# 4.2. Вибір доменного імені

Перше, з чим знайомиться потенційний відвідувач ще до відвідування сайту – це доменне ім’я. Нижче наведено чинники, які потрібно враховувати при виборі доменного імені сайту, що впливають як на сприйняття людиною, так і на сприйняття пошуковими системами.

### Стислість

За можливістю варто вибирати коротке доменне ім'я з кількох причин. Під нього легше зробити логотипи, будувати брендинг, воно швидше впізнається, а ще - менше можливостей неправильно його написати. Деякі компанії підбирають доменні імена, що містять понад 50 символів, проте, за їх словами, таким чином можна повністю викласти ім'я компанії. Втім, так чинити нерозумно. Довге доменне ім'я не поміщається в стандартних формах, в рекламних оголошеннях або в програмах просування пошукових систем. Слід прагнути робити доменне ім’я відносно коротшим.

Не варто зловживати абревіатурами. Наприклад, uwf.kiev.ua - належить Українському Жіночому Фонду, unba.lviv.ua – Рада адвокатів міста Львова. Такі доменні імена пересічний користувач навряд чи зможе зрозуміти. Втім, часто кілька букв, наводить на однойменну назву бренду. Наприклад: домен stb.ua (Телеканал СТБ) чи aif.ua (Аргументи і Факти в Україні).

### Запам'ятовуваність

Влучне доменне ім'я не забувається. Як правило, добре запам'ятовуються загальні імена, наприклад: apteka.ua, football.ua, price.ua і т.д. Добре виглядають імена, що складаються з декількох змістовних слів: superjob.ua, neogame.com.ua, freetime.com.ua. Існує й група унікальних імен, наприклад Amazon, Google, Yandex, які вже самі за себе говорять. При підборі доменного імені, можна спробувати утворити риму або пограти з повторенням звуків, наприклад, HostPro, Google або Okko. Комбінація звуків та слів в кінцевому підсумку, може створити хороше ім’я.

### Змістовність

Найкраще прив'язувати доменне ім'я до тематики сайту, щоб за доменним іменем можна було здогадатися про тему сайту: drummer.org.ua (сайт українських барабанщиків), prikols.dp.ua (дніпропетровський гумористичний портал).

Але трапляються сайти, доменні імена яких, не збігаються з їх тематичним вмістом: [lvtech.com.ua](http://lvtech.com.ua/) (Львівська фабрика більярдів), csn.lpnu.ua (Науковий журнал «Комп’ютерні системи та мережі»). Зрозуміло, що вся справа в незвичайності, але це вносить дисонанс у сприйнятті.

Часто власники використовують власні імена та ніки для імені домену. З цим варто бути обережним. Якщо сайт буде використовуватися в якості блогу, тоді доменне ім'я-ник цілком підійде. Якщо ж власник домену хоче представити свої послуги чи роботи, то варто в доменному імені позначити напрямок. Наприклад, за доменом kellyanndesign.net відразу видно, що сайт присвячений дизайну від Kelly Ann.

### Чіткість

Вдале підібране доменне ім'я важко переплутати з іншими. Немає сенсу шукати доменне ім'я, співзвучне з чиїмось, що написано через дефіс або до якого дописано кілька букв. Виникне проблема непорозуміння. Наприклад, деякі сайти виглядають майже однаково, різниця тільки в деяких символах, наприклад, kompass.ua і compass.ua; apostrof.ru і apostroff.ru; lovemy.com.ua і loveme.com.ua.

Законодавство про інтелектуальну власність та захисту торгових марок запобігає введенню в обману покупців. Якщо власник схожого доменного імені першим зареєстрував свою комбінацію символів, то для подібного домену з'являється серйозна загроза, принаймні, для використання такого імені як бренда. Перед реєстрацією слід перевірити базу Укрпатенту - для реєстрації торгівельної марки в Україні (довідкові послуги такого типу - платні) або базу країни, в якій зареєструється торгівельна марка.

Пильної уваги потребує транслітерація - і написання кирилиці латинськими символами. Є кілька варіантів написання букв: х (h, kh), ц (ts, z), в (w, v), до (c, k, ck), ф (f, ph). Наприклад, доменні імена foto.ua і photo.ua звучать абсолютно однаково – фото, але написання літер є різним.

### Просте написання

Чим довше і важче доменне ім'я - тим важче буде відвідувачам правильно його написати. Коректне введення довгого доменного імені може виявитися занадто складним. Наприклад, webcruftstuff.net, або багаторазовий повтор складів як blablablablablabla.com, в якому кількість повторень запам'ятати просто нереально.

Є інші випадки неправильного написання доменного імені. Наприклад, для компанії МКС логічно було купити домен mks.ua, при цьому, домен mkc.ua теж дуже добре б підійшов даної компанії. Враховуючи особливості українських користувачів мережі, все-таки можуть знайтися бажаючі використовувати домен mkc.ua, щоб подивитися сайт компанії МКС.

Другий приклад: компанія Меркс (Merx) може скористатися доменними іменами merx.ua, merx.com.ua, merks.com.ua, merks.ua.

### Наочність

Ідеальна ситуація, коли ім'я домену збігається з назвою компанії. Якщо бажане ім'я вже зайнято, варто підібрати функціональне ім'я, яке виражає напрямок послуг компанії.

З моменту візиту першого відвідувача - домен автоматично стає брендом, обличчям, візиткою сайту. Саме за доменом ресурс будуть ідентифікувати в мережі. Краще підбирати ім'я для компанії та домену одночасно. На цьому етапі, вдале ім'я підібрати досить просто. Так, маючи домен elt109.com.ua, важко буде підібрати назву для компанії, враховуючи і прив'язку до роду діяльності.

Для уточнення роду діяльності можна використовувати різні зони. Так, некомерційні організації часто реєструють сайти в зоні .org, комерційні - .com, інформаційні - .info, урядові - .gov. Наприклад, сайт про музику в Україні має доменне ім’я music.in.ua., а різниця у вмісті сайтів rada.com.ua і rada.gov.ua очевидна виходячи вже з розширень.

### Цільова спрямованість

Гарне доменне ім'я - звучить переконливо для цільової аудиторії. За можливості, варто отримати домен першого рівня; найпоширеніші: .com, .net, .org; для України - .ua, .com.ua (третій рівень). Можна спробувати також і .biz, .info, або .cc, .ws, .tv, і .to. При виборі імені потрібно враховувати цільову спрямованість і географічний обхват аудиторії. Якщо сайт орієнтовано на українського відвідувача - то найкраще отримати домен в зоні .ua. Якщо планується бізнес світового масштабу - то користувачі схильні в більшості використовувати розширення .com або .biz. Доменне ім'я повинне бути таким, яким очікують бачити його люди. Для України це .ua, .com.ua; рідше .net.ua, .org.ua, biz.ua.

## Покупка потрібного домену у власника

При підборі доменного імені часто виникає ситуація, що всі цікаві, красиві імена вже зайняті. Переглядаючи варіанти, з'ясовується, що більша їх частина до сайтів не прив'язана, а просто зайнята для подальших маніпуляцій. Якщо компанія серйозно націлена саме на певне ім'я, то можна спробувати купити його у власника.

Спочатку слід з'ясувати, який сайт знаходиться за даною адресою, ретельно його переглянути та проаналізувати. Покинутий сайт з низькою відвідуваністю і рідкісними оновленнями, швидше за все, не потрібен своєму власникові і він швидше від нього позбавиться і продасть домен. Контакти власника, зазвичай, розміщуються на самому сайті або на сервісі Whois. Якщо сайт належить приватній особі, то особисті дані будуть приховані, але контактна інформація: телефон, електронна адреса - доступні завжди.

### Ціни

Вже існуючий готовий домен купити можна, але він коштує значно дорожче, ніж новий - в десятки, а іноді сотні разів. Вартість доменних імен не є дуже дорогими, а щорічна оплата виносить приблизно 20-50$, тому нинішній власник домену краще раз на рік продовжить реєстрацію, ніж продасть його. Домени з давно створеними сайтами вже мають певну вагу для пошукових систем, кількість посилань і своїх користувачів. Ці показники є основними критеріями для підвищення вартості домену.

Існують компанії, які реєструють доменні імена і проводять аукціони вивільнених доменів. Це імена, реєстрацію на які не було продовжено вчасно. Якщо з певних причин власник забув продовжити реєстрацію, то ім'я домену блокується на один місяць. По закінченні відведеного терміну, воно знов стає загально доступним. Компанії-реєстратори скуповують звільнені імена і виставляють на продаж. Їх вартість значно перевищує вартість нового імені.

### Вартість покупки

Супердорогі домени продаються рідко. Висока вартість оригінального домену на аукціоні припускає терпіння і завзятість, оскільки необхідно певний час його притримувати, вичікуючи зручний момент. З ростом популярності Інтернету зростають ціни на доменні імена.

Вартість доменів розраховується виходячи з купівельного попиту. Інтереси до доменів, які мають географічні розширення країн, що швидко розвиваються, безсумнівно виростуть в ціні разом із зростанням купівельного попиту і економіки країн. Просунуті домейнери знають про це і заздалегідь інвестують в покупку доменів.

#### Адекватна ціна звільненого домену залежить від кількох чинників:

* **Довжина і запам'ятовуваність.** Чим коротше домен, тим легше його запам'ятати, і відповідно тим дорожче вартість.
* **Вік домену.** Чим раніше його зареєстрували, тим він дорожчий.
* **Історія.** Не завжди вік буде відігравати важливу роль, тому, якщо домен зареєстрували 10 років тому, і за цей час кілька разів змінювався контент або тематика сайту, або ж він взагалі був у бані пошукових систем (через нечесні методи просування), то цей фактор істотно знизить вартість. Перед покупкою вивільнених доменних імен, обов'язково потрібно провести перевірку на наявність бану. Якщо цей момент було упущено, в такому випадку існує можливість «врятувати» домен, але для цього потрібно витратити багато часу і зусиль, щоб довести корисність ресурсу.
* **Тематика.** Цей параметр не має великого впливу на ціну, оскільки людина, яка хоче створити сайт про їжу, спочатку буде вибирати собі домени, в назвах яких зустрічається ця тематика.
* **Показники авторитетності домену PageRank (Google).** Ці показники мають велике значення для оцінки вартості домену, особливо, якщо покупець має мету продавати з купленого сайту. У підсумку, чим вище ці показники, тим дорожче домен.
* **Наявність в каталозі DMOZ.** Якщо сайт додано до DMOZ-каталогу, це враховується пошуковими системами при визначенні рівня довіри до нього. Якщо сайт є в цьому каталозі, то це з великою ймовірністю говорить про хорошу історії домену (відсутність банів і штрафів від пошукових систем).
* **Зона домену** має різний вплив на ціну, і це залежить від ситуації. Наприклад: домен likar.ua апріорі коштує дорожче, ніж likar.lviv.ua, оскільки перший охоплює аудиторію країни, а другий - тільки міста. Втім, якщо знайдеться фірма, якій потрібен такий домен саме для роботи у Львові, то вона заплатить за це чималі гроші.
* **Наявність дефіса або цифр у назві** може зменшити ціну на домен.
* **Невеликий вибір.** Якщо ідентичне доменне ім'я вже зайнято в інших зонах, то це може збільшити ціну. Наприклад, якщо є вільний домен kino.com.ua, то домен kino.biz.ua буде менш привабливий для покупця і, відповідно, оцінюватися значно менше.

## Омонімічні домени

Омонімічні домени - домени верхнього рівня, найчастіше національні, що за написанням або звучанням схожі з різними словами. Зазвичай, належать невеликим маловідомим державам. Сайти в таких доменах реєструють лише через співзвуччя, а не виходячи з їхнього справжнього розташування.

Трапляються випадки, коли приватна компанія купує право реєстратора в національному домені лише через його оригінальне звучання. Саме це сталося з доменом тихоокеанської держави Тувалу (.tv).

.am - національний домен Вірменії. Збігається з діапазоном радіостанцій AM і з часом «до полудня».

.cd - національний домен Демократичної Республіки Конго. Збігається зі скороченням для компакт-диска.

.dj - національний домен Джібуті. Збігається зі скороченням «діджей».

.fm - національний домен Федеральних Штатів Мікронезії. Збігається з діапазоном радіостанцій FM. Приклад: last.fm.

.im - національний домен Острову Мен. Збігається зі скороченням instant messaging («миттєві повідомлення»).

.in - національний домен Індії. З англійської мови перекладається як прийменник «в».

.io - національний домен Британської території в Індійському океані. Збігається зі скороченням Input Output.

.is - національний домен Ісландії. Збігається зі словом is, формою третьої особи однини англійського дієслова to be. Приклад: who.is

.it - національний домен Італії. Збігається зі скороченням IT («інформаційні технології»), а також з англійським займенником it. Приклад: ok.undo.it

.li - національний домен Ліхтенштейну. Збігається із закінченням дієслів і іменників у російській мові. Приклади: zadolba.li, zastuka.li.

.md - національний домен Молдови. Збігається зі скороченням MiniDisc, зі скороченням англ. must die («повинен померти») і з скороченням лат. Medicinae Doctor («доктор медичних наук»).

.me - національний домен Чорногорії. Збігається з займенником «мене», «мені» в англійській та інших європейських мовах.

.ms - національний домен Малих Антильських островів. Збігається зі скороченням назви компанії Microsoft.

.net - загальний домен верхнього рівня. Співзвучний з російським словом «ні». Приклади: mozga.net, lishnih.net.

.nu - національний домен Ніуе. Співзвучний зі словом «ню».

.pm - національний домен Сен-П'єр і Мікелон. Збігається з часом «після полудня».

.tm - національний домен Туркменії. Збігається з позначенням «™» («товарний знак»).

.tv - національний домен Тувалу. Збігається зі скороченням слова television («телебачення»).

.ws - національний домен Самоа. Збігається зі скороченням web site («веб-сайт»).

## Domain Hack, Dnhack, Домен-Хак

**Domain Hack** - це використання доменного імені та зони включно, з метою створення такої адреси, яка би представляла з себе звучне слово, речення, словосполучення, поняття і т.п.

Domain Hack - це підбір імені домену таким чином, щоб позначення доменної зони складало частину назви сайту (наприклад, del.icio.us, neku.ru, wua.la). Причому, в даному випадку слово hack не повинно асоціюватися з хакерством або порушенням закону, оскільки domain hack зовсім не порушує законів. Domain Hack можна сміливо використовувати в своїх доменах, це виглядає ексклюзивно і креативно.

Спробувати створити цікаве ім’я можна за допомогою сервісу Domain Hacks (<http://xona.com/domainhacks/>). Там же опубліковані найцікавіші хакі - inter.net, hi.fi, tetr.is, movi.es, windo.ws, blo.gs, sear.ch, doma.in.

## Домен з type-in фактором

Щоб навмисно неправильно написана назва сприймалася як справжній домен можна застосувати type-in фактор, наприклад:

* пропуск літери (наприклад, gogle.ua);
* заміна літери (наприклад, wideo.ua, prezedent.ua, plase.ua, mtc.ua), можливі варіанти: v <-> w, k <-> c, c <-> s, y <-> i;
* помилка в послідовності букв (наприклад, spotr.ua, soprt.ua, ulnimit.ua), можливі варіанти: rt, er, nm, as, op;
* невірне написання слова (наприклад, adversiting.ua);
* невірне застосування кількості букв (наприклад, odnoklasniki.ua);
* пропуск точки після "www" (наприклад wwwdomainlist.ua);
* спрямоване написання (наприклад, icquins.ua);
* помилка в послідовності слів (наприклад, whoisdomain.ua);
* заміна букви двома буквами (наприклад, ekspert.ua, exspert.ua, gugle.ua), можливі варіанти: x <-> ks, x <-> xs, j <-> zh, j <-> ya, u <-> oo;
* помилка написання букви (наприклад, qip.ua <-> qiq.ua);
* так звана "олбанська мова" (наприклад, odnoklassneg.ua);
* позбавлення від тире (наприклад, whoissearch.ua);
* написання з множини в однині (наприклад, film.ua);
* неправильна розкладка: meta.ua -> ьуеф (.com) (браузер Opera автоматично додає .com при натисканні кнопки "Enter" і переходить на сайт, теж саме відбудеться і в Mozilla, але натискати треба CTRL + Enter).

Домен з Type-in фактором буде правильним, якщо для створення назви застосовано один з наведених підходів, гірше - два відразу, зовсім погано - три відразу. Якщо домен підходить під чотири і більше умов відразу, то це вже буде не type-домен, а зовсім інший домен.

Практика показує, що до 20% відвідувачів, що вводять назву в адресне поле браузера допускають помилку у написанні назви і попадають на добре підібраний. В теорії до 25% відвідувань вихідного правильного домену йдуть на правильно підібраний домен з Type-in фактором. Відсоток залежить від складності домену, обраного type-фактора і може сильно змінюватися.

## Кіберсквотинг

Кіберсквотінг (Cybersquatting), «захоплення доменів» - це реєстрація доменних імен, що містять торгівельну марку, яка належить іншій особі з метою їх подальшого перепродажу або несумлінного використання. Людей, що практикують такі дії, називають кіберсквотерами.

### Види кіберсквотингу

Кіберсквотинг можна поділити на кілька видів залежно від спрямованості доменів:

* **Галузевий** – реєстрація доменних імен, що позначають чи співзвучні з галуззю, предметами, товарами: mebli.ua, office.com, ipoteka.biz; один з найпопулярніших видів кіберсквотингу, оскільки такі домени впізнавані, легко запам'ятовуються і позитивно впливають на ранжування; при цьому відсутня можливість втратити такий домен через порушення будь-яких прав;
* **Брендовий** – спекуляція на доменних іменах, які містять точні чи схожі назви компаній, торгових марок: mts.ua, panasonic.ua. Багато таких спекуляцій закінчувалися в суді, і часто представникам компаній вдавалося довести, що саме вони володіють зареєстрованою торговою назвою, а отже, мають право і на домен;
* **Географічний** – адреса містить точну чи схожу назву населеного пункту, географічного об'єкта, області: egipet.ua, asia.info. Найчастіше такі домени потрібні працівникам туристичної промисловості;
* **Іменний** – доменне ім'я точно чи частково схоже на ім'я відомої персони: obama.ua, madonna.com. Такий домен складніше відібрати в суді, оскільки, наприклад, одне прізвище можуть мати кілька десятків, або навіть тисяч осіб;
* **Тайпсквотинг** – реєструються доменні імена, схожі на вже популярні ресурси, але з друкарськими помилками, які можуть допустити користувачі: tictok.com замість tiktok.com, ferari.com замість ferrari.com, donwload.com замість download.com. Але найчастіше сквотери не продають такі імена, адже на них можна зробити прибутковий бізнес, якщо використовувати їх для реклами: на день на такий сайт можуть заходити по кілька тисяч людей. Однак спекуляція на відомому імені в наявності;
* **Короткий** – доменні імена завдовжки 2-4 символи: yes.net, ya.com. Це преміум-домени, у популярних зонах вільних доменів такого виду вже не лишилося. А зареєстровані можуть коштувати нечувані гроші, аж до кількох мільйонів доларів;
* **Захисний** – реєстрація доменів для протидії кіберсквотерам. Зазвичай цим займаються великі компанії, які намагаються зареєструвати всі можливі варіанти написання доменів (зокрема з врахуванням помилок чи друкарських помилок). Це допомагає убезпечити своє ім'я. Деякі компанії навіть реєструють антидомени – можливі варіанти написання з негативним забарвленням.

Бувають випадки, коли доменне ім'я захоплюють з метою шантажу або вимагання. Кіберсквотер загрожує розмістити на захопленому домені сайт з негативною інформацією або видавати цей сайт за належний правомірному власнику. Втім, цей вид кіберсквотингу відрізняється підвищеним ризиком кримінального переслідування і застосовується рідко.

### Принципи дії кіберсквотерів

Кіберсквотер не в змозі реєструвати в якості доменного імені всі змістовні поєднання символів, він має вибрати найбільш перспективні. Щоб передбачити, які слова стануть популярними в майбутньому, є кілька методів.

Сквотери намагаються отримати доступ до статистики пошукових запитів популярних пошукових систем. Коли в статистиці з'являються нові слова і поєднання, або відзначається несподіване зростання частоти певних слів ніж зазвичай, це вірна ознака, що дуже скоро слово може з'явитися в популярних доменних зонах, насамперед, com. Практика підказує, що ім'я, яке з'явилося в com, з великою ймовірністю скоро буде затребувано і в інших зонах.

Іноді сквотери намагаються вгадати назви майбутніх компаній, які виникають після корпоративних об’єднань, щоб заздалегідь скупити майбутнє доменне ім'я об'єднаної компанії. Наприклад, якщо існує компанія Exxon і компанія Mobil, а в пресі з'явилися повідомлення про те, що між ними йдуть переговори про можливе об’єднання в одну компанію, то сквотер може припустити, що новою назвою об'єднаній компанії буде Exxon and Mobil, Mobil and Exxon, ExxonMobil, Exxon-Mobil, MobilExxon або Mobil-Exxon. Досвідчений сквотер намагається заздалегідь скупити всі ці доменні поєднання, сподіваючись на те, що новою назвою корпоративного сайту буде одне з цих поєднань в домені com. Контроль над цими доменними іменами дозволяє сквотерам диктувати велику суму для компанії, що потребує таке ім’я. Тому, корпоративні сквотери проводять багато часу, вивчаючи економічні тенденції, можливі стратегії тих чи інших фірм і компаній, поточну кон'юнктуру ринку тощо.

Останнім часом відзначаються випадки, коли кіберсквотери продають домени НЕ кінцевим споживачам, а один одному. Це говорить про розвиненість ринку доменних імен. Домени поступово перетворюються з чисто споживчого товару в засіб інвестування.

### Захоплення доменів і торгових марок

Відповідно до законодавства, товарний знак має пріоритет перед доменним іменем, тобто власник товарного знака може заборонити використання свого знаку в доменному імені. Фактично це означає можливість відібрати домен у кіберсквотера. Звідси виникає можливість «зворотного захоплення» домену, тобто здійснення операції відбору домену через реєстрацію відповідного товарного знака. Проте, знаючи про таку можливість, багато власників дорогих доменних імен реєструють відповідні їм товарні знаки.

## Киберсквотинг в Україні

Явище кіберсквотингу притаманне і для України, правда не в тих обсягах, що й у світі. Наприклад, за адресою <http://kvartiry.com.ua/> виведено повідомлення:

«Free service of placing of the information for your domain. Copyright ® 2003-2011 Parked Service. All rights reserved. Аукцион доменов. Доменный аукцион. Магазин доменов. Купить домен, купить доменное имя, куплю сайт, купить сайт.»

Інформацію про те, скільки в Україні таких «контор» і який обсяг зареєстрованих доменів припадає на них точно не відомо. Теоретично можна робити певний аналіз, вибирати популярні імена і назви суб'єктів, що займають ті чи інші адреси. На практиці це є доволі складно, бо, наприклад, на одну корпорацію типу Suzuki або LLC може припадати сотні зареєстрованих доменів.

Кіберсквотинг в Україні відбувається практично у всіх доменних зонах. Враховуючи, що домени коштують недорого, їх завжди можна продати дорожче, ніж зареєструвати. Так, за звучний домен, зареєстрований на $ 10, можна виручити в середньому близько $ 150-300. У той же час в домені .com.ua зустрічаються імена, вартість яких сягає кількох тисяч доларів.

Тобто, про захмарні суми, які зустрічаються у світі, в Україні поки не йдеться. У той же час західні бренди, навчені гірким досвідом доменних воєн, готові витрачати великі гроші на відстоювання свого домену.

## Найгучніші суперечки за доменні імена в Україні

**У 2005 році компанія Yahoo! Inc.** звернулася з позовом до приватних підприємств NISAN SV і "Інтерком Україна" з вимогою заборонити використання ТМ Yahoo! в доменному імені yahoo.com.ua. Суд встановив, що використане в доменному імені позначення yahoo подібно до торгової марки Yahoo! до ступеня змішування, і повністю задовольнив вимоги позивача.

Ситуація в тому, що у них на той час вже був зареєстрований домен верхнього рівня yahoo.ua. Відповідно, була зареєстрована і торгова марка. Тому, в позові зазначалося, що наявність домену зі схожим ім'ям, але зовсім несхожим вмістом вводить користувачів в оману. У суді було доведено, що Yahoo! є унікальною торговою маркою, відомою у всьому світі, а тому будь-яке несанкціоноване зіставлення з нею здатне призвести до плутанини.

Інтереси корпорації представляла компанія «Магістр і партнери». Послуги її не з дешевих. Всі судові витрати, за законодавством, зобов'язана оплачувати сторона, що програла, в цьому випадку кіберсквотер, який намагався нажитися на красивому імені. Тому, існує і інший бік кіберсквотерскої реальності.

У 2005 році виробник теплового обладнання Merloni Termosanitari (зараз - Ariston Thermo Group) зареєстрував торгову марку MTS і доменне ім'я mts.ua. У 2007 році після ребрендингу компанія "Український мобільний зв'язок" (міняла бренд UMC на МТС) не стала вступати в суперечку за доменне ім'я і довший час використовувала домен mts.com.ua, наразі mts.ua.

В 2011 році Компанія Google відстояла в суді своє право на домен Google.UA. Цікаво, що судові тяжби тривали більше 5 років, за цей час було проведено понад 50 судових засідань, причому в більшості випадків компанія Google не змогла довести своє право володіти доменом Google.UA. Саме тому, до недавнього часу цей домен використовувався українською фірмою «ГОУ ОГЛЕ» і скеровував відвідувачів на сайт знайомств «Кохаймось». Враховуючи загальну світову популярність компанії та ТМ Google, сформовану задовго до 2006 року, суд зрештою вирішив доменний спір на користь пошукової системи. Hostmaster отримав рішення суду, і домен було делеговано всесвітньо відомій компанії.

В Україні поки немає спеціального законодавства щодо цього. Тому, коли доходить до суду, у справу вступають якісь суміжні законодавчі акти. Наприклад, у Законі «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» є один пункт, в якому говориться, що порушенням прав власника також є використання знаків для товарів і послуг в Інтернеті. Це дуже абстрактне формулювання, але, тим не менш, воно дає суду зачіпку.

Між тим, відомо випадки, коли великі компанії вирішують піти на домовленості з кіберсквоттерами, вважаючи, що судитися дорого, а результат в наших умовах може бути непередбачуваний. Так, за деякими даними, поступив відомий автовиробник BMW, за один з українських варіантів домену якого кіберсквотер просив автомобіль. Як в результаті вони домовилися - невідомо, але в суд ніхто подавати не став.

Розвитку повноцінного кіберсквотинга в Україні перешкодили дивні правила домену верхнього рівня .ua. Як відомо, зареєструвати адресу виду імя.ua можна лише володіючи правами на торговельну марку, що відповідає доменному імені. Тому, зараз, за адресою coca-cola.ua є сайт Кока-Коли, toyota.ua - сайт японського виробника і т.д.

Довший час не могли порозумітися з доменними іменами відома компанія Приват. На тепер за доменною адресою privat.ua запит перескеровується на інформаційно-аналітичний портал "Укррудпром", що висвітлює події гірничо-металургійного комплексу і діяльність фінансово-промислових груп, бізнес яких пов'язаний з найбільшою галуззю промисловості.

Трапляються випадки, коли кіберсквотер дізнається, що буде зареєстрована певна торгова марка. Він подає заявку трохи пізніше, а завдяки корупційним лазівкам отримує реєстрацію трохи раніше, втім такі приклади швидше виняток, ніж правило.

## Найдорожчі доменні імена

Домени - це нерухомість 21 століття. Суми угод часто перевищують бюджети деяких держав.

### Business.com (більше $340 млн.)

У 2007 році дане доменне ім'я продано за суму, що перевищує бюджет багатьох країн. Новим власником стала фірма R. H. Donnelley Corp., яка за нього заплатила від 340 до 360 мільйонів доларів, правда, через два роки компанія збанкрутувала.

Варто відзначити, що в 1999 році даний домен був проданий за 7,5 мільйона американських доларів. У 2011 рік - Business.com знов проданий фірмі Resource Nation за допомогою інвестиційної компанії JMI Equity за невідому суму.

### Web.com ($129 млн.)

Дану угоду укладено в 2007 році. Хостер Interland продав ім'я домену web.com фірмі WebSite Pros, яка спеціалізується на онлайн-маркетингу та просуванні бізнес-порталів.

### AllBusiness.com ($55 млн.)

Це доменне ім'я на сьогоднішній день вважається третім за ціною в історії. У 2007 році його купила компанія Dun & Bradstreet Corp., яка надає різну бізнес-інформацію на платній основі.

### PrivateJet.com ($30.18 млн.)

Фірма Nations Luxury Transportation (NLT) придбала домен під назвою PrivateJet.com, що належала фірмі Do not Look Media.com. Договір про продаж було підписано в 2012 році.

Новий ресурс PrivateJet.com пропонує можливість фрахтування, продажу та покупки приватних літаків, супутні товари і послуги розкоші, а також публікує статті та новини, пов'язані з життям в стилі «Люкс».

### Insure.com ($16 млн.)

Домен Insure.com продано компанії QuinStreet за 16 мільйонів доларів, в ціну входили веб-контент та інші медіа активи.

### Sex.com (більше $12 млн.)

Даний домен зареєстровано в 1994 році, продано в січні 2006 року компанії Escom. Дані про точну ціну угоди називають цифри від 12 до 14 млн.. У 2006 році це була найбільша сума за доменне ім'я, з моменту виникнення Інтернету.

### CNN.com ($12 млн.)

Домен CNN.com в 2006 році змінив власника за суму в 12 мільйонів доларів. CNN.com входить в десятку найбільш дорогих доменів в історії Інтернету.

### Fund.com ($10 млн.)

Дана угода відбулася в 2008 році. Фірма Fund.com Inc., яка займається онлайн-постачанням різної фінансової інформації купила домен fund.com.

### Porn.com ($9,5 млн.)

Відомий Porn.com продано в 2007 році. Новим власником стала фірма MXN Ltd., яка займається інвестиціями та інтернет-ЗМІ.

### Diamond.com ($7,5 млн.)

У 2006 році домен під назвою diamond.com змінив власника: фірма Odimo Inc. його продала конкуренту Ice.com.

### Beer.com ($7 млн.)

У 2004 році міжнародна компанія Interbrew, яка є одним з найбільших виробників пива, купила доменне ім'я під назвою beer.com.

### Casino.com ($5,5 млн.)

Продаж домену casino.com відбувся в 2003 році фірмі Boss Media AB, яка виробляє програмне забезпечення для онлайн-казино. Домен під назвою casino.ru продано в 2008 році лише за 250 тисяч доларів.

## Контрольні питання

1. Перелічіть основні чинники для вибору доцільного доменного імені.
2. Яка з порад по вибору доменного імені є актуальною і влучною?
3. Від яких факторів залежить ціна домену?
4. Що потрібно з’ясувати перед купівлею домена у власника?
5. Що таке омонімічні домени? Навести приклад.
6. Що таке домен хак? Навести приклад.
7. Що таке кіберсквотинг? Які маніпуляції здійснюють кібесквотери?
8. Перелічіть види кіберсквотингу.
9. Наведіть відомі приклади про судові позови до кіберсквотерів.
10. Наведіть відомі приклади найдорожчих доменних імен.

## Використані джерела

1. Як вибрати доменне ім’я для сайту <https://timeweb.com/ru/community/articles/kak-vybrat-domennoe-imya-dlya-sajta>
2. Від чого залежить ціна доменного імені <https://pavelgross.ru/articles/ot-chego-zavisit-tsena-domena/>
3. Омонімічні домени <https://ru.wikipedia.org/wiki/Омонимичные_домены>
4. Як заробити на домен-хаках <https://vpechatal.livejournal.com/17040.html>
5. Поради як придумати красивий домен <https://ipipe.ru/info/kak-pridumat-domen>
6. Кіберсквотинг: види та перспектива <https://timeweb.com/ru/community/articles/chto-takoe-kiberskvotting-vidy-gromkie-dela-perspektiva-1>
7. Доменні спори в українських реаліях https://legalitgroup.com/domenni-spory-ukraine/
8. Найбільші угоди у сфері доменних імен https://www.tadviser.ru/index.php /Статья:Домены