

ทำไมคำว่า Sold Out ถึงทรงพลัง? 3 จิตวิทยาที่ทำให้ Limited

Drop ขายเร็ว

สินค้าบางชิ้นตอนแรกเราอาจยังลังเลว่าจะซื้อดีหรือไม่ แต่ถ้าพอเห็นคำว่า Limited Edition เหลือจำนวนจำกัด หรือมีเวลานับถอยหลัง ความรู้สึกกลับเปลี่ยนทันที คำถามในหัวเริ่มกลายเป็น “ถ้ารอต่อ จะยังมีให้ซื้อหรือเปล่า” นี่คือพลังของ Scarcity หรือความหายาก ซึ่งสามารถเปลี่ยนวิธีที่ผู้บริโภคประเมินสินค้าได้ โดยเฉพาะสินค้าจำนวนจำกัด คอลเลกชันพิเศษ และ Limited Drop Lazada อ้างถึงอินไซต์จาก Mintel ที่ระบุว่า ความหายาก ความเอ็กซ์คลูซีฟ และการเข้าถึงที่จำกัด สามารถสร้างความรู้สึกเร่งด่วนและเพิ่มแรงดึงดูดให้สินค้าได้ หากมองผ่าน Psychology ปรากฏการณ์นี้อธิบายได้ด้วย 3 กลไกสำคัญ คือ FOMO, Social Signaling และ Effort Justification

1. FOMO ยิ่งรู้ว่าอาจพลาด การตัดสินใจก็ยิ่งเร็วขึ้น FOMO หรือ Fear of Missing Out คือความรู้สึกกลัวว่าจะพลาดบางสิ่งที่มีโอกาสเกิดขึ้นเพียงช่วงเวลาหนึ่ง เมื่อสินค้ามีขายตลอด ผู้บริโภคสามารถกลับไปคิด เปรียบเทียบราคา อ่านรีวิว หรือรอโปรโมชั่นรอบถัดไปได้ แต่พอมีจำนวนจำกัดหรือเวลานับถอยหลัง การรอก็เริ่มมีต้นทุน เพราะทุกนาทีที่ผ่านไปอาจหมายถึงโอกาสที่สินค้าจะหมด Lazada ระบุว่า จำนวนสินค้าที่จำกัด เวลานับถอยหลัง และกระแสน Social Media สามารถเร่งการตัดสินใจซื้อ เพราะผู้บริโภคเริ่มคิดถึงโอกาสที่จะพลาดสินค้า หากยังไม่ตัดสินใจในเวลานั้น Scarcity จึงทำหน้าที่สร้าง Deadline ให้การตัดสินใจ และยังสินค้ามี Demand อยู่ก่อน ความรู้สึกกลัวพลาดก็ยิ่งทำงานได้ง่ายขึ้น

2. Social Signaling ของหายากสามารถบอกอะไรบางอย่างเกี่ยวกับเจ้าของ สินค้าลิมิเต็ดหลายชิ้นมีคุณค่าทางสังคมอยู่ด้วย การครอบครองสินค้าบางอย่างสามารถบอกได้ว่าเจ้าของเป็นแฟนของแบรนด์ สนใจเทรนด์ไหน หรืออยู่ใน Community แบบใด

ในทาง Psychology เรื่องนี้เรียกว่า Social Signaling โดยสินค้าสามารถทำหน้าที่เป็น Social Currency ที่ช่วยให้คนสื่อสารตัวตนผ่านสิ่งที่เลือกซื้อ Lazada ระบุว่า Limited Edition สามารถแสดงถึงความเป็นแฟนคลับ การติดตามเทรนด์ หรือการเข้าถึงสินค้าที่มีข้อจำกัด ตัวอย่างหนึ่งคือ Sanrio Characters: The Exclusive Collection at Lazada ที่นำ Hello Kitty, Kuromi และ Cinnamoroll มาร่วมทำคอลเลกชันพิเศษกับแบรนด์ไทยหลายราย กรณีนี้มี Fandom รองรับอยู่แล้ว เมื่อ Character ที่แฟนมีความผูกพันถูกนำมารวมกับสินค้า Exclusive ความหายากจึงยังมีความหมาย

3. Effort Justification ยิ่งต้องพยายาม ยิ่งรู้สึกว่าคุณค่าได้มากขึ้น Effort Justification คือแนวคิดที่อธิบายว่าเมื่อเราใช้ความพยายามกับบางสิ่งมากขึ้น เรามักให้คุณค่ากับผลลัพธ์นั้นมากขึ้นตามไปด้วย Limited Drop จำนวนมากจึงทำให้ช่วงก่อนซื้อกลายเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ คนอาจต้องติดตามข่าว จำวันเปิดขาย รอ Countdown หรือเตรียมกดซื้อทันทีที่ระบบเปิด ความพยายามเหล่านี้สามารถเพิ่มความผูกพันกับสินค้าได้ Lazada เปรียบกระบวนการลักษณะนี้คล้ายการ “ล่าสมบัติ” เพราะผู้บริโภคต้องติดตาม รอเวลา และแข่งขันเพื่อซื้อ ตัวอย่างคือ Collaboration ระหว่าง Rally Movement และ BOYY ซึ่ง Lazada ระบุว่าคอลเลกชันพิเศษขายหมดภายใน 1 นาที ประสบการณ์การกดซื้อจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของคุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ และยังสร้างบทสนทนาต่อหลังเปิดขาย ทั้งคนที่ซื้อทันและคนที่พลาด

(ที่มา : MarketingOops!)

บริษัท เนปซี อินทรีกรีน จำกัด เรื่อง การจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล เรียน ท่านผู้ถือหุ้นของบริษัท เนปซี อินทรีกรีน จำกัด ด้วยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2569 ในวันที่ 1 ตุลาคม 2569 ณ สำนักงานของบริษัท เลขที่ ๘ สำนักงานเลขที่ 98/18 หมู่ที่ 20 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 ได้มีมติเป็นเอกฉันท์ให้จัดสรรเงินกำไรจากการดำเนินงานเป็นผลระหว่างกาลให้แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ในอัตราหุ้นละ 150 บาทโดยกำหนดปิดสมุดทะเบียนผู้ถือหุ้นเพื่อสิทธิในการรับเงินปันผลในวันที่ 1 ตุลาคม 2569 และกำหนดจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลในวันที่ 7 ตุลาคม 2569 จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ ประกาศ ณ วันที่ 7 ตุลาคม 2569 ขอแสดงความนับถือ วิไลพร สดายุ (นายธีรวัฒน์ สิทธิศักดิ์) กรรมการ	



W. H. W.

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนการพิมพ์
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียนการพิมพ์ พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๙๙๙๘๕ / ๒๖๖

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรพรรณ เตชาวรศิริ
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๘ ๐๐๖๖๔ ๔๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

วัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก _____ ภาษาไทย

ชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก _____ เป็นแผ่น

ระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ _____ รายวัน

ชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ _____ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -

ถนน _____ แขวง / ตำบล _____ บางไผ่ _____ เขต / อำเภอ _____ บางแค _____ จังหวัด _____ กรุงเทพมหานคร _____

ชื่อสำนักงานของผัโฆษณา _____ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ _____ เลขที่ _____ เขต/อ. _____ หมู่ที่ _____ - _____ ซอย _____ - _____

ถนน _____ แขวง / ตำบล _____ บางไผ่ _____ เขต / อำเภอ _____ บางแค _____ จังหวัด _____ กรุงเทพมหานคร _____

ชื่อโรงพยาบาลที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตัวอย่างที่ - เลขที่ ๕๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -

ถนน แขวง / ตำบล บางใหญ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้	<u>นางสาววรรณพร เตชาวัตร์</u>	เป็นผู้พิมพ์
	<u>นางสาววรรณพร เตชาวัตร์</u>	เป็นผู้โฆษณา
	<u>นางสาววรรณพร เตชาวัตร์</u>	เป็นบรรณาธิการ
	บริษัท ชัมเมอร์รี่ จำกัด	เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๖ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐
(ลงชื่อ) 

(นางสาวกนกอร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จัดแจ้งการพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร

