

Nieprawidłowości na rynku polskich domen

19 maja 2012

Rynek obrotu polskimi domenami jest z pozoru uporządkowany. Jednak jak w każdej branży, także i tutaj dzieją się dziwne rzeczy, często ze szkodą dla klienta. Mimo że NASK systematycznie obniża ceny odnowień domen dla partnerów, ci nie obniżają cen. Wszystkie atrakcyjne nazwy z końcówką .pl są zajęte, przy czym większość adresów jest wykupiona przez handlarzy oferujących odkupienie za duże pieniądze. Obrót domenami jest wolnorynkowy w pełnym tego słowa znaczeniu, bez żadnych instytucji nadzorujących. Efektem jest brak dostępnych adresów i wysokie ceny, a poszkodowani są jak zwykle klienci.

Szukałem domeny dla serwisu o wychowywaniu dziecka. Domena dziecko.pl jest naturalnie zajęta, zacząłem więc przeglądać dwuwyrzowe nazwy. Niestety, wszystkie typy okazały się zajęte: mojedziecko.pl, naszedziecko.pl, fajnedziecko.pl, madredziecko.pl, inteligentnedziecko.pl, naszedzieci.pl, a także odziecku, dladziecka, dladzieci. Poszukując wolnej domeny dla serwisu o tabletach, również zetknąłem się z tym samym. Obojętnie co wpisałem: nowetablety.pl, nowytablet.pl czy różne kombinacje typu otabletach, dobretablety, mamtablet, mojtablet – wszystkie domeny były zajęte.

Dlaczego o tym piszę? Otóż moim zdaniem coś jest tu mocno nie tak. Systematycznie czytam, że Polacy kupują coraz więcej domen lub że pokonano kolejny próg w postaci okrągłej, jeszcze większej liczby sprzedanych adresów. Tymczasem z mojej obserwacji wynika, że większość tych domen jest nieużywana i stoi zaparkowana, czekając na kupca. Warto postawić pytanie, czy domena powinna być obiektem spekulacji, czy raczej służyć za adres serwisu internetowego? Oczywiście, że to drugie. Dlaczego więc zwykły użytkownik, który poszukuje adresu dla swojej strony, ma do wyboru płacenie kilku tysięcy złotych za

odkupienie krótkiej domeny lub karkołomny wybór trzywyrazowego, niezapamiętywalnego adresu, ale za to taniego?

Handel domenami to spora część działalności rynku związanego z internetem, na której – oprócz właścicieli skupowanych adresów – zarabiają także operatorzy domen. Dla hurtowników, którzy kupują adresy setkami czy tysiącami, są przewidziane specjalne niższe ceny. W popularnym serwisie za przedłużenie ważności polskiej domeny przez zwykłego użytkownika trzeba zapłacić 100 zł plus VAT, podczas gdy handlarz za to samo płaci niewiele ponad 40 zł.

Można obwiniać wolny rynek, tłumaczyć tę sytuację zasadą „kto pierwszy, ten lepszy” i przypominać gorsze czasy, gdy handlem końcówkami zajmował się NASK, biorąc 300 zł plus VAT od każdej sprzedanej „sztuki”. Jednak wolny rynek w swoim założeniu ma porządkować stan rzeczy, z chaosu powinien wyłonić się porządek, tworząc zdrową konkurencję w danej dziedzinie. Tym przecież różni się system wolnorynkowy od monopolowego.

Obrót polskich domen niestety nie jest do końca zdemonopolizowany. Adresy kupuje się u wąskiej grupy pośredników, które – będąc firmami – nastawione są na jak największą sprzedaż. A tę gwarantuje handel hurtowy. W ten sposób hurtownicy otrzymują trzy razy niższe ceny niż detaliści, do tego nagrody w programach partnerskich, cashback, specjalne narzędzia do obsługi dużej liczby domen czy indywidualne promocje. O tego typu rozwiązaniach zwykły użytkownik może tylko pomarzyć. To pokazuje, jak bardzo zepsuty jest rynek obrotu domenami. Zarabia bowiem NASK, operatorzy i handlarze, a zwykły użytkownik traci, gdy domena, przechodząc przez ręce wielu pośredników, ma kilkakrotnie doliczaną marżę.

Jak wygląda kontakt z domeniarzem, pokażę na przykładzie mojej korespondencji:

– Dzień dobry, jestem zainteresowany odkupieniem domeny

[wariant]dziecko.pl, proszę o podanie propozycji cenowej.

– Nie stać pana, pozdrawiam.

Handlarze nastawieni są bowiem na sprzedaż adresów dla firm za grube pieniądze. Obojętne, czy dana domena z ich puli jest atrakcyjna, czy nie, będą ją trzymali choćby dla zasady, blokując sprzedaż na wiele lat.

Od momentu otwarcia rynku domen internetowych w Polsce handel adresami został zdominowany przez kilku operatorów. Obecnie posiadają oni największą część rynku i od lat w tych firmach koszt przedłużenia domeny .pl to 100 zł plus VAT. Nawet gdy kilka lat temu NASK wprowadził kolejną obniżkę cen dla partnerów, zmniejszając cenę odnowienia z 60 do 40 zł, ceny u tych operatorów nie spadły nawet o złotówkę. Oczywiście mówię o cenach dla klientów detalicznych, dla nich pozostało niezmiennie 100 zł plus VAT, tymczasem handlarze domen dostali obniżkę cen o 20 zł.

Problem z polskimi domenami nie jest żadnym kuriozum w naszej rzeczywistości. Podobne nieprawidłowości można zauważyć w innych sektorach. Jeszcze niedawno głośno mówiono o spekulantach na rynku nieruchomości, którzy w celach inwestycyjnych skupowali całe piętra nowo budowanych mieszkań u deweloperów, co powodowało zmniejszenie dostępności ofert dla klientów i wzrost cen.

Problemy związane z obrotem polskich domen może rozwiązać sama branża, z NASK na czele. Ktoś musi tylko wykonać pierwszy krok. Jak to zrobić? Wystarczy jeden przykład.

Kilkanaście lat temu problemem kin, czy raczej fanów chodzenia do takich miejsc, było istnienie tzw. koników. Osoby te kupowały hurtowo całe rzędy siedzeń w kinach, blokując salę dla zwykłych klientów. Bilety były następnie sprzedawane kilka razy drożej na zewnątrz, przed drzwiami kina. Ten układ przez pewien czas był zadowalający dla obu stron: kiniarzy, których bilety sprzedawały się na pniu, oraz handlarzy, którzy

zarabiali niemałe pieniądze na atrakcyjnym towarze. Poszkodowany był tylko widz.

Gdy właściciele kin zrozumieli w końcu, że to widz jest najważniejszy, szybko poradzono sobie z „konikami”. Nie zrobiono tego jednak tylko z dbałości o klienta. Do kiniarzy w końcu dotarło, że swoją dość trudną pracą dają nieproporcjonalnie duży zarobek ludziom, którzy zarabiają praktycznie bez kosztów i strat. W tamtych czasach bilet do kina kosztował około 10 zł. Wpływami z ich sprzedaży kino tradycyjnie dzieli się pół na pół z dystrybutorem filmu. Jeśli więc kino zarabiało na jednym sprzedanym bilecie 5 zł, a „konik” odsprzedawał go za 20-30 zł (w zależności od rzędu i miejsca), stało się jasne, że spekulant zarabia na czysto od trzech, do pięciu razy więcej niż samo kino, które dodatkowo ze swojego małego przychodu musi opłacić czynsz, pensje i reklamę. Ale do decyzji o zrobieniu porządku rynek musiał dojrzeć.

Identycznie wygląda sprawa z obecnym rynkiem domen. Jeśli NASK, będąc głównym operatorem, sprzedaje partnerom domenę w cenie 40 zł netto, a ci sprzedają ją klientom końcowym za 100 zł netto, jest oczywiste, że operatorzy zarabiają dwa i pół raza więcej niż NASK. Następnie domeny wykupują handlarze, windując ich ceny do setek i tysięcy złotych. Tu skala przebicia pierwotnej ceny wynosi od kilku tysięcy procent w górę.

Warto też mieć na uwadze, że domena to nie jest towar taki, jak buty czy komputer, który trzeba wyprodukować, zapakować i przewieźć, a więc ponieść dodatkowe koszty. Domena to wirtualny wpis w rejestrze, rekord w bazie danych. Tak duża marża za cyfrową rejestrację kilkunastu znaków jest moim zdaniem zbyt wygórowana. Dobrym pomysłem byłaby możliwość kupna adresu u źródła, czyli w NASK. Niestety, według cennika na ich stronie adres w domenie .pl kosztuje 200 zł plus VAT, dwa razy więcej niż u pośrednika.

Problem wysokich cen końcowych za domeny ma również inny aspekt. Zarządzaniem domenami zajmuje się państwowa instytucja, która oprócz utrzymywania rejestru odpowiada za obsługę głównych węzłów internetowych w kraju. Wiele lat temu, w czasach powstawania infrastruktury związanej z internetem, wysokie ceny domen miały swoje uzasadnienie, ponieważ trzeba było ponieść koszty budowy całego systemu. Z czasem wpływy do NASK nie musiałyby być już tak duże, monopol stał się zbędny, więc pojawił się pomysł otworzenia rynku i obniżenia cen. Niestety, ceny spadły tylko pozornie lub też spadły do pewnego poziomu.

Gdyby dziś domenami nadal zarządzał tylko NASK, moglibyśmy je kupować w cenie 40 zł netto, bo taka byłaby ich normalna cena. Kupując adresy z końcówką .pl, zrzucałibyśmy się na koszty obsługi całej infrastruktury. Natomiast dziś oprócz tego, że uczestniczymy w tych kosztach, płacimy dodatkowo większe pieniądze pośrednikom, którzy nie mają wpływu na stan sieci. Na podobnej zasadzie funkcjonuje system znaczków skarbowych w urzędach. Kupując je, zrzucaamy się na koszt obsługi administracyjnej. Gdyby z obrotem znaczkami stało się to samo, co z domenami, dziś płacilibyśmy prywatnym firmom wysoką cenę za coś, co jest warte o wiele mniej i co jest dobrem wspólnym, a nie sztucznie wytworzonym towarem.

Spekulantów na rynku nieruchomości straszy się podatkiem katastralnym, rynek telefonii komórkowej stara się regulować UKE, marży banków pilnują inne instytucje. Może znajdzie się wreszcie ktoś, kto postraszy branżę obrotu domenami?

Autor: Sławomir Wilk

Źródło: [Dziennik Internautów](#)