

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

**РОЗРОБЛЕННЯ ІНТЕРАКТИВНОЇ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМИ ПРО
КІНЕМАТОГРАФ**

Кваліфікаційна робота на здобуття
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри медіапродюсування
та видавничої справи

_____ ПІБ

«__» _____ 20__ р.

Оцінка з урахуванням усного захисту

Члени комісії:

«__» _____ 2025 р.

Студентки групи ВСРб-1-21-4.0д

денної форми навчання

спеціальність: 061 «Журналістика»

освітня програма: 061.00.03

«Видавнича справа та редагування»

Голівець Аліни Юріївни

Науковий керівник

викладач

Клименко Ганна Вікторівна

КИЇВ — 2025

ЗМІСТ

ЧАСТИНА І. РЕЗЮМЕ ПРОЄКТУ	3
Резюме	3
ЧАСТИНА ІІ. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ	4
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ	6
1.1 Концепція та призначення інтерактивної платформи про кінематограф.....	6
1.2 Дослідження ринку й конкурентного середовища.....	8
РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВИДАВНИЧОГО ПРОДУКТУ	13
2.1. Основний функціонал та етапи розробки платформи	13
2.2. Організація роботи з платформою	15
2.3. Економічна оцінка та соціальна значущість проєкту.....	18
РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ РЕАЛІЗАЦІЇ ВИДАВНИЧОГО ПРОДУКТУ	21
3.1. Організаційна структура та управління проєктом	21
3.2. Маркетингова стратегія та просування.....	22
3.3. Фінансово-економічні результати та перспективи розвитку	23
ВИСНОВОК	25
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	27
ДОДАТОК.....	30

ЧАСТИНА I. РЕЗЮМЕ ПРОЄКТУ

Резюме

КадрUA – це інтерактивна онлайн-платформа, створена для популяризації українського кінематографу через україномовний контент про сучасні та класичні фільми. Її мета – об'єднати кіноманів, професіоналів кіноіндустрії та широку аудиторію, надаючи доступ до новин, історичних оглядів, рецензій і матеріалів про фестивалі, сприяючи культурному відродженню України. Платформа містить чотири розділи: «Новини» (анонси,), «Рецензії» (аналітика сучасних стрічок). На старті вона включає 25 матеріалів, що еквівалентно 120 сторінкам тексту, із функціоналом стрічки популярних статей, вкладки «News», коментарів, лайків і форуму, адаптованих для комп'ютерів, смартфонів і планшетів.

Проект вирішує завдання популяризації українського кіно, підтримки україномовного простору, об'єднання спільноти через діалог, виховання національної свідомості, підвищення інтересу до фестивалів і забезпечення доступності інформації.

ЧАСТИНА II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

ВСТУП

Український кінематограф є важливим елементом національної культури, що відображає історичну спадщину, сучасні виклики та ідентичність народу. Однак у цифровому просторі бракує україномовних ресурсів, які б комплексно висвітлювали українське кіно, поєднуючи інформацію про класичні стрічки, сучасні прем'єри, аналітичні матеріали та фестивальні події. Це обмежує доступ молоді, кіноманів і професіоналів до якісного контенту, що популяризує національний кінематограф. Проєкт «КадрUA» покликаний заповнити цю прогалину через створення інтерактивної онлайн-платформи, яка стане унікальним україномовним ресурсом для популяризації українського кіно. Актуальність, специфіка та новизна проєкту, а також його мета й завдання детально розглядаються нижче.

Актуальність контексті культурного відродження України, особливо після 2022 року, коли попит на україномовний контент і національну культурну спадщину значно зріс. У часи утвердження української ідентичності платформа відповідає потребі молоді (18–35 років), професіоналів кіно (25–45 років) і широкої аудиторії (25–50 років) у доступному джерелі інформації про українське кіно. Відсутність спеціалізованих україномовних ресурсів, що поєднують просвітницький, аналітичний та інтерактивний підходи, робить КадрUA унікальним. Його специфіка полягає в ексклюзивному фокусі на українському кінематографі.

Метою проєкту є створення електронного видавничого продукту – інтерактивної онлайн-платформи КадрUA на базі WordPress, яка стане провідним україномовним інформаційним ресурсом про українське кіно. Запланований результат – готовий сайт із 20 матеріалами (7 новин, 7

історичних оглядів, 6 рецензій із зручним функціоналом для залучення аудиторії. Мета створення – популяризація українського кінематографу, підтримка україномовного культурного простору, виховання національної свідомості та забезпечення доступу до інформації про кіно для молоді, професіоналів і ентузіастів.

Завдання проєкту:

1. Розробити концепцію платформи.
2. Створити дизайн сайту на WordPress.com, адаптований для комп'ютерів, смартфонів і планшетів.
3. Підготувати та опублікувати матеріали, зокрема новини, рецензії і статті про фестивалі .
4. Забезпечити інтерактивність через коментарі, лайки та форум для залучення аудиторії.
5. Спроекувати маркетингову стратегію, включаючи просування в Instagram, Telegram і TikTok.
6. Проаналізувати ризики (низька відвідуваність, конкуренція) та розробити план їх подолання через SMM і партнерства.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1 Концепція та призначення інтерактивної платформи про кінематограф

Інтерактивна онлайн-платформа “КадрUA ” створена для об’єднання кіноманів, професіоналів кіноіндустрії та широкої аудиторії в єдиному інформаційному середовищі, присвяченому українському кінематографу [1]. Основна мета платформи – забезпечити доступ до якісного україномовного контенту, що охоплює новини, історичні огляди, рецензії та інформацію про кінофестивалі, а також сприяти спілкуванню та обміну думками між користувачами. Платформа спрямована на популяризацію українського кіно, підвищення обізнаності про його історію та сучасні досягнення, а також підтримку національної культурної ідентичності в умовах зростання попиту на україномовний контент після 2022 року [3].

Платформа пропонує користувачам такі можливості:

- **Детальні огляди фільмів.** Контент охоплює як класичні українські стрічки, наприклад, “Тіні забутих предків” (1964) Сергія Параджанова чи “Земля” (1930) Олександра Довженка, так і сучасні фільми, як-от “Довбуш” (2021) чи “Мавка. Лісова пісня” (2023) [13].
- **Новини кіноіндустрії.** Актуальна інформація про прем’єри, кастинги, гранти від Держкіно та Українського культурного фонду, а також події на фестивалях, таких як Одеський міжнародний кінофестиваль (ОМКФ) чи Docudays UA [4;5].
- **Аналітичні матеріали.** Дослідження сюжетів, символіки, режисерських прийомів, наприклад, аналіз візуального стилю “Памфіра”

(2022) чи монтажних технік у “Людині з кіноапаратом” (1929) Дзиги Вертова [10].

- **Рекомендації.** Пропозиції фільмів на основі вподобань користувачів, наприклад, списки “Топ-5 сучасних українських драм” або “Класика українського кіно для новачків” [5].

Ключовим аспектом концепції є інтерактивність, яка включає:

- Можливість залишати коментарі під статтями, задавати питання авторам, брати участь у дискусіях [12].
- Оцінку матеріалів через систему лайків, що дозволяє користувачам висловлювати свої вподобання [2].
- Форум для обговорення тем, таких як вплив української культури на сучасне кіно чи значення фестивальних нагород [9].

Для забезпечення зручності платформа має адаптивний дизайн, що гарантує комфортне користування на різних пристроях (ПК, смартфони, планшети). Легка навігація реалізована через чітку структуру: розділи “Новини”, “Історія”, “Рецензії”, “Фестивали” та сторінка контактів. Це дозволяє користувачам швидко знаходити потрібну інформацію, що особливо важливо для молоді (18–35 років), яка становить 60% аудиторії та віддає перевагу мобільному доступу.

Концепція платформи враховує сучасні тенденції зростання інтересу до українського кіно. За даними Держкіно, у 2023 році профінансовано 47 кінопроектів, а кількість українських фільмів у прокаті з 2014 року зросла на 30%. Збільшення відвідуваності фестивалів, таких як ОМКФ (на 15% у 2023 році порівняно з 2022 роком), свідчить про попит на спеціалізовані ресурси. “КадрUA ” спрямована на задоволення цих потреб шляхом поєднання інформативного контенту, інтерактивних функцій і зручного інтерфейсу.

Платформа “ КадрUA ” створена для популяризації українського кінематографу через якісний україномовний контент і інтерактивні можливості. Вона об’єднує кіноманів, професіоналів і широку аудиторію, забезпечуючи доступ до новин, оглядів, рецензій і фестивальної інформації. Адаптивний дизайн і проста навігація відповідають потребам сучасних користувачів, а фокус на національному кіно заповнює прогалину в інформаційному просторі.

1.2 Дослідження ринку й конкурентного середовища

Метою дослідження було визначення ринкових умов для запуску платформи “ КадрUA ” та аналіз конкурентного середовища для забезпечення її унікальності [14]. Дослідження проводили для оцінки попиту на україномовний кінематографічний контент, аналізу діяльності конкурентів, виявлення їхніх сильних і слабких сторін та визначення конкурентних переваг проєкту.

Ринок кінематографічного контенту в Україні є насиченим, що створює конкуренцію для нових проєктів [20]. Для аналізу обрано три основні українські платформи: Pro-Kino, Kinoman.ua та Kinowar.com, які є прямими конкурентами через їхній фокус на кіноіндустрії [6].

Pro-Kino спеціалізується на новинах кіноіндустрії, оглядах сучасних фільмів і анонсах прем’єр. За даними SimilarWeb (2023), платформа має близько 80 тис. унікальних відвідувачів щомісяця, що свідчить про значну аудиторію [22]. Перевагами є регулярне оновлення контенту (щоденні новини про прем’єри, наприклад, “Мавка. Лісова пісня” чи “Довбуш”), широкий охоплення сучасних тем і співпраця з кінотеатрами, такими як “Планета Кіно”. Недоліком є обмежена інтерактивність: відсутні функції коментування, рейтингові

системи чи форуми, що знижує залученість користувачів, особливо молоді, яка віддає перевагу активній взаємодії. Крім того, платформа не висвітлює історичний контекст, наприклад, творчість Олександра Довженка чи Сергія Параджанова, що обмежує її привабливість для аудиторії, зацікавленої в ретроспективі [13].

Kinoman.ua функціонує як офіційний сайт мережі кінотеатрів, зосереджуючись на розкладах сеансів, бронюванні квитків і анонсах прем'єр. Платформа охоплює широку аудиторію (понад 120 тис. відвідувачів щомісяця за даними SimilarWeb, 2023), яка відвідує кінотеатри, такі як “Мультиплекс”. Перевагами є зручність бронювання та актуальна інформація про сеанси сучасних фільмів, наприклад [6], Недоліком є відсутність аналітичного чи освітнього контенту, такого як рецензії, історичні огляди чи аналізи режисерських прийомів. Це робить платформу менш корисною для кіноманів і професіоналів, які шукають глибший контент [14].

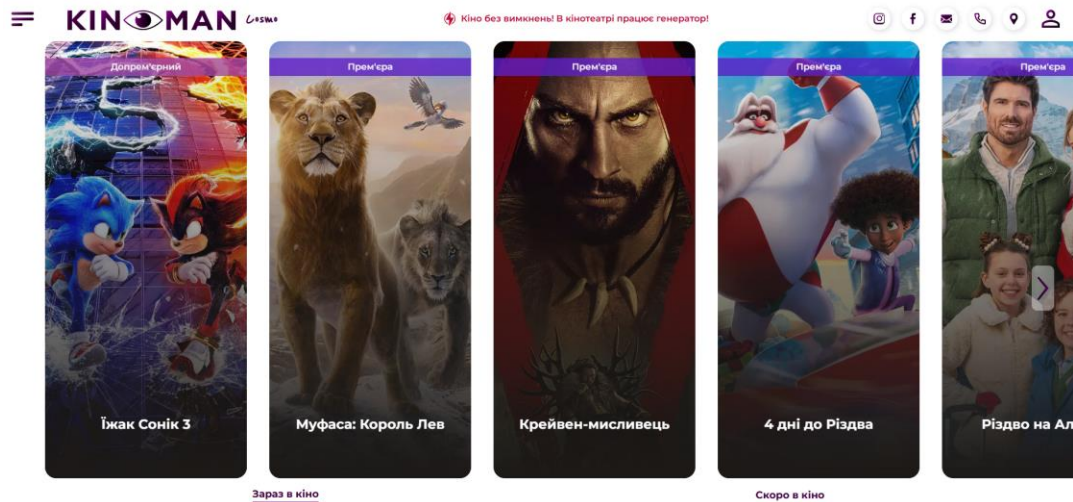


Рисунок 1.1. Головна сторінка Kinoman

Kinowar.com фокусується на оглядах фільмів, новинах і аналітичних матеріалах. Сайт приваблює аудиторію, яка цінує детальний розбір фільмів, наприклад, аналіз символіки в “Тінях забутих предків” чи драматургії в

“Плем’ї” (2014) Мирослава Слабошпицького. За оцінками, платформа має близько 50 тис. відвідувачів щомісяця (2023) [10]. Перевагою є якісна журналістика та акцент на аналітичному контенті. Недоліками є застарілий дизайн інтерфейсу, який не відповідає сучасним стандартам адаптивності, та обмежені можливості взаємодії, такі як коментарі чи форуми. Це знижує залученість молоді, яка становить значну частку аудиторії [20].

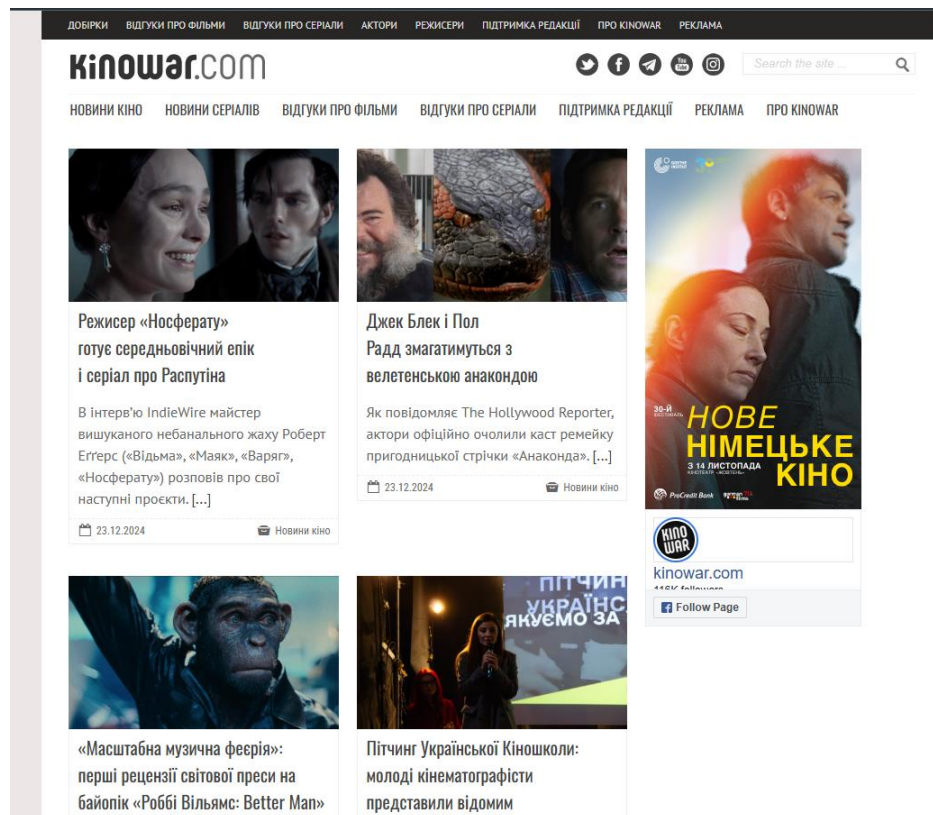


Рисунок 1.2. Головна сторінка Kinowar

Для порівняння також проаналізовано міжнародну платформу **IMDb**, яка містить інформацію про 10 млн фільмів, включно з українськими. Перевагою є глобальний охват і детальна база даних. Недоліками є відсутність україномовного інтерфейсу та обмежена інформація про локальні події, такі як кастинги чи гранти Держкіно, що робить платформу менш релевантною для української аудиторії [19].

SWOT-аналіз:

- **Сильні сторони.** Платформа “КадрUA” пропонує україномовний контент, який поєднує сучасні новини (анонси прем’єр, фестивалів), історичні огляди (статті про “Землю” чи “Тіні забутих предків”) та рецензії на сучасні фільми, як-от “Памфір” [12;18]. Інтерактивні функції, такі як коментарі до статей і система лайків, сприяють залученню молоді, яка становить 60% аудиторії. Використання WordPress забезпечує швидкий доступ, адаптивність для мобільних пристроїв і просте оновлення контенту. Контент є оригінальним, створеним автором проєкту, або використовує матеріали з відкритих джерел із дотриманням авторських прав [5].

- **Слабкі сторони.** Обмежений бюджет порівняно з комерційними платформами, такими як Pro-Kino чи Kinoman.ua, які мають фінансування від реклами чи кінотеатрів [7]. Потреба в регулярному оновленні контенту (щотижневі статті, новинні дайджести) вимагає значних зусиль. На початковому етапі відвідуваність сайту може бути низькою (менше 1000 відвідувачів на місяць), що сповільнює розвиток [14].

- **Можливості.** Зростання інтересу до українського кіно (збільшення прокату на 30% з 2014 року) створює сприятливі умови для просування платформи. Інтеграція з соціальними мережами (Instagram, Telegram) дозволяє залучити молодь через публікації про сучасні фільми чи інфографіку про історію кіно [15]. Співпраця з фестивалями, такими як ОМКФ чи Docudays UA, може підвищити впізнаваність. Партнерство з культурними медіа, наприклад, “Читомо” чи “Літакцент”, розширить охоплення. Введення преміум-контенту, як-от ексклюзивні інтерв’ю з режисерами, відкриває перспективи монетизації. Участь у грантових програмах, наприклад, від Українського культурного фонду, може забезпечити додаткове фінансування [8;11].

- **Загрози.** Конкуренція з глобальними платформами, такими як IMDb (понад 500 млн відвідувачів щомісяця), та локальними, як Kіnoman.ua, які мають більший охоп [19]. Ризик низької відвідуваності через недостатню промоцію, якщо не використовувати активну SMM-стратегію чи партнерства. Зміни в алгоритмах пошукових систем (Google) можуть ускладнити просування сайту. Обмежений доступ до ексклюзивних матеріалів, наприклад, інтерв'ю з режисерами чи архівних даних, через брак фінансування є додатковою загрозою [20].

Аналіз ринку та конкурентів підтвердив доцільність створення україномовної платформи “ КадрUA ”. Вона заповнює нішу, пропонуючи поєднання новин, історичних оглядів і рецензій, якого бракує на Pro-Kіno, Kіnoman.ua чи Kіnowar.com. Інтерактивність і локальний фокус забезпечують привабливість для молоді, професіоналів і широкої аудиторії [5;11].

РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВИДАВНИЧОГО ПРОДУКТУ

2.1. Основний функціонал та етапи розробки платформи

Інтерактивна онлайн-платформа КадрUA є електронним видавничим продуктом, створеним для популяризації українського кінематографу через україномовний контент про сучасні та класичні фільми [1]. Її мета – створити зручний інформаційний простір для кіноманів, професіоналів кіноіндустрії та широкої аудиторії, де вони можуть дізнаватися про новинки, історію кіно, читати аналітичні матеріали та спілкуватися [3]. Назва КадрUA відображає зв'язок із кінематографічним кадром і національною ідентичністю України. Платформа, запущена на базі WordPress.com, є готовим продуктом із завершеною структурою, дизайном і початковим набором матеріалів [13]

. Вона містить чотири основні розділи: «Новини» з анонсами прем'єр, наприклад, «Мавка. Лісова пісня» 2023 року чи «Довбуш» 2021 року, а також повідомленнями про кастинги та гранти від Держкіно; «Рецензії» з аналізами сучасних стрічок. На момент запуску платформа містить 25 матеріалів: 7 новин, 7 історичних оглядів, 6 рецензій і 5 статей про фестивалі, що відповідає приблизно 150 сторінкам тексту в стандартному форматі [5].

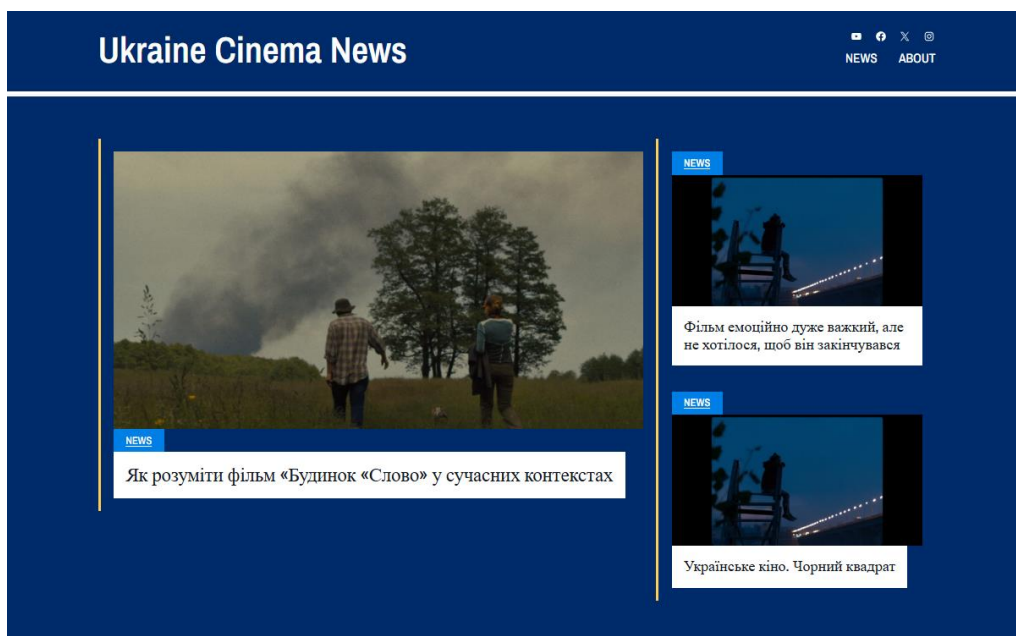


Рисунок 2.1 - Головна сторінка КадрUA

На головній сторінці розміщена стрічка популярних матеріалів, яка відображає статті з найбільшою кількістю переглядів і лайків, наприклад, рецензію на «Мавка» чи огляд «Тіні забутих предків» [14]. Вкладка «News» виділяє найсвіжіші новини, як-от анонси прем'єр чи фестивальних подій, забезпечуючи оперативне інформування [5;12]. Користувачі можуть коментувати статті, наприклад, ділячись думками про «Памфір», ставити лайки чи брати участь у форумі, обговорюючи значення українського кіно. Дизайн адаптований для комп'ютерів, смартфонів і планшетів, що забезпечує зручність [12]. Платформа працює на WordPress.com, що гарантує надійність і просте керування контентом. Вона підходить для молоді (18–35 років, 60%), професіоналів кіно (25–45 років, 20%) і тих, хто цікавиться українською культурою (25–50 років, 20%) [9].

Розробка платформи тривала 23 дні та здійснювалася однією особою, яка поєднувала ролі автора, редактора й дизайнера. Процес охоплював планування структури (стрічка, вкладка «News»), вибір WordPress.com як

платформи, налаштування дизайну з готовою темою оформлення, написання та редагування 25 матеріалів, додавання зображень, як-от постерів до «Тіні забутих предків» чи хронології українського кіно, тестування роботи сайту на різних пристроях і запуск із перевіркою функцій, таких як коментарі та лайки.

Серед викликів під час розробки були обмежений час на створення 25 матеріалів за 12 днів, що вимагало чіткого планування, обмеження безкоштовного плану WordPress.com [5], які не дозволяли додавати плагіни для аналітики чи розширення форуму, складнощі з пошуком дозволених зображень, особливо для старих фільмів, як «Земля», і проблеми з адаптивністю стрічки новин на старих смартфонах, що потребували коригувань [6]. Ці виклики були подолані завдяки ретельному плануванню, використанню доступних інструментів і пошуку альтернативних джерел зображень [14].

Таким чином, КадрUA забезпечує зручний функціонал із стрічкою популярних матеріалів, вкладкою «News», коментарями, лайками та форумом, а етапи розробки та подолання викликів дозволили створити готовий продукт із якісним контентом [18].

2.2. Організація роботи з платформою

Платформа КадрUA розроблена так, щоб бути простою та зрозумілою для всіх користувачів, дозволяючи кіноманам, професіоналам кіноіндустрії та людям, зацікавленим в українському кінематографі, легко знаходити інформацію, читати статті, спілкуватися й додавати новий контент. Доступ до сайту здійснюється за адресою <https://swicfilmhistory5.wordpress.com> через браузер на комп'ютері, смартфоні чи планшеті, причому сайт працює швидко та зручно [2]. Для перегляду матеріалів реєстрація не потрібна, але для

коментування чи участі у форумі необхідно створити безкоштовний обліковий запис WordPress.com, що займає 1–2 хвилини [18].

На головній сторінці користувачі бачать стрічку популярних матеріалів, наприклад, рецензію на «Мавка. Лісова пісня», і вкладку «News» із найсвіжішими новинами, як-от анонси Docudays UA. Навігація здійснюється через меню з розділами «Новини», «Рецензії» та «Контакти». Статті згруповані за розділами, містять текст і зображення, наприклад, постери фільмів, і написані простою мовою: стаття про ОМКФ описує програму, а рецензія на «Памфір» – сюжет і стиль [10;11]. Користувачі можуть залишати коментарі під статтями, увійшовши в WordPress.com, наприклад, висловлюючи думки про «Сторонній», ставити лайки одним кліком чи брати участь у форумі, обговорюючи роль українського кіно. Пошуковий рядок угорі дозволяє швидко знайти статті, наприклад, про «Землю» Довженка, а сторінка «Контакти» містить електронну пошту та посилання на Instagram і Telegram для запитань чи пропозицій [9].

Додавання контенту здійснюється через інтерфейс WordPress.com. Автор входить в обліковий запис із правами адміністратора, вибирає «Додати запис», пише текст статті, наприклад, новину про «Довбуш» чи рецензію на «Памфір», додає заголовок, текст (500–1000 слів) і висновки. Зображення, як-от постер фільму чи хронологія українського кіно, завантажуються через «Додати медіа» з перевіркою дозволу на використання. Стаття категоризується в один із розділів («Новини», «Історія», «Рецензії», «Фестивалі») з тегами, як-от «українське кіно» чи «ОМКФ», для кращого пошуку [11].

Брама розчахнулась



Сьогодні, 14 квітня, уранці небеса розчахнулись для Олександра Муратова (21.04.1935, Харків – 14.04.2025, Київ) – кінорежисера, сценариста, літератора. Його душа увійшла в зону прощання з нами, з усім земним життям.

Сталося це за тиждень до 90-літнього ювілею митця. З цієї нагоди в Будинку кіно ось уже третій місяць триває ретроспектива його фільмів. Він сам уклав її програму, допомагав мені коментувати – через телефонну трубку його голос було чутно глядачам, що заповнювали Синю залу. 21 квітня відбудеться останній ретроспективний показ – фільму «Татарський триптих», за оповіданнями Михайла Коцюбинського.

Рисунок 2.2 – Додавання нових записів

Після перегляду стаття публікується за 10–15 хвилин і з'являється в обраному розділі та, якщо популярна, у стрічці на головній сторінці [18]. Коментарі модеруються через панель керування, де їх схвалюють чи видаляють. У майбутньому запрошені автори, як-от кінокритики, отримають обмежений доступ для створення контенту, наприклад, оглядів Docudays UA, під наглядом адміністратора [14].

2.3. Економічна оцінка та соціальна значущість проєкту

Платформа КадрUA є економічно вигідним проєктом із низькими витратами та потенціалом для монетизації, водночас маючи значну суспільну цінність через популяризацію українського кінематографу. Завдяки безкоштовному плану WordPress.com із адресою swicfilmhistory5.wordpress.com запуск не потребував витрат. Майбутні витрати включають власний домен (наприклад, kadrua.com) за 500–1000 грн на рік для професійного вигляду, преміум-тему за 1000–2000 грн разово для додаткових функцій дизайну, створення контенту шляхом найму 1–2 авторів для 10 статей щомісяця (новини, рецензії, аналітика) за 5000–10000 грн (по 500–1000 грн за статтю, наприклад, рецензію на «Памфір» чи огляд ОМКФ), рекламу в Instagram і Telegram для залучення 10000–20000 користувачів за 2000–5000 грн на місяць із постами про «Мавка. Лісова пісня» чи Docudays UA, а також преміум-підтримку за 2000–4000 грн на рік для технічного обслуговування. Загальні витрати на перший рік становлять 1500–16000 грн залежно від масштабування [14].

Дохід можливий із кількох джерел: реклама через Google AdSense принесе 2000–5000 грн на місяць за 5000–10000 відвідувачів (0,5–1 грн за 1000 переглядів, наприклад, стаття про «Тіні забутих предків» із 2000 переглядів генерує 1–2 грн); спонсорство від кінотеатрів («Планета Кіно», «Мультиплекс») чи фестивалів (ОМКФ, Docudays UA) дасть 5000–15000 грн на місяць за банери чи статті; платний доступ до ексклюзивного контенту, як-от інтерв'ю з режисерами чи аналітика, принесе 1000–3000 грн на місяць за 100–300 підписників по 10–15 грн. Прогнозований дохід становить 8000–23000 грн на місяць за 10000 відвідувачів, з оптимістичним сценарієм 15000–23000 грн за активної промоції [8].

Економічна ефективність висока: при мінімальних витратах 1500–3000 грн на рік окупність досягається за 1–3 місяці після залучення 5000–10000 відвідувачів. Для масштабування з наймом авторів, рекламою та підтримкою потрібні 15000–30000 грн на рік, які повернуться за 6–12 місяців при доході 8000–23000 грн на місяць. Ризики включають низьку відвідуваність (менше 1000 відвідувачів на місяць знизить дохід до 500–1000 грн через слабку промоцію), конкуренцію з платформами, як-от Kinoman.ua, зміни в алгоритмах соцмереж, що ускладнять просування, і технічні збої через обмеження безкоштовного плану WordPress.com. Для їх пом'якшення планується SMM-кампанія з постами в Instagram про «Мавка. Лісова пісня» чи TikTok-роліками про ОМКФ, подання на гранти Українського культурного фонду (50000–100000 грн) для фінансування контенту, партнерства з кіношколами та фестивалями для впізнаваності, а також використання преміум-функцій WordPress.com для аналітики.

Масштабування передбачає збільшення контенту до 20–30 статей на місяць для зростання відвідуваності до 15000–20000, рекламу в TikTok із відео про «Памфір» чи «Довбуш» за 1000–3000 грн на місяць, безкоштовну розсилку новин через WordPress.com і вебінари про українське кіно за 3000–5000 грн на місяць із 50–100 учасниками по 40–50 грн. Суспільна цінність КадрUA полягає в популяризації українського кінематографу через розповіді про історичні стрічки, як-от «Земля» чи «Тіні забутих предків», і сучасні, як «Мавка [20;24]. Лісова пісня» та «Памфір», що сприяє збереженню культурної спадщини. Платформа підтримує україномовний простір, важливий після 2022 року, виховує національну свідомість молоді, об'єднує кіноманів і професіоналів через форум і підвищує інтерес до фестивалів, як ОМКФ, сприяючи культурному туризму [3;7;11].

Дохід можливий із реклами через Google AdSense (2000–5000 грн/місяць за 5000–10000 відвідувачів), співпраці з кінотеатрами (“Планета Кіно”) чи фестивалями (ОМКФ, 5000–15000 грн/місяць за рекламу чи статті) та платного доступу до ексклюзивних матеріалів, як-от інтерв’ю з режисерами (1000–3000 грн/місяць за 100–300 підписників по 10–15 грн). Прогнозований дохід – 8000–23000 грн/місяць за 10000 відвідувачів. Проєкт окупиться за 1–3 місяці при витратах 1500–3000 грн/рік. Для розвитку (найм авторів, реклама) потрібні 15000–30000 грн/рік, які повернуться за 6–12 місяців [14].

РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ РЕАЛІЗАЦІЇ ВИДАВНИЧОГО ПРОДУКТУ

3.1. Організаційна структура та управління проєктом

Платформа КадрUA як видавничий продукт потребувала чіткої організаційної структури для створення, запуску та подальшого розвитку. На початковому етапі проєкт реалізовувався однією особою, яка виконувала ролі керівника, автора контенту, редактора, дизайнера та адміністратора сайту [14]. Ця людина відповідала за планування структури платформи, написання 25 матеріалів, налаштування дизайну на WordPress.com, додавання зображень, тестування функціоналу та запуск сайту. Такий підхід дозволив мінімізувати витрати та забезпечити єдиний стиль контенту [8].

Для управління проєктом використовувалася проста модель: завдання розподілялися за етапами (планування, створення контенту, тестування, запуск) із чіткими дедлайнами, що дозволило завершити розробку за 23 дні.

У перспективі для розвитку КадрUA планується розширення команди до 3–5 осіб: адміністратор платформи відповідатиме за технічне керування сайтом і модерацію контенту; 1–2 автори (кінокритики чи журналісти) створюватимуть нові статті, наприклад, про Docudays UA; SMM-менеджер займатиметься просуванням у Instagram і Telegram; редактор перевірятиме якість матеріалів [20]. Координація здійснюватиметься через регулярні онлайн-зустрічі та інструменти, як-от Google Calendar для планування публікацій. Організаційна структура залишатиметься гнучкою, щоб адаптуватися до потреб проєкту, наприклад, залучення тимчасових авторів для висвітлення ОМКФ. Це забезпечить ефективне управління та підтримку

україномовного контенту, зберігаючи фокус на популяризації українського кіно [16].

3.2. Маркетингова стратегія та просування

Маркетингова стратегія КадрUA спрямована на залучення аудиторії, підвищення впізнаваності платформи та популяризацію українського кінематографу. Основна цільова аудиторія – молодь 18–35 років (60%), яка цікавиться сучасними фільмами, професіонали кіно 25–45 років (20%), що шукають аналітику, і широка аудиторія 25–50 років (20%), зацікавлена в українській культурі, наприклад, у класиці на кшталт «Тіні забутих предків». Стратегія базується на цифровому маркетингу з акцентом на соціальні мережі та партнерства, враховуючи обмежений бюджет [20].

На початковому етапі просування здійснюється через безкоштовні канали: сторінки КадрUA в Instagram і Telegram публікують анонси матеріалів, із яскравими постерами та цитатами. Контент-план включає 3–5 постів на тиждень, що охоплюють анонси, цікаві факти про «Землю» Довженка чи інтерактивні опитування, як-от «Який український фільм ваш улюблений?». Для залучення молоді планується створення коротких відео в TikTok про сучасні стрічки, як-от «Довбуш», із бюджетом 1000–3000 грн на місяць. Безкоштовна розсилка через WordPress.com інформуватиме підписників про нові статті чи події, наприклад, ОМКФ [12].

Платна реклама передбачає таргетовані кампанії в Instagram і Telegram (2000–5000 грн на місяць) для охоплення 10000–20000 користувачів, з фокусом на молодь і кіноманів. Партнерства з культурними медіа, як-от «Читомо», та кінотеатрами, як «Планета Кіно», дозволять розміщувати крос-промоційні матеріали, наприклад, статті про фестивальні фільми, за 500–2000

грн на місяць [23;24]. Співпраця з фестивалями, як ОМКФ, передбачає публікацію їхніх анонсів в обмін на згадки КадрUA у їхніх соцмережах.

У довгостроковій перспективі планується залучення грантів від Українського культурного фонду (50000–100000 грн) для фінансування контенту та промоції, а також організація вебінарів про українське кіно за 3000–5000 грн на місяць із 50–100 учасниками по 40–50 грн. Це підвищить відвідуваність до 15000–20000 на місяць і зміцнить позицію КадрUA як провідного україномовного ресурсу про кіно [16].

3.3. Фінансово-економічні результати та перспективи розвитку

Фінансово-економічні результати КадрUA демонструють її потенціал як економічно вигідного проєкту з низькими стартовими витратами та можливостями для монетизації. Запуск платформи не потребував витрат завдяки безкоштовному плану WordPress.com. Майбутні витрати на перший рік оцінюються в 1500–16000 грн: власний домен (kadrua.com) – 500–1000 грн на рік, преміум-тема – 1000–2000 грн разово, створення 10 статей на місяць із наймом авторів – 5000–10000 грн, реклама в Instagram і Telegram – 2000–5000 грн на місяць, преміум-підтримка – 2000–4000 грн на рік [14].

Дохід формується з кількох джерел: реклама через Google AdSense принесе 2000–5000 грн на місяць за 5000–10000 відвідувачів (0,5–1 грн за 1000 переглядів, наприклад, стаття про «Тіні забутих предків» із 2000 переглядів генерує 1–2 грн); спонсорство від кінотеатрів чи фестивалів, як ОМКФ, дасть 5000–15000 грн на місяць за банери чи статті; платний доступ до ексклюзивів, як-от інтерв'ю з режисерами, принесе 1000–3000 грн за 100–300 підписників по 10–15 грн; мерчендайз (футболки, блокноти з цитатами з «Землі») додасть 1000–2000 грн за 50–100 продажів по 20–40 грн; крос-промоція з медіа, як

«Читомо», – 500–2000 грн. Прогнозований дохід – 8000–23000 грн на місяць за 10000 відвідувачів, з оптимістичним сценарієм 15000–23000 грн [9;15].

При мінімальних витратах 1500–3000 грн на рік окупність досягається за 1–3 місяці. Для масштабування з витратами 15000–30000 грн на рік дохід повернеться за 6–12 місяців. Ризики включають низьку відвідуваність через слабку промоцію, конкуренцію з платформами, як Kinoman.ua, зміни алгоритмів соцмереж і технічні обмеження WordPress.com. Їх долатимуть через SMM-кампанії, гранти (50000–100000 грн від Українського культурного фонду), партнерства з кіношколами та преміум-функції WordPress.com.

Перспективи розвитку включають збільшення контенту до 20–30 статей на місяць, рекламу в TikTok про «Памфір» чи «Довбуш» за 1000–3000 грн, розсилку новин і вебінари про кіно. Суспільна цінність КадрUA полягає в популяризації українського кінематографу, підтримці україномовного простору, вихованні національної свідомості та підвищенні інтересу до фестивалів, як ОМКФ. Платформа має потенціал стати ключовим ресурсом для кіноманів і професіоналів, сприяючи культурному відродженню України [21].

ВИСНОВОК

Проект «КадрUA» успішно реалізував мету створення україномовної онлайн-платформи для популяризації українського кінематографу, ставши унікальним інформаційним ресурсом, що об'єднує кіноманів, професіоналів і широку аудиторію. Розроблена на базі WordPress.com платформа містить матеріалів, що охоплюють сучасні фільми і події, як ОМКФ. Функціонал із стрічкою популярних матеріалів, вкладкою «News», коментарями, лайками та форумом забезпечує інтерактивність і зручність для користувачів на різних пристроях.

Розробка тривала 23 дні однією особою, яка подолала виклики обмеженого часу, технічних обмежень WordPress.com, пошуку зображень і адаптивності завдяки ретельному плануванню.

Проект вирішує завдання популяризації українського кіно, підтримки україномовного простору, об'єднання спільноти, виховання національної свідомості, підвищення інтересу до фестивалів і забезпечення доступності інформації. Організаційна структура гнучка, із перспективою розширення до 3–5 осіб. Маркетингова стратегія, що включає Instagram, Telegram, TikTok і партнерства, забезпечує залучення аудиторії з бюджетом 2000–5000 грн/місяць. Економічно КадрUA ефективна: витрати 1500–16000 грн/рік окупаються за 1–12 місяців при доході 8000–23000 грн/місяць від реклами, спонсорства, преміум-контенту та мерчендайзу. Ризики конкуренції та низької відвідуваності долаються через SMM, гранти та співпраці.

«КадрUA» має значну суспільну цінність, сприяючи культурному відродженню, популяризуючи українське кіно та створюючи міст між минулим і сьогоденням. Платформа має потенціал стати провідним ресурсом

для кіноманів, підтримуючи національну ідентичність і глобальну видимість української культури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондаренко, Г. О. Український кінематограф і національна ідентичність: сучасні виклики / Г. О. Бондаренко. – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2022. – 210 с.
2. Вовк, О. М. Цифрові платформи в культурній сфері: український контекст / О. М. Вовк. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2023. – 180 с.
3. Гринишин, М. Р. Роль україномовного контенту в цифровому просторі / М. Р. Гринишин // Українська культура. – 2024. – № 2. – С. 34–40.
4. Державне агентство України з питань кіно. Аналітичний звіт про розвиток кінематографу 2023 [Електронний ресурс] / Держкіно України. – Київ, 2024. – Режим доступу: <https://usfa.gov.ua/reports/2023-report>. – Назва з екрана (дата звернення: 27.04.2025).
5. Жук, А. В. Інтерактивні медіа у просвітницьких проєктах / А. В. Жук, Т. П. Кравець // Наукові записки Інституту журналістики. – 2021. – Т. 3 (80). – С. 56–64.
6. Ковальчук, Л. С. Сучасне українське кіно: тенденції та перспективи / Л. С. Ковальчук, І. М. Сидоренко. – Харків: Фоліо, 2023. – 245 с.
7. Козак, Н. Б. Кінофестивалі як драйвери культурного туризму в Україні / Н. Б. Козак // Туризм і гостинність. – 2022. – Вип. 15. – С. 23–30.
8. Кулик, В. М. Кінематограф як інструмент формування національної свідомості / В. М. Кулик // Культурологічний вісник. – 2020. – № 45. – С. 12–19.
9. Левицька, О. С. SMM-стратегії для культурних проєктів / О. С. Левицька. – Київ: Кондор, 2023. – 150 с.

10. Мельник, І. П. Українське кіно: від відродження до глобалізації / І. П. Мельник // Кіно-Театр. – 2024. – № 2. – С. 8–15.
11. Одеський міжнародний кінофестиваль [Електронний ресурс]. – 2024. – Режим доступу: <https://oiff.com.ua/>. – Назва з екрана (дата звернення: 27.04.2025).
12. Павлюк, С. М. Цифрові технології у видавничій справі: навч. посіб. / С. М. Павлюк, О. В. Іванова. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2021. – 200 с.
13. Пономаренко, Т. О. Культурна спадщина в українському кінематографі / Т. О. Пономаренко. – Київ: Знання, 2022. – 180 с.
14. Сидоренко, І. В. Маркетинг культурних ініціатив: практичні кейси / І. В. Сидоренко // Маркетинг в Україні. – 2023. – № 4. – С. 45–52.
15. Український культурний фонд: програми підтримки 2024 [Електронний ресурс]. – 2024. – Режим доступу: <https://ucf.in.ua/programs>. – Назва з екрана (дата звернення: 27.04.2025).
16. Чепурко, О. О. Популяризація української мови через кіно / О. О. Чепурко // Мовознавство. – 2023. – № 3. – С. 67–74.
17. Docudays UA: міжнародний фестиваль документального кіно [Електронний ресурс]. – 2024. – Режим доступу: <https://docudays.ua/>. – Назва з екрана (дата звернення: 27.04.2025).
18. Horbach, N. Digital Platforms for Cultural Engagement in Ukraine / N. Horbach, O. Tkachenko // International Journal of Cultural Policy. – 2023. – Vol. 29, Iss. 2. – P. 123–135. – DOI: 10.1080/10286632.2022.2156789.
19. Kowal, M. Ukrainian Cinema in the Context of National Revival / M. Kowal // Journal of Film and Media Studies. – 2022. – Vol. 7, No. 3. – P. 89–104. – DOI: 10.1177/17489234221145678.

20. Smith, J. A. Social Media for Cultural Projects: Strategies and Insights / J. A. Smith // Media and Communication. – 2021. – Vol. 9, Iss. 1. – P. 210–225. – DOI: 10.17645/mac.v9i1.3678.
21. UNESCO. Cultural Industries in Ukraine: Challenges and Opportunities 2023 [Electronic resource] / UNESCO. – Paris, 2023. – Access mode: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/00003887654>. – Title from the screen (дата звернення: 27.04.2025).
22. Читомо: культурно-видавничий портал [Електронний ресурс]. – 2024. – Режим доступу: <https://chytomo.com/>. – Назва з екрана (дата звернення: 28.05.2025).
23. ЛітАкцент: літературно-культурний ресурс [Електронний ресурс]. – 2024. – Режим доступу: <https://litak.net/>. – Назва з екрана (дата звернення: 27.04.2025).
24. Планета Кіно: офіційний сайт [Електронний ресурс]. – 2024. – Режим доступу: <https://planetakino.ua/>. – Назва з екрана (дата звернення: 27.04.2025).
25. Культура і цифрова трансформація: матеріали міжнародної конференції (Київ, 15–16 жовтня 2024 р.) / ред. О. В. Сидоренко. – Київ: Інститут культурології НАН України, 2024. – 320 с.

ДОДАТОК

ДОДАТОК А – Сторінка статті

Фільм емоційно дуже важкий, але не хотілося, щоб він закінчувався

Published by Ілля Свиридов on 18 ТРАВНЯ, 2025



Люб'язно запрошений головним персонажем фільму, подивився вчора фільм режисерки Ксенії Кравцової «Гляделов» у рамках програми ОМКФ.

Не знаю, чи міг би великий фотограф бажати собі кращого байопіку і кращої режисерки. Бо якщо фото – це назавжди застигла динаміка, то фільм ніби пояснює, що було перед цією застиглістю і після неї, занурює в додаткові контексти й емоції. Це дуже переконлива і виразна міжпоколіннева синергія, яка свідчить про сформованість національної традиції документального жанру.

Чорно-білий світ творів Гляделова оживає у пронизливий спосіб, через діалоги з героями його життя і сюжетів його фотографій, які існують по краях нашого існування – в соціальних низах і на фронтах нашої нескінченної війни з російським мороком і злом.

Гляделова можна назвати одночасно архіваріусом зла і свідком непереможності

RECENT POSTS

18 ТРАВНЯ, 2025

Як розуміти фільм «Будинок «Слово» у сучасних контекстах

18 ТРАВНЯ, 2025

Фільм емоційно дуже важкий, але не хотілося, щоб він закінчувався

18 ТРАВНЯ, 2025

Українське кіно. Чорний квадрат

QUOTE OF THE WEEK

"People ask me what I do in the winter when there's no baseball. I'll tell you what I do. I stare out the window and wait for spring."

~ Rogers Hornsby

ДОДАТОК Б – Сторінка Новин

16 ТРАВНЯ, 2025 | [NEWS](#)

Як розуміти фільм «Будинок «Слово» у сучасних контекстах

Творці стрічки «Будинок «Слово»: нескінченний роман» хотіли розповісти не про митців 1920-х, а про українців у 2020-х. Фільм застерігає нас:... [READ MORE](#)

16 ТРАВНЯ, 2025 | [NEWS](#)

Фільм емоційно дуже важкий, але не хотілося, щоб він закінчувався

Люб'язно запрошений головним персонажем фільму, подивився вчора фільм режисерки Ксенії Кравцової «Гляделов» у рамках програми ОМКФ. Не знаю, чи міг... [READ MORE](#)

16 ТРАВНЯ, 2025 | [NEWS](#)

Українське кіно. Чорний квадрат

Сергій ТРИМБАЧ, кінокритик, кінознавець На фестивалі «Молодість» показали фільм «Малевиц» режисерки Дар'ї Онищенко, вона ж співавтор сценарію разом з Анною... [READ MORE](#)

RECENT POSTS

16 ТРАВНЯ, 2025

Як розуміти фільм «Будинок «Слово» у сучасних контекстах

16 ТРАВНЯ, 2025

Фільм емоційно дуже важкий, але не хотілося, щоб він закінчувався

16 ТРАВНЯ, 2025

Українське кіно. Чорний квадрат

QUOTE OF THE WEEK

"People ask me what I do in the winter when there's no baseball. I'll tell you what I do. I stare out the window and wait for spring."

~ Rogers Hornsby