

О.В.Железнова

Интернет-индустрия Латинской Америки

В статье рассматривается состояние Интернет-индустрии в Латинской и Карибской Америке (ЛКА) в целом и в ведущих странах региона — Аргентине, Бразилии, Мексике и Чили. Особое внимание уделено двум ключевым ее составляющим — рынку доступа и электронной торговле. Анализируются основные тенденции сектора провайдерских услуг, отдельные аспекты государственных программ по поддержке и расширению данной отрасли. Показатели развития Интернет-индустрии пока остаются относительно низкими, однако на фоне других развивающихся государств ЛКА выглядит весьма выигрышно и является одним из наиболее привлекательных регионов для провайдеров беспроводного высокоскоростного доступа.

Ключевые слова: Интернет-индустрия, Интернет-технологии, телекоммуникационный рынок, электронная торговля.

Развитие Интернета как части телекоммуникационного рынка в различных регионах мира идет неравномерно, что определяется совокупностью факторов:

- экономических, начиная от удельных показателей ВВП, так как развитие коммуникационных технологий требует значительных средств, а также включенности страны в международное разделение труда и заканчивая соотношением между секторами экономики;

- социальных, например, соотношение богатых и бедных слоев населения и разрыв в их доходах, уровень образования, социальная активность;

- государственной политики в сфере телекоммуникаций, включающей специальные программы стимулирования использования ПК, Интернета, электронных платежей и внедрения электронных услуг.

Сочетание важнейших составляющих порождает наличие различных форм Интернет-пространств и, как следствие, разные рынки даже внутри одного региона.

Если обратиться к корням, то так же, как и в Соединенных Штатах, Интернет в ЛКА вырос из сетей научных институтов и образовательных учреждений. Но, если в США этот процесс занял 20 лет, то в ЛКА он шел заметно быстрее, так как США были и остаются первопроходцами в области технологий, поставляя миру уже готовые решения. Однако приход в реги-

он Интернет-технологий был не везде одинаков. Где-то он был связан с уже сложившейся благоприятной рыночной ситуацией, где-то — с потеплением политического климата. Известно, что развитию Интернет-технологий в Аргентине в немалой степени способствовало возвращение в страну политических эмигрантов, получивших образование в североамериканских и европейских учебных заведениях.

Нельзя не признать, что многие государства ЛКА в последние годы существенно продвинулись в экономическом развитии, в первую очередь это касается Бразилии, Чили, Аргентины и Мексики. В отличие от конца 90-х годов, когда в Латинскую Америку пришли Интернет-технологии, а спроса на них еще не было, сейчас наблюдается прямо противоположная картина. Рынок активно развивается, число пользователей и объемы передаваемой информации растут настолько стремительно, что провайдеры не успевают обеспечивать новые потребности.

Распространение широкополосного доступа тесно связано с развитием электронной торговли — еще одной важной части Интернет-индустрии. Увеличение числа пользователей ПК, повышение скорости Интернета в совокупности с усилиями финансово-кредитных организаций по обеспечению безопасности электронных платежей привели к лавинообразному росту покупок в режиме онлайн, вовлечению в Интернет-торговлю малых и средних предприятий Латинской Америки и активному использованию Интернет-банкинга.

Пока еще никто в мире не может дать четкий прогноз развития всемирной сети. Будущее Интернета во многом зависит от того, насколько активным станет внедрение широкополосных сетей и насколько массовым станет широкополосный доступ, произойдут ли качественные скачки в технической области или технология будет эволюционировать постепенно, насколько быстрым будет процесс глобализации. Одним из наиболее вероятных сценариев является превращение Интернета в глобальную сеть, объединяющую все население планеты, вплоть до жителей маленьких поселков, усиление конкуренции провайдеров на всех уровнях. При таком варианте развития Сети ведущие страны Латинской Америки по показателям проникновения Интернета, развитию высокоскоростного доступа и Интернет-торговли выйдут на уровень развитых стран в ближайшие 5—7 лет. В первую очередь это касается Чили, Аргентины и Уругвая. «Вторым эшелон» будут Бразилия и Мексика после того, как решат проблемы монополизации рынка доступа.

ПРЕОДОЛЕВАЯ ОТСТАВАНИЕ

Одной из первых стран региона, приобщившихся к Интернету, стала Мексика. В середине 80-х годов Национальный независимый университет в Мехико и частный Технологический институт в Монтеррее сделали первые шаги по подключению к Сети. Примерно в то же время, в 1985 г., факультет компьютерных технологий Чилийского университета начал тестировать UUCP (Unix-to-Unix Copy Program) — технологию передачи простых сообщений и сетевых новостей по телефонным линиям через обычные модемы. В результате в 1987 г. Чили стала первой страной в Латинской Америке, внедрившей UUCP как базовую технологию для получения

сетевой информации. На сегодняшний день уровень проникновения Интернета в ЛКА составляет около 35%, что намного ниже параметров развитых стран. Для сравнения, в Северной Америке (США и Канада) Интернетом пользуются 73% населения, в Европейском союзе — 68, в Японии — 78%. Однако на фоне других развивающихся регионов Латинская Америка смотрится очень выигрышно. Например, в Африке Интернетом пользуется только 11% населения. Для Восточной и Южной Азии этот показатель составляет 22%¹. В целом в странах Центральной Америки и Карибского бассейна уровень «интернетизации» пока ниже, чем в Южной Америке, причем разница составляет почти 15 процентных пунктов.

Т а б л и ц а 1

**КОЛИЧЕСТВО ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ЛКА
В 2010 г. (оценочно)**

Регион	Население (млн человек)	Доля в мировом населении (в %)	Интернет- пользовате- ли (млн)	Доля поль- зователей в населении (в %)	Среднегодо- вые темпы прироста числа поль- зователей (2001—2010, в %)	Доля в ми- ровом чис- ле Интер- нет-пользо- вателей (в %)
Карибский бассейн	41,63	0,6	9,65	23,2	32,9	0,5
Центральная Америка	154,30	2,3	38,43	24,9	28,1	1,9
Южная Америка	396,63	5,8	156,61	39,5	27,0	8,0
ЛКА, всего	592,56	8,7	204,69	34,54	27,6	10,4
Всего в мире	6845,61	100,0	1966,51	28,7	18,5	100,0

Источник: сайт «Internet World Stats».

Почти треть Интернет-пользователей региона проживает в Бразилии (около 76 млн человек), однако по уровню проникновения Интернета ее существенно опережают Аргентина, Уругвай и Чили. Примечательно, что лидерами по данному показателю выступают некоторые малые страны Карибского бассейна (Сент-Люсия, Антигуа и Барбуда, Сент-Винсент и Гренадины), что связано с близостью к США, а также с высоким уровнем развития туристического и офшорного бизнеса.

Проникновение широкополосного Интернета в ЛКА составляет 4,9%, что несколько ниже среднемирового показателя (6,1%). Сравнительно медленное развитие данной технологии обусловлено высокими ценами, установленными провайдерами, которые часто обладают монополией в опреде-

Т а б л и ц а 2

**ДЕСЯТЬ ВЕДУЩИХ СТРАН ЛКА ПО УРОВНЮ ПРОНИКНОВЕНИЯ
ИНТЕРНЕТА, 2010 г. (оценочно)**

Место в рейтинге	Страна	Население (тыс. человек)	Число Интернет-пользователей (тыс. человек)	Доля пользователей в населении (в %)	Среднегодовые темпы прироста числа пользователей (2001—2010, в%)
1	Сент-Люсия	160,922	142,900	88,8	47,2
2	Антигуа и Барбуда	86,754	65,000	74,9	29,2
3	Сент-Вин-Сент и Гренадины	104,217	76,000	72,9	36,0
4	Аргентина	41 343,201	26 614,813	64,4	26,7
5	Ямайка	2847,232	1581,100	55,5	38,7
6	Уругвай	3510,386	1855,000	52,8	17,5
7	Чили	16 746,5	8396,0	50,0	16,7
8	Барбадос	285,7	142,0	49,7	37,2
9	Колумбия	44 205,3	21529,4	48,7	38,7
10	Каймановы острова	50,2	24,0	47,8	11,9

Источник: сайт « Internet World Stats»

ленном регионе. Однако в последнее время наблюдается усиление конкуренции, что вызывает падение цен. Другими факторами являются низкий уровень пользования ПК, неравномерное распределение доходов и законодательные барьеры.

Наиболее распространенной технологией широкополосного доступа является ADSL*, затем идут подключение по выделенной линии и беспроводной доступ.

Несмотря на неравномерность развития стран региона, Латинская Америка является одним из самых перспективных рынков для инвестиций в широкополосный доступ. Лидерами по использованию широкополосного Интернета являются Бразилия, Мексика, Аргентина, Уругвай и Чили. В начале 2009 г. в этих пяти странах проживали 85% всех пользователей широкополосного доступа в Латинской Америке².

Распространение широкополосного доступа стимулируется на государственном уровне, в частности, путем принятия законодательных актов, направленных на создание электронного правительства, развитие электронного здравоохранения, электронного образования и других услуг³.

* ADSL — Asimmetrical Digital Subscriber Line, технология высокоскоростного подключения по телефонному каналу.

В данном контексте весьма интересен опыт Уругвая, ставшего первой и пока единственной страной в мире, которая в 2009 г. выдала всем ученикам начальных классов ноутбуки с подключением к Интернету. В общей сложности в стране с населением 3,34 млн человек на руки ученикам и учителям общеобразовательных школ было выдано около 380 тыс. мини-компьютеров. Маленькие прочные ноутбуки с низким потреблением энергии, работающие на операционной системе «Linux», были придуманы Николасом Негропonte — преподавателем из Технологического института Массачусетса и основателем ассоциации «Ноутбук каждому ребенку», которая занимается приобщением к новейшим технологиям детей из бедных семей⁴.

Вследствие того, что широкополосный Интернет доступен в первую очередь в крупных городах и практически отсутствует в сельской местности, многие жители Латинской Америки активно используют для выхода в Сеть мобильные телефоны. В 2008 г. в регионе мобильным Интернетом пользовались около 5 млн человек.

ТЕХНОЛОГИЯ WiMAX

WiMAX (Worldwide Interoperability for Microwave Access) — протокол предоставления беспроводной связи для рабочих станций, портативных компьютеров и мобильных телефонов. В настоящее время WiMAX позволяет осуществлять доступ в Интернет на высоких скоростях и с гораздо большим покрытием, чем у сетей, построенных ранее по другим технологиям. Как и многие другие развивающиеся рынки, Латинская Америка может стать «золотым дном» для операторов WiMAX в случае внесения необходимых изменений в законодательство и упрощения процедуры лицензирования.

Запуск технологии WiMAX в регионе долгое время откладывался из-за проблем с лицензированием, а впоследствии был заторможен мировым кризисом. Тем не менее, этот рынок остается весьма привлекательным для провайдеров: по данным компании «Maravedis Inc.», в Латинской Америке 90% операторов 4G* сейчас работают на частоте 3,5 ГГц в диапазоне 20—50 МГц, в то время как во всем мире активно используются частоты 2,3 и 2,5 ГГц.

По данным сервиса 4GCounts.com (принадлежит компании «Maravedis Inc.»), специализирующегося на статистике по рынку WiMAX, в регионе действует около 40 компаний (15% провайдеров в мире). Свыше 75% латиноамериканского рынка занято шестью операторами: «Telecel» (Парагвай), «Telmex International» (Бразилия, Аргентина, Мексика, Чили, Перу), «Orbitel» (Колумбия), «Neovia» (Бразилия), «Axtel» (Мексика), «MVS Communications» (Мексика). Как утверждают аналитики «Maravedis», клиентская база WiMAX-провайдеров ежеквартально растет на 15—17%. Общий объем инвестиций WiMAX операторов в регионе составил около 160 млн долл. в 2008 г. и свыше 250 млн долл. в 2009 г. Ожидается, что к 2012 г. на развертывание сети 4G в Латинской Америке будет потрачено еще порядка 640 млн долл.⁵. По данным WiMAX Forum, в середине 2010 г. Интернетом 4G пользовались 113,2 млн человек.

* 3G — стандарт беспроводной связи третьего поколения; 4G — стандарт беспроводной связи четвертого поколения.

СЕТИ WiMAX В ЛКА ПО СОСТОЯНИЮ НА I КВАРТАЛ 2010 г.

Оператор	Частота	Город, страна
Axtel	3.5 ГГц	Мексика
Digicel	2.5 ГГц	Ямайка
Digicel	2.3 ГГц / 3.5 ГГц	Джоржтаун, Каймановы острова
Embratel	3.5 ГГц	Бразилия
Entel Bolivia	3.5 ГГц	Ла-Пас, Боливия
Liberty Technologies	3.5 ГГц	Панама
Neovia	3.5 ГГц	Бразилия
TelMex	3.5 ГГц	Сантьяго-де-Чили, Чили
TelMex	3.5 ГГц	Бразилия
Ultrahnet2go	2.5 ГГц	Мексика
Volare	2.5 ГГц	Сан Хуан, Пуэрто-Рико

Источник: сайт WiMAX Forum, 4GCounts.com

Латиноамериканские операторы «Telmex International», «Axtel», «Neovia» и «Digicel» входят в двадцатку ведущих мировых WiMAX-провайдеров по числу пользователей, занимая, соответственно, 5, 6, 13 и 20-е места в рейтинге по состоянию на III квартал 2009 г. 8 июля 2010 г. официально началась коммерческая эксплуатация сети WiMAX в столице Никарагуа — Манагуа. Тендер на создание сети, в котором участвовали известные компании «Claro», «Movistar» и «Amnet», выиграло российское ООО «Скартел» (бренд Yota). Объем инвестиций в проект составил около 50 млн долл.

Незадолго до этого «Скартел» получил лицензию на строительство сети WiMAX в Перу. За лицензию оператор заплатил 3,9 млн долл. плюс 1 доллар, превысив начальную цену только на 1 доллар, поскольку был единственным участником тендера. За первый год работы сеть должна быть развернута в 12 регионах Перу, а через пять лет — по всей стране. Срок действия лицензии — 20 лет. За пять лет «Скартел» намерен инвестировать в сеть WiMAX в Перу около 100 млн долл. В краткосрочной перспективе планируется также экспансия компании в Венесуэлу⁶.

«Скартел» на 100% принадлежит кипрской компании «WiMax Holding Ltd.», 74,9% которой контролирует фонд «Telconet Capital Limited Partnership», а 25,1% — госкорпорация «Ростехнология». Компания занимает четвертое место в мировом рейтинге WiMAX-провайдеров 4GCounts.

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ

Исследование, проведенное для «Visa Inc.» (*AméricaEconomía Intelligence for Visa*), показало, что оборот электронной торговли в Латинской Америке в 2009 г. вырос на 39,2%, достигнув 21,8 млрд долл., что составляет 0,55% ВВП региона. На рост рынка повлияли следующие факторы:

— увеличение числа Интернет-пользователей;

- повышение Интернет-безопасности;
- изменения в потребительском поведении;
- рост спроса на Интернет-услуги;
- увеличение географического покрытия сетью широкополосного доступа;
- расширение спектра Интернет-услуг, преимущественно в области путешествий и туризма;
- появление в Интернет-пространстве крупных ритейлеров (особенно это касается Бразилии).

Специалисты «Visa Inc.» прогнозируют, что в 2011 г. оборот электронной торговли вырастет на 58% и составит 34,5 млрд долл. Что касается географической структуры рынка, то на Бразилию приходится 61% оборота Интернет-торговли, на Мексику — 12, на Чили — 6, на прочие страны — 22%.

Стоит отметить, что рынок электронной торговли в Латинской Америке существенно менее зрелый, чем в развитых странах. Первое место по объему продаж через Интернет занимает Бразилия — 10 млрд долл. в 2009 г., что составляет 0,84% ВВП, следом идет Чили (0,64% ВВП), на третьем месте — Мексика с оборотом в 4 млрд долл. (0,5% ВВП). Однако показатели ведущих латиноамериканских экономик все еще далеки от Испании и США, где на Интернет-торговлю приходится 0,7% и 2% ВВП соответственно.

В 2009 г. латиноамериканские пользователи потратили на покупку товаров и услуг через Интернет на 106% больше, чем в 2007 г. Движущей силой развития Интернет-торговли в регионе стали пользователи Бразилии, где прирост оборота за тот же период составил 170%, Мексики (90%), Аргентины (56%) и Чили (49%).

Среди факторов, обеспечивших столь стремительный рост, можно выделить два основных.

Увеличение числа владельцев и пользователей ПК и распространение широкополосного доступа. Повышение доступности Интернета привело к расширению данного канала продаж. В конце 2009 г. в Латинской Америке насчитывалось чуть более 181 млн пользователей, из них 38 млн имели широкополосный доступ. Высокая скорость соединения дает возможность быстро совершать покупки в режиме онлайн с доставкой, что весьма удобно и позволяет не зависеть от местонахождения продавца.

Повышение доверия к электронным платежам и пластиковым картам. Банки и продавцы за последние несколько лет предприняли множество мер для усиления безопасности электронных платежей своих клиентов. Осознание потребителями этого факта привело к значительному росту онлайн-транзакций и числа пользователей электронных платежных систем. Исследование Visa Inc. показало, что 88% покупателей в Латинской Америке предпочитают пластиковую карту оплате наличными, чеком или банковским переводом при совершении покупок в Интернет-магазинах. Кроме того, 72% респондентов назвали безопасность онлайн-платежей высокой или очень высокой. В 2009 г. только картами Visa в регионе было оплачено онлайн-покупок на 10 млрд долл., что на 42% больше, чем в 2008 г.⁷. Лидерами по объему онлайн-продаж являются авиакомпании и крупные ритейлеры, однако в последние годы все большее число малых и средних предприятий используют в своем бизнесе возможности Интернет-торговли.

Основными тенденциями, характеризующими современное состояние Интернет-рынка Латинской Америки, являются:

— рост онлайн-продаж бытовой техники, особенно в Бразилии, где согласно данным «Samara-e.net», продажи товаров данной категории в 2009 г. выросли на 137% по сравнению с 2008 г.;

— рост покупок электронных товаров из США, таких, как компьютеры, включая планшетные, и мобильные телефоны. Данная тенденция обусловлена заметным дефицитом этих товаров на рынке Латинской Америки. В результате, несмотря на высокие затраты на доставку и таможенные пошлины, все большее число латиноамериканцев совершают покупки у американских компаний «BestBuy» и «Amazon». По данным логистической компании «SkyBox» из Майами, в 2009 г. объем поставок товаров из США в Латинскую Америку, несмотря на кризис, вырос на 18%.

Лидером электронной торговли в Латинской Америке считается компания «MercadoLibre» — сайт-партнер американской «eBay». Предоставляет услуги преимущественно в области Интернет-аукционов и организации дополнительного канала продаж Интернет-магазинов. Сервис был создан в августе 1999 г. в Аргентине, быстро набрал популярность и распространился на Бразилию, Мексику и другие страны. В настоящее время «MercadoLibre» работает в Аргентине, Бразилии, Чили, Колумбии, Коста-Рике, Доминиканской Республике, Мексике, Эквадоре, Перу, Португалии, Панаме, Уругвае и Венесуэле. По состоянию на февраль 2010 г. на сайте было зарегистрировано 42 млн пользователей. За 2009 г. на «MercadoLibre» состоялось 25,5 млн актов купли-продажи на сумму 2,7 млрд долл. По данным исследования «Nielsen», свыше 40 тыс. человек получают весь или большую часть своего дохода, продавая вещи на «MercadoLibre».

Крупнейшими Интернет-магазинами являются «Lojas Americanas» (29,6% рынка розничных интернет-продаж), «Apple» (6,7%) и «Magazine Luiza» (5,75%) в Бразилии, а также «PalaciodeHierro» в Мексике. В Чили, третьем по величине рынке региона, ведущими игроками являются универмаги «Falabella», «Cencosud», «Ripley», «Sodimac» и «LaPolar».

Несмотря на столь оптимистичную картину, в Интернет-индустрии Латинской Америки имеется ряд узких мест:

— во многих странах (Боливии, Венесуэле, Парагвае и др.) подавляющее большинство потребителей не имеют доступа к Интернету и не пользуются пластиковыми картами;

— почтовые службы в большинстве латиноамериканских государств работают медленно, и их услуги очень дороги, поэтому использование почты в качестве канала дистрибуции товаров, купленных через Интернет, связано с определенными трудностями. В результате многие латиноамериканские компании осуществляют доставку своими силами, в отличие от США и других развитых стран. Исключение составляет Бразилия, где почтовая сеть, напротив, считается весьма эффективной и даже предоставляет отдельную услугу для быстрой доставки товаров, заказанных через Интернет.

Сложившаяся ситуация открывает множество возможностей как для крупных, так и для мелких логистических компаний и грузоперевозчиков, которые способны обеспечить быструю и надежную доставку от продавцов к покупателям. Причем наиболее привлекательным сегментом рынка является доставка дорогостоящих товаров из США. Заметим, что многие международные логистические операторы уже имеют свои филиалы в Арген-

тине, Бразилии, Колумбии, Чили и Мексике, созданные совместно с местными компаниями или путем их приобретения.

Совершенно очевидно, что Интернет — это канал продаж будущего. Однако дальнейшее развитие электронной торговли в Латинской Америке будет во многом зависеть от действий Интернет-провайдеров, так как уровень конкуренции на рынке доступа к сети в этом регионе пока достаточно низок.

АРГЕНТИНА — ЛИДЕР ПО УРОВНЮ ПРОНИКНОВЕНИЯ ИНТЕРНЕТА

Всемирный банк относит Аргентину к развивающимся странам с высокими средними доходами. Эксперты считают, что Интернет-рынок Аргентины обладает огромным потенциалом, хотя за пределами провинции Буэнос-Айрес этот рынок находится еще на стадии формирования.

Аргентина производит половину испаноязычного контента и поддерживает 11 из 20 ведущих сайтов по объему трафика в Латинской Америке и Испании. Многие Интернет-провайдеры в Аргентине имеют соглашения с мобильными операторами на предоставление совместных услуг. Тем не менее, как и в большинстве стран региона, скоростной доступ в Интернет доступен преимущественно жителям больших городов и прилегающих территорий: Большого Буэнос-Айреса, провинции Буэнос-Айрес, провинции Санта-Фе, Кордовы. Интернет-рынок Аргентины является третьим по величине в Латинской Америке после Бразилии и Мексики. Интернетом пользуются более 60% аргентинцев, что превышает общемировой уровень в два раза и приближается к показателям развитых стран.

Аргентинский рынок широкополосного доступа — один из самых развитых в регионе и уступает лишь Чили. Несмотря на рецессию, в 2009 г. этот сектор вырос на четверть. Наиболее популярной технологией является подключение через ADSL-модем, однако выделенные линии также пользуются большим спросом и занимают треть рынка подключений, несмотря на то, что они есть лишь в нескольких крупных городах. Наилучшее качество и самую высокую скорость подключения (6 Mbit/s / 512 kbit/s) по выделенной линии предлагает провайдер «Fibritel», в связи с чем его клиентская база неуклонно растет.

Услуга ADSL-подключения появилась в Аргентине в 1998 г. и впервые была предоставлена испанской компанией «Telefónica». На сегодняшний день рынок почти поровну поделен между тремя игроками. «Telefónica de Argentina» работает под брендом «Speedy» на севере страны, «Telecom Argentina» — на юге под брендом «Arnet ADSL», а «Grupo Clarín» действует как общенациональный оператор. Такая ситуация существенно обостряет конкуренцию, в результате уровень цен является одним из самых низких в Латинской Америке⁸.

Во многом аналогичная картина наблюдается на рынке мобильной связи, где конкурируют три основных оператора: «Movistar», «Claro» и «Telecom Personal». Все три компании предлагают 3G подключение. Мобильный Интернет становится все более популярным, что обусловлено отсутствием проводного Интернета в сельской местности и развитием самой сети 3G.

В 2009 г. оборот электронной торговли в Аргентине составил 5,24 млрд песо (1,52 млрд долл.), его прирост в 2010 г. ожидается на уровне 40%. По данным портала «BuscaPe», около 2 млн пользователей совершали покупки

Т а б л и ц а 4

РЫНОК ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ АРГЕНТИНЫ

Сектор	2007	2008	2009	2010 (оценка)
Интернет:				
пользователи, млн	16	20	23	25*
уровень проникновения	40,7%	50,3%	57,3%	61,7%*
рост за год (в%)	23	25	15	9
Широкополосный доступ:				
пользователи, млн	2,56	3,47	4,30	5,10
уровень проникновения	6,5%	8,7%	10,7%	12,6%
рост за год (в%)	61	35	24	19
Стационарные телефоны:				
пользователи, млн	9,43	9,74	9,76	10,00
уровень проникновения	24,0%	24,5%	24,3%	24,7%
рост за год (в%)	-0,3	3,4	0,2	2,4
Мобильные телефоны:				
пользователи, млн	38,56	43,70	48,40	53,00
уровень проникновения	98,0%	110,0%	120,6%	130,8%
рост за год (в%)	28	13	11	10

* Разница этих показателей с приводимыми в таблице 2 может быть вызвана различиями в методиках экспертной оценки.

Источник: сайт BuddeComm

через Интернет хотя бы раз в месяц⁹. С каждым годом расширяется наименование товаров и услуг, продаваемых через Интернет. Лидерами продаж являются технологии, одежда, бытовая техника, изделия ручной работы, финансовые услуги и розничные банковские продукты. Продажи билетов в кино, театры и на концерты также стабильно растут.

Интернет-банкинг всегда был одной из самых востребованных онлайн-услуг, однако скорее для проверки баланса, чем для оплаты покупок. Теперь же ситуация меняется: по данным «Economist Intelligence Unit», все больше аргентинцев используют электронные платежи для оплаты повседневных услуг: аренды машины, бронирования отеля или платы за учебу¹⁰. Распространение высокоскоростного доступа и электронной торговли привело за последние несколько лет к лавинообразному росту численности новых продавцов.

Интернет-рынок Аргентины является весьма выгодным для капиталовложений как в сегмент широкополосного доступа, так и в сегмент электронной торговли, занимая второе место в Южной Америке по инвестиционной привлекательности после Бразилии. Этот рынок динамично развивается, и этот процесс может быть заметно ускорен с помощью государства и иностранного капитала. У Аргентины очень большой потенциал, и вполне возможно, что через несколько лет она станет весьма сильным игроком в сфере информационно-коммуникационных технологий и электронной торговли.

БРАЗИЛИЯ — КРУПНЕЙШИЙ РЫНОК РЕГИОНА

В сравнении с другими экономическими показателями уровень проникновения Интернета в Бразилии довольно низок и имеет значительный потенциал роста. По абсолютному числу пользователей широкополосным доступом в Интернет Бразилия является лидером, но по относительным показателям существенно уступает соседям — Чили и Аргентине. Развитие широкополосного Интернета было существенно ограничено высокими ценами и слабой конкуренцией. Как и во всем мире, тарифы на скоростной доступ падают с увеличением скорости, но они все еще намного выше, чем в соседней Аргентине и являются «неподъемными» для большинства населения Бразилии. Тем не менее, в 2008 г. число подключений бразильцев к услугам широкополосного доступа, согласно данным «BuddComm», возросло на 30% (по данным компании «Cisco» — на 45%). Это можно объяснить новыми комплексными предложениями поставщиков услуг, развитием телефонной и оптоволоконной сети, а также программой налоговых вычетов при покупке компьютеров стоимостью до 4 000 реалов (1 790 долл.), проводимой бразильским правительством с целью содействия массовому распространению цифровых технологий¹¹.

ADSL является доминирующей технологией, занимающей 70% рынка подключения к Интернету, следом с большим отрывом идет подключение по выделенной линии (25%) и Wi-Fi (5%). Страна признана одним из мировых лидеров по уровню развития «электронного правительства» и проявляет большую активность в области обучения через Интернет. В конце 2007 г. министерство образования Бразилии опубликовало доклад, согласно которому 27 тыс. школ оборудовано компьютерными классами. Финансирование программы осуществляют Национальный банк экономического развития и Национальный Сбербанк.

В декабре 2001 г. в Бразилии вступил в действие закон «Об информатизации», который предоставил определенные налоговые льготы компаниям, вкладывающим средства в создание и использование новых информационных технологий. Закон предусматривал снижение налога на промтовары на 90% в 2002—2005 гг. и на 70% в 2006—2009 гг. при условии, что фирма вкладывает 5% своей прибыли в исследования в области телекоммуникаций и информатики. В настоящее время ведущими компаниями, вкладывающими значительные средства в развитие IT-технологий в Бразилии, являются «Hewlett Packard», «Dell», «Compaq», «Motorola», «LG Electronics», «Toshiba» и «Ericsson»¹².

Согласно результатам исследования «WebShoppers»¹³, проведенного при поддержке Бразильской торговой палаты по электронной коммерции (самара-e.net), в 2009 г. 17,6 млн бразильцев время от времени совершали покупки через Интернет, что на 33% больше показателя 2008 г. Из них 77% делали хотя бы одну покупку за последние три месяца перед опросом. Оборот электронной торговли составил в 2009 г. 10,6 млрд долл. На 2010 г. его объем прогнозировался в 13,6 млрд долл.

МЕКСИКА — МОНОПОЛИСТИЧЕСКИЙ РЫНОК

В Мексике Интернетом пользуется только 27% населения, что существенно меньше, чем в странах Латинской Америки, лидирующих по данному показателю. Низкий уровень проникновения Интернета и высокие цены

Т а б л и ц а 5

РЫНОК ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ БРАЗИЛИИ

Сектор	2008 г.	2009 г.
Интернет:		
пользователи, млн	50,2	60,0
уровень проникновения (в %)	28,7	30,7
рост за год (в %)	12,0	20,0
Широкополосный доступ:		
пользователи, млн	10,01	11,45
уровень проникновения (в %)	5,2	5,9
рост за год (в %)	30,0	14,0
Стационарные телефоны:		
пользователи, млн	41,02	41,5
уровень проникновения (в %)	21,2	21,2
рост за год (в %)	4,4	1,2
Мобильные телефоны:		
пользователи, млн	150,64	173,20
уровень проникновения (в %)	78,0	88,5
рост за год (в %)	25,0	15,0

Источник: сайт BuddeComm

на провайдерские услуги в сочетании с низкой конкуренцией и законодательным ограничением зарубежных инвестиций делают рынок непривлекательным для иностранных игроков и негативно влияют на перспективы его развития. Монополистом на рынке является «Telmex», которой принадлежит 95% рынка ADSL-подключений¹⁴. Компания была приватизирована в 1990 г. и с тех пор доминирует на рынке телекоммуникаций. В начале 2010 г. фирма «América Móvil», аффилированная с «Telmex», занимала 72% рынка мобильной связи. («Telmex» работает также на рынках Перу, Колумбии, Чили, Аргентины, Бразилии, Уругвая, Эквадора и США.) Вместе с тем развитие технологий 3G и WiMAX в ближайшее время должно усилить конкуренцию на рынке и дать больше преимуществ ее наиболее сильному конкуренту — компании «Movistar» (входит в испанский холдинг «Telefónica»)¹⁵.

Широкополосный доступ в Интернет является одним из самых быстрорастущих секторов мексиканского рынка телекоммуникаций. В 2009 г. количество подключений через ADSL и кабель выросло на 35%.

Сектор электронной торговли стабильно растет в среднем на 70% в год в течение последних пяти лет. В 2009 г. его объем достиг 4 млрд долл. и составил 0,5% ВВП Мексики, что делает страну вторым по величине рынком после Бразилии. Заметим, что в 2004 г. в Интернете было совершено покупок на сумму всего 205 млн долл.¹⁶

Быстрый рост объемов электронных продаж в Мексике эксперты объясняют тем, что две трети покупателей Интернет-магазинов составляют под-

ростки и молодые люди, которые хорошо разбираются в Интернет-технологиях и не боятся доверять системам электронной коммерции свои деньги. По мере взросления и повышения доходов покупательная способность молодых людей увеличивается, при этом подавляющее большинство из них остаются пользователями Интернет-магазинов и сервисов.

ЧИЛИ — ОБРАЗЕЦ ДЛЯ ПОДРАЖАНИЯ

В настоящее время Чили является одним из самых экономически стабильных и процветающих государств Латинской Америки. Страна занимает первое место в регионе по индексу развития человеческого потенциала, ВВП на душу населения, лидирует по качеству жизни, политической стабильности, экономической свободе. Среди других достижений можно назвать относительно низкий уровень бедности и коррупции.

Значительная часть мирового бизнес-сообщества считает открытую экономику Чили образцом для подражания. В Глобальном отчете по конкурентоспособности за 2009—2010 гг. (Global Competitiveness Report)¹⁷ Чили заняла 30-ю строчку в мировом рейтинге и первую в Латинской Америке, добившись столь высокого результата благодаря развитой инфраструктуре, транспортной системе, слаженной работе товарного и финансового рынков, но с существенными проблемами в сфере образования.

Половина населения страны пользуется Интернетом. По данным «Internet World Stats», это третий показатель среди крупных государств региона после Аргентины и Уругвая. К концу 2009 г. распространение широкополосного доступа в Чили достигло 10,3%, что стало наивысшим показателем в Латинской Америке. Несмотря на экономический кризис, за прошедший год в стране появились 262 тыс. новых широкополосных подключений, а годовой прирост составил 18%.

Столь существенное повышение количества подключений было, в частности, стимулировано предложением о льготных условиях подключения. В итоге, согласно данным исследования, проведенного аналитической компанией IDC, в декабре 2009 г. общее число подключений к широкополосному доступу в Чили достигло 1,7 млн. Таким образом, была достигнута цель, поставленная несколько лет назад: ознаменовать 2010 год — год 200-летия Чили — преодолением планки в 1,5 млн. широкополосных соединений. По мнению регионального директора транснациональной компании «Cisco Systems, Inc.» Николаса Чьяппары, «широкополосный доступ занимает все большее место в технологических и социальных приоритетах страны. Сегодня это один из наиболее важных факторов экономического роста и развития Чили». 39% подключений в стране обеспечивают скорость передачи данных свыше 1 Мбит/с. Опережающими темпами в Чили растет мобильный широкополосный доступ: в 2009 г. число таких подключений увеличилось на 45,6%.

Чили занимает 28 место в мире по объему операций с использованием Интернета (первое в Латинской Америке), входит в число региональных лидеров по масштабам внедрения программы «электронное правительство». Интернет-ресурс активно используется органами законодательной, исполнительной и судебной власти, руководством на местах. В рамках национальной Службы регистрации и идентификации граждан действует

электронная система приема деклараций и уплаты налогов, выдачи документов о рождении, браке, смерти, перевода страховых взносов в пенсионные и социальные фонды. Через Интернет осуществляется большое количество операций, в том числе оплата таможенных пошлин и финансовой задолженности, подача заявок на регистрацию товарных знаков, получение патентов, лицензий, регистрация номерных знаков на автомобили. Действует закон «Об электронной подписи».

Вопросами информатизации в Чили занимается созданный в 2000 г. министерский Комитет по новым технологиям в области информации и связи. Его основными задачами являются оказание содействия созданию развитой и технологичной инфраструктуры и поддержка соответствующих инициатив, развитие электронной коммерции, обеспечение максимально возможного доступа населения страны к Интернету, внедрение информационных технологий в систему образования, подготовка и переподготовка кадров, поддержка образовательных программ, развитие электронных систем выдачи документов и обеспечение доступа к информации открытого характера.

Т а б л и ц а 6

РЫНОК ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ ЧИЛИ

Сектор	2008 г.	2009 г.
Интернет:		
пользователи, млн	7,97	9,0
уровень проникновения (в %)	47,3	52,9
рост за год (в %)	8,0	13,0
Широкополосный доступ:		
пользователи, млн	1,43	1,69
уровень проникновения (в %)	8,5	9,9
рост за год (в %)	9,0	19,0
Стационарные телефоны:		
пользователи, млн	3,53	3,60
уровень проникновения (в %)	21,0	21,0
рост за год (в %)	1,9	2,1
Мобильные телефоны:		
пользователи, млн	14,80	15,74
уровень проникновения (в %)	88,0	93,0
рост за год (в %)	6,0	6,0

Источник: сайт BuddeComm

Электронная торговля Чили находится на достаточно продвинутом уровне, и уже давно является неотъемлемой частью бизнеса благодаря широкому распространению ПК, пластиковых карт и доступа к Интернету. Ее главной движущей силой стали перемещения денежных средств в секторах B2B и B2G*: уплата

* B2B — категория электронной торговли «бизнес — бизнес»; B2G — «бизнес с правительством».

налогов через Интернет, транзакции через сайт государственных услуг Chile-compra.cl и быстрый рост практики электронной оплаты счетов¹⁸.

Около половины всех банковских операций в Чили осуществляются онлайн. Наиболее часто через Интернет производят пополнения текущего счета, погашение кредита, дебетовые операции, покупку акций, инвестиции в ПИФы и другие ценные бумаги¹⁹.

Латиноамериканский рынок обладает значительным потенциалом развития и большой привлекательностью для местных и иностранных провайдерских компаний, способных предложить высокоскоростное подключение по доступной цене, что особенно актуально для монополизированной Мексики. Воспользовавшись благоприятными условиями, в 2009 г. на региональный рынок успешно вышла российская компания «Скартел» с услугой подключения к сети 4G (WiMAX) под брендом «Yota». В июле 2010 г. началась коммерческая эксплуатация «Yota» в Никарагуа; следующей страной, где будет развернута сеть, станет Перу. Стоит отметить, что российский оператор начал с наименее конкурентных рынков, так как и Никарагуа, и Перу отличается низким уровнем проникновения широкополосного доступа. Вполне возможно, что примеру «Скартела» в скором времени последуют другие провайдеры беспроводного Интернета.

Бразилия, Аргентина, Чили и Мексика давно уже стали лидерами телекоммуникационного рынка Латинской Америки, однако по совокупности параметров все еще отстают от мировых лидеров. Тем не менее, при столь динамичном движении вперед вполне возможно, что через некоторое время они догонят или даже превзойдут развитые страны.

Стремительный рост объемов электронной торговли, сопровождающий распространение высокоскоростного Интернета, привел к тому, что многие продавцы обратились к Интернет-магазинам как наиболее дешевому и эффективному каналу продаж товаров и услуг. Следствием этого стало увеличение объемов поставок в страны региона высокотехнологичных продуктов и электроники из США. Бум Интернет-торговли может быть также использован компаниями из других государств для завоевания латиноамериканского рынка. Наибольший интерес для экспансии путем онлайн-продаж представляет динамично развивающаяся Бразилия, в которой проживает треть населения региона, и пока всего лишь 9% жителей совершают покупки через Интернет.

Тем не менее, пока в ЛКА существует ряд «узких мест», мешающих развитию Интернет-индустрии. В первую очередь, это низкие показатели «интернетизации» Боливии, Венесуэлы, Парагвая, связанные в первую очередь с их низким экономическим развитием. Во-вторых, монополизация телекоммуникационного рынка в ряде стран, административные барьеры и высокий «входной порог» для новых компаний и иностранных игроков на рынке доступа. В-третьих, несовершенство законодательной базы и отсутствие четких законов в области Интернет-индустрии.

Интеграция Латинской Америки в мировую экономику требует сокращения технологического разрыва между регионом и развитыми странами. Современная реальность такова, что повысить эффективность национальных систем здравоохранения, образования и безопасности можно лишь с помощью современных телекоммуникационных технологий. То же самое касается и бизнеса, отставание Интернет-индустрии региона существенно тормозит выход латиноамериканских компаний на мировой рынок.

Сложившаяся ситуация стимулирует правительства стран ЛКА внедрять программы по «интернетизации» государственных учреждений, а также по повышению компьютерной и технической грамотности, начиная с младших классов школ и заканчивая послевузовским образованием. Так, правительства некоторых государств региона, включая Аргентину, Мексику, Коста-Рику, уже приступили к сотрудничеству с Сетевыми академиями «Cisco Systems, Inc.» и рядом других высокотехнологичных компаний в сфере внедрения комплексных программ электронного обучения новым технологиям школьников и студентов государственных и частных учебных заведений.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Internet World Stats, (www.internetworldstats.com)

² L.B i b o l i n i, L.B a k e r. BuddeComm research Latin America — Internet, Broadband and Convergence Statistics, published in May 2009 (8th Edition).

³ L.B i b o l i n i, L.B a k e r. BuddeComm research Latin American Telecom Market Forecasts, published in July 2009 (8th Edition).

⁴ Latindex.ru, 21.11.2009 (по данным «Ultima Hora», Uruguay).

⁵ Gerry Blackwell, WiMAX Poised to Explode in Latin America, Caribbean, June 19, 2009, «WiMAX Around the Globe: APAC.» — <http://www.wi-fiplanet.com>

⁶ А.Б у р с а к. «Yota» подключит Никарагуа к WiMAX. — РБК Daily, 02.X.2009.

⁷ Payment News. — <http://www.paymentsnews.com>

⁸ L.B i b o l i n i, L.B a k e r. BuddeComm research Latin American Broadband and Internet Market, published in July 2009 (8th Edition).

⁹ e-Commerce in Argentina continues to grow. — eMarket Services, 16.VI.2010, www.emarketservices.com

¹⁰ Internet and e-commerce industry in Argentina. — Ecommerce Journal, May 28, 2009, <http://ecommerce-journal.com>

¹¹ www.cisco.com,

¹² www.polpred.com

¹³ www.webshoppers.com.br

¹⁴ L.B a k e r. BuddeComm research Mexico — Telecoms, Mobile, Broadband and Forecasts, published in March 2010 (9th Edition).

¹⁵ Internet and e-commerce industry in Mexico. — Ecommerce Journal, March 25, 2009, <http://ecommerce-journal.com>

¹⁶ The Mexican Internet Association (AMIPCI).

¹⁷ Отчет Всемирного экономического форума (<http://www.weforum.org>)

¹⁸ В российской практике документ, аналогичный инвойсу, отсутствует (счёт-фактура является документом, применяемым исключительно для целей налогового контроля и потому не может считаться аналогом инвойса). В связи с этим в России обычно инвойс применяется лишь при международных поставках товаров. В некоторой степени инвойс соответствует документу «счет на оплату», применяемому в российской практике

¹⁹ E-commerce and Internet industry in Chile. — Ecommerce Journal, March 27, 2009, <http://ecommerce-journal.com>