



ที่ นร ๐๓๐๒/ ๖๓๙๓๕

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
รับที่ ๒๐๔๗ วันที่ ๒๐ มี.ค. ๒๕๖๘
☐ สำนักปลัด ☐ กองช่าง
☐ กองคลัง ☐ กองการศึกษา
☒ กองคุ้มครองผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา
อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคารบี) ชั้น ๕
ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่
กรุงเทพมหานคร ๑๐๒๑๐

๑๓ ตุลาคม ๒๕๖๘

วันที่ ๒๐ พ.ค. ๖๘

รับที่ ๑๔๗

เรื่อง ขอดำเนินการตรวจสอบ เรื่อง ผลกระทบของโฆษณาจากอินฟลูเอนเซอร์ต่อพฤติกรรม
ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

เรียน นายกเทศมนตรี ตำบลบางตลาด

ด้วยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ดำเนินการตรวจสอบ เฝ้าระวัง และสอดส่อง
สื่อโฆษณาที่เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ปัจจุบัน “อินฟลูเอนเซอร์” มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง
ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชน โดยเป็นกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ
ผ่านการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ บนแพลตฟอร์มดิจิทัล อาทิ Facebook, Instagram, TikTok และ YouTube
จากการศึกษา พบว่า การใช้สื่อของอินฟลูเอนเซอร์กลายเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีอิทธิพลสูง เนื่องจาก
สามารถเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง สร้างความน่าเชื่อถือและความผูกพันในระดับบุคคล ส่งผลให้ภาคธุรกิจจำนวนมาก
เลือกใช้ช่องทางดังกล่าวในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ อย่างไรก็ตาม การโฆษณาผ่านอินฟลูเอนเซอร์
ยังขาดแนวทางและมาตรฐานกลางที่ชัดเจน ทั้งในด้านความถูกต้องของข้อมูล การเปิดเผยความสัมพันธ์ทางธุรกิจ
(Disclosure) และความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้บริโภค ซึ่งอาจนำไปสู่การสื่อสารทางการตลาดที่ไม่เป็นธรรม
หรือสร้างความเข้าใจคลาดเคลื่อนต่อผู้บริโภคได้

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาแล้วเห็นว่า เพื่อให้การกำกับดูแลโฆษณา
ของอินฟลูเอนเซอร์ ในยุคดิจิทัลมีความทันสมัย โปร่งใส และสอดคล้องกับบริบทของสื่อสังคมออนไลน์
ตลอดจนสอดคล้องกับบทบัญญัติของกฎหมาย หลักเกณฑ์สากล และบริบทของสื่อดิจิทัลในประเทศไทย
พร้อมทั้งส่งเสริมให้การโฆษณามีความโปร่งใส เป็นธรรม และคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอย่างเป็นระบบและยั่งยืน
ดังนั้น สำนักงานฯ จึงขอดำเนินการตรวจสอบ เรื่อง ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่แบบสำรวจความคิดเห็น
เรื่อง “ผลกระทบของโฆษณาจากอินฟลูเอนเซอร์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล” ให้บุคลากรในสังกัด
หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนทั่วไปในพื้นที่ ได้ร่วมตอบแบบสำรวจดังกล่าว โดยสามารถ
ตอบแบบสำรวจผ่านคิวอาร์โค้ด (QR Code) ที่ปรากฏท้ายหนังสือฉบับนี้ ภายในวันที่ ๑๕ พฤศจิกายน ๒๕๖๘
ทั้งนี้ ข้อมูลจากการสำรวจจะนำไปใช้เป็นฐานสำหรับการศึกษาและวิเคราะห์ผลกระทบของโฆษณาของ
อินฟลูเอนเซอร์ที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ตลอดจนใช้ประกอบการวางแผนทางและบูรณาการความร่วมมือ
ในการพัฒนามาตรฐานการโฆษณาของอินฟลูเอนเซอร์ให้ถูกต้องตามกฎหมายต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

๑ - ๑๓๑๒

(นายมานะ บุญส่ง)

ผู้อำนวยการกองคุ้มครองผู้บริโภค ๑ ปฏิบัติราชการแทน
เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

กองคุ้มครองผู้บริโภค ๑ (รารินทร์)

โทรศัพท์ ๐๙ ๘๔๔๕ ๓๒๖๔

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ advertising@ocpb.mail.go.th



แบบสำรวจความคิดเห็น