

تقرير دينيس كارلتون
بشأن آلية منظمة ICANN المقترحة
تقديم نطاقات gTLD الجديدة

5 يونيو 2009

أولاً: مقدمة

أ. المؤهلات

1. أنا كاثرين دوساك ميلر بروفيسر علم الاقتصاد بجامعة شيكاغو بوث سكول للأعمال التجارية. وقد حصلت على درجة البكالوريوس في الرياضيات التطبيقية والاقتصاد من جامعة هارفارد، ورسالة الماجستير في بحث العمليات، وعلى الدكتوراه في الاقتصاد من معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا. وقد عملت في كليات الحقوق وقسم الاقتصاد في جامعة شيكاغو وقسم الاقتصاد في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا.
2. وأنا متخصصة في اقتصاديات التنظيم الصناعي، وهي دراسة الأسواق الفردية، بما يتضمن دراسة المسائل التنظيمية ومنع الاحتكار. وقد شاركت في تأليف كتاب التنظيم الصناعي الحديث وهو أحد الكتابات الرائدة في مجال التنظيم الصناعي، كما نشرت العديد من المقالات في المجلات والكتب الجامعية. علاوة على ذلك، فأنا رئيس تحرير مشارك في مجلة القانون والاقتصاد وهي مجلة رائدة تنشر أبحاثاً تطبق تحليلات اقتصادية على التنظيم الصناعي والأمور القانونية، وأعمل، أو عملت، رئيس تحرير للعديد من المجلات المدرسية.
3. وعلاوة على خبرتي الجامعية، فأنا مدير إداري أول في شركة Compass Lexecon، وهي شركة استشارية متخصصة في تطبيق الاقتصاد على الأمور القانونية والتنظيمية. وفي الفترة من أكتوبر 2006 وحتى يناير 2008، عملت في منصب النائب الأول للنائب العام للتحليل الاقتصادي، قسم منع الاحتكار، بوزارة العدل الأمريكية، وهو أكبر منصب شغله متخصص في الاقتصاد بقسم منع الاحتكار. وعملت كذلك في منصب مفوض لجنة تحديث منع الاحتكار التي أسسها الكونجرس (مجلس الشيوخ) الأمريكي في 2002 لتقييم قوانين منع الاحتكار بالولايات المتحدة. وقدمت شهادة خبرة أمام العديد من المحاكم الحكومية والاتحادية، والكونجرس (مجلس الشيوخ) الأمريكي، والعديد من الوكالات التنظيمية الحكومية والاتحادية، والمحاكم الأجنبية، وعملت مستشارة لعدة وكالات حكومية بما فيها وزارة العدل ولجنة التجارة الاتحادية. وسيرتي الذاتية مرفقة كملحق 1 بهذا التقرير.

4. طلبت مني منظمة ICANN تحليل تقديم المنظمة المتوقع لأسماء النطاقات العامة على المستوى الأعلى (gTLD) الجديدة من منظور اقتصادي، وتحديد وتناول الفوائد والتكاليف المرتبطة بعرض المنظمة. وللقيام بهذا، على أن أقوم بتقييم العديد من الاهتمامات التي أثارها قسم منع الاحتكار بوزارة العدل الأمريكية (DOJ)، ووكالة المعلومات والاتصالات الوطنية (NTIA) بوزارة التجارة الأمريكية، وتعليقات الأطراف الخارجية المقدمة إلى منظمة ICANN سواءً ردًا على عرضها بتقديم نطاقات gTLD الجديدة أو ردًا على تقريرَي المبدئيين السابقين.¹ وفيما يتصل بهذا التحليل، فإنني أتناول أيضًا ما إذا كانت الحدود القصوى للأسعار التي تحدد الأسعار والزيادات المستقبلية في الأسعار التي تفرضها شركات تسجيل نطاقات gTLD الجديدة ستكون ضرورية لتحقيق الفوائد التنافسية المحتملة لنطاقات gTLD الجديدة أم لا.

5. يضم هذا التقرير ويحدّث تقريرَي المبدئيين اللذين تناولا آلية منظمة ICANN المقترحة لتقديم نطاقات gTLD الجديدة.² كما يتناول هذا التقرير بشكل جزئي بعض التعليقات المقدمة ردًا على تقريرَي المبدئيين.

ب. نظرة عامة وملخص

6. إنني أرى أن إطار عمل منظمة ICANN المقترح لتقديم نطاقات gTLD الجديدة يحتمل أن يسهّل الدخول إلى نطاقات gTLD الرئيسية ويخلق تنافسًا جديدًا معها وهذه النطاقات مثل .net، .com، و .org. ومثل الإجراءات الأخرى التي تزيل القيود المتكلفة على الدخول، فالتأثير المحتمل لعرض منظمة ICANN هو زيادة النتائج وتخفيض السعر، وزيادة الابتكار. وهذه الاستنتاجات مبنية على المبادئ الأساسية التي تقضي بأن المنافسة تعزز رفاهية المستهلك وأن القيود على الدخول تعيق المنافسة.

7. لقد عبرت وزارة العدل الأمريكية (DOJ)، ووكالة المعلومات والاتصالات الوطنية (NTIA)، وعدد من الأطراف الأخرى عن اهتمامات بأن تقديم نطاقات gTLD الجديدة يمكن أن يضر برفاهية المستهلك من خلال إحداث إرباك بين المستهلكين وفرض تكاليف على مالكي العلامات التجارية من خلال فرض تسجيلات

¹ انظر الخطابات من ديورا إيه جازا إلى ميريديث إيه باركر بتاريخ 3 ديسمبر 2008 ("خطاب وزارة العدل") ومن ميريديث إيه باركر إلى بيتر دينجات تراش بتاريخ 18 ديسمبر 2008 ("خطاب وكالة المعلومات والاتصالات الوطنية") ويطلب خطاب وكالة المعلومات والاتصالات الوطنية أيضًا معلومات حول تأثير نطاقات gTLD الجديدة على استقرار وأمان نظام أسماء النطاقات، وهو ما لم يتم تناوله في هذا التقرير. (http://www.ntia.doc.gov/reportsarchive_2007_2008.html) للاطلاع على التعليقات التي استلمتها منظمة ICANN انظر http://forum.icann.org/lists/competition-pricing-prelim and http://forum.icann.org/lists/gtld-guide

² تقرير دينيس كارلتون المبدئي بشأن تأثير نطاقات gTLD الجديدة على رفاهية المستهلك، مارس 2009، وتحليل دينيس كارلتون المبدئي بشأن الحدود القصوى للأسعار بالنسبة لشركات تسجيل الإنترنت الخاصة بنطاقات gTLD الجديدة، مارس 2009.

"دفاعية" غير فعالة لأسماء النطاقات في نطاقات gTLD الجديدة. وبينما يعزز الدخول بصفة عامة رفاهية المستهلك، يجب كذلك الوضع في الاعتبار حقوق الملكية التي تحمي استثمارات الشركات في إنشاء سمعة واسم للعلامة. فإذا لم تتم حماية حقوق الملكية تلك، فسيكون لدى المنافسين دافع "للاستفادة" على حساب السمعة التي ينشئها المنافسون من خلال تقليد العلامات التجارية أو تبني علامات مشتبهة جدًا وبذلك يحتمل إحداث إرباك للمستهلك. وفي غياب الآليات البديلة لحماية العلامات التجارية، يمكن أن يفرض التوسع في عدد نطاقات gTLD تكاليف على مالكي العلامات التجارية من خلال خلق حافز لهم لإجراء تسجيلات "دفاعية" لا تخدم أي غرض سوى حماية ملكيتهم الفكرية.

8. هذه الإمكانية، وهذا الضرر الناجم في رفاهية المستهلك، معترف بهما من قبل قانون العلامات التجارية الموجودة وفي التحليلات الاقتصادية للملكية الفكرية. ولكن إلى الحد الذي يسبب فيه تقديم نطاقات gTLD الجديدة اهتمامات بشأن الملكية الفكرية، يمكن تناوله من خلال آليات حل النزاع الموجودة والتعديلات المصممة بشكل سليم لإجراءات منظمة ICANN الخاصة بحماية الملكية الفكرية. وفي ظل توافر هذه الآليات البديلة لحل النزاعات المتعلقة بالعلامات التجارية، فإن العلاج القاسي بتقييد الدخول سيكون من المحتمل أن يضر برفاهية المستهلك مقارنة بالأساليب القائمة على هذه البدائل.

9. تقترح وزارة العدل الأمريكية (DOJ)، ووكالة المعلومات والاتصالات الدولية (NTIA) كما يقترح معلقون آخرون أنه يجب تأخير الدعوى ضد عرض منظمة ICANN حتى تكمل المنظمة الدراسة الاقتصادية التي قامت بترخيصها في 2006 لدراسة ما إذا كانت السوق هي سوقًا اقتصادية واحدة أو كان كل نطاق من نطاقات TLD يعمل كسوق منفصلة. وبينما يبقى هذا سؤالًا شيقًا يستحق التحليل، لا يعتمد تقييم تأثير عرض منظمة ICANN الخاص بنطاقات gTLD على رفاهية المستهلك على إجابة هذا السؤال. في الواقع، حتى إذا لم تكن نطاقات gTLD الجديدة متنافسة مع .com وغيره من نطاقات TLD الرئيسية للمسجلين الموجودين، فإنه من المحتمل ألا يدرك المستهلكون، مع ذلك، الفوائد الهامة من نطاقات gTLD الجديدة بفضل المنافسة المتزايدة مع المسجلين الجدد والابتكار المتزايد الذي يحتمل أن يتم تعزيزه من خلال الدخول.

10. إنني أستنتج أيضًا أن الحدود القصوى للأسعار أو أسقف الأسعار التي يفرضها مشغلو شركات التسجيل الخاصة بنطاقات gTLD الجديدة غير ضرورية لضمان استفادة المستهلكين من نطاقات gTLD الجديدة. يرى المؤيدون للحدود القصوى للأسعار حدود الأسعار الخاصة بتسجيلات نطاقات gTLD الجديدة ضرورية لأنه

يمكن فرض رسوم مرتفعة على مالكي العلامات التجارية لحماية علاماتهم التجارية بسبب الاهتمامات الخاصة بأن مسجلي عدد قليل من نطاقات gTLD الجديدة يمكن أن يواجهوا أسعاراً مرتفعة بفضل تكاليفهم العالية الخاصة بتحويلهم إلى شركات تسجيل أخرى.

11. ومع ذلك، فإن قدرة منظمة ICANN على حماية مالكي العلامات التجارية من خلال آليات حل النزاع الموجودة والتعديلات المصممة بشكل سليم لإجراءات منظمة ICANN الخاصة بحماية الملكية الفكرية تلحق إلى أن تلك الحدود القصوى للأسعار غير ضرورية لحماية مالكي العلامات التجارية. وعلاوة على ذلك، فحقيقة أن المسجلين لعدد قليل من نطاقات gTLD الجديدة يواجهون تكاليف تحويل لا تقدم أساساً منطقياً لفرض الحدود القصوى للأسعار. وستواجه الأسعار التي تفرضها نطاقات gTLD الجديدة منافسة من شركات التسجيل الموجودة والداخلين الآخرين، ويواجه مشغلو شركات التسجيل الخاصة بنطاقات gTLD الجديدة، التي تحاول تحيّن الفرص من خلال الزيادة المتصاعدة للأسعار، خطر الإضرار بسمعتهم وخسارة العملاء المستقبليين. علاوة على ذلك، قد يمنع فرض الحدود القصوى للأسعار على نطاقات gTLD الجديدة تنمية قبول السوق لنطاقات gTLD الجديدة من خلال تحديد مرونة الأسعار الخاصة بالداخلين إلى شروط خدمات شركات التسجيل الجديدة دون إنتاج فائدة كبيرة لمسجلي نطاقات gTLD الجديدة.

ثانياً: خلفية عرض منظمة ICANN

أ. اقتصاديات نظام أسماء النطاقات

12. رغم تقديم عدة نطاقات gTLD جديدة في السنوات الأخيرة، تستمر الهيمنة على نشاط الإنترنت حالياً من قبل عدد صغير من شركات التسجيل. على سبيل المثال، يضم نطاق .com حالياً ما يزيد عن 80 مليون اسم نطاق مسجل، بينما يضم نطاقا .net و .org حوالي 12 مليون و 7 مليون اسم نطاق مسجل على التوالي.³ ورغم تقديم عدد ضئيل من نطاقات gTLD الجديدة في السنوات الأخيرة، إلا أنها حققت نجاحاً محدوداً فقط في جذب المسجلين ونشاط الإنترنت. على سبيل المثال، جذب كل من نطاقي .info و .biz المقدمين في 2001، حوالي 5 مليون و 2 مليون اسم نطاق على التوالي.⁴

³ التقارير الشهرية لمشغلي شركات تسجيل منظمة ICANN، يناير 2009. (<http://www.icann.org/en/tlds/monthly-reports/>)

⁴ المعرف

13. حاليًا، كافة الاتفاقيات بين منظمة ICANN وشركات التسجيل التي تشغل نطاقات gTLD غير مدعومة تتضمن حدودًا قصوى للأسعار وقيودًا على زيادات الأسعار المستقبلية المسموح بها والتي يمكن فرضها على المسجلين.⁵ يفرض المسجلون، في المقابل، أسعارًا على أصحاب السجلات لا تنظمها منظمة ICANN. ويتعامل المسجلون نموذجيًا مع شركات التسجيل المتعددة ويعرضون عددًا من الخدمات الإضافية على أصحاب السجلات مثل استضافة وتصميم مواقع الويب.

14. يواجه أصحاب السجلات الذين يشتركون في اسم نطاق إنترنت معين تكاليف عند تغيير شركات التسجيل لأن نطاق TLD هو مكون من اسم النطاق الذي لا يمكن، حسب تعريفه، ترحيله عبر شركات التسجيل. بمعنى، أنه إذا أراد صاحب السجل الذي يدير موقع الويب *cars.com* التحويل إلى شركة تسجيل *net* فإنه يجب أن يختار *cars.net* (إن كان متاحًا) أو يختار اسم نطاق *net* آخر. وقد تخلق تكاليف التحويل التي يواجهها أصحاب السجلات حوافز لشركات التسجيل والمسجلين لتحسين الفرص من خلال رفع الأسعار. ورغم ذلك، فالمنافسة المسبقة لجذب أصحاب سجلات جدد، وكذلك الضرر بسمعة شركة التسجيل و/أو المسجل تحدد قدرتهم على المشاركة في ذلك السلوك.

15. إن الزيادة في عدد نطاقات gTLD تزيد من عدد البدائل المتاحة للمستهلكين، وهكذا توفر احتمالية زيادة المنافسة، وتخفيض الأسعار، وزيادة النتائج. كما يقدم توافر نطاقات gTLD فرصًا متزايدة لشركات التسجيل والمسجلين لتنمية الخدمات الابتكارية أو نماذج العمل التي يمكن أن توفر فرصًا هامة لزيادة رفاهية المستهلك.

ب. إجراءات منظمة ICANN المقترحة لنشر نطاقات ICANN الجديدة

16. اقترحت منظمة ICANN إطار عمل لترخيص نطاقات ICANN الجديدة. وتفصل مسودة دليل منظمة ICANN المساعد لمقدمي الطلبات المراحل المختلفة لعملية المراجعة الخاصة بالمنظمة والمتطلبات التي

⁵ انظر، على سبيل المثال، القسم 7.3 من اتفاقية شركات التسجيل الخاصة بنطاق *com* بين منظمة ICANN وشركة VeriSign، بتاريخ 1 مارس 2006. تحتوي نطاقات *.com*، *.biz*، *.info*، *.name*، *.net*، *.org*، *.pro* (gTLD) غير المدعومة على حدود قصوى للأسعار؛ بينما لا تحتوي كافة نطاقات *.aero*، *.asia*، *.cat*، *.coop*، *.jobs*، *.tel*، *.travel*، *.museum*، *.mobi*، التي تكون في أغلب الحالات أصغر من نطاقات gTLD غير المدعومة، على أية حدود قصوى للأسعار.

يجب تليبيتها من أجل الموافقة.⁶ وستقوم المنظمة بتقييم القدرات الفنية والمالية لمقدم الطلب، والتأثير المقترح لنطاق

gTLD على إرباك المستخدم، وآثار نطاق gTLD المقترح على استقرار الإنترنت.⁷

17. يمكن تقديم المعارضات على طلبات gTLD من قبل أطراف عدة بما في ذلك شركات تسجيل

نطاقات TLD الموجودة، ومقدمو الطلبات الآخرون، ومالكو حقوق الملكية الفكرية (مثل العلامات التجارية)

وغيرهم.⁸ ويمكن عمل المعارضات على عدد محدود من الأسس بما في ذلك إرباك السلسلة، والحقوق القانونية (مثل

انتهاك العلامة التجارية)، والأخلاق والنظام العام، ومعارضة المجتمع.

18. كما بدأت منظمة ICANN في عملية لتناول الاهتمامات الخاصة بمالكي العلامات التجارية فيما

يتعلق بتقديم نطاقات gTLD جديدة. وشكلت المنظمة فريق توصيات التنفيذ ("IRT") الذي أصدر تقريراً، تتم

مناقشته فيما يلي، يحتوي على توصيات تتعلق بآليات حماية العلامات التجارية الجديدة لتخفيف هذه الاهتمامات.

⁶ انظر منظمة ICANN، برنامج نطاقات gTLD الجديدة: الإصدار الثاني من مسودة الدليل المساعد لمقدمي الطلبات، 18 فبراير

2009، ("مسودة الدليل المساعد")، (<http://icann.org/en/topics/new-gtlds/comments-2-en.htm>).

⁷ مسودة الدليل المساعد، الصفحة 2-2.

⁸ يجب أن يدفع الطرف الذي يعترض على طلب ما رسوم إرسال النزاع، والتي يُتوقع أن تكون بين 1000 و5000 دولار. وفي غضون

ذلك، يمتلك مقدم الطلب 30 يوماً للرد (ودفع نفس الرسوم). ثم سيقوم كلا الطرفين بتقديم دفعة مقدمة لتغطية إجراءات حل النزاع، مع

استعادة المبلغ المدفوع للطرف الرابع (مسودة الدليل المساعد، صفحة 1-24 إلى 1-25).

ج. ملخص الاهتمامات الخاصة بعرض منظمة ICANN لتوسيع نطاقات gTLD.

19. عبرت وزارة العدل الأمريكية (DOJ) ووكالة المعلومات والاتصالات الوطنية (NTIA)

وأطراف أخرى غيرهما عن مخاوف تتعلق بأن تقديم نطاقات gTLD جديدة سيضر بالمستهلكين و/أو مالكي العلامات التجارية. وتعكس هذه التعليقات، الملخصة بالكامل، الرأي القائل بأن تقديم نطاقات gTLD جديدة سيضر بالمستهلكين (أصحاب السجلات) من خلال إحداث إرباك من فرض تكاليف باهظة على مالكي العلامات التجارية عن طريق إجبارهم على إنشاء تسجيلات "دفاعية" مع نطاقات gTLD الجديدة لحماية علاماتهم التجارية وأسماء النطاقات الموجودة. كما ادّعت تعليقات مقدمة من قبل وزارة العدل الأمريكية (DOJ) وأطراف أخرى أن تقديم نطاقات gTLD جديدة قد لا يؤدي إلى المنافسة الزائدة التي ستخفض الأسعار أو تحسّن الخدمة لأصحاب السجلات.⁹

20. على سبيل المثال، توضح جمعية المعلنين القوميين أن نطاقات gTLD الجديدة ستسبب في

"تكاليف أعلى لإدارة العلامة التجارية وخلق فرص جديدة للآخرين للانتهاك، والخداع، والمشاركة في الممارسات المضللة الأخرى. ونتيجة لذلك، سيتكبد مالكو العلامات التجارية والمستهلكون خسائر فادحة".¹⁰ وبالمثل، تستنتج

الغرفة التجارية الأمريكية أن "برنامج gTLD المقترح [...] سيُجبر الأعمال التجارية على استثمار ملايين الدولارات في تسجيلات نطاقات دفاعية ومنازعات [...]".¹¹ ويدّعي تقرير كيندي "أن التقديم المقترح لنطاقات gTLD الجديدة يمكن أن يتسبب في تكاليف إضافية باهظة وأعباء على الموارد".¹²

21. توضح وزارة العدل الأمريكية (DOJ) أن "الحاجة لشراء العديد من أصحاب السجلات لنطاقات

في العديد من نطاقات gTLD أو معظمها تسمح لكل مشغل شركة تسجيل gTLD بفرض تكاليف على أصحاب السجلات الذين يشترطون نطاقات لمجرد وجود نطاق gTLD. [...] وفي ضوء هذه التعريفات، نعتقد أن تقديم نطاقات gTLD جديدة وفقاً لطلب العرض (RFP) يمكن أن يفرض تكاليف تسجيل نطاق إضافية حقيقية على العديد

⁹ وتعبّر AT&T عن اهتمامات مشابهة في تقريرها الاقتصادي الذي صدر ردًا على تقريرَي المبدئين. انظر "تقييم تقارير منظمة ICANN المبدئية بشأن المنافسة والتسعير" الخاص بمايكل كيندي، 17 أبريل 2009 ("تقرير كيندي") المقدم نيابة عن AT&T. وإنني أعد تقريراً منفصلاً يتناول جوانب تقرير كيندي.

¹⁰ خطاب جمعية المعلنين القوميين (ANA)، صفحة 1. (<http://forum.icann.org/lists/gtld-guide/mail2.html>) "الخداع" هو "عملية احتيال حاسوبية يحاول فيها مرتكبوها الحصول على معلومات شخصية حساسة من خلال إرسال المستخدمين إلى مواقع ويب مزيفة ولكنها تبدو شرعية". (المصدر:

<http://onlinebusiness.about.com/od/onlinebusinessglossary/g/phishing.htm> الذي تم الدخول عليه في

17 فبراير 2008)

¹¹ خطاب الغرفة التجارية الأمريكية، صفحة 1. (<http://forum.icann.org/lists/gtld-guide/index.html>)

¹² تقرير كيندي، الصفحة 11.

من المستهلكين وأن العديد من مشغلي شركات تسجيل gTLD قد تكون لديهم سلطة السوق على أصحاب السجلات".¹³ كما يقترح تقرير كيندي تنظيم أسعار شركات التسجيل إذ يمكن أن تستخرج شركات تسجيل نطاقات gTLD الجديدة مدفوعات مرتفعة من مالكي العلامات التجارية لأن "التسجيلات الدفاعية أقل حساسية بكثير من التسجيلات الجديدة الأساسية".¹⁴

22. علاوة على ذلك، عبرت كل من وكالة NTIA ووزارة العدل الأمريكية عن اهتمامات تتعلق بعملية طلب ومراجعة منظمة ICANN المقترحة نفسها. وبسبب الاهتمامات المتعلقة بأنه حتى نطاقات gTLD تتمتع بسلطة السوق على أصحاب السجلات التابعين لها، توصي كل من NTIA ووزارة العدل الأمريكية منظمة ICANN باستخدام عطاءات تنافسية لتخصيص نطاقات TLD الجديدة، مع مقدمي الطلبات الذين يقدمون عروضاً تحدد الحد الأقصى للأسعار والزيادة المسموح بها في السعر.¹⁵ وتوصي وكالة NTIA ووزارة العدل الأمريكية كذلك منظمة ICANN، في الحالات التي قد لا تكون فيها المزايدات التنافسية فعالة، بدمج بنود مباشرة في اتفاقيتها مع شركات التسجيل، مثل قيود السعر أو متطلبات العقود طويلة الأجل مع المستخدمين، وذلك لمنع ممارسة سلطة السوق.¹⁶ وأخيراً، تقترح وزارة العدل الأمريكية أن تطلب منظمة ICANN مزاية تنافسية دورية لتجديد اتفاقيات مزودي الامتداد.¹⁷

ثالثاً: من المحتمل أن يستفيد المستهلكون من تقديم نطاقات GTLD الجديدة.

23. ركزت تعليقات وكالة NTIA، ووزارة العدل الأمريكية (DOJ)، وغيرهما بشكل صحيح على تأثير نطاقات gTLD الجديدة على رفاهية المستهلك، ولكني أعتقد أنهم لم يصبوا في استنتاجهم.¹⁸ يوضح هذا القسم، نظراً لتوافر الآليات البديلة لتناول الاهتمامات الخاصة بإرباك المستهلك والتسجيلات الدفاعية، وهو ما سنتم مناقشته فيما يلي، أن خطة منظمة ICANN لتقديم نطاقات gTLD جديدة ربما تُفيد المستهلكين من خلال تسهيل الدخول الذي سيكون متوقعاً لتقديم خدمات جديدة للمستهلكين وتخفيف سلطة السوق المرتبطة بنطاق .com وغيره من

¹³. خطاب وزارة العدل الأمريكية (DOJ)، صفحة 3.

¹⁴. تقرير كيندي، الصفحة 12.

¹⁵. خطاب وزارة العدل الأمريكية (DOJ)، صفحة 7، وخطاب NTIA صفحة 2.

¹⁶. إنني أتفهم أن الاتفاقية المقترحة الحالية بين منظمة ICANN وشركات تسجيل نطاقات gTLD الجديدة تحتوي على متطلبات خاصة بشركات التسجيل لعرض خيار تسجيل لمدة 10 سنوات لأصحاب السجلات.

¹⁷. خطاب وزارة العدل الأمريكية (DOJ)، صفحة 7، وخطاب NTIA صفحة 2.

¹⁸. خطاب وزارة العدل الأمريكية (DOJ)، صفحة 2. "...أسلوب منظمة ICANN العام لنطاقات gTLD الجديدة يجب أن تتم مراجعته لإعطاء اعتبار أكثر لمصالح المستهلك. يجب أن تزن منظمة ICANN بعناية الأضرار المحتملة للمستهلك مقابل الفوائد المحتملة له..."

نطاقات TLD الرئيسية لزيادة الابتكار. ونتيجة لذلك، فإن مقترح وكالة NTIA، ووزارة العدل الأمريكية (DOJ)، وغيرهما هو أن تأخير أو حتى إعاقة نشر نطاقات gTLD الجديدة ربما يكون غير متسق مع مصالح المستهلك. إنني أستنتج أن قيود النتائج تلك غير ضرورية وأنه يمكن تناول الاهتمامات التي تشجع هذه القيود دون اللجوء إلى قيود مشددة على الدخول، مما سيجمد، بالضرورة، عدد نطاقات TLD بعد أقل من خمسة عشر عامًا من التنمية التجارية الأولى للإنترنت.

أ. السياسات التي تعزز الدخول تساعد في تناول الاهتمامات الخاصة بسلطة السوق المرتبطة بنطاق *COM*، ونطاقات *TLD* الرئيسية الأخرى.

24. عبرت وزارة العدل الأمريكية (DOJ) وآخرون غيرها عن اهتمامات بأن نطاق *com* وغيره من نطاقات *gTLD* تتمتع بسلطة السوق.¹⁹ وإلى الحد الذي يتمتعون فيه بالسلطة، فإن عرض منظمة ICANN بتوسيع عدد نطاقات *TLD* المتاحة، رغم ذلك، يمكن أن يخدم في الحد من تلك الاهتمامات. وكما توضح إرشادات الاندماج الأفقي، يتسم الدخول بإمكانية "معارضة التأثيرات الدفاعية للاهتمام"²⁰. وبصفة عامة أكثر، معروف أن الدخول يلعب دورًا مركزيًا في الحفاظ على الأسواق التنافسية.²¹ ومن هنا، إلى الحد الذي يتمتع فيه نطاق *com* وغيره من نطاقات *TLD* بأية سلطة للسوق اليوم، يمكن أن يعمل توسيع عدد نطاقات *TLD* على تقييده في المستقبل.

25. تدعي وزارة العدل الأمريكية (DOJ) أنه "... من المستبعد أن يؤدي إنشاء نطاقات *gTLD* إضافية إلى تقييد ممارسة سلطة السوق من خلال نطاقات *TLD* الموجودة..."²² وتبدو وزارة العدل الأمريكية (DOJ)، رغم ذلك، تركز على تأثير نطاقات *TLD* على أصحاب السجلات الموجودين، وليس على تأثيرها على التنافس بالنسبة لأصحاب السجلات الجدد. فالوزارة تعتبر، على سبيل المثال، أن "تأثيرات الشبكة التي تجعل تسجيلات *com* ذات قيمة كبيرة للمستهلكين سيكون من الصعب بالنسبة لنطاقات *TLD* الأخرى التغلب عليها."²³ ومع ذلك، ستجذب أي سلطة للسوق مرتبطة بنطاق *com* داخلين بإستراتيجيات موضوعة حول جلب أصحاب سجلات جدد لنطاقات *gTLD* الجديدة. فتقييد الفرصة في التنافس على تلك الفوائد سيكون له تأثير، بالضرورة، على حماية فوائد شركة تسجيل *com* ومسجليها والاحتفاظ بها.

26. توضح النظرية الاقتصادية والدليل التجريبي أن التخلص من عوائق الدخول ربما يكون له عدد من التأثيرات المفيدة على رفاهية المستهلك، بما في ذلك تخفيض الأسعار، وتوسيع النتائج، وزيادة الابتكار. وفوائد الدخول هي مجموعة متزايدة من البدائل المتاحة للمستهلكين، وبشكل أكثر تعميمًا، المرونة المتزايدة في الطلب المقدم من قبل شركات موجودة مما يضع حافزًا لها لتخفيض الأسعار. ويتم تعزيز رفاهية المستهلك لأن تنوع الإنتاج يزيد من توسعات النتائج، مما يؤدي إلى زيادة في فائض المستهلك. وربما يساهم التحليل التجريبي لتأثير دخول نطاقات

¹⁹ انظر، على سبيل المثال، خطاب وزارة العدل الأمريكية (DOJ)، صفحة 3 وتقرير كيندي صفحة 17.

²⁰ إرشادات الاندماج الأفقي لوزارة العدل الأمريكية ولجنة التجارة الاتحادية، صفحة 25.

²¹ انظر كارلتون، التنظيم الصناعي الحديث، الطبعة الرابعة صفحة 77-82.

²² خطاب وزارة العدل الأمريكية (DOJ)، صفحة 1.

²³ خطاب وزارة العدل الأمريكية (DOJ)، صفحة 2.

gTLD الجديدة، مثل *info* و *biz*، على النتائج والتسعير في فهمنا لتأثيرات الدخول على رفاهية المستهلك، ولكن، كما هو موضح فيما يلي، حتى إذا أوضحت تلك الدراسة أن هذا الدخول لم يتسبب في تقليل تسجيلات *com* أو الرسوم، فلن يؤدي هذا إلى الاستنتاج الذي يقضي بأن الدخول غير مفيد.²⁴

27. تقترح وزارة العدل الأمريكية (DOJ) أن نطاقات gTLD الجديدة قد لا توفر منافسة حقيقية على *com* وغيره من نطاقات TLD الأخرى الموجودة، مما يضغط على وجود *com* وحقيقة أن أصحاب السجلات الموجودين يواجهون تكاليف باهظة من الانتقال إلى نطاق TLD آخر. وحتى إذا كانت هذه هي الحالة، فلا يمتد هذا المنطق إلى المنافسة بين *com* ونطاقات gTLD الأخرى لجذب أصحاب سجلات جدد. فالزيادة في عدد البدائل المتاحة لأصحاب السجلات الجدد توفر حافزاً لشركات التسجيل الخاصة بنطاقات gTLD الموجودة والجديدة لتخفيض الأسعار، وتحسين جودة الخدمة، وتقديم خدمات ابتكارية في تنافسهم على أصحاب سجلات جدد. لاحظ أن هذه الفائدة تبقى قائمة حتى إذا استمر تنظيم تسعير *com* من خلال الحدود العليا للأسعار لأن التنافس يحتوي على احتمالية تضمين شركات تسجيل نطاقات TLD المنظمة لتقليل الأسعار تحت هذه الحدود العليا وتطوير خدمات جديدة ومحسنة.

28. علاوة على ذلك، حتى إذا لم تؤثر نطاقات gTLD الجديدة على السعر الذي يفرضه *com* ونطاقات TLD الموجودة الأخرى، فسيظل الدخول ملائماً لزيادة رفاهية المستهلك، وهو ما يبدو أن وكالة NTIA، ووزارة العدل الأمريكية (DOJ) تتجاهله. عندما يقوم أصحاب السجلات بتحديد نطاق gTLD جديد بدلاً من آخر موجود، فإنهم يوضحون أنهم في حال أفضل بسبب التوسع في عدد البدائل المتاحة. بمعنى، أن التوسع في عدد البدائل المتاحة (بما في ذلك نطاقات TLD وأسماء المستوى الثاني) وحده هو في حد ذاته زيادة محتملة في رفاهية المستهلك.

29. كما يحتمل أن تعزز إزالة حواجز الدخول الابتكار. في غياب المنافسة عن نطاقات gTLD الجديدة، تواجه شركات التسجيل وأصحاب السجلات الذين يقدمون *com* وغيره من نطاقات الرئيسية حوافز محدودة لوضع تكنولوجيات جديدة و/أو خدمات محسنة قد تساعد في جذب عملاء جدد. ومع ذلك، سيتم تحفيز غياب القيود على نطاقات gTLD الجديدة، والداخلين الجدد المحتملين لوضع تقنيات وطرق جديدة كطريقة للتغلب على ميزة

²⁴ تحتفظ بالبيانات الخاصة بالتسجيلات والسعر اللازم لإجراء تلك الدراسة شركات التسجيل، وليس منظمة ICANN.

السبق لنطاق *.com*. ويعمل هذا، في المقابل، على زيادة حوافز الابتكار التي تواجهها شركات تسجيل *.com* وغيرها من شركات التسجيل الإلزامية عندما يكافحون لتسجيل أصحاب سجلات جدد.²⁵

30. يحتمل أن يتم تسهيل مجموعة من الابتكارات من خلال توسيع عدد نطاقات *.gTLD*. على سبيل

المثال:

- قد يطالب نطاق *.gTLD* المخصص لتقديم صناعة الخدمات المالية المسجلين بتوفير تعاملات تجارية آمنة. ولهذا يوفر الإسهاد المقدم باسم نطاق *.gTLD* معلومات ذات قيمة للمستهلكين الذين يرغبون في تعاملات تجارية آمنة عبر الإنترنت.
- قد يقدم نطاق *.gTLD* جديد أسماء نطاقات دولية حتى يمكن تقديم عنوان URL (مثل <http://www.google.com>) بلغة المنطقة، مما يسهل تزويد المنتجات من قبل المسجلين بخدمات متعددة اللغات.
- من المتوقع أن تركز نطاقات *.gTLD* الجديدة على خدمة الأسواق المستهدفة بشكل كبير مثل المستهلكين والمزودين لشركة معينة، بينما ربما تركز النطاقات الأخرى على خدمة عدد متنوع من المشتركين في منطقة جغرافية معينة.²⁶

31. كما تقترح هذه الأمثلة، يمكن تحقيق العديد من فوائد نطاقات *.gTLD* الجديدة حتى إذا كان نطاق

.gTLD الجديد لا ينافس أسعار نطاقات *.TLD* الحالية. على سبيل المثال، فإن التوسع في عدد نطاقات *.gTLD* التي زادت من الابتكار أو ببساطة قامت بزيادة اشتراكات الإنترنت واستخداماته يمكن أن يساعد على خلق تحسينات في رفاة المستهلك حتى إذا تم تشغيل نطاقات *.gTLD* الجديدة في الأسواق التي تكافح الاحتكار البعيدة عن نطاقات *.com*. وبالطبع يمكن تقليل ارتباك المستهلك المحتمل إلى الحد الأدنى بالحصول على نطاق *.gTLD* واحد فقط (*.com*)، ولكن من غير المحتمل أن ذلك سيكون لصالح المستهلك. ناقش هذا الموضوع بمزيد من التفاصيل أدناه.

32 عبرت DOJ عن شكوكها أن "بعض من نطاقات *.gTLD* الجديدة المتوقعة من قبل RFP يحتمل أن

تحصل على قوة السوق...²⁷ ولكن حتى إذا كان ذلك صحيحًا، فلا توفر هذه الحقيقة وحدها أساسًا لتقييد الدخول.

²⁵ انظر كارلتون وبيبرلوف، التنظيم الصناعي الحديث، الطبعة الرابعة صفحة 564.

²⁶ خطاب Connecting.NYC Inc إلى منظمة ICANN (<http://forum.icann.org/lists/gtld-guide/index.html>).

²⁷ خطاب DOJ، صفحة 1.

حتى إذا حصلت بعض نطاقات gTLD الجديدة على بعض من قوة السوق، فما يزال السماح بدخولها يعزز من رفاهية المستهلك مثل الدخول الذي ينتج عنه احتكار ثنائي بدلاً من الاحتكار الأحادي يعزز رفاهية المستهلك حتى إذا كان المحتكران لديهما قوة السوق. ولتوضيح هذه النقطة، تخيل صناعة ذات منتجات متعددة، كل منها له قوة السوق. فلا يصدق أن يرغب الجميع في تقييد الدخول إلى مثل هذه الصناعة معتمداً على النظرية أن الدخول سيفشل في إضعاف القوة التسويقية للمنتجات الحالية.

B. يحتمل أن تقييد نطاقات gTLD الجديدة المستهلكين حتى إذا كانت لا تتنافس مباشرة مع نطاقات **.COM**.

33. يمكن لنطاقات gTLD الجديدة أيضاً تعزيز رفاهية المستهلك عن طريق توفير معلومات لمستخدمي

الإنترنت والتي تسهل التنقل عبر الإنترنت، حتى إذا كانت نطاقات gTLD الجديدة لديها قابلية محدودة للإحلال بنطاقات **.com**. وهذا بسبب احتمالية أن نطاقات gTLD الجديدة سيتم تصميمها لخدمة احتياجات المستهلك التي لا تفي بها نطاقات **.com** جيداً. على سبيل المثال، ونظراً لأن أسماء النطاقات تحتوي على محتوى من المعلومات ذي قيمة للمستهلكين فإن بعض نطاقات gTLD الجديدة قد تسهل تنقل المستهلكين عبر الإنترنت والبحث بسرعة أكبر وتوجيههم مباشرة إلى مواقع الويب التي تحتوي على المحتوى المطلوب. على سبيل المثال، فإن نطاقات TLD الخاصة بشركة معينة (مثلاً، **Ford**) قد تسهل قدرة مستهلكي شركة Ford على الحصول على معلومات المنتج وأيضاً تفاعل الموزعين والوكلاء مع شركة Ford. وبالمثل، فإن نطاقات TLD العامة الجديدة، مثل **cars** قد تسهل قدرة المستهلكين للحصول على معلومات عامة حول السيارات وأيضاً القدرة على الوصول إلى مواقع الويب الخاصة بمصنعي السيارات والموزعين وأي مستهلك سيارات آخر يستخدم نطاق gTLD هذا لاستضافة مواقع الويب الخاصة بهم.

ج. تقييم اقتراح منظمة ICANN لا يتطلب دراسة تفصيلية لنطاق المنافسة بين نطاقات **TLD**.

34. كما ذكر أعلاه، رشح كل من DOJ و NTIA أنه يجب على منظمة ICANN تأجيل تقديم

نطاقات gTLD الجديدة حتى تدرس نطاق المنافسة بين نطاقات TLD مع الخطوات التي عرضها مجلس إدارة منظمة ICANN في عام 2006.²⁸ في ذلك الوقت، عرضت منظمة ICANN تحليل ما يلي، من بين أشياء أخرى:

²⁸. انظر خطاب DOJ، صفحة 6 وخطاب NTIA، صفحة 1.

(1) إذا كان كل نطاق TLD يعمل كسوق اقتصادية منفصلة، (2) تأثيرات تكاليف التحويل عند الانتقال من نطاق TLD إلى نطاق آخر، و(3) تأثير هيكل نطاق TLD الحالي على الأسعار عن طريق الداخلين.

35. بينما تمثل هذه الأمور مصالح اقتصادية، فإن تحليل هذه الأسئلة ليس ضروريًا لتقييم اقتراح نطاقات gTLD الخاص بمنظمة ICANN. حتى إذا كانت نطاقات .com (أو أي نطاق TLD آخر) يمارس قوة تسويقية اليوم، فليس هناك أساس لاستنتاج أن نطاقات gTLD الجديدة لا تعزز رفاهية المستهلك عن طريق إنشاء منتجات جديدة وتبني الإبداعات، ومن المحتمل أن تعزز المنافسة المستقبلية مع نطاقات .com ونطاقات TLD الأخرى. وبالإضافة إلى ذلك، فإن المخاوف المثارة بشأن ارتباك المستهلك والقرصنة الإلكترونية واحتمالية تحفيز نطاقات gTLD الجديدة للتسجيلات الدفاعية أيضًا تثير ما إذا كانت نطاقات TLD الحالية تشكل أسواقًا مميزة تخلو من الاحتكار أم أنها تم التفكير فيها بشكل مناسب لجعلها جزءًا من سوق أكثر اتساعًا.

دي المطالبة بإثبات خاص بالفوائد التنافسية قبل تحويل الدخول قد يضر برفاهية المستهلك.

36. الأطراف التي علقت على اقتراح منظمة ICANN، ومنهم DOJ وNTIA، يقترحون أنه بسبب وجود تكاليف محتملة مفروضة من قبل نطاقات gTLD الجديدة على أصحاب العلامات التجارية وآخرين، فإن الفوائد التنافسية الخاصة بنطاقات gTLD الجديدة يجب أن تثبت قبل أن تخول منظمة ICANN استخدامها.²⁹ على سبيل المثال، ذكرت NTIA أن "(1) ليس واضحًا هل تمت مناقشة مسألة الحد المتعلق بكون فوائد المستهلك تفوق التكاليف المحتملة وتحديدها أم لا."³⁰ هذا المنهج غير متوافق مع النظرة العامة الموضحة أعلاه أن الدخول يفيد المستهلك عن طريق توسيع المخرجات وتخفيض الأسعار.

37. تقييد قدرة منظمة ICANN على توسيع عدد نطاقات gTLD فعال اقتصاديًا فقط إذا كانت التكاليف من نطاقات gTLD الجديدة، التي تشمل على زيادة ارتباك المستهلك و/ أو تكاليف أعلى لمراقبة وحماية العلامات التجارية، تتجاوز الفوائد المحتملة للمستهلكين من نطاقات gTLD الجديدة، والتي يحتمل أن تشمل أسعارًا أقل لأسماء النطاقات، ومخرجات أكثر وإبداعًا أشمل وأعم. وكما ذكرنا أعلاه، يمكن تحقيق العديد من هذه الفوائد الخاصة

²⁹ انظر، مثلًا، خطاب DOJ، صفحة 2، وخطاب NTIA، صفحة 1، والتعليقات المقدمة من AT&T إلى منظمة ICANN، في الخامس عشر من ديسمبر 2008 (<http://forum.icann.org/lists/gtld-guide>).

³⁰ خطاب NTIA، صفحة 1.

بنطاقات gTLD الجديدة، ويمكن إدراك النطاقات المؤسسة عليها حتى إذا كانت نطاقات gTLD الجديدة لا تنافس نطاقات TLD الحالية.

38. ومع ذلك، يحتمل أن تؤدي مطالبة الداخلين بتبرير الدخول على أساس التكلفة / الفائدة إلى إلحاق الضرر الشديد بالمستهلك لأن الفائدة التنافسية الخاصة بوسائل أو تقنيات العمل الجديدة التي يتم تسهيلها بالدخول من الصعب التنبؤ بها بشكل مسبق. توضح المطبوعات الاقتصادية أن الإبداعات هي المصدر الرئيسي للنمو في إجمالي الناتج القومي ورفاهية المستهلك عبر الزمن. من الملاحظ أن روبرت سولو الذي حصل على جائزة نوبل عام 1987 في الاقتصاد نظراً لعمله على مصادر نمو الاقتصاد، ذكر في خطابه عند استلامه جائزة نوبل أن "معدل النمو... يعتمد بشكل كامل على معدل عملية التقنيات".³¹ واتباعاً لهذا التقليد، وفي كتابهما المعروف الإبداع والنمو في العالم الاقتصادي وصف جين جروسمان وإلهانان هيلمان الإبداع بأنه "محرك النمو على المدى البعيد".³²

39. ركزت المطبوعات الاقتصادية أيضاً على أن الإبداعات والمنتجات الجديدة تولد زيادة هائلة في رفاهية المستهلك، بينما السياسات المنتظمة التي تحد أو تؤخر من الدخول ونشر الإبداع يمكن أن تقلل من الرفاهية. وكجزء من أبحاثه المكثفة عن رفاهية المستهلك الناتجة عن المنتجات الجديدة، اكتشف جيرى هاوسمان أن "تقديم خدمات الهواتف الخلوية أدت إلى تحقيق نتائج إيجابية في رفاهية المستهلك بما يتجاوز الآن 25 بليون دولار أمريكي سنوياً، وأن تكلفة رفاهية المستهلك بسبب تأخير هذا التقديم لأسباب تشريعية قاربت من 100 بليون دولار أمريكي".³³ وفي كتابهما "اقتصاديات المنتجات الجديدة"، راجع كل من تيموثي بريزنهان وروبرت جوردون المطبوعات الاقتصادية واستنتجا أن "من الواضح أن المنتجات الجديدة هي في قلب التقدم الاقتصادي".³⁴ وفي وثيقته التي أصدرها عام 2002 حول حصيلة الرفاهية الناتجة عن تقديم الشاحنات الصغيرة، ذكر أميل بيترين أن "...ظهرت تطورات كبيرة في مستوى معيشة المستهلك ناتجة عن منافسة الشركات لبعضها بالسعي وراء المنتجات الجديدة التي تعطيها بعض القوة السوقية المؤقتة".³⁵

31 روبرت إم سولو، خطاب استلام جائزة نوبل، 8 ديسمبر 1987.

32 جين جروسمان وإلهانان هيلمان، 1993، الإبداع والنمو في العالم الاقتصادي، صفحة 18.

33 جيرى هاوسمان، 1998، "المنتجات الجديدة وفهارس الأسعار" موقع ويب NBER،

http://www.nber.org/reporter/fall98/hausman_fall98.html

34 تيموثي بريزنهان وروبرت جوردون، 1997 اقتصاديات المنتجات الجديدة، صفحة I.

35 أميل بيترين، 2002، "تحديد منافع المنتجات الجديدة: قضية الشاحنة الصغيرة"، جريدة الاقتصاد السياسي، صفحة 705.

40. كما يقترح ذلك، فإن القيود المفروضة على الدخول قد تعزز رفاهية المستهلك في ظل ظروف غير

عادية فقط. ومع ذلك، فإن فرض مثل هذه القيود قد يفيد المشاركين في السوق الحالية عن طريق الحد من منافسة الشركات التي تعرض خدمات مبتكرة ونماذج عمل جديدة. والإجراءات التي تحمي أي قوة تسويقية تمتلكها نطاقات *com* ونطاقات gTLD الأخرى من غير المحتمل أن تفيد المستهلكين.

رابعاً: الشكوك المثارة حول حماية العلامات التجارية لا تدعم القيود المفروضة على الدخول.

41. كما ذكرنا أعلاه، ناقشت DOJ وغيرها أن أصحاب العلامات التجارية سيديرون الحاجة إلى تسجيل

أسماء النطاقات مع شركات تسجيل نطاقات gTLD الجديدة لأغراض دفاعية فقط حتى يمكنهم تجنب التكاليف المرتبطة بالاستخدام غير المناسب من قبل الآخرين لعلاماتهم التجارية.³⁶ وذكرت DOJ وآخرون، بناءً على ذلك، أنه يجب وضع القيود على الدخول لأن هذه المنافسة قد تزيد من تكلفة أصحاب العلامات التجارية فيما يتعلق بحماية ملكيتهم الفكرية. ويظهر هذا القسم أن التكاليف المرتبطة بدفاع العلامات التجارية حقيقية، إلا أن هناك آليات أخرى متاحة بخلاف منع الدخول للتعامل مع هذه الشكوك ويمكن لهذه البدائل أن تحفظ فوائد المنافسة المتزايدة الناتجة عن الدخول.

أ. السبب الجوهري الاقتصادي لحماية العلامات التجارية لا يبرر تقييد الدخول الخاص بنطاقات GTLD الجديدة.

42. تساعد أسماء النطاقات في تقليل تكاليف البحث عن المعلومات المتاحة على الإنترنت ويختار

المسجلون أسماء النطاقات للمساعدة على جذب المستهلكين إلى مواقعهم.³⁷ وهكذا، يواجه المسجلون المخاوف بأن المواقع المشابهة فيما يتعلق بالأسماء قد تؤدي إلى حدوث ارتباك وترفع تكاليف البحث التي يواجهها المستهلكون، وتؤثر بالسلب على سمعة المسجل وتضر بقدرة المسجل على جذب المرور.

43. كما يقترح هذا الأمر، فإن الوظيفة الاقتصادية لأسماء النطاقات متعلقة بالوظيفة الاقتصادية للعلامات

التجارية، والتي تحمي أيضاً الملكية الفكرية لأصحاب العلامات التجارية عن طريق منع الارتباك الذي ينتج من قبل جهود المنافسين للتأثير بالسلب على سمعة أصحاب العلامات التجارية. وبالمثل، فإن المسجلين لديهم مصلحة معينة في حماية أسماء النطاقات الخاصة بهم من التقليد من قبل الآخرين الذين يحاولون استخدام العلامة التجارية المحمية أو العلامة التي تشبه علامة تجارية محمية بشكل مربك.

³⁶. انظر، مثلاً خطاب DOJ، صفحة 5.

³⁷. التطورات في محركات البحث يمكن أن توفر وسيلة قيمة يمكن أن يحدد المستهلكون ويجدون عن طريقها مواقع الويب.

44. وأثناء تحليل الوظيفة الاقتصادية الخاصة بالعلامات التجارية، أوضح كل من ويليام لاندس وريتشارد

بوزنر أن:

...العلامة التجارية هي كلمة أو رمز أو أي علامة مميزة أخرى تستخدم لتمييز منتج أو خدمة مقدمة من قبل شركة ما عن المنتجات والخدمات الخاصة بالشركات الأخرى. ولأداء وظيفتها المحددة، يجب ألا يتم تكرار العلامات التجارية أو الماركات. للسماح لصانع آخر للقهوة منزوعة الكافيين ببيع قهوته تحت اسم "سانكا" قد يدمر الفائدة من الاسم... وإذا لم يمنع القانون ذلك، فقد يؤثر هذا الانتحال بالسلب على رأس المال من المعلومات الرئيسية المخزنة في العلامة التجارية، وبالتالي قد يؤدي ذلك إلى عدم توافر الحافز لتطوير علامات تجارية في المقام الأول.³⁸

45. ولكن المصطلحات "العامة" لا يمكن جعلها علامات تجارية.³⁹ كما حدد كل من لاندس

وبوزنر " (أ) الاسم العام أو المصطلح العام بالتعريف هو ليس اسم علامة تجارية ولكن منتج كلي: مثل الطائرات

و 'الكمبيوتر'.⁴⁰ ونقص الحماية القانونية للمصطلحات العامة يتوافق مع مبادئ الفعالية الاقتصادية لأن منح

العلامات التجارية لهذه المصطلحات لشركة ما قد ينتج عنه زيادة تكاليف البحث من قبل المستهلكين ويعيق منافسة

الشركات الأخرى. كما أن منح الحماية القانونية للمصطلحات العامة لا يخدم أي هدف فيما يتعلق بحماية حوافز

الشركات للاستثمار في إنشاء سمعة وربط معلومات رئيسية بالمصطلح. كما أوضح كل من لاندس وبوزنر:

...إذا تم منح الحق الحصري لشركة معينة لاستخدام كلمة أو كلمات تحدد المنتج كله، لتمييزه عن علامة تجارية تتبع هذا المنتج، فستكون المنافسة مع الشركات التي تنتج نفس المنتج ضعيفة. وبالتالي، إذا لم يستطع مصنع معين لأجهزة الكمبيوتر الشخصية أن يستخدم المصطلح "كمبيوتر شخصي" أو "PC" في إعلاناته أو ملصقاته على الأجهزة لأن هناك شركة أخرى لها الحق الحصري لاستخدام هذه المصطلحات، فقد يضطر إلى وصف منتجته بأنه "آلة قادرة على فعل العمليات الكتابية والحسابات فائقة السرعة وأشكال التعامل الأخرى مع البيانات باستخدام وحدة عمليات مركزية: وما إلى ذلك... لأنه من الصعب ذكر جمل طويلة لأن الوصف الطويل لمعلومات الشركة أقل إقناعاً من الجمل القصيرة وهكذا سترتفع تكلفة البحث.⁴¹

46. يمكن أن تعتمد أسماء نطاقات الإنترنت على العلامات التجارية (مثلاً، *Ford.com*) والمصطلحات

العامة (*cars.com*)، وقد تشمل نطاقات gTLD الجديدة المسموح بها في ظل اقتراح منظمة ICANN كلا من

العلامات التجارية (*Ford.*) والمصطلحات العامة (*cars.*). ويثير التقييم الاقتصادي الخاص باقتراح منظمة

³⁸ دابليو لاندس وأر بوزنر، الهيكل الاقتصادي لقانون الملكية الفكرية، بيلكناب برس لصحافة جامعة هارفارد (2003)، صفحة.

168-166.

³⁹ لاندس وبوزنر، الفصل 7، صفحة 190، هناك استثناءات من هذا البيان العام. على سبيل المثال، يمكن أن يكون المصطلح عامًا بالارتباط مع بعض المنتجات (وبالتالي لا يكون محميًا)، ولكن يمكن أن يتحول إلى علامة تجارية عند استخدامه بالارتباط مع منتجات أخرى. على سبيل المثال، الكلمة "تفاحة" "apple" كلمة عامة تنطبق على التفاحة ولكن يمكن أن تتحول إلى علامة تجارية عندما تطبق على أجهزة الكمبيوتر.

⁴⁰ لاندس وبوزنر، صفحة 91-190.

⁴¹ لاندس وبوزنر، صفحة 175.

ICANN أمورًا بارزة فيما يتعلق بنطاقات gTLD التي تستخدم المصطلحات العامة والعلامات التجارية ويعكس المصالح التنافسية الخاصة بحماية الملكية الفكرية لأصحاب العلامات التجارية وتعزيز الاستخدام غير المقيد للمصطلحات العامة.

47. وتمتد حماية العلامات التجارية إلى أسماء النطاقات، ولذلك على سبيل المثال، تكون شركة Ford فقط لديها القدرة على استخدام أو منع الآخرين من استخدام أسماء النطاقات مثل *Ford.com*، وبالمثل، تكون لديها القدرة المفردة على تسجيل *Ford* كنطاق gTLD.⁴² وقد شرع الكونجرس قانون حماية المستهلك ضد القرصنة الإلكترونية عام 1999 لتوضيح دور العلامات التجارية في أسماء النطاقات ولمنع "القرصنة الإلكترونية"، (على سبيل المثال، محاولات الشركات للحصول على أسماء النطاقات بما في ذلك تلك التي تشتمل على علامات تجارية، بهدف إعادة بيعها إلى أصحاب العلامات التجارية). وقامت منظمة ICANN أيضًا بوضع آليات لحل النزاعات المثارة حول أسماء النطاقات التي تظهر حول نطاقات gTLD الحالية، على سبيل المثال، في عام 1999، قامت المنظمة بوضع سياسة حل النزاع الرسمية الخاصة بها عام 1999 والتي حددت الإجراءات المتبعة لحل النزاعات المتعلقة بأسماء النطاقات.⁴³ وكما هو موضح أدناه بمزيد من التفاصيل، بدأت منظمة ICANN أيضًا عملية للتعامل مع مخاوف أصحاب العلامات التجارية وتحسين آليات حل النزاعات حول استخدام العلامات التجارية في أسماء النطاقات.

48. ومع ذلك، تؤكد العديد من التعليقات حول اقتراح نطاق gTLD الخاص بمنظمة ICANN أن أصحاب العلامات التجارية مازالوا يبذلون الجهد لمراقبة الاستخدام غير المصرح به لعلاماتهم التجارية لفرض حقوق ملكيتهم. والعديد من أصحاب العلامات التجارية قلقون بشأن مطالبة تقديم نطاقات gTLD الجديدة لتكاليف إضافية متعلقة بمراقبة وفرض استخدام هذه العلامات التجارية، والتي تشمل الدخول في اشتراكات "دفاعية" لا تخدم هدف تحسين الكفاءة وتنفيذ فقط لحماية الملكية الفكرية لأصحاب العلامات التجارية.⁴⁴ وفي نفس الوقت، من المهم ملاحظة أن المسجلين الذين يستخدمون المصطلحات العامة في أسماء النطاقات لديهم أيضًا مصلحة خاصة لتقييد

⁴² قانون حماية المستهلك ضد القرصنة الإلكترونية، نوفمبر 1999.

⁴³ في ظل هذه الإجراءات يقدم المعارض شكوى لموفر خدمة حل النزاعات الخاص بمنظمة ICANN والذي يتبع سياساتها وإجراءاتها المحددة لمواجهة الشكوى.

⁴⁴ انظر، مثلا، التعليقات المقدمة من Microsoft و US Telecom إلى منظمة ICANN، بتاريخ الخامس عشر من ديسمبر 2008 (<http://forum.icann.org/lists/gtld-guide/>).

المنافسة عن طريق الحد من استخدام هذه المصطلحات من قبل المنافسين على أسماء النطاقات ونطاقات gTLD، على الرغم من أن هناك فائدة محدودة لتقليل تكاليف المراقبة والفرض في مثل هذه الظروف عن الحد من استخدام المصطلحات العامة.

49. في الواقع، إن الفائدة المحتملة من تقديم نطاقات gTLD الجديدة قد تتمثل في تسهيل توسيع استخدام المصطلحات العامة في أسماء النطاقات. وكما ناقشنا أعلاه، يمكن أن يعزز استخدام هذه المصطلحات من رفاهية المستهلك عن طريق تقليل تكاليف البحث التي تواجه مستخدمي الإنترنت. على سبيل المثال، فإن تأسيس cars. كنطاق gTLD يحتمل أن يسهل قدرة مستخدمي الإنترنت على تحديد المعلومات المتعلقة بالسيارات ويحتمل أن يساعد المسجلين على جذب زائري الإنترنت.

ب. من المحتمل أن تكون قيود الدخول آلية غير فعالة لحماية العلامات التجارية.

50. بينما تعزز حماية العلامات التجارية والملكية الفكرية رفاهية المستهلك، تتطلب الفعالية الاقتصادية حماية أصحاب العلامات التجارية بأقل تكلفة ممكنة. ومن غير المحتمل أن تكون قيود الدخول هي أكثر الطرق فعالية لحماية أصحاب العلامات التجارية.

51. توجد آليات حالية لحماية استخدام العلامات التجارية في أسماء النطاقات. وكما ذكرنا من قبل، بالإضافة إلى قانون العلامات التجارية، تحافظ منظمة ICANN على سياسة UPRP لحل الادعاءات التي تتعلق بامتلاك مسجل ما لاسم نطاق ينتهك حقوق علامة تجارية حالية. وبينما يتم حل عدد من النزاعات بطريقة روتينية في ظل هذه الإجراءات، وقد يكون هناك استثناء من هذه القواعد من قبل أصحاب العلامات التجارية، فقيود الدخول هي المنهج الأقصى لمواجهة شكاوى العلامات التجارية عندما تساعد مناهج أخرى بديلة مثل تعديل آليات حل النزاع الحالية على تحقيق هذه الأهداف وفي نفس الوقت تحفظ فوائد الدخول للمستهلكين.

52. على سبيل المثال، تظهر المطبوعات الاقتصادية أن الطلبات العشوائية لنطاقات gTLD و / أو التحديات العشوائية للأسماء الجديدة يمكن ردها عن طريق مطالبة الطرف الخاسر للتحدي بتحمل التكاليف القانونية لكلا الطرفين. وفي ظل هذه القواعد التي تقضي بأن "يدفع الخاسر"، قد يحتاج الشخص الذي لا يمتلك العلامة التجارية والذي يحاول الحصول على اسم نطاق أو نطاق gTLD معتمد على تلك العلامة التجارية إلى دفع الرسوم القانونية الخاصة بصاحب العلامة التجارية والرسوم الإدارية ذات الصلة إذا عارض صاحب العلامة التجارية هذا

الشخص فيما يتعلق باسم النطاق أو نطاق gTLD وكسب القضية. قد تردع هذه القاعدة المحاولات العشوائية من قبل غير أصحاب العلامات التجارية للحصول على أسماء نطاقات معتمدة على مصطلحات العلامة التجارية أو تشبه هذه المصطلحات بشكل محير كما تقلل أيضاً من الحاجة إلى تسجيلات دفاعية.⁴⁵ في ظل إصدار قاعدة "الخاسر يدفع"، يمكن تقييم عقوبة للأطراف الذين يمتلكون أسماء نطاق ينتهك العلامة التجارية.⁴⁶

53. علاوة على ذلك، بدأت منظمة ICANN عملية لتناول اهتمامات مالكي العلامات التجارية

ولتحسين الآليات الخاصة بحماية ملكية مالكي العلامات التجارية ومنع الاستخدام غير الرخص للعلامات التجارية في أسماء النطاقات. في مارس 2009، شكلت منظمة ICANN فريق توصيات التنفيذ ("IRT") بغرض دراسة وتوصية العروض التي ستساعد في حماية الحقوق القانونية لمالكي العلامات التجارية بالتركيز على المشكلات المثارة بشأن تقديم نطاقات gTLD الجديدة، ولكنها ليست قاصرة على ذلك.⁴⁷

54. أصدر فريق IRT مؤخراً تقريراً يقترح آليات جديدة لحماية مالكي العلامات التجارية. وتتضمن

هذه الآليات: إنشاء وكالة مركزية لحماية الملكية الفكرية لدعم شركات تسجيل نطاقات gTLD الجديدة؛ وتأسيس آلية لحظر تسجيل أسماء النطاقات التي تحتوي على علامات تجارية محمية عالمياً (مدرجة في قائمة العلامات المحمية عالمياً) في حيز نطاق كل من المستوى الأعلى والثاني؛ وإنشاء موقع للإجراءات المستعجلة الخاصة بالانتهاكات الصارخة وعملية إساءة استخدام العلامة التجارية. توصيات فريق IRT إلى مجلس إدارة منظمة ICANN حالياً تحت المراجعة، ويتوقع الحصول على مزيد من التعليقات.

55. وأخيراً، فإن التوسع في عدد نطاقات TLD في ظل اقتراح منظمة ICANN لا يبدو أنه يقدم جديداً فيما

يتعلق بفرض ومراقبة العلامات التجارية التي لا تظهر في ظل نظام اسم النطاق الحالي. على سبيل المثال، لنفكر في محاولة شركة Ford لحماية اسم النطاق الخاص بها *Ford.com*. هناك بالفعل عدد هائل من الأسماء البديلة التي تحافظ عليها وتراقبها وتشمل *Lincoln.com*، *Fordvehicles.com* وما إلى ذلك، وليس واضحاً كم سيزيد تقديم نطاقات gTLD الجديدة، مثلاً نطاقات *cars* المصممة للمواقع ذات الصلة بالسيارات - من المجهودات المطلوبة

⁴⁵. جيه هافز وإي سنيدر، "المقاضاة والتسويات في ظل القواعد الأمريكية والإنجليزية: النظرية والدليل"، *J. Law and Econ* 225 (1995).

⁴⁶. لضمان أن الشركات تمتلك أموالاً كافية لدفع العقوبات، يمكن أن تطالب منظمة ICANN بإرسال صك تأمين في وقت تقديم النزاع أو تسجيل النطاق.

⁴⁷. تقرير فريق IRT (<http://www.icann.org/en/announcements/announcement-4-29may09-en.htm>)

والتكاليف المتعلقة بمراقبة استخدام علامات شركة Ford التجارية. ويثير تقديم علامات شركة Ford التجارية في نطاق *.cars* gTLD الخاص بالسيارات نفس المخاوف كما هو الحال في نطاقات gTLD الأخرى، وهكذا يبدو أنه لا يقدم جديدًا فيما يتعلق بتحديد ومراقبة العلامات التجارية في أسماء النطاقات.

ج. يبالغ المعارضون في شكوكهم حول مخاوف "التسجيل الدفاعي".

56. بينما تجذب المخاوف الانتباه بشأن تأثير نطاقات gTLD على الحاجة إلى

"التسجيلات الدفاعية"، يعرف القليل نسبيًا عن مدى هذه التسجيلات. ويدعي تقرير AT&T الاقتصادي توثيق مدى

"التسجيلات الدفاعية" ولكن يبدو أنه يبالغ في حجم هذه الشكوك. وتحديداً، يقدم تقرير كيندي البيانات من

MarkMonitor لخمس شركات "تمثيلية" ويقترح أن تكون أكثر من 99 بالمائة من هذه التسجيلات "دفاعية".

ويعرف الدكتور كيندي التسجيلات الدفاعية بأنها "تعيد توجيه المرور إلى التسجيل الرئيسي" ويزعم أنها لا تخدم إلا

هدف "منع القرصنة الإلكترونية من تسجيل هذه النطاقات".⁴⁸

57. ومع ذلك، فإن العديد من التسجيلات التي "تعيد توجيه المرور" للمواقع الأخرى تخدم أهدافاً

إنتاجية لجذب مرور الإنترنت والاحتفاظ به، ليس فقط لمنع القرصنة الإلكترونية، فشل الدكتور كيندي في التفرقة بين

هذه الأنواع البديلة من التسجيلات "الدفاعية".⁴⁹ على سبيل المثال، الأنواع التالية من التسجيلات التي تقوم بتوجيه

المرور إلى المواقع الأخرى قد تساعد على جذب المرور ولا يتم الاحتفاظ به ببساطة لمنع القرصنة الإلكترونية:

- التسجيلات التي تحتوي على أسماء العلامات التجارية التي توجه حركة المرور إلى موقع ويب

لشركة أم؛

- التسجيلات التي تحتوي على أسماء علامات تجارية لم تعد مستخدمة؛

- التسجيلات التي تحتوي على أسماء علامات تجارية غير مستخدمة حالياً ولكن قد تُستخدم في

المستقبل؛

- التسجيلات التي تحتوي على أخطاء هجائية شائعة تعيد توجيه حركة المرور إلى الموقع الأساسي.

58. ولناخذ مثلاً بسيطاً على ذلك، شركتي الخاصة، Compass Lexecon، تحتفظ حالياً بالعشرات

من التسجيلات بالإضافة إلى compasslexecon.com. وتتضمن هذه التسجيلات compass.com و

⁴⁸. تقرير كيندي، صفحة 7. يعرف الدكتور كيندي التسجيلات الدفاعية بشكل كامل على أنها: "التسجيل الدفاعي: هذه التسجيلات ليست فريدة من نوعها، في أنها لا تحل، أو تعيد توجيه حركة المرور إلى تسجيل أساسي، أو لا تحتوي على محتوى فريد - على سبيل المثال، التسجيلات التي تحتوي على أخطاء مطبعية في اسم العلامة التجارية. ويتم تسجيلها لمنع من يقوم بالقرصنة الإلكترونية من تسجيلها بدلاً من ذلك، أو استعدادها ممن يقومون بالقرصنة الإلكترونية الذين سجلوها أولاً".

⁴⁹. لم يقدم الدكتور كيندي البيانات أو نماذج استطلاعات الرأي التي توفر الأساس لهذا التحليل. ونتيجة لذلك، ليس واضحاً ما إذا كان المستجيبون يعتبرون كافة التسجيلات التي تقوم بإعادة توجيه حركة المرور إلى نطاق آخر فحسب نقفات "دفاعية" غير إنتاجية أو كان هذا هو تفسير الدكتور كيندي.

lexecon.com, وكانا هما تسجيلين تحتفظ بهما شركتان مندمجتان تشغلان *Compass Lexecon*.⁵⁰ ولا يستضيف هاذان النطاقان حاليًا محتوى ولكنهما بدلاً من ذلك يوجّهان حركة المرور إلى *compasslexecon.com*. فالاحتفاظ بهذين التسجيلين يمنع الخسارة المحتملة لحركة المرور التي يتسبب فيها الأفراد الذين قد لا يكونون على علم بتغيير اسم الشركة. ورغم ذلك، سيتم اعتبارهما "تسجيلات دفاعية" غير إنتاجية وفقاً للمعايير التي يتبناها الدكتور كيندي.

59. يوجد عدد لا حصر له من الأسباب لاحتفاظ الشركات بالتسجيلات "الدفاعية" لا يمكنها توفير الكثير فيما يتعلق بحماية العلامة التجارية.⁵¹ لا يوجد شك في أن بعض التسجيلات تم عملها لمنع إساءة استخدام العلامات التجارية. ولكن، فشل دكتور كيندي في تمييز "التسجيلات الدفاعية" المصممة لمنع القرصنة الإلكترونية من بين تلك التي تساعد في جذب مرور الإنترنت والاحتفاظ به (من خلال إعادة توجيهه إلى موقع آخر) في تلخيص بيانات *MarkMonitor* ببالغ في التبعات المضادة لاقتراح نطاقات *gTLD* الخاص بمنظمة *ICANN*.

60. بالإضافة إلى أن النجاح المتعلق المحدود بنطاقات *TLD* الجديدة مثل *info* و *biz* يقترح أن التسجيلات الدفاعية أقل أهمية مما تقترحه *AT&T* والتعليقات الأخرى. فمُنذ تقديمها في عام 2001، قامت نطاقات *info* بجذب 5 مليون مسجل وقامت *biz* بجذب 2 مليون مسجل، وهو رقم أقل بكثير من عدد 80 مليون مسجل الذين يستخدمون نطاق *.com*.⁵² بينما تم عمل بعض التسجيلات لأسماء النطاقات تحت نطاقات *gTLD* الجديدة لأهداف دفاعية، يشير عدد محدود من المسجلين في نطاقات *gTLD* الجديدة إلى أن الغالبية العظمى من مسجلي *.com* لم يجدوا سبباً ملزماً لتنفيذ تسجيلات دفاعية في نطاقات *gTLD* الجديدة.

خامساً: من غير المحتمل أن يكون للحد الأقصى للسعر أي أهمية فوائد المستهلك.

61. اقترح العديد من الأطراف أن تكون حدود أسعار نطاقات *gTLD* الجديدة مشابهة لتلك المفروضة على نطاقات *.com* و *TLD* الكبرى غير المدعومة الأخرى مثل *net* و *org* و *info* و *biz* وغيرها.⁵³ عنصرنا

⁵⁰ علاوة على ذلك، تحتفظ *Compass Lexecon* بمجموعة متنوعة من تسجيلات *CC* والتسجيلات ذات الصلة التي توجّه حركة المرور إلى موقع *compasslexecon.com*.

⁵¹ للاستشهاد بمثال آخر، قد تسجل الشركات عدة أسماء نطاقات خاصة "بالمناطق العكسية" لمراقبة مصدر مرور الإنترنت. وقد يتم تصنيفها "كدفاعية" من قبل دكتور كيندي ولكن ليس لها علاقة بحماية العلامة التجارية.

⁵² التقارير الشهرية لمشغلي شركات تسجيل منظمة *ICANN*، يناير 2009.

⁵³ انظر على سبيل المثال خطاب *NTIA*، الصفحة رقم 2، وخطاب *DOJ* الصفحة رقم 7.

المخاوف الأساسية اللذان يدفعان هذا الاقتراح هما: (1) أن مالكي العلامات التجارية يمكن أن يتحملوا أسعار تنافسية للتسجيلات الدفاعية و(2) أن المسجلين الإلزاميين يمكن أن يتحملوا الأسعار التنافسية كنتيجة للتكاليف التي يواجهونها من التحويل إلى شركة تسجيل أخرى. يظهر هذا القسم أن كلا هذين الأمرين في غير موضعه.

أ. تنطوي إتاحة الآليات البديلة لحماية مالكي العلامات التجارية على أن الحدود القصوى للأسعار هي أمر غير ضروري لحماية المستهلكين.

62 ويقتراح خطاب DOJ وآخرون أن الحدود القصوى للأسعار المفروضة على نطاقات gTLD الجديدة

ملائمة لأن نطاقات gTLD الجديدة ستتمكن من فرض أسعار فوق تنافسية لأن الطلب على التسجيلات الدفاعية يحتمل أن يكون "غير مرن بشكل كبير".⁵⁴ وعلى الرغم من ذلك، يحتمل أن يكون الطلب على هذه التسجيلات غير مرن بشكل كبير وذلك فقط إذا كانت آليات حل النزاع لفرض حقوق الملكية عديمة الجدوى.

63 كما تمت مناقشته أعلاه، يتم استخدام آليات بالفعل لحل النزاعات، ومنظمة ICANN شاركت بفاعلية

في الإجراءات المصممة خصيصًا لتعديل هذه الآليات وتطويرها. وفي وجود المقترحات المصممة بشكل مناسب لحماية العلامات التجارية، لا يوجد سبب واضح لتوقع أن نطاقات gTLD ستتمكن من فرض أسعار مغالى فيها، ولا توجد حاجة إلى فرض حدود قصوى للأسعار. وكما تمت مناقشته بمزيد من التفصيل أدناه، فإن فرض الحدود القصوى للأسعار يحتمل أن يثبط الاستثمار في نطاقات gTLD الجديدة وأن يثبط التجربة باستخدام نماذج أعمال تجارية جديدة يمكن أن تتحدى نطاقات .com ونطاقات TLD الرئيسية الأخرى للمسجلين الجدد.

ب. يخلق تحويل الأسعار حوافز منافسة "الاعتماد على التوقع" بين المزودين.

64. يعاني المسجلون الذين يتبنون اسم نطاق إنترنت محدد التكاليف من تحويل شركات التسجيل بسبب

أن استخدام نطاق TLD في اسم النطاق يمنع ترحيل عناوين الإنترنت عبر شركات التسجيل. وبمعنى آخر، يجب على مالك اسم النطاق الذي يريد تحويل شركات التسجيل، كحد أدنى، تبني نطاق TLD جديد. وتظهر أسعار التحويل لمجموعة مختلفة من المنتجات والصناعات، ووجود مثل هذه التكاليف، قد يجعل العملاء مدينين، إلى حد ما، لمزوديهم. ويمكن أن ينشئ ذلك حافزًا لمشغلي شركات التسجيل للتصرف بشكل انتهازي من خلال رفع الأسعار بعد حصول المسجلين على اسم نطاق جديد أعلى من المستويات التي قد يتوقعها المسجلون بشكل معقول في الوقت الذي يحصلون فيه على اسم النطاق الخاص بهم. وقد يحتج أنصار فرض الحدود القصوى للأسعار على خدمات شركات

⁵⁴ تقرير كيندي، الصفحة رقم 12.

التسجيل في عقود شركات التسجيل بأن مثل هذه الحدود القصوى تزيل خطر السلوك الانتهازي من قبل شركات التسجيل.

65 على الرغم من ذلك، تحد المنافسات بين المزودين لجذب العملاء الجدد في الأسواق المميزة بحدود تكاليف التحويل، أو أنها تحد من الحافز لدى المزودين وقدرتهم على التصرف بشكل انتهازي. على سبيل المثال، سيؤدي مزود ما يفرض زيادات أسعار غير متوقعة أو غير معقولة سمعته سريعاً، مما يزيد من صعوبة الاستمرار في جذب عملاء جدد. ولذلك، وحتى في غياب الحدود القصوى للأسعار، يمكن أن تقلل المنافسة من الحافز لدى المزودين حيال التصرف بشكل انتهازي أو تلغي هذا الحافز.

66. توضح المطبوعات الاقتصادية دور منافسة "الاعتماد على التوقع" في تثبيط السلوكيات الانتهازية بواسطة مزودي المنتجات التي تشتمل على تكاليف تحويل. على سبيل المثال، تلاحظ دراسة أكاديمية فائدة خاصة بتحويل التكاليف ما يلي:

تؤدي قوة الاحتكار التي تحصل عليها الشركات على قطاعات السوق الخاصة بها إلى التنافس الشديد على الحصة السوقية قبل أن يربط المستهلكون أنفسهم بالمزودين.⁵⁵

67. توضح المطبوعات الاقتصادية أن الشركة التي تتصرف بشكل انتهازي في التعاملات مع العملاء الذين يواجهون تكاليف التحول تكون أكثر عرضة لأن يلحق بسمعته الضرر، مما يحد من قدرتها على جذب عملاء جدد على المدى الطويل:

... لدى كل بائع مشتركين "مأسورون يتعاملون معه" على المدى القصير. وينبغي ألا نقلق بشأن الدرجات الطفيفة من قوة الاحتكار، إذ ستعنتي السوق الحرة بهم بصورة أسرع من القانون المضاد للاحتكار. فالبايع الذي يستغل "احتكاره" على قطع الغيار لن يجد الكثيرين يشترون منه معداته الأصلية في الفترة القادمة.⁵⁶

68. تم ترديد هذا الرأي أيضاً بواسطة كارل شابيرو (1995)، وهو مساعد النائب العام في قسم مكافحة الاحتكار بوزارة العدل بالولايات المتحدة الأمريكية، في تحليله لقرار المحكمة العليا بالولايات المتحدة الأمريكية في

⁵⁵. باول كليبيرار. "الأسواق ذات تكاليف تحويل المستهلك" الجريدة الفصلية للاقتصاد 102 (1987)، 375-394، صفحة رقم 377. لقد توصلت إلى نتائج مشابهة لـ *Kodak* في التحليل الخاص بي. دينيس كارلتون. "تحليل عام للسلوك الانعزالي ورفض التعامل - لماذا يتم تضليل *Aspen* و *Kodak*،" جريدة مكافحة الاحتكار القانونية 68 (2001)، 659-683، الصفحة رقم 679.
⁵⁶. ريتشارد بوسنار. قانون مكافحة الاحتكار الإصدار الثاني. شيكاغو: صحيفة جامعة شيكاغو، 2001، الصفحة رقم 230.

القضية بين *Eastman Kodak Co* ضد *Image Technical Services, Inc*.⁵⁷ وتضمنت تلك القضية ادعاءات بأن شركة Kodak قد انتهكت قانون مكافحة الاحتكار من خلال الحد من قدرة عملائها على الحصول على قطع الغيار من الشركات الأخرى غير شركة Kodak. وتوصل شابيرو إلى أن المزودين في الأسواق النامية يواجهون أقوى مستوى من الحوافز للحفاظ على سمعتهم وبالتالي تجنب السلوكيات الانتهازية.⁵⁸ وذلك نتيجة لأن الشركة الانتهازية، في الأسواق النامية، تخاطر بخسائر مستقبلية كبيرة أكبر من الشركات المشابهة لها في الأسواق الثابتة أو المتدهورة. وبذلك، تعد أسباب فرض الحدود القصوى للأسعار ضعيفة للغاية في الصناعات المتنامية بشكل سريع.

69. تعمل منافسة الاعتماد على التوقع على حماية العملاء الذين لم يتم إخبارهم، الذين يواجهون خطرًا أكبر فيما يتعلق بزيادات الأسعار الانتهازية، إلى جانب العملاء الذين تم إخبارهم بشكل جيد لأن كلا النوعين من المستهلكين يدفعون الأسعار ذاتها. بالإضافة إلى ذلك، يمكن التفاوض بشأن الآليات التعاقدية لتجنب السلوكيات الانتهازية من قبل المزودين. على سبيل المثال، قد تبرم الشركات والعملاء عقودًا طويلة الأجل مع بنود تجديد تحدد قدرة المزود على تغيير الأسعار مع مرور الوقت.

ج. يحد التنافس بين شركات التسجيل الحالية وشركات تسجيل نطاقات **TLD** الجديدة من القلق بشأن السلوكيات الانتهازية.

70. في بداية عام 1998، توصلت لجنة التجارة الاتحادية ("FTC") في النهاية إلى أن تواجد تكاليف التحول التي تتم مواجهتها من قبل ملاك أسماء النطاقات لا تثير عوائق واضحة أمام خصخصة نظام أسماء نطاقات الإنترنت. وردًا على طلب إدارة الاتصالات السلكية واللاسلكية والمعلومات الوطنية للتعليقات على هذا الأمر، توصلت لجنة FTC في النهاية إلى ما يلي:

قد يبدو من المعقول أن يفرض غياب إمكانية ترحيل اسم النطاق عبر شركات التسجيل تكلفة تحويل على المستخدم الذي يغير شركات التسجيل التي يتعامل معها... وبالتالي، فإنه من المحتمل نظريًا أن يتمكن المزود من رفع الأسعار المستقبلية للعملاء المرتبطين معه...

وقد حدد التحليل الاقتصادي للأسواق ذات تكاليف التحويل عدة عوامل التي يمكنها، في ظروف مناسبة، الحد من القدرة والحافز لدى المزود للتصرف بشكل انتهازية فيما يتعلق بالعملاء المرتبطين به...

⁵⁷ كارل شابيرو. "أسواق ما بعد البيع ورفاهية المستهلك: استخراج الحقائق من قضية *Kodak*،" جريدة مكافحة الاحتكار القانونية 63 (1994)، 483-511.

⁵⁸ شابيرو (1994)، صفحة 490.

وبوجه عام، يمكن أن نخلص إلى أنه بينما توجد احتمالية انتهازية من جهة المزود، فإن الفوائد المحتملة العائدة على العملاء من التنافس المحسن، مثل انخفاض السعر المحتمل وتحسينات الجودة، تكون لصالح [تعيين شركات تسجيل للشركات الهادفة للربح].⁵⁹

71. اليوم، تقلل المنافسة بين نطاقات TLD المختلفة القلق بشأن السلوكيات الانتهازية من قبل شركات تسجيل نطاقات gTLD الجديدة والتي قد تنتج من تكاليف التحول التي يواجهها المسجلون لأسماء النطاقات الجديدة. أولاً، تواجه شركات تسجيل نطاقات gTLD الجديدة منافسة من مجموعة كبيرة من البدائل، بما في ذلك نطاقات TLD الأساسية الموجودة (.com، و.net، و.org)، ونطاقات TLD الموجودة الأضعف وضعاً (مثل نطاقات info، و.biz)، ونطاقات TLD لرمز البلد، ونطاقات TLD التي تمت رعايتها (مثل .museum، و.aero) وغيرهم من المتقدمين الجدد الداخلين إلى نطاقات gTLD الأخرى. يتضمن وجود هذه البدائل أنه من المستبعد نجاح نطاقات gTLD الجديدة في جذب عدد كبير من المسجلين الجدد إذا شاركوا في السلوكيات الانتهازية التي تضر بسمعتهم. وفي مثل هذه الظروف، تعد الحدود القصوى للأسعار غير ضرورية لحماية المسجلين الذين يستخدمون شركات تسجيل نطاقات gTLD الجديدة.

72. يتم الحد من القلق المتعلق بالسلوكيات الانتهازية بواسطة مشغلي شركات التسجيل إلى حد أن نطاقات gTLD الجديدة تقوم بتقديم الخدمات من خلال مسجلين متواجدين. من المتوقع أن مشاركة المسجلين الدائمة في توفير الخدمات المتعلقة بأسماء النطاقات تجعلهم على علم جيد بالسلوكيات الانتهازية المحتملة بواسطة مشغلي شركات التسجيل وتجعلهم في وضع يمكنهم من تحويل وجهة العملاء المحتملين بعيداً عن نطاقات gTLD الجديدة التي تتصرف على هذا النحو.

73. الحقيقة أن نطاقات TLD الرئيسية الموجودة تخضع حالياً للحدود القصوى للأسعار تفرض المزيد من القيود على قدرة مشغلي شركات تسجيل نطاقات gTLD على فرض الأسعار غير التنافسية. وبمزيد من التحديد، تغطي الاتفاقيات الحالية بين وزارة التجارة في الولايات المتحدة ومنظمة ICANN وVeriSign زيادات الأسعار التي يمكن على VeriSign فرضها على المسجلين الخاصين بنطاقات TLD التالية: .com و.net. وتخضع العديد من نطاقات TLD التي لم تتم رعايتها إلى الحدود القصوى للأسعار (مثل نطاقات .biz و.info). بينما قد تكون

⁵⁹ تعليقات موظفي المكاتب الاقتصادية والتنافس للجنة التجارة الاتحادية (FTC) - في أمر تحسين الإدارة الفنية لأسماء وعناوين الإنترنت" 23 مارس عام 1998، الصفحة رقم 3-4.

ملاءمة الحدود القصوى للأسعار هذه أمراً قابلاً للجدال، يقيد وجود الحدود القصوى الأسعار التي يمكن أن تفرضها نطاقات gTLD الجديدة من خلال وضع حدود قصوى للسعر الذي يمكن لمشغلي شركات التسجيل الكبرى فرضه.

74. وبينما تخضع نطاقات TLD الأساسية إلى الحدود القصوى للأسعار، فهناك عدد من نطاقات

TLD الجديدة التي تمت رعايتها، مثل *museum*، و*travel*، و*tel*، لا تخضع لذلك. ولست على علم بأي شكاوى

مقدمة من المسجلين أو المستخدمين النهائيين الذين يحصلون على الخدمات من نطاقات TLD الجديدة التي تمت

رعايتها هذه حيث يتصرف المسجلون بانتهازية من خلال رفع الأسعار بشكل واضح على العملاء المتواجدين. يوفر

ذلك المزيد من الأدلة أن الحدود القصوى للأسعار غير ضرورية لحماية المسجلين من السلوكيات الانتهازية من

شركات تسجيل نطاقات gTLD الجديدة.

75. وفي النهاية، يقلل النمو المستمر في خدمات الإنترنت القلق المتزايد بشأن السلوكيات الانتهازية

من قبل مشغلي شركات تسجيل نطاقات gTLD الجديدة. وكما أوضحنا أعلاه، تعتبر حوافز السلوكيات الانتهازية

قليلة في الصناعات المتنامية بشكل سريع. وينمو عدد أسماء النطاقات المسجلة إلى جانب الاستخدام الإجمالي

للإنترنت بشكل كبير في السنوات الأخيرة، ومن المتوقع استمرار هذا النمو بشكل سريع. وبالإضافة إلى ذلك، زاد

عدد مستخدمي الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية مما يقرب من 31 مليون في عام 1997، ووصل إلى 90

مليون في عام 2000، ثم إلى أكثر من 183 مليون في عام 2007.⁶⁰ وتم التخطيط لكي يستمر هذا النمو في شبكة

الإنترنت في المستقبل. على سبيل المثال، تم التخطيط لزيادة حركة مرور عناوين الإنترنت ستة أضعاف من عام

2007 إلى عام 2012.⁶¹ وفي مثل هذه الظروف، سيواجه مشغلو شركات تسجيل نطاقات gTLD الجديدة الذين

يتصرفون بانتهازية خسارة جزء كبير من أعمالهم التجارية في المستقبل. سادساً: خاتمة

76 إن فوائد الدخول المجاني معروفة بشكل تام، ومن المحتمل أن يكون تقديم نطاقات gTLD الجديدة أمراً

مفيداً للمستهلكين من خلال إخضاع نطاقات *com* ونطاقات gTLD الأخرى للتنافس المتزايد، وتوسيع الخيارات

المتاحة للمستهلكين، وتسهيل الابتكار. وفي نفس الوقت، تم الادعاء بأن تقديم نطاقات gTLD الجديدة سيستلزم

انتشار التسجيلات الدفاعية الواسعة التي تبدو وكأنها مبالغ فيها وتعد غير متنسقة مع الملاحظة الشائعة المتعلقة بوجود

⁶⁰ الموجز الإحصائي للولايات المتحدة لعام 2007: استخدام الإنترنت والخدمات المتاحة عبر الإنترنت

(<http://www.census.gov>)

⁶¹ انظر "فهرس الشبكة البصري من شركة Cisco - التوقع والمنهجية، بين عامي 2007 و2012" متاح على

http://newsroom.cisco.com/dlls/2008/prod_061608b.html

عدد محدود من التسجيلات على نطاقات gTLD خلال الأعوام الأخيرة. ويقدم إطار العمل القانوني الحالي وإجراءات ICANN الموضوعية آليات لحماية العلامة التجارية ومواجهة القلق حول إرباك المستهلك. وإذا لزم الأمر، يمكن أن يتم إنشاء المزيد من الآليات المختلفة بواسطة منظمة ICANN للحماية ضد إساءة استخدام العلامات التجارية الموجودة. ويستبعد أن يكون العلاج القاطع بمنع الدخول كوسيلة لمنع احتمالية الحاجة إلى التسجيلات الدفاعية عبارة عن آلية للتعامل مع هذه التكاليف بسبب حرمان المستهلكين من فوائد الدخول.

77. وبالإضافة إلى ذلك، لا توجد أية أسباب اقتصادية لفرض الحدود القصوى للأسعار على شركات تسجيل نطاقات gTLD الجديدة هذه. وتقلل إجراءات ICANN الموجودة والمقترحة التي تم وضعها لحماية حقوق ملاك العلامة التجارية الحاجة للتسجيلات الدفاعية إلى جانب الحدود القصوى للأسعار لحماية أصحاب العلامات التجارية. وبغض النظر عن القلق بشأن حماية ملاك العلامات التجارية، يوجد مجموعة مختلفة من آليات السوق التي تحمي المستهلكين الذين يواجهون تكاليف التحويل، مثل ملاك أسماء النطاقات الخاصة بشركات تسجيل نطاقات gTLD الجديدة. وفي غياب الحدود القصوى للأسعار، يواجه مشغلو شركات تسجيل نطاق gTLD الذين يحاولون التصرف بشكل انتهازى بواسطة رفع الأسعار على المسجلين بعد أن يسجل المسجلون أسماء نطاقات خطراً كبيراً يضر بسمعتهم ويؤدي إلى فقد العملاء في المستقبل. وقد تم توضيح هذه المخاطر بواسطة إتاحة أسماء النطاقات من مختلف شركات التسجيل البديلة، وفيما يتعلق بالحقيقة أن الأسعار التي يتم فرضها بواسطة شركات التسجيل الأساسية تخضع بالفعل إلى الحدود القصوى للأسعار وبواسطة النمو المستمر المتوقع للإنترنت. وفي الوقت ذاته، يقيد طلب نطاقات gTLD الجديدة لتغطية الأسعار المرنة الخاصة بهم في المحاولة لجذب عملاء جدد، من خلال التعارض مع هدف منظمة ICANN الذي تم التفكير فيه جيداً والخاص بتعزيز التنافس فيما يتعلق بتوفير خدمات شركات التسجيل من خلال تسهيل تقديم نطاقات gTLD الجديدة.

78. وخلاصة القول، فيما يتعلق بقدرة منظمة ICANN وحافزها في تعديل الإجراءات القائمة وتبني الإجراءات الجديدة التي تحمي حقوق ملكية المسجلين، قد يكون من الخطأ في هذا الوقت مواجهة هذا القلق من خلال العلاج القاطع بحظر جميع نطاقات TLD الجديدة.