

Олимпиада – Конкурс
«Экономический рост России»

**Интернет–предпринимательство как
фактор современного экономического
роста России**

Интернет-предпринимательство как фактор современного экономического роста России

Internet-business as a factor of modern Russian economic growth

Ахметова М. Р.,
Учащаяся 10 б класса
МБОУ Лицей «Содружество»,
Орджоникидзевского района городского округа г. Уфа Респ. Башкортостан,

Akhmetova M.R.,
The student of 10th b class,
Lyceum “Sodruzhestvo”,
Of Ordzhonikidzevsky area in the Ufa city district, Rep. Bashkortostan

Аннотация

В данной работе охарактеризованы современные особенности развития малого предпринимательства в стране – в частности, рассмотрены проблемы и возможности активизации Интернет-бизнеса России; представлены аналитические и эмпирические данные, связанные с развитием Интернет-предпринимательства в РФ, предложены способы увеличения ВВП при помощи усовершенствования законодательства, оказывающего влияние на Интернет-предпринимателей.

Summary

In this report features of the development of business in the country are characterized – in particular, issues and opportunities of intensification of Russian Internet-business are considered, analytical and empirical evidences about Russian Internet-business development are represented, way to increase GDP by dint of improvement of legislation, which influences the Internet-business, is suggested.

Ключевые слова: Интернет-бизнес, предпринимательство, экономический рост.

Keywords: Internet-business, entrepreneurship, economic growth.

Оглавление

| | |
|---|----|
| Введение..... | 4 |
| 1. Современные тенденции развития малого предпринимательства..... | 4 |
| 2. Экономический рост и роль малого предпринимательства в нем..... | 6 |
| 3. Особенности Интернет-бизнеса в России..... | 7 |
| 4. Меры по совершенствованию регулирования деятельности Интернет-предпринимателей..... | 10 |
| Заключение..... | 12 |
| Библиографический список..... | 13 |

Введение

Малое предпринимательство – это, своего рода, двигатель экономики. На сегодняшний день принято по степени развитости малого предпринимательства судить и о гибкости экономики страны. Связано это, прежде всего, с тем, что малые предприятия очень гибки и динамичны, способны на быстрое обновление. С помощью их ценовой и неценовой конкуренции происходит стабилизация цен, научно-технический прогресс, улучшение качества продукции, а также снижение безработицы. Хотя на сегодняшний день и есть исследования по данному поводу, однако они не уделяют достаточного внимания вопросам государственного регулирования Интернет-бизнеса в целях повышения экономического роста страны.

Объектом исследования служат тенденции развития современного малого предпринимательства в Российской Федерации. **Предметом изучения** выступает Интернет-предпринимательство как фактор экономического роста России.

Цель работы – показать зависимость темпов экономического роста от современных тенденций развития предпринимательства в РФ, в частности развития Интернет–бизнеса. А для достижения данной цели в работе ставятся следующие задачи: 1) Выяснить уровень и проблемы развития малого предпринимательства в РФ; 2) Определить положение, занимаемое Интернет-бизнесом в сфере предпринимательства; 3) Проанализировать осведомленность учащейся молодежи России о тенденциях и перспективах развития Интернет-бизнеса; 4) Раскрыть роль Интернет-предпринимательства в современном экономическом развитии страны.

1. Современные тенденции развития малого предпринимательства

Россия на данный момент, к сожалению, пока не имеет собственного пути развития. Поэтому нам приходится брать пример с развитых стран. В таких мощнейших державах мира, как США, Великобритания, Франция, Германия, малое предпринимательство является одним из главных двигателей экономики. Именно там начали свое бурное развитие новые виды предпринимательства – в частности такие, которые основаны на виртуальных услугах.¹

Однако и в нашей стране они успешно приживаются, и даже в своем роде «выживают» своих конкурентов – реальный бизнес, который обладает рядом существенных недостатков: а) несовершенство налоговой системы: слишком высокие налоги снижают стимулы к действию и повышают стимулы к переходу в теневую

¹ Свободная энциклопедия «Википедия» - <http://ru.wikipedia.org>

экономику; б) административные барьеры: сложность регистрации, юридического оформления; в) нехватка производственных помещений и оборудования; г) Нехватка кредитов, в результате чего возникает теневое кредитование. Непривлекательным для кредиторов малый бизнес делают его специфические особенности, а именно высокая степень риска и неустойчивость на рынке; д) Отсутствие квалифицированных кадров, низкий уровень организационно-экономических и правовых знаний предпринимателей.²

Сегодняшние тенденции развития информационного бизнеса таковы, что он стабильно опережает традиционные отрасли по темпам роста, занятости и другим экономическим показателям. Таким образом, в новых экономических условиях все отчетливее проявляются следующие *характерные черты информационного общества*: создание рынка информации и знаний как одного из важнейших факторов производства; возрастание роли инфраструктуры (телекоммуникационной, кредитно-денежной, транспортной, организационной); преобладание сферы услуг, в которой определяющую роль играет информация; инвестиции в человеческий капитал (знания, информация, образование); основной формой развития начинает выступать информационная, глобальная, инновационная экономика – это новый тип экономики, которая организована вокруг информационных сетей; интересы человека начинают выходить за узкие рамки стремления к удовлетворению материальных нужд, возникает потребность в реализации своего творческого потенциала, раскрытии своих индивидуальных возможностей.

Учитывая данные тенденции в экономике, меняется и предпринимательская деятельность, приобретая новые формы и черты. В частности, к новым направлениям предпринимательской деятельности, связанным с развитием информационных технологий, следует отнести: 1) предоставление содержательной информации в форме службы новостей, электронных библиотек, видеотек, банков данных и пр.; 2) оказание вспомогательных услуг (проектирование, программирование, электронная передача документов, ввод данных и т.д.); 3) производство, продажа и сервисное обслуживание информационных и интегрирующих технологий, средств связи; 4) обеспечение каналов связи, курьерская и электронная почта, кабельное потребности частных лиц в информации и развлечениях; 5) развлекательный традиционный и электронный бизнес (создание информационного продукта музыкального, художественного, юмористического и

² Сергеев И. В., Веретенникова И. И. Экономика организации (предприятия): Учебное пособие - 5-е изд., перераб. и доп.: Юрайт, 2012.

игрового характера, распространение его в виде печатных изданий, пластинок, кассет, дискет и т.д., а также посредством радио- и ТВ-трансляции, сети Интернет).³

2. Экономический рост и роль малого предпринимательства в нем

Под экономическим ростом следует понимать долгосрочную тенденцию увеличения реального ВВП. То есть при помощи экономического роста облегчается решение проблемы ограниченности ресурсов и становится возможным удовлетворение более широкого спектра человеческих потребностей.

В настоящее время именно проблемы роста экономики становятся основной темой экономических дискуссий. Одними из основных факторов роста экономики являются: научно-технический прогресс; улучшение качества производимой продукции; быстрое реагирование на положение общемирового рынка. И все это возможно при развитии малого предпринимательства. Но, учитывая, что среди наиболее значимых достижений 20 века стало открытие и развитие сети Интернет, технологии и стандарты передачи данных через Интернет во многом опередили принципы ведения бизнеса. По данным за 2010 – 2011 гг. доля организаций РФ, использовавших Интернет, оказалась такова (см. рис. 1)⁴

Рис. 1. Доля предприятий и организаций, использовавших Интернет в РФ

Многие современные эксперты пришли к выводу о том, что Интернет – это рынок 21 века. Исследования показывают, что объем коммерческих сделок (транзакций) через глобальную Сеть в ближайшем будущем превысит объем традиционных наличных сделок. По данным исследовательской группы ИТУ⁵ (МСЭ – международный союз

³ Золотухина А.В. Предпринимательство в условиях рыночной экономики // Курс экономики и теории рынка: учеб. пособие / под общ. ред. И.А. Хисамутдинова: в 2 ч. – Ч. 2. – Уфа: Изд-во УГНТУ, 2009. – стр. 92-137.

⁴ Официальный сайт федеральной службы государственной статистики РФ: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/it/monitor_rf.xls

⁵ Веб-сайт исследований ИТУ (МСЭ) - <http://www.itu.int/ITU-D/ict/facts/2011/material/ICTFactsFigures2011.pdf>

электросвязи), треть мира пользуется сетью Интернет. При чем 45% пользователей – это люди, возраст которых составляет 25 лет и младше. За последние 5 лет (как пишет ИТУ) развивающиеся страны повысили долю людей, пользующихся Интернетом от общемирового показателя пользователей Интернета от 44% (2006 г.) до 62% (2011г.). Т.е. произошла тенденция развития сети Интернет в развивающихся странах, в том числе и в России.

Вместе с тем, происходит все большее и большее вовлечение предпринимательской сферы в производство высокотехнологических товаров и услуг, сферу купли-продажи информационных благ, электронную коммерцию и электронный бизнес – как элементы формирования и развития в РФ так называемой «виртуальной» экономики. В российской сети Интернет можно найти десятки, а то и сотни тысяч сайтов, созданных именно жителями нашей страны. А какие же Интернет-магазины являются наиболее востребованными на данный момент? В следующей таблице представлено 10 самых популярных российских сайтов Интернет-предприятий.

Рейтинг российских сайтов ведущих Интернет-предприятий⁶

Таблица

| Позиция | Веб-сайт | Товарная категория | Среднемес. оборот | Конверсия (%) | Посещаемость (тыс. чел. в месяц) |
|---------|--------------|---------------------------|-------------------|---------------|----------------------------------|
| 1 | Ozon.ru | Гипермаркет | 348.60 | 0.93 | 14 652 |
| 2 | KupiVIP.ru | Одежда, обувь, аксессуары | 186.78 | 1.59 | 4 913 |
| 3 | Sotmarket.ru | Телефоны, компьютеры | 87.38 | 0.81 | 1 315 |
| 4 | Uti-note.ru | Компьютеры | 77.03 | 2.25 | 419 |
| 5 | Citilink.ru | Телефоны, компьютеры | 44.30 | 0.81 | 667 |
| 6 | Vasko.ru | Гипермаркет | 43.54 | 2.32 | 356 |
| 7 | Boutiaue.ru | Одежда, обувь, аксессуары | 35.51 | 0.50 | 641 |
| 8 | Top-shop.ru | Гипермаркет | 32.44 | 0.90 | 1 300 |
| 9 | Dostavka.ru | Гипермаркет | 27.83 | 0.87 | 712 |
| 10 | Sapato.ru | Одежда, обувь, аксессуары | 17.03 | 0.50 | 1 413 |

* Конверсия — это отношение числа посетителей сайта, выполнивших на нем какие-либо целевые действия, к общему числу посетителей сайта.

По данным таблицы видно, что наиболее востребованными являются сайты «электронных» гипермаркетов (т.е. таких, где продаются различные товары и услуги) и сайтов по продаже всевозможной электронной техники.

⁶ Веб-сайт «100 самых прибыльных Интернет-магазинов» - <http://www.sd-company.su/news/1667>

3. Особенности Интернет-бизнеса в России

Для изучения отношения учащейся молодежи к Интернет-предпринимательству был проведен опрос среди учащихся старших классов Лицея «Содружество». Опросный лист приведен в приложении. Результаты опроса позволили прийти к следующим выводам:

1. С понятием «Интернет-бизнес» знакомы все опрошенные ученики (всего опрошенных было в количестве 61 человек), а, следовательно, можно делать вывод о том, что Интернет-бизнес стал очень популярным и принцип его действия знаком современной молодежи. **2.** Большинство респондентов знакомо с представленными в сети веб-сайтами, причем ученикам больше знакомы сайты, являющиеся Интернет-магазинами техники, продуктов питания и одежды.

4. По частоте пользования услугами Интернет-бизнеса респонденты распределились следующим образом (см. рис. 2):

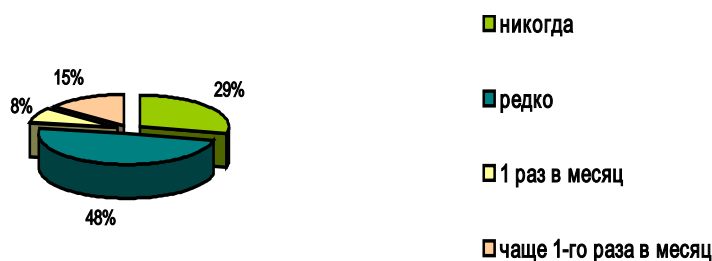


Рис. 2. Распределение респондентов по частоте покупок через Интернет

Получается, что подавляющая часть – 71% учащихся – «имела дело» с Интернет-бизнесом, и лишь 29% – нет. Однако почти половина опрошенных (49%) пользуется услугами бизнеса через Интернет редко, но, несмотря на это, 15% делают это чаще, чем 1 раз в месяц, и 8% – 1 раз в месяц. Посмотрев на диаграмму, можно уже говорить о достаточной практичности и популярности Интернет-бизнеса в кругах молодежи.

5. Среди преимуществ Интернет-торговли опрошенные выделили следующие: нет необходимости выходить из дома (39%); экономия времени (15,5%); в Интернет-магазинах ассортимент товара шире (20%); цены на услуги определенно ниже (27,5%). А вот и подмеченные недостатки: присутствует вероятность мошенничества (31%); при заказе определенных товаров доставка может длиться долго(14%); заказанные товары могут оказаться некачественными (29,5%); заказывая товар, «пощупать» его самостоятельно невозможно (25,5%); при заказе товара присутствует вероятность того, что перепутают его с др. товаром/ размер/ цвет и т.п. (10%). Таким образом, несмотря на все преимущества Интернет-торговли (быстро, выгодно, удобно), существует и немалое количество ее недостатков. Данный вид бизнеса, к сожалению, является еще совсем неусовершенствованным. Поэтому есть необходимость обратить внимание на ведение

бизнеса через Интернет путем создания более жесточенных законов, дабы исключить частые случаи мошенничества.

6. А что же необходимо для создания собственного Интернет-бизнеса? Опрошенные ученики ответили на этот вопрос следующим образом: стартовый капитал (32%); человек, обладающий знаниями в области программирования (33%); источник снабжения товаров/услуг (20%); создание сайта (21,5%); предпринимательские способности (10%); разработка бизнес-плана (4%); желание (4%); знание законов (4%). Нельзя не согласиться со всеми ответами, однако, по-видимому, ученики не имеют полного представления о том, что нужно для создания собственного Интернет-бизнеса, что подчеркивает необходимость повышения информирования населения (в частности, со стороны государства)

7. На вопрос «Приходилось ли вам заниматься ведением бизнеса через Интернет?» положительно ответили 21,5% опрошенных – преимущественно в форме перепродажи товаров.

На основе проведенного опроса среди учащихся старших классов можно сделать вывод о том, что современная молодежь заинтересована в Интернет-бизнесе и активно пользуется его услугами. Это значит, что Интернет-торговля становится приоритетным направлением предпринимательства для нынешнего поколения. А, следовательно, немалая их часть выявит желание также обладать собственным Интернет-бизнесом спустя некоторый промежуток времени, так как это явно окажется рентабельным. Именно для этого со стороны государства необходимо объяснить молодежи, как организовать собственный онлайн-бизнес, начиная с «нуля». Поэтому повышение степени информированности молодежи в отношении развития малого предпринимательства является очень важным.

Однако, не смотря на интенсивное развитие и эффективность Интернет-бизнеса, на данный момент в нашей республике предпринимателям этой сферы поддержка не оказывается вообще!⁷ Я считаю это совершенно неправильным. Ведь при помощи чего или даже кого новичок будет организовывать свое дело? Получается, что владеют Интернет-бизнесом по большей части люди уже состоятельные и имеющие навыки программирования. На мой взгляд, это довольно нечестно по отношению к остальным, поэтому я призываю государство к тому, чтобы оно обеспечило сферу Интернет-бизнеса хотя бы малейшими льготами: предоставлением лизингов/кредитов, грантами,

⁷ Официальный сайт Фонда развития и поддержки малого предпринимательства РБ (Респ. Башкортостан) - <http://www.mbbash.ru/>

стажировками и т.п. При этом, как же быть с налогообложением Интернет-бизнеса? И контролем за ним? Возможно, следует создать «виртуальную» налоговую службу?

Можно даже уже включить несколько пунктов в условия для получения государственной поддержки Интернет-бизнеса в будущем: наличие бизнес-плана; предоставление сметы расходов; документы, подтверждающие вложение собственных средств субъекта малого предпринимательства в размере не менее 25% от суммы запрашиваемых средств.

Необходимо менять ситуацию в сфере Интернет-бизнеса путем вмешательства государственных органов. Потому что позже будет уже очень тяжело что-либо исправить (слишком уж интенсивно развивается Интернет-бизнес).

4. Меры по совершенствованию регулирования деятельности Интернет-предпринимателей

Совсем недавно в сети Интернет было опубликовано исследование под названием «Экономика Рунета 2011-2012», организованное РАЭК и ВШЭ. Интересно то, что в данной исследовательской работе, как и в законодательно принятой еще 7 февраля 2008 года «Стратегии развития информационного общества в РФ» был представлен ряд рекомендаций для государственной власти по развитию Интернет-экономики в России. Однако основной минус указанных источников состоит в том, что четких, т.е. детальных рекомендаций они не представляют, не хватает «конкретики».

Какие же конкретно меры нужны?

Во-первых, как было упомянуто выше, необходимо предпринять меры по осуществлению поддержки предприятиям в сети. Во-вторых, Интернет-бизнес должен осуществляться в рамках действующего законодательства – в связи с этим необходимо возложить на провайдеров обязанность, при регистрации домена (сайта), требовать предъявление документов о регистрации в качестве налогоплательщика – юридического лица либо индивидуального предпринимателя, а также в обязательном порядке представлять регистрационный номер (ОГРН, ИНН) на созданном сайте Интернет-предприятия. Тогда и уменьшится число Интернет-предприятий, действующих вне закона. И, соответственно, повысится тех, кто следует законодательству государства и работает честным путем.

Однако основной вопрос состоит в следующем: как сделать так, чтобы не заставлять предпринимателей регистрироваться, а именно заинтересовать в этом, предложить то, что сможет их привлечь? Почему бы не создать электронный Государственный ресурс, через

который осуществлять все необходимые «операции» и назвать его, например, ГСРУИБ (Государственная Система Регистрации и Учета Интернет-Бизнеса)?

Принципами действия ГСРУИБ могли бы стать следующие: 1) Любой желающий стать предпринимателем в сфере Интернет-бизнеса заходит на сайт, оставляет определенные данные (например: номер, серию паспорта; номер моб. телефона; адрес проживания и прописки и т.п.); 2) Приходит в специальный отдел (реально существующее здание) для выдачи «Карты Интернет-предпринимателя», где соответственно получает пластиковую карту с «уникальным» (номером) кодом. При всем при этом не придется стоять в очередях, а нужно будет лишь подтвердить свою личность соответствующими документами; 3) Затем, при помощи кода пластиковой карты возможно создание собственного сайта для будущего Интернет-предприятия. То есть лишь при вводе «уникального» кода предприниматель на законном основании может начать создание сайта Интернет-бизнеса; 4) Все дальнейшие платежи, связанные с созданным Интернет-предприятием, будут осуществляться непосредственно по «карте Интернет-предпринимателя». Она будет действовать так же, как и остальные пластиковые карты – операции с картой возможно будет совершать через обычные платежные терминалы (банкоматы).

При этом, для тех, кто будет пользоваться именно этой государственной «карточной» системой, будут предоставляться дополнительные льготы (например, будет уменьшен размер налога на предпринимательский доход или размер косвенных налогов, включаемых в цену продаваемого товара). Именно таким образом можно стимулировать заниматься легальным Интернет-бизнесом, что соответствует трем основным «фишкам» привлечения: быстро, выгодно, удобно. Возможно также и введение налоговых льгот не только для Интернет-предпринимателей, но и для производителей, поставщиков, транспортных организаций, реализация (продажа) товара которых осуществляется через легальный (зарегистрированный) Интернет-бизнес.

То есть государству необходимо создать условия для того, чтобы вся «цепочка» «производство-торговля-потребление» была заинтересована в легальном ведении Интернет-бизнеса.

Например: перед поставщиком табуреток стоит дилемма: отдать табуретки Интернет-предпринимателю, действующему нелегально (то есть без государственной регистрации) или же продать их Интернет-предпринимателю, обладающему «Картой Интернет-предпринимателя». Конечно же, в этом случае он оформит сделку со вторым, так как ему будет выгодно получение льготы на косвенный налог со стороны государства. Таким образом, будут учтены интересы как предпринимателей, так населения, и

государства. Получается, что необходимо не только предоставлять удобства, но и поощрять всех, кто связан с легальным Интернет-бизнесом.

Ко всему прочему нужно создать специальную систему показателей (статистику), которые отражали бы долю Интернет-бизнеса в ВВП страны, и товары, имеющие наибольшие продажи через Интернет. Ведь на самом-то деле эту информацию очень затруднительно найти простому гражданину. На пример, веб-сайт Гос. статистики РФ не предоставляет таких данных, и к тому же остальные данные о малом бизнесе страны давно устаревшие ⁴ (последние опубликованы за 2009-2010 гг.). Приходится тратить уйму времени, дабы найти малейшую полезную информацию об Интернет-бизнесе России.

Заключение

Проведенная исследовательская работа позволяет сделать следующие выводы:

1. Электронная среда открывает для предпринимательства новые экономические возможности. По мере распространения новых информационных технологий и сети Интернет, все большее число фирм вовлекаются в сферу электронной коммерции. Происходит как создание новых предприятий, ориентированных только на электронную коммерцию, так и использование традиционными предприятиями элементов электронной коммерции в своей практике.
2. За последнее время наметилась резкая тенденция развития Интернет-бизнеса. Безусловно данный способ ведения бизнеса является прогрессивным и очень удобным. Его эффективность сейчас предельно высока. Однако существует еще очень много различных нюансов. Необходимо дать еще время для развития данной отрасли бизнеса. И уже в ближайшее время мы сможем действительно довольствоваться тем, что существуют такие вещи, как интернет-магазины, интернет-каталоги и т.п.
3. Современная молодежь, как показал опрос, сильно заинтересована в данной сфере. А, следовательно, можно из этого предположить, что немалая часть выявит желание также обладать собственным Интернет-бизнесом, так как это явно окажется рентабельным. Именно для этого со стороны государства необходимо объяснить молодежи, как организовать собственный онлайн-бизнес, начиная с «нуля», и оказать ему соответствующую финансовую поддержку (необходимо создать программу субсидирования Интернет-предприятий, для повышения уровня данной сферы бизнеса).
4. Необходимо совершенствование механизма регистрации и регулирования Интернет-бизнеса, при чем такого, чтобы были учтены интересы как предпринимателей, так и

государства. Для этого, в частности, может быть создана так называемая ГСРУИБ, которая будет регистрировать Интернет-предпринимателей и отслеживать их деятельность при помощи простой «Карты Интернет-предпринимателя».

5. Необходимо создать систему статистических показателей, отражающих участие Интернет-предпринимательства в создании ВВП страны (это станет возможным после легализации Интернет-предпринимательства путем предложенной системы государственной регистрации и учета их деятельности).

Если государственными органами будет учтено все вышеперечисленное, то Интернет-бизнес действительно окажет значительное влияние на ВВП нашей страны, что в будущем заметно повлияет на положительный рост экономики России.

Библиографический список

1. Свободная энциклопедия «Википедия» - <http://ru.wikipedia.org>
2. И. В. Сергеев, И. И. Веретенникова учебное пособие «Экономика организации (предприятия)», 5-е изд., перераб. и доп.: Юрайт, 2012.
3. Золотухина А.В. Предпринимательство в условиях рыночной экономики // Курс экономики и теории рынка: учеб. пособие / под общ. ред. И.А. Хисамутдинова: в 2 ч. – Ч. 2. – Уфа: Изд-во УГНТУ, 2009. – стр. 92-137.
4. Официальный сайт федеральной службы государственной статистики РФ: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/>
5. Веб-сайт исследований ИТУ (МСЭ) - <http://www.itu.int/ITU-D/ict/facts/2011/material/ICTFactsFigures2011.pdf>
6. Веб-сайт «100 самых прибыльных Интернет-магазинов» - <http://www.sd-company.su/news/1667>
7. Официальный сайт Фонда развития и поддержки малого предпринимательства РБ (Респ. Башкортостан) - <http://www.mbbash.ru/>

Bibliographical list

1. The Free Encyclopedia - <http://ru.wikipedia.org>
2. Textbook (Bachelor), "The economics of organization (enterprise)": I. V. Sergeyev, I.I. Veretennikova. - 5th ed., Rev. and add.: Yurayt, 2012.
3. Zolotukhina A.V. Business in a market economy // Course economy and market theory: studies. manual / Ed. redaction by I.A. Khisamutdinova: 2 p - Part 2. - Ufa: published: UGNTU, 2009. - pages 92-137.
4. The Official website of the Federal State Statistics Service: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/>

5. <http://www.itu.int/ITU-D/ict/facts/2011/material/ICTFactsFigures2011>: website of ITU researches.
6. <http://www.sd-company.su/news/1667>: website of "100 most profitable shops"
7. The Official Website of the development and support of small business RB:
<http://www.mbbash.ru/>

Приложение

Опросный лист учащихся старших классов МБОУ «Лицей «Содружество»

на тему «Интернет-бизнес»:

1. Что вы понимаете под «Интернет-бизнесом»?
2. Укажите: какие из ниже представленных Интернет-магазинов г. Уфа вам знакомы?
 - 1) <http://ufa.dns-shop.ru>
 - 2) <http://www.klamas.ru>
 - 3) <http://www.fotomen.ru>
 - 4) <http://dackodostavka.ru>
 - 5) <http://www.ufa-sushi.ru>
 - 6) <http://www.championnet.ru>
 - 7) <http://www.ivagant.ru>
 - 8) <http://azz-art.ru>
 - 9) <http://www.akcentplus.ru>
 - 10) <http://www.expresslab.ru>
3. В каких Интернет-магазинах вы когда-либо что-либо приобретали?
4. Как часто вам приходится пользоваться услугами Интернет-бизнеса?
5. Какие преимущества и недостатки вы можете выделить в Интернет-торговле?
6. Что нужно, на ваш взгляд, для создания Интернет-бизнеса?
7. Занимались вы самостоятельно ведением бизнеса через Интернет? (например, куплей-продажей).