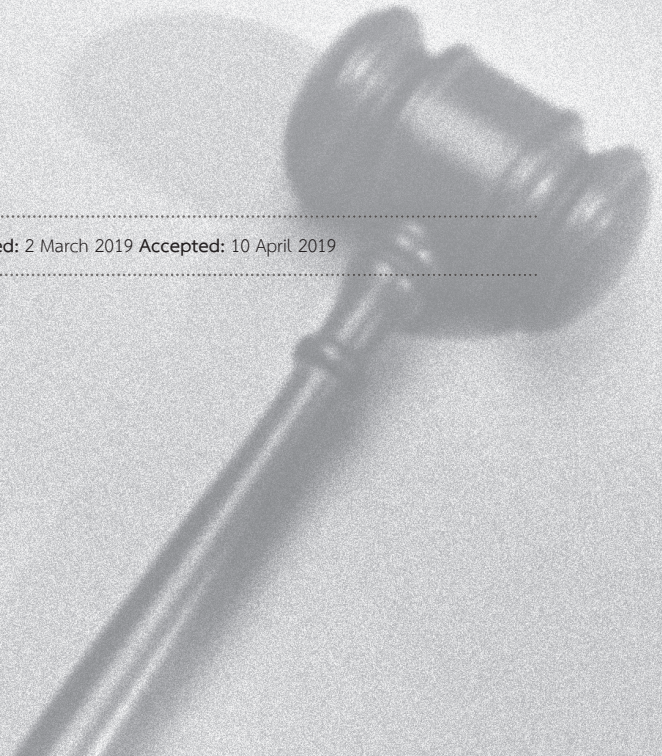


ข้อจำกัดทางถิ่นที่อยู่ทางภูมิศาสตร์และ การอนุญาตให้ใช้สิทธิในสหภาพยุโรป

Geo-blocking and Licensing in the European Union

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรณมล อาระพล
- รองคณบดีฝ่ายบริหาร คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- Assistant Professor Dr. Ornamol Arapol
- Vice Dean for Administration, School of Law,
- University of the Thai Chamber of Commerce

Article Info: Received: 31 May 2018 Revised: 2 March 2019 Accepted: 10 April 2019



บทคัดย่อ

สหภาพยุโรปได้ออกโดยยุทธศาสตร์ดิจิทัลการเป็นตลาดร่วมดิจิทัล (Digital Single Market: DSM) โดยมีวัตถุประสงค์ในการรวมตลาดทางเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ที่เป็นสมาชิกในสหภาพยุโรปให้เป็นตลาดเดียว อย่างไรก็ตาม มีมาตรการบางอย่างเป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์ DSM ซึ่งหนึ่งในนั้น คือ มาตรการข้อจำกัดถิ่นที่อยู่ทางภูมิศาสตร์ (geo-blocking) ที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการในสหภาพยุโรป ทำให้ผู้บริโภคที่อยู่ในสหภาพยุโรปไม่สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการเมื่อตนเองได้ออกนอกจากประเทศที่ตนเองมีถิ่นที่อยู่อาศัยหรือลงทะเบียนเพื่อใช้บริการสหภาพยุโรปตระหนักถึงอุปสรรคดังกล่าวว่าเป็นการขัดขวางยุทธศาสตร์ DSM จึงได้ออกกฎหมายเพื่อบังคับใช้กับประเทศสมาชิกในสหภาพยุโรปโดยมีหลักการสำคัญในการจัดการเลือกปฏิบัติต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าชนิดเดียวกันจากเว็บไซต์ที่มีฐานอยู่ในประเทศสมาชิกอีกประเทศหนึ่ง อย่างไรก็ตาม กฎหมายฉบับนี้ไม่ได้ครอบคลุมถึงการแก้ปัญหาเรื่องการให้อนุญาตให้ใช้สิทธิในผลงานอันมีลิขสิทธิ์ การแก้ไขปัญหาในเบื้องต้นอาจทำได้โดยอาศัยความร่วมมือภายในประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปผ่านการทำสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยกำหนดข้อยกเว้นสำหรับมาตรการ geo-blocking

คำสำคัญ: ข้อจำกัดทางถิ่นที่อยู่ทางภูมิศาสตร์ สหภาพยุโรป การอนุญาตให้ใช้สิทธิ ลิขสิทธิ์

Abstract

The European Union has issued the strategy of Digital Single Market (DSM) which aims to harmonize single market in the European Union. However, some technological measures can be the obstacle to reach the goal of digital single market in the region. Geo-blocking is one of those problems because geo-blocking block consumers to access website for goods and services when they are not in the country they have registered for consuming these things. To solve this problem, the European council has enacted a regulation to overcome geo-blocking for electronic commerce. The principle of this regulation is to eliminate discrimination of European consumers, which they can buy products from foreign online shopping website. However, this regulation has not yet referred to copyright protected works. Therefore, the current solution is to rely on the cooperation among EU member states to exempt geo-blocking measure in license agreement.

Keywords: geo-blocking, European Union, licensing, copyright

บทนำ

สหภาพยุโรปได้ตระหนักถึงการใช้อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีส่วนสำคัญในการเปลี่ยนรูปแบบของการทำกิจกรรมต่าง ๆ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจในทุกภาคส่วน ด้วยเหตุนี้ จึงได้ออกยุทธศาสตร์ดิจิทัล (Digital Strategy) ในเดือนพฤษภาคม 2010 เพื่อที่จะช่วยให้ประชาชนในสหภาพยุโรปและภาคธุรกิจได้รับประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้ได้มากที่สุด โดยยุทธศาสตร์ดิจิทัลสำหรับสหภาพยุโรปมีวัตถุประสงค์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลจากการเป็นตลาดร่วมดิจิทัล (Digital Single Market: DSM) อย่างไรก็ดีอุปสรรคของการสื่อสารออนไลน์บางประการทำให้ประชาชนชาวยุโรปไม่สามารถที่จะใช้บริการจากสินค้าหรือบริการออนไลน์ได้เท่าที่ควร โดยเฉพาะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตและบริษัทเริ่มก่อการ (start-ups) มีข้อจำกัดในเรื่องการให้บริการตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ ทำให้ภาคธุรกิจและรัฐบาลของประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปไม่สามารถที่จะใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างเต็มที่¹ หนึ่งในปัญหาสำคัญ คือ ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากข้อจำกัดทางถิ่นที่อยู่ทางภูมิศาสตร์ (geo-blocking) ซึ่งเป็นมาตรการทางเทคนิคที่ขัดขวางการเข้าถึงบริการออนไลน์ต่าง ๆ ของผู้บริโภคนอกเหนือเขตแดนทางภูมิศาสตร์ หรือนอกรัฐสมาชิกที่เจ้าของผู้ได้รับอนุญาตได้ใช้ประโยชน์ทางพาณิชย์จากงาน

นั้น ดังนั้น มาตรการ geo-blocking จึงทำให้เกิดการจำกัดการเข้าถึงงานอันมีลิขสิทธิ์ ซึ่งขัดต่อแนวปฏิบัติของการเป็นตลาดร่วมดิจิทัลของสหภาพยุโรปที่มีวัตถุประสงค์ให้ประชาชนชาวยุโรปเข้าถึงวัฒนธรรม การให้บริการ หรือสิ่งบันเทิงต่าง ๆ อย่างไม่มีข้อจำกัดระหว่างกัน สภายุโรปตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องนี้ และได้หยิบยกเป็นประเด็นสำคัญที่จะต้องหาทางแก้ไขร่วมกันในระหว่างประเทศสมาชิกทั้งทางด้านกฎหมายและการดำเนินงานทางระหว่างประเทศ เพื่อให้เกิดการเข้าถึงงานสร้างสรรค์ต่าง ๆ ข้ามพรมแดน²

แผน Digital Single Market และ ความหมายของ Geo-blocking

การค้าขายในปัจจุบันได้พัฒนาไปอย่างมาก การทำธุรกรรมต่าง ๆ การซื้อสินค้าเพื่อการอุปโภคและบริโภคเกิดขึ้นได้โดยอาศัยเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นเหตุผลที่สหภาพยุโรปใช้เป็นหลักการในการออกแผน Digital Single Market (DSM) ในปี 2558 ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อเชื่อมสินค้า บริการ เงินทุน และแรงงานในสหภาพยุโรปให้เคลื่อนย้ายได้โดยเสรีในระหว่างประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป เพื่อรองรับสภาพสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและเพื่อให้ประชาชนชาวยุโรปสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้อย่างไม่มีข้อจำกัดภายใต้เงื่อนไขของความเป็นธรรมชาติของการแข่งขันทาง

¹ Celine Castets-Renard. (June 2016). "Digital Single Market": the European Commission presents its first measures in Copyright Law . *French Review: Recueil Dalloz*, 2016, n° 7, 388. Retrieved from SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2802729>

² Giuseppe Mazziotti. (2015). Is geo-blocking a real cause for concern in Europe?. *European University Institute, Department of Law, EUI Working Paper LAW 2015/43*. Retrieved from http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/38084/LAW_2015_43.pdf?sequence=1&isAllowed=y

การค้า การคุ้มครองผู้บริโภค และการจัดอุปสรรคในการเข้าถึงสินค้าและบริการด้วยข้อจำกัดทางถิ่นภูมิศาสตร์ โดยแผน DSM สามารถสร้างรายได้จำนวนมากเพิ่มอัตราการจ้างงาน การเจริญเติบโต การแข่งขัน การลงทุนและนวัตกรรม สามารถทำให้สหภาพยุโรปเป็นผู้นำทางด้านเศรษฐกิจดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน ซึ่งแผนยุทธศาสตร์ DSM มีนโยบายหลัก 2 ข้อ กล่าวคือ

1) การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อเครือข่ายและบริการดิจิทัล ซึ่งรวมถึงการสร้างโครงสร้างพื้นฐาน และการปฏิรูปกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนมากที่สุด ทั้งนี้ คณะกรรมาธิการยุโรปได้จัดทำข้อเสนอ เช่น การจัดทำประมวลกฎหมายการให้บริการการสื่อสารและกฎหมายลิขสิทธิ์ให้เป็นฉบับเดียวกันทั้งยุโรป การปรับปรุงอินเทอร์เน็ตให้มีความเร็วมากยิ่งขึ้น การเสริมสร้างความมั่นคงปลอดภัยในการให้บริการทางดิจิทัล การจัดการข้อมูลส่วนบุคคล และการสร้างความปลอดภัยในโลกไซเบอร์

2) เศรษฐกิจและสังคม โดยมีเป้าหมายในการใช้ศักยภาพของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในสหภาพยุโรปให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อประชาชนชาวยุโรป เช่น การเคลื่อนย้ายข้อมูลที่ไม่มีลักษณะเป็นข้อมูลส่วนบุคคลได้โดยเสรี รวมถึงการพัฒนาการทำงานร่วมกันระหว่างระบบทั้งการขนส่ง

พลังงาน และสุขอนามัย และการสนับสนุนให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสังคมดิจิทัลด้วยการเสริมทักษะให้ประชาชนในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากโลกดิจิทัล³

อย่างไรก็ดี สหภาพยุโรปเผชิญข้อจำกัดต่าง ๆ ในการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ของการเป็นตลาดดิจิทัลตลาดเดียว โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อจำกัดทางด้านถิ่นภูมิศาสตร์ โดย Felice Simonelli นักวิจัยแห่ง Centre for European Policy Studies ได้ให้คำจำกัดความของ Geo-blocking ว่าเป็นมาตรการทางเทคโนโลยีที่ป้องกันผู้บริโภคออนไลน์จากการเข้าถึงเว็บไซต์หรือการซื้อเนื้อหาออนไลน์ที่ต้องขึ้นอยู่กับการเข้าถึงเว็บไซต์ มาตรการดังกล่าวจะต้องใช้เทคนิคทางเทคโนโลยีที่ช่วยหาพิกัดที่สามารถตรวจสอบที่อยู่ของอินเทอร์เน็ตโปรโตคอล (IP Address) ของผู้ใช้ และอาจจะทำการบล็อกหรือส่งไปยังเว็บไซต์ที่อยู่ในประเทศ หรือขัดขวางการดาวน์โหลดเนื้อหาข้อมูลของผู้ใช้ปลายทาง⁴ ซึ่งในทางปฏิบัติผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มต่าง ๆ ได้ใช้มาตรการ geo-blocking ในการดำเนินงานของตนเพื่อที่จะเลือกตอบรับหรือปฏิเสธการเข้าถึงเนื้อหาโดยอิงกับที่อยู่ของอินเทอร์เน็ตโปรโตคอล (IP Address) ของผู้เรียกใช้บริการ⁵ และปรับใช้กับการนำข้อมูลในรูปแบบของภาพและเสียง ส่งผ่านทางอินเทอร์เน็ต (video

³ สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์. (2560). Customs Policy Monitoring Unit. ปีที่ 2 ฉบับที่ 12. Retrieved from http://brussels.customs.go.th/data_files/1f7edc4c6d5895137c15131a9ae551cd.pdf

⁴ Centre for European Policy Studies, Geo-blocking: Unjustified barrier to the digital single market or legitimate commercial practice? Retrieved from https://www.ceps.eu/sites/default/files/CEPS%20Digital%20Forum%20seminar%20on%20geo-blocking_0.pdf

⁵ Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, geoblocking, Retrieved from <http://www.crtc.gc.ca/multitools/mtwdk.exe?k=glossary-glossaire&l=60&w=312&n=1&s=5&t=2>

streaming) ที่ดำเนินการให้บริการบนแพลตฟอร์ม เช่น YouTube Netflix DailyMotion iPlayer เป็นต้น ซึ่งการบริหารจัดการการให้บริการของแพลตฟอร์มเหล่านี้แก่ผู้ชมในระดับระหว่างประเทศ จะขึ้นอยู่กับรัฐบาล สถาบันของรัฐ ผู้ให้บริการแพร่ภาพกระจายเสียง และเทคโนโลยีที่แต่ละประเทศใช้ในการควบคุมการส่งผ่านข้อมูลในรูปแบบของภาพและเสียงข้ามพรมแดน ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นเห็นได้จากการที่ผู้ให้บริการบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ ใช้ฐานข้อมูลที่อยู่ของอินเทอร์เน็ตโปรโตคอล (IP Address) ในการกำหนดที่ตั้งของผู้ใช้บริการ และกลายเป็นกลไกสำคัญของการบริหารจัดการการนำข้อมูลในรูปแบบของภาพและเสียง ส่งผ่านทางอินเทอร์เน็ต (video streaming) โดยผู้บริโภคจะเข้าใช้บริการเว็บไซต์ที่มีข้อมูลภาพและเสียงส่งผ่านอินเทอร์เน็ต จากพื้นที่ที่ได้รับอนุญาตให้เข้าถึงเว็บไซต์ได้เท่านั้น แต่ไม่สามารถเข้าถึงบริการดังกล่าวหากอยู่นอกพื้นที่ที่ได้รับอนุญาต (โดยอาจปรากฏข้อความ เช่น “this video is not available in your region”)⁶ หรือในกรณีของการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ที่ผู้บริโภคมองต้องการซื้อสินค้าประเภทเดียวกันจากเว็บไซต์ที่มีฐานอยู่ในอีกประเทศหนึ่ง แต่ต้องพบกับอุปสรรคในเรื่องของราคาสินค้าที่มีความแตกต่างกันระหว่างราคาสินค้าที่ปรากฏในเว็บไซต์ที่มีฐานภายในประเทศที่ตนมี

ถิ่นที่อยู่และราคาสินค้าจากเว็บไซต์ที่ปรากฏใน เว็บไซต์ที่มีฐานจากประเทศเพื่อนบ้าน หรือการจ่ายราคาสินค้าที่มีการเลือกปฏิบัติว่าจะต้องชำระในรูปแบบของเดบิตหรือเครดิต⁷

ดังนั้น มาตรการ geo-blocking จะก่อให้เกิดผลกระทบ ประการแรก คือ จำกัดการเคลื่อนย้ายข้ามพรมแดนออนไลน์ กล่าวคือ ผู้บริโภคที่ได้สมัครสมาชิกอย่างถูกต้องสำหรับบริการออนไลน์ต่าง ๆ ในประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปไม่ได้รับอนุญาตให้เข้าถึงบริการนั้นเมื่อเคลื่อนย้ายหรือไปท่องเที่ยว เป็นการชั่วคราวไปยังประเทศสมาชิกอื่น ๆ ในสหภาพยุโรป ประการที่สอง คือ มาตรการ geo-blocking เป็นการจำกัดการค้าเสรีซึ่งก็หมายถึง การที่ผู้บริโภคในประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปไม่สามารถที่จะเข้าถึงสินค้าหรือบริการที่มีอยู่ในประเทศสมาชิกอื่นได้ โดยเฉพาะในสหภาพยุโรป ซึ่งแต่เดิมเป็นสถานที่ที่ไม่อนุญาตให้มีการรับชมรับฟัง สื่อข้ามพรมแดน ประชาชนส่วนใหญ่จะรับสื่อของประเทศอื่น ๆ ผ่านโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม หรือเลือกซื้อ DVD เมื่อมีการเดินทางไปยังประเทศเพื่อนบ้านในการรับชมเนื้อหาจากต่างประเทศ แต่การจัดทำแผน DSM ซึ่งประเทศสมาชิกในสหภาพยุโรป ทั้ง 28 ประเทศจะต้องบริโภคสินค้าต่าง ๆ รวมถึงสินค้าดิจิทัลร่วมกันในราคาที่เท่าเทียมกัน สหภาพยุโรปจึงพยายามแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ

⁶ Ramon Lobato&James Meese. (2016). Geoblocking and Global Video Culture. *Theory on demand*, issue no. 18. 10. Retrieved from <http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2016/01/TOD18-Geoblocking-Final1.pdf>

⁷ European Commission. (March 2018). Digital Single Market: 10 Key Features of the Geo-blocking Regulation, Retrieved from <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/10-key-features-geo-blocking-regulation>

⁸ Centre for European Policy Studies, Geo-blocking: Unjustified barrier to the digital single market or legitimate commercial practice? Retrieved from https://www.ceps.eu/sites/default/files/CEPS%20Digital%20Forum%20seminar%20on%20geo-blocking_0.pdf

ที่ขัดขวางต่อแผน DSM โดยมาตรการ geo-blocking ถูกพิจารณาว่าเป็นการขัดขวางการแข่งขัน และเป็นข้อจำกัดทางด้านเทคโนโลยีของการค้าเสรีภายในสหภาพยุโรป คณะกรรมการยุโรปมีความเห็นว่ามาตรการ geo-blocking ทำให้ประชาชนชาวยุโรปไม่สามารถที่จะใช้บริการออนไลน์ที่มีอยู่ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปประเทศอื่น หรือนำสินค้าดิจิทัลนั้นเข้ามาอยู่ในเซตร้านค้าภายในประเทศในราคาที่เท่ากัน ซึ่งการกระทำดังกล่าวถือเป็นการขัดต่อการรวมตัวเป็นตลาดสินค้าเดียวของสหภาพยุโรป⁹

ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางการแก้ไขปัญหาเรื่อง geo-blocking ในสหภาพยุโรป

ในช่วงที่ผ่านมา คณะกรรมาธิการยุโรป (European Commission) ได้ทำการทบทวนหลักการตามกฎหมายลิขสิทธิ์ โดยเน้นความสำคัญในเรื่องของมาตรการ geo-blocking ซึ่งทำการขัดขวางผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่อาศัยอยู่ในประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปในการเข้าถึงเว็บไซต์และสมัครสมาชิกของเว็บไซต์ที่ให้บริการออนไลน์ที่มีฐานในการให้บริการแก่ผู้บริโภคอยู่ในอีกประเทศหนึ่ง ทำให้การให้บริการของผู้ให้บริการสิ้นสุดเฉพาะในเขตอำนาจเฉพาะอาณาเขต ผู้บริโภคใช้บริการเว็บไซต์ได้เฉพาะเว็บไซต์ที่มีฐานในการให้

บริการภายในประเทศ ในขณะที่บริษัทผู้ให้บริการรายเดียวกันนี้อาจทำการให้บริการออนไลน์ในลักษณะเดียวกันในอีกประเทศหนึ่งและเก็บค่าบริการที่ต่างกัน ในเรื่องนี้สหภาพยุโรปได้ออก A Digital Single Market Strategy for Europe ระบุให้มาตรการ geo-blocking ที่ไม่เป็นธรรม (unjustified geo-blocking) ควรถูกกำหนดให้เป็นการต้องห้าม เนื่องจากสร้างความไม่พอใจแก่ผู้บริโภคและก่อให้เกิดความแตกแยกของตลาดในสหภาพยุโรป¹⁰ อีกทั้งยังขัดกับข้อเสนอของสหภาพยุโรปที่ได้เสนอการทำงานร่วมกันของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ระบบปฏิบัติการที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นการรับรองการทำงานร่วมกันของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ระบบปฏิบัติการที่แตกต่างกัน ข้ามพรมแดนของการให้บริการเนื้อหาต่าง ๆ ในรูปแบบออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์ให้ประชาชนแห่งสหภาพยุโรป สามารถที่จะเข้าถึงเนื้อหาออนไลน์ต่าง ๆ ทั้งภาพยนตร์ หนังสือ อีเล็กทรอนิกส์ การแข่งขันฟุตบอล ภาพยนตร์ชุด วิดีโอเกม ที่พวกเขาได้ทำการซื้อหรือเช่าออนไลน์ ในขณะที่พวกเขาได้เดินทางอยู่ในประเทศอื่นที่เป็นสมาชิกสหภาพยุโรป ซึ่งในปัจจุบัน ประชาชนชาวยุโรปยังไม่สามารถที่จะเข้าถึงเนื้อหาออนไลน์ต่าง ๆ นอกเหนือเขตแดนของประเทศที่เป็นต้นกำเนิดของเนื้อหาเหล่านั้น เนื่องจากผู้ถือสิทธิ์ได้ใบอนุญาตที่มีในดินแดนของรัฐผู้ให้บริการซึ่งเป็นไปตามแนวปฏิบัติทั่วไปของการค้า¹¹

⁹ Ramon Lobato & James Meese. (2016). Geoblocking and Global Video Culture. *Theory on demand*, issue no. 18. 20. Retrieved from <http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2016/01/TOD18-Geoblocking-Final1.pdf>

¹⁰ Giuseppe Mazziotti. (2015). Is geo-blocking a real cause for concern in Europe?. *European University Institute, Department of Law, EUI Working Paper LAW 2015/43*. 1. Retrieved from http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/38084/LAW_2015_43.pdf?sequence=1&isAllowed=y

¹¹ Celine Castets-Renard, "Digital Single Market": the European Commission presents its first measures in Copyright Law page 4.

นอกจากนี้ คู่สัญญาในสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิที่ได้ทำข้อตกลงที่มีการผูกพันในเรื่องของมาตรการ geo-blocking ด้วยมูลเหตุจูงใจหลายประการ เช่น

- มาตรการ geo-blocking สามารถใช้ในการจัดสรรการให้บริการตามพื้นที่ผ่านการพิจารณาจากเรื่องภาษาเฉพาะถิ่น หรือเนื้อหาที่อาจมีความอ่อนไหวเฉพาะท้องถิ่น และการโฆษณาในท้องถิ่นนั้น
- มาตรการ geo-blocking สามารถใช้เพื่อกำหนดความแตกต่างทางด้านราคาในตลาดที่หลากหลาย
- คู่สัญญาที่กำหนดข้อตกลงในเรื่อง geo-blocking ในสัญญาทำเพื่อที่จะปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย เช่น ผู้ที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในเนื้อหาที่จะต้องทำการแพรรภาพเฉพาะในประเทศใดประเทศหนึ่งและจะต้องทำการให้อนุญาตเฉพาะแต่ในประเทศใดประเทศหนึ่งซึ่งได้ลิขสิทธิ์ในการแพรรภาพ ซึ่งในการอนุญาตให้ใช้สิทธินั้นผู้รับอนุญาตจะถูกเรียกร้องห้ามนำเนื้อหาไปแพรรภาพนอกเหนือเขตพื้นที่ประเทศนั้น กรณีนี้ได้มีตัวอย่างที่เกิดขึ้นจริง คือ สถานีโทรทัศน์ในสาธารณรัฐเช็กได้รับการอนุญาตจากสถานีโทรทัศน์บีบีซีของประเทศอังกฤษให้นำรายการทีวีโชว์ (Doc Martin) ไปแพรรภาพ สถานีโทรทัศน์บีบีซีสามารถจำกัดให้แพรรภาพได้เฉพาะ

แต่ในพื้นที่ของประเทศสาธารณรัฐเช็กเท่านั้น ดังนั้น สถานีโทรทัศน์ในประเทศสาธารณรัฐเช็กที่ได้รับลิขสิทธิ์จะต้องใช้มาตรการ geo-blocking ในการป้องกันไม่ให้มีการต่อสัญญาจากผู้รับชมที่อยู่นอกพื้นที่สาธารณรัฐเช็กเพื่อรับชมรายการทีวีโชว์ดังกล่าว¹²

อย่างไรก็ดี การใช้มาตรการ geo-blocking ยังมีประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้ คือ

1) ปัญหาเรื่องสิทธิอาณาเขตของลิขสิทธิ์ และการระบับซึ่งสิทธิ

ลิขสิทธิ์เป็นสิทธิอาณาเขต หมายความว่า การให้สิทธิทางกฎหมายแก่ผู้ถือสิทธิ์จะเป็นไปตามกฎหมายลิขสิทธิ์ภายในของแต่ละประเทศซึ่งอาจแตกต่างกันไป เป็นผลให้การคุ้มครองลิขสิทธิ์ของผู้เป็นเจ้าของงานสร้างสรรค์ถูกจำกัดภายในอาณาเขตของประเทศใดประเทศหนึ่งและไม่ขยายการคุ้มครองนอกเขตอำนาจของประเทศนั้น ๆ ในเรื่องนี้สหภาพยุโรปได้มีความพยายามที่จะปรับใช้ EU Directive ในส่วนที่เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ให้มีความสอดคล้องกันตลอดสองทศวรรษที่ผ่านมา แต่ก็ยังมีลักษณะสำคัญบางประการที่ถูกกำหนดและนำไปใช้แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศสมาชิก การเปลี่ยนแปลงในช่วงที่ผ่านมาของสหภาพยุโรปเรียกร้องให้มีการรับรองในหลักการสิทธิอาณาเขตของลิขสิทธิ์ ซึ่งมีผลให้ประเทศสมาชิกแต่ละประเทศสามารถที่จะปกป้องสิทธิของตนตามหลักการการชดเชยค่าเสียหายให้แก่ผู้สร้างสรรค์ภายใต้กรอบความคิดของนโยบายทางวัฒนธรรม ผู้ถือสิทธิ์

¹² Marketa Trimble. (2016). Geoblocking, Technical Standards and the Law. *Scholarly Works. Paper 947*. Retrieved from <http://scholars.law.unlv.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1971&context=facpub>

จึงสามารถใช้สิทธิแยกออกจากกันในประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป 28 ประเทศ ซึ่งการใช้สิทธิเช่นนี้ย่อมเป็นการป้องกันการนำเข้าซ้อน และกีดกันการหมุนเวียนสินค้าอันมีลิขสิทธิ์ในสหภาพยุโรป ซึ่งเป็นไปตามหลักการเคลื่อนย้ายเสรีของสินค้าภายในสหภาพยุโรป¹³

หลักการดั้งเดิมที่อาจนำมาปรับใช้กับปัญหาที่เกิดจากการใช้มาตรการ geo-blocking คือ เรื่องการระงับซึ่งสิทธิ (Exhaustion Doctrine) ที่ได้ปรับใช้สำหรับการแก้ไขข้อขัดแย้งระหว่างการปกป้องผลประโยชน์ของชาติกับหลักการในการเคลื่อนย้ายสินค้าในตลาด โดยหลักการนี้กล่าวถึงการใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาย่อมระงับสิ้นไปเมื่อได้มีการนำสินค้าที่มีทรัพย์สินทางปัญญาออกขายในตลาดเป็นครั้งแรก ซึ่งหมายความว่าเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาจะไม่สามารถใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของตนได้อีกเมื่อได้มีการนำสินค้านั้นออกขายในท้องตลาดอย่างใดก็ได้ เมื่อนำหลักการดังกล่าวมาใช้กับสภาพแวดล้อมทางดิจิทัลและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากมาตรการ geo-blocking อาจจะถูกพิจารณาว่าเป็นสินค้าที่ไม่มีรูปร่างซึ่งอยู่นอกเหนือจากการปรับใช้ตามหลักการระงับซึ่งสิทธิ ดังปรากฏในคดีระหว่าง Coditel and Others v. Cine Vog Films and Others ที่ศาลแห่งสหภาพยุโรปปฏิเสธการขยายการปรับใช้หลักการระงับซึ่งสิทธิว่าให้ครอบคลุม

เฉพาะสินค้ามีรูปร่างที่มีสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาแต่ไม่ครอบคลุมไปถึงทรัพย์สินที่ไม่มีรูปร่างที่มีการใช้ในเชิงพาณิชย์ เช่น สัญญาถ่ายทอดทางโทรทัศน์ เป็นต้น¹⁴

2) ปัญหาของมาตรการ geo-blocking ที่ไม่เป็นธรรม

มาตรการ geo-blocking ก่อให้เกิดอุปสรรคในการที่จะก่อให้เกิดตลาดรวมดิจิทัลแห่งสหภาพยุโรป และเป็นข้อจำกัดของการเคลื่อนย้ายข้ามเขตแดนและการเข้าถึงงานอันมีลิขสิทธิ์สำหรับการย้ายถิ่นฐานชั่วคราวหรืออาจเกิดขึ้นในกรณีที่นักท่องเที่ยวที่ได้สมัครสมาชิกสำหรับบริการเนื้อหาออนไลน์ในประเทศที่เขามิได้อยู่แต่ไม่สามารถที่จะเข้าถึงบริการนั้นได้เมื่อเคลื่อนย้ายไปสู่รัฐสมาชิกสหภาพยุโรปอื่น มาตรการ geo-blocking จึงทำให้เกิดการกีดกันทางการค้าด้วยการห้ามผู้บริโภคในสหภาพยุโรปจากการเข้าถึงงานอันมีลิขสิทธิ์จากประเทศสมาชิกอื่น ๆ แทนที่ผู้บริโภคจะสามารถเข้าถึงบริการออนไลน์ที่ให้บริการเช่นเดียวกันในประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปอื่น ตัวอย่างที่สำคัญคือ กรณีของผู้ใช้บริการ Netflix ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการฉายภาพยนตร์ออนไลน์ได้ลงทะเบียนการใช้บริการในประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปประเทศหนึ่งไม่สามารถที่จะเข้าถึงบริการนั้นได้เมื่ออยู่ในสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ หรืออีกตัวอย่างหนึ่ง คือ

¹³ Giuseppe Mazziotti. (2015). Is geo-blocking a real cause for concern in Europe?. *European University Institute, Department of Law, EUI Working Paper LAW 2015/43*. 3. Retrieved from http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/38084/LAW_2015_43.pdf?sequence=1&isAllowed=y

¹⁴ Giuseppe Mazziotti. (2015). Is geo-blocking a real cause for concern in Europe?. *European University Institute, Department of Law, EUI Working Paper LAW 2015/43*. 4. Retrieved from http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/38084/LAW_2015_43.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ลูกค้าของบริษัท Apple ต้องทำการซื้อเนื้อหาอันมีลิขสิทธิ์ผ่าน iTunes ที่อยู่ในประเทศของเขาเท่านั้น ในขณะที่ถูกกีดกันจากการเข้าถึงเนื้อหาหรือรายการอื่น ๆ ที่อยู่ในการให้บริการของบริษัท Apple ที่อยู่ในประเทศอื่น¹⁵

แนวทางการแก้ไขเบื้องต้น คือ การให้คู่สัญญาทำสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยไม่มีการจำกัดเขตแดนของสัญญา อย่างไรก็ตามแนวทางนี้อาจเป็นการขัดกับหลักการของกฎหมายลิขสิทธิ์ซึ่งโดยทั่วไปแล้วเป็นเรื่องของสิทธิอาณาเขตของประเทศนั้น ๆ ในการที่ผู้ทรงสิทธิ์จะอนุญาตให้สิทธิเด็ดขาดแก่ผู้ใดที่จะแสวงหาประโยชน์จากงานอันมีลิขสิทธิ์ของตน ดังนั้น การที่จะทำสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยขยายการใช้สิทธิครอบคลุมทั่วทั้งยุโรปอาจส่งผลกระทบในทางลบต่อการแสดงเจตนาของคู่สัญญาซึ่งเป็นหลักการขั้นพื้นฐานตาม the Charter of Fundamental Rights of the EU ที่ได้กำหนดไว้ใน European Parliament Resolution of 9 July 2015 เพื่อแก้ไขเพิ่มเติม Directive 2001/29/EC on the harmonisation of certain aspects of copyright and related rights in the information society โดยมีสาระสำคัญว่าการขยายขอบเขตพื้นที่ของการให้อนุญาตแก่ผู้จัดจำหน่ายภายในประเทศขึ้นอยู่กับความสามารถในการที่จะเลือกขยายขอบเขตของการให้อนุญาตและ

ประเภทของรูปแบบในการจัดจำหน่ายว่าเป็นการสนับสนุนการลงทุนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และการผลิตเนื้อหาสำหรับโทรทัศน์หรือไม่ และจะต้องสนับสนุนความหลากหลายทางวัฒนธรรมด้วย¹⁶

3) สหภาพยุโรปได้ออกแนวทางของการแก้ไขปัญหาในเรื่องนี้ โดยถือว่ามาตรการของการใช้ geo-blocking ที่ไม่เป็นธรรมเป็นการขัดขวางผู้บริโภคในการเข้าถึงสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์ที่มีฐานในประเทศสมาชิกอื่นอันถือได้ว่าเป็นการขัดต่อนโยบาย Digital Single Market เพื่อที่จะขจัดอุปสรรคนี้สภายุโรปจึงได้ออกข้อเสนอ REGULATION (EU) 2018/302 เพื่อแก้ไขปัญหาในเรื่องนี้และมีผลใช้บังคับแก่ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2018 ที่ผ่านมา โดยมีหลักการพื้นฐานในการจัดการเลือกปฏิบัติต่อสัญชาติของผู้บริโภค ถิ่นที่อยู่ และสถานที่ตั้งของผู้บริโภคในสหภาพยุโรป กฎหมายฉบับนี้ได้ขจัดปัญหาในเรื่องการเลือกปฏิบัติหรือความแตกต่างของราคาสินค้า หรือเงื่อนไขของการจ่ายค่าสินค้า ทำให้ผู้บริโภคในสหภาพยุโรปสามารถมีทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าชนิดเดียวกันจากเว็บไซต์การขายสินค้าออนไลน์ที่มีฐานอยู่ในประเทศสมาชิกอื่นได้ในราคา และเงื่อนไขในการจ่ายค่าสินค้าที่ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด¹⁷

¹⁵ Giuseppe Mazziotti. (2015). Is geo-blocking a real cause for concern in Europe?. *European University Institute, Department of Law, EUI Working Paper LAW 2015/43*. 6. Retrieved from http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/38084/LAW_2015_43.pdf?sequence=1&isAllowed=y

¹⁶ Giuseppe Mazziotti. (2015). Is geo-blocking a real cause for concern in Europe?. *European University Institute, Department of Law, EUI Working Paper LAW 2015/43*. 7. Retrieved from http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/38084/LAW_2015_43.pdf?sequence=1&isAllowed=y

¹⁷ European Council: Council of the European Union, Geo-blocking: unlocking e-commerce in the EU, <http://www.consilium.europa.eu/en/policies/geo-blocking/>

สาระสำคัญของกฎหมายฉบับนี้ประกอบด้วย

(1) ผู้ค้าจะไม่สามารถเลือกปฏิบัติต่อผู้บริโภคเกี่ยวกับราคาในกรณี ดังต่อไปนี้

- สำหรับสินค้าที่สามารถถูกส่งภายในประเทศสมาชิกที่ผู้ค้าได้เสนอให้แก่ผู้บริโภคหรือที่ได้ตกลงกับผู้บริโภค เช่น ผู้บริโภคคนหนึ่งในประเทศเบลเยียมต้องการซื้อกล้องถ่ายภาพและหาราคาที่พึงพอใจที่สุดจากเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์จากประเทศเยอรมนี ผู้บริโภคคนนั้นสามารถที่จะส่งสินค้าและผู้ขายจะต้องมีความผูกพันในการจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้บริโภคไปยังที่อยู่ของผู้บริโภคในประเทศเบลเยียม
- สำหรับการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การให้บริการคลาวด์ (Cloud) การให้บริการคลังข้อมูล (Data Warehouse) และการให้บริการพื้นที่การใช้งานบนอินเทอร์เน็ต (website hosting) เช่น ผู้บริโภคชาวบัลแกเรียต้องการซื้อบริการพื้นที่การใช้งานบนอินเทอร์เน็ตจากบริษัทสัญชาติประเทศสเปน เขาสามารถที่จะเข้าถึงบริการและจดทะเบียนการซื้อบริการนี้ได้โดยไม่ต้องจ่ายค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม นอกเหนือไปจากที่ลูกค้าชาวสเปนต้องจ่ายเมื่อซื้อบริการนี้

- สำหรับบริการที่พักโรงแรม และการเช่ารถ ซึ่งได้รับลูกค้าในประเทศที่ผู้ค้าได้ดำเนินการอยู่ เช่น ครอบครัวชาวอิตาลีเดินทางไปเที่ยวสวนสนุกในประเทศฝรั่งเศสและต้องการซื้อตั๋วที่พักที่มีส่วนลด ครอบครัวชาวอิตาลีจะได้รับส่วนลดราคาที่พักเช่นเดียวกับที่ครอบครัวชาวฝรั่งเศสได้รับ¹⁸

(2) การชำระราคาสินค้าหรือบริการ

ผู้ค้าจะต้องรับชำระค่าสินค้าโดยไม่เลือกปฏิบัติต่อผู้บริโภคเนื่องจากสัญชาติ ถิ่นที่อยู่อาศัย หรือสถานที่ตั้งของผู้บริโภค โดยการเลือกปฏิบัติจะถือได้ว่าเป็นการต้องห้ามหากการชำระราคาสินค้านั้นกระทำโดยผ่านวิธีการการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยการโอนผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต หรือ การชำระเงินผ่านบัตรใด ๆ ที่เป็นประเภทเดียวกัน และการชำระราคาสินค้าเป็นการชำระผ่านสกุลเงินที่ผู้ค้ายอมรับ¹⁹

อย่างไรก็ดี กฎหมายฉบับนี้ของสหภาพยุโรปมุ่งเน้นแต่เพียงการแก้ไขเรื่องการซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์เท่านั้น สำหรับกิจกรรมในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสินค้าประเภท non-audiovisual และ audiovisual ที่มีการคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ เช่น e-book, วิดีโอเกม เพลงหรือภาพยนตร์ที่รับฟังรับชมทางออนไลน์ หรือสินค้าประเภทซอฟต์แวร์ ไม่อยู่ภายใต้กฎหมายฉบับนี้ที่จะเป็นการต้องห้าม

¹⁸ European Commission. (March 2018). Digital Single Market: 10 Key Features of the Geo-blocking Regulation, Retrieved from <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/10-key-features-geo-blocking-regulation>

¹⁹ European Commission. (March 2018). Digital Single Market: 10 Key Features of the Geo-blocking Regulation, Retrieved from <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/10-key-features-geo-blocking-regulation>

ในการเลือกปฏิบัติที่มีเงื่อนไขเนื่องจากสัญชาติของผู้บริโภค ถิ่นที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ตั้งของผู้บริโภค ทั้งในแง่ของราคาสินค้า การส่งสินค้า การเข้าถึง และการชำระราคาสินค้า²⁰

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า มาตรการ geo-blocking ก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ต่อผู้บริโภคชาวสหภาพยุโรป และเป็นการขัดขวางเป้าหมายของยุทธศาสตร์ DSM ที่ต้องการรวมตลาดสหภาพยุโรปให้เป็นตลาดเดียว สหภาพยุโรปตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว จึงได้ออกกฎหมายเพื่อใช้บังคับกับผู้ค้าภายในประเทศสมาชิกโดยต้องห้ามการเลือกปฏิบัติในเรื่องการเลือกปฏิบัติหรือความแตกต่างของราคาสินค้า หรือเงื่อนไขของการจ่ายราคาสินค้าจากเว็บไซต์การขายสินค้าออนไลน์ที่มีฐานอยู่ในประเทศสมาชิกอื่นโดยอาศัยหลักการในการจัดการเลือกปฏิบัติต่อสัญชาติของผู้บริโภค ถิ่นที่อยู่ และสถานที่ตั้งของผู้บริโภคในสหภาพยุโรป

อย่างไรก็ดี การแก้ปัญหาในส่วนที่เกี่ยวข้องประเด็นกฎหมายลิขสิทธิ์ที่เกิดจากมาตรการ geo-blocking นั้นยังไม่มีกฎหมายที่แก้ไขปัญหาใน

เรื่องนี้โดยเฉพาะ ประกอบกับการพิจารณาหลักของกฎหมายลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นสิทธิเด็ดขาดของผู้เป็นเจ้าของงานสร้างสรรค์ที่ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปได้บัญญัติไว้ในกฎหมายภายในให้มีลักษณะเป็นสิทธิตามอาณาเขตภายในประเทศของตนเอง ดังนั้นในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวจึงต้องอาศัยความร่วมมือกันในระดับภูมิภาคโดยอาศัยหลักการปฏิบัติเยี่ยงคนชาติ (national treatment) ตามกฎหมายระหว่างประเทศ และเป็นหลักที่พบในมาตรา 5(2) สนธิสัญญาเบิร์น Berne Convention²¹ ที่ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปเป็นสมาชิกทั้งหมด ได้ให้สิทธิในการคุ้มครองผลงานสร้างสรรค์อย่างอิสระในประเทศแหล่งกำเนิดของงานสร้างสรรค์นั้น คู่สัญญาในสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิสามารถที่จะทำสัญญาโดยการกำหนดความหมายของสิทธิเด็ดขาด (exclusive right) ของงานอันมีลิขสิทธิ์ ในลักษณะที่เป็นการกำหนดเขตแดน (territorial licensing) โดยถือว่าลิขสิทธิ์ของงานสร้างสรรค์งานหนึ่งนั้นสามารถแยกออกและได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ของแต่ละเขตแดน²² หรืออาจมีการกำหนดข้อยกเว้นเป็นเงื่อนไขในสัญญาให้อนุญาตไว้อย่างชัดเจนว่าในสถานการณ์เช่นใดจึงจะถือให้มีการใช้

²⁰ European Council: Council of the European Union, Geo-blocking: unlocking e-commerce in the EU, <http://www.consilium.europa.eu/en/policies/geo-blocking/>

²¹ Berne Convention Article 5 2) states that “The enjoyment and the exercise of these rights shall not be subject to any formality; such enjoyment and such exercise shall be independent of the existence of protection in the country of origin of the work. Consequently, apart from the provisions of this Convention, the extent of protection, as well as the means of redress afforded to the author to protect his rights, shall be governed exclusively by the laws of the country where protection is claimed.”

²² P. Bernt Hugenholtz. Making the Digital Single Market work for copyright: extending the Satellite & Cable Directive to content service online. 4. Retrieved from <https://www.ivir.nl/publicaties/download/Making-the-Digital-Single-Market-Work-for-Copyright.pdf>

มาตรการ geo-blocking ได้ เพื่อเป็นการสนับสนุนกลยุทธ์ทางการตลาด และในสถานการณ์เช่นนี้จะทำให้เจ้าของผลงานสร้างสรรค์ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ และผู้บริโภคได้รับประโยชน์มากที่สุด และอาจมีการกำหนดให้มีการจ่ายค่าชดเชยให้แก่ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ตามสมควร ซึ่งการหาทางออกสำหรับเรื่องนี้เป็นสิ่งที่สหภาพยุโรปให้ความสำคัญและกำลังดำเนินการเพื่อหามาตรการร่วมกันในระหว่างประเทศสมาชิกทั้งประเด็นการแยกพิจารณาการทำสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิในแต่ละอาณาเขตให้รวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันภายใต้กฎหมายลิขสิทธิ์แห่งสหภาพยุโรปหรือการออกกฎหมายเฉพาะเจาะจงแก่ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปเกี่ยวกับการเข้าถึงงานอันมีลิขสิทธิ์ข้ามพรมแดนเหล่านี้ที่จะช่วยให้บรรลุเป้าหมายของการเป็นตลาดร่วมดิจิทัลอย่างแท้จริง²³

การแก้ไขปัญหาเรื่องมาตรการ geo-blocking ในสหภาพยุโรปสามารถใช้เป็นกรณีศึกษาให้กับการรวมกลุ่มเศรษฐกิจระดับภูมิภาคทั่วโลกเนื่องจากผู้ให้บริการทางสื่อทัศน เช่น บริษัทที่ให้บริการดูภาพยนตร์โดยส่งภาพและเสียงผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (เช่น Netflix) หรือบริษัทผู้ค้าที่ดำเนินธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์มีแนวโน้มที่จะขยายฐานการให้บริการไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก ซึ่งก็อาจจะเกิดปัญหาในเรื่องที่เกี่ยวกับข้อจำกัดทางถิ่นที่อยู่ทางภูมิศาสตร์เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียนที่ได้รวมตัว

กันเป็นประชาคมอาเซียน ดังนั้น แนวทางการแก้ไขปัญหาที่สหภาพยุโรปได้หาแนวทางไม่ว่าจะเป็นการออก REGULATION (EU) 2018/302 เพื่อแก้ไขปัญหาของการเลือกปฏิบัติต่อผู้บริโภคในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต หรือการหาแนวทางร่วมกันในระดับภูมิภาคเรื่องของการอนุญาตให้ใช้สิทธิในงานอันมีลิขสิทธิ์ในสหภาพยุโรป สามารถใช้เป็นแนวทางเพื่อปรับใช้กับปัญหาในเรื่องนี้ที่อาจจะเกิดขึ้นเช่นเดียวกันในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก

บรรณานุกรม

- สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์. (2560). Customs Policy Monitoring Unit. ปีที่ 2 ฉบับที่ 12. Retrieved from http://brussels.customs.go.th/data_files/1f7edc4c6d5895137c15131a9ae551cd.pdf
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, geoblocking, Retrieved from <http://www.crtc.gc.ca/multites/mtwdk.exe?k=glossary-glossaire&l=60&w=312&n=1&s=5&t=2>
- Centre for European Policy Studies, Geo-blocking: Unjustified barrier to the digital single market or legitimate commercial practice? Retrieved from <https://www.ceps.eu/sites/default/>

²³ Niko Siukkola. (2016). *Netflix Anywhere? Geo-Blocking of online Copyright Protected Content v. Free Movement of Services within the European Union*. Master's Thesis University of Eastern Finland. Retrieved from http://epublications.uef.fi/pub/urn_nbn_fi_uef-20161189/urn_nbn_fi_uef-20161189.pdf

- files/CEPS%20Digital%20Forum%20seminar%20on%20geo-blocking_0.pdf
- Celine Castets-Renard. (June 2016). "Digital Single Market": the European Commission presents its first measures in Copyright Law . *French Review: Recueil Dalloz*, 2016, n° 7, 388. Retrieved from SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2802729>.
- European Commission. (March 2018). Digital Single Market: 10 Key Features of the Geo-blocking Regulation, Retrieved from <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/10-key-features-geo-blocking-regulation>
- European Council: Council of the European Union, Geo-blocking: unlocking e-commerce in the EU, <http://www.consilium.europa.eu/en/policies/geo-blocking/>
- Giuseppe Mazziotti. (2015). Is geo-blocking a real cause for concern in Europe?. *European University Institute, Department of Law, EUI Working Paper LAW 2015/43*. Retrieved from http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/38084/LAW_2015_43.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- <http://www.crtc.gc.ca/multites/mtwdk.exe?k=glossary-glossaire&l=60&w=312&n=1&s=5&t=2>
- Niko Siukkola. (2016). *Netflix Anywhere? Geo-Blocking of online Copyright Protected Content v. Free Movement of Services within the European Union*. Master's Thesis University of Eastern Finland. Retrieved from http://epublications.uef.fi/pub/urn_nbn_fi_uef-20161189/urn_nbn_fi_uef-20161189.pdf
- P. Bernt Hugenholtz. Making the Digital Single Market work for copyright: extending the Satellite & Cable Directive to content service online. Retrieved from <https://www.ivir.nl/publicaties/download/Making-the-Digital-Single-Market-Work-for-Copyright.pdf>
- Ramon Lobato&James Meese. (2016). Geoblocking and Global Video Culture. *Theory on demand*, issue no. 18. 10. Retrieved from <http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2016/01/TOD18-Geoblocking-Final1.pdf>