

# Thai Event Ticket Secondary Marketplace (P2P concert/sports)

idea-hub · thai-event-ticket-secondary-marketplace

## 1. The opportunity

ตลาด secondary ticket ในไทยมี GMV ประมาณ **฿400 ล้าน/ปี** แต่ยังมี trusted platform รองรับ — ทุกดีลเกิดใน FB Group หรือ Twitter ที่ไม่มี escrow ทำให้อัตราโกง ~20% ต่อดีล (รายงานจาก Pantip + กลุ่ม FB 350k+ member) กลุ่มเป้าหมายคือคนที่ซื้อตั๋ว T-pop, K-pop, Muay Thai แล้วไปไม่ได้ และต้องการขายต่ออย่างปลอดภัย "ทำไม่สิ่งตอนนี้" เพราะ T-pop (PROXIE, MILLI, Slot Machine) และ K-pop ในไทยกำลัง boom — sold-out ภายใน 2-3 ชั่วโมงเป็นเรื่องปกติปี 2024-2025 ทำให้ secondary demand พุ่งตาม ช่องว่างนี้ชัดมาก: StubHub ไม่ active ในไทย, ThaiTicketMajor ไม่มี resale feature, Viagogo รองรับ event ต่างประเทศเป็นหลัก

## 2. Who would pay

**Persona A — Seller:** พนักงานออฟฟิศ อายุ 22-32 ปี ซื้อตั๋ว K-pop ล่วงหน้า 3 เดือน แล้วติดงาน/ป่วย ตั๋วราคา ฿2,500-8,000 ไม่รู้จะขายยังไง ลงกลุ่ม FB แล้วโดนต่อราคา หรือโดนโกงไม่ได้เงิน willingness to pay: ยอมเสีย 10% commission แลกกับความปลอดภัย เพราะ upside คือได้เงินคืนเลย vs. ตั๋วเสียเปล่า

**Persona B — Buyer:** แฟนคลับที่พลาดรอบ presale อยากได้ตั๋วใบเดียว ยอมจ่ายบวก 10-20% จาก face value แต่กลัวโดนโกง ปัจจุบันใช้เวลา scroll Twitter 1-2 ชั่วโมงหาตั๋ว + ต้องโอนก่อนเสี่ยงหาย ถ้ามีหน้าเดียวที่ verified + escrow พร้อมจ่าย service fee กันที

**Persona C (B2B):** Promoter รายเล็ก-กลาง (Buddha Entertainment, Fungjai) ต้องการ data ว่าตั๋ว event ไหน resale demand สูง เพื่อ pricing สอบหน้า — อาจซื้อ data subscription ฿5,000-20,000/เดือน

## 3. Competitor landscape

Platform	ราคา/โมเดล	จุดอ่อนจริง
FB Group "ขายตั๋วคอนเสิร์ตไทย" (- facebook.com/groups)	ฟรี	ไม่มี escrow, ไม่มี dispute resolution, seller history ปลอม
Twitter/X	ฟรี	ตาม timeline เร็วมาก post หาย, ไม่มี verification, block หลังโอนเงิน
Carousell TH (th.carousell.com)	commission ~5-10%	demographic เน้นของมือสอง, UX ไม่ได้ออกแบบมาสำหรับ event ticket, ไม่มี barcode verification

# Thai Event Ticket Secondary Marketplace (P2P concert/sports)

idea-hub · thai-event-ticket-secondary-marketplace

<b>StubHub</b> (stubhub.com)	15-25% combined fee	ไม่มี event ไทยในระบบ, UI ภาษาอังกฤษ, payment TH บาทซับซ้อน
<b>Viagogo</b> (viagogo.com)	25-30% fee	scalper-heavy, reputation แย่มาก, ไม่ใช่ P2P จริง, กรณีตั๋วปลอมเยอะ

ตลาดนี้ "ว่าง" ในไทยเพราะสามเหตุผล: (1) ticket volume ยังเล็กเทียบ US/EU จนกระทั่ง T-pop boom ปี 2022+ (2) payment infrastructure escrow ซับซ้อน ต้องมี e-money license หรือ partner fintech (3) VerifyID ตัวไทยยาก เพราะ organizer ไม่แชร์ API

## 4. Wrapper risk reality check

ChatGPT ทำแทนไม่ได้ เพราะ core moat ไม่ใช่ AI — มันคือ **escrow + trust infrastructure** ที่ต้องการ payment license หรือ partnership กับ licensed payment provider เช่น Omise/2C2P ความยากคือ:

- **\*\*Ticket verification:\*\*** ไม่มี API จาก ThaiTicketMajor/AllTicket — ต้อง OCR barcode + manual check หรือ negotiate data partnership
- **\*\*Dispute resolution:\*\*** ต้องมี human agent จัดการกรณีตั๋วปลอม/ชื้อ
- **\*\*E-money regulation:\*\*** BoT กำหนดว่า escrow บางรูปแบบต้องมี e-payment license — ถ้า hold เงินเกิน 24h อาจเข้าข่าย regulated ต้องใช้ Stripe Connect หรือ 2C2P เป็น payment facilitator แทน

Moat ระยะกลาง: **network effect** (seller ไปที่ไหนก็มี buyer เยอะที่สุด), **trust reputation** (review + verified transaction history), **event organizer partnership** เพื่อ whitelist resale

## 5. Go-to-market angle

**10 customer แรก** หาได้ทันทีจากกลุ่ม FB "ขายตั๋วคอนเสิร์ต" 350k member — เข้าไป offer free listing + escrow สำหรับ event ใหญ่ที่ sold-out แล้ว เช่น Milli หรือ New Jeans Thailand (ถ้ามี) เริ่ม DM seller ที่ post ขายใน group แล้วชวนมาใช้ platform ฟรี 0% commission 3 เดือนแรก

**SEO keywords ที่ได้ผล:** "ขายตั๋วคอนเสิร์ต", "ซื้อตั๋วต่อ [ชื่อ artist]", "ตั๋ว sold out หาได้ที่ไหน", "resale ticket ไทย" — search volume กระจุกรอบ event ที่ประกาศ sold out ภายใน 1 สัปดาห์แรก ทำ landing page สำหรับแต่ละ event

# Thai Event Ticket Secondary Marketplace (P2P concert/sports)

idea-hub · thai-event-ticket-secondary-marketplace

**Distribution shortcut:** ติดต่อ **Fungjai** หรือ **MONOMAX** ซึ่งเป็น event promoter ขนาดกลาง — เสนอเป็น official resale partner เพื่อแลก link จากหน้า sold-out ("ต้องการขายตั๋วต่อ? คลิกที่นี่") นี่คือการ distribution ที่ถูกที่สุดเพราะ buyer intent สูงสุดตอน sold out

**Community seeding:** สร้าง content ใน Pantip board ดนตรี/กีฬา เรื่อง "วิธีขายตั๋วต่ออย่างปลอดภัย 2025" + link platform — Pantip SEO ติด Google TH ดีมาก

**LINE OA** เป็น primary notification channel เพราะ Thai user open rate LINE สูงกว่า email 5-10x แจ้ง buyer กันทีที่มีตัวของ artist ที่ follow

## 6. Pricing thesis

Tier	โมเดล	ราคา
Standard listing	10% commission จาก seller เมื่อขายสำเร็จ	จ่ายเมื่อขายได้
Buyer protection fee	2-3% จาก buyer สำหรับ escrow + insurance	บวกใน checkout
Priority listing	seller จ่าย ฿29-49 เพื่อ featured slot	เสริม revenue
Promoter data	subscription ฿5,000-15,000/- เดือน สำหรับ resale analytics	B2B stream

10% commission เทียบกับ Viagogo 25-30% ถือว่าถูกมาก และเทียบกับ "ขายไม่ได้เลยได้ ฿0" หรือ "โดนโกงได้ -฿5,000" ก็ชนะชัดเจน Buyer protection fee เพิ่ม revenue อีก ~฿60-180 ต่อ transaction โดยไม่ต้องอธิบายมาก — frame ว่า "ประกันความเสี่ยง"

## 7. Build complexity

**Time to MVP:** 6-8 สัปดาห์สำหรับ functional MVP (ไม่รวม KYC/licensing)

**Core stack:**

- **\*\*Frontend:\*\*** Next.js 14 + TailwindCSS
- **\*\*Backend/DB:\*\*** Supabase (auth + realtime listings)

**RESEARCH BUNDLE**

# Thai Event Ticket Secondary Marketplace (P2P concert/sports)

idea-hub · thai-event-ticket-secondary-marketplace

- **\*\*Payment escrow:\*\*** Stripe Connect (seller onboarding + escrow hold) หรือ 2C2P ถ้าต้องการ PromptPay native
- **\*\*Ticket verification:\*\*** Tesseract OCR (barcode/QR scan) — แม่แบบสำหรับ MVP
- **\*\*Notifications:\*\*** LINE Messaging API + Supabase Edge Functions

**Hardest part to ship:** Ticket verification + dispute resolution logic — ตั๋วปลอมหรือซ้ำเป็น edge case