

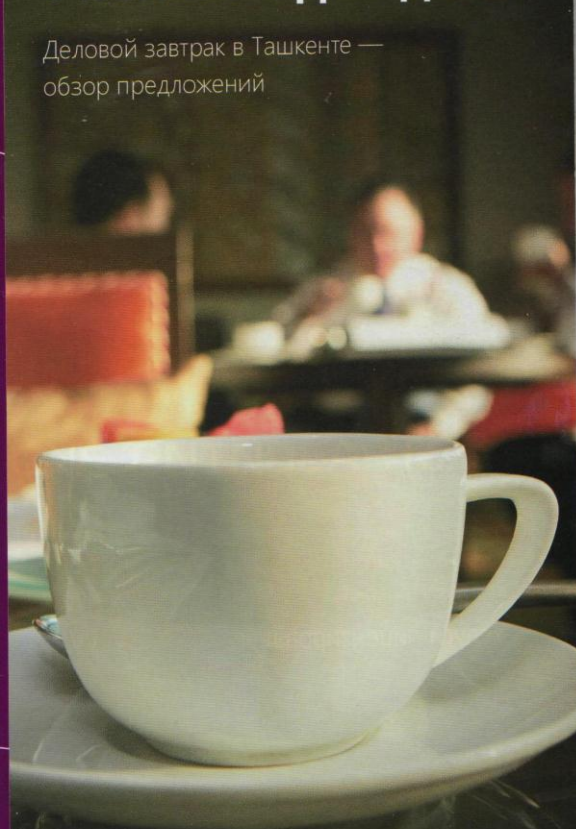
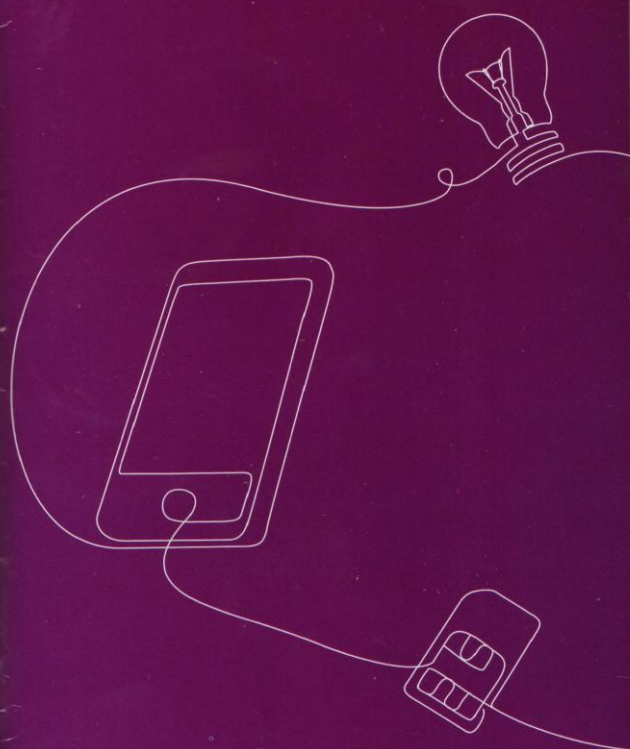
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОЗРЕНИЕ

www.review.uz

Стратегии в бизнесе и экономике | № 7 (175) 2014

Вкусный завтрак с пользой для дела

Деловой завтрак в Ташкенте —
обзор предложений



Центральная Азия
и мировые санкции

Войны интеграций

Битва за таланты

БИЗНЕС

78 Борьба за таланты



Конкуренция за талантливых сотрудников стала не просто трендом, а рутинной. Новое «неуловимое» поколение выпускников, приходящих на рынок труда, вызывает серьезное беспокойство у рекрутеров и специалистов по человеческим ресурсам.

84 Киберсквоттинг: бизнес или мошенничество?



Риск стать жертвой киберсквоттеров не имеет границ. Мировой опыт знает примеры многомиллионных перепродаж доменных имен брендов. Но стоит ли бояться опасности доменной зоне uz и пора ли «стелить соломинку»?

ДОСУГ

102 В отпуске за кладом



В этом году власти Египта объявили о создании на территории древних Фив крупнейшего в мире археологического музея под открытым небом. Археологи древнего города Помпеи сделали свободный для туристов вход на действующие раскопки археологического объекта. Польша объявляет рекордные цифры посетителей археологических фестивалей. Археологический туризм, очевидно, развивается и имеет успех во всем мире. А что думают узбекские археологи относительно развития археологического туризма в нашей стране?



ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Редакционный совет: В.А. Голышев — председатель редакционного совета, Р.С. Азимов, А.А. Ахадов, Ш.Р. Гафуров, Р.А. Гүлматов, Т.Н. Гуськова, Э.А. Закиров, С. Приксер, М.Х. Рахмонов, Г.К. Саидова, Б.А. Ходжаев, А.Э. Шайхон

Главный редактор: Баходур Эшон

Исполнительный директор: Азат Ирманов

Коммерческий директор: Малик Рузбатов

Выпускающий редактор: Елена Икеева

Руководитель блогов «Тренды» и «События»: Валентина Прокофьева

Руководитель блога «Информационная аналитика»: Виктор Абатуров

Руководитель блога «Бизнес»: Диана Дултаева

Руководитель блога «Досуг»: Татьяна Петренко

Редакционная служба: Хаётхон Мирзахмедова, Зибда Ризаева,

Наталья Первозвонина

Дизайн и верстка: Ильяс Айсеренов

Корректор: Виктория Оганьян

Фото: Татьяна Бедо

Научный совет: Виктор Абатуров, Озирмурод Гайбуллаев, Азат Ирманов, Умида Исламова, Ильдус Камбаров, Хаётхон Мирзахмедова, Хусни Мурадлова, Камила Мухамеджанова, Римма Мухтарова, Алишер Азаматов, Нишонбай Сираиддинов, Татьяна Шадьбаева, Жанна Фаттахова, Азизхан Ханходжаев, Баходур Эшон, Бахтиёр Эргашев

Коммерческая служба: Юнус Юлдашев

Финансовая служба: Елена Голинова, Мария Доенно

Служба по связям с общественностью: Наргиза Аликулова

Административная поддержка: Бекход Динамалов, Бердах Разиев, Римма Мухтарова,

Алена Гришина, Вартан Олешкевич, Аснар Ибрагимов, Захид Сабириев

ИТ-служба: Тимур Абдураимов

По вопросам размещения рекламы обращаться по тел.:

по тел.: +(998-90) 911-33-22, +(998-93) 390-05-90

e-mail: reklama@cer.uz

Журнал зарегистрирован в Агентстве по печати и информации

Республики Узбекистан 18 мая 2007 года

Регистрационное свидетельство № 0263

Учредитель — Центр экономических исследований

Журнал выходит один раз в месяц.

Тираж: 2 000 экз. Объем: 5,0 усл. п. л.

Ответственность за достоверность фактов, изложенных

в материалах журнала, несут авторы. Мнение редакции

не всегда совпадает с мнением авторов.

Присланные рукописи не рецензируются и не возвращаются.

Передача материалов журнала допускается только

с письменного разрешения редакции.

Редакция не несет ответственности за содержание

рекламных материалов.

Подписные индексы журнала в каталоге:

для индивидуальных подписчиков — 957;

для предприятий и организаций — 958;

«Матбугот таргатуви» — 233-67-71;

«Тошкент почтати» — 233-73-56

Альтернативные подписные агентства в Узбекистане

«Inter Press» (тел.: 252-42-80; e-mail: book@interuz, www.interuz)

«Kaleon» (тел.: 267-18-94; 267-33-01; e-mail: kaleon@infonet.uz)

«BTL-Arzi Media» (тел.: 233-16-16; 239-47-37; e-mail: btltezhkor@mail.ru)

«Inform Pochta» (тел./факс: 237-08-70; e-mail: info@infopochta.uz)

Журнал печатается

при поддержке

проекта ПРООН

«Содействие модернизации, ускорению реформ

и трансформации (SMART)»

Наш адрес:

100070, г. Ташкент, ул. Ш. Руставели, туп. 1, д. 5;

тел.: +(998 71) 150-02-02;

факс: +(998 71) 281-45-48;

e-mail: review@cer.uz

Онлайн-версия «30» — www.review.uz

Отпечатано в ООО «Print Media», Ташкент

© Центр экономических исследований, 2014

http://www.facebook.com/ecoboz

Подписано в печать: 22.08.2014 г.

Номер заказа: 278/4/6

Рекомендованная цена: 13 000 сумов

Отабек Арзикулов

Киберсквоттинг:

бизнес или мошенничество?

Виртуальные войны становятся не виртуальной проблемой, открывая новые возможности как для бизнеса, так и для мошенничества. Риск стать жертвой киберсквоттеров не имеет границ. В то же время практика Узбекистана позволяет защищать права владельцев торговых марок на самом начальном этапе.

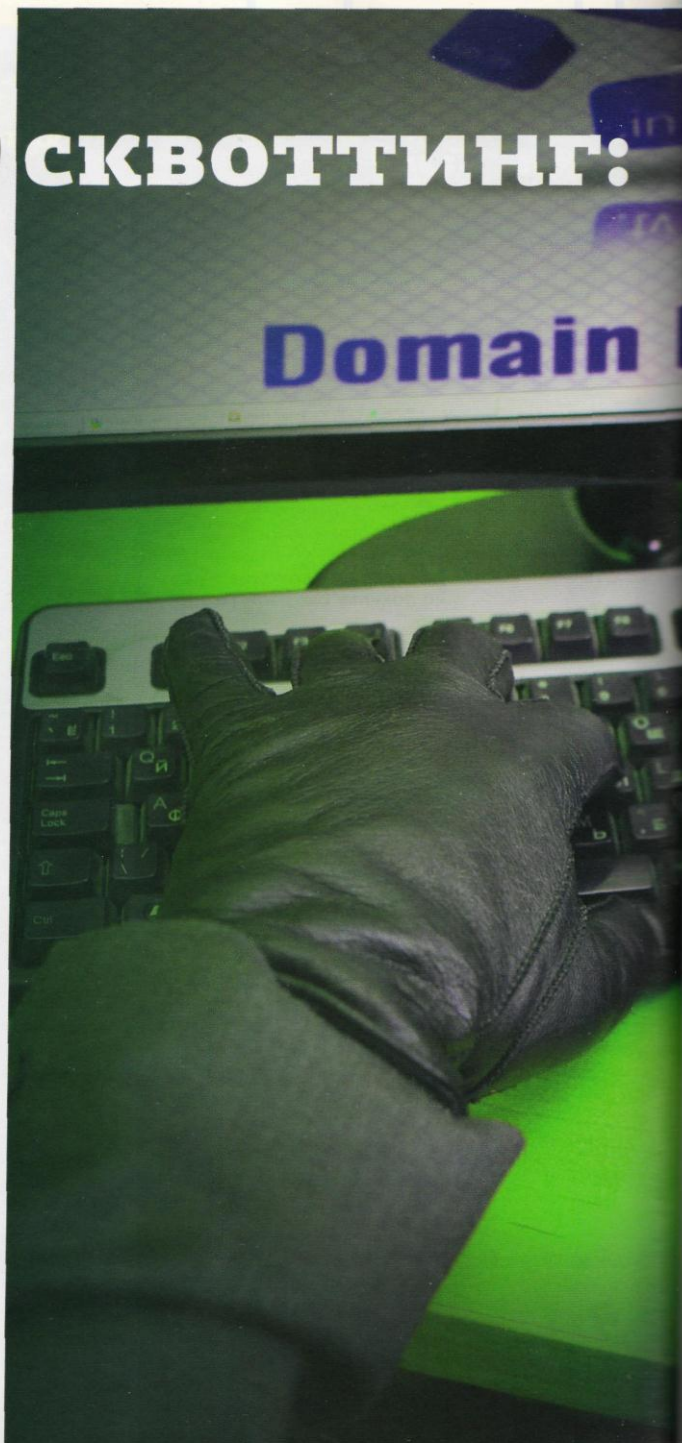
Доменное имя дается владельцу сайта на период от 1 года до 10 лет. После истечения этого срока владелец должен продлить регистрацию. Но случается так, что веб-мастер забыл или «прозевал» срок, и тогда домен может достаться в руки киберсквоттера.

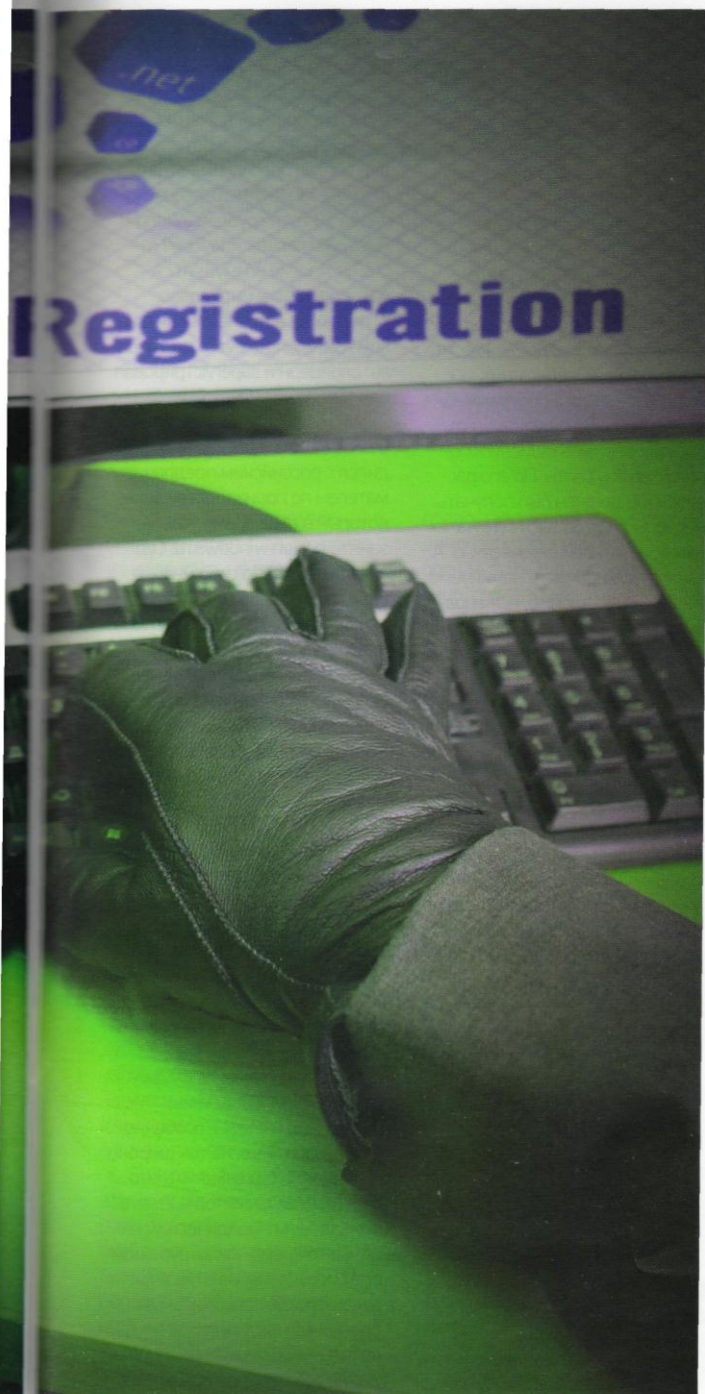
Перехватчики «подлавливают» только самых нерадивых владельцев доменов, потому что после истечения срока домен еще некоторое время (у зарубежных регистраторов обычно месяц, в Узбекистане — 7 рабочих дней) числится у старого владельца, после чего окончательно удаляется, и его снова можно зарегистрировать. Крупные компании тоже не исключение, иногда теряют популярные домены. Это может случиться из-за того, что один отдел перекладывает обязанности на другой или нужно пройти бюрократические процедуры на продление, и в компаниях просто не замечают такую мелочь, как домен. А зря!

Редкий пример этому — корпорация Microsoft, в которой забыли продлить регистрацию домена Passport.com, и этим успешно воспользовались киберсквоттеры.

Домен на миллионы

В большинстве стран, киберсквоттинг считается мошенничеством. Но на заре развития Интернета перехваты доменного имени приносили хорошую прибыль.





Киберсквоттинг — практика регистрации доменного имени, которое является торговой маркой известной организации (бренда), с целью последующей перепродажи этого имени за большую сумму. Словосочетание «киберсквоттинг» возникло на основе английского юридического термина *squatting*, обозначающего незаконное вселение в дом. Отсюда и все отрицательные признаки понятия «киберсквоттинг». Киберсквоттеры скупают незанятые доменные имена, ассоциирующиеся с известным брендом, в той или иной доменной зоне, не без основания полагая, что в дальнейшем смогут продать их тому самому бренду за большую сумму. Необходимо различать киберсквоттинг и продажу раскрученного домена, что совсем не одно и то же. Если вы купили просто интересное доменное имя, скажем, *film.uz* или *music.com*, то это может представлять в будущем коммерческую выгоду при перепродаже. Но собственно киберсквоттингом это не является. Для такого бизнеса существует определение «**домейнинг**», то есть приобретение незанятых, перспективных с точки зрения дальнейшей раскрутки и перепродажи доменных имен. А вот если вы зарегистрировали на себя домен *microsoft.uz* или *bmw.uz*, то налицо все признаки киберсквоттинга.

Американец Стив очень любил фильмы, и когда только появилась возможность регистрировать домены, он создал сайт по адресу *hollywood.com*. Не получая доходы, он поддерживал сайт на протяжении нескольких лет. Все изменилось, когда с ним связался представитель одной из киностудий и предложил ему за домен 5 млн. долларов! К тому же ему предложили возглавить компанию с соответствующей заработной платой.

Другой пример произошел в январе 2014-го. Новоиспеченный миллионер Майкл Костелло продал домен *whisky.com* за 3,1 млн. долларов! Еще 20 лет назад Майкл увидел перспективу в интернет-бизнесе и решил зарегистрировать домен в зоне *.com*, когда это можно было сделать бесплатно.

«Я получил письмо в 1996 году из Германии. Человек хотел приобрести домен *whisky.com*. Я предложил ему домен за \$1 000. Он сказал, что может зарегистрировать любое доменное имя за \$100 и отклонил мое предложение. Следующее письмо я получил в 1997 году, и он был согласен на сумму в \$1 000. Я сказал ему, что теперь домен стоит \$10 000. Он рассмеялся и сказал, что это абсурд. И вот, год спустя, когда он снова вернул-

Виды киберсквоттинга

Отраслевой киберсквоттинг	Регистрация доменов по видам коммерческой деятельности, по названиям товаров, услуг, отраслей экономики
Брендовый киберсквоттинг	Регистрация доменов по названию фирм или торговых марок
Защитный киберсквоттинг	Регистрация самим владельцем известного сайта всех доменов, близких по звучанию и смыслу с его личным доменом с целью обороны против киберсквоттеров.
Географический киберсквоттинг	Регистрация доменов по названиям географических объектов, населенных пунктов, областей и т.п.
Именной киберсквоттинг	Регистрация доменов, созвучных по написанию с именами знаменитых людей
Тайпсквоттинг	Использование опечаток пользователя при наборе раскрученного доменного имени, в т.ч. нарушение правил написания слов или транскрипции

ся с предложением \$10 000, я сказал ему, что теперь цена — \$100 000. Больше он никогда не писал мне», — делится своей историей перехватчик доменов.

Чтобы перекупить hollywood.com, торговой марке пришлось заплатить 5 млн. долл., а whisky.com приобрести за 3,1 млн. долларов

И так с каждым годом Майкл набивал цену. И в конце 2013 года через посредника Toronto Domainer реализовал домен за крупную сумму. Терпение дало свои результаты.

Опечатка — тоже деньги

Киберсквоттеры не всегда «вылавливают» готовые домены с красивым именем, иногда они специально регистрируют домены с опечатками, это называется в интернет-бизнесе тайпсквоттингом.

Южноамериканец Крис Чен, вложив 80 тысяч долларов, выкупил три доменных имени, написанных с ошибкой: downlaod.com, donwload.com и dawnload.com, предположив, что люди, набирая адрес крупного интернет-ресурса программного обеспечения download.com, будут совершать ошибки и попадут на его сайты. По его расчетам, он должен был получать несколько сотен тысяч уникальных посетителей ежемесячно. А такая посещаемость неминуемо ведет к обогащению, если правильно монетизировать сайт (то есть заработать на рекламе). Но это уже другая тема.

Второй пример снова связан с фильмами. На этот раз, киберсквоттер Рунета Павел Гросс передал безвозмездно домен kinopoisk.ru известному развлекательному portalу «Кино-Поиск». Ежемесячно на этой ошибке Павел получал тысячи уникальных посетителей, которые хотели попасть на Kinopoisk.ru, но сделали небольшую ошибку в адресной строке. Такой подарок portalу киберсквоттер сделал в связи с тем, что решил «завязать» с бизнесом по купле-продаже доменов.

Дорогой риск

В погоне за хитрым заработком в киберсквоттинге тоже имеются риски, которые могут дорого обойтись. Есть примеры, когда крупные компании отсуживали домены у киберсквоттеров.

Один из таких произошел с немецким автомобильным концерном Volkswagen AG. В мае

этого года автопроизводитель судился с владельцем домена tiguap.ru, простым жителем Питера, который вовремя успел зарегистрировать домен. Суд оказался на стороне автогиганта и обязал россиянина отдать домен и заплатить штраф в размере 250 тысяч рублей (около 7 тыс. долларов). «Почему?» — станут многие возмущаться. А все дело в том, что слово «Тигуан» не встречается ни в каком языке мира — его выдумал автоконцерн и зарегистрировал как товарный знак.

Microsoft тоже не обошелся без скандала и долгое время судился с российским предпринимателем по производству окон, который в свое время успел занять домен windows.ru. Суд постоянно менял свое мнение и в итоге отдал предпочтение крупнейшему производителю программного обеспечения.

Это единичные случаи, чаще всего корпорации связываются с владельцем домена и предлагают договориться самим, чем ввязываться в пучину судебных разбирательств.

Местный рынок доменов

Киберсквоттинг в зоне uz не широко распространен в отличие от популярных национальных доменных зон, таких как ru или de. Этому есть ряд причин.

В зоне uz сравнительно меньше контента, интернет-проникновение и рынок интернет-рекламы на стадии развития. Как следствие, платежные системы, особенно международные, не так широко.

Также стоит отметить, что большая часть сайтов в Узнете принадлежит юридическим лицам, в то время как за рубежом она сосредоточена в частных руках (в виде персональных блогов, сайтов, порталов и т.д.), которые заинтересованы в создании собственных проектов в

Вопрос «Нужен ли контроль сквоттинга доменов в Узбекистане?» вызывает неоднозначные ответы:



Интернете. Аудитория узбекских блоггеров небольшая, а о рекламе и говорить не приходится.

Вследствие этого, местная доменная зона не привлекает достаточную аудиторию, чтобы вызвать масштабный киберсквоттинг. Но все же риск киберсквоттинга существует. Многие домены зарегистриро-

предоставляет право выкупа домена с названием известного бренда лишь в том случае, если лицо, собирающееся его на себя зарегистрировать, может документально подтвердить права на это. Более того, администратор по письменному обращению владельца торговой марки может просто забрать домен у

частного лица и передать его компании. Регистрация доменов для перепродажи, регистрация под географическими названиями,

семьями глав государств и вариации с окончанием «uz» пресекаются.

Мнение же интернет-аудитории Узбекистана относительно киберсквоттинга разнится. Согласно опросу UFORUM.uz, 42% респондентов считают, что контроль киберсквоттинга не нужен. 35% считают, что за этим должен следить администратор зоны uz (см. рисунок). Вопрос, каким должен быть механизм контроля сквоттинга в стране, остается открытым.

Честный бизнес?

Отношение к киберсквоттингу в мире неоднозначно. Некоторые принимают его как вполне допустимый вид бизнеса по купле и продаже доменных имен. Наиболее спорные вопросы между покупателем и продавцом регулируются через суд.

В некоторых же странах, например в США, для борьбы с киберсквоттингом созданы специальные организации. Это организации, отслеживающие всемирную систему интернет-адресации — ICANN и ВОИС. США создали Унифицированную политику разрешения споров о доменных именах UDRP. Конгресс в свою очередь принял Закон о защите прав потребителей от киберсквоттинга (The Anti-Cybersquatting Consumer Protection Act (ACPA)). Таким образом, в зависимости от наличия недобросовестности в действиях, владельцы доменных имен могут быть признаны правонарушителями.

В Узбекистане еще в 2005 году принято Положение «О порядке пользования доменными именами национального сегмента сети Интернет». В документе дается определение понятию «киберсквоттинг»: «Специфический вид бизнеса, заключающийся в регистрации доменных имен с целью их дальнейшей продажи».

В Положении указана «политика предупреждения киберсквоттинга», которая включает следующие пункты:

- запрещается регистрация доменов для перепродажи,
- не допускается регистрация доменных имен, заканчивающихся на «uz», если существует доменное имя, полностью совпадающее с ранее зарегистрированным доменным именем без окончания «uz». Пример: petrov.uz — petrovuz.uz,
- не допускается регистрация в качестве доменных имен фамилий глав государства Республики Узбекистан,
- к специальным доменным именам и резервируемым доменным именам относятся домены открытого пользования и географические домены.

Доменная зона uz еще на стадии развития, но риск киберсквоттинга вполне реален

ваны удаленно, в том числе и зарубежными лицами. Например, yahoo.uz, france.uz, all.uz, gift.uz, flower.uz, admin.uz и другие. По этим адресам домены заняты — а контента нет.

Еще один фактор, защищающий доменную зону uz от развития киберсквоттинга, — особенности в нормативной базе. Согласно Положению «О порядке пользования доменными именами национального сегмента сети Интернет», администратор доменной зоны

Полезные вредители



Почему не стоит истреблять киберсквоттинг и как защитить свои сайты от недобросовестных «предпринимателей», рассказал **Павел Швабаев**, эксперт компании Arsenal D, специализирующейся на регистрации доменов в зоне uz и создании веб-сайтов.

— Нужно ли бороться и пресекать киберсквоттинг в Узбекистане?

— Думаю, киберсквоттинг будет развиваться, несмотря на попытки его запретить или ограничить. Более того, полагаю, что различные запреты и препоны только тормозят развитие самой доменной зоны в целом. Главная рекомендация — защищать свой бизнес от внешних угроз. Для этого необходимо как минимум регистрировать и поддерживать соответствующие товарные знаки и доменные имена.

— Насколько, на Ваш взгляд, привлекательны домены зоны uz для сквоттеров?

— О доменной зоне uz знают слишком мало за рубежом. Ее интеграция с международными системами не высока. Это в свою очередь резко снижает популярность нашего домена для иностранных компаний.

Иностранцы не осведомлены о наличии свободного домена их торговой марки или продукта, они его и не регистрируют. Вследствие чего нередко раскрученные домены регистрируются сквоттерами.

Ввиду множества интересных свободных доменов и малого объема, зона uz представляет интерес как для киберсквоттеров, домейнеров, так и для простых пользователей. Есть, конечно, компании и физические лица, которые регистрируют домены десятками. Однако их число невелико. Простой пример. Если вы зайдете на сайт администрации зоны uz — cctld.uz — и попытаетесь проверить на доступность такие домены, как facebook.uz, rambler.uz, чаще всего эти доменные имена будут заняты, и отнюдь не представителем данной торговой марки или сервиса.

— А как насчет местных компаний и торговых марок?

— Иногда бывает так, что местные компании, то есть владельцы сайта, по разным причинам забывают продлевать срок регистрации домена. Это означает потерю собственной представительности в среде Интернет. Есть много охотников за такими доменами, которые тотчас регистрируют домен под собой. Получить обратно потерянный домен компания может по решению суда. Но, конечно, бывают случаи, когда стороны решают вопросы в досудебном порядке, договорившись между собой. Как показывает практика, вернуть домен гораздо сложнее, чем продлить его.

— Обращаются ли клиенты с жалобами о сквоттинге?

— Обращаются, конечно. Причем все начинают обвинять неизвестного киберсквоттера. Почти 100% обращений поступают от компаний, которые потеряли домен по собственной неосторожности. Приходится

регулярно проводить небольшие расследования, чтобы показать факты, доказывающие, что клиент сам потерял домен и никто в этом не виноват. По текущим правилам, новый владелец прав не нарушал нормы регистрации. Мы, как регистратор Arsenal D, расценивать это как киберсквоттинг не можем до тех пор, пока новый владелец не предложит возврат домена за значную сумму. Как регистратор мы не имеем прав принимать какие-либо меры по отбору или возврату домена. Мы можем лишь рекомендовать обеим сторонам решить вопрос между собой или обратиться в суд.

— В одних странах к киберсквоттингу относятся толерантно, а в других — как к мошенничеству? Каково Ваше мнение на этот счет?

— Я бы не стал рассматривать киберсквоттинг как сугубо отрицательное явление. Если в лесу не будет волков, то лес начнет «болеть». Сквоттеры и риск потери домена заставляют владельца более внимательно относиться к своей представленности в Интернете и к своей интеллектуальной собственности. Мало того, один раз потеряв домен, владелец регистрирует уже не одно имя, а несколько, включая созвучные имена. Это привлекает на рынок дополнительные средства, которые, в свою очередь, капитализируют и развивают все связанные с Интернетом отрасли. На мой взгляд, киберсквоттинг не является мошенничеством, также как и домейнинг. Конечно, поощрять не стоит, но и в агрессивной борьбе нет никакой необходимости. Рынок и сама интернет-среда — это уже достаточно полноценная система сдержек и противовесов.

Не так страшен киберсквоттинг...

За сумму от 14 долларов можно зарегистрировать домен в любой из 40 доменных зон, включая uz, kz, tj, com, org, net, не выходя из дома в любое время дня и ночи. Но это только начало. О неожиданностях в сфере домейнинга рассказывает **Антон Кудрявцев**, руководитель отдела продаж ActiveCloud. uz, одного из крупных регистраторов Bellur.com.

— Каков риск киберсквоттинга в Узбекистане?

— Риск киберсквоттинга существует в любой доменной зоне, в том числе и uz. Другой вопрос, насколько это актуально в нашей стране, учитывая пока невысокую популярность самого домена uz. Насколько я знаю, до сих пор еще не зарегистрированы все двухбуквенные варианты доменов uz. Тем не менее, собственникам бизнеса необходимо всегда помнить об опасности стать мишенью для киберсквоттеров.

В зоне uz, скорее, применяются «точечные удары». Нам известно о нескольких иностранцах, проявлявших активность, но в скором времени они потеряли интерес в зоне uz и не стали продлевать приобретенные домены. Приведу несколько примеров свободных доменных имен, идентичных или схожих по написанию с названиями крупных местных компаний и организаций: havoyollari.uz (название национальной авиакомпании), limporo.uz (название аквапарка), barlos.uz (пивной бренд), fensi.uz (бренд прохладительных напитков). И контрпример, когда компания-владелец товарных знаков или прав на них защищает свое присутствие в доменной зоне: The Coca-Cola Company владеет доменами coca-cola.uz, fanta.uz, sprite.uz. СП ООО International Beverages Tashkent, выпускающая продукцию по ли-

цензии PepsiCo Inc, зарегистрировало доменные имена pepsi.uz, mirinda.uz, 7up.uz.

Совпадение, схожесть товарных знаков и/или аббревиатур — предмет отдельного разговора.

Киберсквоттинг будет развиваться, несмотря на попытки его запретить

Новообразованный сотовый оператор UniversalMobileSystems имеет аббревиатуру ums, но домен ums.uz уже давно зарегистрирован компанией ООО UyutMebelServis. И тут «Положение о порядке регистрации доменных имен в зоне uz», а возможно, и патент на товарный знак защищают права текущего владельца домена по принципу приоритета.

— Каковы примеры киберсквоттинга за последние годы?

— В Узбекистане около года назад локальный производитель выиграл суд у киберсквоттера и получил право зарегистрировать отозванное администрацией зоны доменное имя. Владелец бизнеса обладал патентом на товарный знак, полученным гораздо раньше, чем идентичный по написанию перехваченный домен, что и стало основным доводом в его пользу во время судебного разбирательства.