
ХЕЛЬСИНКИ – Группа по анализу конкуренции, потребительского доверия и потребительского выбора (ССТ)
Понедельник, 27 июня 2016 года – с 13:30 до 14:00 EEST
ICANN56 | Хельсинки, Финляндия

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ SCHNEIDER [ШНАЙДЕР]: Здравствуйте. Пожалуйста, займите свои места.
Спасибо.

Хорошо. Спасибо, что заняли свои места. Это первое послеобеденное совещание по вопросам ССТ, группы по анализу потребительского выбора, группы по анализу потребительского доверия и потребительского выбора, которая была сформирована в конце прошлого года. И мы рады приветствовать председателя данной группы по анализу. Это Джонатан, который сидит рядом со мной, для тех кто его не знает. И он расскажет нам более подробно о том, насколько они продвинулись в своей работе. Сейчас они находятся в середине анализа. Если я не ошибаюсь, он должен закончиться к концу года. Вы не на 100% уверены, поэтому не говорите о конкретном сроке.

Вам слово. Спасибо, Джонатан.

Примечание. Следующий документ представляет собой расшифровку аудиофайла в текстовом виде. Хотя расшифровка максимально точная, иногда она может быть неполной или неточной в связи с плохой слышимостью некоторых отрывков и грамматическими исправлениями. Она публикуется как вспомогательный материал к исходному аудиофайлу, но ее не следует рассматривать как аутентичную запись.

JONATHAN ZUCK [ДЖОНАТАН ЗУК]: Спасибо, Томас. Спасибо, что пригласили меня.

Спасибо GAC за то, что следите, чем мы занимаемся во время анализа ССТ. Со мной здесь Мейган и Лорин, которых вы хорошо знаете, они входят в группу по анализу, а также Джордин Буканан и Дейвид Тейлор. Многие спрашивают нас, была ли у нас возможность рассмотреть основы анализа. Этот конкретный анализ довольно уникальный в связи с тем, что работа, на самом деле, началась с резолюции правления в Картагене, Колумбии около пяти лет назад, когда правление приняло резолюцию начать разрабатывать метрические данные, которые можно было бы использовать группе по анализу для выполнения работы и начала сбора данных.

Таким образом, была рабочая группа, за которой последовала группа по реализации, которая давала указания персоналу начать сбор различных метрических данных, применимых для анализа.

Другим значимым событием, которое случилось в результате подготовительного процесса, была пара экономических исследований и опросов.

У первоначальной рабочей группы был большой интерес к проведению анализа стоимости пространства новых gTLD. Таким образом, было проведено исследование цены Группой анализа. Идея заключалась в проведении исследования до

начала программы, что можно сказать и произошло -- оно было проведено на самых ранних этапах программы -- а затем другое год спустя, чтобы посмотреть, если было какое-либо изменение между двумя версиями исследования.

И был опрос -- два опроса, один конечных пользователей, второй владельцев домена, чтобы посмотреть на вопросы потребительского доверия, которые проводились год назад и сейчас год позже.

Я кратко расскажу в презентации, что мы узнали, мы получили первую версию опросов и исследований, но вторую версию только опроса конечных пользователей. Сейчас мы ожидаем вторые версии экономического исследования и опросов владельцев доменов.

Это то, что происходило еще до того, как группа начала работу, что, как Томас отметил, произошло в декабре. Это где начинается наша история.

Кто-то управляет слайдами, да, и я просто могу сказать «следующий слайд». Правильно? Мне не давали пульта, поэтому это мое предположение. Хорошо.

НЕИЗВЕСТНЫЙ ДОКЛАДЧИК: (без микрофона).

[Смех]

JONATHAN ZUCK [ДЖОНАТАН ЗУК]: Точно.

Таким образом, анализ называется анализ ССТ. Поэтому мы, в основном, говорим о потребительском выборе, потребительском доверии и конкуренции в пространстве DNS. Но также у анализа есть дополнительные аспекты. Первый заключается в оценке эффективности процесса подачи заявок и оценок. И как и в случае со многими анализами, концепция эффективности не определена. Таким образом, группам приходится давать свое собственное определение, которое мы обсудим. Второе – это оценить эффективность мер предосторожности. Это общий охват анализа, если можно так сказать.

Следующий слайд.

Одно из того, что мы применили, и я думаю, что это довольно новое в мире анализа и, возможно, в мире ICANN это то, что при возможности, мы старались делать результаты количественными и основанными на фактах, менее анекдотичными, менее предположительными и более о том, чтобы сформировать гипотезу и затем попытаться ее доказать

при помощи количественных данных, по возможности. Это не всегда возможно, но это то, что мы пытаемся сделать.

Это то, что способствует предоставлению рекомендаций, основанных на измеримых метрических данных успеха. Таким образом, анализ -- следующий анализ этих вопросов посмотрит на те метрические данные, которые использовались для этих результатов, чтобы посмотреть есть ли какие-либо изменения, были ли сделанные рекомендации эффективными. Это само по себе представляет трудность, а также сбор данных и так далее. Но это один из аспектов, которые команда старается выполнить.

В заключении, еще один новый момент, что команда не распадется после презентации своих рекомендаций, а будет выполнять консультативную роль во время реализации.

Во время периодов реализации рекомендаций АТРТ происходило такое, что группа распадалась, а потом позже отдельные ее члены приходили к персоналу и говорили: «Это не то, что мы имели ввиду в плане реализации». Таким образом, идея заключается в том, чтобы группа выполняла консультативную роль во время реализации.

Все это не всегда возможно, но это цели -- процедурные цели данной команды.

Следующий слайд, пожалуйста.

Мы разделились на три подгруппы, чтобы немного разделить работу по анализу. Первая группа занимается конкуренцией и потребительским выбором, ее председателем является Джордин Буканан. Вторая группа занимается мерами предосторожности и доверием, ее председателем является Лорин Капин. И третья подгруппа занимается процессом подачи заявки и оценки, интересно, но эта подгруппа больше похожа на рабочий поток, потому что все принимают в ней участие. И я взял на себя роль попытаться проконтролировать эту часть анализа. Это три группы.

Во время нашей первой личной встречи в Лос-Анджелесе ранее в этом году мы попытались определить охват нашей работы. Поэтому это входит в обязанность каждой группы по анализу не пытаться объять необъятное, а определить самые важные области и фокусироваться на этих областях в ходе анализа. Следующий слайд, пожалуйста.

Например, группа, занимающаяся конкуренцией и потребительским выбором свела свою работу к следующим вопросам. Было ли расширение новых gTLD эффективным в продвижении ценовой конкуренции между операторами TLD? Было ли расширение новых gTLD эффективным в продвижении неценовой конкуренции между операторами

TLD? Какой характер конкуренции между регистраторами и перепродавцами? Ценна ли для потребителей сегментация/регулирование? Другими словами, есть ли разница между -- доменами как .BANK или подобными, есть ли что-то ценное для потребителей.

Превышают ли преимущества затраты?

И в заключении, имеют ли потребители расширенный выбор в регионах и на разных языках? Это те вопросы, на которых подгруппа, занимающаяся конкуренцией и потребительским выбором, решила концентрироваться.

Следующий слайд, пожалуйста.

В группе, занимающейся мерами предосторожности и доверием, также был ряд вопросов. Первый касается неправильного использования DNS. Преобладает ли это больше или меньше среди новых gTLD? Это животрепещущая тема.

Каким образом выглядят политики неправильного использования DNS?

Какие существуют механизмы приведения в исполнение?

Какую роль играло нормативно-правовое соответствие со времени распределения новых gTLD? И какие существовали жалобы на неправильное использование?

Влияние мер безопасности и обязательств по обеспечению общественных интересов. Другими словами, каким образом привлекается рекомендация GAC? Какие существуют Механизмы защиты прав? И насколько эффективными были эти меры безопасности?

Поведение потребителя и конечного пользователя, это один из более сложных вопросов. Когда нас попросили оценить потребительское доверие, вопрос такой: «Увеличилось ли потребительское доверие?». И существует много способов на это посмотреть.

Консультативная группа по реализации подумала, что единственный способ измерить потребительское доверие – это спросить потребителей. Таким образом, Nielsen провел опрос потребителей до и после, прямо спрашивая их: Доверяете ли вы новым gTLD по сравнению с историческими TLD и так далее? И это сложный вопрос, потому что он касается многих вещей, например, знают ли они об этом. Существует больше доверия к .EMAIL, например, чем к другим новым gTLD. И большинство из вас знают, что .EMAIL не

существует. Поэтому всегда существует вероятность ошибки в том плане, как покупатели смотрят на эти вопросы.

Но у нас есть два рода исследований. У нас есть интересные результаты, связанные с этим, которые предполагают более высокий уровень доверия к индустрии DNS, что мы рассматриваем, как положительный момент, что, по крайней мере, доверие не уменьшилось.

Но чтобы найти значительную разницу, положительную или отрицательную, связанную с потребительским доверием, мы также стараемся посмотреть на причины для доверия. Таким образом, вместо потребительского доверия мы рассматриваем обоснованность потребительского доверия. Заслуживала ли программа новых gTLD доверия конечных потребителей? Поэтому при рассмотрении таких аспектов, как неправильное использование DNS, определить, следует ли потребителям доверять новым gTLD больше, чем историческим. Эти обсуждения будут проходить в группе мер безопасности и доверия.

И в заключении, существует вопрос об эффективности и процедурах приведения в исполнение мер безопасности, какой является роль ICANN, каким является процесс разрешения споров. Как вы видите, это довольно большой

круг вопросов, которые группа Лорин согласилась рассмотреть.

Следующий слайд.

И что касается процесса подачи заявок/оценок, это стало яснее по охвату при сравнении с PDP относительно последующих процедур, который был начат приблизительно в одно и то же время. Потому что ряд вопросов, которые можно рассмотреть и в целом следует рассмотреть в плане процесса оценки заявок, довольно широкий. И в ходе процесса PDP будут рассматриваться каждое небольшое механическое осуществление, улучшение руководства и т.д.

Таким образом, мы смогли расставить в порядке приоритета темы, которые будет обсуждать группа по анализу и передавать группе PDP по мере принятия ими новой политики относительно последующих процедур.

И вы увидите, что этот список меньше, чем каким может быть общий список, если вы посмотрите на процесс подачи заявок и их оценки.

Один из аспектов, который поднимался наиболее часто во время дискуссий, это кто не смог принять участие в процессе подачи заявок. Это регионы и рынки с недостаточным уровнем обеспеченности услугами, лица, не входящие в

сообщество ICANN, которые не -- не знали о происходящем; или даже если и знали, не понимали политики ICANN, у них не было хорошего консультанта, который бы их направлял во время процесса подачи заявки и так далее. Таким образом, мы пытались найти людей, которые не смогли принять участие в процессе.

Затем много обсуждались такие вопросы, как предотвращение делегирования TLD, которые приводили бы в замешательство или наносили вред, единственное число, множественное и подобное.

Другой вопрос, который поднимался -- благодаря вашему представителю в группе по анализу Лорин и Мейган -- это обсуждение рекомендации GAC, каким образом эта рекомендация будет предоставляться, каким образом рассматриваться и каким образом она будет в итоге осуществляться во время процесса подачи заявок.

Потом IDN и насколько они были эффективными, разногласия в отношении строк. Также сама концепция раундов очень много обсуждается. Другими словами, можем ли мы сказать, что все плохое, что произошло с первым рядом новых gTLD, произошло из-за раундов? Лучше бы было, если бы мы использовали непрерывный процесс подачи заявок, которые бы рассматривались медленнее? Это некоторые вопросы,

которые изучаются подгруппой, занимающейся заявками и их оценкой.

Следующий слайд.

И что мы обнаружили, это то, что для ответов на многие из этих вопросов, нам придется поговорить с кандидатами, подающими заявки, потому что очень мало данных мы можем получить от третьих сторон и нам нужно идти прямо к первоисточнику и задавать эти вопросы.

Таким образом, можно разделить лиц, которые подают заявки, на три категории: Успешные кандидаты, те, у которых есть делегированные TLD; неуспешные кандидаты, которые отозвали -- под «неуспешными» мы понимаем тех, кто отозвал все свои заявки, не тех, кто был успешен с некоторыми, но решил по каким-то причинам отозвать другие -- и в заключении, интересная категория, единорог, отсутствующий кандидат, да? Люди, которые совсем не участвовали в процессе.

Таким образом, при рассмотрении успешных кандидатов, мы будем спрашивать, с какими сложностями они столкнулись. Какую помощь они получили от консультантов и других, кто мог бы их направлять в ходе процесса, чтобы мы смогли понять, что означало быть успешным кандидатом. И также,

если и каким образом на них повлияли заблаговременные предупреждения и рекомендации со стороны GAC.

Неуспешные кандидаты, что произошло? Какую помощь они получали? По каким причинам они вышли из программы, чтобы мы могли понять, что смотивировало людей отозвать свои заявки.

У нас есть такие люди. Мы знаем, кто они. Поэтому мы задействуем Nielsen, чтобы связаться с ними по телефону и задать им эти вопросы.

С третьей категорией немного сложнее. Это -- это люди, которые не подали заявку. И в то же время кажется особенно важным поговорить с ними -- особенно в южных регионах и развивающемся мире, чтобы попытаться понять, почему было мало участия в некоторых регионах мира в процессе подачи заявок на новые gTLD. Мы хотим задать им такие вопросы как: Почему вы не подали заявку? Что должно было быть по-другому, чтобы вы приняли участие в программе?

Таким образом, мы задействовали внешнюю фирму для очень интересного исследования, а именно проанализировать людей, которые подали заявку и разделить их на категории компаний и организаций, а затем найти их аналоги или когорты в развивающемся мире. Идея заключается в том,

чтобы определить, кто бы подал заявку в случае изменений в системе.

Существует много теорий относительно этого, среди которых, что они не знали; что они знали, но процесс подачи заявок показался слишком сложным; они знали, но не их беспокоил не сам процесс подачи заявок, а 2 миллиона долларов США, которые необходимы для того, чтобы поддерживать TLD. И также была теория, что они знали об этом, могли себе позволить, но не думали, что есть рынок сбыта, что было бы самым безобидным ответом, который мы могли бы получить от этих групп.

Таким образом, когда у нас будет список таких компаний и правильных людей в них, с которыми мы могли бы поговорить, мы снова попытаемся их вовлечь и задать вопросы относительно того, почему они не подали заявку. И я буду очень рад поучаствовать в таких разговорах и посмотреть, какие ответы мы получим, потому что эти ответы повлияют на те рекомендации, которые мы будем давать. И честно сказать, сейчас у нас нет представления об этом. У каждого есть теория, но в идеале лучше спросить самих людей.

Следующий слайд.

Таким образом, как я уже сказал ранее, это опросы и исследования. Опросы потребителей, фазы 1 и 2, доступны на Wiki. Условное обозначение нашего Wiki – cct.wiki. Мы стараемся -- как говорят в Америке -- пробовать продукт на себе, используя новые gTLD. Поэтому вы можете пойти на cct.wiki и посмотреть, чем мы занимаемся. И вы можете увидеть оба опроса потребителей.

Повторюсь, не было большой разницы между -- по вопросам, связанным с потребительским доверием. Возможно, это связано с небольшим промежутком времени между опросами. Возможно, это связано с отсутствием влияния. Я думаю, что наши результаты будут незавершенными относительно самой реакции потребителей на программу новых gTLD.

Но в то же время не представлялось, что было какое-либо уменьшение доверия среди покупателей, и очень высокий уровень доверия к рынку DNS, поставщикам, регистраторам и регистраторам, обслуживающим покупателей.

Вы можете увидеть результаты опроса владельцев домена за сентябрь. Вторая часть еще ожидается. И результаты экономического исследования до программы, и вторая часть сейчас тоже в процессе.

И затем, как вы -- как я уже сказал, вскоре мы проведем опрос кандидатов на gTLD.

Следующий слайд, пожалуйста.

Итак расписание. Как Томас заметил, я мало говорю о расписании, потому что мы проводим много исследований по этим вопросам, а когда вы работаете с группой добровольцев, скорость не всегда является самой важной, но мы запланировали попытаться завершить анализ через год и мы сделаем все возможное, чтобы подготовить проект отчета к концу года для общественных комментариев.

Таким образом, идея заключается в том, чтобы в Хайдерабаде открыто говорить о наших результатах и рекомендациях, представить отчет в декабре-январе -- формальный отчет на общественное обсуждение, и затем в апреле издать окончательные результаты и рекомендации для широкого рассмотрения. Хорошо?

Следующий слайд.

Мы работаем в открытом процессе. Это не такой же открытый процесс, как рабочие группы, в которых все могут участвовать напрямую, но все -- у нас есть своего рода теневая комната Adobe Connect во время всех наших звонков, таким образом, вы можете наблюдать и слушать конференц-звонок. Также

по-видимому у вас есть представитель. В частности, это GAC, поэтому у вас есть два высококвалифицированных представителя в группе, и вы можете передать свои комментарии через них, или вы можете связаться напрямую со всей группой по эмейлу cctrc@icann.org.

У вас есть эти варианты для комментариев и отзывов. Только не во время самого звонка.

Безусловно, расшифровки и записи всех звонков также доступны позже.

Мы приветствуем ваше мнение. Если вам кажется, что тема, представляющая для вас интерес, не была затронута, пожалуйста, сообщите нам. Если вы думаете, что мы что-то упустили при рассмотрении темы, также сообщите нам. Мы стараемся провести самый лучший анализ, который возможно, чтобы удовлетворить цель сообщества сделать текущую программу новых gTLD как можно более эффективной.

На этом я, Мейган, Лорин, а также Дейвид и Джордин будем рады заслушать ваши вопросы и обсудить данный анализ.

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ SCHNEIDER [ШНАЙДЕР]: Спасибо. Мейган или Лорин, вы хотите что-то добавить? Да.

MEGAN RICHARDS [МЕГАН РИЧАРДС]: Могу я добавить один момент?

Я думаю, что Джонатан сделал замечательный и детальный обзор, но мне кажется, что для этой группы пару моментов были бы полезными.

Первое, что касается исследований и опросов и данных, которые мы собираем, возможно, я не достаточно внимательно слушала, Джонатан, но мне кажется, что важно отметить для вас, что мы насколько это возможно -- и я подчеркиваю «насколько это возможно» -- мы сравниваем результаты и влияние на новые gTLD по сравнению с историческими gTLD и рынками ccTLD, чтобы узнать, есть ли разница.

Но повторяюсь, насколько это возможно. Это не всегда очень легко. Это первое, что я хотела добавить.

Другой аспект, чтобы вы лучше понимали, что Джонатан уже четко и хорошо объяснил относительно развивающихся стран и когорт тех, кто не подал заявку в раунде новых gTLD, два других аспекта, включенных в часть, которую он отметил, связаны со стоимостью заявки.

Он также отметил стоимость поддержания новых gTLD и языковой аспект.

Поэтому мне хотелось добавить эти небольшие аспекты к очень детальной и великолепной презентации, сделанной Джонатаном.

JONATHAN ZUCK [ДЖОНАТАН ЗУК]: Спасибо, Мейган. Я полагаю, что добавлю, что сам процесс для этих когорт будет таким, что мы свяжемся с некоторыми из них, чтобы задать вопросы слепым методом с целью понять, какие вопросы нам следует задавать другим, поэтому я думаю, что мы определим категории через фокус-группу, а затем опросим более широкую группу, в которую будет входить около 200 компаний. Таким образом, мы будем лучше знать, какие вопросы нам следует задать, когда мы зададим некоторые вопросы, если вы понимаете.

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ SCHNEIDER [ШНАЙДЕР]: Спасибо. Я думаю, что мы можем отвести еще пять минут на вопросы. Постарайтесь быть краткими.

Я вижу Испанию, Данию, СК, поэтому Испания, пожалуйста.

ИСПАНИЯ: Спасибо за презентацию. Я хотел поинтересоваться относительно одного из опросов. Я получил сообщение на прошлой неделе, новостное сообщение ICANN, о публикации

опроса, проведенного Nielsen от лица ССТ. Исход -- или результат этого опроса показал осведомленность новыми gTLD и повышенное доверие системе доменных имен, что является для меня удивительным.

Но когда я стал это рассматривать, я вижу, что вопросы задавались лицам, основываясь на количестве часов, которые они проводят в Интернете, поэтому я полагаю, что Nielsen опрашивал людей, хорошо знакомых с Интернетом.

Я думаю, что опрос был бы более надежным или представительным в плане того, что думает обычный пользователь Интернета о системе доменных имен, если бы он проводился среди пользователей, которые не настолько знакомы с Интернетом, те, которые более склонны стать жертвами обмана или мошенничества по Интернету.

Несмотря на то, что в заключении здесь говорится, что более 70% ответчиков поддержали определенный уровень ограничений регистрации исторических и новых gTLD, это является увеличением по сравнению с 2015 годом, поэтому это важный результат, который следует учитывать, хотя я думаю, что, возможно, охват опроса должен быть шире.

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ SCHNEIDER [ШНАЙДЕР]: Спасибо. Я думаю, что мы заслушаем быстро другие вопросы и затем предоставим вам -- поэтому Дания, пожалуйста.

ДАНИЯ: Спасибо. Спасибо Джонатану за очень хорошую и подробную презентацию.

У меня один вопрос. Я не знаю, если вы это затронули, но в экономическом исследовании, есть ли указание стоимости раундов новых gTLD для индустрии в плане защитной регистрации? Будет ли это частью опроса и отчета?

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ SCHNEIDER [ШНАЙДЕР]: СК?

СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО: Да. Спасибо, Председатель, и спасибо, Джонатан, Мейган за детальный отчет о прогрессе анализа. У меня два вопроса. Мой первый вопрос схож с тем, что сказала Дания относительно экономического исследования. Я думаю, что к этому будет большой интерес. Я помню, что в 2008-2009 гг. было очень трудно сделать какой-либо экономический анализ, анализ затрат/преимуществ, поэтому я с нетерпением жду этого исследования.

Мой вопрос относительно этого следующий: Будут ли в анализе рассматриваться возможности для предприятий малого и среднего размера? Если бы затраты на заявку снизились, как многие прогнозировали в то время, со 185000 долларов США, будет ли возможность у предприятий малого и среднего размера -- по всему миру -- и я также включаю бизнесы в развивающихся странах -- чтобы создать и иметь свои собственные доменные имена?

Это то, что интересует меня. Спасибо.

JONATHAN ZUCK [ДЖОНАТАН ЗУК]: Спасибо всем за ваши вопросы. Я отвечу по порядку.

Вопрос относительно того, сколько времени люди проводили онлайн, не был фильтрующим, а был просто вопросом, который мог использоваться для создания перекрестных табличных сводок и связей между результатами.

Другими словами, они не прекращали опрос, если ответчик не проводил времени онлайн, но я -- я думаю, что ваши другие наблюдения были точными -- относительно увеличения доверия.

Но мне показалось, и все будут делать свои оценки, команде Лорин все еще предстоит сделать свою оценку, но мое мнение, что это не является статистически значимым, разница

между двумя опросами в плане вывода об увеличении доверия по отношению к индустрии или новым gTLD.

Но как вы сказали, около 70% считали, что должны быть определенные ограничения относительно таких доменов, как .BANK и так далее, чтобы увеличить предсказуемость сегментации некоторых доменных имен. Я думаю, что эти результаты являются значимыми, несмотря на то, что они не отличаются от результатов первого опроса.

Что касается вашего второго вопроса, это очень хороший вопрос. Я не подумал это отметить, но -- мы говорили об анализе пользы/затрат, и он будет являться частью работы группы по вопросам конкуренции и выбора. Часть, касающаяся затрат, часто будет представлена в форме защитной регистрации. Интересно отметить, что и в рабочей группе и в консультативной группе по вопросам реализации возникают сложности с тем, как измерить такие понятия, как защитная регистрация, и снова решили использовать обоснования для них. Как например, являются ли новые домены просто указателями на старые. Является ли это указателем на потенциально защитную регистрацию.

Это не обязательно является точной меркой, потому что существуют другие причины указателей.

Также мы будем проводить исследование владельцев брендов, возможно, через организацию INTA, чтобы понять некоторые затраты, связанные с программой новых gTLD.

Я думаю, что отчасти старая стратегия защитных регистраций не была экономически обоснованной, потому что их очень много, и некоторые TLD предложили альтернативы защитной регистрации в форме блокирования и подобного. Таким образом, эти затраты отличаются от прошлых. Поэтому мы попытаемся сделать анализ через опрос членов INTA и постараемся понять, какие суммы денег были потрачены в целях защиты.

И в заключении, Великобритания -- ваш последний вопрос относительно стоимости заявок. Один из вопросов, который мы будем задавать кандидатам, это насколько стоимость явилась барьером для участия.

Была Программа поддержки кандидатов, которую чрезвычайно мало использовали, правильно? Было очень и очень мало кандидатов и только один, мне кажется, который получил поддержку.

Поэтому очень возможно, что ответ, который мы получим, будет звучать, что пугающей была на сама заявка, а идея содержания TLD, это затраты, которые вызывали наибольшую долю опасений среди потенциальных кандидатов, или,

возможно, было недостаточно знаний о программе поддержки кандидатов и это детально обсуждалось, как например, следует ли им в Африке использовать рекламу на радио или рекламу по Интернету.

Это те разговоры, которые мы пытаемся оценить, и мы сделаем рекомендации, основываясь на тех результатах, которые мы получим после разговора с кандидатами.

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ SCHNEIDER [ШНАЙДЕР]: Спасибо, Джонатан. Я думаю, что нам нужно на этом закончить и перейти к следующему совещанию. Мне бы хотелось завершить, поблагодарив вас.

В качестве заключения, чтобы убедиться, что мы правильно поняли.

Первый текст, который мы увидим, будет готов к концу -- к концу года. Вся остальная работа будет проводиться внутри группы. Единственно, что хорошо, что люди могут слушать ваши встречи. Поэтому, пожалуйста, продолжайте -- как вы сделали относительно встречи, например, в начале июня, оповещать ГАС, о том, когда будет проходить ваше следующее заседание, а также предоставлять -- нашим двум представителям предоставлять краткие отчеты после встречи, подобно тому, что мы сегодня обсуждали, того, что вы

думаете будет интересно GAC, подчеркивая спорные вопросы или что-то новое. Насколько вы можете, предоставляйте эти данные, поскольку ваши встречи не являются конфиденциальными, я думаю, что это было бы нам полезным получить дополнительную информацию до окончания года, потому что это будет слишком поздно, учитывая, что другие заинтересованные лица в ICANN стараются как можно быстрее подготовить второй раунд. И это является фундаментальным, вынести уроки до следующего раунда.

JONATHAN ZUCK [ДЖОНАТАН ЗУК]: Позвольте мне сказать еще один момент относительно этого. Ряд вопросов прояснится по ходу, одним из которых будет второе экономическое исследование, что будет чрезвычайно полезным. Сейчас доступен более детальный уровень данных. Например, группа, занимающаяся, вопросами конкуренции и потребительского выбора, изучила и рассмотрела каждую гипотезу, которую они будут тестировать. Вы сможете получить более окончательную версию вопросов, чем те, которые были представлены здесь. И вся команда, возможно, подготовит -- создаст документ, который будет грубо называться «результаты» и станет доступным до создания документа с рекомендациями.

Мы сделаем это доступным поэтапно.

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ SCHNEIDER [ШНАЙДЕР]: Спасибо.

Швейцария, 30 секунд, затем мы остановимся и перейдем к другому.

ШВЕЙЦАРИЯ:

Большое спасибо и спасибо за презентацию.

Очень кратко, каким образом или насколько хорошо вы координируете PDP по последующих процедурам?

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ SCHNEIDER [ШНАЙДЕР]: До того, как вы дадите ответ, слово Парагвай, а затем нам, на самом деле, нужно --

ПАРАГВАЙ:

Спасибо, г-н Председатель. Очень кратко. Когда будет доступно экономическое исследование или анализ?

Спасибо.

JONATHAN ZUCK [ДЖОНАТАН ЗУК]: Исследование должно быть готово осенью. Поэтому довольно скоро. Мы долго с ними обсуждали, что делать. И было много трудностей с поиском данных.

Регистраторы не были настроены на предоставление данных, поэтому нам приходится находить внешние источники данных.

Регистратуры обязаны по договору предоставлять данные, но, к сожалению, регистраторы не обязаны.

Что касается PDP относительно последующих процедур, у нас есть два члена, которые принимают участие в обеих группах. Карлос и Карлтон принимают участие в группе по анализу и PDP последующих процедур, поэтому они действуют в качестве посредников между двумя группами. И каждую вторую неделю мы проводим регулярные звонки, звонки руководителей между нами и группой PDP. И как я уже сказал, мы провели довольно тщательный процесс изучения всех тем, которые будут рассматриваться в PDP, и мы своего рода заявили, что те темы, которые вы видели сегодня являются наиболее приоритетными для группы по анализу. И PDP ожидает их рассмотрения после того, как они узнают результаты наших исследований.

Я думаю, что между двумя группами хороший уровень сотрудничества.

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ SCHNEIDER [ШНАЙДЕР]: Спасибо большое, Джонатан, Мейган и Лорин.

Это конец совещания, и мы незамедлительно начнем следующее, потому что Маркус и Манал терпеливо ожидают. Я извиняюсь за задержку.

[КОНЕЦ СТЕНОГРАММЫ]