

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	พฤติกรรมซื้อตามช่วงเวลา (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) สู่รูปแบบดิจิทัลได้สร้างพลวัตใหม่ในด้านอุปสงค์ (Demand) อย่างมีนัยสำคัญ รายงานฉบับนี้พบว่าความต้องการซื้อสลากฯ มีความ "ยืดหยุ่นต่ำต่อราคาและสภาวะเศรษฐกิจ" (Inelastic Demand) กล่าวคือ ผู้บริโภคยังคงซื้อสลากฯ แม้เศรษฐกิจจะชะลอตัว เนื่องจากสลากฯ ถูกมองว่าเป็น "สินค้าแห่งความหวัง" (Hope Product)

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

2 วิเคราะห์เจาะลึก Demand (Demand Analysis)

2.1 พฤติกรรมการซื้อตามช่วงเวลา (Temporal Buying Patterns)

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

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

2.2 ประเภทของผู้ซื้อ (Buyer Segmentation)

1. The Dreamers (นักเสี่ยงโชคตามฝัน):

- พฤติกรรม: ซื้อเลขเฉพาะเจาะจง ตามความฝัน วันเกิด หรือทะเบียนรถ
- Pain Point เดิม: หาเลขยากตามแพททั่วไป
- โอกาสดิจิทัล: ฟีเจอร์ "ค้นหาเลข" คือฟีเจอร์ที่สำคัญที่สุดสำหรับกลุ่มนี้

2. The Investors (นักลงทุนชุดใหญ่):

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

3 ผลกระทบจากการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation Impact)

3.1 การแก้ไขปัญหการขายเกินราคา (Overpricing Solution)

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

3.2 Long Tail Effect ของตัวเลข

ในระบบแพคเกจผลิตภัณฑ์ เลขที่ไม่สวย (เลข 00, เลขเบิ้ลที่ไม่ออกบ่อย) มักจะเหลือทิ้ง (Unsold Inventory) แต่ในระบบดิจิทัล ระบบสามารถจัดรวมชุด (Bundling) หรือใช้ระบบสุ่ม (Random Box) เพื่อระบายเลขเหล่านี้ได้ง่ายขึ้น ช่วยลดต้นทุนสินค้าคงคลัง (Inventory Risk) ของผู้ค้า

4 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ (Strategic Recommendations)

- **ระบบการจองเลขล่วงหน้า (Pre-order System):** เนื่องจาก Demand กระจุยตัวที่เลขดัง การเปิดให้จองเลขล่วงหน้าสำหรับสมาชิก VIP จะช่วยรักษาลูกค้าและเพิ่ม Recurring Revenue
- **การแจ้งเตือนอัจฉริยะ (Smart Notification):** ใช้ Data Analytics วิเคราะห์เลขที่ลูกค้าชอบซื้อ และแจ้งเตือนเมื่อเลขนั้นเข้ามาในระบบ ช่วยเพิ่ม Conversion Rate ได้อย่างมหาศาล
- **Gamification:** การเปลี่ยนสลากที่ไม่ถูกรางวัลให้เป็นคะแนนสะสม (Reward Points) เพื่อแลกสิทธิ์ลุ้นในงวดถัดไป จะช่วยลดความรู้สึกผิดหวัง (Regret) และรักษาลูกค้าให้อยู่ในระบบ

เอกสารนี้จัดทำขึ้นสำหรับการวางแผนกลยุทธ์ภายในเท่านั้น ข้อมูลสถิติเป็นการสังเคราะห์เพื่อประกอบการวิเคราะห์