

พัฒนาการกฎหมายการให้บริการดิจิทัลและการตลาดดิจิทัลของ EU

By thaieurope - November 29, 2021



ในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา มีธุรกิจออนไลน์ใหม่ ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลา รวมถึงบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์มที่มีความหลากหลายมากขึ้น สหภาพยุโรป (อียู) จึงต้องการออกกฎระเบียบดิจิทัลใหม่ที่สามารถควบคุมการให้บริการและตลาดดิจิทัลที่ทันสมัยนี้ เพื่อเป็นการปฏิรูปกฎหมายอี-คอมเมิร์ซ (Directive 2000/31/EC on E-commerce) ฉบับปัจจุบัน ซึ่งเริ่มใช้มาตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 ที่มีความล้าหลังและตามการเปลี่ยนแปลงของโลกออนไลน์ไม่ทัน

ดังนั้น เมื่อวันที่ 15 ธ.ค. 2563 อียูจึงได้เสนอร่างกฎหมายการให้บริการดิจิทัล (Digital Services Act (DSA)) เพื่อควบคุมธุรกิจบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม อาทิ สื่อโซเชียล ตลาดออนไลน์ และบริการออนไลน์อื่นๆ ในอียู ให้ปลอดภัย มีความโปร่งใส เป็นธรรม และสามารถตรวจสอบได้ และร่างกฎหมายการตลาดดิจิทัล (Digital Market Act (DMA)) เพื่อป้องกันการผูกขาดบริการออนไลน์ ปกป้องผู้บริโภค ตลอดจนสิทธิพื้นฐานของประชาชนอียู

กฎหมาย DSA มุ่งบังคับให้บริษัทเทคโนโลยี เช่น ผู้ให้บริการเว็บโฮสติ้ง โซเชียลมีเดีย แพลตฟอร์มซื้อขายของออนไลน์ และเว็บไซต์โปรแกรมค้น (search engines) มีหน้าที่จัดการกับเนื้อหาและสินค้าที่ผิดกฎหมายบนโลกออนไลน์ และปรับปรุงแนวปฏิบัติการตรวจสอบข้อมูลบนเว็บไซต์ (Moderation practices) ของตนให้เข้มงวดขึ้น โดยมีรัฐบาลของประเทศสมาชิกเป็นผู้บังคับใช้กฎหมาย ขณะที่กฎหมาย DMA จะมีหน้าที่ในการควบคุมบริษัททอนไลน์ยักษ์ใหญ่ (Gatekeeper) เพื่อป้องกันการผูกขาดบริการออนไลน์และส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม โดยอียูได้เสนอให้มีการกำหนดภาระหน้าที่ให้บริษัททอนไลน์ยักษ์ใหญ่ต้องปฏิบัติตาม และอียูจะเป็นผู้บังคับใช้กฎหมาย DMA และริเริ่มการตรวจสอบบริษัทที่เข้าข่ายเกณฑ์ที่อียูกำหนด

ความท้าทายของการผ่านร่างกฎหมายดิจิทัล

ตั้งแต่ช่วงปลายเดือนตุลาคมจนถึงเดือนนี้ คณะกรรมาธิการด้านเศรษฐกิจและการเงิน (ECON) และคณะกรรมาธิการด้านตลาดภายในและการคุ้มครองผู้บริโภค (IMCO) สภายุโรป ได้มีการหารือกันอย่างต่อเนื่องเพื่อพิจารณาร่างกฎหมายดิจิทัลทั้งสอง โดยเน้นย้ำถึงประเด็นสำคัญต่างๆ อาทิ 1) บทบาทสำคัญของข้อมูลซึ่งปัจจุบันมีมูลค่าเทียบเท่าสินทรัพย์ (data is asset) 2) การทำงานร่วมกับประเทศสมาชิกอย่างใกล้ชิด เพื่อควบคุมบริษัททอนไลน์ยักษ์ใหญ่ 3) การตรวจสอบการควมซื้อกิจการของบริษัทฯ เพื่อป้องกันการแข่งขันในตลาดที่เป็นธรรม 4) การควบคุมการโฆษณาแบบกำหนดเป้าหมาย (targeted advertising) 5) การห้ามบริษัทติดตั้งโปรแกรมและแอปพลิเคชันต่าง ๆ เป็นค่าเริ่มต้น 6) การเสนอค่าปรับอย่างน้อย 4% จากรายได้ในทุกประเทศของบริษัทฯ และ 7) การเสนอให้คณะกรรมาธิการยุโรปแต่งตั้งเจ้าหน้าที่กำกับการณ์ปฏิบัติงาน หรือ compliance officer ประจำการที่บริษัททอนไลน์ยักษ์ใหญ่ เพื่อทำการตรวจสอบข้อมูลแบบ real-time

ภาคเอกชนตื่นตัว เตรียมรับมือกับกฎหมายดิจิทัลใหม่

ภาคเอกชนส่วนมากมีความกังวลเรื่องขอบเขตของกฎหมาย อาทิ เกณฑ์ของรายได้ต่อปีและ/หรือค่านิยามของจำนวนผู้ใช้บริการของบริษัท (active users) ซึ่งกลุ่มบริษัทด้านเทคโนโลยี รวมถึง บริษัท Booking และบริษัท Zalando ได้ร่วมลงนามในจดหมายถึงรัฐมนตรีเศรษฐกิจของประเทศสมาชิกอียู เรียกร้องให้มีการพิจารณาคำจำกัดความของคำว่า “Gatekeeper” ใหม่ในการประชุมคณะมนตรียุโรป เนื่องจากสำหรับธุรกิจ

ตลาดออนไลน์ ลูกค้าที่เข้ามาเลือกชมสินค้า/บริการบนแพลตฟอร์ม (visitors) สุดท้ายแล้วไม่ได้ซื้อสินค้า/บริการทุกราย หากร่างกฎหมาย DMA ใช้เกณฑ์จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมตามข้อเสนอเดิม ก็จะไม่เป็นธรรมกับผู้ให้บริการตลาดออนไลน์ต่าง ๆ

อีกประเด็นที่ได้รับความสนใจจากธุรกิจรายย่อยและกลุ่มพันธมิตร SME ในยุโรป ได้แก่ การห้ามบริษัทออนไลน์ยักษ์ใหญ่ติดตั้งโปรแกรมของตนเป็นค่าเริ่มต้น เพื่อเปิดโอกาสให้มีการแข่งขันที่เป็นธรรมสำหรับบริษัทคู่แข่งอื่น ๆ อาทิ บริษัท DuckDuckGo ซึ่งเป็นผู้ให้บริการแพลตฟอร์มค้นหาข้อมูลเช่นเดียวกับ Google Search แย้งว่า ผู้ใช้บริการเว็บเบราว์เซอร์ Chrome ควรมีสิทธิ์ในการเลือกที่ใช้บริการค้นหาข้อมูลจากบริษัทอื่นนอกจาก Google Search

ฝรั่งเศสเตรียมดันกฎหมายดิจิทัลภายในครึ่งปีแรกของ 2565

ล่าสุด เมื่อวันอังคารที่ 23 พ.ย. ที่ผ่านมา คณะกรรมาธิการด้านตลาดภายในฯ ได้มีมติเห็นชอบร่างกฎหมาย DMA และมีกำหนดประชุมเพื่อลงมติสำหรับร่างกฎหมาย DSA ในวันที่ 9 ธ.ค. นี้ ซึ่งลำดับต่อไปของการผ่านร่างกฎหมายดิจิทัล คือ การลงมติเห็นชอบจากที่ประชุมใหญ่ของสภายุโรปในเดือนธันวาคมนี้ ทั้งนี้ หลายฝ่ายคาดการณ์ว่าการลงมติใหญ่อาจถูกเลื่อนออกไปอีก เนื่องจากยังมีหลายประเด็นที่ยังเจรจาทะลุไม่ได้ โดยคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในครึ่งปีแรกของปี 2565 ตามความตั้งใจของฝรั่งเศส ซึ่งมีกำหนดรับตำแหน่งประธานคณะมนตรียุโรปในช่วง ม.ค.-มิ.ย. 65 นี้

นอกจากนี้ อียูได้เผยแพร่ร่างกฎหมายด้านความโปร่งใสและการกำหนดเป้าหมายของโฆษณาทางการเมืองสด ๆ ร้อน ๆ เมื่อวันที่ 25 พ.ย. นี้ ภายใต้โครงการ European Democracy เพื่อปกป้องการเลือกตั้งที่เป็นธรรมและส่งเสริมประชาธิปไตย ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือสำหรับอียูในการควบคุมการโฆษณาแบบกำหนดเป้าหมายควบคู่กับกฎหมาย DSA และกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (GDPR) ของอียู สะท้อนการทวงถามแบบบูรณาการแนวราบของอียูอีกด้วย

Hi/tatv.com	
Vis. today	8
Visits	24 541 684
Online	1

ตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจฉบับวันที่ 29 พฤศจิกายน 2564

Photo by [Pixabay](#) from [Pexels](#)

สนับสนุนโดยงบประมาณของกระทรวงการต่างประเทศ ข้อมูลจากทีมประเทศไทย ณ กรุงบรัสเซลส์
และส่วนราชการไทยทุกแห่งในยุโรป © 2548 - 2560 Thaieurope.net. สงวนลิขสิทธิ์