

**ผลการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้อง (public hearing)**  
**เอกสารรับฟังความคิดเห็น เลขที่ ออกต. 19/2565**  
**เรื่อง ร่างประกาศเกี่ยวกับการโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล**

1. การรับฟังความคิดเห็น จำนวน 1 ครั้ง ผ่านทางเว็บไซต์ของสำนักงาน ก.ล.ต. ([www.sec.or.th](http://www.sec.or.th)) ระหว่างวันที่ 15 มิถุนายน 2565 ถึงวันที่ 29 มิถุนายน 2565 และการจัดรับฟังความเห็นเฉพาะกลุ่มจากผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการปรับปรุงหลักเกณฑ์ (focus group) จำนวน 1 ครั้ง เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2565
2. ผู้จัดส่งความคิดเห็น ผ่านทางเว็บไซต์ของสำนักงาน ก.ล.ต. และอีเมลของเจ้าหน้าที่ จำนวน 13 ความเห็น โดยแบ่งเป็นความเห็นจากผู้ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล หรือบุคลากรของผู้ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลจำนวน 12 ความเห็น และความเห็นจากผู้ลงทุนและอื่น ๆ 1 ความเห็น (ผู้เข้าชมทางเว็บไซต์ภาษาไทยจำนวน 661 ครั้ง ภาษาอังกฤษจำนวน 62 ครั้ง)

**3. ประเด็นสำคัญ**

สำนักงาน ก.ล.ต. ได้เปิดรับฟังความคิดเห็นร่างประกาศเกี่ยวกับการโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล ตามมติคณะกรรมการ ก.ล.ต. ในการประชุมครั้งที่ 2/2565 เมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2565 และการประชุมครั้งที่ 5/2565 เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2565 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 ร่างประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่ กธ. /2565 เรื่อง หลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล (ฉบับที่ )

หลักการที่เสนอ	ข้อสังเกตหรือข้อเสนอแนะ	ความเห็นของสำนักงาน
<b>(1) บทนิยาม</b>		
(1.1) การโฆษณา	<b>ส่วนใหญ่เห็นด้วย</b> โดยมีความเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่สำคัญดังนี้ <u>ความเห็น</u> - นิยามของคำว่าโฆษณากว้างและกำกวม อาจเกิดปัญหาในการตีความ โดยเฉพาะช่วงท้ายที่กล่าวว่า "เพื่อประโยชน์ทางการค้า" ในทางปฏิบัติ	สำนักงาน ก.ล.ต. พิจารณาความเห็นและข้อเสนอแนะแล้ว ขอเรียนดังนี้ - สำนักงาน ก.ล.ต. เห็นด้วย โดยได้ตัดประโยค "เพื่อประโยชน์ทางการค้า" ออกจากนิยามการโฆษณา เพื่อให้ นิยามการโฆษณามีความหมายที่กว้างและครอบคลุมมากขึ้น รวมถึงช่วยลดความกำกวมในการตีความในทางปฏิบัติ
(1.2) บริษัทในกลุ่ม และบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกิจการ	<b>ส่วนใหญ่เห็นด้วย</b> โดยมีความเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่สำคัญดังนี้ <u>ความเห็น</u> - การกำหนดนิยามบุคคลที่เกี่ยวข้องในกิจการ ไม่ควรมีขอบเขตที่กว้างเกินจำเป็น	สำนักงาน ก.ล.ต. พิจารณาความเห็นและข้อเสนอแนะแล้ว ขอเรียนดังนี้ - สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนดนิยามบริษัทในกลุ่มและบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกิจการให้มีความครอบคลุม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกำกับดูแลการโฆษณาของกลุ่มบริษัทหรือ

หลักการที่เสนอ	ข้อสังเกตหรือข้อเสนอแนะ	ความเห็นของสำนักงาน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขอบเขตการควบคุมอาจเกินจาก regulated entity เนื่องจากเป็นการมองบุคคลตามพฤติการณ์และอิทธิพลของบุคคลนั้น</li> <li>- ควรกำหนดนิยามของผู้ที่มีอำนาจควบคุม คะแนนเสียงส่วนใหญ่ในที่ประชุม ผู้ถือหุ้นให้มีความชัดเจน</li> </ul>	<p>บุคคลในกรณีที่มีการโฆษณาร่วมหรือโฆษณาเพื่อผู้ประกอบธุรกิจ และเพื่อป้องกันไม่ให้ประชาชนเกิดความสับสนหรือเข้าใจผิดว่าเป็นการโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สำหรับนิยาม “อำนาจควบคุมกิจการ” หมายความว่า “อำนาจควบคุมกิจการตามบทนิยาม คำว่า “อำนาจควบคุมกิจการ” ที่กำหนดในมาตรา 89/1 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535</li> </ul>
<b>(2) หลักการ</b>		
<p>(2.1) การปรับปรุงหลักเกณฑ์การจัดให้มีผู้แนะนำรายซื้อลูกค้า (introducing broker agent : IBA) โดยผู้ประกอบธุรกิจยังจัดให้มี IBA สำหรับการให้บริการโทเคนดิจิทัลได้</p>	<p><b>ส่วนใหญ่เห็นด้วย</b> โดยมีความเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่สำคัญดังนี้</p> <p><b>ความเห็น</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นการยากที่จะพิสูจน์ว่านักลงทุนที่เปิดบัญชีโดยมี IBA ทำหน้าที่แนะนำให้มาใช้บริการกับผู้ประกอบการนั้น มาเปิดบัญชีเพื่อซื้อขายโทเคนดิจิทัลอย่างเดียวหรือไม่</li> <li>- ควรสนับสนุนให้ผู้ซื้อขายค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมอย่างครบถ้วนมากกว่าการห้ามไม่ให้มี IBA สำหรับการให้บริการคริปโทเคอร์เรนซี</li> <li>- การแบ่งประเภทเหรียญยังสามารถทำได้ยากในบางกรณี โดยเฉพาะเหรียญที่เข้าข่ายเป็นทั้งคริปโทเคอร์เรนซีและโทเคนดิจิทัล</li> </ul> <p><b>ข้อเสนอแนะ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เสนอให้สามารถจัดให้มี IBA เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา หรือสามารถจัดให้มี IBA ได้กับหน่วยงานภาคประชาสังคมหรือองค์กรที่จดทะเบียนพาณิชย์ อย่างถูกต้องตามกฎหมาย</li> </ul>	<p>สำนักงาน ก.ล.ต. พิจารณาความเห็นและข้อเสนอแนะแล้ว ขอเรียนดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ในส่วนของการกำกับดูแลผู้ประกอบธุรกิจในการจัดให้มี IBA สำหรับการให้บริการโทเคนดิจิทัลนั้น สำนักงาน ก.ล.ต. พิจารณาจากเงื่อนไขการจัดทำสัญญาข้อตกลงระหว่างผู้ประกอบธุรกิจและ IBA โดยกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจสามารถดำเนินการจัดให้มี IBA ได้เฉพาะการให้บริการเกี่ยวกับโทเคนดิจิทัลเท่านั้น และกรณีผู้ประกอบธุรกิจมีการจ่ายค่าตอบแทนสำหรับ IBA ในการแนะนำหรือติดต่อเชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการ ผู้ประกอบธุรกิจควรจัดให้มีค่าตอบแทนเฉพาะในส่วนของการแนะนำลูกค้าและลูกค้าเลือกลงทุนในโทเคนดิจิทัลเท่านั้น</li> <li>- สำนักงาน ก.ล.ต. เห็นว่าคริปโทเคอร์เรนซีมีความเสี่ยงสูง จึงอาจไม่ใช่ผลิตภัณฑ์การลงทุนที่เหมาะสมกับทุกคน และเห็นด้วยในการสนับสนุนให้ผู้ซื้อขายมีความรู้ความเข้าใจอย่างเพียงพอก่อนการซื้อขาย สำนักงาน ก.ล.ต. จึงได้กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องจัดให้ลูกค้าหรือผู้สนใจใช้บริการที่ไม่มีประสบการณ์ซื้อขายคริปโทเคอร์เรนซีมาก่อน ต้องผ่านการอบรมหรือเข้าร่วมการทำ knowledge test เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคริปโทเคอร์เรนซีและความเสี่ยง</li> </ul>

หลักการที่เสนอ	ข้อสังเกตหรือข้อเสนอแนะ	ความเห็นของสำนักงาน
		<p>ก่อนที่จะเข้ามาใช้บริการกับผู้ประกอบธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สำหรับประเด็นการพิจารณาว่าสินทรัพย์ดิจิทัลใดเข้าข่ายเป็นคริปโทเคอร์เรนซีหรือโทเคนดิจิทัล จะใช้หลักการตีความตามนิยามในมาตรา 3 แห่ง พ.ร.ก. สินทรัพย์ดิจิทัลฯ อย่างไรก็ตาม สำหรับสินทรัพย์ดิจิทัลที่เข้าข่ายทั้งคริปโทเคอร์เรนซีและโทเคนดิจิทัล จะถูกตีความเป็น dual status ซึ่งต้องปฏิบัติเป็นไปตามหลักเกณฑ์การโฆษณาของสินทรัพย์ดิจิทัลทั้ง 2 ประเภท</li> </ul>
(2.2) หลักเกณฑ์โฆษณาที่มีลักษณะเป็นการแจ้งข้อเท็จจริง การให้ความรู้หรือทำความเข้าใจ เพื่อการศึกษา หรือการเผยแพร่ การวิเคราะห์การลงทุน	<p><b>ส่วนใหญ่เห็นด้วย</b> โดยมีความเห็น / ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่สำคัญดังนี้</p> <p><u>ความเห็น</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวทางการพิจารณาว่าการโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการเชิญชวนหรือจูงใจให้มีการใช้บริการไม่มีความชัดเจน</li> </ul>	<p>สำนักงาน ก.ล.ต. พิจารณาความเห็นและข้อเสนอแนะแล้ว ขอเรียนดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการเชิญชวนหรือจูงใจให้มีการใช้บริการ หมายถึง การโฆษณาที่มีการปรากฏข้อความในลักษณะเชิญชวน หรือจูงใจมาใช้บริการกับผู้ประกอบธุรกิจ เช่น อยากรลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลมาที่ศูนย์ซื้อขาย A เป็นต้น โดยสำนักงาน ก.ล.ต. ได้มีการอธิบายรายละเอียดและยกตัวอย่างในประกาศแนวปฏิบัติเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการตีความมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ สำหรับข้อความที่มีลักษณะเป็นการแจ้งข้อเท็จจริง โดยไม่มีข้อความอื่นใดที่มีลักษณะเป็นการเชิญชวนประกอบ เช่น การให้ข้อมูล ที่อยู่ เบอร์ติดต่อ หรืออีเมลของบริษัท จะเข้าข่ายเป็นการโฆษณาที่มีลักษณะการแจ้งข้อเท็จจริง ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์การโฆษณาข้อ 34/3</li> </ul>
(2.3) การแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับโฆษณาและค่าใช้จ่ายในการโฆษณารวมถึงรายละเอียดการจ้างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อใช้บริการ (blogger หรือ influencer) ต่อสำนักงาน ก.ล.ต.	<p><b>ส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วย</b> โดยมีความเห็น/ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่สำคัญดังนี้</p> <p><u>ความเห็น</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรแยกประเภทโฆษณาที่ไม่จำเป็นต้องให้สำนักงาน ก.ล.ต. ตรวจสอบเพื่อลดภาระของสำนักงาน ก.ล.ต. และผู้ประกอบธุรกิจ รวมถึงช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการดำเนินการ</li> </ul>	<p>สำนักงาน ก.ล.ต. พิจารณาความเห็นและข้อเสนอแนะแล้ว ขอเรียนดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สำนักงาน ก.ล.ต. พิจารณากำหนดแบบฟอร์ม checklist คุณสมบัติตามหลักเกณฑ์การโฆษณา เพื่อให้ผู้ประกอบธุรกิจมีการพิจารณาถ่วงรอกอย่างถี่ถ้วน เพื่อจัดทำและควบคุมดูแลการโฆษณาให้เป็นไปตาม</li> </ul>

หลักการที่เสนอ	ข้อสังเกตหรือข้อเสนอแนะ	ความเห็นของสำนักงาน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นการดำเนินการที่ซ้ำซ้อนกับระบบงานและกระบวนการภายในในการควบคุมดูแลโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจ</li> <li>- ควรระบุระยะเวลาในขั้นตอนที่สำนักงาน ก.ล.ต. จะมีการทักท้วงให้ผู้ประกอบธุรกิจแก้ไขการโฆษณาให้มีความชัดเจน และเห็นว่าระยะเวลาที่สำนักงาน ก.ล.ต. ใช้พิจารณาในครั้งถัดไปควรน้อยกว่าระยะเวลาปกติ</li> <li>- สำนักงาน ก.ล.ต. ควรมีหนังสือตอบกลับกรณีการโฆษณาเป็นไปตามหลักเกณฑ์เพื่อให้ผู้ประกอบธุรกิจทราบและสามารถดำเนินการเผยแพร่โฆษณานั้นได้ทันที</li> <li>- ข้อมูลดังกล่าวเกี่ยวข้องกับแผนและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ จึงไม่เล็งเห็นความจำเป็นในการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวให้นักลงทุนหรือผู้อื่นรับทราบ</li> </ul>	<p>หลักเกณฑ์ ก่อนนำส่งแบบฟอร์มการแจ้งการโฆษณาดังกล่าวต่อสำนักงาน ก.ล.ต. ซึ่งกระบวนการในการควบคุมดูแลของผู้ประกอบธุรกิจ จะส่งผลให้การพิจารณาการโฆษณาของสำนักงาน ก.ล.ต. มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น รวมถึงสามารถช่วยลดภาระของผู้ประกอบธุรกิจในการแก้ไขโฆษณา หากโฆษณาดังกล่าวไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สำนักงาน ก.ล.ต. ได้ตระหนักถึงความเหมาะสมของระยะเวลาในการพิจารณา เพื่อไม่ให้เป็นการอุปสรรคต่อการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจ หรือทำให้ธุรกิจขาดความคล่องตัว รวมถึงเหมาะสมกับระยะเวลาในการพิจารณาของสำนักงาน ก.ล.ต. จึงพิจารณาปรับลดระยะเวลาจาก 15 วัน เป็น 10 วัน โดยหลักการกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจแจ้งรายละเอียดการโฆษณาเข้ามาเป็นรายโฆษณา เพื่อที่สำนักงาน ก.ล.ต. จะได้รับทราบ และสามารถชี้แนะ ติดตามให้การจัดทำโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจเป็นไปตามหลักเกณฑ์ได้อย่างถูกต้อง</li> <li>- สำหรับกรณีที่สำนักงาน ก.ล.ต. มีการทักท้วงการโฆษณา ให้ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการปรับปรุงโฆษณาดังกล่าวให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ และให้ดำเนินการแจ้งรายละเอียดการโฆษณา โดยกรอกและนำส่งแบบฟอร์ม Checklist คุณสมบัติตามหลักเกณฑ์การโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พร้อมเอกสารหลักฐานประกอบการแจ้งการโฆษณาต่อสำนักงาน ก.ล.ต. ให้เป็นไปตามกระบวนการใหม่อีกครั้ง</li> <li>- การกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจแจ้งรายละเอียดการโฆษณาและรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการจัดทำโฆษณา เป็นไปเพื่อให้สำนักงาน ก.ล.ต. สามารถทราบได้ว่า งบการโฆษณา</li> </ul>
	<p><u>ข้อเสนอแนะ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เสนอให้กรณีโฆษณาไม่ซับซ้อน ให้ใช้ internal control ของผู้ประกอบธุรกิจในการควบคุมดูแลตาม checklist ของ สำนักงาน ก.ล.ต. โดยไม่จำเป็นต้องนำส่งให้สำนักงาน ก.ล.ต. พิจารณา</li> <li>- เสนอให้ปรับลดระยะเวลาจากพิจารณาโฆษณาของสำนักงาน ก.ล.ต. ลง เนื่องจากการจัดทำโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจต้องมีความรวดเร็วและทันต่อสถานการณ์</li> <li>- เสนอให้มีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายการโฆษณาและการจ้าง blogger หรือ influencer เป็นรายปี เพื่อไม่ให้เป็นการระต่อผู้ประกอบธุรกิจเกินความจำเป็น</li> </ul>	

หลักการที่เสนอ	ข้อสังเกตหรือข้อเสนอแนะ	ความเห็นของสำนักงาน
		<p>ดังกล่าวถูกจ่ายไปยังบุคคลใดบ้าง เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและสำนักงาน ก.ล.ต. มีข้อมูลในการตรวจสอบได้ ทั้งนี้ ข้อมูลรายละเอียดดังกล่าว สำนักงาน ก.ล.ต. ไม่ได้มีการเปิดเผยสู่สาธารณะแต่อย่างใด</p>
<p>(2.4) การปรับปรุงหลักเกณฑ์ การโฆษณาให้ผู้ประกอบธุรกิจ ดำเนินการให้มีความเหมาะสม ด้านเนื้อหา สัดส่วนของเนื้อหา และวิธีการนำเสนอ ตามข้อ 34/5 ของร่างประกาศ</p>	<p><b>ส่วนใหญ่เห็นด้วย</b> โดยมีความเห็น/ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่สำคัญดังนี้</p> <p><u>ความเห็น</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรมีการบังคับใช้กับทุกบริษัท ให้มีความเท่าเทียมกัน เพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันอย่างเท่าเทียม</li> <li>- หลักเกณฑ์ การกำหนดขนาดข้อความ ค่าเตือนต้องไม่ต่ำกว่า 20% ของพื้นที่ โฆษณาทั้งหมด อาจทำได้ยากในทางปฏิบัติ</li> <li>- การเปิดเผยผู้ว่าจ้างในการโฆษณาควร แสดงเป็น logo น่าจะเพียงพอแล้ว</li> </ul>	<p>สำนักงาน ก.ล.ต. พิจารณาความเห็นและ ข้อเสนอแนะแล้ว ขอเรียนดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การกำหนดหลักเกณฑ์การโฆษณา ของผู้ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล มีขอบเขตการบังคับใช้กับผู้ประกอบ ธุรกิจทุกประเภทอย่างเท่าเทียมกัน</li> <li>- เห็นควรคงหลักการการนำเสนอข้อมูล ค่าเตือนในโฆษณาไว้เช่นเดิม เพื่อให้ ผู้ชมโฆษณาสามารถรับสารจาก เนื้อหาโฆษณาไปได้อย่างครบถ้วน สมดุล  อย่างไรก็ตาม เห็นด้วยว่าแต่ละ รูปแบบของช่องทางการโฆษณา จะมี ลักษณะการขึ้นค่าเตือนที่แตกต่างกัน จึงได้จัดทำแนวปฏิบัติการนำเสนอ โฆษณาและการขึ้นค่าเตือนของแต่ละ ประเภทโฆษณาให้มีความชัดเจน</li> <li>- สำหรับหลักเกณฑ์การเปิดเผย ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่มีบทบาทหลัก ที่ปรากฏในโฆษณากับผู้ว่าจ้างในการ โฆษณา เห็นควรคงหลักการเดิมโดย กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้อง ดำเนินการให้ผู้ที่มีบทบาทหลักที่ปรากฏ ในโฆษณาเปิดเผยข้อมูล 2 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลผู้ว่าจ้าง และข้อมูลความสัมพันธ์ หรือความเกี่ยวข้องกับผู้ว่าจ้าง เนื่องจากการเปิดเผยผู้ว่าจ้างในการ โฆษณาโดยการแสดง logo เพียงอย่าง เดียว อาจทำให้ขาดความชัดเจนในการ แสดงความสัมพันธ์และไม่ตรงต่อ วัตถุประสงค์การกำหนดหลักเกณฑ์ ของสำนักงาน ก.ล.ต.</li> </ul>
<p>(2.5) การโฆษณาคริปโทเคอร์เรนซี ให้ดำเนินการในช่องทางที่เป็น ทางการของผู้ประกอบธุรกิจ</p>	<p><b>ส่วนใหญ่เห็นด้วย</b> โดยมีความเห็น/ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่สำคัญดังนี้</p> <p><u>ความเห็น</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่ควรจำกัดช่องทางการโฆษณา โดยควร เน้นให้มีการส่งเสริมการให้ข้อมูล อย่างถูกต้อง</li> </ul>	<p>สำนักงาน ก.ล.ต. พิจารณาความเห็น และข้อเสนอแนะแล้ว ขอเรียนดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หลักเกณฑ์กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจ ยังสามารถโฆษณาคริปโทเคอร์เรนซีได้ ในช่องทางทางการของผู้ประกอบธุรกิจ</li> </ul>

หลักการที่เสนอ	ข้อสังเกตหรือข้อเสนอแนะ	ความเห็นของสำนักงาน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การจำกัดให้มีการโฆษณาได้เฉพาะช่องทางทางการของผู้ประกอบธุรกิจ อาจทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถสื่อสารได้ทั้งข้อดีและข้อเสียได้อย่างทั่วถึง</li> <li>- ควรมีแนวทางที่ชัดเจนว่าห้ามโฆษณาคริปโทเคอร์เรนซีรูปแบบใดบ้าง</li> </ul> <p><u>ข้อเสนอแนะ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เสนอให้สามารถโฆษณาคริปโทเคอร์เรนซีได้ใน event หรือ roadshow ต่าง ๆ ที่จัดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์สนับสนุนให้ผู้ลงทุนเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุน เช่น Money Expo เป็นต้น</li> </ul>	<p>รวมถึงยังคงสามารถโฆษณาการให้บริการของผู้ประกอบธุรกิจได้ตามปกติ อย่างไรก็ตาม ก.ล.ต. เห็นว่าคริปโทเคอร์เรนซีมีความเสี่ยงสูง จึงอาจไม่ใช้ผลิตภัณฑ์การลงทุนที่เหมาะสมกับทุกคน จึงกำหนดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลช่องทางในการโฆษณาเพื่อไม่ให้เกิดการโฆษณาคริปโทเคอร์เรนซีที่มีความผันผวนสูงสามารถเข้าถึงประชาชนอย่างเป็นวงกว้างในที่สาธารณะได้ เช่น การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา (billboard), ระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ, public event หรือ roadshow เป็นต้น เนื่องจากการเผยแพร่โฆษณาคริปโทเคอร์เรนซีในพื้นที่สาธารณะอาจเป็นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายแบบไม่ยั้งคิด (impulsive buying) โดยที่ผู้ลงทุนยังไม่ได้พิจารณาข้อมูลและความเสี่ยงอย่างเหมาะสม</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สำหรับประเด็นการพิจารณาว่าสินทรัพย์ดิจิทัลใดเข้าข่ายเป็นคริปโทเคอร์เรนซีหรือโทเคนดิจิทัล จะใช้หลักการตีความตามนิยามในมาตรา 3 แห่ง พ.ร.ก. สินทรัพย์ดิจิทัลฯ โดยเป็นไปตามคำอธิบายของสำนักงาน ก.ล.ต. ตามที่กล่าวแล้วในข้อ 3.1 (2.1) โดยการโฆษณาคริปโทเคอร์เรนซีจะเข้าข่ายเป็นไปตามนิยามที่กำหนดไว้ในแนวปฏิบัติ กล่าวคือ การโฆษณาที่มีการเชิญชวนให้ลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีหรือโฆษณาที่มีการระบุชื่อหรือสัญลักษณ์ของคริปโทเคอร์เรนซีอย่างชัดเจน ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติให้เป็นตามหลักเกณฑ์การโฆษณาคริปโทเคอร์เรนซีอย่างครบถ้วน</li> </ul>

หลักการที่เสนอ	ข้อสังเกตหรือข้อเสนอแนะ	ความเห็นของสำนักงาน
(2.6) ข้อกำหนดบทเฉพาะกาลให้ปรับปรุงแก้ไขโฆษณาให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์	<p><b>ส่วนใหญ่เห็นด้วย</b> โดยมีความเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่สำคัญดังนี้</p> <p><b>ความเห็น</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรระบุขอบเขตการโฆษณาที่เข้าข่ายตามบทเฉพาะกาลให้มีความชัดเจน</li> <li>- ควรขยายระยะเวลาบทเฉพาะกาลให้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากหลักเกณฑ์ที่กำหนดมีรายละเอียดค่อนข้างมาก ทำให้ผู้ประกอบการต้องใช้ระยะเวลาในการปรับปรุงแก้ไข</li> </ul>	<p>สำนักงาน ก.ล.ต. พิจารณาความเห็นและข้อเสนอแนะแล้ว ขอเรียนดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หลักเกณฑ์บทเฉพาะกาลกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจที่มีการเผยแพร่โฆษณาอยู่ก่อนวันที่หลักเกณฑ์มีผลใช้บังคับ ต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนด โดยสำนักงาน ก.ล.ต. พิจารณาปรับขยายระยะเวลาบทเฉพาะกาลจาก 15 วัน เป็น 30 วัน เพื่อให้ผู้ประกอบการมีระยะเวลาในการเตรียมการและปรับปรุงโฆษณาให้เป็นไปตามที่หลักเกณฑ์กำหนดอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ กรณีที่ผู้ประกอบการยังไม่ได้มีการเผยแพร่โฆษณา ก็จะต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์โดยทันที ณ วันที่ประกาศมีผลใช้บังคับ</li> </ul>

3.2 ร่างประกาศสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ สธ. /2565 เรื่อง หลักเกณฑ์ในรายละเอียดเกี่ยวกับการโฆษณาและการส่งเสริมการขายสำหรับผู้ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล

หลักการที่เสนอ	ข้อสังเกตหรือข้อเสนอแนะ	ความเห็นของสำนักงาน
(1) การจัดให้มีระบบงานและกระบวนการภายในเพื่อจัดทำอนุมัติ และควบคุมดูแลการโฆษณาให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด	<p><b>ส่วนใหญ่เห็นด้วย</b> โดยมีความเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่สำคัญดังนี้</p> <p><b>ความเห็น</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรมีระบบงานและกระบวนการภายในเพื่อจัดทำและควบคุมดูแลการโฆษณาให้เป็นไปตามที่หลักเกณฑ์กำหนด</li> </ul>	<p>สำนักงาน ก.ล.ต. พิจารณาความเห็นและข้อเสนอแนะแล้ว ขอเรียนดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องจัดให้มีระบบงานและกระบวนการภายในในการกำกับดูแลการจัดทำโฆษณาให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์ โดยระบบงานและกระบวนการภายในดังกล่าว ควรระบุหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ว่าหน่วยงานใดเป็นผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำ อนุมัติ และควบคุมดูแลการปฏิบัติให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด รวมถึงกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดการตรวจสอบถ่วงดุลอำนาจ (check and balance) ในการปฏิบัติงาน และไม่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่</li> </ul>

		<p>ทั้งนี้ หากสมาคมการค้าผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลไทยจะจัดให้มีแนวทางปฏิบัติในการกำหนดระบบงาน และกระบวนการกำกับดูแลการโฆษณาภายในที่ดี (Self-Regulatory Organization : SRO) เพื่อให้เกิดมาตรฐานขั้นต่ำร่วมกันในการจัดระบบงานและกระบวนการกำกับดูแลการโฆษณาของผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งสามารถนำมาหารือกับสำนักงาน ก.ล.ต. ได้</p>
<p>(2) หลักเกณฑ์การนำเสนอข้อมูลประกอบการโฆษณา</p>	<p><b>ส่วนใหญ่เห็นด้วย</b> โดยมีความเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่สำคัญดังนี้</p> <p><u>ความเห็น</u></p> <p>สำนักงาน ก.ล.ต. ควรพิจารณาถึงกรณีการโฆษณาผ่าน platform ที่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่การเขียนข้อความ ดังนั้น ควรเปิดให้มีการแสดงเนื้อหาแบบย่อได้ แล้วอาจกำหนดให้มี link เพื่อเชื่อมโยงไปยังรายการข้อมูลแบบเต็ม</p>	<p>สำนักงาน ก.ล.ต. พิจารณาความเห็นและข้อเสนอแนะแล้วเห็นว่า</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนดหลักเกณฑ์การนำเสนอข้อมูลประกอบการโฆษณาของผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้โฆษณาสามารถรับสารจากเนื้อหาโฆษณาไปได้อย่างครบถ้วนและสมดุล</li> </ul> <p>ทั้งนี้ สำนักงาน ก.ล.ต. ได้ตระหนักถึงข้อจำกัดของแต่ละช่องทางการโฆษณาที่แตกต่างกันไป จึงมีการจัดทำแนวปฏิบัติและตัวอย่างการนำเสนอข้อมูลโฆษณาตามหลักเกณฑ์ให้มีความชัดเจน เพื่อเป็นแนวปฏิบัติให้แก่ผู้ประกอบการในการจัดทำโฆษณาได้อย่างถูกต้อง รวมถึงการกำหนดหลักเกณฑ์ดังกล่าวเป็นไปเพื่อเพิ่มการคุ้มครองผู้ลงทุน โดยการสร้างความตระหนักให้ผู้รับชมโฆษณา มีการตัดสินใจลงทุนอย่างรอบคอบ และคำนึงถึงโอกาสและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการลงทุนก่อนตัดสินใจลงทุน</p>



<p>(3) หลักเกณฑ์โฆษณาข้อมูลเกี่ยวกับตัวเลขที่แสดงถึงผลตอบแทนของสินทรัพย์ดิจิทัลในอดีต หรือผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลในอดีต</p>	<p><b>ส่วนใหญ่เห็นด้วย</b> โดยมีความเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่สำคัญดังนี้</p> <p><u>ความเห็น</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรพิจารณาถึงกรณีโฆษณาที่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่หรือเวลา อาจทำให้ไม่สามารถแสดงในรูปแบบที่มีระยะเวลาเพียงพอได้</li> </ul>	<p>สำนักงาน ก.ล.ต. พิจารณาความเห็นและข้อเสนอแนะแล้ว ขอเรียนดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กรณีการโฆษณามีการแสดงข้อมูลเกี่ยวกับตัวเลขที่แสดงถึงผลตอบแทนของสินทรัพย์ดิจิทัลในอดีต หรือผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลในอดีต กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องมีการแสดงข้อมูลและจัดให้มีคำเตือนอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ สำนักงาน ก.ล.ต. ได้พิจารณาปรับปรุงหลักเกณฑ์ โดยกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องจัดให้มีช่องทางในการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมไว้ในโฆษณาด้วย เพื่อให้ผู้ลงทุนสามารถศึกษาข้อมูลผลตอบแทนหรือผลการดำเนินการในอดีตได้อย่างครบถ้วน</li> </ul>
<p>(4) หลักเกณฑ์โฆษณาเกี่ยวกับจำนวนผู้ลงทุนที่ใช้บริการ</p>	<p><b>เห็นด้วยทุกราย</b> โดยไม่มีข้อสังเกตเพิ่มเติม</p>	<p>-</p>
<p>(5) หลักเกณฑ์การสื่อสารคำเตือนประกอบการโฆษณา</p>	<p><b>ส่วนใหญ่เห็นด้วย</b> โดยมีความเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่สำคัญดังนี้</p> <p><u>ความเห็น</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การกำหนดขนาดคำเตือนที่ใหญ่เกินไป อาจลดทอนความสำคัญของข้อความโฆษณาที่บริษัทต้องการจะสื่อสาร และทำให้การสื่อสารโฆษณาไม่มีประสิทธิภาพอย่างเต็มที่</li> <li>- ข้อความคำเตือนที่ทางสำนักงาน ก.ล.ต. กำหนด มีใจความสำคัญรุนแรงเกินความจำเป็น อีกทั้ง การโฆษณาบางรูปแบบอาจมีข้อจำกัดด้านระยะเวลาในการแสดงเนื้อหา ส่งผลให้การขึ้นคำเตือนให้ครบถ้วนอาจทำได้ยากในทางปฏิบัติ</li> <li>- ควรกำหนดหลักเกณฑ์ให้มีการแสดงคำเตือนก็เพียงพอแล้ว</li> <li>- ควรพิจารณาถึงการแสดงข้อความคำเตือน สำหรับกรณีการโฆษณาที่มีการแสดงข้อมูลทั้งด้านคริปโทเคอร์เรนซีและโทเคนดิจิทัลพร้อมกัน</li> <li>- ควรมีแนวปฏิบัติในการอ่านออกเสียงข้อความคำเตือนด้วยความเร็วปกติ</li> </ul>	<p>สำนักงาน ก.ล.ต. พิจารณาความเห็นและข้อเสนอแนะแล้ว ขอเรียนดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เนื่องจากสินทรัพย์ดิจิทัลโดยเฉพาะคริปโทเคอร์เรนซี เป็นสินทรัพย์ที่มีความผันผวนของราคาสูง และสำนักงาน ก.ล.ต. พบเห็นโฆษณาที่ไม่ได้ขึ้นคำเตือนอย่างเหมาะสมหรือคำเตือนมีขนาดเล็กเกินไป จนอาจทำให้ผู้ลงทุนไม่ได้รับทราบถึงความเสี่ยงจากการลงทุนอย่างเพียงพอ สำนักงาน ก.ล.ต. จึงเห็นควรกำหนดมาตรฐานในการนำเสนอข้อความคำเตือนที่มีความชัดเจน เหมาะสม และสามารถสร้างความตระหนักถึงความเสี่ยงในการลงทุนต่อผู้ลงทุนได้อย่างชัดเจน โดยสำนักงาน ก.ล.ต. พิจารณาปรับข้อความคำเตือนให้มีความกระชับมากขึ้น เพื่อให้การสื่อสารคำเตือนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพในทางปฏิบัติมากขึ้น รวมถึงมีการแบ่งการกำหนดข้อความคำเตือนตามแต่ละประเภทของ</li> </ul>

	สำหรับกรณีการโฆษณาที่มีการแสดงภาพและเสียง	สินทรัพย์ดิจิทัล รวมถึงได้มีการปรับปรุงข้อความคำเตือนให้ครอบคลุมสำหรับโฆษณาที่มีการแสดงข้อมูลทั้งด้านคริปโทเคอร์เรนซี และโทเคนดิจิทัลแล้ว เพื่อให้สามารถสื่อสารความเสี่ยงได้ตรงกับประเภทของสินทรัพย์ดิจิทัลที่ผู้ประกอบการจัดให้มีการโฆษณา
--	---	--

### 3.3 ร่างประกาศแนวปฏิบัติ ที่ นป. /2565 เรื่อง แนวปฏิบัติหลักเกณฑ์ในรายละเอียดเกี่ยวกับการโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล

หลักการที่เสนอ	ข้อสังเกตหรือข้อเสนอแนะ	ความเห็นของสำนักงาน
หลักเกณฑ์แนวปฏิบัติหลักเกณฑ์ในรายละเอียดเกี่ยวกับการโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล	<p><b>ส่วนใหญ่เห็นด้วย</b> โดยมีความเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่สำคัญดังนี้</p> <p><b>ความเห็น</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การรายงานค่าใช้จ่ายในการโฆษณา ล่วงหน้าเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจ เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสามารถเพิ่มหรือลดได้ตลอดเวลา ก่อนสิ้นสุดการโฆษณา</li> <li>- ควรมีการกำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับหลักเกณฑ์โฆษณาในกรณีที่มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร เป็นต้น</li> <li>- การกำหนดรูปแบบไฟล์ ในขั้นตอนการส่งเอกสารเพื่อแจ้งรายละเอียดการโฆษณา อาจเป็นการจำกัดกรอบการทำงานของผู้ประกอบธุรกิจ เนื่องจากปัจจุบันมีรูปแบบไฟล์นามสกุลอื่นอีกมากมายที่สามารถใช้งานได้จริงเช่นกัน</li> </ul>	<p>สำนักงาน ก.ล.ต. พิจารณาความเห็นและข้อเสนอแนะแล้ว ขอเรียนดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการโฆษณา กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจแจ้งรายละเอียดดังกล่าวตรงตามความเป็นจริง ณ วันที่มีการยื่นแบบฟอร์ม checklist ต่อสำนักงาน ก.ล.ต. โดยผู้ประกอบการอาจแจ้งข้อมูลค่าใช้จ่ายเป็นช่วงของการประมาณการ (range) ในกรณีที่ผู้ประกอบการคาดว่าค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจะมีการเพิ่มหรือลดในอนาคต</li> <li>- สำนักงาน ก.ล.ต. จะมีการจัดทำ FAQ เพื่อชี้แจงรายละเอียดแนวทางการดำเนินการตามหลักเกณฑ์ในประเด็นข้อสงสัยต่าง ๆ ให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ครอบคลุมถึงแนวทางการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ด้วย</li> <li>- สำหรับการกำหนดรูปแบบในการส่งไฟล์สำหรับการแจ้งรายละเอียดการโฆษณา ผู้ประกอบธุรกิจยังคงสามารถใช้รูปแบบไฟล์อื่นในการจัดทำโฆษณาภายในบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม กรณีที่จะนำเสนอให้สำนักงาน ก.ล.ต. ขอให้ให้ผู้ประกอบธุรกิจแปลงมาเป็นประเภทไฟล์ตามที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนด เพื่อให้มีความเหมาะสมกับประเภทของไฟล์ที่ระบบของสำนักงาน ก.ล.ต. สามารถรองรับได้ และเพื่อให้เกิด</li> </ul>

หลักการที่เสนอ	ข้อสังเกตหรือข้อเสนอแนะ	ความเห็นของสำนักงาน
		ความราบรื่นในการแจ้งการโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจ

สำนักงาน ก.ล.ต. ขอขอบคุณผู้ร่วมแสดงความคิดเห็นตามรายชื่อดังต่อไปนี้

1. บริษัท ชิปปิ้ง จำกัด
2. บริษัท บิทคับ ออนไลน์ จำกัด
3. บริษัท ซาโตชิ จำกัด
4. บริษัท อีอาร์เอ็กซ์ จำกัด
5. บริษัท อีพีบี เอ็กซ์เชนจ์ (ประเทศไทย) จำกัด
6. บริษัท คริปโตมายด์ กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด
7. บริษัท สตางค์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด
8. XSpring Digital Company Limited
9. บริษัท คอยส์ ทีเอช จำกัด
10. บมจ. ธนาคารกสิกรไทย และบริษัท คิวบิกซ์ ดิจิทัล แอสเสท จำกัด