

УДК 339.138:658.8:004.738.5

Роль вебзастосунків у маркетингових стратегіях креативної молоді аграрного сектору

Вікторія Маслова,

здобувачка вищої освіти спеціальності 122 Комп'ютерні науки

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв, Україна

Анотація: у доповіді розглядається роль вебзастосунків у маркетингових стратегіях креативної молоді, що працює в агропромисловому секторі. Проаналізовано основні типи вебплатформ, які використовуються для просування мистецьких ідей та агробізнесу, зокрема маркетплейси, соціальні мережі, персональні сайти та краудфандингові платформи.

Ключові слова: вебзастосунки, маркетингові стратегії, креативна молодь, аграрний сектор, цифрові платформи.

Сучасні технології значно впливають на агропромисловий комплекс (АПК), не лише вдосконалюючи виробничі процеси, але й змінюючи підходи до маркетингу та комунікації. Особливо це стосується молоді, яка прагне розвивати власні творчі ініціативи в межах аграрного сектору. Використання вебзастосунків як інструменту маркетингу відкриває нові можливості для просування продукції, залучення аудиторії та підвищення конкурентоспроможності.

Вебзастосунки відіграють важливу роль для молодих підприємців та митців в аграрному секторі, надаючи їм платформу не лише для демонстрації своїх товарів і послуг, а й для формування особистого бренду. У рамках агропромислового комплексу це може охоплювати різні аспекти. Наприклад, агроарт-продукція, яка включає картини та скульптури, виготовлені з натуральних матеріалів, отримує вигоду від онлайн-присутності через вебзастосунки. Такі платформи дозволяють митцям досягати ширшої аудиторії та зв'язуватися з потенційними покупцями, які цінують екологічне мистецтво.

Крім того, набирає популярності еко-дизайн, де молоді креативщики можуть розробляти стійкий декор для фермерських господарств та тематичних ресторанів. Вебзастосунки сприяють цьому процесу, надаючи інструменти для ефективного маркетингу цих унікальних дизайнів, тим самим підвищуючи видимість екологічних практик в аграрному секторі.

Ще однією значущою сферою, де вебзастосунки можуть мати вплив, є розвиток фермерських брендів. Промоція унікальних сільськогосподарських продуктів за допомогою візуального контенту дозволяє молодим підприємцям використовувати ці платформи, щоб розповісти свою історію та залучити споживачів, які зацікавлені у місцевих товарах.

Сучасні вебзастосунки також підтримують інтеграцію різних маркетингових інструментів, таких як таргетована реклама, аналітика поведінки споживачів та автоматизовані CRM-системи. Ці функції дозволяють молодим креативщикам краще аналізувати свою аудиторію та адаптувати свої маркетингові стратегії відповідно, підвищуючи їх здатність досягти успіху в конкурентному ринку.

Вебзастосунки для маркетингових стратегій можна умовно поділити на кілька категорій залежно від їхнього призначення.

Таблиця. Основні типи вебзастосунків

Тип вебзастосунку	Функції	Приклади використання у аграрному секторі
Маркетплейси	Продаж продукції, взаємодія з покупцями	Etsy (екологічні вироби), AgroMarket
Соціальні платформи	Створення контенту, залучення аудиторії	Instagram, TikTok (просування агроарт-продукції)
Персональні сайти	Презентація бренду, блог, онлайн-магазин	Wix, WordPress (портфоліо художників-аграріїв)
Краудфандингові платформи	Залучення фінансування	Kickstarter, GoFundMe (збір коштів на мистецькі агропроекти)

Розглянемо вебзастосунки, які демонструють інноваційні підходи до мистецтва, сільського господарства та екологічних практик.

EcoArt Project – це спеціалізована платформа, яка популяризує екологічне мистецтво та стійкі дизайнерські рішення [1]. Мета проекту – підвищити обізнаність про екологічні проблеми через творчий вираз, заохочуючи художників взаємодіяти з екологічними темами у своїй роботі. Надаючи ресурси та видимість еко-художникам, проект сприяє створенню спільноти, яка цінує стійкість та охорону навколишнього середовища в мистецтві.

Farm Art Collective – це спільнота художників, які зосереджуються на агро-мистецтві, використовуючи натуральні матеріали та аграрні локації для створення своїх творів [2]. Ця ініціатива підкреслює зв'язок між мистецтвом і сільським господарством, заохочуючи художників черпати натхнення з сільського пейзажу та практик землеробства. Співпрацюючи з фермерами та використовуючи їх простори, колектив прагне досліджувати перетини мистецтва, природи та стійких практик, врешті-решт сприяючи глибшому розумінню аграрних екосистем через художній вираз.

Agri-Cultura Network – це платформа, яка об'єднує митців, фермерів та активістів для розвитку сільськогосподарських ініціатив через мистецтво [3]. Ця спільна діяльність спрямована на вирішення проблем, пов'язаних із виробництвом їжі, екологічною стійкістю та залученням громади. Завдяки сприянню міждисциплінарним партнерствам, мережа просуває інноваційні підходи до аграрних викликів, використовуючи мистецтво як каталізатор соціальних та екологічних змін. Метою є підвищення видимості аграрних практик та адвокація за стійкі продовольчі системи через творчі зусилля.

Молоді підприємці стикаються також і з численними викликами, які ускладнюють процес впровадження вебзастосунків. Попри явні переваги, конкуренція у цифровому середовищі є надзвичайно високою, що змушує новачків постійно вдосконалювати свої навички та стратегії. Це потребує значних знань у сфері digital-маркетингу, що, в свою чергу, може стати перешкодою для тих, хто тільки розпочинає свій шлях у бізнесі. Крім того, обмежені фінансові ресурси часто стають серйозною перепорою для розробки та впровадження власної вебплатформи. Молоді підприємці можуть відчувати труднощі у знаходженні необхідних інвестицій для реалізації своїх ідей. Проте, незважаючи на ці виклики, перспективи розвитку залишаються позитивними.

Інновації у сфері штучного інтелекту, автоматизації маркетингу та інтерактивного контенту відкривають нові горизонти для креативної молоді, особливо в агросекторі. Ці технології не лише спрощують процеси, але й надають можливості для створення унікального контенту, що може привернути увагу потенційних споживачів. Тому, незважаючи на труднощі, молоді підприємці мають всі шанси досягти успіху у впровадженні вебзастосунків, якщо зможуть адаптуватися до змінюваного середовища та скористатися сучасними технологіями.

Список використаних джерел:

1. EcoArt Project. URL: <https://www.ecoartproject.org/> (date of access: 03.03.2025).
2. Farm Arts Collective | Theater Company. Farm Arts Collective. URL: <https://www.farmartscollective.org/> (date of access: 03.03.2025).
3. Agri-cultura. URL: <https://agri-cultura.org/> (date of access: 03.03.2025).

Abstract: *The report examines the role of web applications in the marketing strategies of creative youth working in the agro-industrial sector. The main types of web platforms used to promote artistic ideas and agribusiness, including marketplaces, social networks, personal websites, and crowdfunding platforms, are analysed. Real-life examples of successful projects demonstrating the effectiveness of digital tools in promoting agroart and ecological design are presented. The main challenges faced by young people and the prospects for the development of web technologies in this area are identified.*

Keywords: *web applications, marketing strategies, creative youth, agricultural sector, digital platforms.*

Науковий керівник:

Пархоменко О. Ю.,

*к. ф.-м. н., доцент кафедри економічної кібернетики,
комп'ютерних наук та інформаційних технологій,
Миколаївський національний аграрний університет*