

# PRZYDZIAŁ I OCHRONA DOMEN INTERNETOWYCH

Artur STRZELECKI, Tomasz PIESIUR

## Streszczenie:

W artykule przedstawiono istotę domeny internetowej, jednostki odpowiedzialne za decyzje w sprawach domen oraz zasady wyboru właściwej domeny dla firmy. Następnie omówiono spory powstające wokół domen, jakie może napotkać firma przy wyborze domeny internetowej. Zaprezentowano aktualne statystyki i trendy na polskim rynku domenowym.

**Słowa kluczowe:** domena internetowa, ochrona domen, przydział domen, internet

## 1. Wprowadzenie

Podstawą wszystkich działań promocyjnych w sieci jest własna domena internetowa. Pełni identyczną funkcję jak nazwa przedsiębiorstwa w rzeczywistym świecie. Pozwala identyfikować przedsiębiorstwo oraz budować na jego podstawie strategię promocji w Internecie. Domena internetowa w powszechnym rozumieniu jest nazywana adresem internetowym. Wybór domeny to istotny element w gospodarce elektronicznej. Domena jest źródłem wszelkich działań marketingowych prowadzonych w sieci [1]. Właściwy dobór nazwy domeny dla nowoczesnego przedsiębiorstwa stał się już decyzją strategiczną. Wpływa na skuteczność wyszukania jej w przestrzeni internetowej, przede wszystkim za pomocą wielu dostępnych wyszukiwarek internetowych [2].

## 2. Domena

Domena internetowa, to nazwa, która jest odwzorowywana dla jednego adresu IP w sieci Internet. Poszczególne poziomy nazwy domeny kończy znak (.) kropki, umieszczony po ich prawej stronie. Pierwsza z prawej nazwa domeny, która nie jest zakończona kropką, jest nazywana domeną najwyższego poziomu (ang. Top Level Domains). Są one dwojakiego rodzaju: pierwsza ich grupa odpowiada typom działalności korzystających z nich organizacji, są to domeny funkcjonalne (ang. generic Top Level Domains, gTLD). Druga wykorzystuje dwuliterowe oznaczenia krajów, w których poszczególne organizacje się znajdują, czyli domeny krajowe (ang. country code Top Level Domains, ccTLD). W przypadku Polski nazwą domeny jest - .pl. Oprócz domen krajowych w domenie najwyższego poziomu istnieje dwadzieścia domen podstawowych nie kojarzonych terytorialnie z nazwą żadnego państwa: .com, .org, .mil, .gov, .int, .net, .edu, .info, .biz, .name, .pro, .museum, .coop, .aero, .asia, .cat, .jobs, .mobi, .tel, .travel.

Utworzenie nowych, rodzajowych domen wysokiego poziomu wyniknęło z potrzeby rozszerzenia przestrzeni nazw. Większość organizacji chce wykorzystywać domenę .com, ale napotyka na trudności ze znalezieniem niewykorzystanej jeszcze nazwy. Kolejny poziom w hierarchii, zawierający konkretne stacje i dalsze poddomeny, tworzą domeny drugiego poziomu (ang. Second Level Domains).

Część zadań w dziedzinie standaryzacji domen jest wykonywana przez jednostki pozapaństwowe jak, Internet Architecture Board – IAB oraz instytucja wspomagająca Request for Comments – RFC. Nadzór nad domenami sprawuje ICANN amerykańska organizacja podejmująca decyzje o zmianach w domenach najwyższego rzędu. Ostatnią ważną zmianą było utworzenie domeny .eu dla Unii Europejskiej. Centrum InterNIC (Network Information Center), grupujące komercyjne przedsiębiorstwa posiadające największe i najbardziej rozległe sieci w Internecie, prowadzi usługę rejestracji domen. Bardziej szczegółowe zarządzanie sieciami należy do obowiązków administratorów poszczególnych sieci wchodzących w skład Internetu. W Polsce jednostką upoważnioną do rejestracji domen jest Naukowa Akademicka Sieć Komputerowa – NASK. Wszystkie pozostałe przedsiębiorstwa oferujące rejestrację domen internetowej w kraju są jedynie pośrednikami pomiędzy swoimi klientami a NASK.

### 3. Domena .eu

Po pięciu latach dyskusji i przygotowań, w grudniu 2005 roku, Europa otworzyła możliwość rejestracji nazw internetowych z sufiksem .eu identyfikujących firmy, instytucje i osoby z obszaru Unii Europejskiej. Cały proces rejestracji domeny odbył się w 3 etapach. Pierwszy etap rozpoczął się 7 grudnia 2005 r. (trwał do 6 lutego 2006) i dotyczył rejestracji domen:

- instytucji publicznych i organizacji posiadających zarejestrowane znaki towarowe. Jednostka Publiczna może składać wniosek o domenę .eu, która odpowiada pełnej nazwie danej Jednostki, lub skrótowi, pod którym Jednostka jest ogólnie znana lub nazwie terytorium zarządzanemu przez Jednostkę.
- Właściciel Zarejestrowanego Znaków Towarowych, którego nazwa znaku towarowego posiada spację lub odstęp (zawiera więcej niż jeden wyraz), ma możliwość złożenia wniosku o rejestrację domeny, której nazwa posiada myślnik zamiast spacji lub odstępu jak również domeny, której nazwa nie zawiera ani myślnika ani spacji - przykład: twoja-firma.eu lub twojafirma.eu.

Drugi etap, który rozpoczął się 7 lutego (trwał do 6 kwietnia 2006) i dotyczył rejestracji:

- Niezarejestrowanych znaków towarowych,
- Nazw firm,
- Identyfikatorów firm,
- Rozpoznawalnych tytułów chronionych prac literackich i artystycznych,
- Nazw handlowych.

7 kwietnia 2006 rozpoczął się okres (tzw. Landrush) polegający na uwolnieniu rejestracji domen dla wszystkich obywateli Unii Europejskiej, na zasadach takich jak w przypadku rejestracji domen globalnych .com [3].

Otwarta w dniu 7 grudnia 2005 r. domena .eu była początkowo dostępna dla przedsiębiorstw posiadających prawa pierwszeństwa. Od początku kwietnia 2006 r. adresy mogły w niej rejestrować wszyscy mieszkańcy UE i organizacje posiadające oficjalną siedzibę na terytorium Unii Europejskiej. Od 1 stycznia 2007 r. adresy w domenie .eu mogą również rejestrować obywatele i przedsiębiorstwa z nowych państw członkowskich, Bułgarii i Rumunii.

Głównym operatorem domen .eu jest niezależne, międzynarodowe konsorcjum The European Registry of Internet Domain Name (EURid), które opiekuje się już takimi domenami jak: .be (Belgia), .it (Włochy) i .se (Szwecja). W Polsce domenę z sufiksem .eu

można zarejestrować między innymi za pośrednictwem NASK, instytucji akredytowanej przez EURid jako firmę z wieloletnim doświadczeniem w obsłudze rejestracji domen internetowych.

Rok po udostępnieniu możliwości zarejestrowania domeny .eu zarejestrowano ich na dzień 14 listopada 2007 roku już ponad dwa i pół miliona. Dzięki temu została ona trzecią najpopularniejszą domeną najwyższego poziomu w Europie i siódmą w skali światowej. Na razie nadal najpopularniejszą domeną na świecie pozostaje .com [4].

#### **4. Przydział domeny**

Podmiotem, który ma prawo zarejestrować domenę w NASK jest zarówno osoba fizyczna i osoba prawna. Od pewnego czasu pojawiają się zastrzeżenia na tle przydziału domen najwyższego poziomu, a także domen funkcjonalnych poziomu krajowego. Istnieje potrzeba dokładniejszej standaryzacji oraz zapewnienia neutralności technologicznej. NASK zawarł umowę z Polską Izbą Informatyki i Telekomunikacji, aby stworzyć specjalną procedurę arbitrażową. Umowa rejestracji domeny zawiera klauzulę [5] o poddaniu się arbitrażowi w Sądzie Polubownym ds. Domen Internetowych działającym przy PIIT lub w drugim Sądzie Arbitrażowym przy Krajowej Izbie Gospodarczej. Nowy regulamin NASK, który określa warunki rejestracji i utrzymywania nazwy domeny .pl pozostawia możliwość powstawania kolejnych sądów arbitrażowych do spraw domen internetowych. Orzeczenie sądu polubownego, które stwierdza naruszenie przez abonenta praw osoby trzeciej stanowi podstawę do wypowiedzenia umowy przez NASK z tym abonentem. W przypadku domen z sufiksem .eu jednostką rozstrzygającą jest Sąd Arbitrażowy w Pradze [6].

Kryterium dopuszczającym rejestrację domeny .eu nie jest więc narodowość, ale miejsce zamieszkania. Jeśli dwie strony sporu posiadają miejsce zamieszkania lub siedzibę poza granicami Polski lub Wspólnoty, to właściwym sądem w przypadku zgłaszania sporów jest Centrum Mediacji i Arbitrażu przy Światowej Organizacji Własności Intelektualnej [7].

Wykorzystywanie cudzej nazwy przedsiębiorstwa lub znanego nazwiska do adresów internetowych zarówno z sufiksem .pl, jak i .eu jest coraz powszechniejsze. Atrakcyjna domena internetowa, łatwa do odszukania w sieci, jest często dobrym sposobem na zarobienie pieniędzy. Zdarza się, że pewne osoby najpierw rejestrują domeny zawierające cudzy znak towarowy lub dane personalne, a następnie oferują ich odsprzedaż po dużo wyższej cenie uprawnionej organizacji lub osobie [8]. W sieci jest coraz więcej rejestrowanych domen składających się z imion i nazwisk znanych osób publicznych, polityków i sportowców [9].

#### **5. Wartość domeny**

Obecnie nie istnieją ogólne wskaźniki, według których należy określić wartość domeny internetowej. Cenę kształtuje rynek. Każda domena cechuje się kilkoma atrybutami, które określają jej wartość. Pierwszym z nich jest długość nazwy domeny internetowej. Przyjmuje się, że najlepsza jest krótka nazwa domeny. Wartość nazw domen jednoliterowych czy dwuliterowych jest z reguły wyższa niż nazw kilkuliterowych. Przykładem jest sprzedaż pod koniec 2006 roku domeny www.n.pl za kwotę ponad 200 tysięcy złotych [10], na rzecz Grupy ITI. Drugim atrybutem jest potoczność nazwy. Znaczenie odgrywa popularność danego słowa w potocznym używaniu. Następnym jest

upodobnienie nazwy z innymi popularnymi nazwami. Na ten element coraz częściej zwracają uwagę właściciele popularnych domen. Nie chcą, aby inne podmioty osiągały ich kosztem popularność. Ostatni atrybut to popularność domeny, w rozumieniu jej sufiksu. W Polsce najpopularniejszym sufiksem jest .pl [11].

## **6. Prawne regulacje**

Prawo do posługiwania się określoną domeną internetową wynika z umowy zawartej między osobą rejestrującą domenę a jednostką upoważnioną do takiej rejestracji. Mimo specyficznego charakteru samej umowy, pozornie administracyjnego procesu rejestracji i gospodarczego znaczenia uzyskanego w ten sposób uprawnienia, domena internetowa nie stanowi w obecnym systemie prawnym odrębnej kategorii dóbr, nie jest chroniona odrębną ustawą. Powszechnie przyjętą zasadą jest prawo każdej osoby i organizacji do rejestracji domeny na zasadzie, „kto pierwszy ten lepszy”. Wnioskodawca nie jest zobowiązany do badania, czy fakt rejestracji domeny nie narusza uprawnień innych osób.

Zasada ta nie oznacza, że nie może dojść do naruszenia prawa innej osoby i bezprawności rejestracji oraz sposobu korzystania z domeny. W szczególności z takim przypadkiem ma się do czynienia, kiedy wnioskodawca wie o prawach innych osób do danej domeny i rejestruje domenę w celu wykorzystania takiej okoliczności. Klasycznym przykładem takiego działania jest zjawisko tzw. cybersquattingu, czyli rejestrowanie domen internetowych zawierających znane oznaczenia handlowe, element cudzego znaku (firmy, nazwy produktu, znaku towarowego) z zamiarem odsprzedawania ich po zawyżonej cenie osobom uprawnionym do takiego oznaczenia.

Przedsiębiorca chcąc zaznaczyć swoją obecność w Internecie będzie chciał korzystać z nazwy domeny równoznacznej z nazwą własnego przedsiębiorstwa lub organizacji. Jeśli ta domena będzie już zajęta, nie będzie mógł używać własnego znaku towarowego, firmy lub nazwy handlowej w adresie domeny. Próba identyfikacji witryny poprzez wybranie innej nazwy domeny może doprowadzić do sytuacji, w której użytkownicy wcale nie dotrą do witryny przedsiębiorcy. Grozi to utratą części rynku użytkowników Internetu, co jest bardzo istotne przede wszystkim dla przedsiębiorców, dla których Internet jest podstawowym obszarem działalności. Dotyczy to także przedsiębiorców traktujących witryny internetowe jako jedną z form obecności w obrocie gospodarczym [12].

Przedsiębiorstwa, które planują uruchomić swoją działalność w Internecie, powinny zarejestrować swoje domeny znacznie wcześniej, nawet przed fizycznym uruchomieniem witryny. Proste i krótkie nazwy domen, związane z przedmiotami handlu oraz nazwami konkretnych marek mogą zostać zarezerwowane wcześniej przez inne osoby lub konkurencje. Wirtualny mBank rozpoczął swoją działalność od domeny [www.mbank.com.pl](http://www.mbank.com.pl), ponieważ właścicielem krótszego adresu [www.mbank.pl](http://www.mbank.pl) była już wcześniej instytucja doradztwa finansowego związana z konkurencją. W wyniku negocjacji mBank zdołał odkupić tę nazwę domeny [13].

## **7. Blokada domeny, spekulacja domeną**

Należy pamiętać, że domena internetowa jest „dobrem rzadkim”, nikt nie może zarejestrować drugi raz tej samej domeny, na tym samym poziomie. Zjawisko cybersquatting można podzielić na dwie kategorie [14]:

- blokada domeny,
- spekulacja domenami.

Oba przypadki wiążą się z celowym zarejestrowaniem nazwy domeny przez osobę lub organizację, która ma zamiar utrudnić działania innemu podmiotowi, czy to osobie prywatnej czy przedsiębiorstwu. W przypadku przedsiębiorstwa, podmiot gospodarczy mógł już ponieść nakłady finansowe, aby stosować własny znak w obrocie handlowym i chce kontynuować swoją działalność w Internecie. Nieuprawniony właściciel domeny może wyrazić chęć odsprzedania domeny i osiągnięcie kosztem poszkodowanego nadmiernych korzyści.

Trudność polega na zgromadzeniu dowodów poświadczających, że zły zamiar istniał już w chwili rejestracji domeny. Być może ktoś faktycznie chciał uruchomić działalność gospodarczą, lecz z braku środków lub innych przyczyn nie doszło do tego. Wyrazem dobrego lub złego nastawienia jest reakcja posiadacza domeny na wezwanie poszkodowanej strony do likwidacji lub odsprzedaży spornej domeny. Sprawa jest oczywista, gdy w domenie internetowej została użyta chroniona prawnie nazwa lub znak innej firmy.

Z obowiązujących zasad rejestracji domen internetowych przez NASK wynika, że „NASK może zwrócić się do wnioskodawcy o doręczenie dodatkowych dokumentów dotyczących danych wskazanych w treści Wniosku. Niedoręczenie dokumentów w wyznaczonym terminie stanowi podstawę do odmowy rejestracji” [15]. Powyższy zapis prowadzi do wniosku, że powinien służyć eliminowaniu rejestracji domen, które zawierają oznaczenia używane legalnie przez inne podmioty niż osoba dokonująca rejestracji domeny.

Typowe zarzuty spotykane w praktyce, to naruszenie cudzego zarejestrowanego znaku towarowego lub innego oznaczenia. Można to zrobić bezpośrednio, czyli z pełną świadomością lub na drodze używania podobnych nazw, gdzie może wystąpić ryzyko pomyłki. Od 2003 roku spory o domeny internetowe są rozstrzygane przez Sąd Polubowny ds. Domen Internetowych przy PIIT. Decyzja przeważnie zapada w okresie jednego miesiąca od momentu przekazania sprawy arbitrowi. Złożenie pozwu może poprzedzić procedura mediacyjna. W takim przypadku istnieje możliwość uzyskania ugody. W przypadku, gdy obecny właściciel domeny odmówi mediacji bądź nie doprowadzi ona do porozumienia, należy złożyć pozew do Sądu Polubownego ds. Domen Internetowych. Liczba spraw wpływających do Sądu zwiększa się z każdym rokiem (2003 – 26 spraw (w tym 11 rozstrzygniętych przez mediację), 2004 – 36 (10), 2005 – 83 (8), 2006 – 98 (12)), do października 2007 roku – 77 (13). Do Sądu Arbitrażowego w Pradze od lutego 2005 do listopada 2007 roku wpłynęły 692 sprawy [16].

## 8. Spory na polskim rynku

Omówiono przypadki spraw dotyczących sporu wobec nieuprawnionego używania domen. Przykłady są interesujące pod względem argumentacji oraz postanowionych decyzji. Sąd Polubowny publikuje orzeczenia wraz z uzasadnieniami prowadzonych spraw w przypadku, jeśli strony nie wyraziły sprzeciwu publikacji. Wiele innych spraw można odszukać w zasobach PIIT [17] lub EURid.

### **Euroagd.pl, euroagd.com.pl, eurortv.com.pl, euro.pl**

Spółka EURO-net, zażądała od właściciela domen euroagd.pl oraz euroagd.com.pl składających się z istotnych części znaków towarowych „RTV EURO AGD”, zarejestrowanych jako znaki towarowe R-118921 i R-120008 zakazania naruszania przysługujących spółce praw ochronnych do znaków towarowych oraz nakazania zaniechania działań niedozwolonych z zakresu nieuczciwej konkurencji, polegających na

używaniu tych domen. Działania właściciela domen wskazywały na czyny nieuczciwej konkurencji, poprzez prowadzenie działalności w witrynie internetowej w formie sklepu internetowego. Właściciel oferował asortyment RTV i AGD taki sam, jaki oferuje w swojej stałej działalności spółka. Według spółki, naruszenie praw do wyżej wskazanych znaków towarowych wynika z faktu, że właściciel domen - były pracownik spółki - posługuje się w nazwie domeny takimi samymi oznaczeniami, jak istotne i rozpoznawalne na rynku części zastrzeżonych na rzecz spółki znaków zarejestrowanych w Urzędzie Patentowym RP. Spółka wykorzystuje te znaki między innymi do reklamy własnego przedsiębiorstwa. Ponadto, znaki te są wykorzystywane do oznaczenia każdej placówki handlowej spółka (ponad 100 lokali w całej Polsce) w charakterze szyldu prowadzonej działalności.

W tym postępowaniu w roku 2005 wygrała spółka [18]. Jednak z czasem okazało się, że pragnęła ona zagarnąć większość kombinacji domen ze słów „euro”, „RTV”, „agd”. W roku 2005 odbyło się postępowanie w sprawie domeny euro.pl. Spółka nie zdołała przekonać sądu, że adres www.euro.pl nie może być używany przez inny podmiot. Sąd uznał, że słowo to pojawia się w wielu znakach towarowych i wywołuje różne skojarzenia [19]. W roku 2006 odbyło się następne postępowanie przeciw domenie eurortv.com.pl, pod którą znajdował się sklep internetowy. Tym razem właściciel również wygrał. Przytoczył niezbitę argumenty z badań statystycznych na temat znajomości domeny spółki, które jednoznacznie wskazywały, że 95% badanych nie kojarzy tych znaków z domeną spółki. Pozew został uznany za bezzasadny i odrzucony [20].

#### **Kardiomed.pl, Kardiomed.com.pl**

Firma pod nazwą Centrum Kardiologiczne „Kardiomed”, od początku swej działalności zajmowała się, zgodnie z rejestracją usługami medycznymi dla ludzi, związanymi z chorobami serca. W swej działalności używa skróconej nazwy handlowej: KARDIOMED. W związku ze swoją działalnością gospodarczą uruchomiła m.in. stronę internetową informującą klientów o zakresie prowadzonych usług medycznych. Ze względu na to, iż uprzednio zarejestrowane zostały domeny kardiomed.com.pl oraz kardiomed.pl przez inną firmę Centrum prowadzi witrynę internetową pod adresem kardiomed.net. Centrum zgłosiło do ochrony do Urzędu Patentowego RP znak towarowy „Kardiomed”, jako znak słowno-graficzny. W 2005 r. Centrum otrzymało decyzję z UP RP o udzieleniu prawa ochronnego na znak słowno - graficzny „Kardiomed”. Zdaniem Centrum, druga firma zarejestrowała domeny internetowe kardiomed.pl oraz kardiomed.com.pl faktycznie na rzecz zakładu opieki zdrowotnej, co potwierdziła nazwa jednego z właścicieli spornych domen.

W ocenie Centrum, druga firma posługiwała się domenami dla oznaczenia działalności pokrywającej się z działalnością Centrum, a występowanie pod tą samą nazwą dwóch różnych firm jest mylące dla klientów. Dodatkowo sytuację skomplikował fakt, iż druga firma zgłosiła znaki słowny „Kardiomed” i słowno-graficzny „Kardiomed” do ochrony w UP RP w innej klasie. W 2004 r. decyzją UP RP udzielono prawa ochronnego na znak słowno-graficzny „Kardiomed” na rzecz drugiej firmy. Sąd musiał ocenić czy posługiwanie się przez drugą firmę zarejestrowanymi uprzednio domenami kardiomed.com.pl oraz kardiomed.pl, które są jednocześnie chronionymi na rzecz dwóch stron sporu, choć w różnym zakresie, znakami towarowymi oraz nazwami handlowymi - narusza prawa Centrum. Sąd orzekł, iż zostały naruszone prawa Centrum [21].

#### **mBank.eu**

mBank, żeby korzystać z domeny z sufiksem .eu musiał wnieść pozew do Sądu Arbitrażowego w Pradze. Pozwany, przedsiębiorstwo „MAXINET”, profesjonalnie i zawodowo zajmujące się pośrednictwem i wyceną w handlu domenami, zarejestrowało

domenę mbank.eu oraz kilka innych domen jak rmffm.eu, wyborowa.eu, wprost.eu. Z okoliczności towarzyszących rejestracji można wnioskować, że domena została zarejestrowana w celu jej sprzedaży lub wynajęcia. Przytoczone fragmenty korespondencji pomiędzy mBank a „MAXINET” dowodzą, że firma była zainteresowana sprzedażą spornej domeny. Z faktu rejestracji innych domen wynika, że firma rejestruje we własnym imieniu domeny znanych przedsiębiorstw, żądając następnie za nie opłat znacznie większych niż koszt ich zakupu. Sąd w wyniku braku odpowiedzi pozwanego na pozew zdecydował o transferze domeny [22].

## **9. Zamówienie domeny**

Zamawiając nazwę domeny internetowej należy przestrzegać kilku zasad, żeby ustrzec się w przyszłości przed jej utratą. Udokumentowane przypadki świadczą o istnieniu konkurencji, która tylko czeka, aby przechwycić domenę. Przede wszystkim należy się upewnić czy operator świadczący usługę rejestracji domen jest wiarygodny oraz jaką pozycję ma na rynku. Sprawdzić czy posiada regulamin świadczenia usługi i na ile przed terminem wygaśnięcia rejestracji, operator o tym poinformuje i w jaki sposób [23].

Podczas składania zamówienia trzeba zadbać, aby adres kontaktowy klienta w panelu zarządzania domeną był aktualny, a dane abonenta i korespondencji prawidłowe. W trakcie większości operacji wykonywanych na domenie, takich jak jej transfer, zmiana danych abonenta lub cesja, operator wysyła informację o zdarzeniu na adres e-mail abonenta. Zazwyczaj na 30 dni przed terminem wygaśnięcia rejestracji operator domeny wysyła o tym przypomnienie na podany adres e-mail. Po zarejestrowaniu domeny należy koniecznie sprawdzić w bazie WHOIS, czy dane abonenta i jego adres e-mail są prawidłowe i zgodne z podanymi. Jeżeli nie, należy interweniować u operatora. Baza WHOIS jest dostępna prawie u wszystkich operatorów rejestrujących domeny. Są w niej widoczne dane abonentów osób prawnych i fizycznych, z wyjątkiem osób fizycznych, które nie wyraziły zgody na opublikowanie swoich danych osobowych. Przed wygaśnięciem rejestracji domeny operator wysyła informacje o braku potwierdzenia wpłaty na kolejny okres ważności. W przypadku nieopłacenia kolejnego okresu, domena zostanie automatycznie zablokowana przez system NASK w dniu jej wygaśnięcia. Zatem należy zadbać o terminowe uregulowanie płatności, z uwzględnieniem opóźnień w przesyłach bankowych.

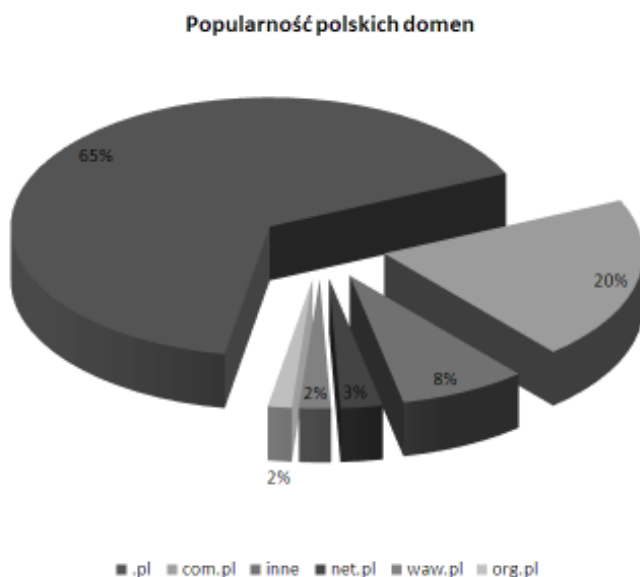
NASK oferuje usługę „opcji na domenę”, polegającą na zarezerwowaniu możliwości rejestracji domeny, która obecnie jest zarejestrowana. W momencie zwolnienia domeny, zostanie ona automatycznie zarezerwowana na rzecz nowego klienta, który posiada na nią opcję. Zamówienie usługi opcji na domenę w NASK powoduje monitorowanie jej przez okres 3 lat.

## **10. Rynek domen**

Rynek usług domenowych rozwija się głównie dzięki małym i średnim firmom. Rejestrują one nie tylko domeny związane z nazwą firmy, ale coraz częściej również nazwy produktów, usług i branż, w których działają. Globalna sieć oferuje przedsiębiorcom nowe możliwości w zakresie handlu, promocji i komunikacji. Lokalne firmy inwestują w swoje internetowe tożsamości, by zdobywać nowych klientów i móc utrzymać dotychczasowych.

Wartość całego rynku domen internetowych w Polsce szacuje się na 40-50 mln złotych. Składają się na to rejestracje i odnowienia domen polskich, międzynarodowych

i globalnych. Szacuje się, że tempo rozwoju tego segmentu rynku w najbliższych 5 latach będzie co roku rosło o 30-40 procent, a motorem napędowym będą małe i średnie firmy. Względem największych europejskich krajów polskie przedsiębiorstwa mają jeszcze wiele do nadrobienia. W Internecie funkcjonuje łącznie nieco ponad 740 tys. [24] domen z sufiksem .pl, dla porównania Niemcy zarejestrowali już ponad 11 mln adresów z sufiksem .de [25].



Rys. 1. Popularność polskich domen, źródło <http://www.dns.pl/zonstats.html> z dnia 13.11.2007

W pierwszym roku istnienia domeny .eu wnioski o zarejestrowanie adresu internetowego napłynęły od obywateli i przedsiębiorstw ze wszystkich 27 państw członkowskich. Największym zainteresowaniem cieszyły się w Niemczech (ponad 765 tysięcy domen tj. 31 proc.), Wielkiej Brytanii (ponad 418 tysięcy domen tj. 17 proc.) i Holandii (ponad 318 tysięcy domen tj. 12 proc.). W Polsce domena została nabyta przez ponad 82 tys. Polaków co daje jej w rankingach 8 miejsce. W najbardziej gorącym okresie, w kwietniu 2006 roku w ciągu każdej sekundy rejestrowano 76 nazw. Bardzo wysoki jest również stopień faktycznego wykorzystania zarejestrowanych domen. Obecnie wynosi on blisko 80%, co oznacza, że około dwóch milionów adresów prowadzi do istniejącej strony internetowej lub serwera pocztowego.

Jak informują rejestratorzy, po roku od pierwszej rejestracji dosyć duża liczba klientów zdecydowała się na przedłużenie prawa do domeny na kolejny okres abonamentowy. Z pewnością miały na to wpływ nie tylko prestiż posiadania takiego adresu, ale także obniżka ceny przedłużenia, która jest teraz niższa chociażby od przedłużenia domeny polskiej. Popularność domen .eu wśród Polaków można także potwierdzić poprzez konfrontację ze statystykami dotyczącymi domen z sufiksem .pl. Tych ostatnich jest już w Polsce ponad 740 tys. ale rejestrowane są od ponad 11 lat. Tymczasem w ciągu jednego tylko roku Polacy zakupili ponad 80 tys. domen .eu.



Po adresy .eu coraz częściej sięgają znane marki, poczynając od AirFrance (www.airfrance.eu), przez Versace (www.versace.eu), Dexię (ww.dexia.eu), Illy (www.illy.eu) po Milkę (www.milka.eu) i Greenpeace (www.greenpeace.eu). Domenę .eu zaczęło wykorzystywać w swoich kampaniach reklamowych również kilka pozaeuropejskich przedsiębiorstw silnie obecnych na europejskim rynku, w tym Lexus i Sony.



Rys. 2. Dynamika przyrostu polskich domen w latach 2002-2007

Czas pokazał, że liczba podmiotów aktywnie korzystających z domeny .eu się zwiększa. Aż 64% Europejczyków jest już świadomych istnienia wspólnej domeny .eu. Na to jednak, aby domena .eu miała podobne znaczenie jak ma domena .com na świecie, czy też domeny poszczególnych krajów (domena .pl w Polsce), trzeba jeszcze będzie jeszcze poczekać.

## 11. Podsumowanie

Dostęp do domen dla wielu przedsiębiorstw ma kluczowe znaczenie, ponieważ to narzędzie stanowi czynnik budowy renomy organizacji i marki produktu. Głównym problemem w wykorzystywaniu domen są nieprecyzyjne przepisy. Nie odnoszą się one wprost do nazw domen internetowych i dlatego są dowolnie interpretowane. Utrata domeny powoduje, że wszelkie działania promocyjne z jej wykorzystaniem prowadzone do tej pory, tracą jakiegokolwiek znaczenie dla poprzedniego właściciela. Jedynie mogą zacząć przynosić korzyści konkurencji, która tylko czeka aż nieświadomy właściciel odda ją dobrowolnie lub na drodze sądowej.

## Literatura

1. Maciejowski T.: Narzędzia skutecznej promocji w Internecie, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2003, s.74
2. Godniak M., Roszkowski M.: Domena internetowa firmy jako źródło informacji biznesowych, [W:] Informacja - dobra lub zła nowina, monografia Szewczyk A. (red), Szczecin 2004, s.185-191
3. <http://www.infoeu.pl/pages/domeny/o-domenie-.eu.php>
4. <http://www.eurid.eu/>
5. <http://www.dns.pl/regulaminy.html>
6. <http://www.adreu.eurid.eu>
7. The World Intellectual Property Organization Arbitration and Mediation Centem, <http://www.wipo.int>
8. Jaraszek A.: Oszuści rejestrują znane domeny internetowe, „Gazeta Prawna” 18.08.2006 r., nr 160 (1778).
9. Por. <http://malysz.pl>, <http://gilowska.pl>
10. Powolny start platformy N, „Gazeta Wyborcza” 13.10.2006 r., s. 29.
11. Zdonek D.: Kryteria wyboru domeny internetowej przedsiębiorstwa, [W:] Systemy Wspomagania Organizacji SWO’2003, Porębska-Miąc T., Sroka H. (red.), Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Katowice 2003, s. 219-225.
12. Smycz M.: Naruszenia znaków odróżniających w Internecie, [W:] Podrecki P. (red.), Prawo Internetu, Warszawa 2004.
13. Godniak M., Roszkowski M.: Domena internetowa firmy jako źródło informacji biznesowych, op.cit..., s.185-191.
14. Szpringer W.: Prowadzenie działalności gospodarczej w Internecie, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2005, s. 58.
15. <http://www.dns.pl/zasady.html>
16. Jaraszek A.: Oszuści rejestrują znane domeny internetowe, „Gazeta Prawna” 18.08.2006 r., nr 160 (1778).
17. <http://www.piiit.org.pl>
18. Por. decyzję z dnia 22 lipca 2005 r. Sądu Polubownego ds. Domen Internetowych przy Polskiej Izbie Informatyki i Telekomunikacji, Sygn. akt 12/05/PA.
19. Por. decyzję S.P. z dnia 20 września 2005 r. Sygn. akt 11/05/PA.
20. Por. decyzję S.P. z dnia 23 marca 2006 r. Sygn. akt 22/05/PA.
21. Por. decyzję S.P. z dnia 27 lutego 2006 r. Sygn. akt 53/05/PA.
22. Centrum ADR do Rozstrzygania Sporów o Domeny .eu przy Sądzie Arbitrażowym, Sygn. akt 03469.
23. Frontczak T.: Marketing internetowy w wyszukiwarkach, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2006.
24. <http://www.dns.pl/zonestats.html>, 13.11.2007 r.
25. Kuśmierz M.: Polskie domeny internetowe są najpopularniejsze, „Gazeta Prawna” 3.08.2006 r., nr 150 (1768).
26. <http://di.com.pl/news/16288,1.html>

Mgr Artur STRZELECKI

Mgr Tomasz PIESIUR

Katedra Informatyki, Akademia Ekonomiczna w Katowicach

40-226 Katowice, ul. Bogucicka 3

tel./fax.: (0-32) 257 72 77

e-mail: [strzelecki@ae.katowice.pl](mailto:strzelecki@ae.katowice.pl), [tomek\\_p@ae.katowice.pl](mailto:tomek_p@ae.katowice.pl)