

Статистические и информационно-аналитические исследования

состояния и основных тенденций
развития инфраструктуры
российского сегмента
Интернета

— **Российский рынок
доменов:
итоги 2008 года**

Региональный сетевой информационный центр (RU-CENTER)

Статистические и информационно-аналитические исследования состояния и основных тенденций развития инфраструктуры российского сегмента Интернета

Российский рынок доменов: итоги 2008 года

Оглавление

| | |
|---|----|
| Оглавление..... | 1 |
| Зоны .RU и .SU: рост продолжается..... | 2 |
| Динамика роста зоны .RU..... | 2 |
| Динамика роста зоны .SU..... | 5 |
| Развитие информационной инфраструктуры регионов в 2008 году..... | 6 |
| Зона .RU на фоне других доменов верхнего уровня (gTLD и ccTLD)..... | 11 |
| Жизненный цикл зоны .RU..... | 12 |
| Этапы жизненного цикла домена RU..... | 13 |
| Регистрация освобождающихся доменов..... | 21 |
| Вторичный рынок доменов..... | 23 |
| Монетизация доменного имени..... | 25 |
| Этапы жизненного цикла домена в зоне .RU и сервисы регистраторов..... | 29 |
| Регистрации доменов в зоне .RU: пристальный взгляд..... | 31 |
| Новые возможности..... | 36 |
| Подведем итоги..... | 37 |

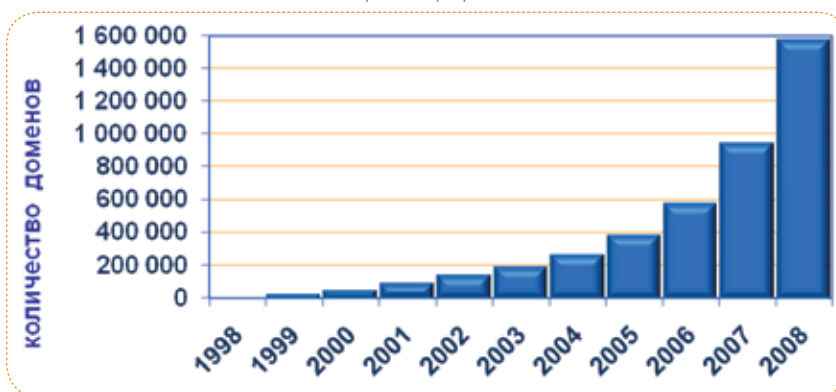
Зоны .RU и .SU: рост продолжается

2008 год был весьма удачным для развития инфраструктуры российского сегмента сети Интернет. Активно росли и адресное пространство, и доменные зоны .RU и .SU. Количество выделенных IP-адресов вплотную приблизилось к отметке в 20 млн адресов, число автономных систем выросло почти до 2,5 тыс., число доменов второго уровня в зоне .RU перевалило за 1,8 млн, а в зоне .SU - превысило 80 тыс.

Динамика роста зоны .RU

Зона .RU уверенно движется к двухмиллионной отметке. На начало декабря 2008 года в ней было зарегистрировано около 1,8 млн доменных имен. В среднем в 2008 году зона .RU росла на 58 тыс. имен в месяц. Таким образом, к концу года ожидается, что количество зарегистрированных доменов в зоне .RU может достигнуть отметки в 1,9 млн. доменных имен. Годовой прирост составит 64%, что на два процента больше, чем в 2007 году. Если не произойдет каких-либо драматических событий, то рубеж в 2 млн. доменов зона .RU преодолет к весне 2009 года.

Рис. 1 Рост количества зарегистрированных доменов в зоне .RU¹



В 2008 году количество аккредитованных регистраторов в зоне .RU выросло с 16 до 20. Новые регистраторы, как правило, ориентированы на определенные группы клиентов: оптимизаторы, клиенты хостинга, домейнеры.

В сентябре 2007 года зона .RU перешагнула отметку в один миллион доменов. В связи с этим событием в динамике регистраций наблюдалось настоящее ралли. В день регистрации миллионного домена был отмечен всплеск регистраций (более 20 тыс. доменов). Предполагалось, что многие из этих доменов были зарегистрированы только для того, чтобы стать миллионным, и не будут продляться в 2008 году. Однако сильного влияния на показатель прироста зоны этот факт не оказал. И до момента регистрации, и после момента регистрации² темпы прироста зоны равнялись 64%.

Количество администраторов (владельцев) доменов в 2008 году также выросло. К первому ноября 2008 года оно составило 643448 уникальных анкет.

Это на 213195 анкет больше, чем было зафиксировано годом ранее, т.е. рост

¹ Данные прироста традиционно приводятся на 1 августа каждого расчетного года.

² Имеется в виду дата регистрации + один год + 33 дня, т.е. момент освобождения домена, если его регистрация не будет продлена.

количества владельцев доменов составил 50%.

Как и в предыдущие годы, администраторами доменов в зоне .RU в основном являются российские граждане и организации (рис.1).

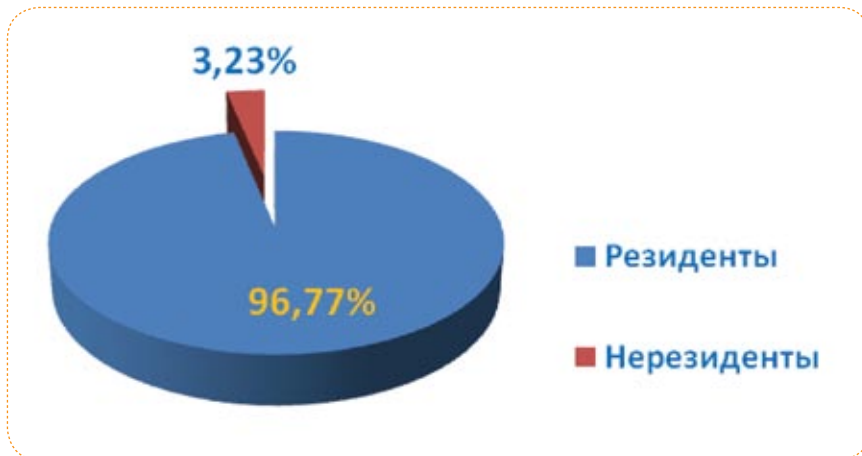


Рис.1 Соотношение долей резидентов РФ и иностранцев среди администраторов доменов в зоне .RU

2008 год продолжил тенденции последних пяти лет. Доля организаций среди администраторов доменов неуклонно сокращается, а доля граждан столь же неуклонно растет. Рост этот носит линейный характер (рис.2). За прошедшие шесть лет доля физических лиц выросла с 50% до почти 70%. Пока не видно существенных причин, которые позволили бы данную тенденцию изменить. Более того, такие же тенденции наблюдаются и среди нерезидентов Российской Федерации. Доля физических лиц – нерезидентов РФ за те же шесть лет увеличилась с 15% до 27% среди всех администраторов доменов – нерезидентов.

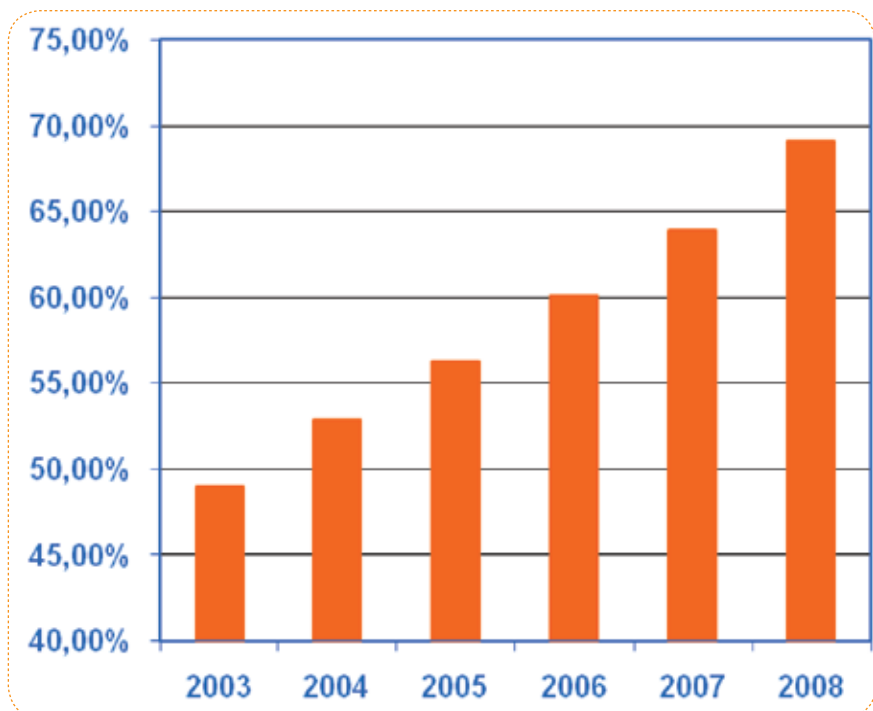
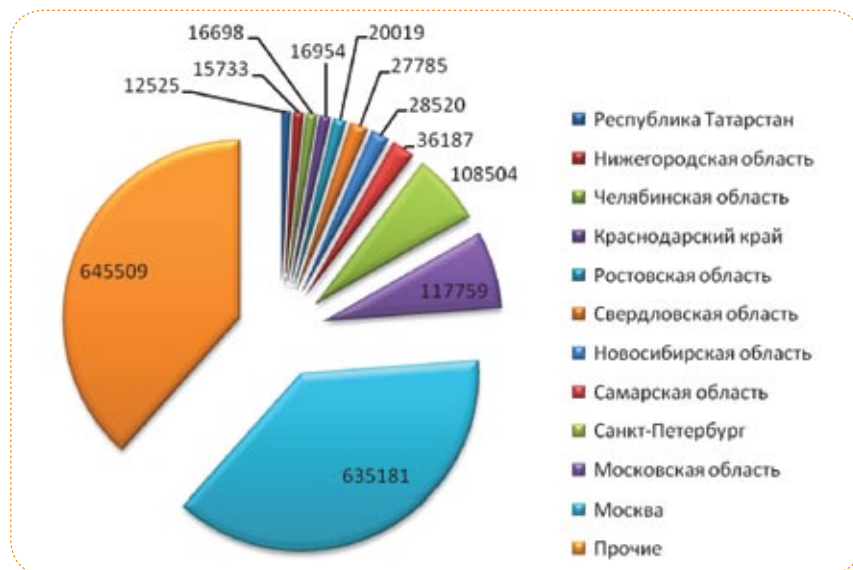


Рис. 2 Рост доли российских граждан среди администраторов доменов в зоне .RU

2008 год подтвердил тенденцию перераспределения мест в рейтинге

Рис. 3 Распределение доменов по регионам Российской Федерации

регионального распределения доменов, согласно адресам проживания их администраторов (рис.3). Среди субъектов Российской Федерации список лидеров по числу регистраций доменов в зоне RU немного изменился: Санкт-Петербург, долгие годы уверенно занимавший вторую строчку в этом рейтинге, впервые потеснила Московская область. Доля Москвы при этом осталась без изменений - 37,8%. На Московскую область приходится почти 7,1%, на долю Санкт-Петербурга – 6,6%.



Далее идут крупные промышленные центры России: 2,1% у Самарской области (здесь и далее включая областной центр), по 1,7% у Новосибирской и Свердловской областей, затем идут Ростовская, Челябинская и Нижегородская области, а также Краснодарский край - в каждом регионе около 1%. Более 0,5% от общего числа зарегистрированных в зоне RU доменов насчитывается в Республиках Татарстан и Башкортостан, в Красноярском и Приморском краях, в Волгоградской, Воронежской и Саратовской областях (рис. 3). Интересно, что по совокупности регионы, располагающиеся за пределами первой десятки рейтинга, развиваются быстрее столиц.

Таблица 1 Популярность зоны .RU в разных странах мира

| Страна | Количество доменов |
|--------|--------------------|
| SC | 42226 |
| DE | 24038 |
| BZ | 20999 |
| LU | 5649 |
| US | 4603 |
| UA | 4512 |
| FR | 1828 |
| NL | 1658 |
| GB | 1434 |
| VG | 1302 |

Зона .RU достаточно популярна во всем мире. Граждане и организации 156 государств зарегистрировали доменные имена в зоне .RU. Наиболее популярны российские домены у жителей (см. таблицу 1) Сейшельских островов, Германии и Белиза. Следует отметить, что Сейшельские острова и Белиз являются оффшорами, которые облюбовали российские домейнеры.

Таким образом, традиционные лидеры - США и Украина – в 2008 году уступили пальму первенства российским компаниям, зарегистрированным в оффшорах, и Германии. Также довольно высока популярность домена RU в Люксембурге, Франции, Нидерландах, Чехии, Белоруссии, Швейцарии и Италии.

Динамика роста зоны .SU

Не менее успешно в 2008 году развивалась и зона .SU. Снижение стоимости регистрации в декабре 2007 года крайне благотворно сказалось на темпах регистрации доменов в этой зоне. Если в 2007 году ежедневно зона подрастала всего на 200 доменов, то в 2008 году средний ежемесячный прирост составил уже более 5000 имен.

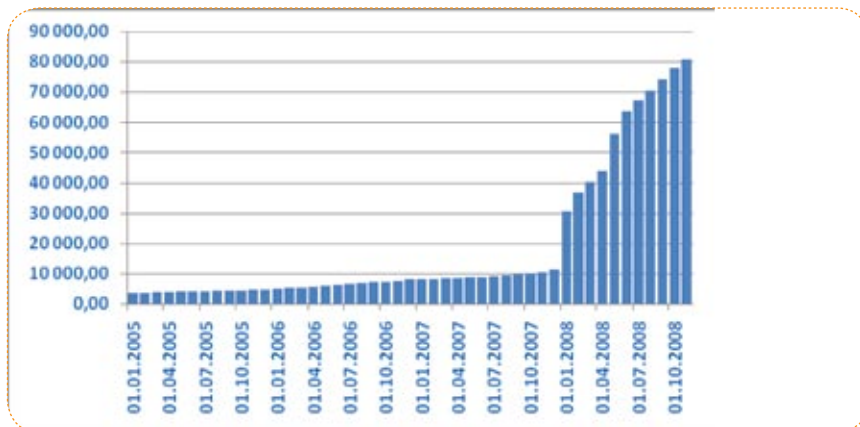


Рис. 4 Динамика роста зоны .SU в 2005-2008 г.г.

Особо следует отметить введение в апреле 2008 года возможности регистрации в зоне .SU доменов на национальных языках (IDN доменов). К декабрю 2008 года в зоне было зарегистрировано свыше 16,5 тыс. таких доменов (в подавляющем большинстве случаев – русскоязычных). Если принять во внимание тот факт, что к 31 октября 2007 года в зоне .SU было всего 10 тыс. доменов, то рост зоны .SU следует признать драматическим. С первого ноября 2007 за год зона выросла с 10234 доменов до 80542, т.е. годовой прирост составил 687%!

В зоне .SU работают 14 регистраторов³. Это почти вдвое превышает количество регистраторов в 2007 году (8 регистраторов). Появление новых регистраторов в .SU позволяет говорить о том, что зона имеет серьезный потенциал дальнейшего роста.

Количество администраторов доменов в зоне .SU за год также выросло. К первому ноября 2008 года оно составило 29712 уникальных анкет. Это на 22763 анкеты больше, чем было зафиксировано на тот же момент в 2007 году, т.е. рост количества анкет составил около 328%! Это, конечно меньше, чем прирост зарегистрированных доменов, но и эта цифра впечатляет.

Как и в предыдущие годы, администраторами доменов в зоне .SU являются российские граждане и организации. Иностранцы зарегистрировали только около 4% всех доменов в зоне .SU. Причем на первом месте среди иностранцев граждане США (966 доменов) и Украины (316). При этом американцы не зарегистрировали ни одного IDN домена, а украинцы зарегистрировали только 18 IDN доменов. Больше всех IDN доменов из иностранцев зарегистрировала одна компания с британских Виргинских островов (146 доменов), т.е. скорее всего это

³ На сайте fid.ru указано только 12 регистраторов

Таблица 2 Регистрация IDN доменов в зоне .SU иностранцами

| Страна | IDN Домены |
|--------|------------|
| VG | 146 |
| UA | 18 |
| DE | 17 |
| SC | 15 |
| BY | 14 |
| US | 14 |
| BZ | 9 |
| AM | 6 |
| DM | 6 |
| PL | 5 |

филиал российской компании с регистрацией в этом оффшоре. Традиционное лидерство США и Украины указывает на непопулярность зоны у тайпсквотеров и домейнеров.

Физические лица среди администраторов доменов в зоне .SU составляют 76%, что на 2% больше, чем в зоне .RU. При этом в зоне .SU сохраняется та же тенденция: домены регистрируют главным образом физические лица, а не организации.

Таблица 3 Распределение доменов зоны .SU по регионам Российской Федерации

| Регион Российской Федерации | Доля региона (в %) |
|------------------------------|--------------------|
| Москва | 44.02 |
| Московская область | 9.01 |
| Санкт-Петербург | 7.77 |
| Свердловская область | 4.02 |
| Краснодарский край | 2.59 |
| Воронежская область | 1.93 |
| Самарская область | 1.45 |
| Новосибирская область | 1.42 |
| Челябинская область | 0.99 |
| Ростовская область | 0.87 |

Физические лица среди администраторов доменов в зоне .SU составляют 76%, что на 2% больше, чем в зоне .RU.

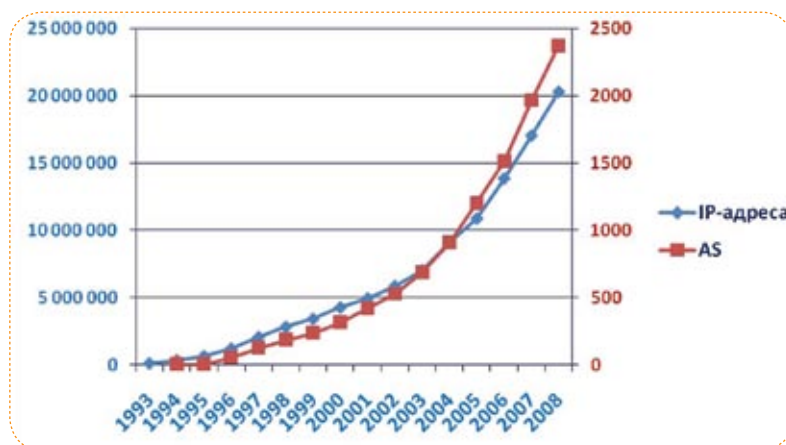
По темпам прироста числа доменов Московская область уже второй год подряд опережает северную столицу.

Следует отметить, что первые десятки регионов для зон .RU и .SU не совпадают. Так в .SU нет, например Республики Татарстан. Однако, первая тройка регионов стабильна: на первом месте Москва, затем идет Московская область и Санкт-Петербург. По темпам прироста числа доменов Московская область уже второй год подряд опережает северную столицу и второе место Московской области ни для кого не должно быть сюрпризом. По темпам развития инфраструктуры доступа в сеть Московская область постепенно приближается к Москве. Этот факт определяет высокие темпы регистрации доменов резидентами области и для размещения информационных ресурсов, и для целей монетизации доменного имени.

Развитие информационной инфраструктуры регионов в 2008 году

Рост зон не был бы возможен без развития инфраструктуры доступа к информационным ресурсам Интернета в российских регионах. Процесс развития этой инфраструктуры можно проиллюстрировать динамикой распределения адресного пространства и номеров автономных систем по регионам Российской Федерации.

Рис. 5 Выделение адресного пространства и номеров автономных систем Европейским Региональным Интернет-реестром (RIPE) для работы в России⁴



В настоящее время российские локальные интернет-реестры составляют самую большую национальную группу в Европейском реестре (RIPE NCC). При этом если три года назад адреса, главным образом, выделялись столичным провайдерам, то в последнее время адресное пространство стало прирастать регионами. Этот прирост не носит драматического характера. Регионы теснят столицы медленно, но верно (рис. 6). На 1 декабря 2008 г. соотношение «столицы/регионы» составляло уже «50,59%/49,41%», т.е. доля столиц продолжает сокращаться.

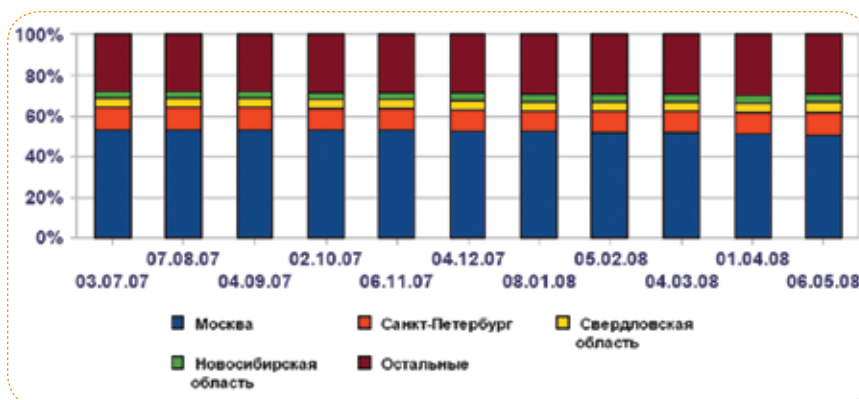


Рис. 6 Распределение адресного пространства по регионам Российской Федерации

С развитием инфраструктуры связаны два ключевых фактора развития регионального Интернета и Рунета в целом:

- стоимость подключения к сети;
- региональный хостинг.

Оба фактора зависят от отсутствия или наличия в регионе местного обмена трафиком между представленными в регионе провайдерами. В случае его отсутствия практически всегда нет конкуренции между провайдерами, и в стоимость трафика включены расходы на магистральные каналы передачи данных. В результате в регионе, как правило, наблюдается высокая стоимость подключения и высокие тарифы на трафик, чаще всего отсутствуют безлимитные тарифы или их стоимость очень высока.

⁴ На 1 декабря 2008 года

При отсутствии регионального обмена трафиком, как правило, нецелесообразно размещать информационные ресурсы на региональных хостинг-площадках. Время отклика столичных площадок может быть лучше, чем у региональных, в силу особенностей маршрутизации.

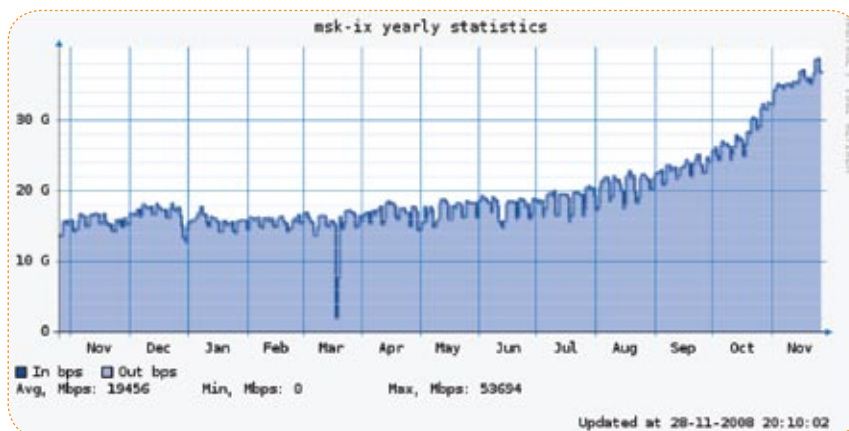
В этой связи чрезвычайно важным является развертывание Российским НИИ Развития Общественных Сетей (РосНИИРОС) в регионах точек обмена трафиком.

Рис. 7 Точки обмена трафиком на территории РФ, запущенные или обновленные в 2008 году (проект региональных IX РосНИИРОС)⁵



Пока самой крупной российской точкой обмена трафиком остается Московский Internet Exchange (MSK-IX). В течение всего 2008 года на нем наблюдался устойчивый рост объема трафика (рис.8).

Рис. 8 Рост объемов трафика на Московском IX в 2007-2008 г.г.⁶



⁵ Данные были представлены на Московской региональной конференции RIPE NCC, Москва, 23-24 сентября 2008 г.

⁶ Данные с сайта www.msk-ix.ru

В настоящее время точки обмена трафиком запущены во всех федеральных округах Российской Федерации. Предполагается, что подобные точки обмена трафиком появятся во всех городах страны с численностью населения более 1 млн. человек (таких городов в стране насчитывается 11).

Следует отметить, что к концу года этот объем традиционно увеличивается. За год средний объем трафика за сутки через MSK-IX удвоился, и в ближайшее время снижения этих объемов не прогнозируется.

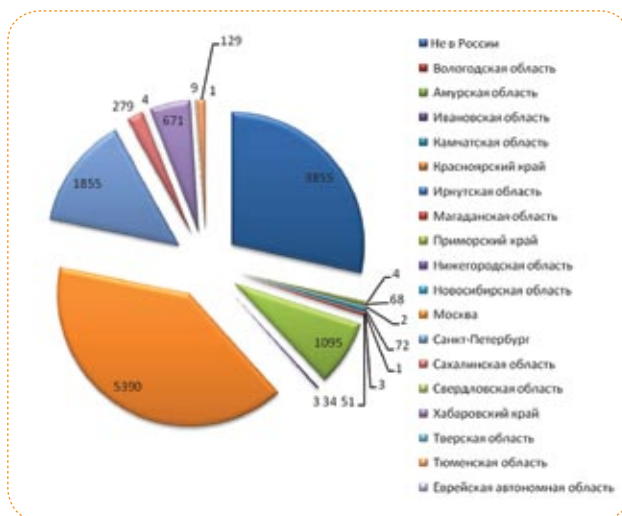
Если вернуться к региональному аспекту развития российского сегмента Интернета, то в этой связи интересно проанализировать географию размещения сайтов по территории страны. Если посмотреть на картину в целом, то сайты в основном размещены в Москве, на зарубежных хостинг-площадках и в Санкт-Петербурге (рис. 9).

Рис. 9 Размещение сайтов с именами доменов из зоны .RU⁷



Таким образом, на долю регионов приходится всего 5% сайтов! Почти четверть (26%) делегированных доменов используется для идентификации веб-страниц, размещенных за пределами Российской Федерации. Здесь, справедливости ради, следует отметить, что не каждый делегированный домен указывает на информационный ресурс. Многие из этих доменов используются для идентификации страниц рекламных ссылок (парковочных страниц).

Любопытно, что такая же картина размещения сайтов воспроизводится и при анализе размещения доменов администраторами из регионов России.



Как видно (рис. 10), жители Дальнего Востока имеют те же предпочтения, что и администраторы доменов .RU в целом. Самое большое количество доменов идентифицирует ресурсы, размещенные в Москве, за рубежом и в Санкт-Петербурге, и только потом идут дальневосточные регионы (Приморский и Хабаровский края).

Рис. 10 Размещение сайтов администраторами доменов из Дальневосточного федерального округа

⁷ На 1 декабря 2008 года

Исследования российского DNS-трафика подтверждают общеизвестный факт, что региональный пользователь проявляет большой интерес к информационным ресурсам своего региона. Так, например, сравнение приоритетов пользователей провайдеров SouthTel (Южный федеральный округ) и Peterstar (Санкт-Петербург, Северо-Западный федеральный округ) показало, что:

- провайдеры обслуживают болельщиков разных футбольных команд;
- юг ищет работу, а Питер друзей;
- клиенты этих провайдеров используют разные поисковики.

Аналогичное сравнение пользователей Fareast(Дальневосточный федеральный округ) и SouthTel констатировало:

- Дальний Восток ищет что-то в 5ballov.ru;
- юг больше времени проводит на своих региональных ресурсах, чем их дальневосточные визави.

Из этих исследований следует, что в ряде регионов действительно есть потенциал развития региональных ресурсов, и развертывание точек обмена трафиком выступит в качестве катализатора этого развития. К сожалению, в других регионах такого потенциала нет. Более того, развертывание в регионах сетей национальных провайдеров типа GoldenTelecom способствует унификации интересов пользователей. Во всяком случае, региональные пользователи этого провайдера по своим интересам существенно не отличаются от пользователей столиц.

До сих пор основным источником пользовательского трафика являются клиенты крупных национальных и столичных провайдеров широкополосного доступа в Сеть (таблица 4).

Таблица 4 Основные российские сети – генераторы пользовательского трафика

| Номер AS | Количество запросов за сутки к авторитативным серверам зоны .RU | Количество кэширующих DNS серверов | Название сети |
|----------|---|------------------------------------|---|
| AS8359 | 11210348 | 4133 | COMSTAR-Direct Moscow region network |
| AS3216 | 6749734 | 3698 | Golden Telecom, Moscow, Russia |
| AS8402 | 7233815 | 2698 | Corbina Telecom |
| AS8732 | 13228985 | 1727 | Moscow Telecommunication Corporation (COMCOR) |
| AS8342 | 3914960 | 1663 | RTComm.RU Autonomous System |
| AS8997 | 4116245 | 1393 | SPBNIT-RU Autonomous System |
| AS6731 | 1711947 | 1316 | COMSTAR Telecommunications |
| AS20485 | 1981729 | 1224 | JSC Company TransTeleCom |
| AS20632 | 1904206 | 1166 | JSC PeterStar |
| AS8350 | 1351768 | 1158 | OAO COMBELLGA Autonomous System |

Региональным сетям пока еще очень далеко до показателей столичных сетей. Учитывая плотность населения в различных регионах страны следует признать, что региональные сети никогда не достигнут показателей столичных сетей. Тем не менее, они достаточно успешно развиваются и при определенных условиях способны замкнуть на себя весь региональный трафик, как, например это происходит в Якутии.

Однако, при оценках развития регионов следует также иметь в виду, что текущая экономическая ситуация не способствует бурному развитию регионов. Об этом же свидетельствует снижение прогнозов кредитных рейтингов нескольких российских региональных телекоммуникационных компаний агентством Standard & Poor's⁸. В частности, например, у ВолгаТелеком и УралСвязьИнформ прогноз снижен до «негативный». Прогнозы рейтингов понижены из-за проблем с ликвидностью. Фактически, с большой долей вероятности это означает сворачивание инвестиционных программ региональных провайдеров, т.е. программ развития регионов.

Текущая экономическая ситуация не способствует бурному развитию регионов.

Зона .RU на фоне других доменов верхнего уровня (gTLD и ccTLD)

При описании динамик развития зон .RU и .SU мы не сравнили их с другими доменами верхнего уровня (TLD). Традиционная картина выглядит следующим образом (рис. 11). Впереди с огромным отрывом - зона .COM, затем китайский и немецкий национальные двухбуквенные домены и только потом - зоны .NET и .ORG. Российский домен в первую десятку TLD не входит, но по динамике развития зону .RU превосходит только домен Поднебесной (CN). Однако сравнивать рост китайского домена с другими доменами, на наш взгляд, некорректно. Так например, в декабре 2007 года зона .CN выросла сразу на 500 тыс. доменных имен одновременно, что никогда не наблюдалось ни в одной другой зоне.

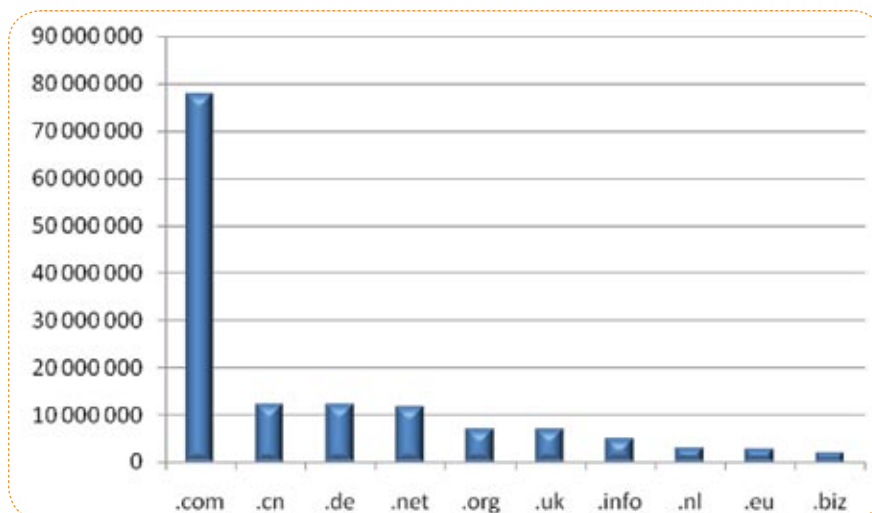
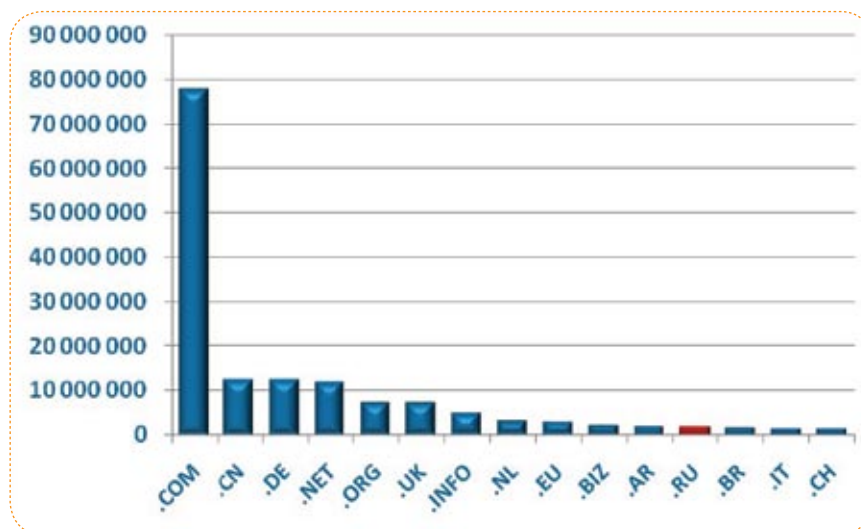


Рис. 11 Наиболее крупные доменные зоны Интернета

⁸ <http://www.standardandpoors.ru>

Если же рассматривать рейтинг самых крупных национальных доменов, то здесь картина следующая. Лидируют, как и в общем рейтинге, домены Китая и Германии, далее следуют домены Голландии и Евросоюза, затем - Аргентины. Где-то здесь же находится и домен США (к сожалению, реестр домена US статистики по регистрациям не публикует), а вот дальше рейтинги, которые публикует Veri-Sign и Zooknic.com не точны. Более пристальная проверка страниц статистики сайтов реестров зон .BR (Бразилия), .IT(Италия), .CH(Швейцария) говорит о том, что российский домен .RU с 1,8 млн. доменов второго уровня занимает 6-7 место среди всех ccTLD и 11-12 среди всех TLD (рис. 12).

Рис. 12 ТОП-15 доменов верхнего уровня Интернета



Учитывая темпы прироста зоны .RU можно надеяться на то, что в начале 2009 года домен .RU опередит в списке самых крупных национальных доменов домен Аргентины.

Жизненный цикл зоны .RU

Успешное развитие зоны .RU в течение последних лет заставляет специалистов искать параллели в других зонах. Совершенно очевидно, что такой стремительный рост не может продолжаться вечно. Когда-то должен наступить спад. Об этом говорят и общая теория внедрения достижений науки и техники (innovation penetration) и история развития зоны .COM.

Зона .COM пережила подобный экспоненциальный рост в период с 1995 по 2000 г.г. Затем пережила полуторогодовой спад, и снова начала расти, но уже линейно. Осенью-зимой 2007 года зона .COM снова уменьшилась примерно на 2 млн. доменных имен, но к весне 2008 года эту потерю с лихвой отыграла.

Снижение количества зарегистрированных доменов совпало с разгаром американского ипотечного кризиса осени 2007 года. Однако, учитывая тот факт, что домены в зоне .COM регистрируются в среднем на год-два и решение о регистрации или продлении регистрации принимается заранее (домен можно продлить в течение 75 дней после истечения срока регистрации), скорее мы имеем дело с совпадением, а не с жесткой причинно-следственной связью.

Успешное развитие зоны .RU в течение последних лет заставляет специалистов искать параллели в других зонах. Совершенно очевидно, что такой стремительный рост не может продолжаться вечно.

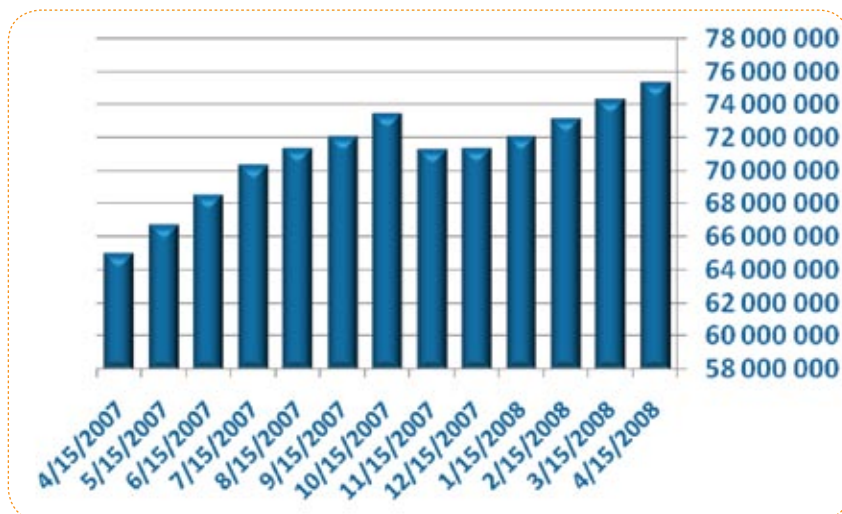


Рис. 13 Снижение количества зарегистрированных доменов в зоне .COM в ноябре-декабре 2007 года

Более внимательный анализ ситуации 2007 года показал, что действительно в ноябре-декабре наблюдалось существенное снижение количества новых регистраций, продлений регистраций, а также в 3,5 раза реестром была ограничена практика доменного тастинга (tasting)⁹. Регистраторы, которые тестировали домены в массовом порядке, лишились этой возможности. Таким образом, однозначно утверждать, что именно кризис американской ипотеки вызвал снижение количества зарегистрированных доменов в зоне .COM нельзя, но то, что он оказал влияние на этот процесс, несомненно, иначе тастинг не имел бы большого значения, т.к. домены из зоны не удалялись бы.

Экспоненциальный рост зоны .RU последние 3-4 года является уникальным за всю историю национального домена России. Если механически ориентироваться на зону .COM, то в 2009-2010 годах в зоне .RU должно наступить замедление роста. Так ли это будет на самом деле, зависит от многих факторов: общего экономического фона и периода жизненного цикла зоны, в котором она находится в настоящий момент.

Этапы жизненного цикла домена RU

Весь период существования зоны .RU можно условно разбить на четыре больших этапа:

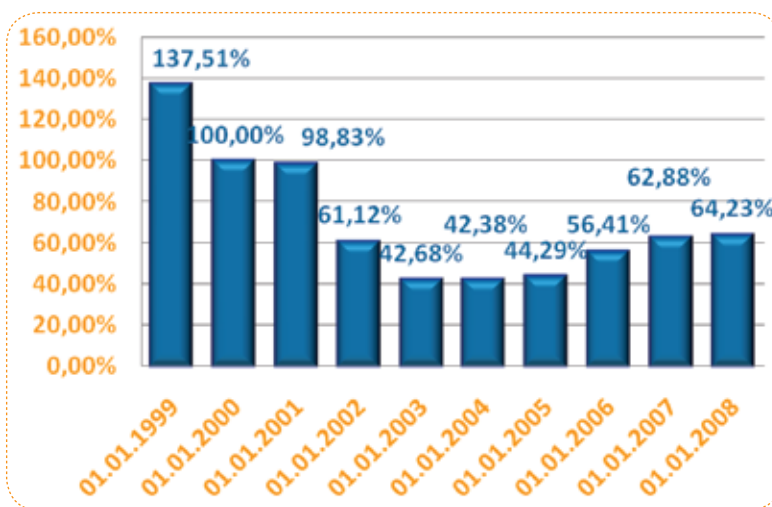
- **период первоначальных регистраций (1994-1998);**
- **период перемен (1999 – 2001);**
- **период стагнации (2002-2004);**
- **период экспоненциального роста (2005-2008).**

⁹ Данные ежемесячных отчетов VeriSign.com

Экспоненциальный рост зоны .RU последние 3-4 года является уникальным за всю историю национального домена России. Если механически ориентироваться на зону .COM, то в 2009-2010 годах в зоне .RU должно наступить замедление роста.

Рис. 14 Динамика изменения годового роста зоны .RU и периоды ее развития

Характеристики этих периодов с точки зрения темпов прироста проиллюстрированы темпами прироста зоны (рис. 14).



Период первоначальной регистрации характеризуется следующими факторами развития отечественного интернет-сегмента:

- высокие цены на подключение;
- отсутствие внутреннего национального обмена трафиком;
- ориентация на информационные ресурсы наиболее развитых стран;
- регистрация доменов организациями;
- регистрация доменов провайдерами для клиентов;
- иерархическая доменная структура, главным образом, региональная (типичный современный пример – зона .SU);
- регистратура, тех.центр, регистратор – все в «одном флаконе»;
- бесплатная регистрация вначале и высокая стоимость регистрации (~\$100) в конце периода.

Фактически речь идет о подключении страны к глобальному Интернету и его информационным ресурсам, а также об использовании электронной почты в качестве главной коммуникационной технологии. В этот период регистрации растут очень высокими темпами – от нуля расти легко. Домен используется не столько для идентификации сайта, сколько в качестве части адреса электронной почты, т.е. по своему прямому назначению, прописанному в RFC1035 и RFC1034.

Конец периода первоначальных регистраций пришелся на 1998 год, известный своими экономическими потрясениями. Следует заметить, что на росте регистраций доменов эти потрясения не сказались. Год дефолта для многих

интернет-проектов оказался очень даже удачным. В 1998 году, например, появилась национальная почтовая служба mail.ru; российским сегментом Интернета заинтересовались многие инвесторы, что сказалось буквально на следующий год, когда начались покупки российских интернет-компаний. Во многом этому помог интернет-бум в США, которому способствовала политика американской администрации. Одним из проявлений этой политики было основание в 1998 году корпорации ICANN.

Период перемен (1999-2001 г.г.), который последовал за периодом первоначальной регистрации, вызван несколькими моментами. Во-первых, к концу 1998 году национальный домен RU почти достиг отметки в 10000 доменных имен; во-вторых, в конце 1999 года до России докатилась волна интернет-коммерции, вызванная американским бумом интернет-стартапов; в-третьих, внутренний трафик сравнялся с трафиком внешним.

Таким образом, в период перемен:

- национальный трафик сначала сравнивается, а потом и превышает заграничный, появляется национальная точка обмена трафиком (ММТС-9);
- происходит бурное развитие национальных информационных ресурсов;
- развиваются поисковые системы и технологии массового обслуживания;
- появляются крупные Web-разработчики (Лебедев, Actis и др.);
- в подражание зоне .COM вводятся массовые сервисы (почты, «народы», австралийская модель и т.п.);
- начинает развиваться интернет-коммерция (E-House, Cyberplat и др.);
- появляются венчурные инвесторы (покупка Rambler, Mail, Озон);
- происходит уплотнение зоны (происходит регистрация доменов в зоне под проекты, а не для организаций), национальный домен развивается в сторону корпоративно-сервисной, а не географической структуры;
- происходит снижение стоимости регистрации (1999-2000 до \$20);
- под влиянием изменений в зоне .COM в зоне .RU учреждается институт независимых регистраторов (1998-2000 начало);
- спрос на домены для идентификации товаров и услуг приводит к появлению первых киберсквотеров – захватчиков доменов (Well, Арбитражсудправо, иски компаний Кодак, Камаз, Соса-Cola и др.);
- первые баннеры под dial-up и первая «халява» (кликанье) дают возможность заработка на интернет-рекламе и продвижении сайтов.

В 1998 году была основана корпорация ICANN.

К концу 1998 году национальный домен RU почти достиг отметки в 10000 доменных имен.

В зоне .RU в 1998-2000 г. учреждается институт независимых регистраторов доменов.

Начало периода перемен характеризуется появлением большого количества интернет-проектов, скопированных с западных аналогов. Например, в 1999 году в России начинает работать компания netBridge «как база для создания интернет-проектов по успешным западным моделям. Среди акционеров компании - инвестиционный фонд NCH (New Century Holdings)¹⁰».

В 1999 году была начата и в январе 2000 года завершена сделка по покупке поисковой системы Rambler. Акционерами компании стали ИГ «РУССКИЕ ФОНДЫ» И «ORION CAPITAL ADVISORS»¹¹. В декабре 1999 года стратегического инвестора получает интернет-магазин Озон. Он «вошёл в число приоритетных инвестиционных проектов Управляющей компании фондов прямых инвестиций «Baring Vostok Capital Partners»»¹². К слову сказать, этот же фонд совместно с ru-net Holdings является владельцем примерно 35% акций поискового портала Yandex.ru¹³.

В 2000 году в режиме опытной эксплуатации вводится система распределенной регистрации.

Однако массированное наступление венчурных инвесторов не способствует развитию зоны и информационных ресурсов в ней. Всеми виной кризис интернет-бизнеса в США. В зоне .RU начинается снижение темпов регистрации. Собственно сами перемены (изменение структуры управления доменом, разделение бизнесов реестра и регистраторов, введение института независимых регистраторов) вызваны началом общей стагнации, которая проявляется в претензиях участников интернет-рынка к системе регистрации доменов в зоне .RU. Собственно и сам термин «интернет-рынок» до периода перемен применительно к Рунету не употреблялся. Приход инвесторов приводит и к поиску путей повышения доходности бизнеса и сокращению издержек. И это прямо сказывается на системе управления национальным доменом RU.

В 1998 году начинается реорганизация системы регистрации в зоне .RU. В 1999 году принимается решение о целесообразности введения института регистраторов. В 2000 году в режиме опытной эксплуатации вводится система распределенной регистрации.

В 2006 году внесены изменения в базу данных IANA. Администратором домена .RU стал Координационный центр домена .RU.

В 2001 году новый порядок регистрации утвержден в Министерстве по связи и информатизации РФ и в этом же году учрежден Координационный центр домена RU. В «промышленную эксплуатацию» система распределенной регистрации будет введена в 2004 году, а формально весь процесс закончится в 2006 году внесением изменений в базу данных IANA.

Вслед за периодом перемен начинается период стагнации (2002-2004г.г.). В этот момент структурируется рынок товаров и услуг в Рунете. Происходит консолидация сервисов и вымывание стартапов. Темпы прироста зоны .RU в этот период минимальны. Более того, зона растёт почти линейно (рис. 16).

¹⁰ С официального сайта mail.ru

¹¹ С сайта rambler.ru

¹² С сайта ozon.ru

¹³ По данным ИД Коммерсантъ (<http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=853211>)

В целом период стагнации характеризуется следующими факторами:

- учреждается MSK-IX (2002), начинаются пиринговые войны, рост количества AS, рост количества LIR-ов, появляются альтернативы dial-up-доступу;
- растет рынок медийной интернет-рекламы, появляются стандарты на баннеры;
- трафик «для взрослых» способствует разработке и внедрению в Рунете технологий продвижения сайтов и оплаты за услуги продвижения;
- появляется контекстная реклама;
- разрабатываются готовые (коробочные) решения для электронной коммерции;
- начинает развиваться массовый хостинг (сайты-визитки, valuehost);
- происходит смена инвесторов и консолидация интернет-проектов и компаний;
- устанавливается среднее время жизни стартапа в Рунете – 1,5-2 года;
- начинается аккредитация регистраторов под регистрацию освобождающихся доменов в зоне .COM;
- развивается основа института независимых регистраторов (1998-2000г.г.);
- происходит снижение активности сквотеров, повышается их профессиональный уровень и появляются технологии захвата имен.

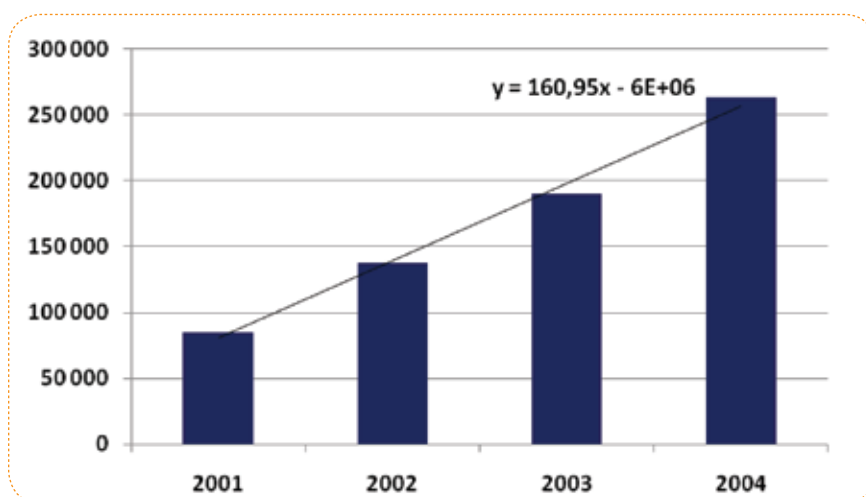


Рис.16 Рост зоны .RU в период стагнации

Характерным признаком начала периода стагнации стали «пиринговые войны», которые, впрочем, продолжают и по сей день. Суть пиринга состоит в обмене трафиком между двумя провайдерами. При этом речь идет об обмене трафиком только своих клиентов, т.е. транзит трафика клиентов других провайдеров

В 2002 г. в России начались «пиринговые войны».

не рассматривается. Для транзита нужно покупать доступ к провайдерам, осуществляющим более широкую связность, так называемый апстрим¹⁴.

В России «пиринговые войны» начались с отказа РТКомм.РУ в 2002 году от бесплатного обмена российским трафиком с другими провайдерами. Фактически, РТКомм.ру стал всем остальным провайдерам продавать полную связность и отказался от обмена трафика своих клиентов на трафик клиентов других провайдеров.

До этого момента доля внутрироссийского трафика считалась незначительной и коммерческого интереса для канальных провайдеров не представляла. К 2002 году «Рунет начал составлять до 60% интересов пользователей, но был нагрузкой на сети, а не коммерцией»¹⁵.

В конце года пиринговые соглашения (соглашения о прямом обмене трафиком) пересмотрели Golden Telecom и «МТУ-Интел». Они тоже стали отказываться от обмена трафиком с мелкими и средними провайдерами. При этом эти три провайдера договорились о бесплатном обмене российским трафиком между собой и образовали ОПГ (отдельная пиринговая группа).

Однако полная связность с Интернетом предполагает даже для крупнейших российских канальных провайдеров покупку апстримов у иностранцев. А это может сделать и провайдер помельче. Стоимость услуг иностранных канальных провайдеров для российских средних и мелких ISP(Internet Service Provider) в Москве оказалась ниже, чем у российских канальных провайдеров. Появились петли через границу из России в Россию, т.е. внутрироссийский трафик стал трансграничным.

Острый период «пиринговых войн» на своем излете совпал с внедрением широкополосного доступа в сеть.

В конечном итоге острый период «пиринговых войн» на своем излете совпал с внедрением широкополосного доступа в сеть. В столицах крупные региональные провайдеры, ориентированные на конечного клиента, составляют со своими объемами трафика приличную конкуренцию канальным провайдерам, и по этой причине канальные провайдеры вынуждены поддерживать с ними пиринговые отношения. Это в конечном итоге приводит к тому, что цены на услуги доступа в Интернет в столицах за последнее время существенно снизились.

Теоретически развитие региональных провайдеров и региональных точек обмена трафиком может привести к снижению цен и в регионах РФ. Однако, учитывая протяженность страны и низкую плотность населения простое проецирование столичной ситуации на регионы некорректно. Тем более что многие канальные провайдеры, например, ТрансТелеКом в Екатеринбурге, развертывают проекты по подключению конечных пользователей Интернета, что может снизить вероятность поднятия пирингового стыка между ТрансТелеКомом и местными провайдерами в регионе.

¹⁴ Более подробно см. А.Кипчатов. ВВЕДЕНИЕ В ИНДУСТРИЮ ИНТЕРНЕТА: СТРУКТУРА ПРОВАЙДИНГА. Рукопись, ТрансТелеКом, 2007

¹⁵ А.Кипчатов. Кому противопоставан пиринг. Пиринговый форум, Москва, 5 дек. 2007

«Пиринговые войны» обозначили наличие в Рунете ресурсов, на которых сконцентрировался интерес российской аудитории. При этом количество обращений к этим ресурсам существенно превысило количество обращений к иностранным ресурсам или ресурсам, размещенным за пределами России. Как правило, это были ресурсы на русском языке. Появились сайты только на русском языке без наличия английского аналога. Фактически, это обозначило факт наличия в Рунете большой устойчивой русскоязычной аудитории, которая готова была платить, по крайней мере, за трафик. Следовательно, к этой аудитории можно было попробовать применить и другие виды конверсии количества пользователей Сети в доходы бизнеса.

В целом период стагнации подготовил почву для следующего периода - периода бурного развития. Фактически в этот период определились основные игроки интернет-рынка и были разработаны основные технологии, нашедшие применение в момент появления спроса на услуги.

В 2005 году начинается период бурного роста. Он характеризуется увеличением темпов регистрации доменов. За этот период темпы регистрации выросли с 44% до 64%. Данному периоду присущ целый ряд факторов, которые отличают его от трех предыдущих периодов развития зоны .RU:

- государственные вложения в региональный интернет и образование;
- изменение структуры подключения, переход от dial-up к широкополосному доступу (ADSL, WiFi, мобильный высокоскоростной доступ);
- развитие региональных точек обмена трафиком;
- развитие коммерческих интернет-ресурсов и социальных сетей (например, с 2008 года легализовались электронные билеты, социальные сети объединили более 20 млн. человек);
- низкая стоимость подключения в столицах (300-500 рублей в месяц, ~ 10 Euro/мес., при неограниченном трафике);
- оплата подключений и трафика через мобильный телефон;
- снижение темпов роста количества пользователей и рост домашнего использования интернет;
- интернет-реклама – основной способ возврата средств, вложенных в интернет-проекты;
- поиски новых способов возврата инвестиций в интернет-проекты, главным образом ориентированных на клиентов сетей операторов мобильной связи;
- регистрация освобождающихся доменов, главным образом для целей поисковой оптимизации;

В 2005 году начинается период бурного роста. Он характеризуется увеличением темпов регистрации доменов. За этот период темпы регистрации выросли с 44% до 64%.

- появление аукционов доменных имен и услуг отложенной регистрации освобождающихся доменных имен;
- регистрация описок (тайпсквоттинг) и монетизация доменного имени через сервисы парковки;
- появление нишевых регистраторов, сфокусированных на определенные группы клиентов; разработка ресселерских схем; фактическое снижение стоимости регистрации для партнеров (ценовой демпинг – регистрация доменов для партнеров ниже себестоимости);
- внедрение коммерческих услуг регистраторов на всех этапах жизненного цикла домена в зоне .RU;
- второе дыхание зоны .SU, урегулирование статуса кода SU, появление IDN в зоне .SU (2008);
- активное проникновение кириллицы в систему доменных имен и ожидание появления русскоязычного домена верхнего уровня РФ.

Фактически за период стагнации сформировалась инфраструктура доступа в Интернет в столицах. Проникновение интернет-технологий в Москве превысило 50% от численности населения¹⁶. Прирост постоянных пользователей Интернета снизился, а летом 2007 года наблюдалась даже приостановка роста численности российских пользователей Интернета. В столицах пользоваться сетью начали представители старших возрастных категорий (45 и старше), т.е. пользовательское сообщество стало расширяться за счет наиболее платежеспособной группы населения. Типичным стало домашнее использование Интернета (Интернетом стали чаще пользоваться дома, чем на работе). Это стало возможным из-за стабильности, скорости и стоимости доступа в Сеть.

К периоду бурного роста существенно изменились и тарифные линейки провайдеров. От Dial-up, когда плата в основном берется за время подключения, перешли к тарификации объема трафика и далее к оплате возможности передачи определенных объемов трафика за единицу времени (оплата полосы), т.е. к безлимитным тарифам.

На этом фоне стало очевидным, что количество информационных ресурсов в сети при такой степени проникновения интернет-технологий не сильно связано с численностью пользователей. После успеха одного из интернет-сервисов немедленно появляются клоны-конкуренты.

Длинные имена российских ресурсов, набранные латиницей, порождают высокую вероятность ошибок при их вводе пользователем. Это порождает, в свою очередь, регистрацию доменов под эти ошибки для перехвата обращений клиентов успешных проектов. Так, например, одно только имя odnoklassniki.ru породило около 1000 регистраций похожих доменных имен.

¹⁶ По данным ФОМ, начиная с лета 2008 г.

Длинные имена российских ресурсов, набранные латиницей, порождают высокую вероятность ошибок при их вводе пользователем.

Сами проекты вынуждены тратить усилия и средства на свою рекламу и продвижение в сети, чтобы быть успешными в условиях острой конкурентной борьбы за клиентов. Весь трафик, который приходит на сайт любого проекта можно разделить на три категории:

- прямые запросы (набор имени в строке location браузера, переходы по гипертекстовым ссылкам);
- переходы с результатов поиска в поисковых системах;
- переходы по ошибке (ошибки при наборе имен, ошибочные переходы, переходы с ошибочно закэшированных страниц и др.).

Для разных сайтов пропорции между этими видами трафика могут отличаться в ту или иную сторону. Но для проектов, которые находятся в начальной стадии, наиболее перспективным является трафик с поисковых систем. Он позволяет получить аудиторию, действительно заинтересованную в информации и услугах проекта. Именно поэтому в период бурного развития зоны .RU столь же бурно развиваются и технологии поисковой оптимизации.

Регистрация освобождающихся доменов

Развитие поисковой оптимизации сопровождается борьбой за освобождающиеся домены, которая началась весной 2005 года. Суть регистрации освобождающегося домена состоит в том, чтобы использовать его характеристики, которые остались зафиксированными в поисковых системах и используются при ранжировании результатов поиска.

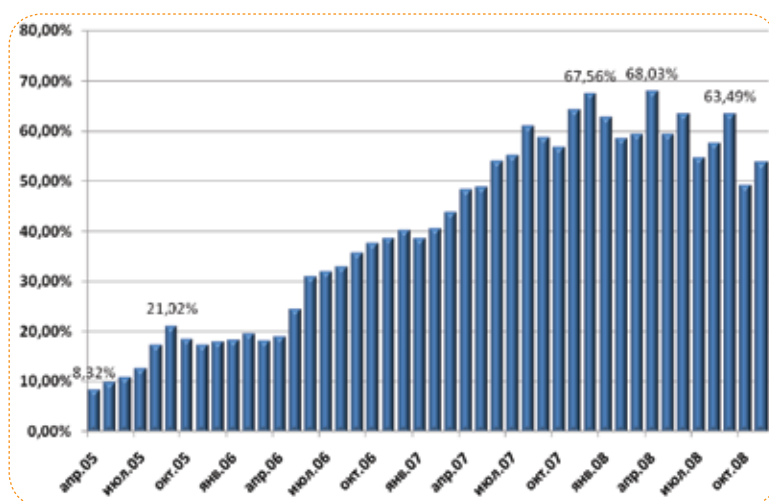


Рис. 16 Регистрация освобождающихся доменов в день освобождения

Сама идея регистрации освобождающегося домена не нова. В 2000 году после «схлопывания интернет-пузыря» в зоне .COM освобождались миллионы доменных имен, которые перед этим использовались для идентификации сайтов обанкротившихся проектов. За эти домены развернулось настоящее сражение. Для перехвата доменного имени в момент его освобождения были образованы целые синдикаты регистраторов. Наиболее известный из них pool.com.

За полгода с весны 2005 года доля регистраций освобождающихся доменов в день освобождения выросла с 8% до 21%.

Нечто подобное произошло и в зоне .RU. За полгода с весны 2005 года доля регистраций освобождающихся доменов в день освобождения выросла с 8% до 21%. Регистраторы были вынуждены вводить различные ограничения (количество поданных заявок с договора, количество поданных заявок с одного адреса или блока адресов, промежутки времени между заявками и т.п.). Однако это мало помогало (таблица 5). Фактически, в момент массового освобождения доменных имен, системы регистрации доменов подвергались распределенной атаке и не справлялись со своими прямыми обязанностями.

В регистрации освобождающихся доменов участвовали программы-автоматы, которые не давали шансов обычным пользователям зарегистрировать доменное имя через интерактивный интерфейс. Сначала регистраторы разделили регистрацию освобождающихся доменов и регистрацию новых доменных имен. Но и это решение не позволило решить проблему перегрузки сервиса.

С другой стороны было совершенно очевидным, что автоматическая регистрация – это дополнительные ресурсы, потраченные на покупку адресов и блоков адресов, т.е. стоимость регистрации домена автоматом изначально выше стоимости интерактивной регистрации обычным пользователем.

Искать техническое решение в этой ситуации было бесперспективным, поэтому весной 2006 года RU-CENTER, который более всего страдал от атак на систему регистрации освобождающихся доменов, запустил услугу отложенной регистрации освобождающегося домена. При поступлении нескольких заявок на домен в этой системе проводится аукцион между претендентами. Это решение перевело проблему из технической плоскости в плоскость экономическую, позволило разгрузить систему регистрации и дало механизм справедливого распределения освобождающихся имен.

Таблица 5 Параметры нагрузки на систему регистрации в момент массового освобождения доменов 14 марта 2006 года – канун запуска регистратором RU-CENTER услуги отложенной регистрации доменных имен

| Параметр | Значение |
|---|--------------------------|
| Освободилось доменов | 752 |
| Зарегистрировано освобожденных доменов | 140 (18%) |
| Поступило запросов за день | 5611000 |
| Максимально запросов за 1 минуту | 155263 |
| Использовалось IP-адресов | 25363 |
| Использовалось сетей IP-блоков x.x.x.x/24 | 4814 |
| Формальных участников | 78 |
| Максимальное число запросов на один домен | 50077 |
| Более 1000 запросов на домен | 17 доменов (2,2%) |
| Более 100, но менее 1000 запросов на домен | 17 доменов (2,2%) |

Регистрация освобождающихся доменов тесно связана с еще одной особенностью периода бурного развития зоны .RU – вторичным рынком доменов.

Вторичный рынок доменов

Борьба за освобождающиеся домены лишний раз показала, что на существующие домены есть спрос. Если в период перемен (1999 – 2001 г.г.) и в период стагнации (2002-2004 г.г.) вторичный рынок только зарождался, то в период бурного роста (2005-2008 г.г.) он сформировался и получил легитимные инструменты в виде аукционов доменных имен и механизма направленной передачи доменного имени.

На вторичном рынке доменов можно выделить три основных сегмента:

- приватный (частный) сектор;
- направленная передача прав на управление доменным именем;
- аукционы доменных имен.

В частном секторе сделки на передачу прав управления доменом осуществляются без посредников. Этот сектор существовал всегда и его объемы оценить труднее всего. Надежных данных по частным сделкам нет. Оценку этого сегмента также затрудняет и сокрытие регистраторами персональных данных администраторов доменов в сервисе whois в соответствии с законом о защите персональных данных.

Тем не менее, опираясь на статистику передачи доменов от одного администратора другому, некоторое представление об этом сегменте получить можно. Так, например, с октября 2006 года количество трансферов доменов (передача прав на управление доменом) увеличилось с 3,5 тыс. до 17,5 тыс. в месяц, т.е. почти в 5 раз. При этом передача прав на Private Person, т.е. передача с целью сокрытия персональных данных, осуществляется только в 54 случаях из 100. Во всех остальных случаях домен передается формально от одного администратора другому. Не все эти случаи трансферов являются коммерческими. Многие домены меняют администраторов безвозмездно.

Направленная передача доменного имени – это такая же сделка по переуступке прав управления доменом, как и сделка в частном секторе. Только в этой сделке есть посредник, через которого передается домен и который получает за это вознаграждение. Обычно роль такого посредника выполняет регистратор, который отвечает за изменение статуса домена в реестре.

Направленная передача используется при крупных сделках. Сделки носят приватный характер, поэтому регистраторы не вправе раскрывать их подробности. По нашим оценкам, количество сделок в этом секторе за год увеличилось на 42%, а суммарный объем сделок на 67%. При этом средняя цена сделки увеличилась на 41% с 63 тыс. рублей до 89 тыс. рублей.

Условно к направленной передаче можно отнести услугу «Возврат доменного имени», которую практикуют некоторые регистраторы. В данном случае регистратор регистрирует на себя освободившийся домен.

Борьба за освобождающиеся домены лишний раз показала, что на существующие домены есть спрос.

С октября 2006 года количество трансферов доменов (передача прав на управление доменом) увеличилось с 3,5 тыс. до 17,5 тыс. в месяц, т.е. почти в 5 раз.

Первый открытый аукцион доменов в зоне .RU запустила компания RU-CENTER 29 апреля 2004 года.

Отдельный интерес представляют аукционы освобождающихся доменов, которые проходят в закрытом режиме.

Если в течение некоторого времени (обычно 3 месяца) старый администратор домена вспомнит о домене и захочет его себе вернуть, то регистратор за соответствующее вознаграждение ему домен вернет. Если администратор не вспоминает о домене, то регистратор оставляет домен у себя и пытается вернуть стоимость его регистрации в реестре за счет коммерческой рекламы, размещаемой на домене (сервис парковки), либо за счет продажи домена на аукционе. Статистика последних 3-ех месяцев 2008 года показывает, что у тех регистраторов, которые практикуют эту услугу, примерно четверть всех новых регистраций за месяц – это «возврат доменов».

Аукционы доменов – это один из самых эффективных инструментов вторичного рынка доменов. В настоящее время в Рунете функционируют пять аукционов. Все аукционы в Рунете – это, так или иначе, проекты регистраторов.

Российские аукционы доменных имен реализуют все основные типы аукционов: английский (с повышением цены) и голландский (с понижением цены). Обычно, на аукционах первого типа продаются товары длительного спроса, чья цена со временем только увеличивается. Примерами таких аукционов являются торги по предметам искусства или роскоши. На аукционах второго типа продаются товары, которые быстро обесцениваются. Примером этого типа аукционов являются рыбные и цветочные аукционы.

Применительно к доменам на английском аукционе хорошо продавать ценные домены, чья стоимость зависит от реальных проектов, которые размещены на этих доменах или могут быть размещены на домене. В первом случае домен, как правило, продается вместе с проектом. Во втором случае продается просто «красивое» имя.

Голландский аукцион подходит для продажи «спамерских» доменов, «вирусных» доменов или доменов, использовавшихся для целей поисковой оптимизации. Такие домены, как правило, обременены целым букетом проблем, с которыми новый владелец домена будет в дальнейшем разбираться.

Отдельный интерес представляют аукционы освобождающихся доменов, которые проходят в закрытом режиме. Закрытый режим подразумевает, что ход торгов видят только их участники и никто больше.

До появления аукциона освобождающихся доменов у компании RU-CENTER аукционная торговля в Рунете развивалась очень медленно. На открытом аукционе доменов сделки почти не совершались. Прорыв состоялся только после запуска аукциона освобождающихся доменов в апреле 2006 года.

2008 год был отмечен созданием новых аукционных площадок и ростом аукционной торговли. Так количество сделок по сравнению с 2007 годом увеличилось в 4,5 раза, а объем сделок увеличился на 64%. При этом средняя цена сделки упала на 60% и составила около \$5 тыс.

Изменения коснулись и рынка освобождающихся доменов. Здесь практически

не изменилось количество сделок, наблюдается даже 2% спад. Это связано со многими причинами, на которых мы остановимся в следующем разделе при внимательном рассмотрении динамики регистраций в зоне .RU в 2008 году. По общему объему сделок данный сегмент рынка подрос на 25% и средняя цена сделки увеличилась по сравнению с 2007 годом на 24% и составила около 40 тыс. рублей. Следует отметить, что последние три месяца (октябрь, ноябрь, декабрь) средняя цена сделок снижается. В 2007 году в декабре наблюдался подъем средней цены, однако в 2008 году этого подъема мы не видим.

В целом развитие вторичного рынка доменных имен в Рунете повторяет общемировые тенденции. И эти тенденции показывают зависимость развития этого рынка от общего спада мировой экономики.

В третьем квартале 2008 года согласно данным DNJournals.com¹⁷ объем сделок на вторичном рынке доменов сократился на 22% по сравнению с тем же периодом 2007 года и составил \$24,5 млн против \$31 млн годом ранее. При этом сократилось число продаж в премиум сегменте (стоимость сделки более \$1 млн). Также снизилась средняя цена сделки в среднем ценовом диапазоне (примерно половина всех продаж) с \$2,9 тыс. до \$2,7 тыс. В целом же за первые три квартала 2008 года объем продаж по сравнению с тем же периодом 2007 года подрос с \$86,716,020 до \$87,426,600. Таким образом, снижение стало ощутимым только к осени 2008 года.

Монетизация доменного имени

Вторичный рынок доменных имен связан понятием стоимости права на управление доменным именем или, как это принято называть, ценой домена. Цена может определяться разными способами: в процессе частных переговоров, в процессе аукционных торгов, себестоимостью регистрации или продления. Но есть еще один способ оценки – по стоимости отчислений за рекламу товаров и услуг, размещенных на страницах, в адресе которых используется доменное имя.

Строго говоря, монетизация доменного имени в нашем узком значении к вторичному рынку доменов не имеет прямого отношения. Монетизация доменного имени эксплуатирует факт наличия «ошибочного» трафика (type-in). Для национальных доменов эксплуатация type-in особенно плодотворна. С развитием национального сегмента сети в нем появляется все больше доменов, которые являются по существу транслитерацией местных названий. Количество ошибок, которые могут совершить пользователи, для которых английский язык не является родным, для таких имен достаточно велико. Чем длиннее имя, тем выше вероятность ошибки.

Классические примеры – это odnokassniki.ru и vkontakte.ru. Из 7380 ключевых слов, по которым пользователи попадают на сайт stat.nic.ru, более трети составляют

¹⁷ <http://www.dnjournal.com/newsletters/2008/september-october.htm>

В целом развитие вторичного рынка доменных имен в Рунете повторяет общемировые тенденции.

Любой способ заработка на доменах можно назвать монетизацией доменного имени, однако, более узкое употребление термина «монетизация доменного имени» или просто «монетизация» закрепилось за рекламными отчислениями.

ошибки написания этих доменов. При этом речь идет о страницах статистики обращений к серверам доменных имен, уполномоченным обслуживать домены в зоне .RU. Домены-описки появляются на этом сайте только в случае детектирования ошибки при обращении к их авторитативным серверам. При этом stat.nic.ru показывает серверы доменных имен только для делегированных доменов.

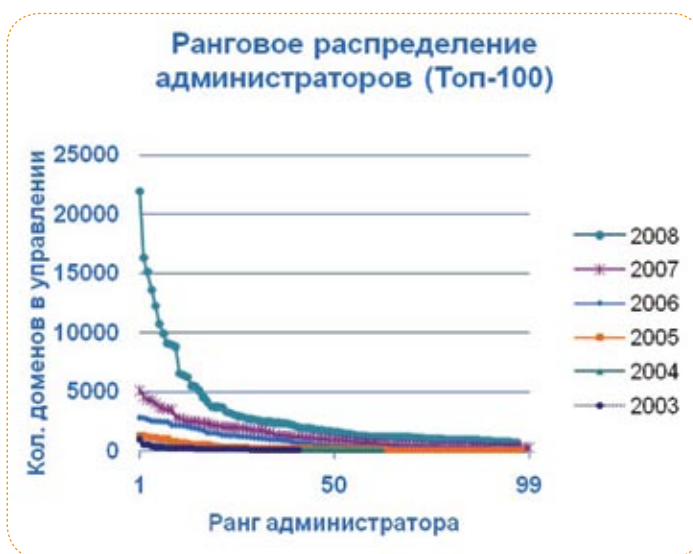
Все эти «описки» никакого отношения к вторичному рынку доменов не имеют. Это первичные регистрации, которые продляются администраторами этих доменов, т.к. окупаются за счет трансляции на этих доменах рекламных ссылок.

Наиболее показательным с этой точки зрения роста регистрации описок является ранговое распределение администраторов доменных по количеству доменов, находящихся под их управлением (рис.17).

В 2007 году более 10 тыс. доменов имел только один администратор (40 тыс. имен, на рис. 17 не указан), которого от второго места (5 тыс. имен) отделяла пропасть. В 2008 году этой пропасти больше нет. Второе место – это примерно 22 тыс. имен. В рейтинге 2008 года первое место осталось за прежним администратором и цифра лидера не изменилась.

В 2007 году в рейтинге совсем не было регистраторов. В 2008 году регистраторы ввели услугу «возврат домена» и вышли на лидирующие позиции среди администраторов доменных имен. Аналогичным образом в рейтинг попали и хостинг-провайдеры с постоплатными тарифами и рассрочкой оплаты услуг, когда домен регистрируется на провайдера и только потом передается клиенту. Таким образом, там, где все в 2007 году заканчивалось, в 2008 году только начинается.

Рис. 17 Ранговое распределение администраторов доменов в зоне .RU по количеству доменных имен, находящихся в управлении одного администратора¹⁸



¹⁸ На 1 декабря 2007 года

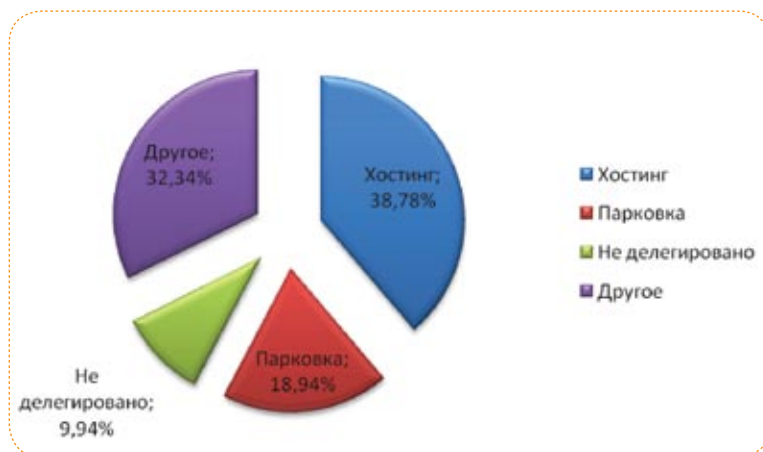
В 2007 году более 10 тыс. доменов имел только один администратор (40 тыс. имен, на рис. 17 не указан), которого от второго места (5 тыс. имен) отделяла пропасть. В 2008 году этой пропасти больше нет.

Двадцать администраторов доменов управляют более чем 5000 доменных имен каждый. Администраторы из первой сотни рейтинга управляют в общей сложности более чем 344 тыс. доменных имен суммарно. Самое малое количество доменов из рейтинга топ-100 2008 года под управлением одного администратора – 733. Если учесть тот факт, что многие администраторы разбивают домены по разным анкетам у одного регистратора, а также регистрируют домены через разных регистраторов, то масштабы активности впечатляют.

Для того чтобы оценить изменения, стоит напомнить, что в 2002 году студию Артемия Лебедева, управлявшую 119 доменами, некоторые представители интернет-сообщества считали киберсквоттером.

Понятно, что таким количеством сайтов никто реально не управляет. Понятно также, что только для продления этого количества доменов нужно только по цене реестра потратить более 24 млн рублей, т.е. такое количество регистраций и продления регистраций должно каким-то образом окупаться. Для управления таким количеством доменов нужна соответствующая технологическая площадка.

Такой технологическими площадками являются парковки доменов. В настоящее время на парковках находится примерно 18% всех доменов в зоне .RU (рис.18). Речь идет только о «чистых» парковках, которые ориентированы на использование «ошибочного» (type-in) трафика, т.е. ошибок непосредственной навигации (direct navigation). Есть еще и «нечистые» парковки, и каталоги рекламных ссылок, и рекламные страницы, и т.п. По самым смелым оценкам исключительно для трансляции рекламных ссылок используется до 30% зоны .RU.



Парковка – это сервис генерации web-страниц под доменное имя, на котором по большому счету ничего кроме рекламных ссылок не транслируется. При этом дизайн страниц может отличаться высоким качеством и иметь все атрибуты обычного сайта (домашнюю страницу, главное меню, дерево сайта, строку поиска и т.п.). При этом «чистые» парковки не прячутся. В большинстве случаев они запрещают индексировать свои страницы поисковым системам. Рекламные ссылки для парковок предоставляют рекламные брокеры. В России таким брокером выступает, например, «Бегун». Крупнейшими мировыми рекламными брокерами, которые предоставляют ссылки для парковок, являются Google и Yahoo!.

Двадцать администраторов доменов управляют более чем 5000 доменных имен каждый.

Рис.18 Распределение зарегистрированных доменов зоны .RU по целям использования

Парковка – это сервис генерации web-страниц под доменное имя, на котором по большому счету ничего кроме рекламных ссылок не транслируется.

Крупнейшей российской парковкой является парковка компании RU-CENTER (parking.nic.ru). На ней размещено более 80 тыс. доменных имен.

На одной площадке могут размещаться миллионы доменных имен. Так, например, на Sedoparking по данным на февраль 2008 года¹⁹ размещалось 3,2 млн доменных имен. Крупнейшей российской парковкой является парковка компании RU-CENTER (parking.nic.ru). На ней размещено более 80 тыс. доменных имен. Это больше трети всех припаркованных доменов (рис. 19).

Рис. 19 Распределение доменов зоны .RU по парковочным площадкам²⁰



В силу того, что сервис парковки сам генерирует страницы, сам размещает рекламные ссылки и сам начисляет администратору доменов вознаграждение за трансляцию рекламы, воспользоваться этим сервисом можно быстро и без особых усилий со стороны администратора домена. Однако эта простота является одновременно и основным риском парковки. Размещают домены на парковках ради монетизации (отчислений за трансляцию рекламы), следовательно, как только сокращаются выплаты, так домены перетекают на парковку с большим доходом. Особенно это характерно для больших доменных портфолио в несколько тысяч доменных имен.

Если рассматривать тенденции развития этого сектора доменного рынка, то он в значительной мере зависит от рекламных поступлений. Как отмечают зарубежные эксперты²¹, общий объем интернет-рекламы не уменьшается. Он даже растет. Однако рекламодатель выходит из программ PPC (Pay Per Click) рекламных брокеров и концентрируется на других сегментах рекламного рынка.

По оценкам компании VeriSign, общий объем доменов, которые регистрируются для целей монетизации, составляет примерно 8% от всех регистраций в зонах .COM и .NET.

По оценкам компании VeriSign²², общий объем доменов, которые регистрируются для целей монетизации, составляет примерно 8% от всех регистраций в зонах .COM и .NET. При этом в третьем квартале наблюдался спад регистраций, вызванный проводимой Google политикой относительно своей PPC программы AdSense и общим сокращением интернет-рекламы в этих зонах. Достаточно велика вероятность того, что и российский рекламодатель поступит аналогичным образом.

19 <http://www.sedo.co.uk/about/index.php3?tracked=&partnerid=&language=e>

20 На ноябрь 2008 года

21 <http://namemonetizer.com>

22 The Domain Name Industry Brief. Volume 5, Issue 5, December 2008, <http://www.verisign.com/static/044349.pdf>

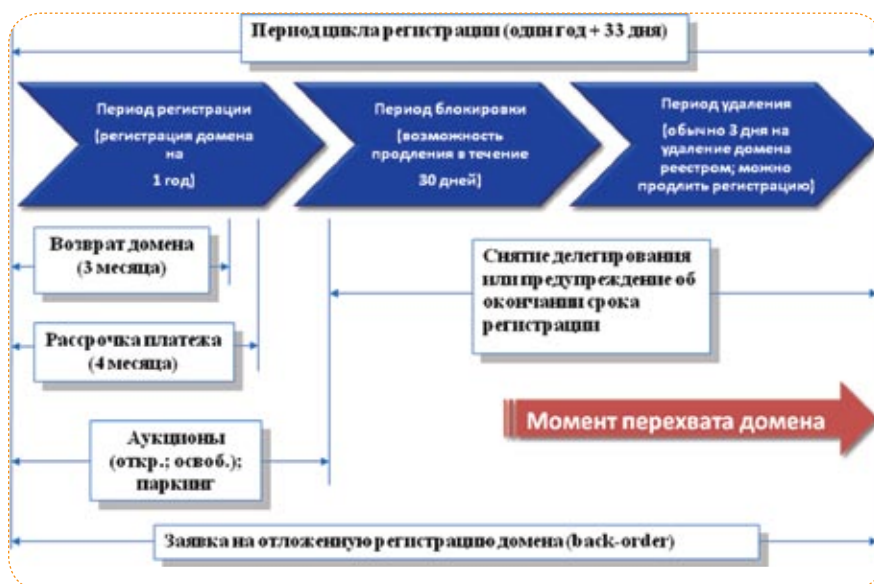
Этапы жизненного цикла домена в зоне .RU и сервисы регистраторов

Услуги регистраторов тесно связаны с жизненным циклом домена в зоне .RU. Этот цикл имеет свои особенности и отличается, например, от жизненного цикла домена в зонах общего пользования (gTLD). К началу 2008 года в зоне .RU в соответствии с регламентами Координационного центра домена RU, регламентами регистраторов и особенностью работы Технического центра домена RU, сложились три этапа жизненного цикла домена (рис. 20):

- период регистрации (один год с момента регистрации домена, время действия услуги регистрации);
- период блокировки (один месяц с момента окончания срока регистрации);
- период удаления (в среднем три дополнительных дня для коррекции даты освобождения на выходные и праздники).

В соответствии с правилами Координационного центра домена RU²³, регистрация доменного имени осуществляется регистратором по заявке администратора домена сроком на 1 год. Отсчет начинается с момента внесения записи в реестр доменов зоны .RU. Это первый этап жизненного цикла домена. Назовем его **периодом регистрации**.

Большинство услуг, предоставляемых регистраторами, исполняются в период регистрации, когда доменом распоряжается его администратор. При этом такие услуги, как аукцион освобождающихся доменов, возврат домена, рассрочка платежа предоставляются в начале первого этапа жизненного цикла и сопровождаются передачей прав на управление доменным именем.



В соответствии с правилами Координационного центра домена RU, регистрация доменного имени осуществляется регистратором по заявке администратора домена сроком на 1 год.

Рис. 20 Жизненный цикл домена в зоне .RU и сервисы регистраторов, привязанные к этому циклу

²³ Правила регистрации доменных имен в домене RU. Координационный центр национального домена сети Интернет. Редакция от 24.04.08, вступили в силу 01.06.08.

В правилах регистрации указано, что «период блокировки может продлеваться, если регистратору будут представлены доказательства возбуждения судебного (арбитражного, третейского) разбирательства в связи с доменным именем».

Единственная услуга, которая может быть оказана в течение всего жизненного цикла домена – это прием заявок на отложенную регистрацию домена.

При оказании этих услуг регистратор производит техническую регистрацию домена на себя. Затем, например, проводит аукцион и после его окончания передает домен новому администратору – победителю аукциона. При этом моментом начала оказания услуги регистрации считается момент регистрации домена для аукциона, а не момент передачи домена новому администратору.

При услуге «возврат домена» момент начала оказания услуги регистрации – момент регистрации домена регистратором после окончания периода регистрации. Следовательно, «старый» администратор будет управлять доменом не год, а меньше на то время, пока доменом управлял регистратор, и то время, когда домен можно было продлить.

По истечении периода регистрации начинается **период блокировки**. Его длительность равна 30 календарным дням. В этот период администратор домена может только продлить регистрацию домена. Другие действия администратора домена относительно его домена запрещены. Любопытно, что регламент КЦ (Координационного центра домена RU) никак не ограничивает действия регистратора, поддерживающего домен, в период блокировки. Продление регистрации осуществляется с момента окончания срока регистрации, а не с момента подачи заявки на продление регистрации.

В последнее время регистраторы перестали снимать делегирование с доменов, которые попали в период блокировки. После окончания срока регистрации регистратор меняет серверы доменных имен, поддерживающие домен. Эти серверы назначают домену новый IP-адрес. По этому адресу при обращении по протоколу HTTP (протокол доступа к веб-сайтам) демонстрируется страница с предупреждением об окончании срока регистрации домена.

Длительность периода удаления определяется особенностью удаления доменов из реестра Техническим центром домена RU. Это происходит в том случае, если регистратор не удалил домен в момент окончания периода блокировки. Удаление производится на один день позже плановой даты освобождения, если день удаления не приходится на нерабочий день или день, следующий за нерабочим (в противном случае удаление производится во второй рабочий день после выходных).

В обычных условиях этот промежуток составляет три дня: суббота, воскресенье и понедельник. Однако, например, в начале каждого года праздничные дни длятся с 1 января по 10 января, следовательно, в первые одиннадцать дней нового года домены автоматически из реестра не удаляются. В период удаления регистрацию домена еще можно продлить.

Единственная услуга, которая может быть оказана в течение всего жизненного цикла домена – это прием заявок на отложенную регистрацию домена. Если срок регистрации домена будет продлен администратором, то заявку на отложенную регистрацию можно будет выставить снова. Заявку на отложенную регистрацию не следует путать с заявкой на продление регистрации, которая может быть

подана только администратором домена и не ранее, чем за два месяца до срока окончания регистрации. До самого последнего времени в зоне практически не было доменного тастинга, т.е. проверки доменов на наличие type-in трафика. Предоставление рассрочки платежа и постоплатная регистрация фактически открывают этот «ящик пандоры».

В gTLD кайтинг (Domain kiting - использование особенностей жизненного цикла домена в gTLD для бесплатной регистрации) и тастинг (Domain tasting - тестирование наличия type-in трафика на доменах) наряду с фаст флюксом (Fast flux – технология динамического изменения соответствия между ip-адресом и доменным именем, используется для защиты фишинг сайтов и «абузоустойчивого» хостинга) являлись главными темами обсуждений на конференциях и в комитетах ICANN в 2008 году. При снижении темпов регистрации новых доменов и массовом освобождении доменов тестирование доменов становится бичом и регистраторов и реестра. В 2008 году реестр .COM просто отключил несколько регистраторов, специализировавшихся на тестировании доменов.

В зоне .RU не может быть кайтинга (бесплатного тестирования, т.к. нет соответствующего периода жизненного цикла, когда реестр возвращает деньги за регистрацию домена). Но тестирование доменов существует определенно и вызвано оно низкими ценами на регистрацию доменов для партнеров. Статистика обращений к серверам доменных имен показывает, что количество запросов к неделегированным доменам за год выросло почти на 30%. При этом наблюдается целенаправленный перебор имен. Такой рост трафика за счет подбора имен следует признать существенным на фоне общего удвоения объемов DNS-трафика каждые два года.

В зоне .RU до сих пор существует острая борьба за освобождающиеся домены. Особенно в дни их массового освобождения, обычно во вторник. Связано это с наличием периода удаления доменов реестром. Примерно половина всех освобождающихся доменов регистрируется не через механизм отложенной регистрации (back-order), а через подачу заявки в момент освобождения. В 2008 году практика перехвата освобождающихся доменов возродилась снова.

Регистрации доменов в зоне .RU: пристальный взгляд

Современный бурный рост зоны .RU заставляет задуматься над вопросом: «Для чего регистрируют домены?». В далеком 1985 году систему DNS Постел и Макапетрис придумали для идентификации хостов в адресах электронной почты Интернета. После 1990 года доменное имя стало синонимом адреса интернет-сайтов Всемирной паутины (World Wide Web). Подразумевается, что и в наше время доменные имена служат для идентификации информационных ресурсов и персональных адресов в Интернете. Так ли это? Что на самом деле идентифицируют более 1,8 млн доменных имен, зарегистрированных в зоне .RU?

В зоне .RU не может быть кайтинга (бесплатного тестирования, т.к. нет соответствующего периода жизненного цикла, когда реестр возвращает деньги за регистрацию домена).

Современный бурный рост зоны .RU заставляет задуматься над вопросом: «Для чего регистрируют домены?».

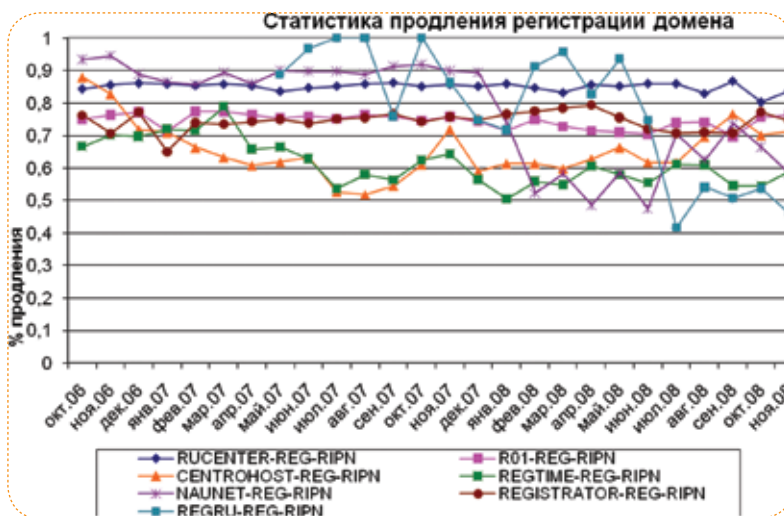
Если посмотреть на зону .RU в целом, то только 75% доменных имен используется для целей идентификации информационных ресурсов. Около 25% для этих целей не используется. Более того, 11% доменов вообще не делегированы, т.е. они не указывают ни на один IP-адрес, а 18% используются исключительно для размещения рекламных ссылок (сервис парковки доменов). Эти 18% - «честные» рекламные страницы, которые прямо об этом «заявляют», т.е. данные страницы не индексируются поисковыми системами и собирают только «ошибочный» трафик.

Однако существуют еще и «нечестные» рекламные страницы и большой рынок поисковой оптимизации. Домены, которые зарегистрированы для этих целей, тоже попали в 75% хостинга. В этой связи стоит обратить внимание на тот факт, что среди регистраторов появилось «разделение труда».

Условно их можно разделить на традиционных регистраторов широкого профиля, которые обслуживают разнообразные категории пользователей, и на нишевых регистраторов, которые обслуживают только определенные категории пользователей, например, хостинг или поисковую оптимизацию

Для того чтобы это понять, вовсе не обязательно просматривать все сайты, которые размещены в Рунете. Достаточно обратить внимание на статистику продления регистраций (рис. 21).

Рис. 21 Статистика продления регистраций для регистраторов зоны .RU

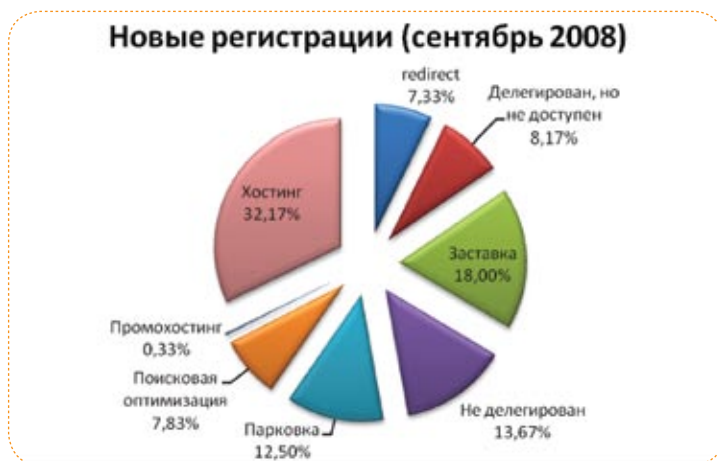


Продление регистраций у традиционных регистраторов носит стабильный характер. У них самая высокая доля продления регистраций. Клиент традиционно регистрирует у них домены под проекты. При этом довольно часто делает это впрок, что дает довольно высокую долю неделегированных доменов. На такого клиента ориентированы и дополнительные сервисы: регистрация освобождающихся доменов с проведением закрытого аукциона, публичные аукционы доменных имен. Сервисы парковки доменов у этих регистраторов собирают только ошибочный трафик и не позволяют поисковым роботам индексировать страницы своих клиентов. Фактически, парковки в таком виде представляют платные каталоги.

Хостинг-провайдеры, которые стали регистраторами, имеют свои особенности. Именно они обычно предлагают услуги «возврат домена» и «домен в подарок». В данном случае регистрация доменов – это сопутствующий бизнес. Под «возвращаемые» домены строятся каталоги рекламных ссылок. У хостинг-провайдеров достаточно много доменов с заставками вместо страниц – это, как правило, сигнализирует о неоплате услуги хостинга.

Отдельная категория – это регистраторы, ориентированные на клиентов, связанных с поисковой оптимизацией. Здесь самые низкие показатели продления регистраций и самые высокие показатели массовых регистраций. У данных регистраторов самый низкий процент неделегированных доменов, самый высокий процент доменов под поисковую оптимизацию и самый высокий процент доменов, зарегистрированных на нужды продвижения сайтов. Здесь же и самые низкие партнерские цены на массовую регистрацию доменов.

Для оценки потенциала роста зоны .RU интересна структура новых регистраций (рис.22). Следует отметить, что среди новых регистраций доля традиционного хостинга у всех регистраторов примерно одинакова и составляет около 31%-33% от общего объема всех новых регистраций.



Ситуация сентября довольно типична для регистрации доменов в 2008 году. Анализ регистраций сентября проводился нами в декабре 2008 года. К этому времени многие проекты уже определились с тематикой и содержанием сайтов.

Под хостингом в данном случае подразумеваются традиционные сайты с уникальным контентом. Примерно треть всех новых регистраций доменов в зоне .RU осуществляется с целью размещения на домене сайта. Оптимизаторские сайты с уникальным агрегированным контентом, созданные на основе стандартных для услуг хостинга движков типа WordPress или Joomla, тоже попали в данную категорию.

На 18% сайтов контент не размещен. Это либо заставки типа «сайт в разработке», либо информационные страницы серверов HTTP, либо заставки хостинга и т.п. Почти 14% доменов были зарегистрированы впрок. При этом, как показывает анализ, регистрируют эти домены не сквоттеры. В большинстве случаев это

Среди новых регистраций доля традиционного хостинга у всех регистраторов примерно одинакова и составляет около 31%-33% от общего объема всех новых регистраций.

Рис. 22 Распределение новых регистраций доменов в зоне .RU в сентябре 2008 г.

Более 8% доменов делегировано, но недоступно. Это домены, которые зарегистрированы через хостинг-провайдера, предоставляющего бесплатные сервера доменных имен для поддержки домена. Фактически их следует приплюсовать к неделегированным доменам.

Около 20% новых доменных имен регистрируется для создания сайтов стартапов.

Рис. 23 Динамика продления регистраций в зоне .RU

около десятка доменов на одного администратора, из которых делегировано не более 2-3 доменов.

Еще 12,5% доменов оказываются на парковке. Это домены из больших доменных портфолио и с услуг типа «верни домен». Более 8% доменов делегировано, но недоступно. Это домены, которые зарегистрированы через хостинг-провайдера, предоставляющего бесплатные сервера доменных имен для поддержки домена. Фактически их следует приплюсовать к неделегированным доменам.

Почти 8% - это поисковая оптимизация. Речь идет о простейших автоматах генерации страниц. Это то, что можно автоматически определить по стандартному набору признаков. Вместе с промохостингом эти домены используются для продвижения сайтов.

Остается еще чуть больше 7% доменов, которые являются синонимами других сайтов. Как правило, это услуга веб-редиректа или почтового редиректа. Ей пользуются владельцы сайтов, которые не хотят, чтобы на их проектах наживались тайпсквоттеры.

Если учесть, что в хостинг попало достаточно большое количество доменов, на которых размещены агрегаторы новостей, содержание различных блогов, перемешенное с рекламными ссылками, блоки бирж ссылок и многие другие методы раскрутки сайтов и их продвижения в поисковых системах, плюс сайты, предназначенные для мероприятий по реализации стратегий поискового маркетинга в более широком смысле, то долю доменов, зарегистрированных для целей поисковой оптимизации, следует увеличить примерно на 10%-15% за счет категорий «хостинг» и «заставка».

Таким образом, только около 20% новых доменных имен регистрируется для создания сайтов стартапов. Такое положение вещей в недалеком будущем приведет к тому, что коэффициент продления регистрации доменов будет постоянно уменьшаться.

Собственно мы уже видим, что он постоянно снижается четыре месяца подряд (с августа по ноябрь 2008 года, рис.23). Самый высокий коэффициент продления в зоне .RU был отмечен в октябре 2007 года – около 85%. Самый низкий показатель продления по зоне был зафиксирован июне 2008 года – около 77%.

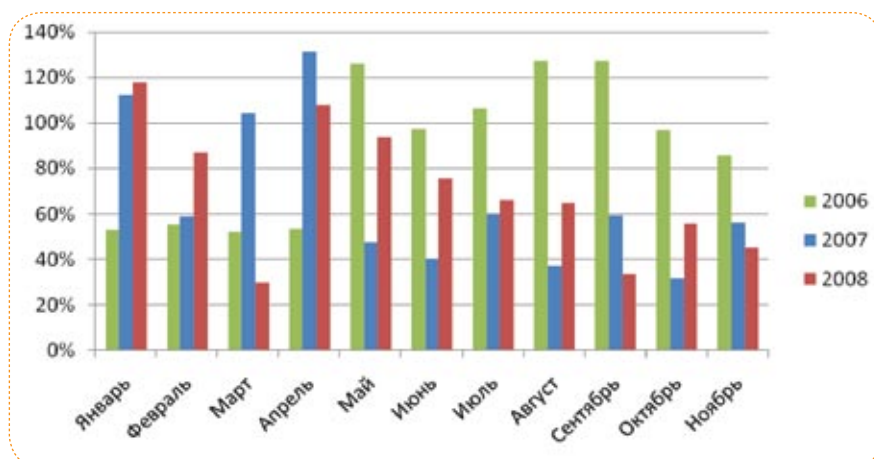
Коэффициент продления регистраций в зоне .RU постепенно снижается. До показателя зоны .COM (72%) еще, конечно, далеко, но при развитии ситуации в текущем ключе он достижим в обозримой перспективе.

Другой риск снижения темпов роста зоны заключается в



изменении поведения тех, кого называют рекламодателями. В принципе, должно произойти то же, что и в зоне .COM – рекламодатель начнет выходить из PPC, начнет отказываться от простых методов поисковой оптимизации и перейдет к комплексным стратегиям присутствия в Сети. Опосредовано это коснется и динамики регистраций. Поисковая оптимизация, продвижение сайтов и монетизация – это примерно треть всех регистраций в зоне .RU. В зоне .COM этот показатель существенно ниже. Например, монетизация в зоне .RU только на парковках – это 12,5%, в то время как в .COM ее оценивают в 8% и ее масштабы последние время из-за неблагоприятных экономических условий снижаются. Если произойдет торможение в секторе разработки и выведения на рынок новых интернет-проектов, то существенно сократится в зоне .RU тайпсквоттинг. Старые «описки» уже зарегистрированы, а новых не будет.

Снижение экономической активности может привести к сокращению не только больших доменных портфолио, но и сокращению неиспользуемых доменных имен у обычных администраторов, а это примерно еще треть от общего количества регистраций (секторы «не делегирован» и «заставка»).



Поисковая оптимизация, продвижение сайтов и монетизация – это примерно треть всех регистраций в зоне .RU. В зоне .COM этот показатель существенно ниже.

Рис. 24 Относительный прирост зоны .RU

Хорошим показателем развития рынка регистраций станет январь 2009 года. В начале января из-за новогодних каникул всегда наблюдается сезонный спад прироста зоны. Однако последние два года подряд относительный прирост зоны за январь по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года составлял более 100% (рис. 24). Любопытно, в январе 2008 года не наблюдалось снижения темпов новых регистраций относительно декабря 2007 года, а коэффициент продления снизился только на 0,001%.

В отличие от предыдущих лет, в 2008 году прирост зоны за месяц относительного аналогичного периода 2007 года, начиная с апреля постоянно снижался. Сентябрь можно исключить из общей тенденции, т.к. в 2007 году состоялось ралли регистрации миллионного домена.

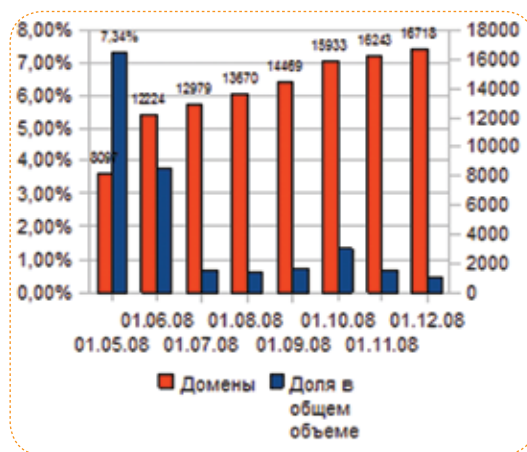
Если январь 2009 года не продемонстрирует сходной с 2007-2008 г.г. динамики, то это будет означать, что торможение темпов роста зоны .RU началось.

Новые возможности

Концентрация внимания на особенностях роста зоны .RU в нашем бюллетене оправдана важностью развития этой зоны для Рунета. Однако в свете последних мировых тенденций развития системы DNS, в зоне .RU существует одно принципиальное ограничение – невозможность регистрации IDN доменов, т.е. доменов на национальных языках. Эта возможность, судя по всему, в этой зоне никогда и не будет предоставлена пользователям, т.к. для кириллических доменов, например, предполагается использование зоны .РФ.

Предварительно можно оценить будущую динамику развития кириллической зоны. Для этого можно воспользоваться статистикой зоны .SU, где кириллица и другие национальные наборы символов уже используются весны 2008 года (рис. 25).

Рис. 25. Динамика регистрации IDN доменов в зоне .SU



В первые дни после запуска IDN-регистраций будет наблюдаться взрывной рост регистраций доменов, который потом постепенно спадает. За прошедшие полгода прирост регистраций IDN доменов в зоне .SU составил 43%, если взять за базу количество IDN доменов, зарегистрированных на 1 июня 2008 года.

Общий объем новой зоны .РФ оценивается в 500 тыс. доменных имен, т.е. примерно в одну четверть от зоны .RU.

Предполагается, что регистрация в зоне .РФ, будет более активной. Общий объем новой зоны .РФ оценивается в 500 тыс. доменных имен, т.е. примерно в одну четверть от зоны .RU. Данное предположение базируется на уверенности в том, что основными регистрантами станут владельцы товарных знаков, которые будут, таким образом, их защищать. Однако, следует отметить, что без соответствующей подготовительной работы со стороны заинтересованных организаций, например, администратора новой зоны, данное предположение может остаться только благим пожеланием. Так, например, администратор зоны .TEL проводит по всему миру семинары для своих будущих клиентов и привлекает их особыми маркетинговыми акциями. Нечто подобное необходимо будет реализовать и для зоны .РФ.

Важно также понимать, а для каких целей будут использоваться эти домены. Наш анализ использования IDN доменов в зоне .SU не преподнес особых сюрпризов. Домены зарегистрированы либо под перенаправление запросов на существующие сайты с латинскими символами в имени домена, либо впрямую. То же самое показывает и поиск в Яндекс. Из 379 тыс. страниц, расположенных на IDN доменах, уникальный контент содержат единицы²⁴.

²⁴ По запросу `host="xn—*" & domain="su"` найдено на 9 декабря 2008 года 379 тыс. страниц

Подведем итоги

Главный итог 2008 года для отечественного доменного рынка – это продолжение бурного развития зоны .RU и введение новаций (сокращение стоимости регистрации в декабре 2007 года и запуск проекта регистраций IDN весной 2008 года) в зоне .SU, что привело к существенному увеличению количества регистраций в этой зоне.

Кроме того, большое влияние на развитие зоны .SU оказало решение Международной организации по стандартизации (ISO) о резервировании двухбуквенного кода SU. По сути, было устранено основное противоречие в существовании домена: Комитетом по обслуживанию зарегистрированных кодов стран Международной организации по стандартизации (Комитет ISO3166/MA) принято решение о переводе кода SU в категорию исключительно зарезервированных.

Соответствующие изменения были внесены в таблицу двухбуквенных кодов государств и территорий, опубликованную в качестве международного стандарта ISO 3166-1 на официальном сайте ISO, в которой теперь код SU отображается желтым цветом (Code element may be used but restrictions may apply).

Рост доменов .RU и .SU во многом был обусловлен появлением новых проектов, поисковой оптимизацией и огромным хвостом type-in регистраций. Весной 2009 года в связи с глобальным финансовым кризисом аналитики предрекают замедление темпов роста зоны .RU. Это произойдет в том случае, если уменьшатся инвестиции в новые проекты, будут сокращены бюджеты на поисковый маркетинг и если рекламодатели начнут выходить из программ PPC (PayPerClick). Разумеется, зона не сократится, но вот темпы прироста станут менее впечатляющими.

Во время кризиса 1998 года многие интернет-проекты получили поддержку в силу самых разных причин. В частности из-за притока рекламных средств из off-line в on-line. Произойдет ли такая же метаморфоза в 2009 году или нет? Ответа на этот вопрос ждать осталось не долго. Но стоит иметь в виду, что в зоне .COM в третьем квартале 2008 года наблюдалось сокращение роста регистраций. Более свежей и полной информацией на момент написания нашего прогноза (начало декабря 2008 года) мы не располагали.

В 2009 году мы будем ожидать окончательного решения вопроса по зоне .РФ. Координационный центр домена .RU в январе 2009 года планирует вынести на всеобщее обсуждение проект правил регистрации доменов в новой зоне, условия регистрации в период приоритетной регистрации и многое другое. В зависимости от решения этих вопросов станет понятным, как быстро начнется регистрация в национальном кириллическом домене.

В 2009 году не следует ожидать развития региональной компоненты Рунета в целом и российских зон в частности. Инвестиции в регионы могут быть сильно урезаны. Даже если появятся государственные программы развития широкополосного доступа в регионах по типу европейской программы (с финансированием в

Весной 2009 года в связи с глобальным финансовым кризисом аналитики предрекают замедление темпов роста зоны .RU.

В 2009 году мы будем ожидать окончательного решения вопроса по зоне .РФ.

1 млрд EURO)²⁵, то реальное наполнение они получают не ранее 2010 года. В целом прогноз на развитие сектора услуг, связанных с регистрацией доменов, умеренно позитивный.

Если говорить о мировом рынке регистрации доменов, то здесь внимание наблюдателей приковано к новой процедуре создания доменов верхнего уровня. Предложение ICANN о разработке такой процедуры в 2008 году наделало немало шума в западных СМИ, эмоциональные публикации оттуда перекочевали и в некоторые отечественные издания. Пока накал страстей касается не сотен новых gTLD, которые должны появиться, возможно, уже в 2009 году, а всего лишь процедуры, которая была утверждена Советом директоров ICANN в конце июня на конференции в Париже. Этот документ получил неоднозначные оценки. Как в интернет-среде, так и в Министерстве торговли США эта концепция вызвала негативную реакцию. Чиновники обвинили ICANN в поспешности и отметили, что интернет-корпорации следовало бы для начала полностью обеспечить безопасность новой системы и убедиться, что решение не поставит под угрозу стабильность Глобальной сети.

Вместе с тем, в том, что постоянный ввод новых gTLD неизбежен, ICANN убедилась уже в конце девяностых. В 2000 году был запущен первый раунд расширения списка доменов верхнего уровня. Процесс получился сложным, дорогостоящим и слишком продолжительным. Побеждали самые упорные, порой ценой нескольких неудачных попыток. Решение проблемы, представленное в 2008 году на Парижской конференции, вряд ли позволит снизить расходы. Взамен обещаны простота, скорость и прозрачность. Если не вдаваться в подробности, заполучить собственный домен верхнего уровня может любая организация или частное лицо, не слишком стесненные в средствах. Предложенная идея пройдет тщательную проверку, но в случае успеха новый gTLD будет зарегистрирован и передан заявителю в безраздельное пользование. В частности, он самостоятельно сможет вести реестр, устанавливать правила и заниматься продвижением вверенного домена.

В конце октября 2008 года ICANN выпустила "Справочник для заявителя". В нем по пунктам расписаны основные этапы подачи заявки на домены верхнего уровня.

В конце октября 2008 года ICANN выпустила "Справочник для заявителя"²⁶. В нем по пунктам расписаны основные этапы борьбы за домены общего назначения верхнего уровня. Среди прочих деталей "справочник" содержит информацию о величине сборов за участие в программе. Так, первый этап будет стоить заявителю \$185 тыс. За счет этой суммы ICANN смогут постепенно окупить свои инвестиции в gTLD-программу, а также возместить расходы на ведение процесса по созданию домена.

"Справочник" был переведен на английский, арабский, китайский, французский, русский и испанский языки. В течение 76 дней каждый желающий мог ознакомиться с документом и, затем, открыто прокомментировать его. Более чем за два месяца корпорация ICANN, разработавшая "Руководство", получила более 300 комментариев из 24 стран. Среди пользователей, оставивших свои замечания, были физические и юридические лица, представляющие интересы владельцев интеллектуальной собственности и товарных знаков, а также бизнесмены, игроки доменной отрасли и представители правительственных структур.

²⁶ <http://www.osp.ru/news/thematic/2008/1202/5739595/>

²⁶ <http://www.icann.org/ru/topics/new-gtlds/comments-ru.htm>

Вот лишь некоторые из ключевых вопросов, которые были подняты интернет-сообществом:

- защита товарных знаков, брендов и их владельцев;
- оценка величины сборов за участие в программе по созданию нового домена верхнего уровня, разработка процедуры возврата средств;
- соглашение по руководству вновь созданным доменом, регулирование цен внутри реестра, разделение обязанностей регистратуры и регистратора;
- общие замечания и опасения, связанные с увеличением количества доменов верхнего уровня, влияние новых gTLD на глобальный рынок, конкретные отрасли и стабильность DNS-системы.

Сейчас комментарии пользователей обрабатываются: обобщаются и оцениваются. Всесторонний анализ высказываний будет опубликован в начале февраля 2009 года.

"Мы планируем проводить многочисленные конференции, с помощью которых будем разъяснять "Руководство для заявителя на новые gTLD", сообщать об изменениях, которые были в него внесены, а также укреплять диалог с пользователями, - говорит Пол Левайнс, исполнительный директор и вице-президент Управления по делам корпорации ICANN. – Комментарии необходимы сотрудникам ICANN, так как помогут им продумать следующий этап развития программы".

Пока идут горячие дебаты по поводу новой концепции создания доменов верхнего уровня, «на местах» появилась инициатива создания собственных доменов мегаполисов. В рамках инициативы A Domain for London власти столицы Туманного Альбиона и местные регистраторы подали в ICANN официальную заявку на получение доменной зоны LONDON. Ранее подобные заявки подали и другие крупные города. В частности, заявки уже есть на регистрацию доменов .berlin, .hamburg, .quebec, .nyc (New York City) и .paris.

С разрастанием набора gTLD связан ряд рациональных опасений. В частности, одним из противников нынешнего варианта процедуры является CADNA – организация, созданная представителями брендов для борьбы с киберсквоттингом. Ее представители нашли предложенный проект слишком радикальным и требуют его доработки. Они положительно восприняли тот факт, что документ отправлен на доработку в GNSO и намерены сделать все возможное для его "смягчения".

Понять бизнесменов можно. С появлением сотни-другой новых доменных зон у компаний автоматически появляется "прогрессирующая мигрень". Им нужно успеть застолбить имена раньше киберсквоттеров и с учетом разношерстных правил. Понятно, что регистрация – дело добровольное, однако для мировых брендов она приобретает, по сути, принудительный характер.

Начало регистрации доменов общего пользования по новым правилам запланировано на второй квартал 2009 года, так что проверки этих гипотез на практике ждать осталось не так уж долго.

В 2008 году появилась инициатива создания собственных доменов верхнего уровня городами-мегаполисами. Среди первых кандидатов на получение собственного домена значатся Берлин, Гамбург, Квебек, Нью-Йорк, Париж и Лондон.

Для заметок



— Центр регистрации доменов

— Офис на Соколе:

Москва, Ленинградский пр-т, д.74, корп.4

Тел.: +7 (495) 737-0601

Факс: +7 (495) 737-0602

E-mail: info@nic.ru

www.nic.ru