



BOOK QUALIOLOGY

INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE

2026



ХІ МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

КВАЛІЛОГІЯ КНИГИ

МАТЕРІАЛИ КОНФЕРЕНЦІЇ

15–16 жовтня 2026 року
Львів, Україна



**Міністерство освіти і науки України
Інститут поліграфії та медійних технологій
Національного університету «Львівська політехніка»
Кафедра поліграфічних технологій та паковань**

**XI Міжнародна науково-практична конференція
«КВАЛІЛОГІЯ КНИГИ»**



МАТЕРІАЛИ КОНФЕРЕНЦІЇ

15–16 жовтня 2026 року
Львів, Україна

Львів
Видавництво Львівської політехніки
2026

УДК 655:004:621:7.012:504

К 32

Квалілогія книги: матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції («Book Qualilogy») (Львів, 15–16 жовтня 2026 р.). – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2026. – Режим доступу: <https://science.lpnu.ua/bq/materiali-konferenciyi> вільний. – Заголовок з екрана. – Мова укр. і англ.
ISBN 978-966-994-216-6

До збірника ввійшли матеріали доповідей учасників XI Міжнародної науково-практичної конференції «Квалілогія книги» (Львів, 15-16 жовтня 2026 р.).

УДК 655:004:621:7.012:504

Матеріали конференції публікуються в авторській редакції.

Відповідальний за випуск Лабецька М. Т.

ISBN 978-966-994-216-6

© Національний університет
«Львівська політехніка», 2026

Хорошевська І. О., Полянський Б. О. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРИ ТА ФУНКЦІОНАЛУ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ СПОРТИВНИХ ТОВАРІВ	228
Супрун О.О., Жиляк І.С. AR-КНИГА ЯК НОВИЙ ФОРМАТ ВИДАВНИЧОЇ ПРОДУКЦІЇ	231
Марченко Д. А., Гордєєв А. С. ПРАКТИЧНА ІНТЕГРАЦІЯ WEBAR-ІНСТРУМЕНТІВ У ВЕБПРОЄКТИ НА БАЗІ TWINE	234
Барчук Н.Є., Гаврилюк О.В., Костенко А.В. ПРОГРАМНІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ ЧИТАБЕЛЬНОСТІ ЦИФРОВИХ ВИДАНЬ У ВЕБСЕРЕДОВИЩІ	237
Супрун О.О., Білова А.С. ПРИНЦИПИ СТВОРЕННЯ AR-КАТАЛОГУ МІСЬКИХ ЛОКАЦІЙ НА ОСНОВІ ДРУКОВАНИХ МАРКЕРІВ	240
Глушенко І. Д., Пушкар О.І. АДАПТАЦІЯ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО РЕКЛАМНОГО КОНТЕНТУ ДО ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ	243
Хованец А. О., Табакова І. С. ЕРГОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ПРОЄКТУВАННЯ ЕКРАННИХ UI/UX ІНТЕРФЕЙСІВ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ЗОРОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ КОРИСТУВАЧІВ	246
Жиляєва В. , Хамула О.Г. ІМЕРСИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ: ПЕДАГОГІЧНІ МОЖЛИВОСТІ, СЦЕНАРІЇ ВИКОРИСТАННЯ ТА КРИТЕРІЇ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ	249
Васюта С. П., Дефус Р. І. БАГАТОКРИТЕРІАЛЬНІ МЕТОДИ У ДОСЛІДЖЕННЯХ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО КОНТЕНТУ	252
Лобода Д.А., Вовк О.В., Манаков В.П. ЗАСТОСУВАННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ПРИНЦИПІВ У UI/UX-ДИЗАЙНІ	255
Онищенко К. М., Мендєлєва М. В. ВИБІР МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ІНТЕРАКТИВНОГО ПОСІБНИКА З ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ	258
Онищенко К.М., Мендєлєва М.В. ЕЛЕМЕНТИ ЗВОРОТНОГО ЗВ'ЯЗКУ У ВЗАЄМОДІЇ КОРИСТУВАЧА З ІНТЕРАКТИВНИМ НАВЧАЛЬНИМ ПОСІБНИКОМ	261
Ракова О.В., Вовк О.В. ІНКЛЮЗИВНА АДАПТАЦІЯ ІНТЕРФЕЙСІВ ЦИФРОВИХ ВИДАНЬ ПІД ПЕРЦЕПТИВНІ ТА КОГНІТИВНІ ПОТРЕБИ ЧИТАЧІВ	264
Сендецька Ю.Р., Козуб П.А. АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНИХ КАТЕГОРІЙ ТА ЇХ ІЄРАРХІЧНОГО РОЗМІЩЕННЯ НА ВЕБРЕСУРСАХ КАФЕДР	267
Супрун О.О., Сиромятникова Д.О. DATA-DRIVEN ДИЗАЙН У СУЧАСНОМУ МІСЬКОМУ БРЕНДИНГУ	270

Хорошевська І. О.,

к.е.н., доцентка, доцентка кафедри МСiТ ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Полянський Б. О.,

магістр 2 року навчання ХНЕУ ім. С. Кузнеця

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРИ ТА ФУНКЦІОНАЛУ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ СПОРТИВНИХ ТОВАРІВ

Summary. The paper considers the features of forming the structure and functionality of an online sporting goods store. Attention is paid to the organization of the product catalogue, product pages, search and filtering tools, ordering process, navigation and responsive design.

Keywords: online store, sporting goods, website structure, functionality, product catalogue, navigation, e-commerce.

Розроблення інтернет-магазину потребує формування логічної структури вебресурсу та визначення його функціональних можливостей. Для інтернет-магазину спортивних товарів важливими є зручність перегляду асортименту, швидкий пошук продукції, доступність інформації про товари та послідовність здійснення покупки. Значний обсяг різнотипної продукції зумовлює необхідність раціональної організації каталогу та розподілу інформації між вебсторінками. Формування структури та функціоналу такого вебресурсу доцільно здійснювати за такими основними напрямками:

1. Формування основної структури вебресурсу. До структури інтернет-магазину доцільно включити головну сторінку, каталог продукції, категорії, сторінки товарів, кошик, оформлення замовлення та контактну інформацію. Головна сторінка є основною точкою входу та має забезпечувати швидкий

доступ до ключових розділів вебресурсу [1]. Така організація структури дозволяє користувачеві зручно переходити між основними розділами інтернет-магазину.

2. Організація каталогу спортивних товарів. Для спрощення роботи користувача з асортиментом продукцію доцільно розподіляти за категоріями та підкатегоріями [2]. Для спортивного інтернет-магазину можуть бути сформовані категорії спортивного одягу, взуття, інвентарю, товарів для фітнесу, аксесуарів та обладнання. Подальший поділ на підкатегорії дозволяє конкретизувати асортимент та скоротити шлях користувача до необхідної групи товарів.

3. Формування сторінки товару. Сторінка окремого товару повинна містити інформацію, необхідну користувачеві для ознайомлення з продукцією та прийняття рішення щодо її придбання. До основних інформаційних елементів доцільно віднести назву товару, фотографії, опис, характеристики, ціну та інформацію про наявність. Для окремих категорій спортивних товарів, зокрема одягу та взуття, також необхідно передбачити можливість вибору доступного розміру та кольору [3]. При цьому товар має бути пов'язаний із відповідною категорією каталогу, що спрощує організацію та перегляд асортименту.

4. Організація пошуку, сортування та фільтрації. За наявності значного асортименту одного лише поділу товарів на категорії недостатньо. Тому у функціоналі інтернет-магазину доцільно передбачити пошук продукції за назвою, а також засоби сортування та фільтрації [4, 5]. Їх використання дає можливість швидше знаходити необхідні товари та звужувати перелік продукції за визначеними параметрами, зокрема категорією, ціною та популярністю.

5. Формування процесу здійснення покупки. Функціонал інтернет-магазину має забезпечувати послідовний перехід від вибору продукції до оформлення замовлення. Користувач повинен мати можливість додати продукцію до кошика, переглянути та за потреби змінити вибрані позиції та перейти до оформлення замовлення. На етапі оформлення користувач вводить необхідні контактні дані та обирає доступні способи доставки й оплати.

6. Забезпечення адаптивності інтерфейсу. Інтерфейс інтернет-магазину має коректно відображатися та залишатися зручним на комп'ютерах, планшетах

і смартфонах. Під час адаптації необхідно враховувати розміщення основних елементів вебсторінок, розміри зображень і тексту та зручність взаємодії з елементами інтерфейсу [6]. Зазначені характеристики є складовими загальної якості вебресурсу, яка визначається сукупністю відповідних критеріїв [7].

Таким чином, структура та функціонал інтернет-магазину спортивних товарів мають забезпечувати зручне представлення асортименту та послідовну взаємодію користувача з вебресурсом. Для цього необхідно організувати каталог товарів, пошук, сортування та фільтрацію, зручний процес покупки, адаптивний інтерфейс і відповідність критеріям якості. Сукупність цих рішень створює основу для практичного розроблення інтернет-магазину спортивних товарів.

Список використаної літератури

1. Шевченко Т. Структура сайту інтернет-магазину. Хорошоп. URL: <https://horoshop.ua/ua/blog/structure-of-the-online-store-website/> (дата звернення 22.09.2026).
2. Гудзера В. Як правильно організувати викладку товарів для інтернет-магазину. Webosnova. URL: <https://webosnova.com/blog/yak-pravilno-organizuvati-vykladku-tovariv> (дата звернення 25.09.2026).
3. Як зробити ідеальну сторінку товару для інтернет-магазину. AG Marketing. URL: <https://ag.marketing/blog/idealna-storinka-tovaru-dlya-internet-magazinu/> (дата звернення 28.09.2026).
4. Дімура М. Навігація інтернет-магазину – фільтри і сортування для збільшення продажів. Business Site. URL: <https://www.site2b.ua/ua/web-blog-ua/navigaciya-katalogu-internet-magazinu-filtri-i-sortuvannya-dlya-zbilshennya-prodazhiv.html> (дата звернення 29.09.2026).
5. Хорошевська І. О., Полянський Б. О. Зміст етапів методики розроблення інтернет-магазину спортивних товарів. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: тези доп. XI Міжнар. наук.-техн. конф., Львів, Харків, 26-30 травня 2026 р. Львів: 2026. Т 1. С. 192–193.
6. Адаптивний дизайн інтернет-магазину як необхідність. Lemarbet. URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/adaptivnyj-dizajn-internet-magazina-kak-neobhodimost/> (дата звернення 30.09.2026).
7. Хорошевський О. І., Хорошевська І. О. Визначення комплексу показників, що впливають на якість вебсайту. *Таврійський науковий вісник. Серія: Технічні науки*. 2025. №2. С. 216-224. DOI <https://doi.org/10.32782/tnv-tech.2025.2.22>.

НАУКОВЕ ЕЛЕКТРОННЕ ВИДАННЯ

XI Міжнародна науково-практична конференція
«КВАЛІЛОГІЯ КНИГИ»

МАТЕРІАЛИ КОНФЕРЕНЦІЇ
15–16 жовтня 2026 року

Відповідальний за випуск Лабецька М. Т.

Режим доступу: <https://science.lpnu.ua/bq/materiali-konferenciyi>

Видавець і виготівник: Видавництво Львівської політехніки
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4459 від 27.12.2012 р.

вул. Ф. Колесси, 4, Львів, 79005
тел. +380 32 2584103, факс +380 32 2584101
vlp.com.ua, ел. пошта: vmr@vlp.com.ua