

## **«Просто работать и не останавливаться»: интервью с руководителем отдела по работе с регистраторами и пользователями Координационного центра доменов .RU/.РФ Георгием Георгиевским**

**— Георгий, расскажите, пожалуйста, как вам удается совмещать работу и с регистраторами доменов, и с пользователями?**

— Вся квинтэссенция КЦ – выдерживать баланс между разными направлениями. Это забота об интересах пользователей и администраторов доменов, забота об интересах регистраторов, поддержка их деятельности, помощь в их начинаниях. Далее: нельзя забывать об интересах общественности в целом, а также нужно представлять КЦ как администратора домена верхнего уровня на международном рынке. Поэтому у КЦ такая жизнь: балансировать между несколькими направляющими. Его внутреннюю структуру можно сравнить с матрешкой, устройство такое же. Главное – помнить, что простым людям должно быть весело и приятно пользоваться услугой, а регистраторы должны получать удовлетворение от своей работы: им должно быть удобно и логично.

**— Вы компромиссный человек?**

— Нет, я не компромиссный человек. Я нередко и во многом мечусь из одной стороны в другую, я подвержен эмоциям. Важны драйв и умение держать ниточку, за которую потянешь: тогда все сложится само.

**— Какие тенденции, на ваш взгляд, характеризовали развитие российского телекоммуникационного рынка в 2001 году, и какие характеризуют сегодня? А что с доменной отраслью? Могли ли вы в 2001 году предположить, что .RU станет одним из ведущих национальных доменов?**

— Представить себе такое я мог, потому что в принципе уже тогда было понятно, что потенциал у национального российского домена максимально высокий, хотя бы в силу численности населения страны. Бурный рост начался 20 лет назад, а перед тем были 90-е годы, когда все только узнавалось. Люди, которые занимались интернетом, выглядели немножко странно, но ближе к нулевым все изменилось, и начался старт взрывного роста. Если мир переживал этот «бум» раньше, то до нас большая волна дошла как раз к 2001 году, а дальше – как снежный ком. Тогда казалось, что необходимы изменения для того, чтобы эту волну принять. Нужно было много регистраторов, много клиентов, много людей. Примерно к 2006 году у нас был первый миллион доменов. Дальше этот всплеск не остановился, а только пошел вверх – до пяти миллионов. И лишь потом наступило насыщение количеством доменов, количеством регистраций: видимо, рынок свое получил. В дальнейшем, полагаю, мы будем увеличиваться в количестве доменов постепенно и плавно.

**— Означает ли это, что новых доменных зон больше не появится?**

— Нет, новые доменные зоны появляются, они будут появляться. Будут попытки заработать на новых зонах, но взрывов уже не будет.

— **Вы стояли у истоков формирования доменного рынка и рынка хостинга, долго были директором Русоникса. Он существует и сейчас, но не является крупным игроком. Был ли шанс у компаний, стоявших у истоков, занять лидирующие позиции – именно у небольших, а не у крупных и отраслевых?**

— У истоков стояло много разных компаний. Какие-то стали крупными и затем выросли еще больше, а часть компаний как были маленькими, так и остались таковыми, и вполне успешно продолжают работать. Не у каждой компании есть цель стать крупной. Мы можем вспомнить закрытый ныне Черкизовский рынок, который занимал огромную площадь, а можем представить несколько небольших частных магазинчиков возле метро: у каждого своя ниша. Есть малый бизнес, который находит своих клиентов, зарабатывает определенный имидж и продолжает работать на своем месте. Есть те, кто просто берет и делает: например, художники или дизайнеры, но при этом они – не самые лучшие маркетологи или бизнесмены. Но в основном, научившись чему-то, ты понимаешь, что лучше оставаться в своей нише. А если тебе нужно больше возможностей и ресурсов – для этого потребуется объединяться с другими игроками рынка и расти. Не было такого, чтобы маленькая компания вдруг стала большой сама по себе. Если же говорить о тех, кто стоял у истоков регистрации доменов, у истоков хостинга в России, то это в основном был частный бизнес. Нередко более крупные компании скупали тех, кто поменьше, договаривались, объединялись на взаимовыгодных условиях: так постепенно и сложился рынок по капиталистическим правилам. Нельзя разделять на большое и маленькое – все едино.

— **Что, по вашему мнению, сейчас представляет собой рынок хостинга? Каковы его структура и объем?**

— Я особо не занимаюсь хостингом как таковым напрямую. Иногда общаюсь со своими бывшими коллегами, но с 2009 года я полностью перешел в КЦ и покинул хостинговую отрасль. На сегодняшний день, как и с доменами, хостинг как отдельный бизнес достиг своего насыщения. Людям уже не нужно место под сайты или стойки под сервера: им нужен сервис, готовые решения, с помощью которых непрофессионал может что-то сделать. За десять лет выросло такое понятие, как социальные сети. Тем, кто работает через Инстаграм или Фейсбук, вообще сайт не нужен. Поэтому сегодняшний рынок хостинга – это созревший, выросший, готовый и спокойный рынок.

— **А нужен ли вообще теперь хостинг? Может ли сложиться так, что уже в обозримом будущем рынок хостинга будет поглощен социальными сетями?**

— Соцсети не берутся «из ниоткуда», а хостинг-провайдеры – это те компании, которые предоставляют простым пользователям удобные сервисы, позволяют тем существовать, поддерживают их инфраструктурно. Работа хостинг-провайдера достаточно скучная. Есть дата-центр, есть стойки, есть сервера в этих стойках, а на серверах работают операционные системы и разное программное обеспечение, которое как раз и дает возможность социальным сетям работать. Поэтому хостинг превратился в невидимую заднюю составляющую всего того, что у нас сейчас представлено.

— **Какие проблемы можно считать наиболее серьезными на этом рынке?**

— Самая серьезная проблема – это экономическая составляющая. На сегодняшний день быть хостером дорого: электричество дорогое, оборудование дорогое, каналы связи дорогие. Все это должно окупаться, а большая часть денег сосредоточена в других секторах экономики. Поэтому хостингу сейчас достаточно тяжело. Но ему было нелегко всегда – и 20 лет назад тоже. Он живет и работает, как и любой другой бизнес. Если хочется этим заниматься, нужно каждый день, каждую ночь думать о том, как сделать свое дело лучше.

**— А как выживают небольшие компании в кризис?**

— Кризиса в определенном смысле не существует. Да, в 1998 году был ужасный кризис, но по себе могу сказать: мы как работали, так и продолжили работать. Да, у нас изменилась экономическая ситуация. Да, споткнулась, да, не хватало возможностей. Но потом все выправилось, и дело пошло дальше. В любой деятельности так.

**— То есть надо начинать с себя, не виня кризис и окружающие обстоятельства?**

— Надо просто работать. Не останавливаться. Надо учитывать ошибки и больше их не совершать. Зачем тратить ресурсы на вчерашний день, когда можно тратить на сегодняшний и на завтрашний?

**— Каких изменений и новшеств, по вашим прогнозам, можно ожидать в скором времени на российском доменном рынке?**

— Возможно, сегодня откроется окно по появлению новых доменов верхнего уровня. Может быть, будет небольшой всплеск регистраций на ближайшие год-два, дальше все стабилизируется, будет плавный рост. Сейчас основная задача – улучшать какие-то моменты с оказанием услуг, чтобы пользователям было удобнее, чтобы регламенты были более гармоничными, чтобы они отвечали реалиям в изменяющемся государстве. Я думаю, что общество во всем мире придет к здравому смыслу, а за этим потянется и все остальное.