

โดย นางสาวอาชินี ปัทมะสุคนธ์ ผู้ช่วยเลขาธิการ
สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

สวัสดีท่านผู้อ่านทุกท่านค่ะ เมื่อช่วงกลางเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมา ก.ล.ต. ได้จัดงานสัมมนาวิชาการด้านตลาดทุน “SEC Capital Market Symposium 2024” โดยเป็นเวทีที่มุ่งสนับสนุนผลงานวิจัยและส่งเสริมนวัตกรรมในตลาดทุน รวมถึงเปิดให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และจะนำผลงานด้านวิชาการมาใช้ประกอบการกำหนดนโยบายด้านการกำกับและพัฒนาตลาดทุนต่อไปในอนาคต จึงขอหยิบยกหนึ่งในงานวิจัยที่อาจอยู่ในกระแสความสนใจมาเล่าให้ฟัง ซึ่งก็คือเรื่อง “The Rise of Finfluencers: Mapping the Landscape on Thailand's Capital Market” โดยคุณสุนิตา เพ็งพูล ฝ่ายวิจัยและขับเคลื่อนข้อมูล ก.ล.ต.

ก่อนจะเล่าลงไปในเรื่องละเอียดเนื้อหาของงานวิจัยชิ้นนี้ เพื่อทุกท่านเห็นภาพมากขึ้นขอปูพื้นเกี่ยวกับ Finfluencer สักนิดค่ะ โดยคำว่า Finfluencer มาจาก Financial + Influencer เป็นบุคคลที่ใช้โซเชียลมีเดียเพื่อแบ่งปันความรู้ ความคิดเห็น หรือข้อมูลเกี่ยวกับการเงินการลงทุนและเศรษฐกิจให้กับผู้ติดตาม เช่น แนะนำข้อมูลเกี่ยวกับหุ้น กองทุนรวม คริปโตเคอร์เรนซี แนะนำการจัดการการเงินส่วนบุคคล เป็นต้น ซึ่งมักมีบทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจหรือทำให้คนเริ่มสนใจเรื่องการเงินการลงทุน

งานวิจัยนี้จึงได้ทำการศึกษาภูมิทัศน์ (landscape) ของ Finfluencer ในประเทศไทย เพื่อให้เข้าใจประเภทและเนื้อหาที่ผลิตโดย Finfluencer ผ่านการวิเคราะห์คอนเทนต์ (Content analysis) ซึ่งศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างของ Finfluencer ในไทยบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กและใช้เทคนิคในการเก็บข้อมูลด้วยวิธี (Web scraping เป็นฐานข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ และประยุกต์ใช้ Generative AI จำแนกประเภทคอนเทนต์ของ Finfluencer ร่วมกับการวิเคราะห์คีย์เวิร์ด (Keyword Analysis) และวิเคราะห์การติดแฮชแท็ก (Hashtag Analysis)

โดยผลจากการจัดประเภทคอนเทนต์ด้วย Generative AI กว่า 3,000 โพสต์ พบว่า เนื้อหาของกลุ่มตัวอย่าง Finfluencer บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในไทย ส่วนใหญ่ 57% เป็นเนื้อหาประเภท “การให้ความรู้และข่าวสารเกี่ยวกับการเงิน การลงทุน” รองลงมา 23% เป็นประเภท “การโฆษณาและส่งเสริมการขาย” และ 14% เป็นประเภท “คำแนะนำการลงทุน” ที่ให้มุมมองในภาพกว้างหรือแนะนำเชิงกลยุทธ์การลงทุน ในลักษณะการให้ความคิดเห็นทั่วไป ซึ่งไม่ได้เป็นคำแนะนำการลงทุนที่เข้าข่ายมีลักษณะที่ผู้ให้คำแนะนำอาจจะต้องได้รับความเห็นชอบจาก ก.ล.ต. และในบางคอนเทนต์ยังมีส่วนที่สามารถพัฒนาปรับปรุงเพื่อเพิ่มความโปร่งใส ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะมากขึ้น

สำหรับคอนเทนต์ประเภทการโฆษณาและส่งเสริมการขาย พบว่ามีรูปแบบการสื่อสารทางการตลาดที่หลากหลายผ่าน Finfluencer ทั้งสื่อสารโดยตรงเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินการลงทุน การแทรกข้อมูลโฆษณา (Tie-in) ในโพสต์ เช่น เนื้อหาส่วนใหญ่ในโพสต์อาจเป็นการให้ความรู้แต่มีการแทรกการโฆษณาร่วมด้วย นอกจากนี้มักจะมีการโฆษณาอยู่ในคอนเทนต์แรกของโพสต์นั้น ๆ และมีการแนบ Affiliate link (การทำตลาดผ่านช่องทางออนไลน์โดยแนบลิงก์สำหรับการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งจะให้ค่าตอบแทนแก่นายหน้าหรือผู้ที่โปรโมทสินค้า) ที่มักมาพร้อมกับการโฆษณา

จากการศึกษาครั้งนี้ หากมองออกไปยังต่างประเทศพบว่า Finfluencer ก็เริ่มได้รับความสนใจมากขึ้น โดยข้อมูลจาก FINRA หน่วยงานกำกับดูแลอุตสาหกรรมการเงินของสหรัฐฯ ศึกษาพบว่า ผู้ลงทุนรุ่นใหม่ 37% ในสหรัฐฯ และ 38% ในสหราชอาณาจักร มีการใช้ข้อมูลจาก Finfluencer ประกอบการตัดสินใจลงทุน สอดคล้องกับผลสำรวจของ ASIC หรือ ก.ล.ต. ออสเตรเลีย ที่พบว่า ผู้ลงทุนรุ่นใหม่ 64% ในออสเตรเลีย ใช้ข้อมูลจาก Finfluencer ประกอบการตัดสินใจลงทุนเช่นกัน ทั้งนี้ ตั้งแต่ปี 2021 หน่วยงานกำกับดูแลตลาดทุนของหลายประเทศต่างให้ความสำคัญกับ Finfluencer มากขึ้น โดยเริ่มทำการศึกษาเพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของทั้งผู้ลงทุนและ Finfluencer เพื่อประกอบการวางแนวทางในการกำกับดูแลอย่างเหมาะสม

จากงานวิจัยข้างต้นจะเห็นได้ว่า Finfluencer เป็นพัฒนาการใหม่ที่เกิดขึ้นในตลาดเงินตลาดทุน และจากการศึกษาพัฒนาการในการส่งผ่านข้อมูลทางการเงินและการลงทุนจากประเทศต่าง ๆ พบว่า Finfluencer เป็นปัจจัยสำคัญในการขยายฐานผู้ลงทุนรุ่นใหม่ รวมทั้งเสริมสร้างความรู้ทางการเงินให้แก่ประชาชนในวงกว้าง ดังนั้น หน่วยงานกำกับดูแลตลาดทุนรวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจ สามารถร่วมมือกับ Finfluencer ในการเข้าถึงผู้ลงทุนกลุ่มใหม่ ๆ ได้

กลับมาที่ตลาดทุนบ้านเรา ในส่วนของ ก.ล.ต. และผู้ประกอบการธุรกิจในตลาดทุนไทย หากได้ศึกษาในรายละเอียดของงานวิจัยชิ้นนี้ ก็สามารถนำไปวางแนวทางที่ตลาดทุนจะใช้ประโยชน์จาก Finfluencer ได้อย่างเหมาะสมพร้อมกับรักษาสมดุลในการคุ้มครองผู้ลงทุน โดยหนึ่งในแผนยุทธศาสตร์ของ ก.ล.ต. ให้ความสำคัญกับการสนับสนุนให้ผู้ลงทุนได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนอย่างเหมาะสม รวมทั้งการสื่อสารทำความเข้าใจ และสร้างพันธมิตรร่วมกับกลุ่ม Finfluencer เพื่อให้เกิดการสื่อสารองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์กับผู้ลงทุนวงกว้างมากขึ้นและอยู่ภายใต้กรอบกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง
