

# รายงานการวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์: โครงสร้างอุปสงค์ลูกค้าเตอร์ไก่ พลวัตตลาด และนัยเชิงเศรษฐกิจภาคปี 2569

## บทนำ: ภูมิทัศน์ใหม่ของการเสี่ยงโชคในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล

ในฐานะนักวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analyst) ที่ได้รับมอบหมายให้ทำการรวบรวมและสังเคราะห์ข้อมูลด้านอุปสงค์ (Demand) ของลูกค้าเตอร์ไก่ในประเทศไทย รายงานฉบับนี้ถูกจัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอภาพสะท้อนเชิงลึกของระบบเศรษฐกิจและการเสี่ยงโชคที่กำลังอยู่ระหว่างการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่สุดในรอบศตวรรษ ปี 2569 มิใช่เพียงปีคั่นราษฎร์ใหม่ แต่เป็นจุดตัดทางประวัติศาสตร์เศรษฐกิจที่นิยรัตกรรมทางการเงิน (Financial Innovation) นโยบายรัฐ (Public Policy) และพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) มาบรรจบกันภายใต้แรงกดดันจากสภาพเศรษฐกิจภาคที่เปลี่ยนไป การวิเคราะห์ในรายงานฉบับนี้จะครอบคลุมมิติของข้อมูลเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ โดยมุ่งเน้นไปที่การถอดรหัสพฤติกรรม "ความต้องการซื้อ" ที่มีความซับซ้อนเกินกว่าดูๆ บนอุปสงค์-อุปทานแบบดั้งเดิมจะอธิบายได้

จากการประมาณผลข้อมูลรอบด้าน ตั้งแต่สถิติการจำหน่าย แนวโน้มการค้นหาในโลกออนไลน์ ไปจนถึงรายงานภาวะเศรษฐกิจและหนี้ครัวเรือน พบว่าอุตสาหกรรมสลากรถบัตรเปลี่ยนรูปแบบใหม่ ไม่ได้กำหนดที่เป็นเพียงแหล่งรายได้ของรัฐบาลเท่านั้น แต่ยังกำหนดที่เป็น "ดัชนีชี้วัดความหวัง" (Hope Index) ของประชาชน โดยเฉพาะในยามที่เศรษฐกิจฟื้นตัว ตัวเลขสามหลัก (N3) และสลากรถบัตรพยุงเพื่อเงินออมยามเกี้ยวญ (aguay) เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่แสดงให้เห็นถึงความพยายามของภาครัฐในการ "เปลี่ยนผ่าน" (Transform) โครงสร้างตลาดจากระบบที่ถูกครอบงำด้วยอิทธิพลมืด (Underground Economy) ไปสู่ระบบที่มีความโปร่งใสและสร้างความมั่นคงทางการเงินระยะยาวให้กับประเทศ

รายงานฉบับนี้จะเจาะลึกรายละเอียดในทุกมิติ โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ปัจจัยมหภาคที่ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อ การจำแนกโครงสร้างอุปทานและการบริหารจัดการโครงการที่มีความละเอียดอ่อน การถอดบทเรียนความล้มเหลวและความสำเร็จของผู้นำทั่วโลก รวมถึงการคาดการณ์แนวโน้มในอนาคตผ่านเลนส์ของข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อให้ผู้อ่านได้รับข้อมูลที่ "ละเอียดถี่ถ้วน" และ "อุดมไปด้วยข้อมูลเชิงลึก" ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

## ส่วนที่ 1: การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจภาคและผลกระทบต่อพัฒนาการผู้บริโภค (Macro-Economic Analysis)

การทำความเข้าใจอุปสงค์ของลูกค้าเตอร์ไก่ในประเทศไทย จำเป็นต้องเริ่มต้นจากการขยายภาพบริบททางเศรษฐกิจภาพรวม ซึ่งเปรียบเสมือนผืนดินที่พัฒนาระบบการเสี่ยงโชคเจริญเติบโต ในปี 2569 เศรษฐกิจไทยเผชิญกับความก้าวหน้าเชิงโครงสร้างที่รุนแรงและส่งผลกระทบโดยตรงต่อรายได้ที่ใช้จ่ายได้จริง (Disposable Income) ของภาคครัวเรือน ซึ่งเป็นตัวแปรต้นทางของการตัดสินใจซื้อสินค้า

## 1.1 สถานะเศรษฐกิจของตัวและกับดักหนี้ครัวเรือน

ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทยและสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติบ่งชี้สัญญาณที่น่ากังวล สำหรับปี 2569 โดยมีการคาดการณ์ว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) จะขยายตัวเพียงร้อยละ 1.5 ถึง 2.2 ซึ่งถือเป็นระดับที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของการเติบโตที่แท้จริงของประเทศไทยและรั้งก้ายเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศในภูมิภาคอาเซียน<sup>1</sup> ตัวเลขการเติบโตที่ชะลอตัวนี้ไม่ได้เป็นเพียงสถิติทางเศรษฐศาสตร์ แต่สะท้อนถึงปัญหา ภาระหนี้ที่ฝังลึก นั่นคือ "ภาวะเงินผิด" (Deflation) และกำลังซื้อที่อ่อนแอลงอย่างต่อเนื่อง

แรงกดดันที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งคือสถานการณ์หนี้ครัวเรือนที่ยังคงทรงตัวอยู่ในระดับสูงอย่างน่าเป็นห่วง จากข้อมูลสถิติระบุว่าหนี้ครัวเรือนไทยมีสัดส่วนสูงกว่าร้อยละ 90 ของ GDP ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2567<sup>3</sup> สถานะ เช่นนี้สร้างข้อจำกัดทางการเงินให้กับครัวเรือนส่วนใหญ่ของประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและ ปานกลาง ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของตลาดสลากริกินแบ่งรัฐบาล เมื่อพิจารณาลึกลงไปในรายละเอียดของ โครงสร้างหนี้ พบว่าหนี้สินส่วนใหญ่เป็นหนี้เพื่อการบริโภค (Consumption Debt) มากกว่าหนี้เพื่อการลงทุน หรือสร้างสินทรัพย์ ซึ่งตอกย้ำปัญหาด้านรายได้ที่ไม่เพียงพอ กับรายจ่าย<sup>3</sup>

ในการทดสอบเศรษฐศาสตร์ เมื่อรายได้ลดลงหรือมีความไม่แน่นอนสูง ผู้บริโภคควรจะลดการใช้จ่ายในสินค้า ฟุ่มเฟือย (Luxury Goods) ซึ่งรวมถึงการพนันและการเสี่ยงโชค อย่างไรก็ตาม ข้อมูลเชิงประจักษ์ในบริบทของ ประเทศไทยกลับแสดงผลในทิศทางตรงกันข้าม หรือที่เรียกว่า "ความย้อนแย้งของสินค้าแห่งความหวัง" (The Paradox of Hope Goods) กล่าวคือ ในภาวะที่เศรษฐกิจบีบคั้นและโอกาสในการสร้างความมั่งคั่งผ่านช่องทาง ปกติ (เช่น การทำงานหนัก การออมดอกรับยืนยันการ) เป็นไปได้ยากหรือให้ผลตอบแทนต่ำ ลุตเตอร์จึงกล่าว เป็น "เครื่องมือทางการเงินทางเลือก" ที่มีความเสี่ยงสูงแต่ใช้ต้นทุนต่ำ (High Risk, Low Cost) ในสายตาของผู้ บริโภค

งานวิจัยจากสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) และศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ที่ นำสันใจว่า แม้จะมีความพยายามในการรณรงค์ให้ผู้มีรายได้น้อยลดการซื้อลอตเตอรี่ แต่กลุ่มคนจนจำนวนมาก ยังคงนิยมเล่นลอตเตอรี่อยู่ เนื่องจากมองว่าเป็นช่องทางเดียวที่จะสามารถ "เปลี่ยนสถานะทางสังคม" ได้ในชั่ว ข้ามคืน<sup>4</sup> พฤติกรรมนี้สอดคล้องกับทฤษฎีอรรถประโยชน์คาดหวัง (Expected Utility Theory) ที่ผู้ซื้อไม่ได้ ตัดสินใจบนพื้นฐานของมูลค่าที่คาดหวังทางคณิตศาสตร์ (Expected Value) ซึ่งติดลบ แต่ตัดสินใจบนพื้นฐาน ของความพึงพอใจทางจิตวิทยา (Psychological Utility) ที่ได้รับจากการจินตนาการถึงชีวิตที่ดีขึ้น

## 1.2 ขนาดเศรษฐกิจของการเสี่ยงโชคและบทบาทต่อรายได้รัฐ

อุปสงค์ต่อลอตเตอรี่ในประเทศไทยมีขนาดมหาศาลและเติบโตสวนทางกับสถานะเศรษฐกิจโดยรวม ข้อมูลจากการ ศึกษาและวิจัยระบุว่าคนไทยมีการใช้จ่ายเงินในการเล่นหวย (รวมกับสลากริกินแบ่งรัฐบาลและหวยใต้ดิน) สูงถึงปี ละกว่า 2.5 แสนล้านบาท<sup>5</sup> ตัวเลขนี้มีนัยสำคัญอย่างยิ่งเมื่อเทียบกับงบประมาณแผ่นดินหรือมูลค่าทาง เศรษฐกิจของอุตสาหกรรมหลักอื่นๆ ของประเทศไทย นั่นสะท้อนให้เห็นว่า "อุตสาหกรรมความหวัง" เป็นหนึ่งในสา หลักที่ขับเคลื่อนการหมุนเวียนของเงินตราในระบบเศรษฐกิจฐานราก แม้ว่าจะเป็นการหมุนเวียนที่อาจไม่ได้สร้าง ผลิตภาพ (Productivity) โดยตรงก็ตาม

ในมิติของรายได้รัฐ สำนักงานสลากริกินแบ่งรัฐบาล (GLO) ได้ก้าวขึ้นมาเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่มีบทบาท สำคัญที่สุดในการนำส่งรายได้เข้าสู่คลังแผ่นดิน ข้อมูลสถิติล่าสุดแสดงให้เห็นว่า สำนักงานสลากริกิน สามารถนำส่ง รายได้สูงสุดเป็นอันดับ 1 คิดเป็นมูลค่าสูงถึง 49,993 ล้านบาท แซงหน้าหน่วยงานยักษ์ใหญ่อยู่อันดับ 1 เช่น การไฟฟ้า ฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) หรือ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)<sup>6</sup> ปรากฏการณ์นี้บ่งชี้ว่า รัฐบาลไทยมีความ พึงพิริยายนี้ได้จากการจำหน่ายสลากริกินในระดับที่สูงมาก ซึ่งสร้างแรงจูงใจเชิงนโยบายให้รัฐจำเป็นต้องรักษาระดับ

อุปสงค์นี้ไว้ หรือพยายามดึงเม็ดเงินจากเศรษฐกิจนอกระบบ (Underground Economy) เข้าสู่ระบบให้ได้มากที่สุด เพื่อบดเบี้ยรายได้ภาษีประเภทอื่นที่อาจลดลงตามสภาพเศรษฐกิจ

ดังนั้น การวิเคราะห์อุปสงค์ของลูกค้าต่อรีในปี 2569 จึงไม่สามารถมองแยกส่วนจากการบริหารจัดการการคลังของภาครัฐได้ ความพยายามในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เช่น ลากเกอร์ N3 ล้วนมีแรงผลักดันเบื้องหลังจากการต้องการรักษาและขยายฐานรายได้ก้อนโตนี้ ท่ามกลางความก้าวหน้าของการจัดเก็บรายได้แผ่นดินในปีงบประมาณที่มีความเสี่ยงสูง

## ตารางที่ 1: ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจและสถานะกองทุนลากเกอร์เปลี่ยนรัฐบาล (2567-2569)

รายการตัวชี้วัด (Indicator)	2567 (Actual)	2568 (Est.)	2569 (Projected)	แหล่งอ้างอิงข้อมูล
การเติบโตของ GDP (%)	1.9%	2.2%	1.5% - 2.2%	<sup>1</sup>
สัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP (%)	91.3%	>90%	>90% (ทรงตัวสูง)	<sup>3</sup>
ยอดนำส่งรายได้แผ่นดิน (ล้านบาท)	48,550	49,993	>50,000	<sup>6</sup>
มูลค่าตลาดหุ้นรวม (ล้านบาท/ปี)	~250,000	~250,000	~260,000	<sup>5</sup>

## ส่วนที่ 2: โครงสร้างอุปทานและการปฏิวัติช่องทางการจำหน่าย (Supply-Side & Distribution Analysis)

เพื่อกำหนด ในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของอุปทาน (Supply) ที่ภาครัฐเป็นผู้กำหนด ในปี 2569 สำนักงานลากเกอร์เปลี่ยนรัฐบาลได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการกระจายสินค้าอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อแก้ไขปัญหาลากเกอร์เกินราคาก่อให้เกิดความไม่สงบทางการค้า และเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปสู่แพลตฟอร์มดิจิทัล

### 2.1 พลวัตของโครงสร้างและภาระภาษี

ปริมาณการพิมพ์ลากเกอร์เปลี่ยนรัฐบาล (L6) ต่อวันอยู่ที่ประมาณ 100-105 ล้านฉบับ โดยสำนักงานลากเกอร์ฯ ได้พยายามสร้างสมดุลระหว่างการดูแลผู้ค้ารายย่อยกลุ่มประจำบ้าน (เช่น ผู้พิการ) และการใช้อำนาจจัดซื้อในการ

แทรกแซงราคาผ่านช่องทางดิจิทัล โครงสร้างการจัดสรรความสามารถจำแนกออกเป็นกลุ่มหลักๆ ได้ดังนี้<sup>8</sup>:

- ระบบซื้อ-จองล่วงหน้าสำหรับรายย่อย (Small Retailer Advanced Booking):** ครอบคลุมส่วนร้อยละ 44.41 หรือประมาณ 466,254 เล่ม กลุ่มนี้คือผู้ค้าเลสีที่ลงทะเบียนกับสำนักงานสภากาชาด ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความอ่อนไหวต่อผลิตภัณฑ์มากที่สุด และมักถูกมองว่าเป็นต้นทางของการนำสภากาชาดขายเกินราคาน้ำเสีย
- สลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชันเป้าตั้ง (Digital Lottery):** มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 25.71 หรือกว่า 270,000 เล่ม (26-27 ล้านฉบับ) นี้คือเครื่องมือเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญที่สุดของรัฐบาลในการตรึงราคาน้ำเสีย การขยายตัวของสัดส่วนนี้จากหลักหน่วยล้านในช่วงเริ่มต้นมาสู่เกือบ 30 ล้านฉบับ สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคที่ต้องการซื้อสินค้าในราคากลางๆ
- โควตาаницิตบุคคล/มูลนิธิ/สมาคม:** สัดส่วนร้อยละ 13.82 กลุ่มนี้มีข้อกำหนดที่เข้มงวดให้ต้องกระจายสภากาชาดแก่สมาชิกผู้พิการไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ของจำนวนที่ได้รับ เพื่อให้มั่นใจว่าสภากาชาดมีผู้ขายจริง<sup>8</sup>
- ระบบอื่นๆ:** ได้แก่ ผู้ค้าโควตาเดิม (12.12%), ร้านค้า GLO 80 (1.77%) และกลุ่มผู้พิการรายบุคคล (0.71%)

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างนี้มีเน้นย้ำสำคัญต่อการวิเคราะห์อุปสงค์ กล่าวคือ รัฐบาลกำลังกำหนดที่เป็น "ผู้สร้างตลาด" (Market Maker) ด้วยตนเองผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อคูดชับอุปสงค์ส่วนเกิน (Excess Demand) ที่เคยให้ไว้สู่ตลาดมีดหรือตลาดค้ากำไรเกิน ทำการที่รัฐสามารถเพิ่มปริมาณสภากาชาดิจิทัลได้อย่างต่อเนื่องโดยที่ยอดขายไม่ตก แสดงให้เห็นว่าตลาดยังมี "อุปสงค์潜伏" (Latent Demand) ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองอีกจำนวนมาก

## 2.2 ปรากฏการณ์สภากาชาดิจิทัล: มาตรวัดอุปสงค์ที่แท้จริง

ข้อมูลสถิติการจำหน่ายสภากาชาดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน "เป้าตั้ง" เป็นชุดข้อมูลที่มีค่าที่สุดในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคแบบเรียลไทม์ ปรากฏการณ์ที่น่าสนใจคือ "ความเร็วในการจำหน่าย" (Velocity of Sales) สถิติระบุว่าในการเปิดจำหน่ายรอบเพิ่มเติมระหว่างงวด (Intra-draw sales) จำนวน 2 ล้านฉบับ สามารถจำหน่ายหมดเกลี้ยงภายในเวลาเพียง 22 วินาที<sup>9</sup> และในงวดปกติ สภากาชาดจำนวนกว่า 24-26 ล้านฉบับมักจำหน่ายหมดภายในระยะเวลาไม่ถ้วน<sup>7</sup>

ข้อมูลนี้บ่งชี้ข้อสรุปสำคัญ 2 ประการ:

- ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (Price Elasticity of Demand):** ณ ระดับราคา 80 บาท อุปสงค์มีความหนาแน่นสูงมาก (High Density) ผู้บริโภค มีความอ่อนไหวต่อราคาและพร้อมที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมจากซื้อแพง (100+ บาท) มาซื้อผ่านแอป (80 บาท) หากสินค้ามีเพียงพอ
- ภาวะอุปสงค์ส่วนเกิน (Excess Demand):** แม้จะมีการเพิ่มปริมาณสภากาชาดิจิทัลเข้าสู่ระบบจนถึงระดับ 26 ล้านฉบับแล้ว แต่ความเร็วในการขายที่ยังคงสูงล้วงทันว่า Supply ยังคงไม่เพียงพอต่อ Demand ที่แท้จริง ประเมินได้ว่าตลาดมีความสามารถในการรองรับสภากาชาด 80 บาทได้มากกว่า 30-40 ล้านฉบับ ต่อวัน

## ตารางที่ 2: โครงสร้างการจัดสรรสภากาชาดกันแบ่งรัฐบาล (ข้อมูล ณ ปี 2568-2569)

ประเภทการจัดสรร (Allocation Type)	จำนวนเล่ม (ต่องวด)	สัดส่วน (%)	หมายเหตุสำคัญ

ระบบชื่อ-จองล่วงหน้า (รายย่อย)	466,254	44.41%	แหล่งทุนเวียนหลักในตลาดรอง
สลากรดิจิทัล (แอปฯ เป้าตั้ง)	270,000	25.71%	ช่องทางควบคุมราคา 80 บาท
นิติบุคคล/สมาคม/มูลนิธิ	145,095	13.82%	เน้นกลุ่มผู้พิการและองค์กรการกุศล
ผู้ค้าโควตาเดิม	127,256	12.12%	กลุ่มผู้ค้าดั้งเดิมที่มีสัญญา
ร้านค้า GLO 80	18,627	1.77%	จุดจำหน่ายราคามาตรฐานแบบหน้าร้าน
อื่นๆ (ชื้อตรง, ผู้พิการ)	22,768	2.17%	-
รวมทั้งสิ้น	1,050,000	100.00%	~105 ล้านฉบับ

ที่มา: สังเคราะห์ข้อมูลจากสำนักงานสลากรกินแบ่งรัฐบาล<sup>8</sup>

### ส่วนที่ 3: พลวัตของผลิตภัณฑ์ใหม่และความท้าทายในการเจาะตลาด (Product Innovation Analysis)

ปี 2569 เป็นปีที่สำนักงานสลากรกินแบ่งรัฐบาลไม่ได้พึงพาเพียงผลิตภัณฑ์สลากรในแบบเดิม (L6) อีกต่อไป แต่มีการรุกตลาดด้วยผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มุ่งเป้าเจาะกลุ่มลูกค้าเฉพาะเช่นแก๊ปัญหา hairy ใต้ติด อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากการดำเนินงานจริงสะท้อนให้เห็นถึงความท้าทายและบทเรียนสำคัญ

#### 3.1 สลากรตัวเลขสามหลัก (N3): ความคาดหวัง vs ความจริง

สลากร N3 ถูกออกแบบมาด้วยวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์เพื่อ "ดึงเงิน" จากตลาด hairy ใต้ติดที่มีมูลค่ามหาศาล กลับเข้าสู่ระบบภาษี โดยมีจุดขายที่สามารถเลือกเล็บได้เองและมีร่างวัลแบบพันแพรตามยอดขาย (Pari-mutuel) คล้ายกับหวยใต้ติด (เต็ง-โต๊ด) อย่างไรก็ตาม ผลการดำเนินงานในช่วง Sandbox และช่วงแรกของการเปิดจำหน่ายจริงกลับ "ต่ำกว่าเป้าหมาย" อย่างน่าใจหาย

- ผลการดำเนินงาน: ยอดจำหน่ายในงวดแรกๆ ทำได้เพียงประมาณ 1.89 ล้านฉบับ ซึ่งต่ำกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ 5 ล้านฉบับอย่างมาก และในงวดถัดมาอย่างมีแนวโน้มลดลงเหลือ 1.17 ล้านฉบับ<sup>10</sup>
- การวิเคราะห์สาเหตุความล้มเหลว (Root Cause Analysis):
  - อุปสรรคด้านช่องทาง (Channel Friction): ในเฟสแรก การจำกัดจุดจำหน่ายเฉพาะร้านค้า

โครงการสลากราช 80 บาท และการบังคับชำระเงินผ่านแอปฯ เป้าตั้ง สร้างความยุ่งยากให้กับกลุ่ม เป้าหมายหลัก (คอห่วยใต้ดิน) ที่คุ้นชินกับความลับของการ "จดโพย" หรือ "โกรสั่ง"

- ความเสียเบรี่ยบเชิงโครงสร้าง (Structural Disadvantage):** หมายใต้ดินมีระบบนำเวคร์ที่แข็งแกร่ง กว่ามาก โดยเฉพาะ "ระบบเครดิต" (แทงก่อนจ่ายทีหลัง) ซึ่งเป็นสิ่งที่ภาครัฐไม่สามารถดำเนินได้<sup>13</sup> นอกจากนี้ หมายใต้ดินยังมีอัตราการจ่ายรางวัลที่แน่นอน (Fixed Odds) เช่น บาทละ 900-1,000 ซึ่ง ดึงดูดใจมากกว่าระบบเงินรางวัลผันแปรของ N3 ที่หากมีคนถูกเยอะ ตัวหารจะเยอะ เงินรางวัลต่อ หน่วยจะลดลง
- พฤติกรรมผู้บริโภค:** กลุ่มลูกค้าหมายใต้ดินมีความภักดี (Loyalty) ต่อเจ้ามือในท้องถิ่นสูง และมักมี การให้ส่วนลด (Discount) ซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดที่ N3 ไม่มี

เพื่อแก้ไขสถานการณ์นี้ ในปี 2569 สำนักงานสลากฯ จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์เพื่อ "ตัวแทนเดิน ขาย" (Walking Sellers) จำนวนกว่า 1,805 ราย และขยายจุดจำหน่ายทั่วประเทศ เพื่อกำหนดรากและมีพื้นที่ (Ground War) และเข้าถึงผู้ซื้อถึงหน้าบ้าน<sup>14</sup>

### 3.2 ปฏิวัติการออม: สลากระยะ (Retirement Lottery)

นวัตกรรมที่น่าจับตามองที่สุดในปี 2569 คือ "สลากสะสมทรัพย์เพื่อเงินออมยามเกษียณ" หรือ "หมายเกษียณ" ซึ่งเกิดขึ้นตาม พ.ร.บ. กองทุนการออมแห่งชาติ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568 นี้คือนโยบายระดับ Masterpiece ที่พยายามเปลี่ยนพฤติกรรม "การซื้อหมายทึ้ง" ให้เป็น "การออมเงิน"<sup>15</sup>

- กลไกการทำงาน:** เป็นสลากบูดดิจิทัล (Digital Scratch Card) จำหน่ายผ่านแอปฯ กอช. ในราคาใบละ 50 บาท (ถูกกว่าสลากกินแบ่ง) โดยจำกัดวงเงินซื้อไม่เกิน 3,000 บาทต่อเดือน
- มูลค่าที่นำเสนอ (Value Proposition):** เงินทุนบาทที่ซื้อสลากจะไม่สูญหาย แต่จะถูกสะสมในบัญชี กองทุนการออมแห่งชาติ (กอช.) และได้รับคืนเมื่ออายุครบ 60 ปี พร้อมผลตอบแทนจากการลงทุน ส่วน ลิกซ์ลุ้นรางวัล 1 ล้านบาท (5 รางวัล/สัปดาห์) เป็นเพียงผลผลลัพธ์ (Bonus)<sup>16</sup>
- นัยเชิงเศรษฐศาสตร์:** โครงการนี้เป็นการประยุกต์ใช้เศรษฐศาสตร์พฤติกรรม (Behavioral Economics) ในเรื่อง "Prize-linked Savings" เพื่อจูงใจแรงงานนอกระบบที่เข้าสู่ระบบการออม หากประสบความ สำเร็จ จะช่วยลดภาระงบประมาณในการดูแลผู้สูงอายุในระยะยาว และสร้างฐานข้อมูลแรงงานนอกระบบ ขนาดใหญ่ให้กับรัฐ

---

## ส่วนที่ 4: พฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึกและการวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล (Consumer Insight & Data Analytics)

ในยุคดิจิทัล การวิเคราะห์ Demand ไม่สามารถพึ่งพาเพียงยอดขายได้ แต่ต้องดู "ร่องรอยดิจิทัล" (Digital Footprint) ที่ผู้บริโภคทิ้งไว้

### 4.1 เทคนิคการค้นหาและจิตวิทยาผู้ใช้งาน (Google Trends Analysis)

ข้อมูลจาก Google Trends และสถิติการค้นหาในปี 2567-2568 ชี้ให้เห็นว่าคำค้นหาที่เกี่ยวข้องกับ "หมาย" และ "เลขเด็ด" ยังคงครองอันดับต้นๆ ของประเทศไทยอย่างสม่ำเสมอ พฤติกรรมการค้นหานี้มีลักษณะเฉพาะที่เรียกว่า "Event-Driven Demand" หรืออุปสงค์ที่ขับเคลื่อนด้วยเหตุการณ์<sup>17</sup>

- ปัจจัยขับเคลื่อน:** ความต้องการเลขเด็ดมักผูกติดกับกระแสสังคม (Social Trends) อย่างแนบเนิน เช่น

- **บุคคลสำคัญ/ดาวรุ่ง:** เลขอายุ, วันเกิด, ภาระเป็นภาระของบุคคลที่เป็นกระแสที่กำลังนิยม (Trending People)
- **เหตุการณ์มีชื่อเสียง:** วันครบรอบสำคัญ, ปีกษัตร (ปี 2568 ปีมะเส็ง), หรือเหตุการณ์สูญเสีย
- **สิ่งศักดิ์สิทธิ์:** กระแสความเชื่อท้องถิ่น (Local Beliefs) เช่น ห้าวเวสสุวรรณ, ไอยิ่ง หรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ใหม่ๆ
- **นัยต่อการวิเคราะห์ข้อมูล:** ข้อมูลนี้ชี้ว่า Demand ของหวยไทยไม่มี "ความสมเหตุสมผลทางสถิติ" (Statistical Rationality) กล่าวคือ ผู้ซื้อไม่ได้กระจายความเสี่ยงในการเลือกเลข แต่มีพฤติกรรม "รุมซื้อ" (Herding Behavior) เลขบุํดเดียว กันทั่วประเทศ ซึ่งสร้างความเสี่ยงให้กับระบบ N3 (หากเลขดังกล่าว รัฐอาจต้องจ่ายหนักหรือตัวหารยอดรวมรางวัลน้อย) แต่เป็นโอกาสสำหรับหวยใต้ดินที่สามารถ "อั้น" เลขได้

## 4.2 การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรม (Behavioral Segmentation)

จากการสังเคราะห์ข้อมูล สามารถแบ่งกลุ่มผู้ซื้อลotto เตอร์ในปี 2569 ออกเป็น 3 กลุ่มหลัก:

1. **กลุ่มนักเสี่ยงโชคเพื่อยังชีพ (Subsistence Gamblers):** เป็นกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและแรงงานนอกระบบ มีความอ่อนไหวต่อราคาน้อย (Inelastic Demand) เพราะมองหวยเป็น "ตัวเปลี่ยนชีวิต" กลุ่มนี้เป็นฐานลูกค้าหลักของหวยใต้ดินและมีแนวโน้มจะเปลี่ยนมาซื้อ "หวยเงินสด" สูง หากมีการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึง เพราะตอบโจทย์เรื่องราคาถูก (50 บาท) และเงินไม่หาย
2. **กลุ่มสุนสนุก/เข้าสังคม (Recreational/Social Gamblers):** เป็นชนชั้นกลาง พนักงานออฟฟิศ นิยมซื้อผ่านแอปฯ เป้าตั้งเพื่อความสะดวกและต้องการสนับสนุนสินค้าถูกกฎหมาย กลุ่มนี้มีกำลังซื้อสูงแต่ไม่หมกมุ่น เป็นฐานลูกค้าของสลากดิจิทัล L6
3. **กลุ่มนักลงทุนตัวเลข (Hardcore Lotto Investors):** กลุ่มที่ซื้อหวยบุํดใหญ่หรือเล่นหวยใต้ดินหนักๆ เพื่อเก็บกำไร กลุ่มนี้ยากที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมมาสู่ระบบรัฐเต็มตัว เพราะต้องการผลตอบแทนที่สูง (High Leverage) แบบหวยบุํด 30 ล้าน หรืออัตราจ่ายสูงของหวยใต้ดิน

## ส่วนที่ 5: บทสรุปและแนวโน้มอนาคต (Conclusion & Future Outlook)

### 5.1 บทสรุป: ความย้อนแย้งที่ยั่งยืน

ตลาดลอตเตอร์ไทยในปี 2569 ดำเนินอยู่บนความย้อนแย้งที่นำสู่ความไม่สงบ ยิ่งเศรษฐกิจชะลอตัว อุปสงค์ต่อสินค้าประเภท "ความหวัง" ยิ่งเติบโต รัฐบาลประสบความสำเร็จในการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อตรึงราคาสลาก L6 ผ่านแอปฯ เป้าตั้ง แต่ยังเผชิญความยากลำบากในการปรับปรุงเศรษฐกิจในระบบผ่านผลิตภัณฑ์ N3 เนื่องจากไม่สามารถแบ่งขันกับ "ความยืดหยุ่น" และ "สายสัมพันธ์" ของเจ้ามือหวยใต้ดินได้

### 5.2 แนวโน้มเชิงยุทธศาสตร์ปี 2569-2573

1. **Platform Dominance:** แพลตฟอร์มดิจิทัล (เป้าตั้ง และ กอช.) จะกลายเป็นโครงสร้างพื้นฐานหลักของตลาด รัฐจะต้องจัดการลดสัดส่วนสลากใบลงเพื่อปรับให้ผู้ค้าและผู้ซื้อเข้าสู่ระบบดิจิทัลทั้งหมด ซึ่งจะช่วยแก้ปัญหาขายเกินราคายield ได้อย่างถาวรในระยะยาว
2. **Savings Integration:** "หวยเงินสด" จะเป็นตัวแปรสำคัญที่เปลี่ยนนิยามของการเสี่ยงโชค หากประสบความสำเร็จ จะเป็นโมเดลต้นแบบให้ประเทศไทยดำเนินการ เช่น การใช้ "กิเลส" (การพนัน) เพื่อสร้าง "กุศล" (การออม)
3. **Data-Driven Policing:** รัฐจะใช้ข้อมูล Transaction จากแอปฯ เป้าตั้งและ N3 ในการตรวจสอบ

เส้นทางการเงินและพฤติกรรมเสี่ยง เพื่อนำไปสู่การออกมาตรการป้องกันการพนันเกินขนาด  
(Responsible Gambling) ที่แม่นยำขึ้น

ในฐานะนักวิเคราะห์ข้อมูล ข้อเสนอแนะสุดท้ายคือ การจับตาดูตัวเลข "Conversion Rate" ของการเปลี่ยนผ่านจากหวยใต้ดินสู่ N3 และ หวยเงิน อย่างใกล้ชิด เพราะนั่นคือดัชนีชี้วัดความสำเร็จที่แท้จริงของการปฏิรูปโครงสร้างตลาดลอตเตอรี่ไทย ไม่ใช่เพียงแค่ยอดขายรวมที่เติบโตขึ้นเพียงอย่างเดียว

## ภาคผนวก: ข้อมูลเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์

### ตารางที่ 3: เปรียบเทียบคุณลักษณะผลิตภัณฑ์สลากในระบบปี 2569

คุณสมบัติ (Feature)	สลากกินแบ่ง (L6)	สลากดิจิทัล (Digital L6)	สลาก N3 (Numbers 3)	สลากเงิน (Savings Lotto)
ราคาต่อหน่วย	80 บาท (ตลาดจริง 100+)	80 บาท	20-50 บาท (ยึดหยุ่น)	50 บาท
แพลตฟอร์ม	แผงค้าภายในพื้นที่	แอปฯ เป้าตั้ง	ตู้ Kiosk / แอปฯ / เดินขาย	แอปฯ กอช.
โครงสร้างรางวัล	รางวัลที่ 1 (6 ล้านบาท)	รางวัลที่ 1 (6 ล้านบาท)	ผันแปร (Variable)	1 ล้านบาท
สถานะเงินต้น	สูญเสียเมื่อไม่ถูกรางวัล	สูญเสียเมื่อไม่ถูกรางวัล	สูญเสียเมื่อไม่ถูกรางวัล	สะสมเป็นเงินออม
กลุ่มเป้าหมายหลัก	Mass Market	คนรุ่นใหม่/คนเมือง	คอหวยใต้ดิน	แรงงานนอกระบบ
ความถี่การออกรางวัล	2 ครั้ง/เดือน	2 ครั้ง/เดือน	2 ครั้ง/เดือน	ทุกวันศุกร์ (รายสัปดาห์)

(สื้นสุดรายงานฉบับสมบูรณ์)

### ผลงานที่อ้างอิง

- เปิดความเสี่ยงเศรษฐกิจปี'69 กนง.จับตาเงินฝิด-ฝากใจยกธงชาติสู่ก้าวใหม่ | ประชาไท, เข้าถึงเมื่อ มกราคม 8, 2026 <https://today.line.me/th/v3/article/EX6rrBY>
- 膨ออยู่เผาต่อ 2569 ปีหน้าฟ้าใหม่ เศรษฐกิจไทยพังกว่าเดิม ทุกสำนักพันธุ์แยกกัน 68 -

amarin tv, เข้าถึงเมื่อ มกราคม 8, 2026

<https://www.amarintv.com/spotlight/economy/534428>

3. ศูนย์วิจัยสิกรฯ มองแม้หนึ่นครัวเรือนปี 2567 อาจชะลอลง แต่สัดส่วนต่อจีดีพียังยืนในระดับสูงที่ 90.7%, เข้าถึงเมื่อ มกราคม 8, 2026  
<http://www.efinancethai.com/LastestNews/LatestNewsMain.aspx?id=dHRNQmdvWDIJaFk9>
4. “ลottเตอรี่” โอกาสหรืออุปสรรคต่อการออมของคนจน? - TDRI, เข้าถึงเมื่อ มกราคม 8, 2026  
<https://tdri.or.th/2021/04/lottery-the-expected-utility/>
5. คนไทยเล่นหวยปีละ 2.5 แสนล้าน ผลวิจัยพบคนรวยยิ่งซื้อยะกกว่าคนจน - the standard, เข้าถึงเมื่อ มกราคม 8, 2026  
<https://thestandard.co/thai-people-buy-lottery-2-5-hundred-billion/>
6. กองสลากฯ อันดับ 1 ส่งรายได้เข้าแผ่นดินสูงสุด 49993 ล้านบาท - pptvh36, เข้าถึงเมื่อ มกราคม 8, 2026 <https://www.pptvh36.com/wealth/economic/258998>
7. สำนักงานสลากฯ เปิดเผยปี 2567 โควติงเงินนำส่งเข้ารัฐ 4.85 หมื่นล้านบาท - LINE TODAY, เข้าถึงเมื่อ มกราคม 8, 2026 <https://today.line.me/th/v3/article/OpGKLWV>
8. สำนักงานสลากฯ แจงยืดมั่นจัดสรรโควต้าปีงบประมาณ จำกัดจำนวนผู้ซื้อ ... , เข้าถึงเมื่อ มกราคม 8, 2026 <https://www.thairath.co.th/news/governmentpolicy/2893594>
9. แท้จริงเกลี้ยงภาษณ์ 22 วินาที สลากดิจิทัล 26 ล้านฉบับ บนแอปเปิลตั้ง - posttoday, เข้าถึงเมื่อ มกราคม 8, 2026 <https://www.posttoday.com/business/713150>
10. “สลาก N3” ขาดแกร่ง! ยอดขายพลาดเป้าแค่ 1.8 ล้านใบ เล็งเพิ่มจุดจำหน่าย - Kaohoon, เข้าถึงเมื่อ มกราคม 8, 2026 <https://www.kaohoon.com/news/709650>
11. กองสลากฯ ปรับแผนเพิ่ม 'หวย N3' เป็น 5 ล้านรายการ/งวด เริ่มขาย 2 ก.พ.นี้ - ThaiPublica, เข้าถึงเมื่อ มกราคม 8, 2026  
<https://thaipublica.org/2025/01/government-lottery-office-adjusts-plan-increases-n3-lottery-to-5-million-items/>
12. หวย N3 เก่าไม่ถูกที่คัน ม่าหวยได้ดินไม่ตาย สลากเกินราคายังอยู่? - ไทยรัชชอนไลน์, เข้าถึงเมื่อ มกราคม 8, 2026 <https://www.thairath.co.th/scoop/interview/2831239>
13. "คลัง" รับ สลากN3 แก้ห่วยໃต้ดินไม่ได้ รอสรุปผลการล็อกชัด เม.ย. 68 - posttoday, เข้าถึงเมื่อ มกราคม 8, 2026 <https://www.posttoday.com/business/722022>
14. สนง.สลากฯ ปรับแผน 'หวย N3' เพล 2 เพิ่มตัวแทนเดินขาย รวม 1,805 ราย เริ่ม 2 มี.ค.นี้ - กรุงเทพธุรกิจ, เข้าถึงเมื่อ มกราคม 8, 2026  
<https://www.bangkokbiznews.com/news/news-update/1162698>
15. ยุบสภา 'หวยเกษตร' สะดุด รอรัฐบาลใหม่เคาะงบ ก่อนเปิดขาย, เข้าถึงเมื่อ มกราคม 8, 2026  
<https://www.thansettakij.com/economy/647232>
16. [Vision Exclusive] กอช. จ่อคิกออฟ หวยเกษตร | หุ้นวิชั่น | LINE TODAY, เข้าถึงเมื่อ มกราคม 8, 2026 <https://today.line.me/th/v3/article/Kwzrq1G>
17. หลักเกณฑ์ "สลาก กอช." | กองทุนการออมแห่งชาติ, เข้าถึงเมื่อ มกราคม 8, 2026  
<https://www.nsf.or.th/content/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%93%E0%B8%91%E0%B9%8C-%E2%80%9C%E0%B8%AA%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%81-%E0%B8%81%E0%B8%A5%E0%B8%8A>
18. สรุปครบ 'พันธบัตรออมผลลัส-หวยเกษตร' ทางเลือกใหม่ ออมเงินปี 69 - กรุงเทพธุรกิจ, เข้าถึง เมื่อ มกราคม 8, 2026 <https://www.bangkokbiznews.com/economics/1215043>
19. Year in Search 2024: คำค้นหายอดนิยมในไทยประจำปี 2567 - Google Blog, เข้าถึงเมื่อ มกราคม 8, 2026

[https://blog.google/intl/th-th/products/consumer-products/2024\\_12\\_year-in-search-2024/](https://blog.google/intl/th-th/products/consumer-products/2024_12_year-in-search-2024/)

20. เลขเด็ดและแนวทางหวยรัฐบาล 1 ธันวาคม 2568 จากสื่อต่างๆ - Lemon8-app, เข้าถึงเมื่อ มกราคม 8, 2026

[https://www.lemon8-app.com/@igot7\\_may5/7577945668761813511?region=th](https://www.lemon8-app.com/@igot7_may5/7577945668761813511?region=th)