



\$(#14170650279316554').html(decodeURIComponent('%d0%a4%d0%be%d1%82%d0%be%3a%20%d0%90%d0%bd%d1%82%d0%be%d0%bd%20%d0%91%d0%b5%d0%bb%d0%b8%d1%86%d0%ba%d0%b8%d0%b9%20%2f%20%c2%ab%d0%9a%d0%be%d0%bc%d0%bc%d0%b5%d1%80%d1%81%d0%b0%d0%bd%d1%82%d1%8a%c2%bb'));

Объем российского рынка услуг в сетях Wi-Fi в денежном выражении вырастет за пять лет в 1,5 раза: с 1,17 миллиарда рублей в 2013 году до 1,75 миллиарда рублей в 2018 года. Об этом говорится в исследовании аналитической компании J'son & Partners Consulting.

При этом емкость публичных сетей Wi-Fi в стране за тот же период вырастет с 200 тысяч точек доступа в прошлом году до 290 тысяч в 2018 году.

Под публичной сетью Wi-Fi аналитики понимают сеть, открытую для платного или бесплатного доступа, не предназначенную для индивидуального пользования частными лицами внутри домохозяйств или сотрудниками на предприятиях.

Объем российского рынка Wi-Fi в прошлом году превысил 1,5 миллиарда рублей, из которых 70 процентов пришлось на услуги связи и рекламу, а оставшиеся 30 процентов — на прямые продажи оборудования Wi-Fi, сервис по его интеграции и обслуживанию и доходы от сдачи оборудования в аренду.

Однако аналитики отмечают, что в российских публичных сетях Wi-Fi доминируют неуправляемые сети, поддерживаемые юридическими лицами для оказания безвозмездных услуг доступа в интернет своим клиентам (сегмент B2B). Управляемые сети занимают около 40 процентов hsyurf по количеству точек доступа и относятся, как правило, к крупным проектам операторов.

Сегмент HoReCa (Hotel, Restaurant, Cafe — отель, ресторан, кафе) — лидер по проникновению Wi-Fi среди B2B — не менее 40-50 процентов в крупных городах и самый быстрорастущий сегмент в регионах России. В целом, проникновение Wi-Fi в регионах России в сегменте B2B составляет не более 10 процентов, что указывает на высокий потенциал роста регионального рынка Wi-Fi.

Вплоть до 2018 года HoReCa останется самым емким сегментом в денежном выражении и на московском рынке — на долю сетевых предприятий общепита придется 54 процента доходов в B2B-секторе, на крупные отели — 27 процентов. Замыкают тройку отраслей-лидеров по доходам – торгово-развлекательные сети с 12 процентами рынка.

Российский рынок публичных сетей Wi-Fi активно развивается как за счет масштабных проектов, которые более всего характерны для Москвы, так и за счет большого числа менее крупных региональных внедрений, отмечают аналитики J'son & Partners Consulting.

В Москве реализованы крупные проекты публичных сетей Wi-Fi, в частности, построена сеть «ВымпелКома», состоящая примерно из 14,4 тысячи точек доступа. Весомую роль в становлении и развитии столичного рынка Wi-Fi играет Департамент по информационным технологиям (ДИТ) правительства Москвы, который курирует проекты по развертыванию Wi-Fi в социальной сфере — в школах, вузах и общежитиях, в парках, пешеходных зонах и т.д. (около 6,5 тысячи точек доступа).

Крупные проекты реализуются также на общественном транспорте, в частности, на московском метрополитене. До конца 2014 года компания «МаксимаТелеком» планирует оснащение точками доступа Wi-Fi более 5 тысяч вагонов метро, бесплатный доступ будет обеспечен на всех линиях.

Кроме того, собственный проект по развертыванию городской сети Wi-Fi планирует реализовать ФГУП «Российские сети вещания и оповещения» (РСВО). Ожидается, что сеть в Москве будет запущена в начале 2016 года. К этому времени в ЦАО Москвы планируется развернуть 3,8 тысячи точек доступа, позже этот показатель будет доведен до 8 тысяч по всей Москве.

В Санкт-Петербурге и других регионах России ситуация несколько иная. Так, рынок управляемых сетей Wi-Fi Санкт-Петербурга насчитывает более одной тысячи точек доступа, из которых около 10 процентов установлены в общественных местах. Операторы реализуют, в основном, «имиджевые» проекты Wi-Fi по модели B2C с бесплатным для пользователей интернет-доступом на невысокой скорости. В большинстве случаев провайдеры предоставляют услуги за свой счет, городской бюджет данные проекты не финансирует.

Крупнейшей региональной сетью Wi-Fi в России управляет компания «ЭР-Телеком». Сеть «Дом.ru Wi Fi» насчитывает более 5 тысяч точек доступа, расположенных в кафе, ресторанах, гостиницах, торговых и деловых центрах, отделениях банков, учреждениях здравоохранения и образования, а также в местах массового отдыха в 56-ти городах России.

Наиболее распространенной в России является модель партнерства операторов с владельцами заведений. В этом случае основной доход оператора составляет абонентская плата с юридических лиц за предоставление доступа в интернет. В перспективе, при достижении практически 100-процентного охвата сетевых заведений, следует ожидать появления новых источников доходов в B2B-сегменте – рекламы, аналитики и пр. – и развития соответствующих бизнес-моделей.

В России они уже появляются, в частности, бесплатный доступ Wi-Fi за счет поступлений от рекламы. По мнению экспертов, эта модель находится в зачаточном состоянии, но с другой стороны, потенциально она является источником доходов в российских сетях Wi-Fi в долгосрочной перспективе.

В наиболее выигрышном положении оказываются масштабные сети Wi-Fi с высокой посещаемостью, а также проекты с четко сегментированной платежеспособной клиентской базой (автосалоны, фитнес-центры и пр.) и возможностью интеграции рекламы с геолокационными сервисами и аналитикой (торговые и развлекательные

центры).

По оценке J'son & Partners Consulting, реклама на основе Wi-Fi аналитики с позиционированием клиентов для ритейла в долгосрочной перспективе станет одним из ключевых драйверов развития российского рынка публичных сетей Wi-Fi.

Источник - <http://lenta.ru/news/2014/11/26/analytics/>