

ПРАВОВАЯ ОХРАНА ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ В СЕТИ INTERNET

Развитие современных технологий и в частности Интернета, привело к тому, что многие субъекты хозяйствования начинают активно использовать собственный веб-сайт, который является важным средством маркетинга, а также предоставляет возможность непосредственно осуществлять торговлю через Интернет. Обычай делового оборота в сети Интернет показал, что большинство организаций или компаний называют свой ресурс по аналогии со своей торговой маркой или своим фирменным наименованием и представлены в Интернете доменами второго уровня.

Освоение Интернета политиками вызвало волну активности в среде так называемых киберсквоттеров. Киберсквоттером называют персону или организацию, которая одновременно регистрирует большое количество доменных имен, после чего они не используются или выставляются на продажу.

Суть киберсквоттинга заключается в недобросовестной регистрации имен, совпадающих с известными товарными знаками, знаками обслуживания и в последующем предложении приобрести их за более высокую цену. Киберсквоттером также может являться инвестиционная компания, заблаговременно зарегистрировавшая большое количество доменов для будущих проектов, или же нечестный хостинг-провайдер, юридически оформляющий себя владельцем клиентских доменов.

Жертвами доменного пиратства уже были крупные международные компании, неправительственные организации и известные в мире люди. В частности, споры возникали вокруг таких доменов как *mcdonalds.com*, *umbro.com*, *Madonna.com*, *juliaroberts.com* и др.

В мировой практике урегулирования проблемы соотношения доменных имен и товарных знаков постепенно получает всеобщее признание правило, что не всегда использование в названии домена буквенного обозначения, совпадающего с неким товарным знаком, можно признать нарушением прав владельца товарного знака.

Доказательствами недобросовестности регистрации доменного имени могут служить обстоятельства, указывающие на то, что:

- ответчик зарегистрировал или приобрел доменное имя главным образом с целью продажи, сдачи в аренду или передачи иным образом заявителю, который является владельцем товарного знака или знака обслуживания, за деньги или иные ценности, превышающие подтвержденные расходы ответчика, прямо относящиеся к доменному имени;

- ответчик зарегистрировал доменное имя, чтобы помешать владельцу товарного знака или знака обслуживания отразить знак в соответствующем доменном имени, при условии, что ответчик следовал такой модели поведения;
- ответчик зарегистрировал доменное имя, главным образом, в целях помешать деятельности конкурента;
- используя доменное имя, ответчик намеренно пытался привлечь, с коммерческой целью, пользователей Интернет к своему интернет-ресурсу, создавая возможность того, что принадлежащий заявителю знак будет воспринят как имеющий отношение к источнику существования, финансирования, организационной принадлежности или одобрению ресурса ответчика или продукции или услуги, предоставляемой через ресурс ответчика.

Несмотря на то, что вопросы правомерного использования доменных имен и их соотношения с товарными знаками обсуждаются во всем мире, в Беларуси подобных законодательных инициатив пока не выдвигалось. Государственный центр безопасности информации утверждает, что случаев регистрации большого количества доменных имен одной организацией замечено не было. Максимально регистрировалось 15 имен. Именно столько словесных сочетаний выкупила Deutsche Telekom, чтобы пользователь, набрав различные комбинации слов, мог попасть на ее страницу. Можно провести аналогию с порталом TUT.BY, руководство которого выкупило как домен www.tut.by, так и www.tyt.by, - в связи с разночтением имени и для удобства пользователей. Ограничений при регистрации доменных имен отдельной организацией не существует. Однако в ГЦБИ действуют правила, согласно которым при регистрации доменного имени необходимо предоставить документы, которые подтверждают факт государственной регистрации предприятия и товарного знака. Непосредственно отслеживанием реального наполнения выкупленного имени данное компетентное ведомство не занимается, поскольку киберсквоттеры в Беларуси пока не создают реальной угрозы для владельцев товарных знаков.

Черноштан Ж.
БРИ (Рига)

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ В СФЕРЕ ПРИВАТНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Быстрый рост числа негосударственных учебных заведений за последнее десятилетие и становление системы частного образования актуализировали проблему создания эффективной системы управления отраслью. В образовании все более весомым становится научно обоснованный подход к организации управления.

Современный экстенсивный путь развития высшего образования в очень скором времени перейдет в фазу интенсивного развития в результате обострения конкуренции. Качество образования и сервис образовательных услуг станут основными факторами предпочтений абитуриентов, конкурентноспособности вузов и их выпускников.