

Domeny internetowe

W EUROPIE

Aneta Szczepankiewicz



Do domen najwyższego poziomu należy europejska domena .eu.

Każdy z nas, włączając dzieci i emerytów, wie już od dawna, że aby wejść na jakąkolwiek stronę internetową, należy wprowadzić jej adres do wyszukiwarki. Nie każdy intuicyjny użytkownik internetu zdaje sobie jednak sprawę, że adres internetowy to tzw. domena internetowa. Wśród domen internetowych wyróżniamy te najbardziej prestiżowe – tzw. domeny najwyższego poziomu (TLD – Top Level Domain). Zaliczamy do nich przede wszystkim domeny narodowe ccTLD, czyli np. polską domenę krajową .pl, czeską .cz czy niemiecką .de (domeny krajowe są zawsze dwuliterowe). Następnie są domeny funkcjonalne (są one zazwyczaj trzyliterowe albo większe – .com, .net, .org albo .info). Do domen najwyższego poziomu należy także eu-

ropejska domena .eu, która jest klasyfikowana jako domena narodowa. Adresy najwyższego poziomu (w odróżnieniu od domen drugiego i trzeciego poziomu – takich jak np. .waw.pl, .krakow.pl) można przyrównać do najlepszych adresów w mieście – takich jak ul. Marszałkowska czy Nowy Świat w Warszawie. Adresy te są łatwiej kojarzone i zapamiętywane, łatwiej się je wyszukuje w internecie. Cena za adresy umieszczone w domenie najwyższego poziomu jest zazwyczaj trochę wyższa niż za adresy drugiego i trzeciego poziomu, ponieważ zapotrzebowanie na domeny najwyższego poziomu jest większe – nazwa umieszczona w takim adresie może być potencjalnie częściej odwiedzana, szybciej kojarzona, nie zawęża grona potencjalnych odbiorców do

społeczności lokalnej, jak w przypadku domen regionalnych, co w efekcie może sprzyjać generowaniu większego ruchu na stronach. Niestety, najlepsze nazwy w polskiej domenie krajowej .pl zostały już dawno wykupione przez użytkowników, tak jak najlepsze lokale w mieście. Kupno adresu internetowego na rynku wtórnym domen może być więc sporym wydatkiem. Do jednej z najkosztowniejszych transakcji przeprowadzonych w Polsce w roku 2008 zaliczamy sprzedaż adresu urlopy.pl za 400 tys. złotych. Jest to cena dosyć ekstremalna, ale sprzedaż tak popularnych i zarazem zwyczajnych nazw, jak deser.pl czy adwokaci.pl, liczy się w sumach do kilkudziesięciu tysięcy złotych. Jednocześnie domeny internetowe najwyższego poziomu kupowane

na rynku pierwotnym kosztują średnio zaledwie 9 złotych.

Dlaczego .eu

Zdaniem wielu polskich firm rejestrujących domeny internetowe na polskim rynku, ciekawe nazwy (a więc i dobre adresy) oferowane są jeszcze w domenie .eu. Jest to jedna z najmłodszych domen najwyższego poziomu, która została udostępniona polskiemu użytkownikowi wiosną 2006 roku. Jej główną zaletą (obok ciągle większej dostępności nazw) jest to, że jako domena europejska kojarzy adres witryny z ryn-

ny WWW, łatwiej pozyska nowych klientów. Procent firm posiadających własne strony internetowe w Polsce wynosił w 2008 r. 53%. Średnia UE to 64%, a w krajach wysoko rozwiniętych, takich jak Anglia czy Niemcy, procent ten jest o wiele wyższy. Ponieważ pula użytecznych nazw domen topnieje w Polsce z dnia na dzień, w ostatnich latach pojawili się na polskim rynku tzw. inwestorzy domenowi, którzy skupują potencjalnie interesujące i użyteczne nazwy domen, aby odsprzedać je po wyższej cenie w przyszłości. Popularne stają się także dzierżawa oraz

hostingowych zajmujących się rejestracją domen. Dane z wyszukiwarek pochodzą z bazy centralnego systemu rejestracji domen WHOIS, która jest prowadzona przez tzw. rejestr (registry). Polskim rejestrem dla domen krajowych jest NASK (Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa). Oczywiście także domeny zagraniczne (zarówno narodowe, jak i funkcjonalne) mają swoje własne rejestry – tj. organizacje odpowiedzialne za centralny nadzór nad procesem rejestracji danej domeny. Bazy WHOIS są publicznie udostępniane na stronach rejestrów i dostarczają bardziej szczegółowych informacji niż wyszukiwarki (w przypadku nazwy już zarejestrowanej podają podstawowe informacje na temat obecnego abonenta, adresy serwerów oraz firmy hostingowej odpowiedzialnej za rejestrację danego adresu domenowego). Z zagranicznych baz danych tylko WHOIS dla domeny .eu, prowadzonej przez EURid (Europejski Rejestr Nazw Domen Internetowych) ma polską wersję językową.

Stopień nasycenia

Stopień nasycenia rynku można oszacować na podstawie liczby adresów z końcówką krajową na 1000 mieszkańców w danym kraju. W Polsce mamy blisko 36 adresów w domenie .pl na 1000 obywateli. W sąsiednich Czechach liczba ta jest wyższa – 52 adresy ccTLD na 1000 mieszkańców, w Anglii są już 102 domeny krajowe na 1000 osób, a w Danii 180 na 1000 mieszkańców. Polska jednak nie ma się czego wstydzić, a jej wyniki wskazują na dynamiczny rozwój zarówno gospodarki, jak i społeczeństwa. We Francji np. na 1000 mieszkańców przypada tylko 22,5 adresu, a we Włoszech 28 adresów na 1000 osób. Pod koniec II kwartału 2009 r. w Polsce mamy prawie 1,5 mln zarejestrowanych domen krajowych (z końcówką .pl), co plasuje nas na szóstym miejscu w UE (po Francji), jeśli wziąć pod uwagę bezwzględną liczbę rejestracji ccTLD (domen krajowych). Wyprzedzamy tym samym takie kraje, jak Hiszpania, Szwecja, Dania, Austria czy Szwajcaria. W roku 2008 Polska zyskała także miano lidera na rynku rejestracji domen .eu – nasz rynek domenowy odnotował najwyższy przyrost ze wszystkich krajów UE, a Polska zajmuje obecnie 5. miejsce w rankingu państw unijnych. ■

Aneta Szczepankiewicz
liaison manager na rynek Polski
Europejski Rejestr Nazw Domen
Internetowych



Wiosna 2009 r. Praca wykonana przez Leana Laaneviira w ramach konkursu na najlepsze zdjęcie domeny .eu. Konkurs ogłoszony przez estońskiego rejestratora domen .eu – Zone.eu.

kiem unijnym (i jego potencjałem gospodarczym oraz kulturalnym, na który składa się 27 krajów i 500 mln obywateli). Ważne jest także to, że adres .eu świadczy o europejskiej tożsamości firmy, ponieważ tylko mieszkańcy Unii Europejskiej mają prawo rejestrować adres w tej domenie. Bez wątplenia europejski adres to zapowiedź wysokiego europejskiego standardu, a witryna prezentująca się pod takim adresem wzbudza większe zaufanie klientów.

Inwestycja w domenę

Posiadanie własnej strony internetowej jest niezbędne właściwie dla każdej, nawet zupełnie małej i lokalnej firmy usługowej. Klient zapoznaje się z ofertą oraz godzinami otwarcia zakładu, nie wychodząc z domu. Brak własnej witryny internetowej jest równoznaczny z oddaniem pola konkurencji, która mając swoje stro-

parkowanie domen (około 6% rejestracji w pierwszej połowie 2009 r.), które generują przychód dla abonenta domeny przez monetyzację ruchu na stronie (wyświetlane są na niej reklamy bądź linki, które przenoszą użytkownika na reklamowane portale). Abonent w takich przypadkach zarabia na przekierowaniu, niczym pośrednik. Domeny na parkingu, które czekają na swojego kupca, służą także często jako wirtualne słupy ogłoszeniowe.

System rejestracji domen

Domenę możemy zarejestrować na zasadzie rocznego abonamentu (wykupujemy ją na rok z możliwością automatycznego przedłużenia abonamentu po uiszczeniu opłaty za kolejny rok). Dostępność domeny, którą chcemy zarejestrować, każdy może sprawdzić w wyszukiwarce oferowanej bezpośrednio na stronach firm