

เอกสารรับฟังความคิดเห็น

เลขที่ อนป. 39/2568

เรื่อง หลักการปรับปรุงหลักเกณฑ์การโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจหลักทรัพย์
และผู้ประกอบธุรกิจสัญญาซื้อขายล่วงหน้า

เผยแพร่เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2568

สำนักงาน ก.ล.ต. ได้จัดทำเอกสารฉบับนี้ขึ้นเพื่อสำรวจความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้อง
ท่านสามารถ download เอกสารเผยแพร่ฉบับนี้ได้จากเว็บไซต์ของสำนักงาน ก.ล.ต.
(www.sec.or.th) และระบบกลางทางกฎหมาย (www.law.go.th)

วันสุดท้ายของการแสดงความคิดเห็น วันที่ 9 พฤศจิกายน 2568

ท่านสามารถส่งความเห็น ข้อเสนอแนะ หรือติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้
จากเจ้าหน้าที่ของสำนักงาน ก.ล.ต. ดังนี้

1. นางสาวสุกฤตา พลอยประจำเมือง โทรศัพท์ 0-2263-6415 อีเมล sukritta@sec.or.th
2. นายเอกฤทธิ์ ศิริกันทรมาศ โทรศัพท์ 0-2263-6509 อีเมล ekarit@sec.or.th

สำนักงาน ก.ล.ต. ขอขอบคุณทุกท่านที่เข้าร่วมแสดงความคิดเห็น
และให้ข้อเสนอแนะมา ณ โอกาสนี้

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
เลขที่ 333/3 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ 1207 หรือ 0-2033-9999 โทรสาร: 0-2033-9660 อีเมล info@sec.or.th

1. ที่มา

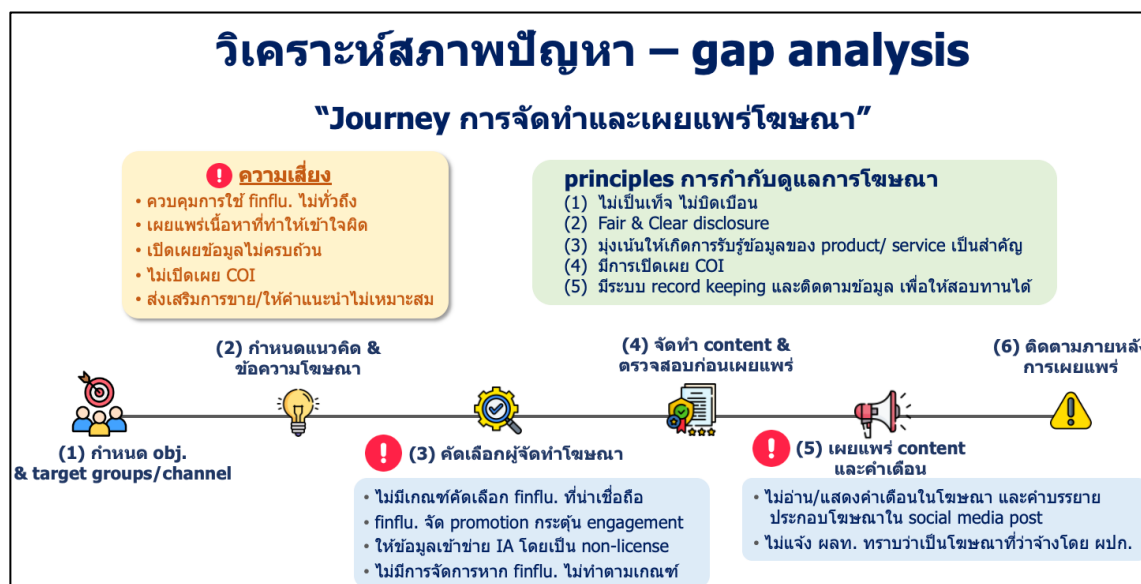
1.1 ในปัจจุบันสื่อดิจิทัลได้กลายเป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงข้อมูลทางการเงิน และ finfluencer ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการให้ความรู้ แนะนำการลงทุน หรือสร้างความสนใจในผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่าง ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (“social media”) เช่น YouTube Instagram และ Tiktok โดยเฉพาะในกลุ่มนักลงทุนรายย่อยรุ่นใหม่ อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของบทบาท finfluencer ก็มาพร้อมประเด็นที่ควรให้ความสำคัญและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ทั้งในแง่ความถูกต้องของข้อมูล ความน่าเชื่อถือ และการให้คำแนะนำการลงทุน โดยไม่ได้รับอนุญาต

1.2 สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (“สำนักงาน ก.ล.ต.”) ได้ติดตามพัฒนาการของ finfluencer และศึกษาวิจัยในบริบทของประเทศไทย พบว่ามีการเผยแพร่ข้อมูลและโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการเงินในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การโฆษณา/ส่งเสริมการขายด้วยการเชื่อมโยงกับคำบรรยาย (tie-in with caption) การแทรกโฆษณาในความคิดเห็น การวางลิงก์ไปยังผู้ให้บริการ หรือการแนะนำกลยุทธ์การลงทุน อีกทั้งยังพบว่าการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวอาจขาดความโปร่งใส มีการโฆษณาแฝง การเปิดเผยข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน และไม่เปิดเผยความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (conflict of interest: “COI”)

1.3 นอกจากนี้ IOSCO ได้ออกรายงานเมื่อเดือนพฤษภาคม 2568 ในเรื่อง finfluencer โดยระบุข้อดีของ finfluencer ที่สามารถเข้าถึงนักลงทุนรายย่อย และส่งเสริมความรู้ทางการเงินและการลงทุน ซึ่งช่วยสร้างความสนใจในตลาดทุนและการลงทุนได้ พร้อมทั้งได้ระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เช่น การไม่เปิดเผย COI การควบคุมที่ไม่ทั่วถึงของผู้ประกอบธุรกิจตัวกลาง การเผยแพร่เนื้อหาที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด การแนะนำการลงทุนหรือส่งเสริมการขายที่ไม่เหมาะสม การให้คำแนะนำโดยไม่ได้รับอนุญาต รวมถึงการฉ้อโกงและการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงหรือเว็บไซต์ปลอมเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ พร้อมกันนี้ IOSCO ได้เสนอแนวทางปฏิบัติที่ดี (good practices) เพื่อเป็นแนวทางในการกำกับดูแล ได้แก่ การกำหนดขอบเขตการกำกับดูแล finfluencer ที่ชัดเจน การเปิดเผย COI การใช้เครื่องมือตรวจสอบเนื้อหา การให้ความรู้แก่ผู้ลงทุน และ finfluencer และการสร้างความร่วมมือกับผู้ให้บริการ social media เพื่อยกระดับการคุ้มครองผู้ลงทุน

2. สภาพปัญหา

สำนักงาน ก.ล.ต. ได้วิเคราะห์ช่องว่างการกำกับดูแล (gap analysis) พบว่า ปัจจุบันหลักเกณฑ์การกำกับดูแลการโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจหลักทรัพย์และผู้ประกอบธุรกิจสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (“ผู้ประกอบธุรกิจ”) กำหนดหลักการกำกับดูแล (principles) ที่มุ่งเน้นให้ผู้ลงทุนได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในตลาดทุนอย่างถูกต้อง โดยไม่ชักนำหรือรับประกันผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุน และข้อมูลดังกล่าวต้องไม่มีลักษณะเป็นเท็จ เกินความจริง บิดเบือน ปิดบัง ทำให้สำคัญผิด หรือเร่งรัดให้มีการตัดสินใจใช้บริการหรือตัดสินใจลงทุน มีการเปิดเผยความเสี่ยง มีการใช้ข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือและเป็นปัจจุบัน รวมทั้งให้ผู้ประกอบธุรกิจกำกับดูแลผู้จัดทำโฆษณาให้ปฏิบัติตามหลักการดังกล่าวด้วย อย่างไรก็ตาม หลักเกณฑ์ยังไม่ครอบคลุมการกำกับดูแลในบางเรื่อง และยังไม่รองรับการโฆษณาในรูปแบบใหม่ ๆ ที่พัฒนาไปตามพฤติกรรมของผู้ลงทุน ส่งผลให้ยังอาจเกิดความเสี่ยงตามข้อ 1 ได้



ในการนี้ สำนักงาน ก.ล.ต. จึงเปิดรับฟังความคิดเห็นต่อหลักการปรับปรุงหลักเกณฑ์การโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ในการประชุมครั้งที่ 9/2568 เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2568 รวมทั้งหลักเกณฑ์ในรายละเอียด เพื่อรวบรวมและนำข้อคิดเห็นต่าง ๆ มาประกอบการพิจารณาปรับปรุงหลักเกณฑ์ดังกล่าวให้เหมาะสมต่อไป

3. เป้าหมายที่ต้องการบรรลุ (Intended Outcomes)

3.1 ผู้ประกอบธุรกิจควบคุมดูแลกิจกรรมทางช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ ด้วยความรับผิดชอบ สอดคล้องกับหลักการประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบ (responsible business)

3.2 ผู้ลงทุนได้รับข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน เป็นกลาง นำไปสู่การตัดสินใจลงทุนที่เหมาะสม (well-informed decision making)

4. สรุปสาระสำคัญของหลักการ

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามข้อ 3 สำนักงาน ก.ล.ต. จึงเห็นควรปรับปรุงหลักการเกี่ยวกับการโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจ โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

4.1 การคัดเลือกผู้จัดทำโฆษณา

กรณีมีการว่าจ้างผู้จัดทำโฆษณา¹ ให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องจัดให้มีหลักเกณฑ์และกระบวนการในการคัดเลือกผู้จัดทำโฆษณาที่มีความพร้อมและน่าเชื่อถือ โดยผู้ประกอบธุรกิจต้องคัดเลือกผู้จัดทำโฆษณาที่มีคุณสมบัติอย่างน้อย ดังต่อไปนี้

(1) ไม่มีเหตุอันควรเชื่อว่ามีหรือเคยมีพฤติกรรมที่เป็นการประพฤติดเกี่ยวกับการเผยแพร่โฆษณาอันเป็นเท็จ หลอกลวง ทำให้ประชาชนเข้าใจผิด หรือเผยแพร่เนื้อหาที่ขัดต่อกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

(2) ไม่อยู่ระหว่างถูกกล่าวโทษโดยสำนักงาน ก.ล.ต. หรืออยู่ระหว่างถูกดำเนินคดีอันเนื่องมาจากกรณีที่สำนักงาน ก.ล.ต. กล่าวโทษ หรือศาลมีคำพิพากษาถึงที่สุดในความผิดที่มีลักษณะเข้าข่ายเป็นการหลอกลวง หรือฉ้อโกงประชาชน

ทั้งนี้ กรณีผู้จัดทำโฆษณามอบหมายให้บุคคลอื่นรับดำเนินการช่วง ผู้ประกอบธุรกิจต้องดำเนินการให้ผู้จัดทำโฆษณาคัดเลือกผู้รับดำเนินการช่วง ให้มีคุณสมบัติตามที่หลักเกณฑ์ข้างต้นกำหนดด้วย

เหตุผล : เพื่อให้ผู้ประกอบธุรกิจมีการคัดเลือกผู้จัดทำโฆษณาที่มีคุณภาพ อีกทั้งยังเป็นหนึ่งในมาตรการเชิงป้องกันเพื่อลดโอกาสในการเผยแพร่โฆษณาที่อาจนำไปสู่การปฏิบัติไม่เป็นไปตามที่หลักเกณฑ์กำหนด

4.2 การจัดให้มีข้อตกลงระหว่างผู้ประกอบธุรกิจกับผู้จัดทำโฆษณา

กรณีมีการว่าจ้างผู้จัดทำโฆษณา กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจจัดให้มีข้อตกลง (principle agreement) และกำหนดรายละเอียดข้อตกลงดังกล่าวกับผู้จัดทำโฆษณา ที่ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจสามารถปฏิบัติให้เป็นไปตามที่หลักเกณฑ์การโฆษณากำหนด

เหตุผล : เพื่อให้หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประกอบธุรกิจและผู้จัดทำโฆษณามีความชัดเจน โดยผู้ประกอบธุรกิจสามารถกำกับดูแลการดำเนินงานของผู้จัดทำโฆษณาได้อย่างเหมาะสม

¹ หมายความว่ารวมถึง ผู้จัดทำโฆษณาร่วมกับผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้จัดทำให้มีการโฆษณาเพื่อผู้ประกอบธุรกิจ

4.3 การกำกับดูแลการโฆษณา

กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจควบคุมดูแลการจัดทำและการเผยแพร่โฆษณาให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

(1) ตรวจสอบหรืออนุมัติเนื้อหาการโฆษณาก่อนเผยแพร่ (pre-approve) และติดตามการเผยแพร่โฆษณาดังกล่าวของผู้จัดทำโฆษณา (post-audit) โดยหากพบว่าการเผยแพร่โฆษณาดังกล่าวไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ ให้แก้ไขหรือยกเลิกการเผยแพร่โฆษณา

(2) ดูแลให้ผู้จัดทำโฆษณาปฏิบัติให้เป็นไปตามที่หลักเกณฑ์การโฆษณากำหนด ซึ่งรวมถึงการเปิดเผยให้ผู้ลงทุนทราบว่า โฆษณาที่จัดทำเป็นโฆษณาที่ถูกว่าจ้างโดยผู้ประกอบธุรกิจตามข้อ 4.4

(3) ไม่กำหนดการจ่ายค่าธรรมเนียม หรือค่าตอบแทนอื่นใด ในการจัดทำโฆษณาในลักษณะที่แปรผันตามปริมาณการซื้อขาย (trading volume) หรือปริมาณการใช้บริการของลูกค้า

เหตุผล : เพื่อให้หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประกอบธุรกิจมีความชัดเจน โดยผู้ประกอบธุรกิจสามารถกำกับดูแลการดำเนินงานของผู้จัดทำโฆษณาได้อย่างเหมาะสม

4.4 การเปิดเผยข้อมูล

กำหนดให้มีการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติม ดังนี้

(1) กรณีโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (social media) นอกจากผู้ประกอบธุรกิจต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อ 14² ของประกาศสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ สธ. 10/2558 เรื่อง หลักเกณฑ์ในรายละเอียดเกี่ยวกับการโฆษณาและการส่งเสริมการขายสำหรับผู้ประกอบธุรกิจหลักทรัพย์และผู้ประกอบธุรกิจสัญญาซื้อขายล่วงหน้า ลงวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2558 (“ประกาศที่ สธ. 10/2558”) แล้ว ให้แสดงคำเตือน “ทำความเข้าใจลักษณะสินค้า เงื่อนไขผลตอบแทนและความเสี่ยงก่อนตัดสินใจลงทุน” เพิ่มเติมไว้ในส่วนของคำอธิบาย/รายละเอียดของโพสต์ (description) หรือไว้ในคำบรรยายใต้โพสต์ (caption) ด้วย

(2) กรณีมีการว่าจ้างผู้จัดทำโฆษณา ผู้ประกอบธุรกิจต้องดูแลให้ผู้จัดทำโฆษณาเปิดเผยให้ผู้ลงทุนทราบว่า โฆษณาที่จัดทำเป็นโฆษณาที่ถูกว่าจ้างโดยผู้ประกอบธุรกิจในทุกช่องทางและรูปแบบที่มีการเผยแพร่โฆษณา โดยปฏิบัติให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ข้อ 14 ของประกาศที่ สธ. 10/2558

² กำหนดให้ในการสื่อสารคำเตือนประกอบการโฆษณาผ่านสื่อหรือเครื่องมือใด ๆ ให้ผู้ประกอบธุรกิจปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้ (1) รูปแบบการนำเสนอต้องมีความคมชัดและสังเกตได้ง่าย โดยให้พิจารณาเลือกใช้โทนสีที่มีความแตกต่างจากสีพื้นโฆษณาหรือใช้ตัวอักษรหนาขึ้น และมีขนาดของตัวอักษรไม่เล็กกว่าขนาดตัวอักษรส่วนใหญ่ในโฆษณา (2) การอ่านออกเสียงคำเตือนต้องอยู่ในวิสัยที่ผู้ฟังสามารถจับใจความของถ้อยคำได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องจัดให้มีการอ่านออกเสียงด้วยความเร็วปกติ

ทั้งนี้ ไม่รวมถึงกรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจจ้างผู้จัดทำโฆษณาในรูปแบบที่เห็นได้ชัดแจ้งอยู่แล้วว่าเป็นการโฆษณา เช่น แผ่นป้ายโฆษณา สปอตโฆษณา

ตัวอย่างข้อความ

“โฆษณานี้ถูกว่าจ้าง/ได้รับการสนับสนุน โดยบริษัทหลักทรัพย์ ...”

เหตุผล : เพื่อสร้างความโปร่งใส ป้องกันการชี้นำหรือสร้างความเข้าใจผิดแก่ผู้ลงทุน เพื่อให้ผู้ลงทุนตัดสินใจลงทุนบนพื้นฐานของข้อมูลที่ต้องครบถ้วน

4.5 การมีผลใช้บังคับและการกำหนดบทเฉพาะกาล

(1) กำหนดให้ประกาศมีผลใช้บังคับ 60 วันนับแต่วันที่ประกาศลงราชกิจจานุเบกษา

(2) กรณียังไม่ได้เผยแพร่โฆษณา ให้ปรับปรุงให้เป็นไปตามเกณฑ์เมื่อประกาศมีผลใช้บังคับ เว้นแต่ผู้ประกอบการได้มีการจัดทำข้อตกลงกับผู้จัดทำโฆษณาอยู่ก่อนวันที่ประกาศมีผลใช้บังคับ ให้ปรับปรุงให้เป็นไปตามเกณฑ์ข้อ 4.3(1) - (2) และ 4.4 ก่อนการเผยแพร่โฆษณาดังกล่าว

(3) กรณีเผยแพร่โฆษณาแล้วแต่ยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์ใหม่ หากยังมีการเสนอขายผลิตภัณฑ์หรือให้บริการนั้นอยู่ ให้ปรับปรุงให้เป็นไปตามเกณฑ์ข้อ 4.3(1) - (2) และ 4.4 ภายในโอกาสแรกที่ดำเนินการได้ ทั้งนี้ ต้องไม่เกิน 30 วันนับแต่วันที่ประกาศมีผลใช้บังคับ

5. ช่วงเวลาที่คาดว่าหลักเกณฑ์จะมีผลใช้บังคับ

คาดว่าหลักเกณฑ์ดังกล่าวจะมีผลใช้บังคับภายในไตรมาส 1/2569

6. ผู้เกี่ยวข้อง/บุคคลที่อาจได้รับผลกระทบ และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

ผู้ที่เกี่ยวข้อง	ผลกระทบเชิงบวก	ผลกระทบเชิงลบ
1. ผู้ลงทุน	ได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนเพื่อประกอบการตัดสินใจใช้บริการกับผู้ประกอบการ และตระหนักถึงความเสี่ยงจากการลงทุนมากขึ้น	ไม่มีผลกระทบเชิงลบ
2. ผู้ประกอบการ	- มีแนวทางการคัดเลือกและควบคุมดูแลผู้จัดทำโฆษณาอย่างชัดเจน - ลดความเสี่ยงจากการปฏิบัติไม่เป็นตามที่หลักเกณฑ์การโฆษณากำหนด	มีขั้นตอน/กระบวนการในการจัดทำโฆษณาเพิ่มเติม

แบบสำรวจความคิดเห็น

เรื่อง หลักการปรับปรุงหลักเกณฑ์การโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจหลักทรัพย์
และผู้ประกอบธุรกิจสัญญาซื้อขายล่วงหน้า

ข้อมูลทั่วไป

ชื่อผู้ตอบ _____ ตำแหน่ง _____

ชื่อบริษัท _____

โทรศัพท์ _____ โทรสาร _____

อีเมล _____

สถานะของผู้ให้ข้อคิดเห็น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| ☐ บริษัทหลักทรัพย์ | ☐ ผู้ประกอบธุรกิจสัญญาซื้อขายล่วงหน้า |
| ☐ ผู้ลงทุน | ☐ อื่น ๆ (ระบุ) _____ |

สำนักงาน ก.ล.ต. ขอข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้พิจารณาประกอบการรับฟังความคิดเห็นและประโยชน์ในการติดต่อกลับเพื่อขอข้อมูลประกอบเอกสารรับฟังความคิดเห็นของท่านเพิ่มเติม โดยสำนักงาน ก.ล.ต. คำนึงถึงความสำคัญของข้อมูลและเคารพสิทธิความเป็นส่วนตัวของท่าน จึงขอให้ท่านอ่านและทำความเข้าใจนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล [Privacy Policy \(sec.or.th\)](http://sec.or.th) แล้วจึงพิจารณาให้ความยินยอมให้สำนักงาน ก.ล.ต. ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน

☐ ยินยอม ☐ ไม่ยินยอม

กรณีต้องการยกเลิกความยินยอมหรือขอใช้สิทธิ โปรดติดต่อไปที่ email: DPO@sec.or.th

กรุณาส่งแบบสำรวจความคิดเห็นกลับไปที่ ฝ่ายนโยบายธุรกิจหลักทรัพย์ สำนักงาน ก.ล.ต.

เลขที่ 333/3 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ 1207 หรือ email : sukritta@sec.or.th หรือ ekarit@sec.or.th

*** สำนักงาน ก.ล.ต. ขอขอบคุณท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการแสดงความคิดเห็นในครั้งนี้ ***

แบบสำรวจความคิดเห็น

ท่านเห็นด้วยหรือไม่กับหลักการปรับปรุงหลักเกณฑ์การโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจหลักทรัพย์
และผู้ประกอบธุรกิจสัญญาซื้อขายล่วงหน้า

1. หลักการที่ปรับปรุง

(1) การคัดเลือกผู้จัดทำโฆษณา: กรณีมีการว่าจ้างผู้จัดทำโฆษณา กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องจัดให้มีหลักเกณฑ์และกระบวนการในการคัดเลือกผู้จัดทำโฆษณาที่มีความพร้อมและน่าเชื่อถือ โดยผู้ประกอบธุรกิจต้องคัดเลือกผู้จัดทำโฆษณาที่มีคุณสมบัติอย่างน้อยตามที่กำหนด (ตามข้อ 4.1)	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
☐	☐	☐
ข้อเสนอแนะ/ข้อสังเกตเพิ่มเติม		
(2) การจัดให้มีข้อตกลงระหว่างผู้ประกอบธุรกิจกับผู้จัดทำโฆษณา: กรณีมีการว่าจ้างผู้จัดทำโฆษณา กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจจัดให้มีข้อตกลงกับผู้จัดทำโฆษณา (principle agreement) ซึ่งคำนึงถึงการปฏิบัติให้เป็นไปตามที่หลักเกณฑ์การโฆษณา กำหนด (ตามข้อ 4.2)	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
☐	☐	☐
ข้อเสนอแนะ/ข้อสังเกตเพิ่มเติม		

(3) การกำกับดูแลการโฆษณา: กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจ ควบคุมดูแลการจัดทำและการเผยแพร่โฆษณาให้เป็นไปตาม หลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้ (3.1) ตรวจสอบหรืออนุมัติเนื้อหาการโฆษณาก่อนเผยแพร่ (pre-approve) และติดตามการเผยแพร่โฆษณาดังกล่าว ของผู้จัดทำโฆษณา (post-audit) โดยหากพบว่าการเผยแพร่ โฆษณาดังกล่าวไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ ให้แก้ไขหรือยกเลิก การเผยแพร่โฆษณา (ตามข้อ 4.3(1))	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
	☐	☐
ข้อเสนอแนะ/ข้อสังเกตเพิ่มเติม 		
(3.2) ดูแลให้ผู้จัดทำโฆษณาปฏิบัติให้เป็นไปตามที่หลักเกณฑ์ การโฆษณากำหนดซึ่งรวมถึงการเปิดเผยให้ผู้ลงทุนทราบว่า โฆษณาที่จัดทำเป็นโฆษณาที่ถูกว่าจ้างโดยผู้ประกอบธุรกิจ ตามข้อ 4.4 (ตามข้อ 4.3(2))	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
	☐	☐
ข้อเสนอแนะ/ข้อสังเกตเพิ่มเติม 		

(3.3) ไม่กำหนดการจ่ายค่าธรรมเนียม หรือค่าตอบแทนอื่นใด ในการจัดทำโฆษณาในลักษณะที่แปรผันตามปริมาณการซื้อขาย (trading volume) หรือปริมาณการใช้บริการของลูกค้า (ตามข้อ 4.3(3))	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
	☐	☐
ข้อเสนอแนะ/ข้อสังเกตเพิ่มเติม 		
(4) การเปิดเผยข้อมูล: (4.1) กรณีโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (social media) นอกจากผู้ประกอบการต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อ 14 ของ ประกาศที่ สธ. 10/2558 แล้ว ให้แสดงคำเตือน “ทำความเข้าใจ ลักษณะสินค้า เงื่อนไขผลตอบแทนและความเสี่ยงก่อนตัดสินใจ ลงทุน” เพิ่มเติม ไว้ในส่วนของคำอธิบาย/รายละเอียดของโพสต์ (description) หรือไว้ในคำบรรยายใต้โพสต์ (caption) ด้วย (ตามข้อ 4.4(1))	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
	☐	☐
ข้อเสนอแนะ/ข้อสังเกตเพิ่มเติม 		

(4.2) กรณีมีการว่าจ้างผู้จัดทำโฆษณา ผู้ประกอบธุรกิจต้องดูแลให้ผู้จัดทำโฆษณาเปิดเผยให้ผู้ลงทุนทราบว่า โฆษณาที่จัดทำเป็นโฆษณาที่ถูกว่าจ้างโดยผู้ประกอบธุรกิจในทุกช่องทาง และรูปแบบที่มีการเผยแพร่โฆษณา ทั้งนี้ ไม่รวมถึงกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจจ้างผู้จัดทำโฆษณาในรูปแบบที่เห็นได้ชัดแจ้งอยู่แล้วว่าเป็นการโฆษณา เช่น แผ่นป้ายโฆษณา สปอตโฆษณา (ตามข้อ 4.4(2))	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
	☐	☐
ข้อเสนอแนะ/ข้อสังเกตเพิ่มเติม		
(5) การมีผลใช้บังคับและการกำหนดบทเฉพาะกาล (ตามข้อ 4.5)	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
	☐	☐
ข้อเสนอแนะ/ข้อสังเกตเพิ่มเติม		

2. ช่วงเวลาที่คาดว่าหลักเกณฑ์จะมีผลใช้บังคับ

คาดว่าหลักเกณฑ์ดังกล่าวจะมีผลใช้บังคับภายในไตรมาส 1/2569 (ตามข้อ 5)	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
	☐	☐
ข้อเสนอแนะ/ข้อสังเกตเพิ่มเติม		

3. ประเด็นข้อเสนอแนะหรือข้อสังเกตอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะ/ข้อสังเกตเพิ่มเติม