінімалістичний характер сайту.

Графічні елементи, зокрема іконки для відображення цінностей бренду та допоміжні позначки на сторінках сайту, стилістично узгоджені між собою та інтегровані в загальну дизайн-систему (Іл.36). Це сприяє формуванню єдиного візуального середовища та підтримує впізнаваність бренду BookChef у цифровому просторі.

5) Модульна сітка та компонування контенту

Композиційною основою інтерфейсу виступає модульна сітка на базі 12 колонок, що є стандартом для сучасних вебплатформ і забезпечує гнучке адаптивне компонування (Іл.37). Сітка дозволяє логічно структурувати сторінки, підтримувати вирівнювання елементів та стабільні пропорції блоків у різних розділах сайту.

Параметри сітки формують повторюваний ритм композиції: дванадцять колонок, міжколонкові відступи становлять 20 пікселів, зовнішні відступи від країв — 120 пікселів. Тип побудови сітки є адаптивним, що дозволяє контейнеру змінювати свою ширину відповідно до розміру екрана, зберігаючи загальну логіку структури.

Правила компонування інтерфейсу також передбачають використання сталих відступів між секціями та повторюваних композиційних рішень. Зокрема, картки книг вирівнюються за єдиною висотою та пропорціями, елементи навігації й пошуку мають фіксоване розташування, а інформаційні блоки зберігають однакову структуру на різних сторінках сайту.

Редизайн сторінок сайту

1) Головна сторінка

Головна сторінка вебсайту видавництва BookChef виконує роль ключової точки входу для користувача та формує перше враження про бренд.

У верхній частині сторінки розміщене фіксоване меню (хедер) (Іл.38). Ліворуч розташований логотип BookChef, центральну частину займає пошуковий рядок, який дозволяє швидко знаходити книги за назвою або автором, а праворуч згруповані іконки основних дій: кошик, обране та профіль користувача. Основна навігація (Головна, Каталог, Видавництва, Автори, Про нас, Новини, Оплата, Доставка, Контакти) розміщена горизонтально та має зрозумілу текстову форму без зайвих декоративних елементів.

Під верхнім меню розташований великий промо-банер, який займає значну частину першого екрану (Іл.39). Він використовується для анонсів новинок, мерчу або акцій. Банер поєднує графічне зображення з коротким

текстовим повідомленням і кнопкою дії. Кнопка виконана у фірмовому синьому кольорі, має округлену форму та чіткий контраст із фоном, що привертає увагу користувача.

Нижче розміщені інформаційні блоки з новинами та добірками (Іл.40). Вони подані у вигляді карток із зображенням та коротким описом події. Кожен блок завершується кнопкою «Читати далі», що сприяє подальшій навігації. Розташування елементів чергується, що робить сторінку візуально динамічною, але не перевантаженою.

Основний комерційний елемент сторінки — картки книг (Іл.41). Вони розміщені в рядках на базі модульної сітки, мають однакові пропорції та структуру. Кожна картка містить обкладинку книги, назву, автора, рейтинг, ціну та іконки швидких дій (додавання до кошика чи списку обраного) (Іл.42). Для акцентів та кращої навігації використовуються кольорові плашки («NEW», «Знижка», «Передзамовлення»), які одразу інформують про статус товару.

У нижній частині сайту розміщений футер, який структуровано на кілька колонок. Тут дублюється основна навігація, подана інформація про видавництво, способи оплати та доставки, контактні дані (Іл.43). Окремо винесені іконки соціальних мереж.

2) Каталог сайту

Розділ каталогу забезпечує доступ користувачів до основного асортименту продукції. У лівій частині сторінки розміщено блок фільтрації, який виконує навігаційно-допоміжну функцію (Іл.44). Фільтри згруповані за категоріями: ціна, тип товару, мова, видавництво, знижки, новинки, передзамовлення, а також жанрові напрями. Такий вертикальний формат дозволяє користувачеві послідовно уточнювати параметри пошуку без перевантаження основної контентної зони. Елементи фільтрації виконані у стриманій візуальній формі з використанням чек боксів та випадаючих списків, що відповідає загальній мінімалістичній стилістиці сайту.

Центральну частину сторінки займає сітка з картками товарів, організована відповідно до модульної 12-колонної сітки (Іл.45). Картки розміщені

рівномірно, з однаковими відступами. У верхній частині каталогу передбачено блок із відображенням активних фільтрів та можливістю їх швидкого скидання, а також елемент сортування за вибраним критерієм. Це дозволяє користувачеві контролювати логіку відображення товарів і адаптувати каталог під власні потреби.

У нижній частині сторінки розміщено елементи навігації між сторінками каталогу та кнопку «Показати ще», які забезпечують поступове завантаження контенту та зручний перегляд великої кількості позицій(Іл.46). Такий підхід зменшує візуальне перевантаження і підтримує комфортний темп взаємодії з сайтом.

Модель верхнього та нижнього меню (хедера та футера), використана на головній сторінці вебсайту BookChef, повторюється на всіх інших сторінках ресурсу. Верхнє меню з логотипом, навігаційними пунктами, пошуковим рядком і сервісними іконками зберігає однакове розташування та візуальне оформлення незалежно від розділу сайту (Іл.38). Аналогічно, нижня частина сайту має сталу композицію на всіх сторінках: меню містить навігаційні посилання на основні розділи, інформаційні блоки, контактні дані та іконки соціальних мереж (Іл.43).

3) Сторінка картки товару

Сторінка окремої книги побудована за чіткою структурою, яка поєднує презентацію видання, детальну інформацію та зручні інструменти для покупки. Композиція сторінки базується на двоколонному принципі: зліва розміщено візуальний блок з обкладинкою книги, справа — основна інформація та елементи взаємодії користувача з товаром (Іл.47).

Обкладинка книги має достатній розмір для детального перегляду та формує перше враження про видання. Поруч розташовано назву книги, ім'я автора, статус доступності (наприклад, передзамовлення), ціну та блок керування покупкою. Елементи вибору кількості, кнопка додавання до кошика та іконка обраного оформлені у фірмовому синьому кольорі.

Текстовий опис книги подано у лаконічному вигляді з можливістю розгортання повного тексту. Це дозволяє не перевантажувати сторінку інформацією та водночас надає доступ до детального опису для зацікавлених користувачів.

Нижче розташований блок оцінювання книги, де відображається середній рейтинг і кількість відгуків (Іл.48). Поряд передбачена можливість залишити власний відгук.

Основна інформаційна частина сторінки структурована у вигляді вкладок: «Характеристики», «Відгуки», «Схожі книги» (Іл.49). Характеристики подані у табличному форматі з чітким вирівнюванням даних, що полегшує швидке ознайомлення з параметрами видання. Додатковим елементом є блок попереднього перегляду фрагмента книги, який дає змогу користувачеві оцінити зміст перед покупкою (Іл.50).

У нижній частині сторінки розміщено блок «Раніше ви дивилися», оформлений у вигляді горизонтального списку карток товарів (Іл.51). Він виконує допоміжну навігаційну функцію та сприяє поверненню користувача до переглянутих позицій.

Важливим навігаційним елементом є «хлібні крихти» (навігаційний ланцюжок на сайті), розташовані у верхній частині сторінок внутрішніх рівнів. Вони відображають шлях переходу користувача в межах сайту (наприклад: Головна| Каталог| BookChef| Знаки. Таємна мова Всесвіту | Лора Лінн Джексон) та дозволяють швидко повернутися до попередніх розділів. Наявність цього елемента особливо актуальна для багаторівневої структури каталогу й сторінок авторів, оскільки допомагає користувачу краще орієнтуватися в інформаційній архітектурі сайту.

4) Сторінка «Автори»

Сторінка «Автори» призначена для зручного ознайомлення користувачів із письменниками, чиї книги представлені у видавництві BookChef. У верхній частині сторінки розміщено рядок пошуку, що дозволяє оперативно знайти потрібного автора чи авторку (Іл.52). Поряд передбачена можливість

сортування списку, зокрема за алфавітом, що є доцільним рішенням для роботи з великим масивом даних. Нижче розташовано алфавітну навігацію у вигляді літер української абетки. Вона виконує роль швидкого фільтра та дає змогу користувачеві перейти до групи авторів, прізвища яких починаються з обраної літери.

Основний контент сторінки представлений у вигляді сітки карток авторів (Іл.53). Кожна картка містить портретне зображення, ім'я та прізвище автора, а також кнопку для переходу до перегляду його книг. Картки мають однакові пропорції, чітке вирівнювання та повторювану структуру.

У нижній частині сторінки розміщено елементи навігації, які дозволяють переходити між сторінками зі списком авторів (Іл.54).

5) Сторінка окремого автора

Сторінка окремого автора на вебсайті видавництва BookChef поєднує інформаційну та комерційну функції, дозволяючи користувачеві детальніше ознайомитися з постаттю письменника та його книжковим доробком (Іл.55).

Основний інформаційний блок автора побудований за принципом двоколонного компонування. Ліва частина містить ім'я автора та коротку біографічну довідку з акцентом на ключові факти творчості. Текст подано у лаконічній формі, що дозволяє швидко отримати загальне уявлення про автора без перевантаження деталями. Додатково передбачено текстову кнопку «Читати повну біографію», яке відкриває розширену інформацію для зацікавлених користувачів. Праворуч розміщено портретне фото автора.

Нижче розташовано блок із книгами автора, оформлений у вигляді горизонтальної сітки карток. Для перегляду більшої кількості видань використано горизонтальний скрол або навігаційні стрілки, що дозволяє економити вертикальний простір сторінки та зберігати фокус на авторі. Над блоком розміщено текстову кнопку «Переглянути всі книги», яке веде до повного списку видань конкретного письменника.

6) Сторінка «Видавництва»

Сторінка «Видавництва» виконує довідково-навігаційну функцію та призначена для швидкого ознайомлення користувачів із переліком партнерських і власних видавництв, продукція яких представлена в каталозі (Іл.56).

У верхній частині сторінки подано поле пошуку за назвою видавництва, яке дозволяє швидко знайти потрібний бренд у великому списку. Поруч розташовано елемент сортування. Основний контент сторінки представлено у вигляді щільної сітки карток видавництв. Кожна картка містить логотип або назву видавництва, оформлені максимально компактно. Візуальні елементи займають мінімум простору, що дозволяє розмістити значну кількість видавництв на одному екрані без перевантаження інтерфейсу.

Картки мають однакову форму, однакові відступи та вирівнювання, що підтримує ритм і порядок у межах сторінки. Натискання на картку видавництва переводить користувача на окрему сторінку з описом видавництва та переліком його книг, зберігаючи логіку користувацького шляху.

У нижній частині сторінки розміщено кнопку «Завантажити ще», а також елементи навігації між сторінками з видавництвами.

7) Сторінка «Новини»

Сторінка «Новини» на вебсайті BookChef виконує інформаційно-комунікаційну функцію та слугує простором для публікації актуальних матеріалів про діяльність видавництва, події, добірки та редакційний контент. Її структура спрямована на зручне ознайомлення користувачів із новинами та швидкий перехід до повного тексту публікацій.

У верхній частині сторінки розміщено навігаційний ряд із категоріями новин, який дозволяє фільтрувати матеріали за тематикою (усі новини, новини видавництва, книжкові події) (Іл.57). Це спрощує орієнтацію в контенті та допомагає користувачам швидко знайти матеріали, що відповідають їхнім інтересам.

Основний контент сторінки подано у вигляді сітки карток новин (Іл.58). Кожна картка містить зображення-прев'ю, заголовок, дату публікації та

короткий опис матеріалу. Кнопка «Читати далі» виконує роль основного інтерактивного елемента та візуально виділена фірмовим синім кольором.

Композиційно картки вирівняні в кілька колонок із рівними відступами, що підтримує візуальний ритм і впорядкованість сторінки. Світлий фон і мінімалістичне оформлення не відвертають увагу від зображень і тексту, а типографіка відповідає загальній дизайн-системі сайту.

У нижній частині сторінки розміщено кнопку «Завантажити ще», яка дозволяє поступово відкривати додаткові матеріали без перевантаження сторінки (Іл.58). Також присутні елементи навігації, що забезпечують альтернативний спосіб навігації між сторінками новин.

8) Сторінка «Про нас»

Сторінка «Про нас» на вебсайті BookChef виконує репрезентативну та функцію й побудована за принципами зрозумілої вертикальної композиції з чітким поділом на логічні блоки.

У верхній частині сторінки розміщено блок з широким банерним зображенням книжкової тематики (Іл.59). Поверх зображення розміщено коротке текстове повідомлення про місію видавництва, яке візуально виділене світлою плашкою.

Основний контент поділений на інформаційні секції, які чергують текст і зображення (Іл.60).

Окремим блоком виділено «Цінності видавництва», оформлені у вигляді чотирьох карток з іконками та короткими поясненнями (Іл.61). Іконки виконані в єдиному лінійному стилі з використанням фірмового синього кольору. Така подача робить абстрактні поняття зрозумілими й легко сприйнятними.

9) Вхід або реєстрація на сайті видавництва

Модальне вікно «Вхід на сайт» реалізоване як накладений інтерфейсний елемент, що з'являється поверх основного контенту сторінки з легким затемненням фону (Іл.62). Такий спосіб фокусує увагу користувача на дії авторизації та водночас зберігає контекст сторінки, з якої було ініційовано вхід.

У верхній частині розміщено заголовок, який однозначно пояснює призначення форми, а також іконку закриття, розташовану у звичному для користувача місці.

Форма авторизації пропонує два способи входу – за електронною поштою або номером телефону, між якими можна перемикатися. Такий підхід підвищує зручність і відповідає різним сценаріям поведінки користувачів. Поля введення оформлені лаконічно, з чіткими підписами та візуальними підказками, що забезпечує легке зчитування й мінімізує ризик помилок.

Кнопка основної дії виділена фірмовим синім кольором, що одразу привертає увагу та підкреслює її пріоритетність. Додаткові елементи, зокрема чек бокс «Запам'ятати мене» та кнопка «Забули пароль?», оформлені менш контрастно, але залишаються добре помітними й доступними.

У нижній частині модального вікна розміщено посилання на реєстрацію нового користувача, що логічно завершує сценарій взаємодії та надає альтернативу для тих, хто ще не має облікового запису.

10) Особистий профіль користувача

Ліва частина інтерфейсу сторінки «Особистий кабінет / Мій профіль» відведена під вертикальне навігаційне меню, яке містить усі основні розділи особистого кабінету: профіль, електронні книги, кошик, список бажаного, замовлення, повідомлення, бонуси та вихід з акаунта (Іл.63). Активний пункт меню візуально виділений синім кольором, що допомагає користувачеві легко орієнтуватися в структурі кабінету.

Центральна частина сторінки зосереджена виключно на профільній інформації користувача. Вона оформлена у вигляді окремого світлого блоку з округленими кутами, що візуально відокремлює його від фону. Тут розміщено фотографію користувача, ім'я, контактні дані (електронна пошта, номер телефону, місце проживання), а також кнопку «Редагувати профіль», яка дозволяє швидко внести зміни до персональних даних.

Нижче подано блок «Останні дії», у якому відображається коротка хронологія взаємодії користувача з сайтом: нарахування бонусів, статуси замовлень, додавання книг до списку бажаного.

11) Кошик товарів

Модальне вікно «Мій кошик» реалізоване як компактний бічний блок, що з'являється поверх основного контенту без повного переходу на окрему сторінку (Іл.64). Таке рішення дозволяє користувачеві швидко перевірити склад замовлення та внести зміни, не перериваючи перегляд сайту.

У верхній частині кошика розміщено заголовок із зазначенням кількості товарів та кнопку закриття, що забезпечує зрозумілу навігацію. Нижче подано список доданих книг у вертикальному форматі. Кожна позиція містить обкладинку, назву видання, інформацію про бонуси, ціну, а також елементи керування кількістю примірників. Окремі іконки дозволяють додати товар до списку бажаного або видалити його з кошика, що робить взаємодію швидкою та інтуїтивною.

У нижній частині блоку зведено підсумкові дані — загальна сума товарів, розмір знижки та фінальна сума до оплати. Такий підхід підвищує прозорість покупки й дозволяє користувачеві одразу оцінити кінцеву вартість замовлення. Завершують модальне вікно дві основні кнопки дії: «Продовжити покупки» та «Перейти до оплати». Вони стилістично відрізняються за пріоритетністю: основна дія виділена фірмовим синім кольором, тоді як другорядна має нейтральніше оформлення. Це допомагає спрямувати увагу користувача та логічно завершити сценарій взаємодії.

Отже, у межах запропонованого ребрендингу вебсайту видавництва BookChef було суттєво покращено візуальну та структурну організацію ресурсу. Внесені зміни спрямовані на підвищення зручності користування сайтом, чіткості навігації та цілісності візуального образу без порушення впізнаваності бренду.

У процесі редизайну впорядковано дизайн-систему, оновлено типографічну ієрархію, уніфіковано інтерфейсні компоненти та графічні елементи, а також застосовано модульну сітку як базу для стабільного й адаптивного компонування сторінок. Перегляд ключових сторінок сайту дозволив

оптимізувати користувацькі сценарії, зменшити когнітивне навантаження та зробити взаємодію з контентом більш інтуїтивною.

Таким чином, запропонований редизайн забезпечує сучасний цифровий вигляд вебсайту BookChef, підсилює його функціональність і створює комфортний користувацький досвід, що відповідає вимогам сучасних комерційних вебплатформ.

Висновки до розділу 3

У межах даного розділу було здійснено комплексний аналіз чинного вебсайту видавництва BookChef та розроблено дизайн-пропозицію з елементами ребрендингу, спрямовану на усунення виявлених недоліків і підвищення загальної якості цифрового користувацького досвіду. Аналіз чинної версії сайту засвідчив наявність базово сформованої інформаційної архітектури, логічного поділу на розділи та впізнаваної візуальної айдентики бренду. Водночас було виявлено низку проблем, зокрема недостатньо виражену візуальну ієрархію, фрагментарність стилістичних рішень, обмежений рівень інтерактивності та неузгодженість окремих елементів інтерфейсу, що негативно впливає на зручність навігації та сприйняття контенту користувачами.

Запропонований ребрендинг має еволюційний характер і не передбачає радикальної трансформації образу бренду. Основна увага зосереджена на збереженні ключових ідентифікаційних елементів BookChef — логотипу, фірмового синього кольору, загальної стилістики та комунікаційного тону — з одночасним оновленням структури, навігації та візуальної організації контенту. Такий підхід дозволяє забезпечити спадковість бренду, уникнути втрати впізнаваності серед постійної аудиторії та водночас адаптувати вебресурс до сучасних вимог UX/UI-дизайну та цифрових стандартів електронної комерції.

У процесі ребрендингу було розроблено та впроваджено єдину дизайн-систему, що регламентує використання колірної палітри, типографіки, кнопок, форм, іконок і допоміжних навігаційних елементів. Наявність уніфікованих компонентів дозволяє усунути стилістичну фрагментарність, забезпечити візуальну цілісність інтерфейсу та створює передумови для масштабування й подальшого розвитку сайту. Чітко вибудована ієрархія текстових елементів у поєднанні зі стандартизованими UI-компонентами підвищує читабельність, полегшує сприйняття інформації та сприяє швидшій орієнтації користувача на сторінках вебресурсу.

Окрему увагу було приділено оптимізації навігаційної структури сайту як ключового елементу користувацького досвіду. Впорядковано доступ до

основних розділів, забезпечено сталість хедера та футера на всіх сторінках, а також інтегровано навігаційні елементи типу «хлібних крихт», що підвищує зрозумілість багаторівневої структури каталогу. У результаті зменшується когнітивне навантаження на користувача, скорочується час пошуку необхідної інформації та формується більш логічний і передбачуваний користувацький шлях.

Редизайн ключових сторінок — головної сторінки, каталогу, картки товару, сторінок авторів і видавництв, новинного розділу, особистого профілю та кошика — дозволив чіткіше розмежувати інформаційні, навігаційні та комерційні блоки, посилити акценти на ключових діях користувача та покращити взаємодію з контентом. Картки товарів стали більш інформативними завдяки уніфікованій структурі подачі даних, використанню візуальних плашок статусів і швидких інструментів взаємодії. Особистий профіль користувача отримав більш логічну організацію з чітким поділом навігації та основного контенту, що підвищує зручність користування сервісними функціями та загальну лояльність аудиторії.

Таким чином, у результаті виконаної роботи було не лише усунуто виявлені проблеми чинного вебсайту видавництва BookChef, а й сформовано цілісну, сучасну та функціонально обґрунтовану концепцію оновленого вебресурсу. Запропонована дизайн-пропозиція спрямована на підвищення комерційної ефективності сайту, покращення комунікації з користувачами та створення гнучкої основи для подальшого розвитку бренду BookChef у цифровому середовищі відповідно до актуальних тенденцій вебдизайну та користувацьких очікувань.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У ході виконання дипломної роботи підтверджено актуальність проблематики вебдизайну сайтів українських видавництв у сучасних цифрових умовах. Дослідження засвідчило, що вебсайт видавництва виступає не лише інформаційним ресурсом, а комплексним цифровим інструментом, який поєднує функції комунікації з аудиторією, представлення бренду та забезпечення комерційної діяльності. Встановлено, що в умовах цифровізації культурного простору, зростання ролі онлайн-продажів і трансформації читачьких практик, а також з урахуванням викликів, пов'язаних із повномасштабною війною, які активізували розвиток онлайн-каналів взаємодії, якісний вебдизайн набуває визначального значення для конкурентоспроможності українських видавництв.

У результаті виконання роботи досягнуто поставленої мети — розроблено дизайн-пропозицію вебсайту видавництва BookChef, спрямовану на вдосконалення інформаційної архітектури, візуальної організації контенту та користувацького досвіду відповідно до сучасних принципів UX/UI-дизайну, а також на підвищення комунікаційного й комерційного потенціалу вебресурсу. У процесі дослідження було опрацьовано вебсайти українських видавництв як об'єкт аналізу цифрового середовища видавничої діяльності та узагальнено принципи й засоби вебдизайну, інформаційної архітектури й користувацького інтерфейсу, що становлять предмет дослідження та були застосовані при формуванні проєктного рішення для видавництва BookChef.

У межах теоретичного аналізу встановлено основні етапи розвитку української видавничої справи — від становлення друкарської традиції до формування сучасного видавничого ринку, орієнтованого на поєднання культурної, комунікаційної та комерційної функцій. Узагальнення історичного та сучасного матеріалу дозволило простежити закономірності розвитку галузі та визначити трансформацію ролі видавництв у суспільстві залежно від соціокультурних і технологічних чинників. Дослідження показало, що в цифровому середовищі видавництва дедалі частіше функціонують як

мультимедійні бренди, які вибудовують тривалу взаємодію з аудиторією через вебсайти, соціальні мережі та онлайн-платформи.

У ході аналізу підтверджено значення вебресурсів як ключового інструменту комунікації, дистрибуції та брендингу у видавничій діяльності. Вебсайт видавництва розглянуто як інтегровану платформу, що поєднує каталог продукції, інформаційно-аналітичний контент, сервіси для користувачів і засоби просування. Отримані теоретичні висновки стали підґрунтям для подальшого аналітичного та проєктного етапів роботи й визначили загальну логіку формування дизайн-пропозиції вебсайту видавництва BookChef.

У результаті аналітичного та дизайн-дослідження здійснено порівняльний аналіз сучасних вебсайтів українських видавництв, що дозволило виявити характерні особливості їхньої структури, візуальної організації та користувацької взаємодії. Аналіз засвідчив нерівномірний рівень реалізації UX/UI-рішень, у межах якого сучасні підходи часто поєднуються із застарілими інтерфейсними моделями, що негативно впливає на зручність користування та ефективність представлення контенту.

У ході дослідження визначено ключові тенденції UX/UI-дизайну, актуальні для вебсайтів видавництв, зокрема орієнтацію на спрощення навігації, посилення візуальної ієрархії, використання адаптивних інтерфейсів і фокус на користувацьких сценаріях. Встановлено, що застосування модульних сіток забезпечує структурованість контенту та гнучкість komponування сторінок, а адаптивний дизайн є необхідною умовою коректного відображення вебресурсів на різних пристроях. Окрему увагу приділено ролі типографіки, колористики та навігаційних рішень, які істотно впливають на читабельність, швидкість орієнтації користувача та емоційне сприйняття бренду.

Узагальнення отриманих результатів дозволило обґрунтувати роль інформаційної архітектури як базового елементу зручності користування вебсайтом. Логічна побудова структури, зрозумілий розподіл контенту та продуманий користувацький шлях визначено як ключові чинники ефективності

вебресурсу. Ці висновки безпосередньо вплинули на формування проєктних рішень, реалізованих у розділі 3.

У результаті виконання проєктної частини дипломної роботи було розроблено комплексну дизайн-пропозицію вебсайту видавництва BookChef, що включає елементи еволюційного ребрендингу, оновлену структуру вебресурсу та цілісну дизайн-систему. Запропоноване рішення передбачає уніфікацію візуальних і функціональних компонентів інтерфейсу, що забезпечує узгодженість стилістики, цілісність користувацького досвіду та можливість подальшого масштабування сайту.

У процесі проєктування було усунуто ключові проблеми чинного вебсайту BookChef, зокрема недостатньо виражену візуальну ієрархію, фрагментарність інтерфейсних рішень і складність орієнтації в структурі контенту. Оптимізація навігаційної системи, впорядкування інформаційної архітектури та редизайн основних сторінок сприяли підвищенню зручності користування сайтом і покращенню логіки взаємодії з контентом.

Отримані результати дипломної роботи мають практичну та навчально-методичну значущість. Розроблена дизайн-пропозиція може бути використана у практиці вебдизайну та електронної комерції як приклад комплексного підходу до оновлення вебресурсів видавничих брендів. Матеріали дослідження можуть застосовуватися в навчальному процесі при підготовці фахівців у галузі дизайну, видавничої справи та цифрових комунікацій, а також у виконанні курсових і кваліфікаційних робіт.

Розроблена дизайн-система має потенціал масштабування та адаптації до подальшого розвитку вебресурсу видавництва BookChef. Її структурованість і стандартизованість дозволяють розширювати функціональність сайту, інтегрувати нові розділи та сервіси без втрати візуальної цілісності й зручності користування, що підтверджує доцільність обраного проєктного підходу.

У ході виконання дипломної роботи досягнуто поставленої мети та повністю виконано визначені завдання. Отримані результати підтверджують ефективність поєднання теоретичного аналізу, аналітичного дизайн-

дослідження та практичного проектування у процесі створення дизайн-пропозиції вебсайту видавництва BookChef. Перспективи подальших досліджень і розвитку проєкту полягають у впровадженні запропонованої дизайн-системи в реальне цифрове середовище, її адаптації до нових функціональних вимог, розширенні інтерактивних можливостей сайту та подальшому вивченні впливу дизайн-рішень на поведінку користувачів і ефективність онлайн-комунікації видавничих брендів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

Іноземні джерела (друковані та електронні)

1. Aesthetic-usability effect // Nielsen Norman Group. URL: <https://www.nngroup.com/articles/aesthetic-usability-effect/> (дата звернення: 22.01.2026)
2. Book publishing in Ukraine // *Encyclopedia of Ukraine*. – Режим доступу: <https://www.encyclopediaofukraine.com/display.asp?linkpath=pages%5CB%5CO%5CBookpublishing.htm> (дата звернення: 17.02.2026)
3. Book publishing in Ukraine // *Encyclopedia of Ukraine*. URL: <https://www.encyclopediaofukraine.com/display.asp?linkpath=pages\B\O\Bookpublishing.htm> (дата звернення: 10.12.2025)
4. Breadcrumb navigation // Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Breadcrumb_navigation (дата звернення: 15.01.2026)
5. Carousel best practices. URL: <https://web.dev/articles/carousel-best-practices> (дата звернення: 15.01.2026)
6. Darnton R. *The Case for Books: Past, Present, and Future*. – New York : PublicAffairs, 2009. – 320 с. (дата звернення: 27.01.2026)
7. E-commerce web development resources. URL: <https://salespanel.io/resources/e-commerce-web-development/> (дата звернення: 22.01.2026)
8. Eyal N. *Hooked: How to Build Habit-Forming Products*. – New York : Portfolio, 2014. – 256 с. (дата звернення: 19.02.2026)
9. Frost B. *Atomic Design*. – Pittsburgh : Brad Frost, 2016. – 188 с. (дата звернення: 17.02.2026)
10. Goodwin K. *Designing for the Digital Age: How to Create Human-Centered Products and Services*. – Indianapolis : Wiley Publishing, 2009. – 768 с. (дата звернення: 20.02.2026)

11. Grid systems in UX design. URL:
<https://www.interaction-design.org/literature/topics/grid-systems> (дата
звернення: 15.01.2026)
12. grinchenko-inform.kubg.edu.ua (дата звернення: 20.12.2025)
13. Heller E. *Psychology of Color: How Colors Affect Emotion and Reason*. – London : Kogan Page, 2009. – 240 с. (дата звернення: 16.02.2026)
14. Information architecture study guide // Nielsen Norman Group. URL:
<https://www.nngroup.com/articles/ia-study-guide/> (дата звернення:
22.01.2026)
15. Information architecture vs navigation. URL:
[https://www.optimalworkshop.com/blog/information-architecture-vs-
navigation-creating-a-seamless-user-experience](https://www.optimalworkshop.com/blog/information-architecture-vs-navigation-creating-a-seamless-user-experience) (дата звернення: 22.01.2026)
16. Interaction Design topics. URL:
<https://www.interaction-design.org/literature/topics> (дата звернення:
15.01.2026)
17. Itten J. *The Art of Color*. – New York : John Wiley & Sons, 1973. – 196 с.
(дата звернення: 13.02.2026)
18. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. – New
York : New York University Press, 2006. – 336 с. (дата звернення:
18.02.2026)
19. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to
Digital*. – Hoboken : John Wiley & Sons, 2017. – 184 с. (дата звернення:
19.02.2026)
20. Krug S. *Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability*.
– 2nd ed. – Berkeley : New Riders, 2006. – 216 с. (дата звернення:
30.01.2026)
21. Lupton E. *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers,
Editors & Students*. – New York : Princeton Architectural Press, 2010. – 224 с.
(дата звернення: 13.02.2026)

22. Marcotte E. *Responsive Web Design*. – Brooklyn : A Book Apart, 2011. – 150 с. (дата звернення: 11.02.2026)
23. Miller D. *Building a StoryBrand*. – Nashville : HarperCollins Leadership, 2017. – 240 с. (дата звернення: 19.02.2026)
24. Morville P., Rosenfeld L. *Information Architecture for the World Wide Web*. – 3rd ed. – Sebastopol : O'Reilly Media, 2006. – 504 с. (дата звернення: 07.02.2026)
25. Müller-Brockmann J. *Grid Systems in Graphic Design: A Visual Communication Manual*. – Zurich : Niggli, 1996. – 176 с. (дата звернення: 11.02.2026)
26. Neumeier M. *The Brand Gap*. – Berkeley : New Riders, 2006. – 192 с.
27. Nielsen J. *Usability Engineering*. – San Francisco : Morgan Kaufmann, 1993. – 362 с. (дата звернення: 04.02.2026)
28. Norman D. *The Design of Everyday Things*. – Revised and expanded ed. – New York : Basic Books, 2013. – 368 с. (дата звернення: 07.02.2026)
29. Reading Ukrainian: resurgence of the Ukrainian book industry. URL: <https://ukraineworld.org/en/articles/ukraine-explained/reading-ukrainian-resurgence-ukrainian-book-industry> (дата звернення: 27.12.2025)
30. Responsive layout grid // Material Design. URL: <https://m2.material.io/design/layout/responsive-layout-grid.html> (дата звернення: 15.01.2026)
31. Responsive UI breakpoints // Material Design. URL: <https://m1.material.io/layout/responsive-ui.html> (дата звернення: 15.01.2026)
32. Rubryka. URL: <https://rubryka.com> (дата звернення: 27.12.2025)
33. Samara T. *Making and Breaking the Grid*. – Gloucester : Rockport Publishers, 2002. – 208 с. (дата звернення: 11.02.2026)
34. The importance of UI/UX design in e-commerce success. URL: <https://www.mangoitsolutions.com/the-importance-of-ui-ux-design-in-e-commerce-success/> (дата звернення: 17.01.2026)

35. The origins and tradition of book printing in Ukraine. UNIAN. URL: <https://www.unian.info/common/243372-the-origins-and-tradition-of-book-printing-in-ukraine.html> (дата звернення: 14.10.2025)
36. Typography overview // Material Design. URL: <https://m3.material.io/styles/typography/overview> (дата звернення: 15.01.2026)
37. UkraineWorld. URL: <https://ukraineworld.org> (дата звернення: 22.12.2025)
38. Vivat. Офіційний сайт. URL: <https://vivat.com.ua/> (дата звернення: 15.01.2026)
39. What is information architecture? URL: <https://www.uxdesigninstitute.com/blog/what-is-information-architecture/> (дата звернення: 17.01.2026)
40. Wheeler A. *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. – 5th ed. – Hoboken : John Wiley & Sons, 2017. – 336 с. (дата звернення: 16.02.2026)
41. Wroblewski L. *Mobile First*. – Brooklyn : A Book Apart, 2011. – 166 с. (дата звернення: 09.02.2026)

Українські джерела (друковані та електронні)

42. 30 років незалежного книговидання в Україні // Chytomo. URL: <https://chytomo.com/30-rokiv-knyhovydannia/> (дата звернення: 18.12.2025)
43. А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА розірвало контракт. URL: <https://suspilne.media/culture/714836-a-ba-ba-ga-la-ma-ga-rozirvalo-kontrakt-iz-hudozniceu-aka-ilustruala-knigi-u-rf/> (дата звернення: 15.01.2026)
44. Авторські матеріали видавництва «Ранок». URL: <https://vsviti.com.ua/author/ranok> (дата звернення: 22.01.2026)
45. Адаптивність та адаптивний сайт. URL: <https://skyte.pl.ua/adaptivnost-adaptivnyi-sajt> (дата звернення: 22.01.2026)

46. Апостол — первісток українського друкарства. Національна бібліотека України. URL: <https://www.library.nltu.edu.ua/index.php/novyny/628-apostola-tse-buv-pervistok-ukrainskoho-drukarstva> (дата звернення: 14.10.2025)
47. Видавництва. Енциклопедія Сучасної України. URL: <https://esu.com.ua> (дата звернення: 14.10.2025)
48. Видавництво «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» відзначає 30-річчя. URL: https://gazeta.ua/articles/culture/_pershimi-vidali-garri-pottera-i-zibrali-miljonna-armiyu-vidavnictvo-ababagalamaga-vidznachaye-30richchya/1083502 (дата звернення: 14.01.2026)
49. Видавництво «Ранок». URL: https://lb.ua/file/media/4198_ranok.html (дата звернення: 12.01.2026)
50. Видавництво «Ранок». URL: <https://nashformat.ua/publishers/ranok-books> (дата звернення: 12.01.2026)
51. Видавництво BookChef. URL: <https://bookchef.ua/publishers/bookchef/> (дата звернення: 27.12.2025)
52. Видавництво Vivat. URL: <https://www.barabooka.com.ua/vivat/> (дата звернення: 15.01.2026)
53. Видавництво Vivat: місце народження. URL: <https://mediaukraine.com.ua/publish/vydavnyctvo-vivat-misce-narodzhennya-uk/> (дата звернення: 15.01.2026)
54. Видавництво Старого Лева — учасники «Книжкового Арсеналу». URL: <https://book.artarsenal.in.ua/participants-2024/vydavnytstvo-starogo-leva/> (дата звернення: 15.01.2026)
55. Видавництво Старого Лева визнали найкращим у Європі. URL: <https://rubryka.com/2023/03/08/najkrashhym-u-yevropi-vyznaly-vydavnytstvo-starogo-leva/> (дата звернення: 15.01.2026)
56. Видавництво Старого Лева. URL: <https://starylev.com.ua/old-lion/about> (дата звернення: 15.01.2026)

57. Виставкова діяльність бібліотек України. URL: <https://nlu.org.ua/vustavki.php?id=1160> (дата звернення: 24.10.2025)
58. Гринівський Т. С. Видавнича справа в Україні початку ХХ століття // JournLib. URL: <https://journlib.univ.kiev.ua> (дата звернення: 14.10.2025)
59. Довжук І., Січкаренко Г. Book publishing in Ukraine in the 19th century (information and communication approach) // SDC Journal. URL: <https://sdc-journal.com.ua> (дата звернення: 14.10.2025)
60. Ісаєвич Я. *Українське книговидання: витоки, розвиток, проблеми*. – Львів, 2002. – Режим доступу: <http://litopys.org.ua/isaevych/is.htm> (дата звернення: 23.01.2026)
61. Іттен Й. *Мистецтво кольору*. – Київ : ArtHuss, 2018. – 96 с. (дата звернення: 20.02.2026)
62. Клуб Сімейного Дозвілля. URL: <https://ksd.ua/> (дата звернення: 15.01.2026)
63. Книгар (часопис). Українська бібліотечна енциклопедія. URL: <https://ube.nlu.org.ua/article/Книгарь> (дата звернення: 24.10.2025)
64. Книговидавнича справа в Україні. НБУВ. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/node/2035> (дата звернення: 15.12.2025)
65. Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля». URL: https://a.bukvoid.com.ua/info/publishers/Knizhkoviy_klub_Klub_Simeynogo_Dozvillya.html (дата звернення: 10.01.2026)
66. Конвенції вебнавігації. ArtHuss. URL: <https://www.arthuss.com.ua/books-blog/konventsiiyi-vebnavihatsiyi> (дата звернення: 15.01.2026)
67. Левчук О. М., Загоруй А. С. Міжнародна діяльність українських видавців під час повномасштабного вторгнення: основні напрями роботи = International activities of Ukrainian publishers during the full-scale invasion: main areas of work // Обрії друкарства. — 2022. — № 2 (12). — С. 71–80. — DOI: 10.20535/2522-1078.2022.2(12).269094 (дата звернення: 27.12.2025)

68. Легенда української дитячої книги. URL:
<https://mediaukraine.com.ua/publish/legenda-ukrayinskoyidtyachoyi-knygy-vydavnycztvo-a-ba-ba-ga-la-ma-ga/> (дата звернення: 14.01.2026)
69. Лекції з вебтехнологій. URL:
<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/14575/1/veb-tehn-lekc-122-mb-2023.pdf> (дата звернення: 17.01.2026)
70. Навчально-методичні матеріали з вебтехнологій. URL:
https://www.dnu.dp.ua/docs/zbirniki/fszmk/program_5b0548972cb77.pdf
(дата звернення: 11.01.2026)
71. Новинки до BookForum від BookChef. URL:
<https://bookforum.ua/p/novynkydoforumu-vydavnytstvo-bookshef> (дата звернення: 22.01.2026)
72. Огієнко І. *Історія українського друкарства*. – Київ, 1994. – Режим доступу: <http://litopys.org.ua/ohdruk/ohd.htm> (дата звернення: 18.01.2026)
73. Освітні матеріали. URL:
<https://osvita.ua/school/94685/> (дата звернення: 13.01.2026)
74. Про компанію «Клуб Сімейного Дозвілля». URL:
<https://biz.ksd.ua/about.html> (дата звернення: 08.01.2026)
75. Провідне українське дитяче видавництво «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА». URL:
<https://ridna.ua/2012/04/providne-ukrajinske-dytyache-vydavnytstvo-a-ba-ba-ha-la-ma-ha-svyatkuje-20-richchya/> (дата звернення: 13.01.2026)
76. Психологія кольору у вебдизайні. URL:
https://ux.pub/designer_kaliaieva/psikhologhiia-koloru-u-vieb-dizaini-stvoriennia-divovizhnogho-dosvidu-koristuvacha-chieriez-kolirni-skhiemi-7e4
(дата звернення: 22.01.2026)
77. Розвиток української видавничої справи 20–30-х років XX століття. URL:
<https://museum.lib.kherson.ua/rozvitok-ukrainskoi-vidavnicnoi-spravi-20-30-h-rokiv-hh-stolittya.htm> (дата звернення: 04.12.2025)

78. Рудер Е. *Типографія*. – Київ : ArtHuss, 2017. – 264 с. (дата звернення: 20.02.2026)
79. Учасники BookForum. URL:
<https://bookforum.ua/participants/9064> (дата звернення: 27.12.2025)
80. Фільтри на сайті: чек-лист для підвищення конверсії. URL:
<https://turumburum.ua/blog/filtri-na-sayti-chek-list-dlya-pidvishchennya-konversiyi> (дата звернення: 15.01.2026)
81. Які українські видавництва найприбутковіші: аналітика УІК // Суспільне. URL:
<https://suspilne.media/culture/782245-aki-ukrainski-vidavnictva-najpributkovisi-analitika-uik/> (дата звернення: 27.12.2025)

ДОДАТОК А (Таблиці)

Таблиця 1. Порівняльний аналіз вебсайтів провідних українських видавництв

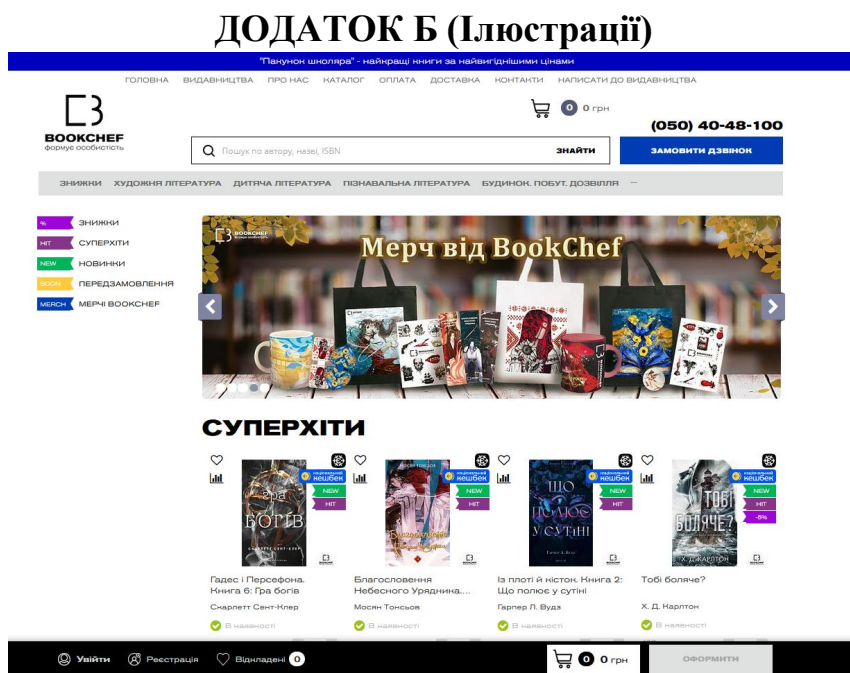
Критерій	BookChef	Видавництво Старого Лева	Ранок	КСД (Клуб Сімейного Дозвілля)
Тип платформи / спрямування	Інтернет-магазин, комерційна	Культурно-комунікаційна платформа + магазин	Освітньо-інформаційна платформа	Інтернет-магазин з клубною моделлю
Цільова аудиторія	Молодь, дорослі	Родини, діти,	Вчителі, учні, батьки	Дорослі читачі
Структура та навігація (UX)	Логічна, акцент на каталозі та покупці	Розширена: події, блог, автори	Глибока рубрикація за предметами	Комерційна, акції, добірки
Каталог та контент	Жанри, новинки, промо-добірки	Серії, авторські сторінки, тематичні добірки	Навчальні комплекти, методичні матеріали	Бестселери, серії, акційні підбірки
Візуальний стиль (UI)	Мінімалістичний, акценти на обкладинках	Теплий, емоційний, ілюстративний	Функціональний, інформативний	Яскраві банери, маркетплейс-естетика
Типографіка	Чітка ієрархія	Крупні заголовки, чітка ієрархія	Крупні заголовки, логічна ієрархія	Чітка структура заголовків і тексту
Пошук та фільтри	Розширені (новинки, хіти, вікові)	Базові	Базові	Базові
Інтерактивність	Hover-ефекти, слайдери, рекомендації	Hover-ефекти, слайдери	Слайдери, рор-уп	Hover-ефекти, слайдери
Модулі оцінок та коментарів	Немає	Оцінки відсутні, коментарі є	Відгуки	Є оцінки та відгуки
Соціальна взаємодія	Підписка, соцмережі	Коментарі + соцмережі	Соцмережі	Оцінки/коментарі + соцмережі
Програма лояльності	Немає	«Спільнота Старого	Немає	КСДкоїни

		Лева»		
Контентна стратегія	Орієнтація на каталог, без блогу	Блог, новини, події, інтерв'ю	Каталог + маркетингові блоки	Каталог + новини/інтерв'ю
Описові сторінки авторів	Немає	Є	Немає	Частково через новини
Адаптація під мобільні пристрої	Так	Так	Так	Так
Технічні аспекти / швидкість	Оптимізовано	Оптимізовано	Оптимізовано	Оптимізовано
Сильна сторона	Швидкий шлях до покупки, рекомендовані блоки	Контентна глибина, формування спільноти	Освітня структура, каталог під навчання	Інтерактивність, рейтинги, програма лояльності
Головний недолік	Немає оцінок/відгуків, обмежена соц. взаємодія	Базові фільтри, немає рейтингу	Немає блогу/оцінок	Обмежені фільтри

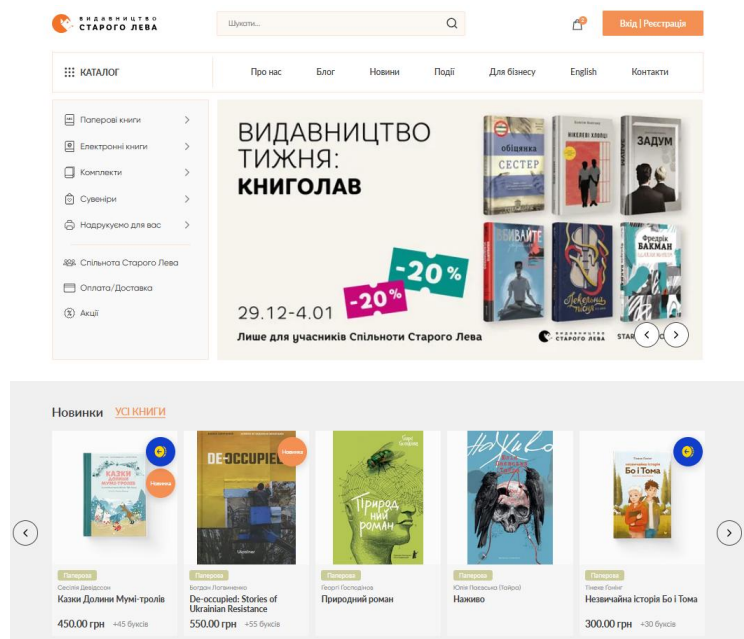
Таблиця 2 — Порівняльна колористична характеристика вебсайтів українських видавництв

Видавництво	Домінант на палітра інтерфейсу	Акцентні кольори та їх застосування	Рівень контрастності та читабельності	Узгодженість із бренд-айдентикою	Психологічний ефект та вплив на користувача
BookChef	Білий фон, темно-сірий текст	Насичений синій — кнопки, СТА, навігація, іконки	Висока контрастність, комфортне сприйняття тексту	Відповідає корпоративній візуальній стилістиці	Відчуття стабільності, впевненості, раціональності вибору,

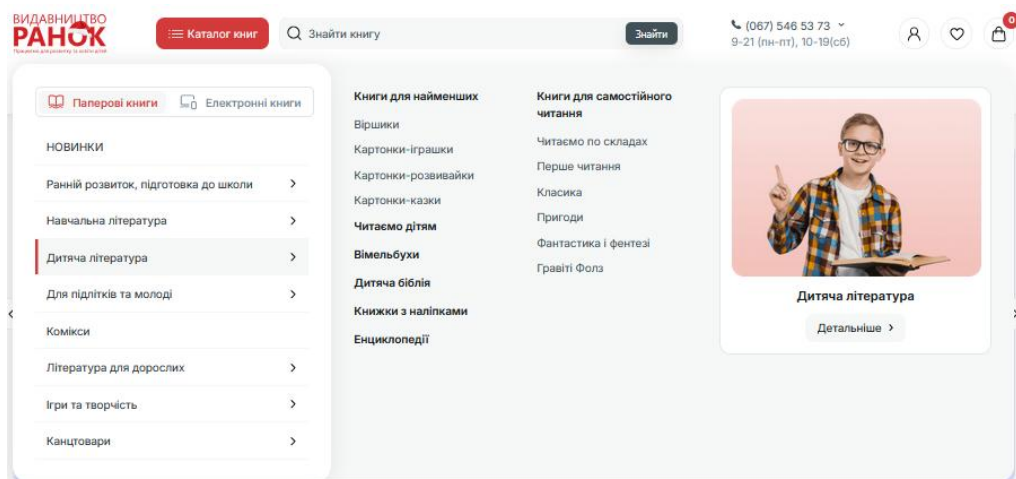
					структурно сті інтерфейсу
Видавництво Старого Лева	Білий фон, сірі нейтральні блоки, темно-сірий текст	Помаранчевий, теракотовий — логотип, кнопки, декоративні елементи	Середній рівень контрастності, м'яке візуальне сприйняття	Повністю узгоджена з культурно-емоційною айденцією бренду	Теплота, емоційна близькість, дружність, атмосфера творчого простору
Ранок	Білий фон, сірі нейтральні блоки	Червоний — логотип, навігація, маркери інформаційних блоків	Висока контрастність, акцентування ключових елементів	Відповідає освітньому позиціонуванню компанії	Динамічність, увага до інформації, стимуляція зорової концентрації
Клуб Сімейного Дозвілля (КСД)	Світлий фон із насиченими промо-плашками	Жовтий — кнопки, акційні блоки, маркери категорій; додатково — зелений і помаранчевий	Висока контрастність акцентних	Узгоджена з маркетинговою моделлю бренду	Позитивні емоції, відчуття активності, мотивація до покупки, підсилення промо-ефекту



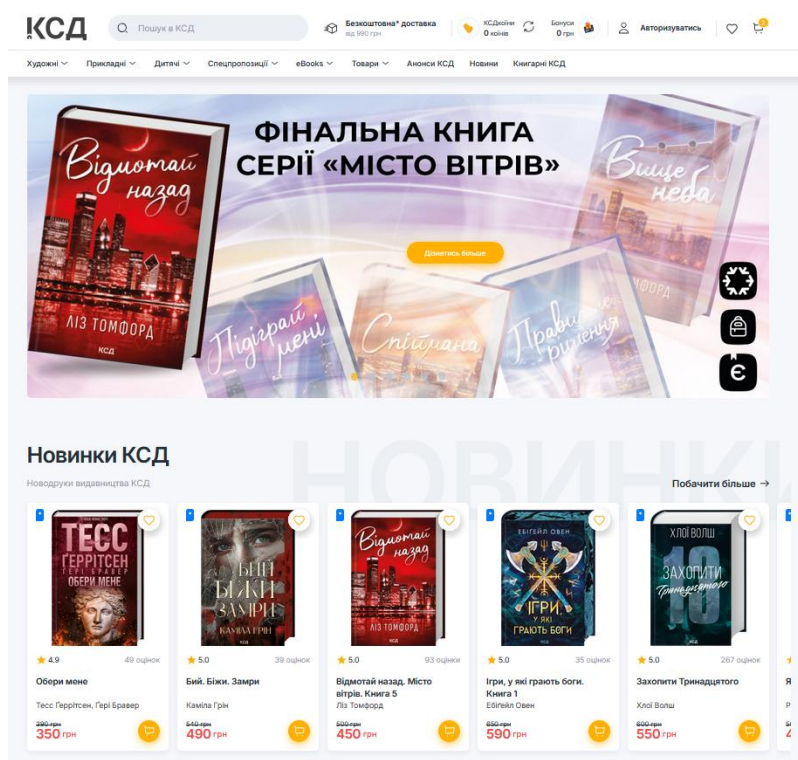
Іл.1 – головна сторінка сайту видавництва Bookchef



Іл.2 – головна сторінка сайту Видавництва Старого Лева

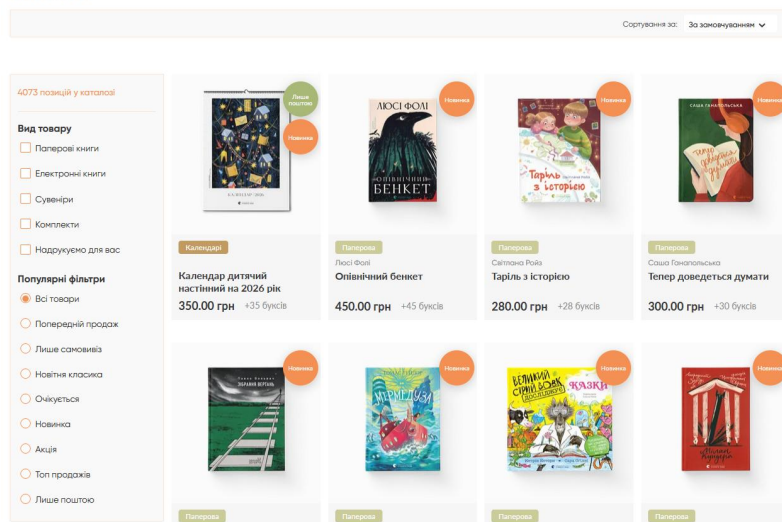


Іл.3 – каталог сайту видавництва Ранок

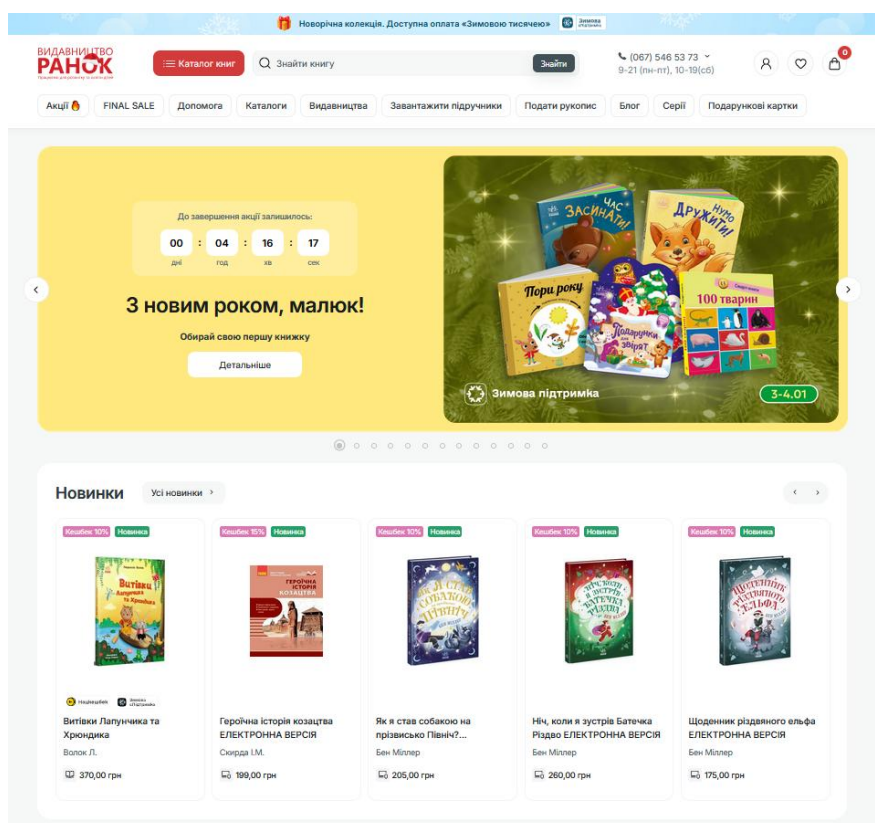


Іл.4 – головна сторінка сайту видавництва КСД

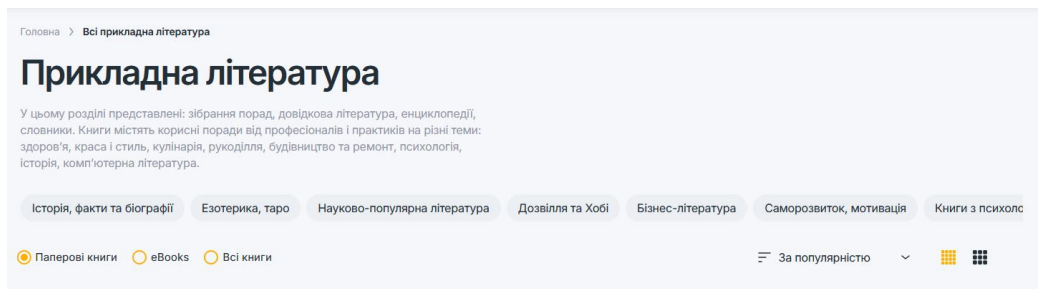
Каталог



Іл.5 – каталог сайту Видавництва Старого Лева



Іл.6 – головна сторінка сайту видавництва Ранок



Іл.7 – каталог сайту видавництва КСД

🏠 | Особистий кабінет | Мій профіль

Реєстрація

E-Mail*

Ім'я

Прізвище

Пароль*

— Пароль повинен бути не менш 6 символів довжиною.

Код на зображенні*



ЗАРЕЄСТРУВАТИСЯ

Іл.8 – реєстрація на сайті видавництва Bookchef



Іл.9 – кталог на сайті видавництва Bookchef

Вхід на сайт

Увійти як користувач



або

Увійдіть на сайт за допомогою:

Електронної пошти

Номеру телефону

Email

Пароль

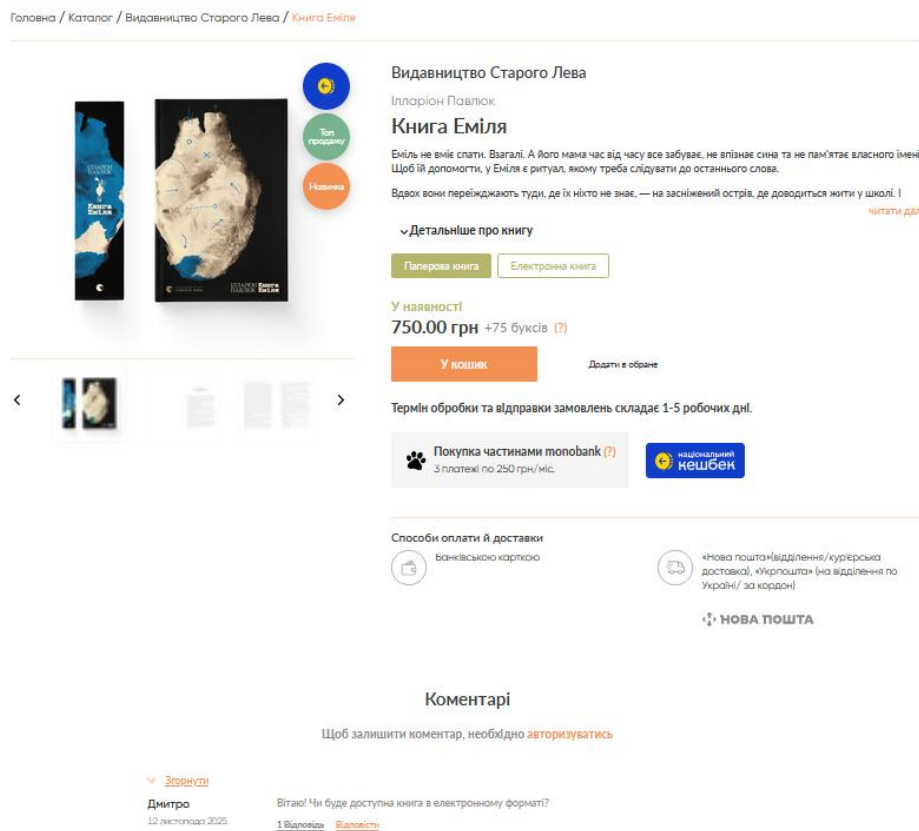


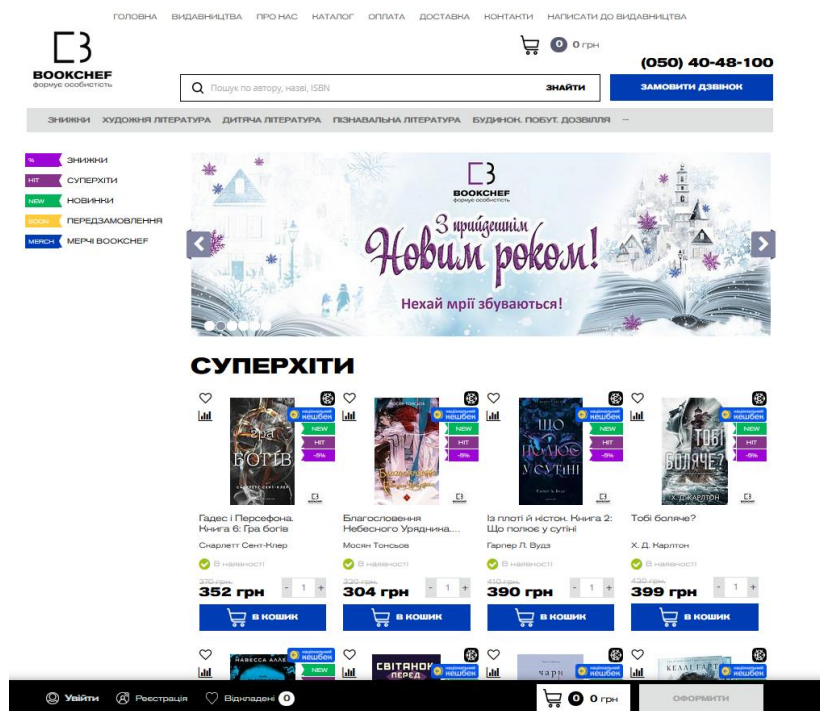
☐ Запам'ятати мене

[Забули пароль?](#)

Увійти

Ви ще не маєте акаунта? [Зареєструватися](#)





Іл.12. Головна сторінка на сайті Bookchef

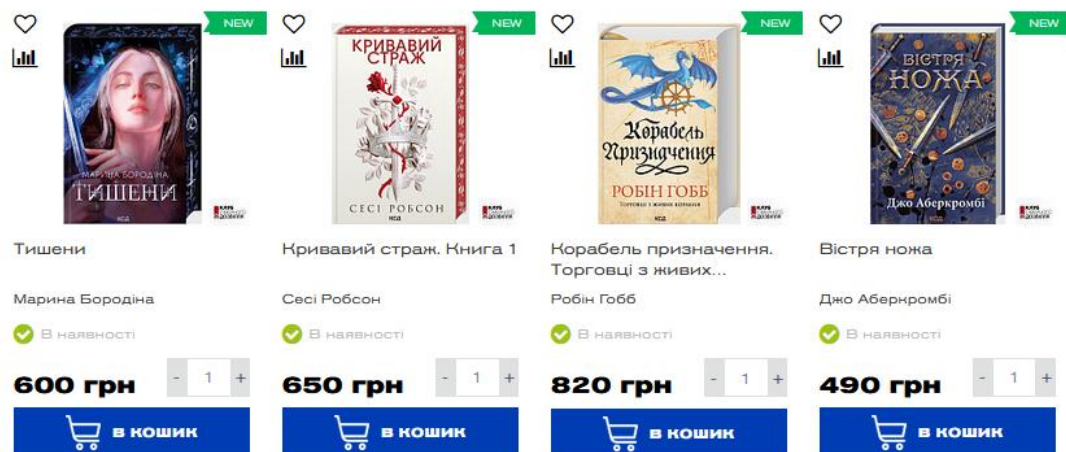


Іл.13. Логотип та гасло видавництва Bookchef

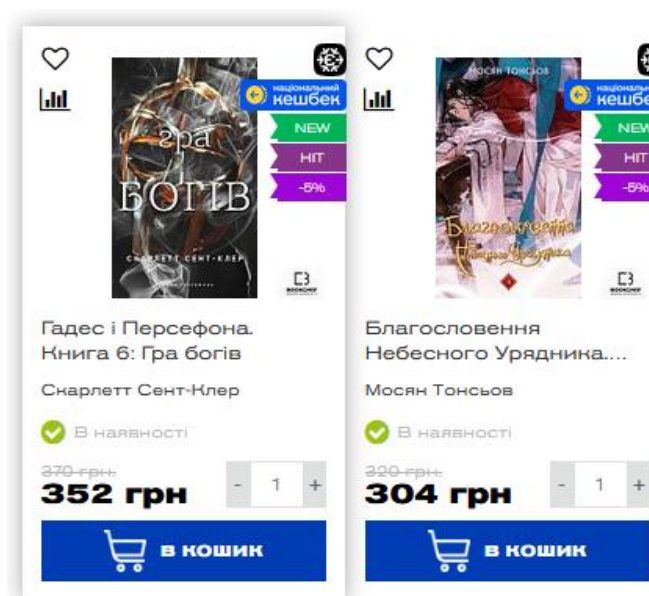


Іл.14. Слайдер банерів акцій та пропозицій на сайті видавництва Bookchef

НОВИНКИ



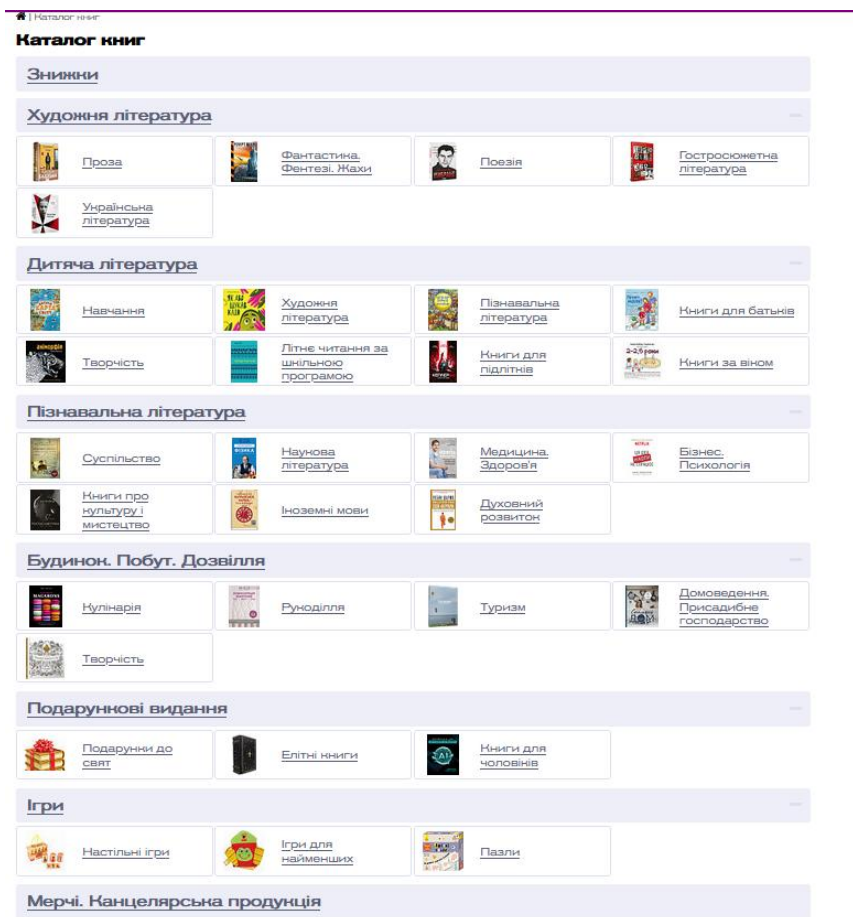
Іл.15. Блок з рекомендаціями книг на головній сторінці сайту видавництва Bookchef



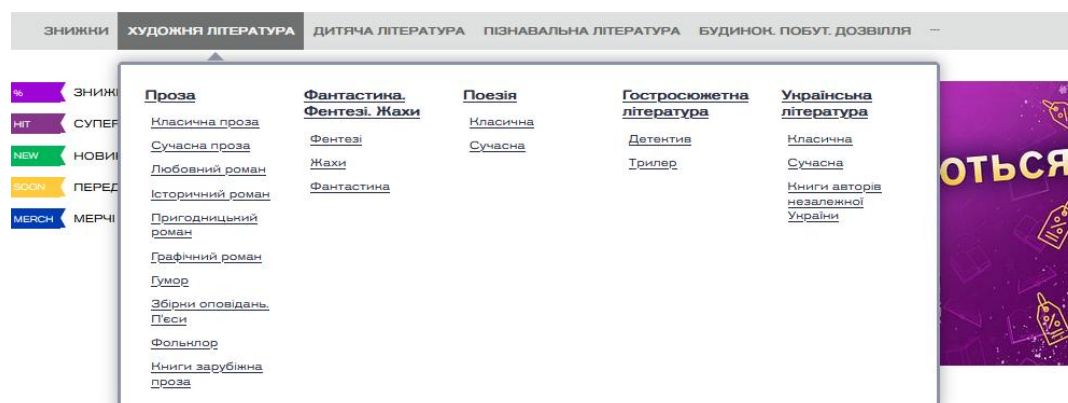
Іл.16. Картка товару на сайті видавництва Bookchef



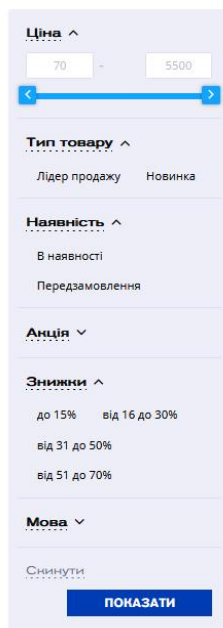
Іл.17. Плашки для позначення рекомендацій та новинок на сайті видавництва Bookchef



Іл.18. Каталог книг на сайті видавництва Bookchef



Іл.19. Каталог книг на головній сторінці сайту видавництва Bookchef



Іл.20. Фільтри товарів на сторінці каталогу на сайті видавництва Bookchef



Іл.21. Сортування товарів на сторінці каталогу на сайті видавництва Bookchef



Іл.22. Картка товару (обкладинка, опис, ціна та фрагмент книги) на сайті видавництва Bookchef

Характеристики

Автори	Джоан Гарріс
Кількість сторінок	352
Видавництво	Нілув Смейного Дозвілля
Рік видання	2019
Обкладинка	Тверда
Ширина	130
Висота	200
Серія	французькі новели
ISBN	978-617-15-0869-9
Вага	0.304
Дата останнього тиражу	11.06.2019
Мова	Українська
Жанр	Книги жанру сучасна проза

Інформація про автора



Джоан Гарріс

Гарріс Джоан – всесвітньо відома англійська письменниця, автор таких відомих творів, як «Шоколад», «Острів на краю світу» та багатьох інших. Практично у всіх своїх творах авторка розповідає про лугерів та невадк, які не змогли нічого добитися у своєму житті. При цьому, всі її книги наповнені життєствердуючими моментами, добротою та любов'ю.

Біографічні факти

Гарріс Джоан народилась 03.07.1964 в невеличкому містечку Йорнширі. Завдяки тому, що батько дівчинки був англійцем, а мама – французькою, дівчинка вивчала обидві мови, а таном захоплювалась, як французькою, так і англійською літературою. У дитячі роки вона багато часу...

[Детальніше](#)

Ви дивилися



Іл. 23. Картка товару (характеристики книги, інформація про автора, блок «Ви дивилися») на сайті видавництва Bookchef

Автори

Поиск по автору

ЗНАЙТИ

	A. Achell		Агата Крісті		Аджемоглу Дарон		Айн Ренд
	Ансел'род Алан		Олександр Абраменко		Олександр Михед		Андрей Салновський
	Андрій Нурнов		Андрій Оністрат		Анна Тодд		Антон Фрідланд
	Антуан де Сент-Екзюпері		Агулей		Арістотель		Артемій Сурін
	Артур Конан Дойл		Артуро Перес-Реверте		Балаге Гільям		Барак Обама
	Барбара Нінгсолвер		Батлер-Будон Том		Девід Бейнер		Бенджамін Франклін
	Ронда Берн		Едвін Беслі		Бірс Амброз		Гарріет Бічер-Стоу
	Блейк Крауч		Голлі Блек		Бодо Шефер		Хорхе Луїс Борхес
	Білл Брайсон		Брати Напранови		Регіна Бретт		Брунс Манс
	Буссенар Луї		Валентин Бадран		Василь Сухомлинський		Василь Федієнко
	Василь Шьлар		Вашингтон Ірвінг		Вербер Бернар		Верфель Франц
	Віктор Гюго		Віктор Франкл		Вікторія Шваб		Вільям Коллінз

1 2 3 ... 95 96 Ctrl →

Іл.24. Сторінка «Автори» на сайті видавництва Bookchef

Автори | Джоан Гарріс

Джоан Гарріс



Гарріс Джоан – всесвітньо відома англійська письменниця, автор таких відомих творів, як «Шоколад», «Острів на краю світу» та багатьох інших. Практично у всіх своїх творах авторка розповідає про лув'єрів та невдач, які не змогли нічого добитися у своєму житті. При цьому, всі її книги наповнені життєствердними моментами, добротою та любов'ю.

Біографічні факти

Гарріс Джоан народилась 03.07.1964 в невеликому містечку Йоркширі. Завдяки тому, що батько дівчинки був англійцем, а мама – французькою, дівчинка вивчала обидві мови, а також захоплювалась, як французькою, так і англійською літературою. У дитині рани вона багато часу проводила з бабусею та дідусем, які були власниками крамниці солодощів. Бабуся володіла мистецтвом зцілення та допомагала людям. Згодом її дитячі емоції та спогади проявилися в її літературних творах.

Джоан завжди добре вчилася, після школи вона вступила до Нембриджу, де вивчала іноземні мови, в тому числі стародавні. Отримавши диплом про вищу освіту, вона понад п'ятнадцять років пропрацювала вчителем.

Творчий шлях

Всесвітню популярність письменниці приніс роман «Шоколад», мелодраматичний сюжет та елементи містики зробили книгу бестселером. А завдяки тому, що в екранізації роману головну роль зіграв Джонні Депп, книга стала ще більш популярною. Історія розповідає про те, як може змінитися монотонне життя одного маленького містечка, коли до нього приїжджає зухвала незнайома.

Ще одним, не менш популярним твором автора є дитяча назва «Ринна магія». Вона розповідає про те, що неправильне використання магичних символів та магії може призвести до непоправних наслідків.

Нкупити книги Гарріс Джоан варто ніжному, хто цінує захоплюючу літературу та дитячі назви.

Згорнути

Товарів: 3 Сортувати за: задовільнянням ціною рейтингом Показувати по: 12 48



П'ять четвертинок англійського
Джоан Гарріс
В наявності
320 грн
В КОШИК



Шоколад. Ніч 1
Джоан Гарріс
В наявності
320 грн
В КОШИК



Ринна під місячним сяйвом
Джоан Гарріс
В наявності
298 грн
В КОШИК

Іл.25. Сторінка окремого автора на сайті видавництва Bookchef

Видовицтва

 4m mds	 4m mds	 ART9	 ART9
 Arthuss	 Balance Business Books	 BookChef	 Creative women
 Crystal Book	 Disney Store	 English Student	 Glimmer
 IPIO	 KFund	 LangLover	 Lingua Life
 Lobster	 Malopus	 MAMINO	 Manga Media
 Nasha Idea	 Natalie Blake	 RAINSHOUSE	 Readberry
 Shabshai Books	 Silver Fern Publishing	 Stone Publishing	 STRETOVYCH
 Terra Incognita	 UkrainianPuzzles	 Ukrainer	 Varvar publishing
 Verba Publishing	 Vivat, Pelican	 WELL BOOKS	 Yakaboo Publishing
 А-ба-ба-га-ма-га	 Адеф-Україна	 Академія	 Anpiopi
 Арі	 АРТ	 Арт-видавництво Небо	 ACCA
 Астролябія	 Біла	 Бородатий Тамарин	 Брайт Стар Паблішинг

1 2 3 Ctrl →

Іл.26. Сторінка «Видавництва» на сайті видавництва Bookchef

Видавництво ArtHuss

ArtHuss

«ArtHuss» - українське видавництво, спеціалізується на випуску літератури в сфері візуального мистецтва. Популяризує мистецтво серед українських і закордонних читачів. За час своєї діяльності видавництво створило ряд книг, присвячених образотворчому мистецтву, дизайну, архітектурі, моді, музиці та культурі. З кожним роком асортимент продукції розширюється, а танок «ArtHuss» бере участь у різноманітних книжкових виставках, форумах та ярмарках. Лідерами продажів серед книг видавництва є «65 українських шедеврів», «Благай, нради і позичай!», «Що це взагалі тане?» та інші.

Товарів: 85 Сортувати за: [замовчуванням](#) [ціною](#) [рейтингом](#) Показувати по: [12](#) [48](#)

Пройти крізь стіни
Марина Абрамович
В наявності
650 грн
585 грн
В КОШИК

Своя оселя. Дизайн простору, у якому...
Джоанна Гейнс
В наявності
830 грн
747 грн
В КОШИК

Що це взагалі тане? 150 років сучасного...
Віллі Гомперц
В наявності
540 грн
486 грн
В КОШИК

Графічні стилі: Від вікторіанців до хіпстерів
Сеймур Неаст
В наявності
670 грн
603 грн
В КОШИК

Іл.27. Сторінка окремого видавництва на сайті видавництва Bookchef

ГОЛОВНА ВИДАВНИЦТВА ПРО НАС КАТАЛОГ ОПЛАТА ДОСТАВКА КОНТАКТИ НАПИСАТИ ДО ВИДАВНИЦТВА

BOOKSNEF
формує особистість

Пошук по автору, назві, ISBN **ЗНАЙТИ** **ЗАМОВИТИ ДЗВІНОК**

ЗНИЖКИ ХУДОЖНЯ ЛІТЕРАТУРА ДІТЯЧА ЛІТЕРАТУРА ПІЗНАВАЛЬНА ЛІТЕРАТУРА БУДИНОК. ПОБУТ. ДОЗВІЛЛЯ

ЗНИЖКИ

СУПЕРХІТИ

НОВИНКИ

ПЕРЕДЗАМОВЛЕННЯ

МЕРЧІ BOOKSNEF

Про нас

Про компанію

Вітаємо у видавництві **BOOKSNEF** в одному з найбільших видавництв України.

Видавництво працює з 2017 року. **ПЕРША КНИГА**, з якої почалася історія **BOOKSNEF** - мотиваційна нарисопомна «Життя без обмежень» Ніка Вуйчича, яка досі залишається світовим бестселером і безпрецедентним ХІТ-ом на сайті видавництва.

За цей час ми стали одним з провідних видавництв на книжковому ринку, популяризуючи українське читання та сучасну літературу. В портфелі видавництва світові бестселери за напрямками: психологія, художня література, нонфікшн, дитяча. У надбання нашого видавництва є справжні шедеври української літератури авторів-класиків: Тараса Шевченка, Івана Мотлярівського, Лесі Українки, Івана Франка.

Сьогодні видавництво **BOOKSNEF** налічує понад 600 виданих тайтлів, якими ми щиро пишаємось та пестимо з носталгією. Це самі ті книги, які **ФОРМУЮТЬ ОСОБИСТІСТЬ**, спонукають до роздумів та дій.

Ми співпрацюємо із зарубіжними авторами та українськими письменниками. Інноваційні, технологічні, креативні - тому книги видавництва завжди перебувають в ТОП-ах продажів за різними рейтингами: світова популярність, вишукане сучасне візуальне оформлення, бестселери серед молоді тощо. Ви можете познайомитись з книгами нашого видавництва в будь-якій точці України, як в онлайн-просторі, так і офлайн в спеціалізованих магазинах, книгарнях.

BOOKSNEF - формує особистість через якісну літературу та мову - головні джерела нашої національної єдності та розвитку нашого менталітету та культури. Саме ці принципи закладено в основу стратегії корпоративної соціальної відповідальності компанії. Ми прагнемо, щоб читання української літератури стало корисною звичкою та складовою частиною нашої національної культури.

Гра в нотах і мишу.
Книга 2: Полювання
409 грн
430 грн.

Ви дивилися

Іл.28. Сторінка «Про компанію» на сайті видавництва Bookchef

🏠 | Особистий кабінет | Мій профіль

Реєстрація

E-Mail*

Ім'я

Прізвище

Пароль*

— Пароль повинен бути не менш 6 символів довжиною.

Код на зображенні*



ЗАРЕЄСТРУВАТИСЯ

Іл.29. Форма заповнення для реєстрації на сайті видавництва Bookchef

Особистий кабінет



Дмитро
Паньшин

[Вийти](#)

[Мій профіль](#)

[Мій кошик](#)

[Мої замовлення](#)

[Email розсилки](#)

99 ЗНИЖКИ

HTT СУПЕРХІТИ

NEW НОВИНКИ

SOON ПЕРЕДЗАМОВЛЕННЯ

MERCH МЕРЧІ BOOKCHEF

🏠 | Особистий кабінет

Особистий кабінет

В особистому кабінеті Ви можете перевірити поточний стан кошика, хід виконання Ваших замовлень, переглянути або змінити особисту інформацію, а також підписатися на новини та інші інформаційні розсилки.

Особиста інформація

- [Змінити реєстраційні дані](#)
- [Змінити пароль](#)
- [Забули пароль?](#)

Замовлення

- [Ознайомитися зі станом замовлень](#)
- [Подивитися вміст кошика](#)
- [Подивитися відкладені товари](#)
- [Подивитися історію замовлень](#)

Підписна

- [Змінити підписку](#)

Іл.30. Особистий кабінет на сайті видавництва Bookchef

🏠 | Особистий кабінет | Мій кошик

Мій кошик

Показувати: Товари в кошику (0) Відкладені товари **✕** ОЧИСТИТИ ВІДКЛАДЕНІ

Фото	Назва	Ціна	Кількість	Сума	Дії
	Гадес і Персефона. Книга 6: Гра богів	370 грн. за шт	5	1 850 грн	 
	Благословення Небесного Урядника. Том 4	320 грн. за шт	1	320 грн	 

Іл.31. Обрані (відкладені) товари на сайті видавництва Bookchef

Ваш кошик

[✕ ОЧИСТИТИ КОШИК](#)

Фото	Назва	Ціна	Кількість	Сума	Дії
	Жага. Книга 4: Приваба	580 грн. 522 грн. за шт	- 2 +	1 044 грн	
	Ковенант. Книга 1: Напівкривна	450 грн. 428 грн. за шт	- 1 +	428 грн	
Разом:				1 472 грн	

[ПРОДОВЖИТИ ПОКУПКИ](#)
[ОФОРМИТИ](#)

Оформляючи замовлення, я підтверджую, що ознайомився і згоден з [Договором публічної оферти](#)

Іл.32. Кошик на сайті видавництва Bookchef



☎ (050) 40-48-100

Оформлення замовлення

Я новий покупець

Я постійний клієнт

1 Покупець

Прізвище та ім'я*

Вкажіть прізвище та ім'я

Телефон*

Вкажіть телефон

E-mail*

Вкажіть email

☐ Надіслати це замовлення іншій людині

2 Населений пункт

Київ

[Інше місто](#) ▼

3 Спосіб доставки



Самовивіз
Безкоштовно



Нова Пошта
Безкоштовно



УкрПошта
Безкоштовно

4 Спосіб оплати



При отриманні
Готівною або
картою



Оплата онлайн
ApplePay,
GooglePay або
картою



еПідтримка
Картою
національного
нешбену



При самовивезенні
Готівною або
картою

Додати коментар до замовлення

Ваше замовлення буде підтверджено автоматично. За наявності усіх даних ми не будемо Вам телефонувати.

Відправляючи замовлення, Ви підтверджуєте ознайомлення та згоду з [Умовами користування](#)

Підтвердити замовлення



Жага. Книга 4:
Приваба
Книги 2 шт

~~580 грн~~
522 грн



Ковенант. Книга 1:
Напівкривна
Книги 1 шт

~~450 грн~~
428 грн

Сума замовлення 1610 грн

Доставка:

Знижка 138 грн

Разом 1472 грн

Редагувати

Застосувати промокод

Іл.33. Оформлення замовлення на сайті видавництва Bookchef

ДОДАТОК В (ТВОРЧИЙ ПРОЄКТ)

Email Звичайне поле

При наведенні

oles.melnuk@example.com Заповнене поле

255 Невірно заповнене поле

[Увійти](#)

[Читати далі](#)

[УСІ КНИГИ](#)

Звичайний стан

При наведенні

При натиску

☐ Наукова література

☐ Медицина, здоров'я

☒ Культура та мистецтво

☒ Бізнес, психологія

< 1 2 3 ... 96 >

Пошук автора

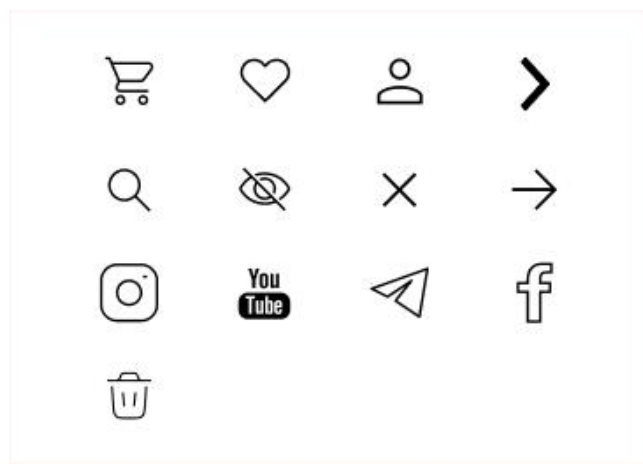
Бали

Знижка

Передзамовлення

Новинки

Іл.34. Дизайн система в редизайні сайту видавництва BookChef



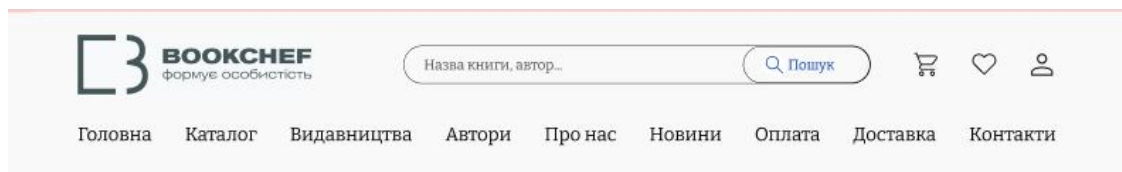
Іл.35. Іконки в редизайні сайту видавництва BookChef



Іл.36. Графічні зображення в редизайні сайту видавництва BookChef



Іл.37. Модульна сітка в редизайні сайту видавництва BookChef



Іл.38. Верхнє меню (хедер) в редизайні сайту видавництва BookChef



Іл.39. Банери рекламних акцій та пропозицій в редизайні сайту видавництва BookChef



BookChef на Книжковому Арсеналі: зустрічі, презентації, автограф-сесії

Видавництво BookChef традиційно бере участь у міжнародному фестивалі «Книжковий Арсенал». У межах події заплановано презентації нових книг, зустрічі з авторами та автограф-сесії. Відвідувачі матимуть можливість першими ознайомитися з новими виданнями та поспілкуватися з представниками видавництва.

[Читати далі](#)

Добірка місяця: книги, що формують особистість

У межах редакційної добірки місяця BookChef пропонує звернути увагу на книги, які сприяють особистісному розвитку, критичному мисленню та емоційному зростанню. До списку увійшли видання для дорослих і підлітків, що порушують важливі соціальні, психологічні та культурні теми.

[Читати далі](#)



Іл.40. Короткий інформаційний блок на головній сторінці в редизайні сайту видавництва BookChef

НОВИНКИ [УСІ КНИГИ](#)

 Дарина Миколаївна Богданова Вогонь бажання 39 зірок 8 відгуків 380 грн 400 грн	 Максим Ртус Архитектурні шедеври України. Київ і столиця... 45 зірок 20 відгуків 950 грн	 Люсія Вері Тримай друзів близько 45 зірок 10 відгуків 333 грн 350 грн	 Софія Коліна Світанок перед живими 50 зірок 29 відгуків 333 грн 350 грн
---	--	--	--

ЗНИЖКИ [УСІ КНИГИ](#)

 Деметрій І. Арменграт Тінь у жарині 40 зірок 14 відгуків 399 грн 420 грн	 Джон Піт Люби і дай померти: Джеймс Бонд, "Бітла" і... 40 зірок 9 відгуків 499 грн 520 грн	 Грейс Пендлс Знаки 42 зірок 27 відгуків 240 грн 260 грн	 Тетяна Казанцева Золота Роза, або Лавіський путінок 45 зірок 26 відгуків 360 грн 380 грн
---	---	--	---

ПЕРЕДЗАМОВЛЕННЯ [УСІ КНИГИ](#)

 Лі Ченер Ключові моменти в мистецтві 50 зірок 28 відгуків 475 грн 500 грн	 Тата Літві Ціна могутності 49 зірок 3 відгуків 570 грн	 Лора Лінн Джонсон Знаки. Таємна мова Всесвіту 50 зірок 6 відгуків 380 грн 400 грн	 Ден Гіт RESET: Як змінити те, що не працює 45 зірок 9 відгуків 333 грн 350 грн
--	--	--	---

Іл.41. Картки товарів на головній сторінці в редизайні сайту видавництва BookChef



Іл. 42. Картка товару в редизайні сайту видавництва BookChef



Іл.43. Нижня частина сторінки (футер) в редизайні сайту видавництва BookChef

Ціна

75 грн 2850 грн

Вид товару ^

☒ Паперові книги

☐ Електронні книги

☐ Комплекти книг

Мова v

Видавництво v

Знижки

Новинки

Передзамовлення

Художня література v

Дитяча література v

Пізнавальна література ^

☐ Наукова література

☒ Культура та мистецтво

☐ Медицина, здоров'я

☐ Бізнес, психологія

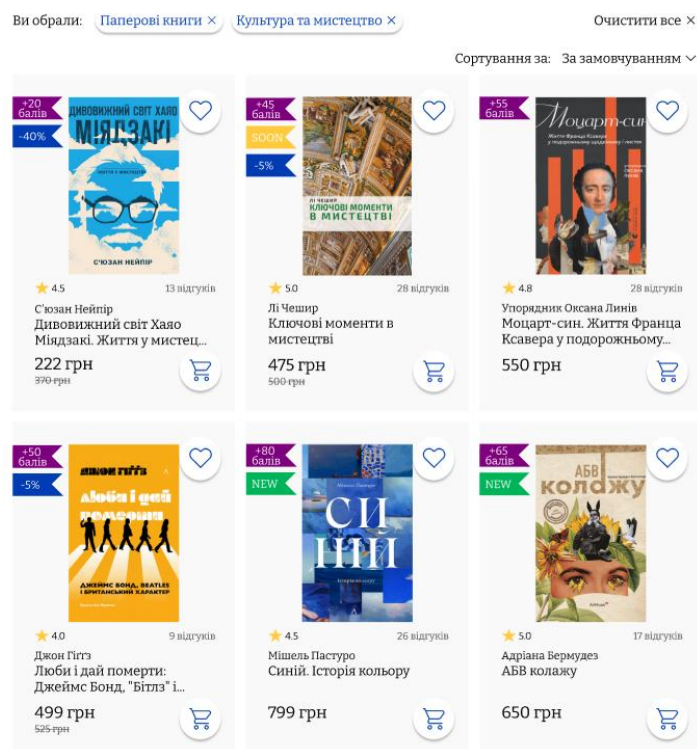
☐ Іноземні мови

☐ Духовний розвиток

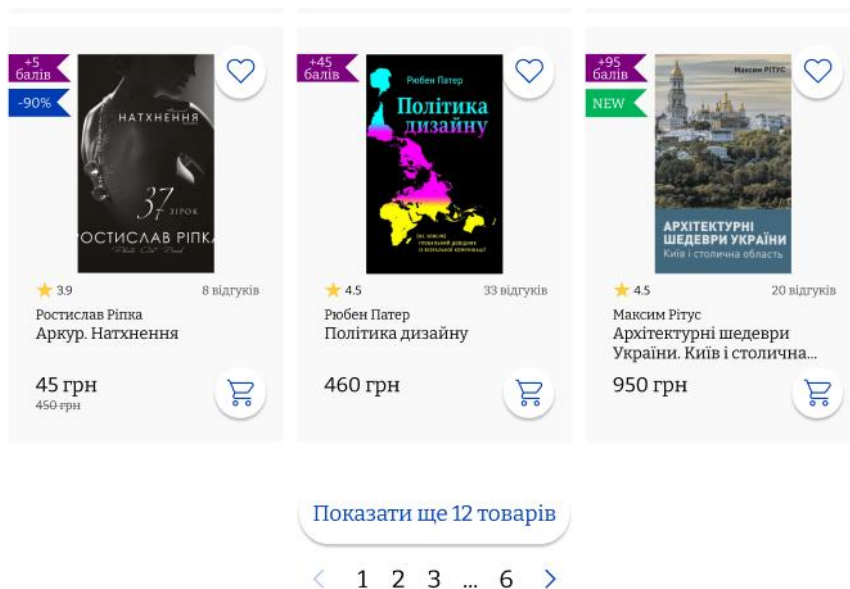
Будинок. Побут. Дозвілля v

Подарункові видання v

Іл. 44. Блок фільтрів при виборі книг в каталозі в редизайні сайту видавництва BookChef



Іл.45. Картки товарів в каталозі, відображення активних фільтрів та сортування в редизайні сайту видавництва BookChef



Іл.46. Навігація між сторінками каталогу в редизайні сайту видавництва BookChef



Іл.47. Обкладинка книги, коротка інформація та керування покупкою в редизайні сайту видавництва BookChef



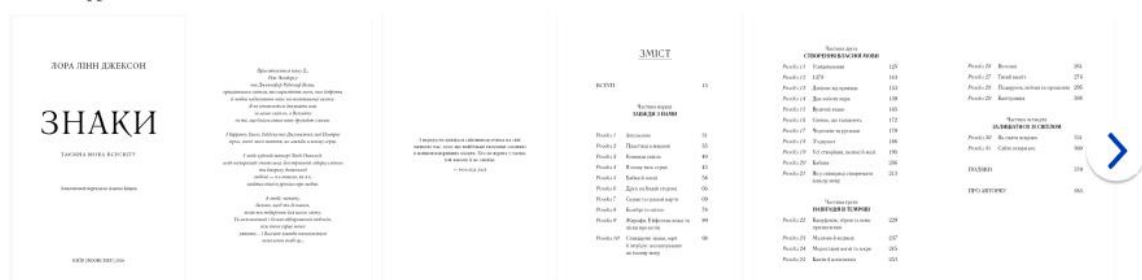
Іл.48. Блок оцінювання книги: середній рейтинг і кількість відгуків в редизайні сайту видавництва BookChef

Характеристики Відгуки (13) Схожі книги

Автори	Лора Лінн Джексон
Жанр	Книги з езотерики і магії
Мова	Українська
Кількість сторінок	384
Видавництво	BookChef
Рік видання	2025
Обкладинка	Тверда
Ширина	128
Висота	200
ISBN	978-617-548-488-3

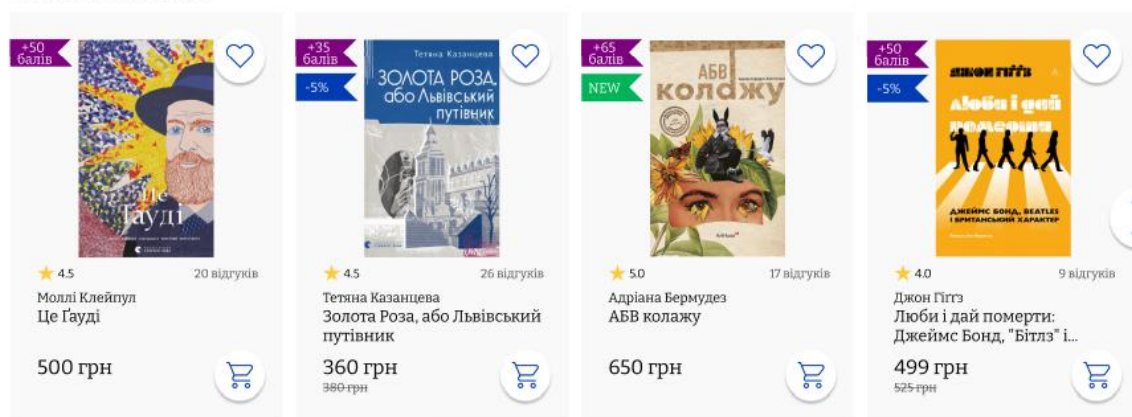
Іл.49. Характеристики книги в редизайні сайту видавництва BookChef

Читати фрагмент



Іл.50. Блок ознайомлення з фрагментами книги в редизайні сайту видавництва BookChef

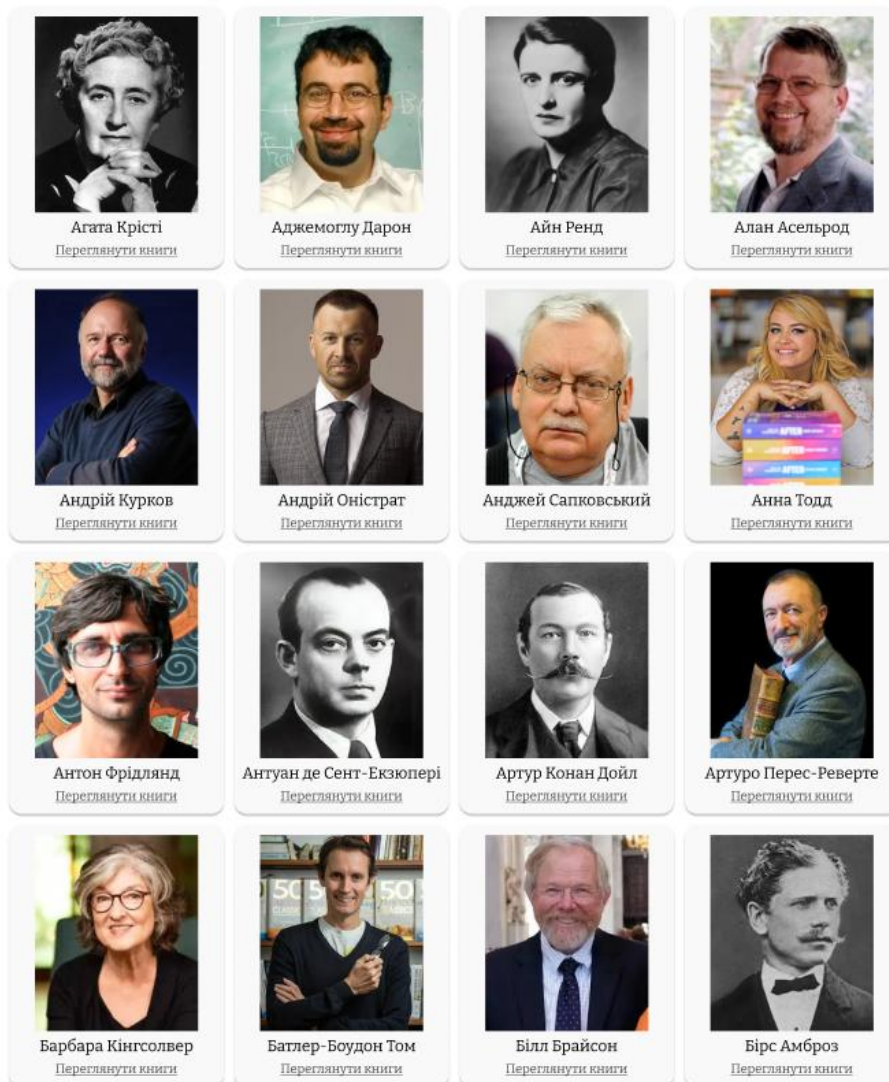
Раніше ви дивилися



Іл. 51. Блок «Раніше ви дивилися» в редизайні сайту видавництва BookChef

А Б В Г Д Е Є Ж З И І Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ю Я

Іл.52. Рядок пошуку, сортування та навігація на сторінці «Автори» в редизайні сайту видавництва BookChef



Іл.53. Картки авторів в редизайні сайту видавництва BookChef

Завантажити ще

< 1 2 3 ... 96 >

Іл.54. Навігація на сторінці «Автори» в редизайні сайту видавництва BookChef

Головна | Авторі | Стивен Кінг

Стивен Кінг

Стивен Кінг - відомий американський письменник, «король жахів», один із найбільш високооплачуваних авторів світу. Його твори розійшлися по світу сумарним тиражем понад 350 мільйонів книг. Унікальні сюжети лягли в основу безлічі кінофільмів і навіть театральних постановок. Стивен Кінг вирізняється своїм гострим стилем, захоплюючими, хвилюючими читача сюжетами, пристрасною до розкриття людських пороків. Письменник є володарем великої кількості премій і титулів, серед яких - Національна книжкова премія, Всесвітня премія фантастики, Премія Брема Стокера.

[Читати повну біографію](#)



Книги Стивена Кінга [Переглянути всі книги](#)

 ★ 5.0 Стивен Кінг Довга хода 440 грн	 ★ 4.3 Стивен Кінг Роза Меддер 570 грн	 ★ 4.5 Стивен Кінг Коли впаде темрява 500 грн	 ★ 4.6 Стивен Кінг Острів Дума 540 грн
---	--	---	--

Іл.55. Сторінка окремого автора в редизайні сайту видавництва BookChef

Головна | Видавництва

Пошук видавництва

Сортування за: За алфавітом

#книголав	#книголав	ART9	ART9	Artbooks	ArtHuss	ArtHuss
Balance Business Books	BookChef	Creative Women	Crystal Book	English Student	Glimmer	IPIO
Long Lover	Lingua Life	Lobster	Malopus	MAMINO	Manga Media	Nasha Idea
Readberry	Shabshai Books	Silver Fern Publishing	Stone Publishing	STRETOVYCH	Terra Incognita	Ukrainian Puzzles
Varvar Publishing	Verba Publishing	Vivat	Yakaboo			

Завантажити ще

< 1 2 3 4 >

Іл.56. Сторінка «Видавництва» в редизайні сайту видавництва BookChef

Головна | Новини

Усі новини Новини видавництва Книжкові події

Іл.57. Навігаційний ряд із категоріями новин в редизайні сайту видавництва BookChef

Інтерв'ю з авторами BookChef: про книги, ідеї та натхнення

27 грудня 2025



BookChef розпочинає серію інтерв'ю з авторами своїх видань. У матеріалах письменники діляться історіями створення книг, розповідають про джерела натхнення та власне бачення ролі літератури в сучасному світі. Інтерв'ю покликані наблизити читача до авторів і глибше розкрити контекст їхніх творів.

[Читати далі](#) →

Подарункові видання від BookChef: ідеї для натхнених подарунків

15 грудня 2025



Видавництво BookChef представляє добірку подарункових книг, які вирізняються якісним дизайном та змістовним наповненням. Такі видання стануть вдалим подарунком для поціновувачів літератури, родини та друзів. У колекції представлені артбуки, ілюстровані видання та спеціальні серії.

[Читати далі](#) →

Осінні новинки BookChef: що читати цього сезону

18 листопада 2025



Цієї осені BookChef поповнює свій асортимент новими виданнями художньої, дитячої та пізнавальної літератури. Серед новинок – перекладні бестселери, українські авторські проекти та книги для родинного читання. Видання поєднують актуальні теми, якісні оформлення та глибокий зміст.

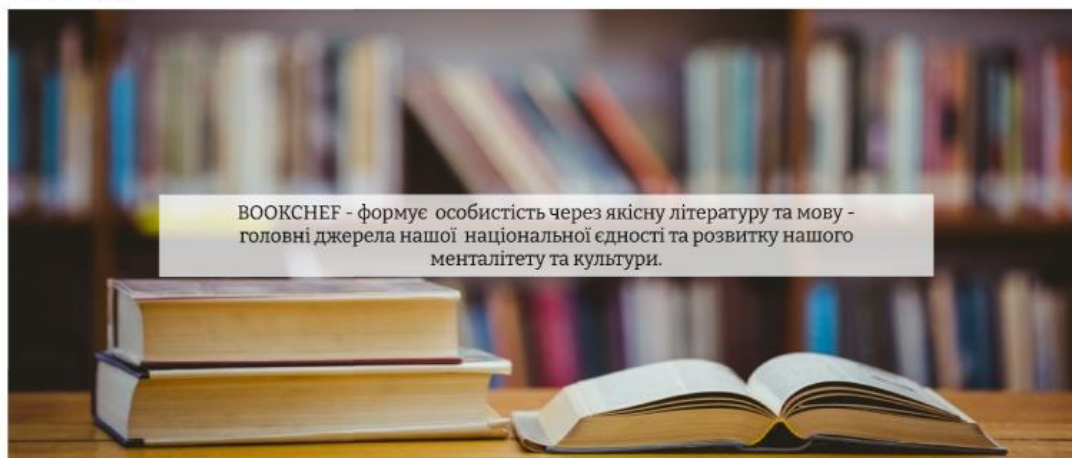
[Читати далі](#) →

[Завантажити ще](#)

< 1 2 3 ... 7 >

Іл.58. Картки новин в редизайні сайту видавництва BookChef

Головна | Про нас



BOOKSHEF - формує особистість через якісну літературу та мову - головні джерела нашої національної єдності та розвитку нашого менталітету та культури.

Іл.59. Основний баннер на сторінці «Про нас» в редизайні сайту видавництва BookChef

Про видавництво BookChef

BookChef — одне з найбільших українських видавництв, яке працює на книжковому ринку з 2017 року. Від самого початку діяльності видавництво орієнтоване на створення якісної, змістовної та візуально продуманої літератури для широкої аудиторії читачів. Першою книгою, з якої розпочалася історія BookChef, стало мотиваційне видання Ніка Вуїчича «Життя без обмежень» — світовий бестселер, який і сьогодні залишається одним із найпопулярніших тайтлів на сайті видавництва. Саме цей проєкт заклав основу подальшого розвитку бренду та визначив його ціннісні орієнтири.



Напрями та видавничий портфель

За роки роботи BookChef став одним із провідних гравців на українському книжковому ринку. У видавничому портфелі представлені світові бестселери та українські авторські проєкти у таких напрямках: психологія, художня література, нонфікшн, дитяча та підліткова література. Окреме місце в каталозі займають класичні твори української літератури авторів, що формують культурну основу нації, зокрема Тараса Шевченка, Івана Котляревського, Лесі Українки та Івана Франка.

Масштаб і досягнення

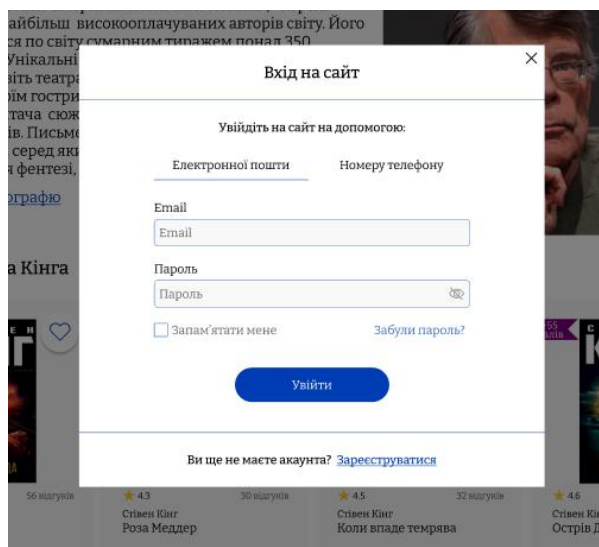
Сьогодні видавництво BookChef налічує понад 600 виданих тайтлів, кожен з яких створюється з увагою до змісту, дизайну та якості поліграфії. Книги видавництва регулярно посідають провідні позиції в рейтингах продажів, отримують визнання серед молоді та дорослої аудиторії, а також вирізняються сучасним візуальним оформленням. BookChef активно співпрацює як із зарубіжними авторами, так і з українськими письменниками, перекладачами та ілюстраторами, поєднуючи міжнародний досвід із національним культурним контекстом.



Іл.60. Основна інформація на сторінці «Про нас» в редизайні сайту видавництва BookChef



Іл.61. Блок «Цінності видавництва» в редизайні сайту видавництва BookChef



Іл.62. Вхід на сайт видавництва в редизайні сайту видавництва BookChef

Особистий кабінет

Мій профіль

Мої електронні книги

Мій кошик

Список бажаного

Мої замовлення

Історія замовлень

Мої повідомлення

Мої бонуси

Вийти

Мій профіль



Олесь Мельник

oles.melnuk@example.com

+380931234567

м. Київ, Україна

Редагувати профіль

Останні дії

Нараховано +30 балів

Замовлення №328502 - Оплачено

Книга додана до списку бажаного

Іл.63. Профіль користувача в редизайні сайту видавництва BookChef

BOOKCHEF
формує особистість

Назва книги, автор...

Головна Каталог Видавництва Автори Прон

Головна | Автори | Стівен Кінг

Стівен Кінг

Стівен Кінг - відомий американський письменник, «король жахів», один із найбільш високооплачуваних авторів світу. Його твори розійшлися по світу сумарним тиражем понад 350 мільйонів книг. Унікальні сюжети лягли в основу безлічі кінофільмів і навіть театральних постановок. Стівен Кінг вирізняється своїм гострим стилем, захоплюючими, хвилюючими читача сюжетами, пристрастю до розкриття людських пороків. Письменник є володарем великої кількості премій і титулів, серед яких - Національна книжкова премія, Всесвітня премія фентезі, Премія Брема Стокера.

[Читати повну біографію](#)

Книги Стівена Кінга [Переглянути всі книги](#)

Мій кошик (4)

Дивовижний світ Хаяо Міядзакі...
Сюзан Нейпір
+20 балів

222 грн ~~370 грн~~

- 1 +

АБВ колажу
Адріана Бермудез
+130 балів

1300 грн

- 2 +

Аркур. Натхнення
Ростислав Ріпка

Всього за товари 2120 грн

Сума знижки -553 грн

Сума до сплати 1567 грн

Продовжити покупки

Перейти до оплати

Іл.64. Кошик користувача в редизайні сайту видавництва BookChef