

Dariusz ZDONEK  
Politechnika Śląska  
Wydział Organizacji i Zarządzania  
Instytut Ekonomii i Informatyki

## ROZWÓJ E-USŁUG NA RYNKU DOMEN INTERNETOWYCH

**Streszczenie.** W artykule przedstawiono analizę rynku domen internetowych w Polsce. Szczególną uwagę zwrócono na e-usługi związane z rejestracją, przechwytywaniem i sprzedażą domen internetowych. Podano przykłady konsekwencji dla współczesnych przedsiębiorców, jakie niesie niezajomość tego rynku. Podjęto również próbę określenia potencjalnych kierunków rozwoju rynku domen internetowych w Polsce i na świecie w związku z rosnącym znaczeniem Internetu i usług pozycjonowania.

## DEVELOPMENT OF E-SERVICES TO MARKET INTERNET DOMAIN NAMES

**Summary.** The article presents an analysis of Internet domain market in Poland. Particular attention was paid to e-services related to registration, capturing and selling Internet domain names. There are the examples of the consequences that implies for contemporary ignorance of the market traders. Efforts have also been made to identify potential directions of development of Internet domain market in Poland and abroad in connection with the growing importance of the Internet and positioning services.

### 1. Wstęp

W obecnych czasach Internet odgrywa ogromną rolę jako medium komunikacyjne pomiędzy przedsiębiorstwami a klientami. Widzimy to między innymi w coraz większej średniej liczbie godzin spędzanych dziennie przy komputerze zarówno przez pracowników firm, jak i zwykłych użytkowników Internetu. Dzięki coraz większej popularności Internetu, zwłaszcza wśród młodszej części naszego społeczeństwa, mamy do czynienia z rozwojem różnych form usług w sieci internetowej. Wzrastającą popularność Internetu już dawno

docenili przedsiębiorcy, którzy zaczęli traktować sieć jako medium wspomaganie promocji i komunikacji z rynkiem. Najbardziej popularnymi usługami świadczonymi na rzecz przedsiębiorców w Internecie są:

- rejestracja domeny,
- budowa strony internetowej,
- hosting stron internetowych,
- pozycjonowanie stron internetowych.

Każda z wymienionych usług jest bardzo ważna dla przedsiębiorstwa. Istotny jest zarówno dobór właściwej domeny internetowej dla przedsiębiorstwa [25, 26], jak i budowa użytecznej strony internetowej [24, 27]. Ważny jest również bezpieczny i stabilny hosting oraz właściwe pozycjonowanie strony internetowej w wyszukiwarkach [4].

W niniejszym artykule uwaga została skupiona tylko na rynku usług związanych z rejestracją domen internetowych. W ostatnim czasie bardzo się on rozwinął i przekształcił. Zmienił się bowiem z prostego zamawiania (tj. rejestracji w uprawnionej instytucji) i opłacania kosztów utrzymania domeny internetowej przez przedsiębiorstwo w bardzo specyficzny i interesujący rynek, związany z przechwytywaniem i handlem domenami internetowymi.

Zanim jednak wspomniany rynek zostanie omówiony, należy przybliżyć pojęcie usług elektronicznych oraz podać ich przykłady. Na tej podstawie będzie można zweryfikować, czy rejestrację, przechwytywanie i handel domenami można potraktować jako e-usługi.

## 2. Pojęcie e-usługi

E-usługa jest to pojęcie określające usługę świadczoną drogą elektroniczną. Zgodnie z przepisami dotyczącymi Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka (PO IG) przez pojęcie e-usługi rozumiane są usługi świadczone w sposób całkowicie automatyczny [16]. Automatyzm musi być realizowany przez technologię informatyczną, np. oprogramowanie. Człowiek nie bierze udziału w procesie świadczenia e-usługi [12] lub bierze udział w bardzo niewielkim stopniu [21]. W zakres usług elektronicznych wchodzi [12, 21]:

- ogólnie produkty w formie cyfrowej, łącznie z oprogramowaniem, jego modyfikacjami i nowszymi wersjami oprogramowania,
- usługi umożliwiające lub wspomagające obecność przedsiębiorstw lub osób w sieci elektronicznej, takie jak witryna lub strona internetowa,
- usługi generowane automatycznie przez komputer i przesyłane Internetem lub siecią elektroniczną w odpowiedzi na określone dane, wprowadzone przez usługobiorcę,

- odpłatne przekazywanie prawa do wystawiania na aukcji towaru lub usługi za pośrednictwem witryny internetowej, działającej jako rynek on-line, na którym potencjalni kupcy przedstawiają swoje oferty przy wykorzystaniu automatycznych procedur oraz na którym strony są informowane o dokonaniu sprzedaży za pomocą poczty elektronicznej, generowanej automatycznie przez komputer,
- pakiety usług internetowych, oferujących dostęp do informacji, w których aspekty telekomunikacyjne są natury pomocniczej lub drugorzędnej, czyli pakiety wykraczające poza oferowanie samego dostępu do Internetu i obejmujące inne elementy, takie jak strony, które umożliwiają dostęp do aktualnych wiadomości, informacji meteorologicznych lub turystycznych, gier oraz umożliwiają hosting stron internetowych, dostęp do grup dyskusyjnych, poczty elektronicznej itp.

Jak widać, zakres usług definiowanych jako e-usługi jest bardzo szeroki, a dodatkowo rozwój e-usług na świecie i w Polsce ciągle wzrasta. Przyczyniają się do tego zarówno rozwój i dostępność technologii internetowych, jak również wiele programów wspierających rozwój e-usług. Dobrym przykładem są programy i konkursy organizowane przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości [13]. W 2009 roku na pierwszym miejscu w kategorii innowacyjna e-usługa znalazł się projekt pt. „Wdrożenie innowacyjnej e-usługi: bazy danych i aplikacji on-line do optymalizacji zużycia mediów”, polegający na monitorowaniu i kompleksowej optymalizacji zużycia mediów. Drugie miejsce w tej kategorii zajął projekt pt. „Stworzenie internetowego serwisu i automatycznego systemu komunikacji zbiorowej SISMS dla mieszkańców gmin” [20].

Na podstawie analizy definicji pojęcia e-usługi oraz przytoczonych przykładów można pokusić się o stwierdzenie, iż każdą usługę można nazwać e-usługą, jeżeli spełnia dwa warunki: 1) jest realizowana w całości lub w większej części za pośrednictwem sieci Internet oraz 2) udział człowieka w realizacji takiej usługi nie istnieje lub jest znikomy. Ponieważ zarówno usługi związane z rejestracją domen internetowych, jak i usługi przechwytywania domen internetowych spełniają obydwa warunki, zatem można je zaliczyć do usług elektronicznych. W przypadku rejestracji domeny internetowej wypełniamy formularz elektroniczny na stronie internetowej. Nie jest wymagane ani drukowanie formularza, ani ręczne podpisywanie go, co było koniecznością jeszcze kilka lat temu. W przypadku usługi przechwytywania domeny również wypełniamy formularz elektroniczny, a zautomatyzowany algorytm dokonuje jej przechwytywania. Jak widać, w obydwu przypadkach stopień automatyzacji w realizowaniu usług jest wysoki, udział człowieka niski i obydwa procesy wykorzystują sieć Internet.

### 3. Kształtowanie się rynku domen internetowych w Polsce

Historia polskich domen zbiega się z historią Internetu w naszym kraju. Debiut polskiej domeny narodowej miał miejsce 30 kwietnia 1991 roku. Jan Sorensen, szef Ośrodka Komputerowego Uniwersytetu Kopenhaskiego, zarejestrował polską domenę najwyższego poziomu, czyli .pl. W tym samym roku przy Uniwersytecie Warszawskim powołano Naukową i Akademicką Sieć Komputerową (skrót. NASK). Początkowo był to zespół koordynujący rozwój sieci komputerowych na polskich uczelniach. Naukowcy z NASK jako pierwsi w grudniu 1991 roku nawiązali łączność z uniwersytetem w Kopenhadze, korzystając z protokołu IP. Ten moment uznaje się za symboliczny początek Internetu w Polsce [9]. Od tego czasu NASK pełni rolę krajowego rejestru nazw internetowych w domenie .pl. Pierwsze zarejestrowane domeny były związane z instytucjami rządowymi (domeny z końcówką gov.pl) i ośrodkami akademickimi (domeny z końcówką edu.pl). Od 1994 roku rozpoczęto rejestrację domen komercyjnych. Z nieoficjalnych źródeł wynika, że pierwszą komercyjną domeną internetową, zarejestrowaną w 1994 roku, była nazwa computerland.pl.

Początkowo obsługą domen internetowych zajmował się tylko NASK, a sam proces rejestracji komercyjnej domeny internetowej był bardzo skomplikowany i dość kosztowny. Aby zarejestrować domenę, należało napisać obszernie uzasadnienie o celowości rejestracji wybranej domeny internetowej. Cena rejestracji domeny wynosiła 300 PLN, ale była to opłata jednorazowa. W 1998 roku wprowadzono obowiązujący do dzisiaj okres abonamentowy. Koszt rejestracji i rocznego utrzymania domeny z końcówką .pl wynosił 200 PLN + 22% VAT. W początkowym okresie dużo firm i przedsiębiorstw dla swoich nazw mogło jedynie zarejestrować domenę z końcówką com.pl, która była przeznaczona dla firm komercyjnych. NASK nakładał bowiem specjalne wymagania na rejestrację domeny z końcówką .pl. W późniejszym okresie stopniowo zmieniano wewnętrzne założenia w NASK, dotyczące rejestracji domen z końcówką .pl, i obecnie zarówno osoba fizyczna, jak i prawna bez podawania celowości może zarejestrować dowolną niezajętą domenę internetową. Zmiany i nietrwałość zasad rejestracji domen internetowych z końcówkami .pl doprowadziły do wielu sporów prawnych między przedsiębiorstwami a osobami fizycznymi. Część z tych sporów została już rozwiązana w sądach [18] lub polubownie, a część z nich trwa do dnia dzisiejszego. W 2003 roku wprowadzono możliwość rejestracji domen IDN, czyli nazw domenowych, zawierających narodowe znaki diakrytyczne (np.: żółw.pl, książka.pl itp.). Popularność tych domen nie jest tak duża jak tradycyjnych domen ze względu na ograniczony dostęp serwerów DNS, obsługujących tego rodzaju domeny, konieczność posiadania zainstalowanej klawiatury języka polskiego i przyzwyczajenia samych internautów do pomijania znaków diakrytycznych przy wpisywaniu adresów WWW.

W międzyczasie (od 2006 roku) NASK przekazał część ze swych uprawnień, związanych z rejestracją i utrzymaniem domen internetowych, firmom zewnętrznym, zwanym „Partnerami NASK”. Na mocy specjalnego porozumienia [14] „Partnerzy NASK” mają prawo do rejestracji i utrzymania domen internetowych w rejestrze krajowym .pl na zasadach wolnej konkurencji. W 2009 roku wprowadzono możliwość składania opcji [11] na zarejestrowaną domenę internetową. Jednak ta forma „polowania” na interesującą domenę była i jest dość kosztowna i nie gwarantuje uzyskania pożądanego korzyści. Dlatego od kilku lat możemy zaobserwować „polowanie” na interesującą domenę internetową, polegające na jej przechwyceniu tuż po jej wygaśnięciu i nieprzedłużeniu jej przez dotychczasowego abonenta.

#### 4. Analiza rynku domen internetowych w Polsce

Rynek domen internetowych skupia w sobie wszystkie obszary związane z obsługą domen internetowych. Można do niego zaliczyć usługi związane z rejestracją, utrzymaniem, handlem i przechwytywaniem domen internetowych. O dynamice rozwoju tego rynku może świadczyć fakt, iż 6 maja 2008 roku liczba zarejestrowanych domen z końcówką .pl przekroczyła 1 mln [17], a 3 stycznia 2011 roku już 2 mln [2]. Większość tych domen jest rejestrowanych i utrzymywanych przez partnerów Naukowej Akademickiej Sieci Komputerowej [8]. Dwadzieścia lat po przyłączeniu do Internetu Polska zajmuje piąte miejsce w Europie pod względem liczby zarejestrowanych domen [2]. Pytaniem jest: czy rzeczywiście tyle domen internetowych potrzebujemy w Internecie, czy jest to tylko kolejna „bańka”, która wkrótce pęknie? Aby na to pytanie odpowiedzieć, przeanalizowano najpopularniejszą witrynę giełdy domen internetowych w Polsce, jaką jest obecnie AfterMarket.pl. Serwis ten umożliwia poszukiwanie domen wystawionych do sprzedaży przez wyszukiwarkę lub wg kategorii tematycznych (np.: finanse, motoryzacja, turystyka itp.). Ma również kilka kategorii specjalnych (np.: interesujące aukcje, wyróżnione oferty, wyróżnione aukcje itp.). Już pierwsze spojrzenie zwraca uwagę na ogromną liczbę domen internetowych, wystawionych do sprzedaży (rys. 1).

The screenshot shows the homepage of AfterMarket.pl, an internet domain marketplace. The page features a navigation bar with links for 'Strona główna', 'Domeny na sprzedaż', 'Ostatnio sprzedane', 'Partnerzy', 'Pomoc', and 'Cennik'. Below the navigation bar, there are input fields for 'Twój email' and 'Twoje hasło', along with a search bar for domains. A search button labeled 'Szukaj' is visible. The main content area is divided into two columns: 'Interesujące aukcje' and 'Wyróżnione oferty'. The 'Interesujące aukcje' column lists various domains with their prices in PLN, such as 'klejnoty.pl' for 960 PLN and 'piłka-nozna.pl' for 4500 PLN. The 'Wyróżnione oferty' column lists domains like 'punktfoto.pl' for 700 PLN and 'esukcjedladomu.pl' for 600 PLN. A sidebar on the left titled 'Giełda domen:' provides a breakdown of domain categories and their counts, including 'Domeny generyczne (10248)', 'Finanse (4629)', 'Nieruchomości (2595)', 'Technologia (3658)', 'Internet (3758)', 'Biznes i gospodarka (15810)', 'Przemysł (2851)', and 'Motoryzacja (4665)'.

Rys. 1. Giełda domen internetowych: Aftermarket.pl [5] [7.06.2011 r.]  
 Fig. 1. Internet Domain Marketplace: Aftermarket.pl [5] [7.06.2011 r.]

Można zauważyć, że ceny są bardzo zróżnicowane, ale ruch niestety jest niewielki. Tak samo wygląda sytuacja na stronach Allegro.pl.: ogromna liczba domen o bardzo zróżnicowanej cenie i niewielkiej liczbie osób licytujących [7]. Wygląda na to, iż wyodrębniła się pewna grupa osób, która zauważyła rosnącą wartość domen internetowych i zarejestrowała dużą liczbę tych domen. Przymuszczalnie zostawiała ona sobie najbardziej wartościowe domeny, a pozostałe próbuje sprzedać na aukcji z niewielkim zyskiem. Najlepsze domeny, tzw. „perełki”, są wystawiane na aukcjach za bardzo wysoką cenę lub jedynie z informacją „Negocjuj cenę”. Przeprowadzona analiza wykazała również, że istnieje duża różnica pomiędzy średnimi cenami domen wystawionych a średnimi cenami domen sprzedanych [6] (rys. 2). Ceny dużej części domen są zawyżone, a ich właściciele liczą na to, że znajdzie się firma lub osoba fizyczna, której bardzo zależy na danej nazwie domeny i ją zakupi.

Na aukcjach wysoko wycenianymi domenami są krótkie domeny (tj. jedno- lub dwuliterowe) ze względu na możliwość dopasowania dłuższej nazwy firmy do skrótu łatwego do zapamiętania przez użytkowników Internetu (np. er.pl, ll.pl itp.). Cenne są również domeny składające się z popularnych wyrazów w języku polskim (kowal.pl, cukier.pl, praca.pl itp.). Niższą wartość mają domeny: składające się z połączenia dwóch popularnych wyrazów (np. ubezpieczenieoc.pl, domweselny.pl itp.), upodobnione do popularnych domen internetowych (np.: nieruchomoci.pl itp.) i trzyliterowe (ont.pl itp.). Ceny są bardzo zróżnicowane i zależą od wielu czynników, ale przede wszystkim od woli sprzedającego.

Domena	Cena	Data	Zabito	Kupujący
xxxxxxxxxx.pl	2500.00 PLN	2011-08-31	Sprzedaz na giełdzie	Klient końcowy
sagem.pl	850.00 PLN	2011-08-30	Domena przechwycona	Inwestor
ilicytacjeinieruchomosci.pl	950.00 PLN	2011-08-30	Domena przechwycona	Inwestor
xxxxxxxxxx.pl	1600.00 PLN	2011-08-30	Sprzedaz na giełdzie	Inwestor
xxxxxxxxxx.pl	1500.00 PLN	2011-08-29	Sprzedaz na giełdzie	Klient końcowy
prawniklubin.pl	860.00 PLN	2011-08-29	Domena przechwycona	Inwestor
flumaczonline.pl	800.00 PLN	2011-08-28	Domena przechwycona	Inwestor

Rys. 2. Panel administracyjny i lista ostatnio sprzedanych domen [6] [1.09.2011 r.]

Fig. 2. The administration panel and a list of recently sold domains [6] [1.09.2011 r.]

#### 4.1. Rejestracja, opcje i przechwytywanie domen internetowych

Rejestracja domeny internetowej polega na uzyskaniu prawa do dysponowania nią w okresie trwania abonamentu w zakresie:

- wydelegowania domeny na dowolne serwery DNS,
- przekierowania domeny na dowolny adres IP lub adres URL,
- zmiany abonenta domeny,
- zmiany kontaktu technicznego domeny,
- transferu domeny do innego administratora domen.

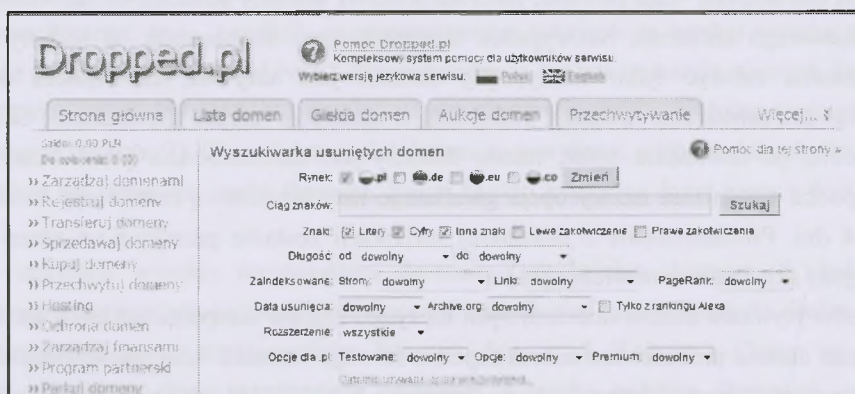
Opcja „na domenę” daje pewność rezerwacji nazwy domeny polskiej, użytkowanej przez dotychczasowego abonenta, na wypadek nieprzedłużenia abonamentu na kolejny okres. Opcję można założyć tylko wtedy, gdy domena jest aktywna, co oznacza domenę zarejestrowaną (niezarezerwowaną), której data wygaśnięcia jeszcze nie nadeszła. Składając zamówienie, po dokonaniu opłat, nazwa domeny jest monitorowana przez okres 3 lat. W przypadku zwolnienia nazwy opcja gwarantuje natychmiastową rezerwację domeny na okres 14 dni. Powiadomienie o dokonanej rezerwacji zostanie przesłane na adres e-mail podany przy składaniu zamówienia [11].

Przechwytywanie domen internetowych na rynku istnieje niespełna od kilku lat. Jednak w ostatnim okresie proceder ten nabrał zupełnie nowego formatu. Możliwość kształtowania kosztów rejestracji nowej domeny przez „Partnerów NASK” [14] i duża konkurencja na tym rynku spowodowały, że większość z nich oferuje rejestrację nowej domeny za symboliczną kwotę, a czasami nawet za 0 PLN/rok [15]. Dodatkową zachętą do rejestracji domen internetowych, a zarazem rozwoju usług przechwytywania domen, było wprowadzenie usługi tzw. rejestracji domen testowych (DNT, ang. Domain Name Tasting) na 14 dni. Dzięki tej usłudze każdy przedsiębiorca może za darmo sprawdzić atrakcyjność dowolnej liczby domen

internetowych, a tym samym zysk, jaki może wygenerować każda z nich. Opłacenie wybranej domeny internetowej następuje później.

Przechwytywanie domen polega na monitorowaniu zasobów zwalnianych domen i natychmiastowym rejestrowaniu ich na zleceniodawcę. Sam proces przechwytywania domeny to wykonanie przez „Partnera NASK”, zajmującego się tą e-usługą, wielokrotnych prób rezerwacji domeny uwolnionej do rejestracji przez „Rejestr domen”, przez specjalny, zaawansowany algorytm. W przypadku gdy tylko jeden użytkownik złożył zlecenie przechwycenia, to po skutecznym przechwyceniu domeny ma on możliwość jej rejestracji. Natomiast w sytuacji, kiedy o nazwę domeny wystąpiło więcej użytkowników, to po przechwyceniu domeny muszą oni uczestniczyć w tzw. aukcji domeny przechwyconej [22].

Najcenniejsze i najpopularniejsze domeny dla polskich firm, czyli domeny z końcówką .pl, wygasają po 15 dniach. W tym czasie właściciel domeny może ją jeszcze odnowić na kolejny rok. Dokładna data i godzina, w której domena zostanie ostatecznie zwolniona, są uwidocznione na liście domen do przechwycenia [23]. Jeżeli właściciel domeny jej nie przedłuży w ciągu tych 15 dni, traci ją bezpowrotnie. Dla przedsiębiorcy jest to bardzo niebezpieczny moment, którego nie wolno zignorować. Świadczą o tym liczne przykłady dużych i małych firm, które zostały pozbawione swojej domeny internetowej często przez fakt nieumyślnego zaniechania płatności w terminie tzw. odnowienia domeny na kolejny rok. Odzyskanie tak utraconej domeny przez przedsiębiorstwo jest zazwyczaj niemożliwe lub bardzo kosztowne [1,3].



Rys. 3. Panel administracyjny serwisu do przechwytywania domen [5] [1.09.2011 r.]

Fig. 3. Site administration panel to capture the domain [5] [1.09.2011 r.]

Dzięki e-usłudze przechwytywania domen internetowych rozwinął się nowy rynek, dotyczący handlu domenami internetowymi. Zaawansowane narzędzia administracyjne najpopularniejszych serwisów związanych z rynkiem przechwytywania domen, dostępne w panelu klienta, pozwalają między innymi: w łatwy sposób prowadzić monitoring



wygaśniętych domen internetowych, zlecać przechwycenie dostępnych domen, zarządzać ich zawartością, sprzedawać posiadane domeny internetowe oraz uczestniczyć w ich aukcjach (rys. 3).

#### 4.2. Perspektywy rozwoju rynku domen internetowych dla przedsiębiorców

Dzięki dedykowanym platformom do przechwytywania domen internetowych, niskim kosztom rejestracji domeny internetowej i koniecznością jej przedłużania rynek domen internetowych będzie się rozwijał w kierunku handlu nimi.

Dodatkowym argumentem, który za tym przemawia, jest integrowanie platform do przechwytywania domen z serwisami oferującymi tzw. parkowanie domen (np. Sedo.com, Namedrive.com), na których można zarabiać niewielkie kwoty pieniężne w zależności od generowanego przez daną domenę ruchu na stronie i kliknięć na umieszczone na niej linki sponsorowane (rys. 4).

The screenshot shows a webpage with several sections of text and a list of domains. On the left side, there are three main advertisement blocks:

- Gurmar:** Naturalny Środek Przeciwcukrzycowy. Sprawdzona Skuteczność - Wejdz! [www.krakvita.pl](http://www.krakvita.pl)
- Sklep dla diabetyków:** Glukometry, pompy, nakłuwacze, igły Największa oferta, rabaty do 20% [www.diabetyk24.pl/](http://www.diabetyk24.pl/)  
Testy paskowe Kosmetyki dla diabetyków  
Żywność dla diabetyków Akcesoria
- Miażdżycę. Cukrzyca:** Zawał Serca, Udar Mózgu. Leczenie Incydentów Niedokrwienych [www.fakymedyczne.pl](http://www.fakymedyczne.pl)

On the right side, there is a vertical list of domains for sale:

- Zdrowie
- Większe piersi
- Cukrzyca
- Ciąża objawy
- Cukrzyca dieta
- Choroby zatok
- Dieta wątrobowa
- Cukrzyca objawy choroby
- Choroby jelita grubego

At the bottom right, there is a grey box with the text: "Kup tą domenę Domena [zdrowie.pl](http://zdrowie.pl) jest na sprzedaż!"

Rys. 4. Zarabianie na zaparkowanych domenach internetowych [Zdrowie.pl z dn. 3.09.2011 r.]

Fig. 4. Making money on the Internet parked domains [Zdrowie.pl z dn. 3.09.2011 r.]

Na podobnej zasadzie, jak firmy zajmujące się parkowaniem domen, funkcjonują serwisy związane z pozycjonowaniem stron internetowych w wyszukiwarkach. Dzięki temu popularne i pospolite w danym języku wyrazy, wykorzystywane w nazwach domen internetowych, będą zawsze wartościowe i znajdą się osoby, które będą zainteresowane posiadaniem tych domen w celu uzyskiwania z nich niewielkiego, ale stałego dochodu. Nasuwa się jednak pytanie: czy wszystkie domeny są jednakowo wartościowe i warte rejestracji? Z przeprowadzonych obserwacji wynika, że rynek ten dopiero się kształtuje i część rejestrowanych lub przechwytywanych domen jest zdecydowanie przewartościowana. Są jednak nadal domeny warte swojej ceny, szczególnie dla przedsiębiorców, którzy

chcą rozwijać swoje usługi lub sprzedawać przez Internet, potrzebują zatem ciekawej i łatwej do zapamiętania domeny internetowej. Dzięki posiadaniu takiej domeny firma uzyskuje nie tylko prestiż i przewagę konkurencyjną w Internecie [10], ale dodatkowo dzięki wyrazowi kluczowemu, znajdującemu się nazwie domeny (np.: kwiaty.pl, dvd.pl, wakacje.pl, dom.pl, jubiler.pl itp.), pozycjonowanie takiej strony w Internecie staje się łatwiejsze.

## 5. Podsumowanie

Choć może się wydawać, że pojęcie e-usługi jest nadużywane w dzisiejszych czasach, to jednak analiza definicji e-usługi oraz studium przypadków już istniejących usług elektronicznych dowodzą, iż pojęcie to będzie nabierało coraz szerszego znaczenia i przyjmowało nowe kształty. Jest to związane z ogromnym i stale rosnącym znaczeniem roli Internetu w życiu społeczeństwa.

Przeprowadzona analiza rynku domen internetowych pokazała, jak ważna jest znajomość tego rynku dla przedsiębiorstwa, zwłaszcza gdy planuje ono aktywnie wykorzystywać Internet do swojej działalności promocyjnej i handlowej. W ostatnim okresie na tym rynku e-usługi zmieniły się diametralnie, przekształcając klasyczną rejestrację wolnych domen internetowych w giełdę internetową. Nie bez znaczenia dla rozwoju rynku domen internetowych jest rozwój pozycjonowania stron internetowych w wyszukiwarkach. Szczególnie domeny tzw. generyczne, czyli nazwy składające się ze znanych i popularnych w danym języku słów, mają dużą wartość w procesie pozycjonowania strony internetowej, co znacząco wspiera rozwój tego specyficznego rynku e-usług w Internecie. Coraz częściej przedsiębiorstwa poza serwisami korporacyjnymi (np.: kghm.pl, maspex.com, apple.com itp.) decydują się na serwisy produktowe (np.: kubus.pl, icloud.com itp.). Wówczas bardzo ważną sprawą jest posiadanie właściwej i ciekawej domeny internetowej. Jeżeli nie uda się dokonać rejestracji takiej domeny bezpośrednio u partnera NASK, to być może taką ciekawą domenę można przechwycić lub pozyskać na giełdzie domen internetowych przed rozpoczęciem promocji nowego produktu na rynku.

Reasumując, można stwierdzić, że rynek domen internetowych w dobie powszechności Internetu będzie się rozwijał w kierunku ich przechwytywania i handlu nimi. Wiedza na temat tego rynku jest ważna zwłaszcza dla przedsiębiorstw chcących wykorzystywać Internet do celów promocyjnych. Dodatkowo, często brak tej wiedzy może wygenerować duże koszty dla przedsiębiorstw (np. koszt odkupienia przechwyconej domeny, koszty obsługi prawnej, koszt związany z wyłączeniem komunikacji przedsiębiorstwa przez e-mail i strony

internetowe itp.). Bardzo dobra znajomość tego rynku i e-usług z nim związanych może być natomiast dużą szansą dla firmy na zdobycie już teraz lub w przyszłości znaczącej przewagi konkurencyjnej, zwłaszcza w Internecie (np. sport.pl).

## Bibliografia

1. Dutko M.: Jak odzyskać utraconą domenę. Blog ekspercki Akademia-internetu.pl, <http://akademia-internetu.pl/e-biznes/jak-odzyskac-utracona-domene> [dostęp: 2.10.2010 r.]
2. Dwa miliony polskich domen. Iname.pl, <http://iname.pl/2011/01/2-miliony-polskich-domen> [dostęp: 4.01.2011 r.]
3. Forum Prawne. Utracona domena, <http://forumprawne.org/nowe-technologie/192430-utracona-domena.html> [dostęp: dn. 16.02.2011 r.]
4. Fronczak T.: Marketing internetowy w wyszukiwarkach. Wyd. Helion, Gliwice 2006.
5. Gielda domen internetowych Aftermarket.pl, <http://www.aftermarket.pl> wraz z serwisem do przechwytywania domen internetowych <http://www.dropped.pl>
6. Gielda domen internetowych Aftermarket.pl, Ostatnio sprzedane, <http://www.aftermarket.pl/lastsold.php>
7. Kategoria „Internet-Domeny” w serwisie Allegro.pl, <http://allegro.pl/domeny-15823>
8. Lista partnerów NASK, <http://www.dns.pl/porozumienie/partner.html>
9. Naukowa Akademicka Sieć Komputerowa – Historia, <http://www.nask.pl/run/n/Historia>
10. Nosór B.: Wybór domeny wpływa na efektywność reklamy. Bankier.pl, Twoja-firma.pl, NetArt, [http://euro.bankier.pl/news/article.html?article\\_id=1989414&type\\_id=1&category=43,120,121,122,123,124,125,126,127&display=12](http://euro.bankier.pl/news/article.html?article_id=1989414&type_id=1&category=43,120,121,122,123,124,125,126,127&display=12) [dostęp: 21.07.2009 r.]
11. Opcje na domeny. Firma AZ, <http://www.az.pl/domeny-opcje-na-domeny.html>
12. Platforma Wspieramy E-biznes. Projekt systemowy PARP realizowany pod nadzorem Ministerstwa Spraw Wewnętrznych i Administracji, [http://www.web.gov.pl/informacje-o-euslugach/40\\_14.html](http://www.web.gov.pl/informacje-o-euslugach/40_14.html) [dostęp: 7.06.2011 r.]
13. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, <http://www.parp.gov.pl/index/main/>
14. Porozumienie z Partnerami NASK dotyczące współpracy w zakresie rejestracji domen internetowych w krajowym rejestrze .pl., <http://www.dns.pl/porozumienie/index.html> [dostęp: 7.06.2011 r.]
15. Promocje cenowe firm rejestrujących domeny internetowe, <http://www.az.pl/>, <http://www.home.pl/domeny> [dostęp: 7.06.2011 r.]
16. Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka (PO IG) – Informacje ogólne, <http://www.mg.gov.pl/node/8724>

17. Rejestr domen przekroczył milion. Egospodarka.pl, [http://www.egospodarka.pl/30473, Rejestr-domen-pl-przekroczy-l-milion,1,12,1.html](http://www.egospodarka.pl/30473,Rejestr-domen-pl-przekroczy-l-milion,1,12,1.html) [dostęp: 8.05.2008 r.].
18. Sąd Polubowny ds. Domen Internetowych przy Polskiej Izbie Informatyki i Telekomunikacji, <http://www.piit.org.pl> [dostęp: 7.06.2011 r.].
19. Serwis produktowy Sport.pl firmy Agora S.A. [dostęp: 7.06.2011 r.].
20. Tomczykiewicz M.: Najbardziej innowacyjne e-usługi w Polsce, Internet Standard. <http://www.internetstandard.pl/news/351659> [dostęp: 29.10.2009 r.].
21. Wikipedia: E-usługa, <http://pl.wikipedia.org/wiki/E-us%C5%82ugi> [dostęp: 7.06.2011 r.].
22. Zasady przechwytywania domen internetowych, <http://domeny.az.pl/przechwytywanie-domen-zamow.html> [dostęp: 7.06.2011 r.].
23. Zasady zwolnienia domeny do przechwycenia, <http://pomoc.aftermarket.pl/article/AA-00693/83/> [dostęp: 7.06.2011 r.].
24. Zdonek I.: Hierarchia reakcji konsumenta jako podstawa konstrukcji stron WWW. Marketing i Rynek, nr 3/2007. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2007.
25. Zdonek D., Zdonek I.: Warianty potoczności nazwy jako kryterium wyboru domeny internetowej, [w]: Pańkowska M., Porębska-Miąc T., Sroka H. (red.): Systemy Wspomagania Organizacji SWO 2008. Wyd. Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2008.
26. Zdonek D.: Znaczenie i kryteria wyboru domen internetowych w społeczeństwie informacyjnym, [w:] Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, s. Organizacja i Zarządzanie, z. 36, Wyd. Politechniki Śląskiej, Gliwice 2006.
27. Zeldman J.: Designing with Web Standards, Second Edition. Published by Pearson Education, Inc. New Riders Publishing, 2007.

## Abstract

This article aims to analyze the development of Internet domain market in Poland in terms of their registration, sale and capture. In the first part of the article closer to the concept of e-services relying on the definitions and competitions organized by the government is brought. The rest of this article focuses on the risks and opportunities for entrepreneurs in the market of Internet domains change rule. Particular attention was paid to capture the market

and selling Internet domain names, which in recent years have developed in Poland. Internet domain market has been presented as one of the e-services operating today, the market that is constantly evolving and varies depending on the needs of information society

Dr inż. EDYTA  
Fotymilada Fuda  
Wydział Organizacji i Zarządzania  
Instytut Ekonomii i Informatyki

### KWANTALOWANIE REAKCJI AFETYWNYCH U UŻYTKOWNIKÓW STRON INTERNETOWYCH

Streszczenie. Wzrost popularności aplikacji w sieci spowodował powstanie nowego rodzaju e-usług, a także stał się przyczyną powstania tego rodzaju – powstanie e-usług. Kluczowym pojęciem jest aplikacja w sieci, która jest usługą oferowaną przez podmiot w sieci. Aby w Internecie podobać się użytkownikom i zarabiać, trzeba nie tylko stworzyć aplikację, która jest użyteczna i interesująca, ale przede wszystkim musi być użyteczna i interesująca dla użytkowników. W tym celu należy wykonać badania i analizy jakościowe i ilościowe. Dzięki temu można osiągnąć sukces w Internecie. W tym celu należy wykonać badania i analizy jakościowe i ilościowe.

### CREATING AFFECTIVE REACTIONS OF USERS' WEBSITES

Summary. The main theme of this article is based on the need of increasing the quality of services, which are one of the most important factors. The purpose is to improve the quality of services, which are one of the most important factors. The purpose is to improve the quality of services, which are one of the most important factors. The purpose is to improve the quality of services, which are one of the most important factors.

### 1. Wstęp

Wzrost popularności aplikacji w sieci spowodował powstanie nowego rodzaju e-usług, a także stał się przyczyną powstania tego rodzaju – powstanie e-usług. Kluczowym pojęciem jest aplikacja w sieci, która jest usługą oferowaną przez podmiot w sieci. Aby w Internecie podobać się użytkownikom i zarabiać, trzeba nie tylko stworzyć aplikację, która jest użyteczna i interesująca, ale przede wszystkim musi być użyteczna i interesująca dla użytkowników. W tym celu należy wykonać badania i analizy jakościowe i ilościowe. Dzięki temu można osiągnąć sukces w Internecie. W tym celu należy wykonać badania i analizy jakościowe i ilościowe.