

Tekst promocyjny

Informatyka Wykorzystanie narzędzi marketingowych

Rynek domen internetowych w Polsce rozwija się w szybkim tempie

Rynek domen internetowych to sektor, który od dłuższego czasu rozwija się bardzo dynamicznie. Trend ten zauważalny jest nie tylko w skali makro - światowej, ale przede wszystkim biorąc pod uwagę poszczególne kraje, m.in. Polskę.

Rejestracja domen internetowych możliwa jest od 1985 r. Od tego momentu zarejestrowano już ponad 180 mln adresów internetowych. Adres WWW zastąpił bardziej skomplikowany i trudny do zapamiętania adres IP (np. do tej samej strony możemy trafić wpisując do paska przeglądarki domenę www.nazwa.pl i adres IP 85.128.128.36).

Struktura zarządzania domen na świecie

Nadzorem nad istniejącymi domenami, jak i tworzeniem nowych rozszerzeń, zajmuje się powstała w 1998 r. organizacja non-profit - ICANN

(Internet Corporation for Assigned Names and Numbers - Korporacja ds. Nadawania Nazw i Numerów). Dostosowuje ona również adresy do potrzeb coraz szerszej rzeszy użytkowników Sieci. Dzięki temu m.in. wprowadzone zostały adresy IDN, umożliwiające zawieranie w nazwach znaków narodowych, takich jak np. polskie „ą”, „ł” lub „ń”. W planach jest także wprowadzenie domen pisanych np. cyrylicą lub alfabetem chińskim.

Natomiast rejestrowaniem domen internetowych zajmują się operatorzy, którym ICANN przyznaje prawo do dysponowania danymi roz-

szerzeniem np. firma VeriSign zarządza .com i .net, Affilias końcówką .info. Rozszerzeniem .eu zarządza Europejski Rejestr Nazw Domen Internetowych, czyli tzw. EURiD, a operatorem domeny .pl jest NASK, czyli Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa.

Operatorzy rozszerzeń zajmują się redystrybucją domen do ich późniejszych Abonentów. Rejestrator musi posiadać status partnera lub odpowiednią akredytację, by rejestrować domeny bez pośredników u poszczególnych operatorów. Pierwszą i jedyną do tej pory polską firmą, która przeszła wszystkie procedury konieczne do uzyskania akredytacji ICANN, jest NetArt (właściciel serwisu nazwa.pl).

Rynek pierwotny

Umowę partnerską z NASK, upoważniającą do rejestracji domen .pl posiada 107 podmiotów: 58 z siedzibą w Polsce, 34 w Europie, a pozostałych 15 w innych częściach świata. Ponad 50 proc. rynku domen .pl utrzymywane jest w rękach dwóch największych polskich rejestratorów: firmy NetArt (serwis nazwa.pl) oraz Home.pl (www.home.pl). Według ostatniego raportu NASK z lutego 2010, 24,7 proc. abonentów domen obsługiwanych jest przez serwis nazwa.pl, stawiając firmę NetArt na pozycji lidera.

Domeny .pl zyskały ogromną popularność - są obecnie najczęściej wybieranym przez Polaków rozszerzeniem. Zarejestrowali oni już ponad 1,7 mln adresów z końcówką .pl, wliczając w to domeny funkcjonalne (np. .com.pl) i regionalne (np. .mazowsze.pl). Do tego należy doliczyć bardzo popularne domeny .eu (188 tys.) oraz domeny globalne (ponad 275 tys.). Daje to łącznie sumę 2,16 miliona adresów WWW zarejestrowanych przez Polaków.

Rynek wtórny

Wciąż zmniejszająca się liczbę wolnych domen internetowych sprawia, że coraz większym zainteresowaniem cieszą się domeny „z drugiej ręki”. Wartość inwestycyjna wtórnego rynku domen na świecie jest bardzo duża, w Polsce jest to nadal nowe zjawisko. Coraz mniejsza dostępność atrakcyjnych domen na rynku pierwotnym powoduje, że tempo rozwoju rynku wtórnego jest niezwykle szybkie.

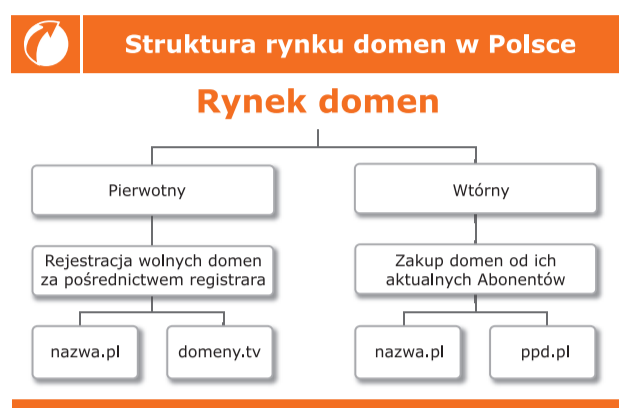
Sprzedaż bądź kupno domen może odbywać się zarówno w ogólnych serwi-

sach aukcyjnych, jak i wyspecjalizowanych platformach. Do roku 2009 najpopularniejsze na polskim rynku były portale: PPD.pl - oferujący obecnie około 2,6 tys. domen oraz Aftermarket.pl, w którym wystawionych jest ok. 48 tys. adresów WWW. Rewolucją okazało się wprowadzenie przez firmę NetArt (właściciela serwisu nazwa.pl) na wtórny rynek domen platformy Gielda Domen. Serwis nazwa.pl obsługuje ok. 500 tys. domen, z czego każda może zostać wystawiona na sprzedaż na nowoczesnej platformie. Uznana marka, gwarancja bezpieczeństwa sprawiły, iż w ciągu pół roku funkcjonowania Gieldy Domen zaufali jej właściciele ok. 42 tys. adresów WWW.

Sumy za jakie dokonano transakcji kupna - sprzedaży domen na polskim rynku wtórnym potwierdzają bardzo duży potencjał inwestycyjny adresów internetowych. Przykładowo, łączna suma transakcji zawartych na aukcji MeetDomainers, wyniosła w tym roku prawie 319 tysięcy złotych za 34 domeny. Za najdroższą domenę - lekarze.pl, zapłacono 135 tys. złotych. Kolejne miejsca to informatyka.pl oraz liga.pl, sprzedane odpowiednio za 30 i 25 tysięcy złotych.

Perspektywy i rozwój polskiego rynku

Rynek domen w Polsce w 2009 roku rozwijał się



O tym pisaliśmy

- **Bezpieczeństwo usług wirtualnych, a działanie firmowej strony WWW** (nr 73, 15 kwietnia)
- **Prawo reguluje świadczenie i użytkowanie usług wirtualnych** (nr 78, 22 kwietnia)

bardzo dynamicznie. Przełomowym momentem był dzień 3 listopada, kiedy to Polacy zarejestrowali dwumilionowy adres WWW. Pomimo niedogodności wynikających z coraz mniejszej liczby wolnych nazw, rynek rejestracji domen w Polsce wciąż się rozwija. Jak wynika z raportu NASK (październik 2009) dynamika przyrostu liczby adresów z rozszerzeniem .pl na koniec trzeciego kwartału tego roku zwiększyła się do 7%. Zauważalny trend wzrostowy w rejestracji domen, nie tylko krajowych, ale również globalnych i europejskich wynika z coraz większej świadomości polskich przedsiębiorców, na temat

konieczności zabezpieczenia swojego istnienia w Internecie. Zmienił się również sposób zakupu domen - użytkownicy zaczęli rejestrować domeny na podstawie impulsu, a nie jak dotychczas na podstawie długotrwałych analiz.

Przewidywać można, że w przyszłości największe znaczenie będzie miał rynek wtórny domen. Jednak polski rynek pierwotny nadal jest rynkiem chłonnym. W porównaniu np. do rynku niemieckiego, na którym zarejestrowanych jest ponad 20 milionów domen, wydaje się, że największy rozwój rynku pierwotnego w Polsce dopiero nastąpi.

Antoni Bielewicz

Ekspert radzi: kiedy warto kupić domenę na rynku wtórnym

Przedsiębiorstwa często wahają się między rejestracją pakietu domen na rynku pierwotnym, a ich zakupem na rynku wtórnym. Decyzja ta zależy od wielu czynników zarówno finansowych, jak i marketingowych oraz koncepcyjnych. Rejestracja domeny jest bowiem często kilka, kilkadziesiąt lub kilkaset razy tańsza niż jej zakup na rynku wtórnym. Podstawą do podjęcia decyzji powinna być analiza sytuacji, m.in. aspektów takich jak: Czas i stopień realizacji projektu. Przykład: do uruchomienia projektu, na potrzeby którego ma zostać zakupiona domena, zostało niewiele czasu, a projekt i wszystkie materiały z użyciem pożądanej nazwy są już przygotowane. Niestety część potrzebnych domen jest dostępnych na rynku wtórnym. Należy oszacować, jakie koszty związane ze zmianami poniosłoby przedsiębiorstwo i jaki jest ich stosunek do nakładu finansowego koniecznego do nabycia domen na rynku wtórnym. Zależnie od stopnia przygotowania projektu, zmiana nazwy dla niego może wiązać się ze zróżnicowanymi kosztami. Jeśli projekt jest w fazie początkowej, zmiana nazwy może wiązać się zaledwie ze zmianą koncepcji marketingowej. W przypadku projektów zaawansowanych, w grę wchodzi modyfikacja nie tylko strony WWW firmy oraz narzędzi promocji w Internecie, ale także materiałów reklamowych oraz wewnętrznych przedsiębiorstwa. Należy także doliczyć koszty związane z opóźnieniem startu projektu. Zależnie od wykona-



nego bilansu podjąć decyzję o zmianie nazwy projektu, bądź odkupieniu domen na rynku wtórnym. Liczba domen do odkupienia. Przykład: firma może na rynku pierwotnym dokonać rejestracji większości domen koniecznych do skompletowania pakietu adresów, a zaledwie kilka domen, które są jej niezbędne, dostępnych jest na rynku wtórnym. Lub firma może dokonać od razu zakupu całego pakietu potrzebnych jej domen na rynku wtórnym. Decyzja powinna opierać się na rachunku ekonomicznym - zależnie od liczby domen, które należy nabyć oraz ich ceny. Cena domen na rynku wtórnym. W niektórych przypadkach, cena jednej domeny koniecznej do uzupełnienia pakietu adresów dla projektu może być na tyle wysoka, że bardziej opłacalna dla przedsiębiorstwa jest decyzja o zmianie nazwy projektu oraz rejestracja nowego pakietu domen dla przygotowywanego projektu. W takich przypadkach należy pamiętać jednak o potencjale reklamowym takiej domeny, jej intuicyjności dla użytkowników oraz zyskach, które w przyszłości firma może wygenerować za pomocą trafnej domeny.

Beata Mosór

kierownik sekcji PR w NetArt (serwis nazwa.pl)

nazwa.pl

SIŁA DOBREJ NAZWY!

DOMENA ZA DARMO!

Wykorzystaj jej siłę w Internecie!

Przyciągaj wielu klientów własną unikatową domeną. Korzystaj z profesjonalnego, bezpłatnego konta pocztowego w Twojej domenie!

Zamów domenę za 0 zł na www.nazwa.pl!

www.nazwa.pl infolinia: 0801 33 22 33

Oferta dla firm