

รายงานวิเคราะห์เชิงลึก: โครงสร้าง Demand และพฤติกรรมผู้บริโภค^{ในตลาดสลากกินแบ่งรัฐบาลยุคดิจิทัล}

จัดทำโดย: Senior Data Analyst Team

12 มกราคม พ.ศ. 2569

สารบัญ

1 บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)	3
2 วิเคราะห์เจาะลึก Demand (Demand Analysis)	3
2.1 พฤติกรรมการซื้อตามช่วงเวลา (Temporal Buying Patterns)	3
2.2 ประเภทของผู้ซื้อ (Buyer Segmentation)	3
3 ผลกระทบจากการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation Impact)	3
3.1 การแก้ไขปัญหาการขายเกินราคา (Overpricing Solution)	3
3.2 Long Tail Effect ของตัวเลข	4
4 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ (Strategic Recommendations)	4

1 บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

การเปลี่ยนผ่านของตลาดสลากกินแบ่งรัฐบาลไทย (Thai Government Lottery) สู่รูปแบบดิจิทัลได้สร้างพวตใหม่ในด้านอุปสงค์ (Demand) อย่างมีนัยสำคัญ รายงานฉบับนี้พบว่าความต้องการซื้อสลากฯ มีความ "ยืดหยุ่นต่ำ" ต่อราคาและสภาพเศรษฐกิจ" (Inelastic Demand) กล่าวคือ ผู้บริโภคยังคงซื้อสลากฯ แม้เศรษฐกิจจะชะลอตัว เนื่องจากสลากฯ ถูกมองว่าเป็น "สินค้าแห่งความหวัง" (Hope Product)

ปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญในยุคดิจิทัลคือ **"ความสะดวกในการค้นหาเลข (Searchability)"** และ **"ความแน่นอนของราคา (Price Certainty)"** ที่ 80 บาท ซึ่งแพลตฟอร์มออนไลน์สามารถตอบโจทย์ Pain Point ดังเดิมของผู้ซื้อได้อย่างตรงจุด

2 วิเคราะห์เจาะลึก Demand (Demand Analysis)

2.1 พฤติกรรมการซื้อตามช่วงเวลา (Temporal Buying Patterns)

จากการวิเคราะห์ข้อมูล Transaction พบว่า Demand ของสลากฯ ไม่ได้กระจายตัวสม่ำเสมอ แต่มีลักษณะเป็น **"Spike Demand"** ดังนี้:

- **Early Birds (15%):** กลุ่มนี้ซื้อกันที่ก่อนที่สลากงวดใหม่ออกว่างจำหน่าย เพื่อค้นหาเลขที่ต้องการและเลขดัง (Lucky Numbers) ก่อนที่สินค้าจะหมด
- **Last Minute Rush (60%):** ยอดขายกว่า 60% เกิดขึ้นในช่วง 48 ชั่วโมงก่อนการออกรางวัล พฤติกรรมนี้ขึ้นเคลื่อนโดยข่าวสารและเลขเด็ดที่เพิ่งปรากฏตามสื่อโซเชียลมีเดีย
- **Casual Buyers (25%):** ซื้อระหว่างงวดเมื่อสะดวก หรือเมื่อบริสุทธิ์ตุ้น

2.2 ประเภทของผู้ซื้อ (Buyer Segmentation)

1. The Dreamers (นักเสี่ยงโชคตามฝัน):

- พฤติกรรม: ซื้อเลขเฉพาะเจาะจง ตามความฝัน วันเกิด หรือทะเบียนรถ
- Pain Point: หาเลขยากตามแพลงก์ไป
- โอกาสเดิม: ฟีเจอร์ "ค้นหาเลข" คือฟีเจอร์ที่สำคัญที่สุดสำหรับกลุ่มนี้

2. The Investors (นักลงทุนชุดใหญ่):

- พฤติกรรม: นิยมซื้อหวยชุด (2 ใบ, 5 ใบ หรือมากกว่า) เพื่อหวังเงินรางวัลใหญ่ (Jackpot)
- Sensitivity: อ่อนไหวต่อความบ่าเบ้ำเชื่อถือของแพลตฟอร์มมากที่สุด ต้องการหลักฐานการครอบครองที่ชัดเจน

3 ผลกระทบจากการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation Impact)

3.1 การแก้ไขปัญหาการขายเกินราคา (Overpricing Solution)

ตลาดออฟไลน์มีปัญหาเรื่องการขายเกินราคา (100-120 บาท) การเข้ามาของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่สามารถตั้งราคา 80 บาทได้ ถือเป็น **Value Proposition** ที่แข็งแกร่งที่สุด จากการสำรวจพบว่าผู้บริโภคกว่า 85% พร้อมจะเปลี่ยนมาซื้อออนไลน์กันหากมีให้ในความปลอดภัยและได้รับราคา 80 บาท

3.2 Long Tail Effect ของตัวเลข

ในระบบแพงค้าปกติ เลขที่ไม่สวย (เลข 00, เลขเบี้ลกที่ไม่ออกรางวัล) มักจะเหลือทิ้ง (Unsold Inventory) แต่ในระบบดิจิทัล ระบบสามารถจัดรวมชุด (Bundling) หรือใช้ระบบสุ่ม (Random Box) เพื่อรับรับรายเลขเหล่านี้ได้ง่ายขึ้น ช่วยลดต้นทุนสินค้าคงคลัง (Inventory Risk) ของผู้ค้า

4 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ (Strategic Recommendations)

- **ระบบการจองเลขล่วงหน้า (Pre-order System):** เมื่อจาก Demand กระฉูดตัวที่เลขดัง การเปิดให้จองเลขล่วงหน้าสำหรับสมาชิก VIP จะช่วยรักษาฐานลูกค้าและเพิ่ม Recurring Revenue
- **การแจ้งเตือนอัจฉริยะ (Smart Notification):** ใช้ Data Analytics วิเคราะห์เลขที่ลูกค้าซื้อซ้ำ และแจ้งเตือนเมื่อเลขนั้นเข้ามาในระบบ ช่วยเพิ่ม Conversion Rate ได้อย่างมาก
- **Gamification:** การเปลี่ยนسلوكที่ไม่ถูกรางวัลให้เป็นคะแนนสะสม (Reward Points) เพื่อแลกสิทธิ์ลุ้นในงวดถัดไป จะช่วยลดความรู้สึกผิดหวัง (Regret) และรักษาลูกค้าให้อยู่ในระบบ

เอกสารนี้จัดทำขึ้นสำหรับการวางแผนกลยุทธ์ภายในเท่านั้น ข้อมูลสกัดเป็นการสังเคราะห์เพื่อประกอบการวิเคราะห์