

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-471-9-45>

TEENAGE BUSINESS ON THE INTERNET AND ITS PROMOTION

ПІДЛІТКОВИЙ БІЗНЕС В ІНТЕРНЕТІ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ

Підлітковий інтернет-бізнес стає все більш популярним у сучасному світі, де фінансова самостійність є важливим фактором розвитку молоді. Зокрема, в умовах, коли традиційне працевлаштування для підлітків має численні обмеження, власний бізнес в інтернеті стає привабливою альтернативою. Метою даної статті є аналіз специфіки підліткового бізнесу, проблем, з якими стикаються молоді підприємці, та способів ефективного просування бізнесу в умовах конкуренції. Розглядається психологічний аспект підготовки до ведення бізнесу та результати впливу такої діяльності на саморозвиток.

Однією з головних проблем, що стоїть перед підлітками, є обмежені можливості для офіційного працевлаштування. Через вік та відсутність досвіду молоді часто відмовляють у роботі, що спонукає їх шукати інші шляхи заробітку. Зокрема, це призводить до того, що багато підлітків звертаються до ідеї створення власного бізнесу в інтернеті. За результатами досліджень конференції соціально-емоційних навичок від Організації економічного співробітництва та розвитку, яка відбулася 26.04.2024 в Болгарії, 48% опитаних учнів планують започаткувати власний бізнес. Однак, ведення бізнесу вимагає спеціальних знань та вмій, зокрема в сфері маркетингу та просування, що є важливим аспектом для досягнення успіху. Відтак, інтернет слугує для них потужною маркетинговою машиною, адже підлітки як ніхто інший розуміють які наразі типи просування найбільш популярні і активно ними користуються.

Розвиток підліткового бізнесу найчастіше спрямований на дві основні категорії – товари та послуги. У товарній сфері підлітки часто виготовляють креативні вироби власноруч (біжутерія, чохла зі смоли, вироби з глини, картини з природних матеріалів тощо). Секрет успіху полягає в тому, що кожен підліток пропонує унікальні товари, створені на основі власних ідей, що дозволяє уникнути надмірної конкуренції. Водночас у сфері послуг (наприклад, б'юті-сфера або перепродаж товарів) спостерігається більша конкуренція через обмежену кількість можливих послуг. Також для започаткування власної справи в б'юті-сфері потрібні більш конкретні навички та знання, які здобуваються під

час проходження курсів, та потребують більших грошових вкладень, що також ускладнює для підлітка зайняття свого місця в цій царині.

Просування підліткового бізнесу в основному відбувається через соціальні мережі, такі як Instagram, TikTok та YouTube. Підлітки активно використовують трендові інструменти, а саме: відео у форматі reels та shorts під популярні аудіодоріжки, для залучення аудиторії. Додатково використовується практика «взаємопіару» між підприємцями, що дозволяє бізнесам розширювати аудиторію за допомогою кооперації з іншими підприємцями. Молоді підприємці, що займаються однаковим типом товарів, рекламують одне одного в Stories що мало б створювати конкуренцію, але діє зовсім навпаки. Відбувається обмін аудиторією, що призводить до збільшення цільової аудиторії та замовлень кожного з магазинів. Але це працює лише коли аудиторія приблизно однакова за обсягом у обох бізнесів. Якщо ж аудиторія замала, то можна скористатися послугою «реклами» в більшого магазину. Незважаючи на те, що тип товарів однаковий, виконавець виставляє невеликий прайс замовнику і рекламує його товари на своїй сторінці. І це також, на подив, не створює конкуренцію, а дозволяє меншому підприємству набрати аудиторію за рахунок такого маркетингу. Тобто, бізнес з великою аудиторією ділиться своїми підписниками за деяку ціну з меншими бізнесами, при цьому не втрачаючи прибутку.

Для того, щоб підлітковий бізнес був успішним, важливо розвивати не лише унікальний продукт або послугу, а й ефективно їх просувати. Одним з ключових кроків є створення якісного бренду, навіть якщо на початкових етапах немає коштів на професійний брендинг. Оформлення соціальних мереж та використання ефективних маркетингових стратегій можуть суттєво вплинути на результативність бізнесу. Підлітки повинні постійно адаптувати свої стратегії під тренди та зміни в ринкових умовах.

Крім того, слід враховувати правові аспекти ведення бізнесу. Згідно зі статтею 35 Цивільного кодексу України, лише починаючи з 16 років підлітки можуть офіційно займатися підприємницькою діяльністю. Це відкриває нові можливості для легалізації бізнесу і його подальшого розвитку, але й накладає вікові обмеження.

Психологічний аспект також є невід'ємною складовою успіху будь-якого підприємця, і це особливо актуально для підлітків, які лише починають свій шлях у бізнесі. Молоді люди стикаються з невизначеністю, конкуренцією та фінансовою відповідальністю, що є для них новим та незвіданим. Психологічна підготовленість до нетипових ситуацій є особливо важливим чинником для успішного розвитку бізнесу.

Згідно з дослідженнями в галузі підприємництва, одним з ключових елементів, що визначають успіх молодих підприємців, є їхня здатність до подолання стресу. Підлітки, які мають високу емоційну витривалість та здатність до адаптації, частіше досягають успіху. Важливо також зазначити, що молоді підприємці навчаються через

невдачі, що формує їхню здатність до подолання стресу і підвищує стійкість до нього.

Крім того, психологічна підготовка включає розвиток таких важливих навичок, як лідерство, комунікація та управління часом. Ці навички є основою для побудови не лише бізнесу, але й особистісного зростання. Відомо, що лідерські якості та впевненість у собі дозволяють підліткам легше керувати своєю командою або працювати самостійно. Підтримка менторів, бізнес-консультантів або психологів також допомагає підліткам адаптуватися до бізнес-середовища та вчитися приймати відповідальні рішення.

Підлітковий бізнес в інтернеті є перспективною можливістю для молоді отримати фінансову незалежність і розвинути підприємницькі навички. Те, що підліток займається усіма видами зайнятості: веде власну сторінку, створює пости (інформаційні, рекламні та товарні оголошення, що розміщуються на сторінці та поєднують в собі дизайн та копірайтинг), просуває свою справу, спілкується з клієнтами, оформлює замовлення, відправляє їм/надає послуги, веде бухгалтерський облік, дозволяє набути цінний досвід у багатьох галузях, що в подальшому буде дуже корисно при працевлаштуванні. Через численну кількість зобов'язань, що припадає на одного підприємця, підліток має змогу здобути організаційні навички, навчитися відповідальності та фінансової грамотності а також не ділити прибуток з найманими працівниками. Незважаючи на численні виклики, такі як обмежені ресурси та конкуренція, підлітки можуть досягти успіху завдяки креативності, ефективному просуванню та використанню сучасних маркетингових інструментів. Законодавство України також сприяє розвитку підприємницької діяльності серед молоді, що відкриває нові горизонти для підлітків, які прагнуть створити власну справу.

Література:

1. Конституція України: Закон України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР. Відомості Верховної Ради України, 1996. № 30. Ст. 141.
2. EdCamp Ukraine. Дослідження соціально-емоційних навичок серед молоді в Україні. Київ: EdCamp Ukraine, 2024. 56 с.
3. Carree, M., van Stel A., Thurik R., Wennekers S. (2002). Economic development and business ownership: An analysis using data of 23 OECD countries. *Small Business Economics*, 2002. Vol. 19(3). P. 271–290.
4. Shepherd D.A. Learning from business failure: Propositions of grief recovery for the self-employed. *Academy of Management Review*, 2003. Vol. 28(2). P. 318–328.
5. Белова Т.Г. Маркетингові дослідження: Конспект лекцій для студ. за напрямом підготовки 6.030507 «Маркетинг» усіх форм навчання. Київ: НУХТ, 2010. 131 с.