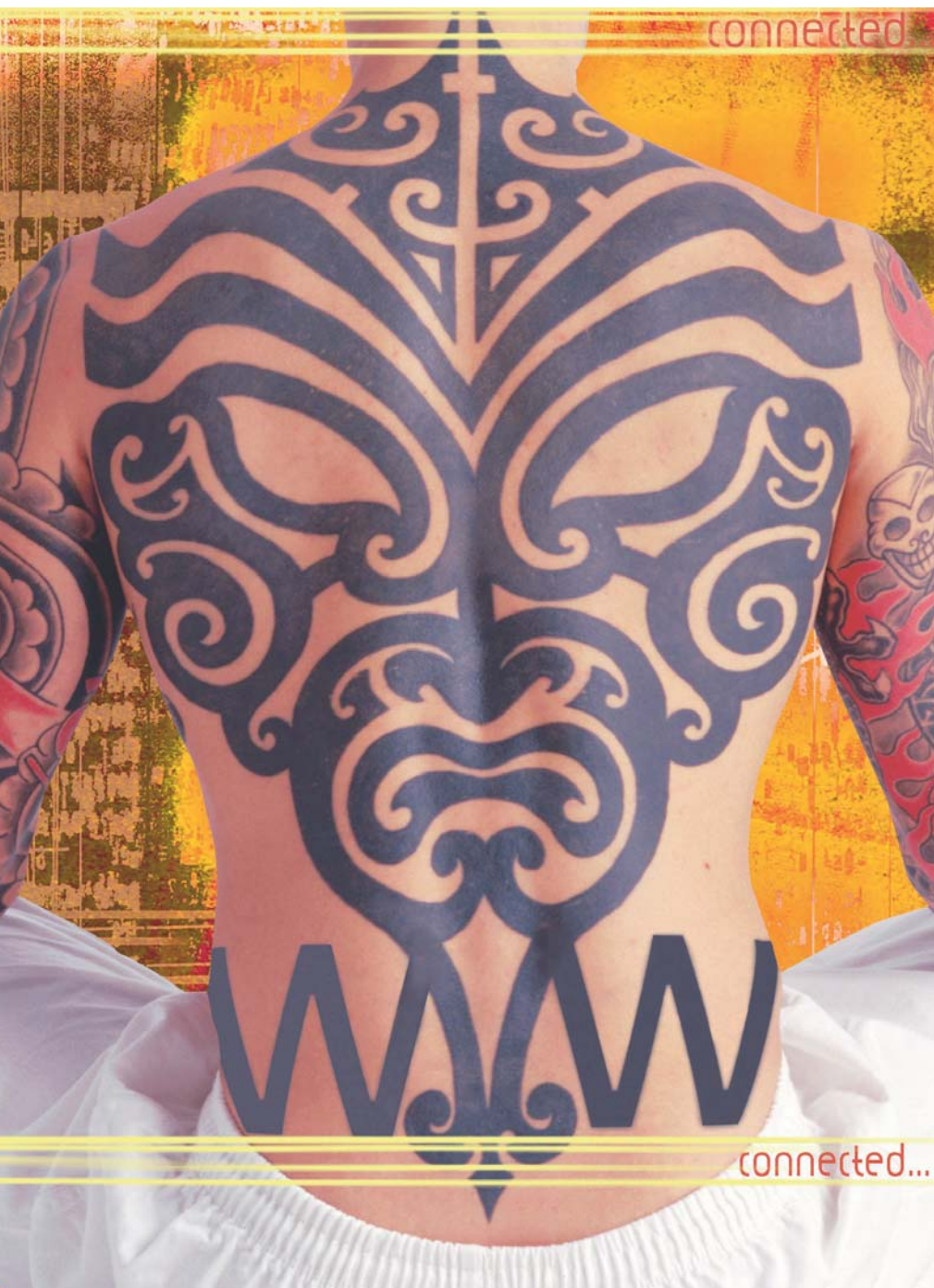


Перу

«Хау! Я сказал Enter!»

Далекое государство Перу. Пожалуй, у многих наших читателей название этого государства не вызовет никаких ассоциаций. Ну, может быть, кто-то подумает, что там живут индейцы и водятся ламы. Наверняка еще все вспомнят, что «это где-то в Америке». Но Америка Америке рознь. О чем наглядно свидетельствуют факты.



Как это часто бывает, толчок к развитию перуанского Интернета дали научно-исследовательские структуры. Благодаря их усилиям в 1991 году была создана Научная сеть Перу Red Científica Peruana (<http://ekeko.rcp.net.pe>). Компания задумывалась как некоммерческий проект, но уже вскоре стала одним из первых коммерческих провайдеров в Латинской Америке. Изначально же эта структура создавалась для обмена информацией между местными учеными и исследователями. За три тысячи долларов была куплена старая IBM, которая и стала вместе с четырьмя модемами фундаментом RCP.

Следующим этапом в развитии компании стало открытие сети интернет-кафе. Уже вскоре после начала коммерческой деятельности компания начала активно открывать интернет-кабины по всему Перу. Сегодня их насчитывается более полутысячи по всей стране. На тот момент в RCP не строили больших планов относительно получения прибыли, что сделало Интернет доступным самым широким слоям населения из-за невысокой цены. В том же 1991 году было отправлено и первое электронное письмо, которое адресовалось сразу нескольким адресатам в Перу и США.

Сеть в джунглях

Особое внимание следует уделить тому факту, что Интернет начал проникать вглубь страны, в нетронутые джунгли. Так, многие мировые агентства новостей обле- »

» тело известие о том, что древнее племя в деревушке в сельве Амазонки, долго не общавшееся с представителями цивилизации, вдруг начало осваивать Интернет. Здесь нужно отметить, что Перу не принадлежит к числу богатых стран, а потому об Интернете многие здесь думают в последнюю очередь. Но, видимо, кому-то очень захотелось провести интернетизацию одного отдельно взятого племени ашанинка (ashaninka). Их древнее селение случайно было обнаружено в 20-х годах прошлого века. Пришедшие вскоре торговцы обобрали племя до нитки и поставили людей в нищенские условия существования.

Но в октябре 1999 года представители местной телекоммуникационной компании привезли компьютер, электрогенератор и спутниковую антенну. Грант на интернетизацию деревушки выделило правительство Канады. Вождь Освалдо Росас и пятеро других лидеров племени сели на 8 недель за школьные парты для изучения информационных технологий. В качестве дипломного проекта они сконструировали web-сайт племени (www.rcp.net.pe/ashaninka). А дальше — пошло-поехало: в итоге с помощью Сети вождю удалось продать апельсины, выращенные на местной плантации в пригороде Лимы, на 10% дороже той цены, которую предлагали местные торговцы.

Хотя эта история и является скорее исключением из правил, Хосе Сориано, один из основателей RCP, до сих пор придерживается идеи общедоступности Интернета. Все 43 учреждения, университета и компании, которые создали сеть RCP для Перу, старались максимально популяризировать Интернет в стране. Именно тогда и

родилась идея (авторство приписывают все тому же Сориано) перуанских киберкафе — *cabinas publicas*, — которые стали вскоре в массовом порядке появляться по всей стране. Сегодня уровень технологий, которые удалось освоить и перуанским компаниям, позволил модернизировать киберкафе в крупнейших городах в соответствии с последним словом техники. Но в Перу в последнее время поставщики интернет-услуг стараются пропагандировать не места массового публичного доступа в Интернет, а так называемые интернет-киоски. Лидером по их производству на местном рынке является компания BellSouth.

Последнее достижение — интернет-киоски Internet Movil — уже можно встретить во многих местах Лимы и других крупных городов. Пользуется ими в основном респектабельная молодежь, в то время как дети бедняков частенько вымещают на них свою злость по поводу социального неравенства. Разработка гармонично вписывается в дизайн деловых районов столицы, для которых, собственно, и разрабатывался проект. В BellSouth не ставят задачи установить такие киоски по всей стране. Поэтому столица Перу Лима является скорее местом обкатки товара, который будут покупать богатые соседи.

Если не хватает проводов

Но вернемся к истории. В марте 1994 года было установлено спутниковое соединение с National Science Foundation во Флориде. Отметилась в Перу и еще одна инициативная группа по развитию латиноамериканского Интернета. В 1995-м проект RedHUCyT финансировал приобретение маршрутизатора Cisco 7000 для развития все той же Научной сети. А ини-



Статистика

Цифры и факты

Согласно статистике, в Перу на 1999 год насчитывалось почти 8 тысяч подключенных к Интернету компьютеров. По официальным данным, подписчиками местных провайдеров на тот момент являлись чуть более 100 тысяч перуанцев. Собственные компьютеры в 1999 году имели лишь 7% населения страны. Таковы результаты последнего масштабного исследования интернет-рынка в Перу, проведенные компанией Pyramid Research (www.pyramidresearch.com) еще в 1999 году. С тех пор подробно никто местный рынок не исследовал. Так что в оценке сегодняшнего числа пользователей в Перу придется довериться данным все той же Pyramid Research.

- ▶ 1995 год: 1300.
- ▶ 1996 год: 8100.
- ▶ 1997 год: 66 800.
- ▶ 1998 год: 81 200.
- ▶ 1999 год: 100 700.
- ▶ 2000 год: 148 600.
- ▶ 2001 год: 213 600.
- ▶ 2002 год: 296 700.
- ▶ 2003 год: 405 400.
- ▶ 2004 год: 545 400.

циатива INFOCyT позволила перуанцам получить консультации специалистов из Чили.

На заре перуанского Интернета RCP зывала своих клиентов самыми различными способами. Была проведена масштабная информационная кампания, в ходе которой всем объяснялось, что Интернет — это будущее человечества. Убедительность аргументов позволила компании уже к августу 1995 года обслуживать 9000 подписчиков, а к декабрю 1996-го их число выросло до 60 000.

Но потом был спад. Одни называли его причиной монополию государства на рынке телекоммуникационных услуг. Другие, после приватизации Telefonica в 1999 году, отмечали, что причина в плохом состоянии телекоммуникаций вообще. Бесспорно то, что плотность телефонных линий в Перу ниже, чем у бедного соседнего Эквадора. При этом 15% всех линий приходится на Лиму. Добавляло пессимизма и то, что страна находилась в конце XX века в затяжном экономическом кризисе. И стоило достичь первых позитивных результатов в эконо-



▲ Дипломная работа индейцев племени ашанинка. Вполне возможно, что к этой страничке приложил руку и вождь племени

» мике, как сразу появились предпосылки к развитию Интернета.

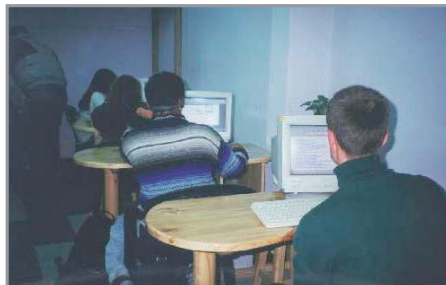
В 1994 году Перу имело один из самых низких в Латинской Америке уровней телефонизации — три телефона на сто жителей. Но в феврале того года правительство приняло решение о децентрализации рынка коммуникационных услуг. В ходе аукциона было продано около 35% акций двух телекоммуникационных компаний государства — Empresa Nacional de Telecomunicaciones (Entel) и Compania Peruana de Telefonos (CPT). Их контрольные пакеты приобрела компания Telefonica Internacional (TISA), являющаяся филиалом испанской Telefonica, более чем за \$2 млрд. Компании были объединены в единую структуру — Telefonica del Peru.

С тех пор начался прогресс местного рынка телекоммуникаций. Соглашение между правительством и Telefonica del Peru, действовавшее до 1998 года, позволило качественно улучшить рынок связи и подготовить его к монополизации.

По числу интернетчиков Перу является безоговорочным аутсайдером среди государств Южной Америки. Показателем этого могут быть данные аналитиков из Jupiter Research, согласно которым к 2005 году на Перу будет приходиться лишь 2% времени, проведенного пользователями Южной Америки в Интернете. При этом нельзя забывать, что львиную долю этого времени составляет доступ из интернет-кафе: домашний Интернет для большинства перуанцев остается пределом мечтаний.

Общее число пользователей в стране, по оценкам на конец прошлого года, приблизилось к 300 тыс. Намного больше читателям скажет тот факт, что по процентному

отношению числа пользователей ко всему населению страны Перу занимает последнее место в регионе. И это притом, что именно перуанские провайдеры первыми вышли на потребительский рынок Южной Америки.



▲ В перуанских киберкафе сконцентрирована львиная доля местных интернет-пользователей

Провайдеры

Сегодня на перуанском рынке интернет-провайдинга безоговорочно доминируют зарубежные компании. Позицию номер один уверенно удерживает испанский спрут Terra Network (www.terra.es). На долю этой компании приходится порядка 80% всех интернет-пользователей Перу. Другой показатель, подтверждающий лидерство Terra Network, — через ее сети проходит около половины перуанского трафика (по данным правительственной организации Osiptel).

На посту лидера Terra сменила старожилка местного Интернета — Red Cientifica Peruana (RCP), которая, напомним, была первым провайдером в Перу. В 2000 году компания поменяла название на более звучное Infoductos и до сих пор остается одним из крупнейших игроков рынка интер-

нет-услуг в Перу. В частности, именно этой организации принадлежит право администрирования перуанской национальной доменной зоны .pe. Сегодня Infoductos оказывает влияние на 20% рынка интернет-услуг, во многом благодаря партнерству все с той же Terra. Последняя в 2000 году провела изрядную чистку рядов интернет-провайдеров, поглотив пару десятков мелких поставщиков интернет-услуг.

Кроме указанных двух компаний активную работу на перуанском рынке ведут американские гиганты AT&T и Comsat. Но они нацелены в первую очередь на крупных корпоративных клиентов. Так, AT&T после появления на местном рынке в середине 2000 года удалось заполучить себе в клиенты Перуанскую валютную биржу и Национальную ассоциацию банков. Comsat же появилась на рынке намного раньше и уже который год активно продает в Перу свою Globalway.

Кроме крупных игроков предоставленным интернет-услугами занимаются и десятки более мелких структур. Крупнейший перуанский банк Banco de Credito обеспечивает бесплатным доступом в Интернет всех своих клиентов, продвигая тем самым свой сервис онлайн-банкинга. El Comercio (www.elcomerciope.com.pe), самая старая и самая крупная газета в Перу, в 2000 году запустила собственный бесплатный сервис для подписчиков газеты. Используя его, уже в первый год работы сервиса около 50 тыс. человек получили возможность покупать музыку и другие товары в Сети. Кстати, этот сервис активно продвигает к использованию платежную систему, анонсированную все тем же Banco de Credito.



▲ Сайт самого популярного делового журнала Перу. Дизайн этого ресурса прост и лаконичен. Пока это единственный сайт такого издания в стране



▲ Если вам интересно узнать побольше об экзотическом для нас государстве Перу, то портал Peru.org.pe предоставит вам большое количество информации

» Электронная коммерция

Особенностью перуанской электронной коммерции является очень вялое использование традиционных пластиковых карт вроде Mastercard (www.mastercard.com). По уровню активности платежей с использованием таких карт Перу занимает последнее место в Южной Америке. Это является серьезным препятствием к развитию электронной коммерции. Единственным постоянным источником доходов для крупных перуанских сайтов остается онлайн-реклама. По оценкам чилийской исследовательской компании Certifica (www.certifica.com), оборот рынка сетевой рекламы перуанского Интернета в 2001 году составил \$2,5 млн.

Крупные банки начинают осваивать сервисы онлайн-банкинга. Теперь такие услуги предоставляют почти все перуанские кредитные организации. Лидируют же Interbank и упоминавшийся Banco de Credito. A Banco Weise Sudameris активно продвигает свой онлайн-сервис по торговле недвижимостью. Его работу поддерживают около 150 агентов. Около 5 тыс. уникальных посетителей их сайта по достоинству оценили качество предоставляемых услуг. Примечательно, что для их оплаты Banco Weise Sudameris предпочитает пользоваться сервисом, созданным совместными усилиями с американской компанией Pagum.com (www.pagum.com).

По данным исследовательской компании Arthur Andersen, оборот рынка электронной торговли в Перу в 2000 году составил около \$100 млн. Тем не менее 80% этой суммы пришлось на систему электронного обмена данными (EDI). А потребительская торговля, по данным Перуанского института электронной торговли, охватила в том году лишь \$5 млн. Предвестником будущего роста этих показателей в Перу считают создание в конце 2000 года крупнейшими перуанскими провайдерами точки обмена локальным трафиком NAP. Ее появление должно понизить расходы на загрузку местных интернет-сайтов и будет способствовать ускорению обработки заказов в электронных магазинах.

Сами сайты пока высокой посещаемостью похвастаться не могут. Лидерами по ежедневному трафику являются два крупнейших портала. Peru Online (www.peru.org.pe) был создан не так давно, а вот Ekeko (<http://ekeko.rcp.net.pe>) считается од-

ним из старейших перуанских сайтов, добившихся популярности за долгие годы стабильной работы. Вторую волну популярных проектов составляют медиаресурсы — это уже упоминавшаяся El Comercio (www.elcomerciope.com.pe), Gestion (www.gestion.com.pe) и деловой еженедельник Caretas (www.caretas.com.pe).

Государство и Интернет

Несмотря на проблемы с приобщением к Интернету беднейших слоев населения, в верхах сетевая жизнь буквально бурлит. В местном сегменте Сети с завидным постоянством возникают какие-то эксцессы, в которых замешаны видные политические фигуры страны. Пару лет назад разгорелся скандал вокруг персоны экс-президента Перу Альберто Фухимори. Бывший глава государства решил прибегнуть к помощи современных технологий, для того чтобы разрушить свой отрицательный имидж коррупционера, сложившийся после его ухода с поста главы перуанского государства и получения политического убежища в Японии. Для этого он создал свой сайт, посвященный успехам, которых добилось правительство Перу за десятилетие президентского правления Фухимори (с 1990 года по ноябрь 2000-го). Это стало ответом бывшего лидера Перу на обилие в Интернете негативной информации о его персоне.

Еще одна громкая история, облетевшая многие СМИ, — поиск бывшего главы разведывательной службы Перу Владимира Монтесиноса. За ним охотились спецслужбы всей Латинской Америки. Для максимального охвата они даже открыли в Интернете сайт с информацией о разыскиваемом, который, впрочем, абсолютно не сыграл никакой роли в охоте на Монтесиноса.

Не утихают компьютерные страсти на политическом олимпе и сегодня. Главная проблема дня нынешнего — борьба с Windows. Именно так можно сформулировать государственную политику относительно использования операционных систем. Все началось с того, что в Перу начали активно обсуждать законопроект об обязательном переходе всех государственных учреждений на ПО с открытым кодом. Как альтернатива Windows была предложена Linux, которая еще до принятия закона начала активно внедряться во всех госструк-



▲ Компактные интернет-киоски гармонично вписываются в архитектуру деловой Лимы

турах. На решение местных законодателей не повлиял даже призыв посла США в Перу — они лишь с ухмылкой заявили, что тот пытается выиграть рынок для Microsoft. Основной аргумент перуанцев в борьбе с Windows — ПО с закрытым кодом представляет опасность для государственной безопасности. Интересно, изменит ли отношение к софтверному гиганту решение последнего предоставить правительствам некоторых стран код своей ОС. Вот только Перу в число счастливых пока не попала.

Государственный контроль распространяется не только на рынок ПО, но и на предоставление интернет-услуг. Этим сектором экономики занимается специальная государственная структура — Osiptel (www.osiptel.gob.pe). Она регулирует не только вопросы рынка интернет-услуг (выдача лицензий провайдерам), но и разрабатывает основные принципы развития местной электронной коммерции. Сегодня основная заслуга этой организации состоит в том, что она сумела добиться понижения налогового давления на компании, пробующие себя в электронном бизнесе. Благо некоторые перуанские пользователи вроде индейцев ашанинка узнали о налогах только благодаря Интернету, что уже можно считать большим успехом в развитии местного сетевого сегмента.

■ ■ ■ Виктор Захарченко