



SUNIC

УКРАЇНСЬКИЙ ПІВДЕННИЙ МЕРЕЖЕВИЙ
ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР

SUNIC ТА УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК ДОМЕНІВ: АНАЛІЗ І ПЕРСПЕКТИВИ

Тетяна Долінська

Master of Business Administration | Master of Psychology

Місія компанії:

Ми надаємо можливість людям реалізувати себе у віртуальному світі.

Функція компанії:

Компанія виконує функції з адміністрування та технічного супроводу географічних публічних доменів другого рівня odessa.ua, odesa.ua, od.ua, mykolaev.ua, mk.ua, та публічного домену загального призначення in.ua.



SUNIC

УКРАЇНСЬКИЙ ПІВДЕННИЙ МЕРЕЖЕВИЙ
ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР

Реєстр обслуговує:

***Співпрацюють з Реєстром > 50
Реєстраторів**

**ODESA.UA,
odessa.ua, od.ua**

**MYKOLAEV.UA,
mk.ua**

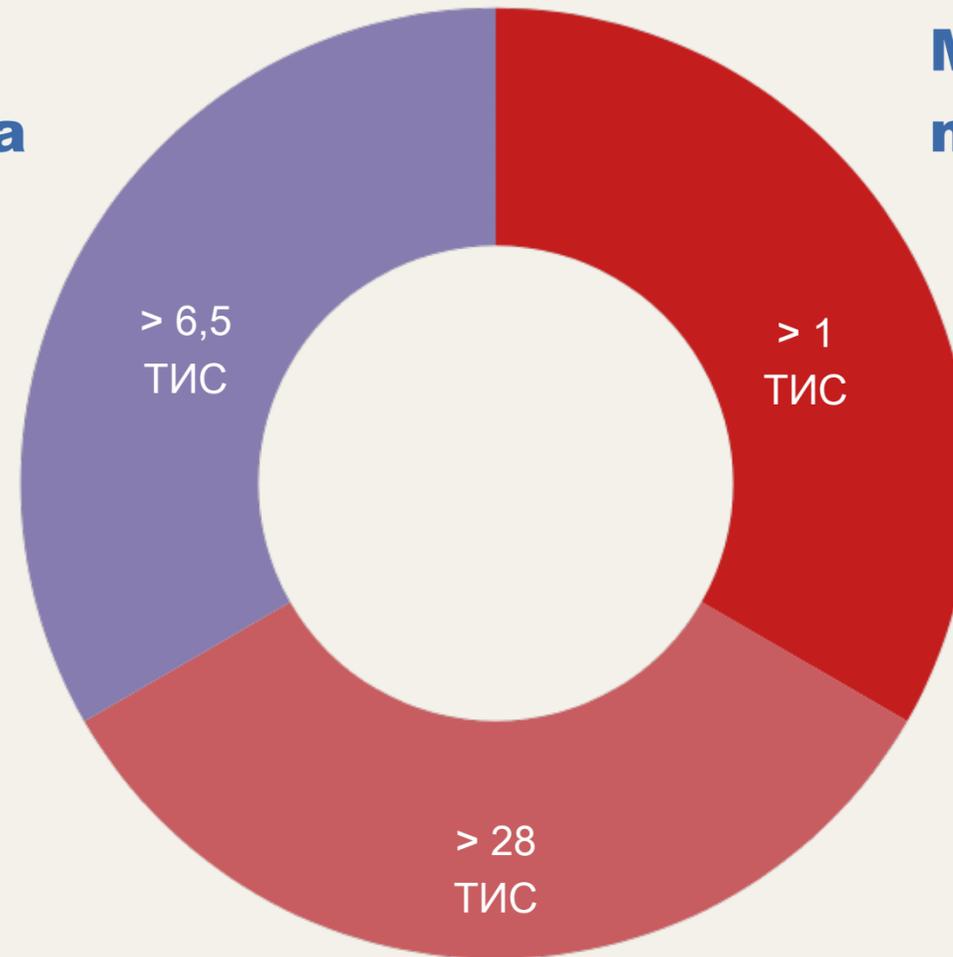
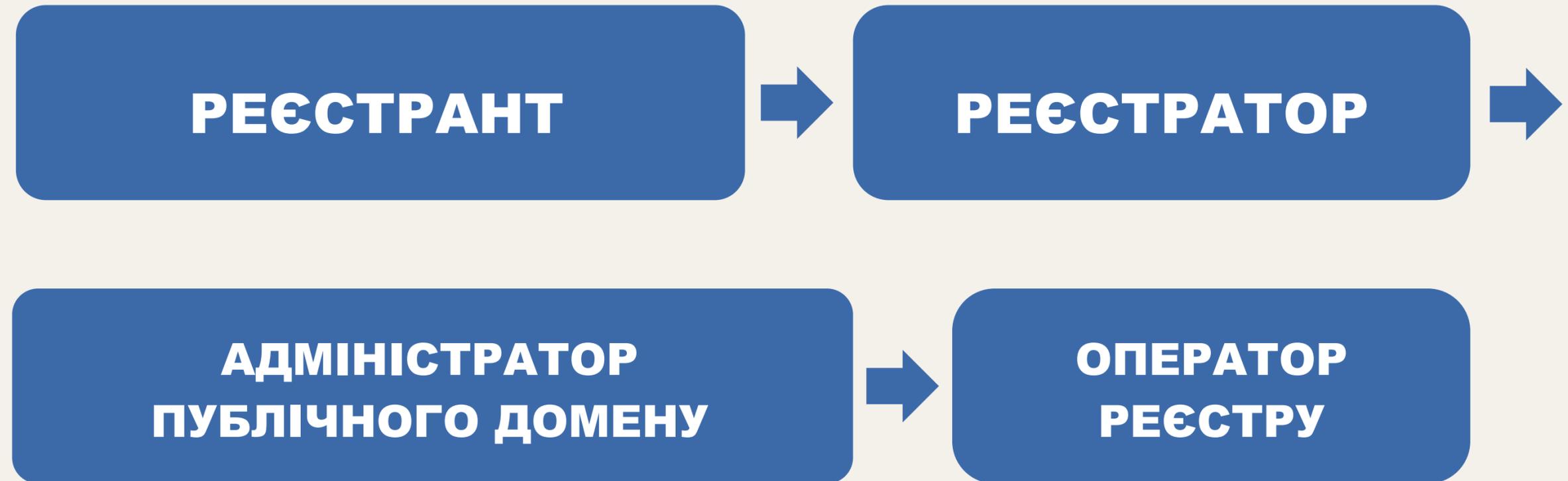


СХЕМА ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ДОМЕННОГО РИНКУ



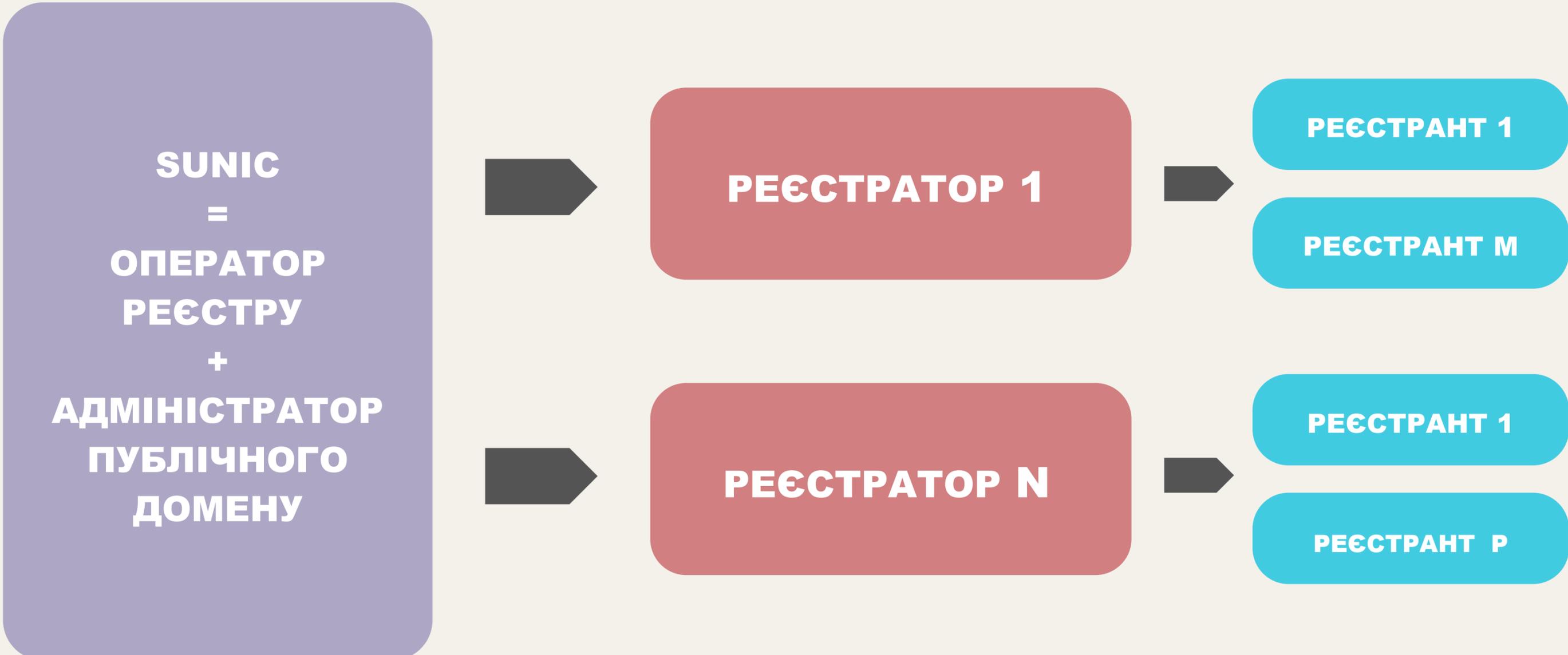
Реєстрант – особа, для якої реєструють доменне ім'я. Реєстрант платить за послугу.

Реєстратор – особа, що надає платні послуги Реєстранту з реєстрації доменних імен.

Адміністратор публічного домену – особа, що надає платні послуги Реєстратору з реєстрації доменних імен.

Оператор Реєстру – особа, що надає платні технічні послуги з реєстрації доменних імен Адміністратору публічного домену

СХЕМА ВЗАЄМОДІЇ МІЖ КОМПАНІЄЮ, РЕЄСТРАТОРАМИ ТА РЕЄСТРАНТАМИ



Приклади використання доменного імені



**Відображення
компанії в Інтернеті**



**Для реалізації
яскравих проектів**



**Засіб
індивідуалізації
людини**



**Ідентифікація
компанії серед
інших**



**Пошукова
оптимізація**



**Функція товарного
знаку**

Потенціал об'єму ринку доменів в Україні

~1,95 млн (5 доменів на 100 людей)

у **Нідерландах** зареєстровано близько 6,2 млн .nl-доменів при населенні ~18 млн.

≈34 домени на 100 людей

у **Польщі** зареєстровано ~2,59 млн .pl при ~36,5 млн населення

≈7 доменів на 100 людей

- В **Україні** зареєстровано близько 472 тис. .ua-доменів при ~39 млн населення

≈1,2 на 100 людей

Теорія поколінь

(1991 рік, американські вчені Нейл Хоув і Вільям Штраус)

«Бєбі-бумєри» (1943 -1963, від 82 до 62 років)

При покупці продукту для них важливо: купити в спеціалізованому магазині статусний продукт високої якості. Ціль – сам продукт.

Покоління X (1964 -1983, від 61 до 42 років)

При покупці продукту для них важливо: купити в супер- і гіпермаркеті унікальний продукт, який його здивує. Ціль – товари першої необхідності.

Покоління Y (1984—1996, від 41 до 29 років, міленіали)

При покупці продукту для них важливо: купити в торговому центрі прикольний продукт, який він може попробувати до покупки. Ціль – відпочити та що-небудь купити.

Покоління Z (1997—2012, від 28 до 13 років, зумєри)

При покупці продукту для них важливо: усвідомлення потреби, пошук інформації про товар, купівля товару.

Покоління Альфа (2013-х і до сьогодні)

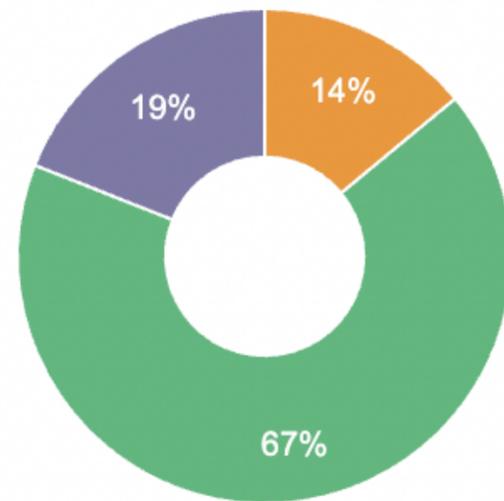
Покоління «альфа» вже виростає у світі, повністю інтегрованому з цифровими технологіями. Вони не просто користуються гаджетами, а вони мислять і взаємодіють із цифровою реальністю.

Населення України 2025

United Nations Population Fund

Population

Population, by age group, per cent



- Population aged 0-14
- Population aged 15-64
- Population aged 65+

Загальна чисельність населення в мільйонах:
39

Населення віком **0-14 років**, в мільйонах:
5,46

Населення віком **15-64 років**, в мільйонах:
26,13

Населення віком **65+ років**, в мільйонах:
7,41

Теорія поколінь + Населення України

«Бєбі-бумєри» (1943 -1963, від 82 до 62 років)

7,41 млн.

Покоління X (1964 -1983, від 61 до 42 років)

+ Покоління Y (1984—1996, від 41 до 29 років, міленіали)

+ Покоління Z (1997—2012, від 28 до 13 років, зумєри)

26,13 млн

Покоління Альфа (2013-х і до сьогодні)

5,46 млн.



SUNIC

УКРАЇНСЬКИЙ ПІВДЕННИЙ МЕРЕЖЕВИЙ
ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР

ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!