การตลาด
และการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติด บนโลกอินเทอร์เน็ต ระยะที่ 3 ปี พ.ศ.2564 (ฉบับเผยแพร่)

กนิษฐา ไทยกล้า
สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สนับสนุนงบประมาณ
กองทุนป้องกันและปราบปรามยาเสพติด

การตลาดและการกระทำความผิด ที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดบนโลกอินเทอร์เน็ต ระยะที่ 3 ปี พ.ศ. 2564

กนิษฐา ไทยกล้า
สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สนับสนุนงบประมาณ
กองทุนป้องกันและปราบปรามยาเสพติด
สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด
กระทรวงยุติธรรม

ข้อมูลสำหรับการอ้างอิงทางวิชาการ

กนิษฐา ไทยกล้า.(2565). การตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดบนโลกอินเทอร์เน็ต ระยะที่ 3 ปี พ.ศ. 2564.เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คำนำ

การตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดบนโลกอินเทอร์เน็ต ระยะที่ 3 ปี พ.ศ. 2564 ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนป้องกันและปราบปรามยาเสพติด สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด กระทรวงยุติธรรม

รายงานฉบับนี้เป็นโครงการเฝ้าระวังสถานการณ์การตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดบนอินเทอร์เน็ตต่อเนื่องจากปี พ.ศ. 2563 เพื่อเฝ้าระวัง วิเคราะห์แนวโน้ม เพื่อประมาณการผู้มีพฤติกรรมการขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนบนอินเทอร์เน็ต และวิเคราะห์ดัชนีการเข้าถึงผู้ขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนในสื่อสังคมออนไลน์ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเป็นประโยชน์สำหรับการป้องปราม การวางแผนการป้องกันนักเสพ นักค้ายาเสพติดรายใหม่ ข้อมูลในรายงานเป็นเพียงการสะท้อนสถานการณ์ เหตุการณ์ในช่วงผ่านมา พ.ศ. 2564 และใช้สำหรับผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องในการดูแล ป้องกันปราบปรามปัญหายาเสพติดเท่านั้น ไม่มีเจตนาในการที่จะทำให้บุคคลที่สาม องค์กร บริษัท หน่วยงานต่างๆ ที่ได้กล่าวถึงในรายงานฉบับนี้เสียชื่อเสียงแต่อย่างใด ชื่อเครื่องหมายการค้า และรูปภาพที่ถูกอ้างอิงในรายงานฉบับนี้เป็นสิทธิของเจ้าของนั้นๆ

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อสะท้อนข้อมูลทางวิชาการ สถานการณ์การตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดบนโลกอินเทอร์เน็ต ระยะที่ 3 ปี พ.ศ. 2564 ทั้งนี้ทางทีมผู้จัดทำใคร่ขอความกรุณาในการนำไปใช้ควรอ้างอิงเอกสารฉบับนี้ด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอขอบคุณทีมงาน สำนักยุทธศาสตร์ สำนักปราบปรามยาเสพติด ภายใต้สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด ที่ช่วยในการให้คำแนะนำ และนำข้อมูลสารเสนเทศไปต่อยอดให้เกิดประโยชน์ทางด้านปราบปรามยาเสพติด และด้านยุทธศาสตร์

กนิษฐา ไทยกล้า

กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565

สารบัญ

คำนำ	2
สารบัญ	3
สารบัญตาราง	5
สารบัญกราฟ	6
สารบัญภาพ	7
บทสรุปผู้บริหาร	9
บทที่ 1 บทนำ	13
หลักการและเหตุผล	13
วัตถุประสงค์โครงการ	14
เป้าหมายโครงการ	14
บทที่ 2 ระเบียบวิธีการศึกษา	15
ขั้นตอนการดำเนินโครงการ	15
บทที่ 3 ผลการดำเนินงาน	19
การตลาดแบบออนไลน์	20
ด้านบุคคล	20
ด้านพื้นที่	31
ด้านตัวยา	32
ไอซ์	35
ยาบ้า	42
ยาอี	50
คีตามีน	55
เฮโรอีน	59
โคเคน	63
แอลเอสดี	64
จีเอชบี	68

ดีเอ็มที 69
เห็ดเมา 70
กัญชา 77
พืชกระท่อม 85
การขายยาเสพติดแบบผสมผสาน 89
การสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้า ผู้เสพ ผู้สนใจยาเสพติด 92
การตลาดแบบออฟไลน์ (ตลาดดั้งเดิม) 94
เปรียบเทียบราคาขายยาเสพติดบนอินเทอร์เน็ตและตลาดดั้งเดิม (ออฟไลน์) 95
การตลาดยารักษาโรคแบบผิดแผนออนไลน์ 97
บทที่ 4 สรุปผลการศึกษา 111
ด้านบุคคล 111
ด้านพื้นที่ 112
ด้านตัวยา 112
บรรณานุกรม 121

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 ประมาณการบัญชีผู้ขายสารเสพติดเปรียบเทียบปี พ.ศ. 2563 -2564 25
ตารางที่ 2 ชนิดยาเสพติดที่ขายจำแนกตามแพลตฟอร์ม 33
ตารางที่ 3 เปรียบเทียบราคาขายยาเสพติดออนไลน์และออฟไลน์ 95

สารบัญกราฟ

กราฟที่ 1	ผู้ขายสารเสพติดจำแนกตามแพลตฟอร์มและกลุ่มสารเสพติด	21
กราฟที่ 2	ผู้ลักษณะขายสารเสพติดจำแนกตามแพลตฟอร์ม	21
กราฟที่ 3	ลักษณะสารเสพติดจำแนกตามกลุ่มสารเสพติด	22
กราฟที่ 4	ประเภทผู้ขายจำแนกตามปี	23
กราฟที่ 5	ประเภทผู้ขายจำแนกตามปีและประเภทสารเสพติด	23
กราฟที่ 6	จำนวนโพสต์เฉลี่ยต่อวันจำแนกตามเดือน	34
กราฟที่ 7	การโพสต์ขายสารเสพติดจำแนกตามแพลตฟอร์ม	34
กราฟที่ 8	แนวโน้มราคาไอซ์ 1 จี	39
กราฟที่ 9	แนวโน้มราคายาบ้า 1 ถุง	46
กราฟที่ 10	แนวโน้มราคายาบ้า 1 แถว	47
กราฟที่ 11	แนวโน้มราคายาอี 1 เม็ด	53
กราฟที่ 12	แนวโน้มราคาคีตามีน 1 จี	56
กราฟที่ 13	แนวโน้มราคาเฮโรอีน 1 กรัม	60
กราฟที่ 14	แนวโน้มราคาเฮโรอีน 1 บิ๊ก	61
กราฟที่ 15	แนวโน้มราคาแอลเอสดี 1 แทป	66
กราฟที่ 16	แนวโน้มราคาเห็ดเมา 1 กรัม	73
กราฟที่ 17	แนวโน้มราคากัญชาแห้ง 1 ขีด	82

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 เพจหน้าแรกของระบบการติดตาม-สารสนเทศการตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดบนโลกอินเทอร์เน็ต(MDOS2021) 20
ภาพที่ 2 เครือข่ายผู้ขายสารเสพติดชนิดใดๆ 26
ภาพที่ 3 เครือข่ายผู้ขายไอซ์ 27
ภาพที่ 4 เครือข่ายผู้ขายยาบ้า 27
ภาพที่ 5 เครือข่ายผู้ขายยาอี 28
ภาพที่ 6 เครือข่ายผู้ขายคีตามีน 29
ภาพที่ 7 เครือข่ายผู้ขายเฮโรอีน 29
ภาพที่ 8 เครือข่ายผู้ขายเห็ดเมา 30
ภาพที่ 9 เครือข่ายผู้ขายสารเสพติด มากกว่า 1 ชนิด 31
ภาพที่ 10 พื้นที่กระจายตัวของผู้ขาย 32
ภาพที่ 11 ภาษา สัญลักษณ์ที่ใช้ในการขายไอซ์(1) 36
ภาพที่ 12 ภาษา สัญลักษณ์ที่ใช้ในการขายไอซ์(2) 36
ภาพที่ 13 สัญลักษณ์อิโมจิที่ใช้ในการขายไอซ์ 37
ภาพที่ 14 ไอซ์รูปแบบต่างๆ ที่ขายบนอินเทอร์เน็ต 37
ภาพที่ 15 ไอซ์ อุปกรณ์การเสพ และบรรจุภัณฑ์ 38
ภาพที่ 16 การขายไอซ์แบบเรียงเบอร์ 38
ภาพที่ 17 ภาษา สัญลักษณ์ที่ใช้ในการขายยาบ้า 43
ภาพที่ 18 สัญลักษณ์อิโมจิที่ใช้ในการขายยาบ้า 44
ภาพที่ 19 ยาบ้าที่ขายบนอินเทอร์เน็ต 44
ภาพที่ 20 ยาบ้าและบรรจุภัณฑ์ที่ขายบนอินเทอร์เน็ต 45
ภาพที่ 21 ตรายี่ห้อและบรรจุภัณฑ์ยาบ้าที่ขายบนอินเทอร์เน็ต 45
ภาพที่ 22 สัญลักษณ์อิโมจิที่ใช้ในการขายยาอี 50
ภาพที่ 23 เม็ดยาอี(1) 51
ภาพที่ 24 เม็ดยาอี(2) 51
ภาพที่ 25 เม็ดยาอีเปรียบเทียบยาอีต่างประเทศและยาอีไทย 52

ภาพที่ 26 บรรจุภัณฑ์เม็ดยาอี 52
ภาพที่ 27 โพสต์การส่งเสริมการขายยาอี 54
ภาพที่ 28 สัญลักษณ์อิโมจิที่ใช้ในการขายคีตามีน 55
ภาพที่ 29 คีตามีน บรรจุภัณฑ์ และอุปกรณ์การเสพ 56
ภาพที่ 30 เฮโรอีนชนิดก้อน 59
ภาพที่ 31 บรรจุภัณฑ์เฮโรอีน 60
ภาพที่ 32 โคเคนและบรรจุภัณฑ์ 63
ภาพที่ 33 แอลเอสดีและบรรจุภัณฑ์ 65
ภาพที่ 34 บรรจุภัณฑ์ การโพสต์ขายจีเอสบี 68
ภาพที่ 35 ดีเอ็มที และบรรจุภัณฑ์ 69
ภาพที่ 36 เห็ดเมาและบรรจุภัณฑ์(1) 71
ภาพที่ 37 เห็ดเมาและบรรจุภัณฑ์(2) 72
ภาพที่ 38 ลักษณะกัญชา 78
ภาพที่ 39 บรรจุภัณฑ์กัญชา(1) 79
ภาพที่ 40 บรรจุภัณฑ์กัญชา(2) 80
ภาพที่ 41 กัญชาและบรรจุภัณฑ์กัญชา 81
ภาพที่ 42 สัญลักษณ์อิโมจิที่ใช้ในการขายพืชกระท่อม 85
ภาพที่ 43 ใบกระท่อม ต้นกระท่อม 85
ภาพที่ 44 น้ำต้มใบกระท่อม และบรรจุภัณฑ์ 86
ภาพที่ 45 เคนมผง เคทะเลทราย 89
ภาพที่ 46 ชุดคู่รักฟิน 90
ภาพที่ 47 ชุดยาเสพติดหลุดโลก 91
ภาพที่ 48 ชุดน้ำท่อม 91
ภาพที่ 49 สัญลักษณ์อิโมจิขายชุดรวมยาเสพติด 92
ภาพที่ 50 ยาแก้ปวด 97
ภาพที่ 51 ยาแก้แพ้ 100
ภาพที่ 52 ยาแก้ไอ 103
ภาพที่ 53 ยานอนหลับ ยากล่อมประสาท 107
ภาพที่ 54 ชุดลีน 107

บทสรุปผู้บริหาร

การตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติด บนโลกอินเทอร์เน็ต ระยะที่ 3 ปี พ.ศ. 2564

กนิษฐา ไทยกล้า : สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

การตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดบนโลกอินเทอร์เน็ต ระยะที่ 3 ปี พ.ศ. 2564 มีวัตถุประสงค์เพื่อเฝ้าระวัง วิเคราะห์แนวโน้ม วิเคราะห์ดัชนีการเข้าถึงผู้ขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนในสื่อสังคมออนไลน์ และประมาณการผู้มีพฤติกรรมการขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนบนอินเทอร์เน็ต โดยใช้วิธีการสำรวจแบบผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2565 ค้นหารายใหม่ ตรวจสอบความเชื่อมั่น การเชื่อมโยง นำเข้าข้อมูล จัดกลุ่ม วิเคราะห์และประมวลผลผสมผสานการวิเคราะห์ภาพ ข้อความเพื่อจำแนกข้อมูล บริบทเนื้อหาข้อความที่โพสต์ ผ่านระบบสารสนเทศการตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด MDOS2021 (https://sites.google.com/mdos2020.page/main)

ด้านบุคคล พบว่าผู้ขายสารเสพติดบนสื่อสังคมออนไลน์ 2,280 บัญชีรายชื่อ ส่วนใหญ่เป็นผู้ลงทะเบียนใช้สื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ร้อยละ 94.82 รองมาคือ แพลตฟอร์มเฟสบุ๊กและแพลตฟอร์มอินสตาแกรม ผู้ขายรายใหม่ที่ลงทะเบียนปี พ.ศ. 2564 ร้อยละ 77.76 ขายสารเสพติดเพียงหนึ่งชนิด ร้อยละ 61.67 มากกว่าผู้ขายสารเสพติดร่วมกันมากกว่าหนึ่งชนิด ผู้ขายรายย่อย ร้อยละ 75.66 ผู้ขายส่ง (ขายส่งอย่างเดียว ขายส่งและขายย่อย รับตัวแทนขายและรับคนส่งยอด) ร้อยละ 23.86 ผู้ขายนิยมใช้ 1 Line Id หรือ 1 เบอร์โทรศัพท์สำหรับ 1 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 32.37

ประมาณการผู้ขายสารเสพติด (ยาเสพติด ยารักษาโรคแบบผิดแผน) บนอินเทอร์เน็ต 4.15 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากกว่าผลจากการสำรวจปี พ.ศ. 2563 ที่มีประมาณ 3.61 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผู้ขายเฉพาะยาเสพติด 3.4 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ประมาณการผู้ขายเฉพาะแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ พบว่า ผู้ขายสารเสพติด (ยาเสพติด ยารักษาโรคแบบผิดแผน) ในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ 29.4 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ มากกว่าปี พ.ศ. 2563 ที่มีประมาณ 21.2 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ผู้ขายเฉพาะยาเสพติด 24.5 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ผู้ขายสารเสพติดรายใหม่ 24.0 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ผู้ขายเฉพาะยาเสพติดรายใหม่ 20.0 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์

ด้านพื้นที่สามารถทราบพื้นที่อยู่ของผู้ขายที่กระจายอยู่ 45 จังหวัด โดยอาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมากที่สุด ร้อยละ 2.66 รองมาคือ เชียงใหม่ ร้อยละ 2.14 ชลบุรี ร้อยละ 1.50 นครราชสีมา ร้อยละ 0.50

ด้านตัวยา ผู้ขายโพสต์ขายสารเสพติดตลอดปี พ.ศ. 2564 11,951 โพสต์ โพสต์ขายยาเสพติด ร้อยละ 80.09 ขายยารักษาโรคแบบผิดแผน ร้อยละ 18.43 โพสต์ขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผน ร้อยละ 1.47 ช่วงเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน พ.ศ. 2564 มีจำนวนโพสต์ขายยาเสพติดสูงกว่าช่วงอื่นซึ่งเป็นช่วงของการแพร่ระบาดเชื้อโรคโควิด-19 รอบที่สาม ยาเสพติดที่นิยมโพสต์ขายมากที่สุด คือ ไอซ์ ร้อยละ 49.99 กัญชาและผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 15.38 ยาบ้า ร้อยละ 14.63 ยาอี ร้อยละ 5.94 และคีตามีน ร้อยละ 4.58 ตามลำดับ

กลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ขายยาเสพติดนำมาใช้ขายบนอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย

- ด้านผลิตภัณฑ์ โพสต์ข้อความ รูปภาพทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว เพื่อบรรยายลักษณะ วิธีการเสพ อุปกรณ์การเสพ อาการที่ได้รับ เป็นต้น
- ด้านราคา ผู้ขายได้ใช้การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยาหรือการกำหนดให้ราคาลงท้ายด้วยเลขคี่ หรือเลข 0 การแยกราคาตามกลุ่มลูกค้าโดยพิจารณาจากกำลังซื้อ เช่น การแบ่งขายในปริมาณน้อย การตั้งราคาแบบเหมารวม การตั้งราคาเพื่อการส่งเสริมการตลาด ตั้งราคาแบบล่อใจ การตั้งราคาแบบพรีเมียมตามคุณภาพของยาเสพติด
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เริ่มจากวิธีการติดต่อการส่งข้อความในสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ มากกว่าการส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์ และการโทรศัพท์ จ่ายเงินด้วยวิธีการโอนเงินมากที่สุด จนถึงการส่งยาเสพติดที่นิยมใช้บริการของบริษัทเอกชน มากกว่าการไปส่งเองให้ถึงมือผู้ซื้อ (ชนมือ) ส่งโดยใช้บริษัทไปรษณีย์ไทย และใช้วิธีการวางหรือโยนตามที่จุดนัดหมาย ตามลำดับ
- ด้านการส่งเสริมการตลาด ใช้วิธีการโฆษณาโพสต์ถึงคุณภาพของยาเสพติด เพื่อกระตุ้นให้เกิดความอยากเสพ การส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา การแจกของรางวัล การทายเลขท้าย 2 ตัวของสลากกินแบ่งรัฐบาล การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้ขาย การโพสต์ภาพเคลื่อนไหวรีวิวยาเสพติดจากลูกค้า

ราคายาเสพติดที่ขายบนอินเทอร์เน็ต (ออนไลน์) แพงกว่าราคาขายในตลาดดั้งเดิม (ออฟไลน์) ราคาขายแบบออนไลน์ ไอซ์ 1 จี นิยมขาย 800 บาท (100-10,000 บาท) ช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ช่วงที่3 (15 เมษายน – 6 กรกฎาคม 2564) ราคาขายไอซ์ สูงกว่าช่วงอื่นๆ ราคายาอี 1 เม็ด นิยมขาย 400 บาท (100-1,200 บาท) ราคายาอีในช่วงเดือนมิถุนายนถึงกรกฎาคม พ.ศ. 2564 ราคาสูงกว่าเดือนอื่นเนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 รอบที่สามและรอบที่สี่ ราคาเฮโรอีน 1 บิ๊ก นิยมขาย 2,600 บาท (1,150-5,000 บาท) เฮโรอีนช่วงปลายปีมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ราคาโคเคน 1 กรัม 3,500-4,300 บาท ราคาโคเคนต้นปีสูงกว่าราคาปลายปี แอลเอสดี 1 แทป นิยมขาย 800 บาท (300-3,000 บาท) ราคาแอลเอสดีต้นปีสูงกว่าราคาช่วงปลายปี ราคาจีเอชบี 1 ขวด 1,900-2,400 บาท ราคาดีเอ็มที 1 แคปซูล 1,350-1,500 บาท

การขายยาเสพติดแบบผสมผสานด้วยการนำยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนมาผสมกัน เพื่อให้เกิดความมึนเมามากกว่าการเสพยาเสพติดในแบบเดิม เช่น เคนมผง (เคทะเลทราย) ส่วนผสม คือ คีตามีน ไอซ์ เฮโรอีน ยานอนหลับ (โรเช่) กาแฟของสามพัน คือ ส่วนผสมของยาอี Erimin-5 ยาในเมตาซีแพม และยาเสพติดอื่นๆ บรรจุภัณฑ์ในซองกาแฟ (3 in 1)

ดัชนีการเข้าถึงผู้ขายยาเสพติดในสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ผู้ขายยาเสพติดประเภท ยาบ้า ไอซ์ ยาอี มีจำนวนผู้ติดตามมากที่สุดและเป็นผู้ขายรายใหม่ รองมาคือ ผู้ขายยาเสพติดประเภทคีตามีน เห็ดเมา แอลเอสดี ผู้ขายยาเสพติดที่มีอัตราการโพสต์ (Post Rate) มากกว่าร้อยละ 80.0 คือ ผู้ขายกัญชา เห็ดเมา แอลเอสดี โคเคน ดีเอ็มที ยาโปร/ลีน รองมาคือ ผู้ขายคีตามีน เห็ดเมา แอลเอสดี ผู้ขายยาเสพติดประเภทกัญชา เห็ดเมา แอลเอสดี โคเคน ดีเอ็มที ผู้ขายยาเสพติดที่โพสต์เนื้อหาตรงกับความสนใจของผู้ติดตามมากที่สุดคือ ผู้ขายกัญชาและผลิตภัณฑ์ รองมาคือ ผู้ขายยาบ้า ไอซ์ ยาอี และผู้ขายไอซ์ ยาอี คีตามีน ผู้ขายยาเสพติดที่โพสต์ทำให้ผู้ที่ติดตามมีปฏิสัมพันธ์กันภายในกลุ่มมากกว่าร้อยละ 50.0 คือ ผู้ขายยาบ้า ไอซ์ ยาอี รองมาคือ ผู้ขายเฮโรอีน ฝิ่น ผู้ขายคีตามีน เห็ดเมา แอลเอสดี

การตลาดยาเสพติดบนอินเทอร์เน็ตเป็นการสร้างและมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า สร้างภาพลักษณ์ให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ เกิดความคาดหวัง ช่วยเพิ่มช่องทางการติดต่อกันระหว่างผู้ขายกับลูกค้า เป็นการเชื่อมต่อการขายแบบ

ออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกัน ทำให้สร้างโอกาสการขายเพิ่มขึ้น ทำให้ลูกค้าเข้าถึงยาเสพติดและบริการของผู้ขายได้ง่าย นอกจากนี้ ผู้ขายได้มีการใช้กลยุทธ์การตลาด Customer Value Journey คือ การสร้างการรับรู้ การมีส่วนร่วมระหว่างผู้ขายกับลูกค้า หรือระหว่างลูกค้าด้วยกันเอง จนเกิดความสัมพันธ์ในระดับที่ต้องติดตามอย่างต่อเนื่อง การทำให้ลูกค้าใหม่ยอมรับและหันมาเลือกซื้อยาเสพติดกับผู้ขาย การทำให้ลูกค้าตื่นเต้นกับผู้ขายจนเกิดการซื้อซ้ำ การกดติดตามเพื่อให้เห็นโพสต์อย่างต่อเนื่องจนทำให้ลูกค้าเป็นผู้สนับสนุนผู้ขายที่สำคัญและการบอกต่อแก่ลูกค้าคนอื่น

ข้อเสนอแนะ

การสำรวจเฝ้าระวังติดตามการขายยาเสพติดบนอินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่องช่วยสะท้อนให้เห็นว่า ในกลุ่มผู้ขายยาเสพติดมีการเชื่อมโยงช่องทางการขายจากออฟไลน์มาสู่ออนไลน์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้เสพได้มากขึ้น ในขณะเดียวกัน ผู้เสพก็สามารถเข้าถึงยาเสพติดได้ง่ายเช่นเดียวกัน ที่สำคัญไม่ต้องเสี่ยงกับการถูกจับกุม

1. แม้ว่าผู้ให้บริการจะมีนโยบายการจำกัดการเข้าถึง การปิดให้บริการผู้ที่โพสต์เกี่ยวกับยาเสพติดอย่างชัดเจน และรัฐบาลจะมีหน่วยงานที่รับผิดชอบทางด้านการปราบปรามยาเสพติด หน่วยงานกำกับดูแลการใช้งานเทคโนโลยีและดิจิทัล แล้วก็ตาม ผู้ขายได้มีการหลบเลี่ยงการตรวจสอบดังกล่าวด้วยการใช้คำสแลง ภาษาชื่อเรียก สัญลักษณ์อิโมจิต่างๆ ในการแทนชนิดยาเสพติด แทนคำที่เกี่ยวข้องกับการขายยาเสพติด ซึ่งในกลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านการปราบปรามควรมีระบบการแชร์ฐานข้อมูลคำสแลง ภาษาชื่อเรียก สัญลักษณ์อิโมจิ เพื่อให้เท่าทันผู้ขาย และภาครัฐบาลควรออกข้อกำหนดกฎระเบียบหรือสั่งการบริษัทผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์ได้ดำเนินการตรวจสอบกิจกรรมบนแพลตฟอร์มของตนอย่างเข้มงวด

2. การศึกษาได้สะท้อนให้เห็นถึงขั้นตอนกระบวนการในการจัดส่งยาเสพติดถึงมือผู้เสพแบบดิลิเวอรี่ผ่านผู้ให้บริการขนส่ง ทั้งของเอกชนและรัฐวิสาหกิจ ควรเพิ่มมาตรการในการตรวจสอบพัสดุที่ต้องการส่งทุกชนิดอย่างเข้มงวด พร้อมทั้งบังคับให้ผู้ให้บริการมีขั้นตอนกระบวนการตรวจสอบพัสดุก่อนในทุกสาขาที่ให้บริการ

บทที่ 1
บทนำ

หลักการและเหตุผล

การใช้งานอินเทอร์เน็ตมีการขยายตัวอย่างแพร่หลาย จำนวนผู้ใช้งานเพิ่มมากขึ้น คนไทยที่ใช้อินเทอร์เน็ตในปี พ.ศ. 2564 จำนวน 48.59 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 69.5 โดยเฉลี่ยใช้อินเทอร์เน็ต 8 ชั่วโมง 44 นาทีต่อวัน (ณัฐพล ม่วงทำ 2564) ซึ่งลดลงเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2563 ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ 55 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้น 3 ล้านบัญชี ร้อยละ 5.8 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2563 คนไทยนิยมมากที่สุด คือ ยูทูป เฟสบุ๊ก ไลน์ อิสตาแกรม ทวิตเตอร์ ติ๊กต๊อก และวีเชท ตามลำดับ (ณัฐพล ม่วงทำ 2564) กลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย ส่วนใหญ่ กลุ่มอายุ 18–24 ปี 25–34 ปี และกลุ่มอายุ 35-44 ปี ตามลำดับ (Kemp, S. 2020) ซึ่งกลุ่มวัยรุ่นยังเป็นผู้บริโภคกลุ่มสำคัญที่เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้เป็นอย่างดี ลักษณะการใช้งานดังกล่าวทำให้คนไทยสามารถค้นหาข้อมูลชนิด ประเภท รูปแบบ วิธีการเสพ การซื้อขายสารเสพติด ติดต่อซื้อขายได้ง่ายยิ่งขึ้น สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นช่องทางในการแพร่กระจายยาเสพติด ที่ผ่านมาพบว่ามีการโพสต์ขายและเชิญชวนคนเข้าร่วมเป็นเครือข่ายการขายยาเสพติด ข้อมูลในเฟสบุ๊กส่วนใหญ่มีข้อความในเชิงบวก การสนับสนุนชักชวนชี้นำ ให้ข้อมูลคุณสมบัติ ราคา (kanittha 2018) ความนิยมในการขายยาเสพติดในสื่อสังคมออนไลน์มีการเปลี่ยนแปลงโดยการศึกษาในปี พ.ศ. 2562 นิยมขายบนแพลตฟอร์มเฟสบุ๊กมากกว่าแพลตฟอร์มอื่นๆ นิยมขายกัญชา ใบกระท่อมมากกว่าสารเสพติดชนิดอื่น (กนิษฐา ไทยกล้า 2563) ในขณะที่การศึกษาการตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดบนโลกอินเทอร์เน็ตในปี พ.ศ. 2563 ผู้ขายยาเสพติดมีการเปลี่ยนจากแพลตฟอร์มเฟสบุ๊กมาขายบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ร้อยละ 96.1 มากกว่าแพลตฟอร์มอื่นๆ เป็นผู้ขายรายใหม่ ร้อยละ 75.3 โดยโพสต์ขายยาเสพติดกลุ่มสารกระตุ้นแอมแฟตามีน เช่น ไอซ์ ยาบ้า ยาอี มากกว่าสารเสพติดประเภทอื่น สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางสำคัญในการเพิ่มโอกาสในการขาย และทำให้ผู้เสพยาสามารถเข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้น อำนวยความสะดวกให้ผู้เสพยาเข้าถึงผู้ขายได้โดยตรงผ่านการส่งข้อความ Direct Message ทางไลน์ โทรศัพท์มือถือ วิธีการจ่ายเงินที่แสนง่าย โอนเข้าบัญชีธนาคาร พร้อมเพย์ และยังสามารถจ่ายเงินเพียงบางส่วน (จ่ายเงินดาวน์) และทำการจัดส่งให้ถึงบ้านด้วยบริษัทขนส่งเอกชน แม้ในช่วงที่มีการประกาศภาวะฉุกเฉินด้วยโรคระบาดจากเชื้อโควิด-19 โดยราคายาเสพติดในช่วงพ.ร.ก.ฉุกเฉินและเคอร์ฟิวมีราคาขายที่แพงกว่าในช่วง พ.ร.ก. ฉุกเฉินอย่างเดียว (กนิษฐา ไทยกล้า 2562, Mounteney, J., 2016,กนิษฐา ไทยกล้า 2563)

ในปีที่ผ่านมา ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาการตลาดยาเสพติดบนโลกออนไลน์ ซึ่งพบการเปลี่ยนแปลงในระยะที่ 2 สะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลง และแนวโน้มการตลาดยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนบนอินเทอร์เน็ตที่ชัดเจน มีการเพิ่มขึ้นของผู้ขายยาเสพติดบนโลกออนไลน์ ชนิดยาเสพติดที่มีขายเพิ่มมากขึ้น ความชัดเจนในเรื่องแนวโน้มของราคา ด้วยเหตุผลของความสะดวกในการสื่อสารทางออนไลน์ และความรวดเร็วในบริการจัดส่งช่องทางต่างๆ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการปรับระบบการดำเนินงานการศึกษาในปี พ.ศ. 2564 ที่ให้ความคล่องตัวมากขึ้น และพัฒนาระบบที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงฐานข้อมูลสารสนเทศการตลาด การขายสิ่งผิดกฎหมาย ผู้ขาย รวมถึงราคาขายที่เกี่ยวข้องกับการขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนบนอินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ ในลักษณะของ Dashboard และรายงานทางระบบออนไลน์ในแบบ Data Visualization ซึ่งผู้ใช้สามารถเรียกดูสารสนเทศใน

หัวข้อและมุมมองต่างๆ ได้ทันที ด้วยข้อมูลล่าสุดที่ทีมผู้วิจัยรวบรวมได้ อีกทั้งยังเป็นการแสดงผลแบบ Interactive ที่ผู้ใช้งานสามารถกำหนดเงื่อนไขของกลุ่มข้อมูลในบริบทที่สนใจได้ สำหรับการศึกษาในปี พ.ศ. 2564 นี้จะเป็นการขยายผลและต่อยอดการดำเนินงานด้านการเฝ้าระวังและติดตามสถานการณ์การตลาดยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนบนอินเทอร์เน็ต ด้วยข้อมูลวิเคราะห์ จากการติดตามผู้ขายเดิมที่มีอยู่ในระบบฐานข้อมูล ค้นหาผู้ขายรายใหม่ และวิเคราะห์ดัชนีการเข้าถึงผู้ขายยา เพื่อเสริมศักยภาพในการปราบปรามยาเสพติด และเป็นข้อมูลสนับสนุนการวางนโยบายเพื่อลดการเข้าถึงของผู้เสพรายใหม่ นอกจากนี้ ยังสามารถนำระบบฐานข้อมูลผู้ขาย ราคา ยา และบริบทการตลาด ไปต่อยอดและบูรณาการกับหน่วยงานส่วนอื่นเพื่อเพิ่มประสิทธิผลโดยรวมต่อการปราบปรามยาเสพติดในประเทศ

วัตถุประสงค์โครงการ

1. เพื่อเฝ้าระวัง วิเคราะห์แนวโน้มการตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนบนอินเทอร์เน็ต
2. เพื่อประมาณการผู้มีพฤติกรรมการขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนบนอินเทอร์เน็ต
3. วิเคราะห์ดัชนีการเข้าถึงผู้ขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Social media KPIs for REACH)

เป้าหมายโครงการ

ด้านบุคคล ปรับปรุงฐานข้อมูล วิเคราะห์ดัชนีการเข้าถึง ประมาณการผู้ขายยาเสพติด ยารักษาโรคแบบผิดแผนบนอินเทอร์เน็ต

ด้านตัวยา เฝ้าระวัง รายงานสถานการณ์ แนวโน้มการตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนบนอินเทอร์เน็ต ยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนชนิดใหม่ที่มีการแพร่ระบาดบนอินเทอร์เน็ต ข้อความที่โพสต์ ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร บริบทเนื้อหา ลักษณะ ประเภท ชนิด รูปแบบ ราคา การส่งเสริมการตลาด วิธีการจัดส่ง พฤติกรรมการซื้อขาย รูปแบบของเครือข่ายสังคมออนไลน์ และการเชื่อมโยงเครือข่ายการตลาดยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนบนอินเทอร์เน็ต

ด้านพื้นที่ สถานการณ์การแพร่ระบาดบนอินเทอร์เน็ตในเชิงพื้นที่ (สถานที่จัดส่ง ขนมือ และตำแหน่งที่ตั้งของผู้ขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผน)

บทที่ 2
ระเบียบวิธีการศึกษา

วิธีการดำเนินงานในครั้งนี้เป็นการดำเนินงานต่อจากการสำรวจการตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดบนโลกอินเทอร์เน็ตปี พ.ศ. 2563 โดยได้นำรูปแบบของการศึกษาการวิจัยแบบผสมผสานประกอบด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสำรวจเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยทำการรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคมถึงธันวาคม ปี พ.ศ. 2564

ขั้นตอนการดำเนินโครงการ

มีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

1. ค้นหา ติดตามผู้ขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนทุกประเภทบนสื่อสังคมออนไลน์

2. ตรวจสอบความเชื่อมั่น ความเชื่อมโยงของข้อมูลเชิงคุณภาพ บริบทการซื้อขาย จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและติดตามผู้ขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนบนโลกออนไลน์ทั้งรายใหม่และรายเก่า (ที่เคยติดตามตั้งแต่ระยะ1-2)

3. วิเคราะห์ข้อความ รูปภาพ ที่ผู้ขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนโพสต์บนโลกออนไลน์ รวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ สถานะการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนบนโลกออนไลน์ รูปแบบ ชนิดสารเสพติดที่ขาย การส่งเสริมการตลาด จำนวนสมาชิกในเครือข่าย ผู้ที่เข้าติดตาม ผู้ที่ไปติดตาม ราคา วิธีการซื้อ การชำระเงิน การจัดส่งสินค้า พื้นที่จัดส่ง เป็นต้น

4. นำข้อมูลเข้าสู่ในระบบฐานข้อมูลผู้ขายยาเสพติดบนโลกออนไลน์ เพื่อการจัดกลุ่ม วิเคราะห์ และ ประมวลผล

5. นำข้อมูลที่ได้จากการติดตามตลาดยาเสพติดบนโลกออนไลน์ เทียบเคียงกับของสำนักงาน ป.ป.ส. และสำรวจข้อมูลพฤติกรรมการขายยาเสพติดในตลาดยาเสพติดแบบดั้งเดิม (ออฟไลน์) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกในภูมิภาคต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการเทียบเคียงข้อมูลและวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการขาย ราคาขาย

6. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) ในด้านของเวลา สถานที่ และบุคคล

7. จัดการข้อมูลด้วย data scientist นำข้อมูลที่อยู่ในหลากหลายรูปแบบมารวบรวม (Aggregated data) ดึงข้อมูลสำคัญออกมาเพื่อกรองข้อมูล (Intelligence)

8. วิเคราะห์ ประมวลผล ผสมผสานอัลกอริธึมการวิเคราะห์ภาพ ข้อความ เพื่อจำแนกข้อมูล บริบทเนื้อหาข้อความที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย Text Analysis, Image Analysis, Dynamic linguistic Analysis, Network Analysis, Location Analysis, Time pattern Analysis ซึ่งทางสำนักงาน ป.ป.ส. สามารถเข้ามาดูรายงานสารสนเทศแบบ Interactive เพื่อการนำไปใช้ได้ตลอด 24 ชั่วโมง

9. วิเคราะห์จากจุดร่วม ความเหมือน (Clustering) การหาความเหมือนระหว่างกลุ่ม (Similarity matching) ของบัญชีผู้ใช้ ผู้ขาย เพื่อค้นหาลักษณะข้อมูลทั่วไป (user characteristics) ลักษณะของกลุ่มเครือข่าย เพื่อนในกลุ่ม

10. วิเคราะห์หาความเชื่อมโยงเครือข่ายทางสังคม แบบแผนทางภูมิศาสตร์สารสนเทศ การคาดการณ์ความเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลแต่ละชุด (Link prediction) โดยอาศัยเครื่องมือที่มากับ social network ต่างๆ หรือพัฒนาเครื่องมือสำหรับการหาความเชื่อมโยงเครือข่ายทางสังคมแบบทันเวลา

11. แสดงผลข้อมูลสารสนเทศการตลาดยาเสพติดบนโลกออนไลน์รูปแบบของตาราง กราฟ รายงานรายสำคัญ เป็นต้น ที่สำนักงาน ป.ป.ส. สามารถเข้าถึงได้ตลอด 24 ชั่วโมง ส่งต่อข้อมูลพฤติการณ์ขายยาเสพติดบนโลกออนไลน์ให้แก่หน่วยงานด้านการปราบปราม เพื่อใช้ในการสืบสวนสอบสวนขยายผล และการปราบปราม ขณะเดียวกัน จัดส่งรายงานสารสนเทศสถานการณ์การตลาดยาเสพติดแก่สำนักยุทธศาสตร์ ทุกเดือน

12. ประมาณการจำนวนผู้ขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนบนสังคมออนไลน์

13. วิเคราะห์ดัชนีการเข้าถึงผู้ขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Social media KPIs for REACH)

14. จัดทำรายงานประจำเดือน และรายงานฉบับสมบูรณ์

คำนิยามศัพท์

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารระหว่างกันในเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใดๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วม (Collaborative) อย่างสร้างสรรค์ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง (User-Generate Content: UGC) ในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง เช่น เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ไลน์ ติ๊กต็อก เป็นต้น

การตลาดบนอินเทอร์เน็ต หมายถึง การทำตลาดยาเสพติดในสื่อออนไลน์ เช่น การโฆษณาขายในเฟสบุ๊ก กูเกิ้ล ยูทูบ อินสตาแกรม ไลน์ ติ๊กต็อก เพื่อให้สินค้าของเราเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น ใช้วิธีต่างๆ ในการโฆษณาเว็บไซต์ หรือโฆษณาขายสินค้าที่จะนำสินค้าของเราไปเผยแพร่ตามสื่อออนไลน์ เพื่อให้ผู้อื่นได้รับรู้และเกิดความสนใจจนเกิดการซื้อ

การขายบนอินเทอร์เน็ต หมายถึง พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) โดยทำธุรกรรมการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตแบบที่ทั้งสองฝ่ายไม่ต้องพบกัน สามารถซื้อขายได้ทุกที่ สร้างความสะดวกสบายให้ผู้ซื้อและผู้ขาย

แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ หมายถึง การให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จำพวกไมโครบล็อก (Micro Blog) ก่อตั้งโดยบริษัท Obvious Corp เมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2549 ที่ซานฟรานซิสโก ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยผู้ใช้สามารถส่งข้อความยาวไม่เกิน 140 ตัวอักษร ข้อความที่ส่งถึงกัน เรียกว่า ทวีต "Tweets" สามารถ ติดตาม (follow) ผู้ใช้ทวิตเตอร์รายอื่นที่สนใจในเรื่องเดียวกับเรา ขณะเดียวกันพวกเขาก็สามารถติดตามเราได้เช่นกัน (เรียกคนที่ติดตามเราว่า followers) การให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบันกำลังเป็นแหล่งรวมตัวของคนรุ่นใหม่ พฤติกรรมของผู้ใช้ส่วนมากติดตามสิ่งที่ตนเองสนใจ เช่น ติดตามศิลปิน ดารา คนดังในแวดวง รวมถึงสื่อต่างๆ บนโลกออนไลน์ ด้วยการใช้แฮชแท็ก (#hashtag) ซึ่งเป็นที่นิยม ช่องทางทวิตเตอร์เหมาะสำหรับการให้ข้อมูลข่าวสารเป็นอย่างดี รวมถึงการสร้างเหล่าสาวกผู้ติดตามบนโลกออนไลน์ การสร้างกระแส ซึ่งแพร่หลายกระจายตัวได้อย่างรวดเร็ว

แพลตฟอร์มเฟสบุ๊ก หมายถึง การให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ก่อตั้งโดยมาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก ผู้เป็นสมาชิกของเฟซบุ๊ก สามารถสร้างพื้นที่ส่วนตัว สำหรับแนะนำตัวเอง ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ทั้งแบบข้อความ ภาพ เสียง และวิดีโอ โดยผู้ใช้สามารถเลือกที่จะเป็นหรือไม่เป็นเพื่อนกับใครก็ได้ในเฟซบุ๊ก สามารถใช้เฟซบุ๊กทำกิจกรรมกับผู้ใช้งานท่านอื่นได้เช่น การเขียนข้อความ เล่าเรื่อง ความรู้สึก แสดงความคิดเห็นเรื่องที่สนใจ โพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ แชทพูดคุย เล่นเกมที่สามารถชวนผู้ใช้งานท่านอื่นมาเล่นกับเราได้ รวมไปถึงทำกิจกรรมอื่นๆ โดยคนส่วนใหญ่ เป็น Gen Y (อายุประมาณ 21 – 38 ปี) ตามมาด้วย Gen X (อายุประมาณ 39 - 53 ปี) Baby Boomer (อายุ 54 - 72 ปี) และ Gen Z (อายุตั้งแต่ 20 ปีลงมา) ที่ลดลงไปเรื่อยๆ มักจะมีคนใช้งานตลอดทั้งวันเมื่อมีเวลาว่าง ใช้เวลาสั้นๆ แต่ดูบ่อย ติดตามชีวิต

เพื่อน ครอบครัว แฟนเพจที่สนใจ เนื้อหาส่วนใหญ่เหมาะสำหรับเนื้อหาที่ดึงดูด น่าสนใจ มีวิดีโอเวลาสั้นๆ (1-3 นาที) หรือเนื้อหาอ่านไม่ยาวมาก Quote คำสั้นๆ โดนๆ ที่แชร์ต่อได้ง่าย

แพลตฟอร์มอินสตาแกรม หมายถึง การให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่พัฒนาโดยทีมงานเดียวกับแพลตฟอร์มเฟสบุ๊ก ที่เน้นภาพและวิดีโอสั้นๆ เป็นหลัก โดยคนส่วนใหญ่ที่ใช้แพลตฟอร์มนี้จะมีค่าเฉลี่ยอายุที่น้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับสองแพลตฟอร์มข้างต้น ซึ่งประกอบไปด้วย Gen Z และ Gen Y เป็นหลัก พฤติกรรมของผู้ใช้อินสตาแกรมนั้นจะไถนิ้วอย่างรวดเร็วในการรับชมรูปภาพและวิดีโอต่างๆ เนื้อหาเน้นรูปภาพที่สวยและดึงดูดผู้ใช้อินสตาแกรมเป็นหลัก รวมถึงตอนหลังจะสามารถโพสต์วิดีโอแบบสั้นๆ ได้ไม่เกิน 1 นาที

แพลตฟอร์มติ๊กต็อก หมายถึง แอปพลิเคชันเครือข่ายสังคมสัญชาติจีน ติ๊กต็อกเป็นบริการประเภทไมโครบล็อกกิงช่วยให้ผู้ใช้สามารถสร้างเนื้อหาวิดีโอสั้นๆ ความยาวไม่เกิน 15 วินาที เช่น การแสดงทักษะหรือท่าเต้น การแสดงมุกตลก การร้องตามด้วยริมฝีปาก (ลิปซิงก์) เป็นต้น

แพลตฟอร์มไลน์ หมายถึง แอปพลิเคชันให้บริการส่งข้อความ (Messaging) รวมกับการส่งข้อความด้วยเสียง (Voice Over IP) ทำให้ผู้ใช้สามารถสร้างกลุ่มแชต ส่งข้อความ ภาพ คลิปวิดีโอ หรือจะพูดคุยโทรศัพท์แบบเสียงก็ได้

ผู้ใช้งานประจำ หมายถึง ผู้ที่ใช้งานทั้งแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ แพลตฟอร์มเฟสบุ๊กที่มีการโพสต์ แชร์ ทวีต หรือมีการใช้งานอื่นๆ ในช่วงเดือนที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูล

สารเสพติด หมายถึง ยาเสพติด ยารักษาโรคแบบผิดแผนทุกชนิด

ยาเสพติด หมายถึง สารเคมีหรือวัตถุชนิดใดๆ ซึ่งเมื่อเสพเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าจะโดยรับประทาน ดม สูบ ฉีด หรือด้วยประการใดๆ แล้วทำให้เกิดผลต่อร่างกายและจิตใจ แบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ ประเภทที่ 1 ยาเสพติดให้โทษชนิดร้ายแรง เช่น เฮโรอีน (Heroin) แอมเฟตามีน (Amphetamine, Methamphetamine) ยาอี (Ecstasy) หรือยาเลิฟ ยาไอซ์ (Ice) ประเภทที่ 2 ยาเสพติดให้โทษทั่วไป เช่น ใบโคคา (Coca) โคเคนหรือโคคาอีน (Cocaine) มอร์ฟีน (Morphine) ฝิ่นยา (Medicinal Opium) เป็นฝิ่นที่ผ่านกรรมวิธีปรุงแต่งเพื่อใช้ในทางยา หรือ ฝิ่น (Opium) ไม่ว่าจะเป็นฝิ่นดิบ ฝิ่นสุก มูลฝิ่น ประเภทที่ 3 ยาเสพติดให้โทษที่มีลักษณะเป็นต้นตำรับยาและมียาเสพติดให้โทษประเภทที่ 2 ผสมอยู่ด้วย คือ ยารักษาโรคที่มียาเสพติดประเภทที่ 2 เป็นส่วนประกอบอยู่ในสูตรยา เช่น ยาแก้ไอ ยาแก้ท้องเสีย ประเภทที่ 4 สารเคมีที่ใช้ในการผลิตยาเสพติดให้โทษประเภทที่ 1 หรือ ประเภทที่ 2 เช่น อาเซติคแอนไฮไดรด์ (Acetic Anhydride) อาเซติลคลอไรด์ (Acetyl Chloride) ประเภทที่ 5 ยาเสพติดให้โทษที่ไม่เข้าอยู่ในประเภทที่ 1 ถึงประเภทที่ 4 เช่น กัญชา พืชฝิ่น เห็ดขี้ควาย

ยารักษาโรคแบบผิดแผน หมายถึง การนำยาที่ใช้ในการรักษาโรคประเภท ยานอนหลับ ยากล่อมประสาท ยาแก้ไอ ยาแก้ไข้ ยาแก้แพ้ ยาแก้ปวดลดไข้ เป็นต้น มาใช้เพื่อความมึนเมา ไม่ได้ใช้เพื่อการรักษาหรือบรรเทาอาการเจ็บป่วย

ผู้ขายรายใหม่ หมายถึง ผู้ที่ลงทะเบียนใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกแพลตฟอร์มในปี พ.ศ. 2564

ผู้ขายรายเก่า หมายถึง ผู้ที่ลงทะเบียนใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกแพลตฟอร์ม ที่ลงทะเบียนก่อนปี พ.ศ. 2564

ผู้ขายที่บัญชีเก่าถูกปิดแล้วเปิดใหม่ หมายถึง ผู้ที่เคยลงทะเบียนใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกแพลตฟอร์ม ก่อนปี พ.ศ. 2564 และกลับมาลงทะเบียนโดยใช้ชื่อยูสเซอร์ใหม่ ในปี พ.ศ. 2564

อัตราอุบัติการณ์ของผู้ขาย (Incidence rate) หมายถึง จำนวนผู้ขายใหม่ที่เกิดขึ้นต่อหน่วยประชากรที่เฝ้าสังเกตในช่วงเวลาที่กำหนด = จำนวนผู้ขายใหม่ที่เกิดขึ้น x 100,000/ประชากรผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

อัตราความชุกของโรค (Prevalence rate) หมายถึง จำนวนผู้ขายทั้งหมดที่มีอยู่ทั้งเก่าและใหม่ในประชากรที่จุดเวลาที่กำหนด หรือช่วงระยะเวลาที่กำหนดต่อประชากรผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ณ จุดเวลาที่กำหนด หรือช่วงระยะเวลาที่กำหนด = จำนวนผู้ขายทั้งหมดที่มีอยู่ทั้งเก่าและใหม่ / ประชากรผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

บทที่ 3
ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานโครงการมีระยะเวลาในการดำเนินโครงการ 9 เดือน ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2564 – กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 ทางโครงการได้จัดทำรายงานในแต่ละเดือน และรายงานตามความต้องการของสำนักปราบปรามยาเสพติด สำนักยุทธศาสตร์ และสำนักพัฒนาการป้องกันและแก้ไขยาเสพติด สำนักงาน ป.ป.ส. จำนวน 13 ฉบับ ดังนี้

- รายงานประจำเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2564 พร้อมจัดส่งบัญชีรายชื่อผู้ขายยาเสพติดบนอินเทอร์เน็ต
- รายงานประจำเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564 พร้อมจัดส่งบัญชีรายชื่อผู้ขายยาเสพติดบนอินเทอร์เน็ต
- รายงานช่วงระหว่างวันที่ 12 กรกฎาคม ถึง 15 สิงหาคม พ.ศ. 2564 ตามความต้องการของสำนักปราบปรามยาเสพติดแบบเร่งด่วน
- รายงานรายไตรมาส ให้ทางสำนักยุทธศาสตร์
- รายงานประจำเดือนกันยายน พ.ศ. 2564 พร้อมจัดส่งบัญชีรายชื่อผู้ขายยาเสพติดบนอินเทอร์เน็ต
- รายงานประจำเดือนตุลาคม พ.ศ. 2564 พร้อมจัดส่งบัญชีรายชื่อผู้ขายยาเสพติดบนอินเทอร์เน็ต
- รายงานสถานการณ์เห็ดเมา (เห็ดขี้ควาย) ในสื่อสังคมออนไลน์ ปี พ.ศ. 2563-2564 แก่ สำนักพัฒนาการป้องกันและแก้ไขยาเสพติด
- สถานการณ์ตลาดยาอีในสื่อสังคมออนไลน์เปรียบเทียบปี พ.ศ. 2563 และปี พ.ศ. 2564 แก่ สำนักพัฒนาการป้องกันและแก้ไขยาเสพติด
- รายงานประจำเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2564 พร้อมจัดส่งบัญชีรายชื่อผู้ขายยาเสพติดบนอินเทอร์เน็ต
- รายงานประจำเดือนธันวาคม พ.ศ. 2564 พร้อมจัดส่งบัญชีรายชื่อผู้ขายยาเสพติดบนอินเทอร์เน็ต
- รายงานประจำเดือนมกราคม พ.ศ. 2565 พร้อมจัดส่งบัญชีรายชื่อผู้ขายยาเสพติดบนอินเทอร์เน็ต
- รายงานประจำเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 พร้อมจัดส่งบัญชีรายชื่อผู้ขายยาเสพติดบนอินเทอร์เน็ต
- รายงานฉบับสมบูรณ์

ทางโครงการได้จัดทำรายงานผลการเฝ้าระวังการตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดบนโลกอินเทอร์เน็ตแบบเรียลไทม์ ซึ่งได้ดำเนินการอนุญาตให้สำนักงานย่อยที่อยู่ภายในสำนักงาน ป.ป.ส. ได้เข้ามาใช้งาน ระบบการติดตาม-สารสนเทศการตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดบนโลกอินเทอร์เน็ต (MDOS2021) https://sites.google.com/mdos2020.page/main

ภาพที่ 1 เพจหน้าแรกของระบบการติดตาม-สารสนเทศการตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดบนโลกอินเทอร์เน็ต (MDOS2021)

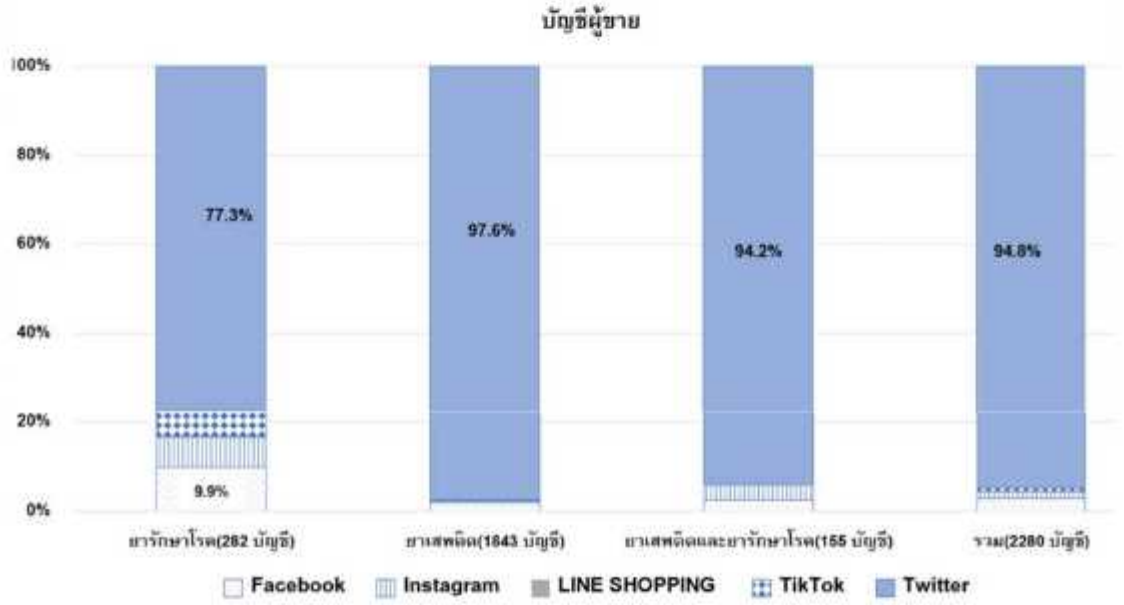
การตลาดแบบออนไลน์

- **ด้านบุคคล**

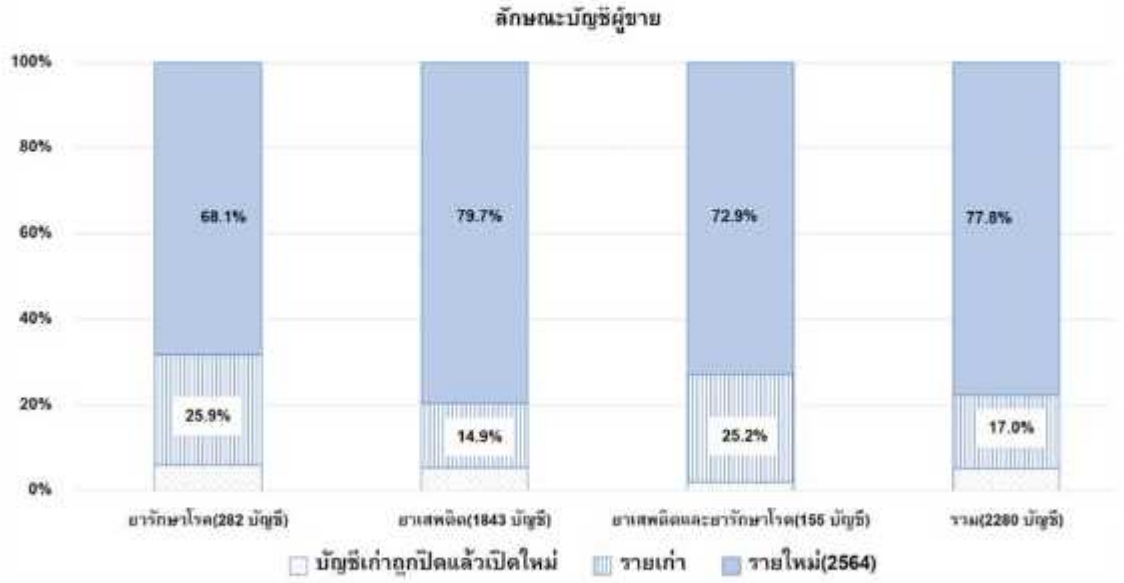
ติดตามบัญชีรายชื่อผู้ที่มีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายยาเสพติด ยารักษาโรคแบบผิดแผนตลอดปี พ.ศ. 2564 จำนวน 2,280 บัญชีรายชื่อ เป็นบัญชีรายชื่อบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ จำนวน 2,162 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 94.82 แพลตฟอร์มเฟสบุ๊ก 65 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 2.85 แพลตฟอร์มอินสตาแกรม 35 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 1.54 แพลตฟอร์มติ๊กต็อก 17 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 0.75 แพลตฟอร์มไลน์ช้อป 1 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 0.04 ผู้ที่มีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายรายใหม่เป็นบัญชีรายชื่อที่ลงทะเบียนในปี พ.ศ. 2564 จำนวน 1,773 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 77.76 บัญชีรายชื่อเก่าที่ลงทะเบียนก่อนปี พ.ศ. 2564 จำนวน 387 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 16.97 และเป็นบัญชีรายชื่อเดิมที่เคยเปิดและถูกปิดกลับมาเปิดใหม่ จำนวน 120 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 5.26 มีพฤติกรรมขายสารเพียงหนึ่งชนิด 1,406 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 61.67 ขายสารเสพติดมากกว่า 1 ชนิด 874 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 38.33 โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ขายรายย่อย 1,725 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 75.66 ผู้ขายส่ง (ขายส่งอย่างเดียว ขายส่งและขายย่อย รับตัวแทนขาย และรับคนส่งยอด) 544

บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 23.86 รายย่อย รับตัวแทนขาย 11 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 0.48 ผู้ขายส่วนใหญ่ไม่มี Line Id หรือเบอร์โทรศัพท์ 921 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 40.39 บัญชีรายชื่อผู้ขายยาเสพติดมี 1 Line Id หรือ 1 เบอร์โทรศัพท์ สำหรับใช้ 1 บัญชีรายชื่อ 738 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 32.37 มี 1 Line Id /Tel. มีมากกว่า 1 บัญชีรายชื่อ 602 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 26.40 มี 2 Line Id /Tel. มี 1 User 19 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 0.83

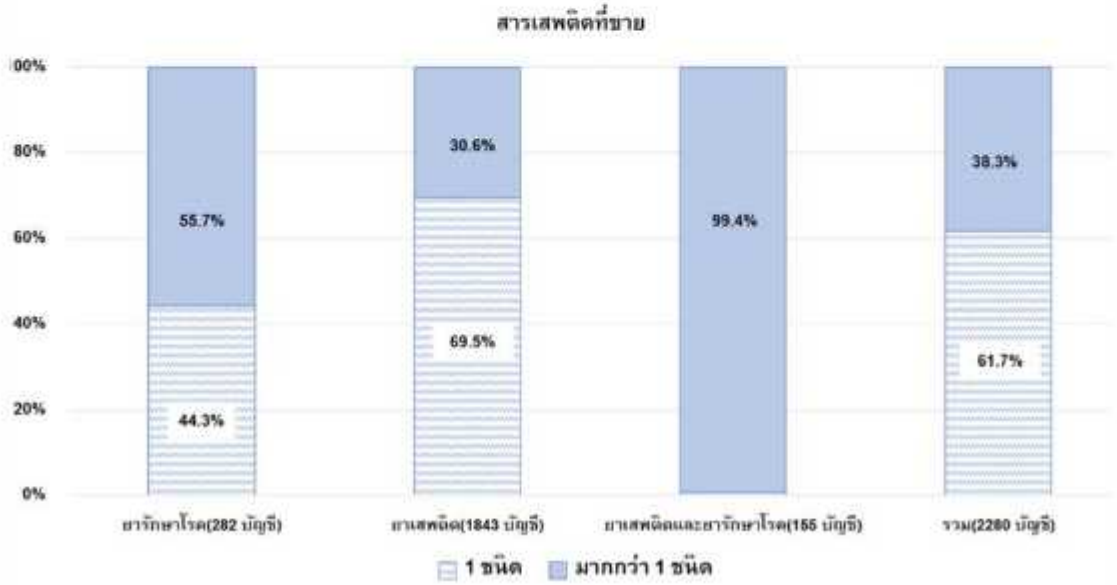
กราฟที่ 1 ผู้ขายสารเสพติดจำแนกตามแพลตฟอร์มและกลุ่มสารเสพติด



กราฟที่ 2 ลักษณะผู้ขายสารเสพติดจำแนกตามแพลตฟอร์ม



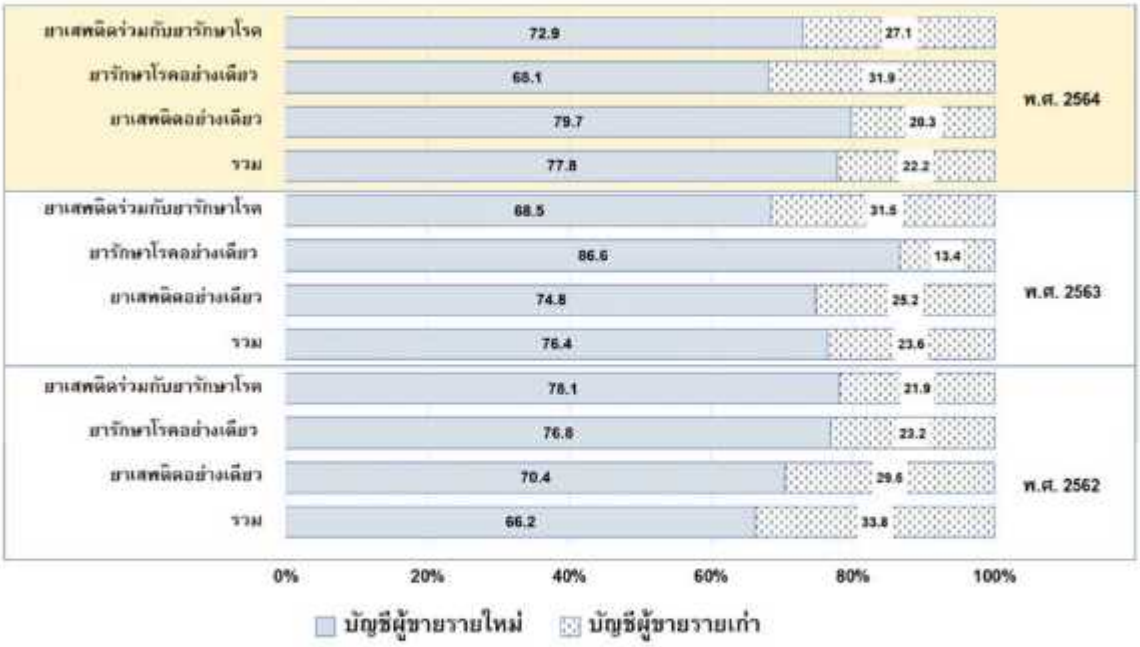
กราฟที่ 3 ลักษณะสารเสพติดจำแนกตามกลุ่มสารเสพติด



บัญชีรายชื่อผู้ที่มีพฤติกรรมขายเฉพาะยาเสพติด 1,843 บัญชีรายชื่อ เป็นบัญชีรายชื่อบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ จำนวน 1,798 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 97.56 แพลตฟอร์มเฟสบุ๊ก 33 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 1.79 แพลตฟอร์มอินสตาแกรม 11 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 0.60 แพลตฟอร์มไลน์ช้อป 1 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 0.05 ผู้ที่มีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายรายใหม่เป็นบัญชีรายชื่อที่ลงทะเบียนในปี พ.ศ. 2564 จำนวน 1,468 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 79.65 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมาพบว่า สัดส่วนบัญชีผู้ขายใหม่ ปี พ.ศ. 2564 มากกว่า ปี พ.ศ. 2563 ร้อยละ74.20 และปี พ.ศ. 2562 ร้อยละ 71.11 ตามลำดับ บัญชีรายชื่อเก่าที่ลงทะเบียนก่อนปี พ.ศ. 2564 จำนวน 275 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 14.92 และเป็นบัญชีรายชื่อเดิมที่เคยเปิดและถูกปิดกลับมาเปิดใหม่ จำนวน 100 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 5.43 มีพฤติกรรมขายยาเสพติดเพียงหนึ่งชนิด 1,280 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 69.45 ขายยาเสพติดมากกว่า 1 ชนิด 563 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 30.55 โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ขายรายย่อย 1,464 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 79.44 ผู้ขายส่ง (ขายส่งอย่างเดียว ขายส่งและขายย่อย รับตัวแทนขาย และรับคนส่งยอด) 376 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 20.40 รายย่อย รับตัวแทนขาย 3 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 0.16 ไม่มี Line Id หรือเบอร์โทรศัพท์ 791 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 42.92 บัญชีรายชื่อ ผู้ขายยาเสพติดมี 1 Line Id หรือ 1 เบอร์โทรศัพท์ สำหรับใช้ 1 บัญชีรายชื่อ 528 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 28.68 มี 1 Line Id /Tel. มีมากกว่า 1 User 508 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 27.56 มี 2 Line Id /Tel. มี 1 User 16 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 0.87

กราฟที่ 4 ประเภทผู้ขายจำแนกตามปี

กราฟที่ 5 ประเภทผู้ขายจำแนกตามปีและประเภทสารเสพติด



ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2564 จำนวน 55,000,000 บัญชีรายชื่อ ประมาณการผู้ขายสารเสพติด (ยาเสพติด ยารักษาโรคแบบผิดแผน) ในสื่อสังคมออนไลน์ 4.1 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผู้ขายเฉพาะยาเสพติด 3.4 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผู้ขายเฉพาะยารักษาโรคแบบผิดแผน 0.5 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผู้ขายยาเสพติดร่วมกับยารักษาโรคแบบผิดแผน 0.3 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ประมาณการผู้ขายสารเสพติดในสื่อสังคมออนไลน์รายใหม่ 3.22 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผู้ขายเฉพาะยาเสพติด 2.67 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผู้ขายขายเฉพาะยารักษาโรคแบบผิดแผน 0.35 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผู้ขายยาเสพติดร่วมกับยารักษาโรคแบบผิดแผน 0.21 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์

บัญชีผู้ขายมากกว่าร้อยละ 94 เป็นผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ จำนวนผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ปี พ.ศ. 2564 จำนวน 7,350,000 บัญชีรายชื่อ ประมาณการผู้ขายสารเสพติด (ยาเสพติด ยารักษาโรคแบบผิดแผน) ในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ 29.4 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ผู้ขายเฉพาะยาเสพติด 24.5 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ผู้ขายขายเฉพาะยารักษาโรคแบบผิดแผน 3.0 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ผู้ขายยาเสพติดร่วมกับยารักษาโรคแบบผิดแผน 2.0 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ประมาณการผู้ขายสารเสพติดในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์รายใหม่ 24.0 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ผู้ขายเฉพาะยาเสพติดรายใหม่ 20.0 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ผู้ขายขายเฉพาะยารักษาโรคแบบผิดแผนรายใหม่ 2.6 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ผู้ขายยาเสพติดร่วมกับยารักษาโรคแบบผิดแผน 1.5 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์

ประมาณการบัญชีผู้ขายสารเสพติดเปรียบเทียบปี พ.ศ. 2563-2564

บัญชีผู้ขายสารเสพติดเปรียบเทียบปี พ.ศ. 2563-2564 พบว่า ปี พ.ศ. 2564 ผู้ขายสารเสพติดชนิดใดๆ ในสื่อสังคมออนไลน์ประมาณ 4.15 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากกว่า ปี พ.ศ. 2563 ที่มีประมาณ 3.61 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์

ประมาณผู้ขายสารเสพติดบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่มีการขายสารเสพติดมากกว่าแพลตฟอร์มประเภทอื่น พบว่า ปีพ.ศ. 2564 ผู้ขายสารเสพติดชนิดใดๆ ประมาณ 29.4 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ มากกว่า ปี พ.ศ. 2563 ที่มีประมาณ 21.2 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ เมื่อแยกลักษณะสารเสพติดที่ขาย พบว่า ผู้ขายเฉพาะยาเสพติด ปี พ.ศ. 2564 ประมาณ 24.5 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ มากกว่า ปี พ.ศ. 2563 ที่มีประมาณ 15.5 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ผู้ขายยาเสพติดร่วมกับยารักษาโรคแบบผิดแผน ปี พ.ศ. 2564 ประมาณ 2 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ มากกว่า ปี พ.ศ. 2563 ที่มีประมาณ 1.4 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์

ตารางที่ 1 ประมาณการบัญชีผู้ขายสารเสพติดเปรียบเทียบปี พ.ศ. 2563-2564

ผู้ขายสารเสพติดในประเทศไทย	ปี พ.ศ. 2563		ปี พ.ศ. 2564	
	จำนวนบัญชี	ต่อหนึ่งแสนบัญชี	จำนวนบัญชี	ต่อหนึ่งแสนบัญชี
ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์	52 ล้านบัญชี		55 ล้านบัญชี	
ขายสารเสพติดชนิดใดๆ	1,875	3.61	2,280	4.15
ขายเฉพาะยาเสพติด	1,345	3.50	1,843	3.40
ขายเฉพาะยารักษาโรคแบบผิดแผน	327	0.5	282	0.5
ขายยาเสพติดร่วมกับยารักษาโรคแบบผิดแผน	136	0.3	155	0.3
ผู้ใช้ทวิตเตอร์	6,545,000		7,350,000	
ขายสารเสพติด	1,390	21.2	2,162	29.4
ขายเฉพาะยาเสพติด	1,013	15.5	1,798	24.5
ขายเฉพาะยารักษาโรคแบบผิดแผน	284	4.3	218	3
ขายยาเสพติดร่วมกับยารักษาโรคแบบผิดแผน	93	1.4	146	2

เครือข่ายผู้ขายยาเสพติด

เครือข่ายผู้ขายยาเสพติดชนิดใดๆ ปี พ.ศ. 2564 วิเคราะห์เครือข่าย พบว่าจากข้อมูลบัญชีผู้ขายยาเสพติดชนิดใดๆ ทั้งหมดจำนวน 1,998 บัญชีรายชื่อ มีบัญชีผู้ขายที่มีข้อมูล Line ID หรือเบอร์โทร 1,167 บัญชีรายชื่อ ส่วนใหญ่มี Line ID หรือเบอร์โทรที่ใช้แบบ 1 Line ID ต่อ 1 บัญชีรายชื่อ 604 บัญชีรายชื่อ รองมาคือ มี 1 Line ID ใช้ร่วมกันมากกว่า 1 บัญชีรายชื่อ 545 บัญชีรายชื่อ มี 2 Line ID ต่อ 1 บัญชีรายชื่อ 18 บัญชีรายชื่อ ซึ่งทั้งหมดนี้เกิดเส้นความสัมพันธ์ทั้งหมด 169 เส้น มีความหนาแน่น 0.00449038 ค่าเฉลี่ย degree 1.74 ผู้ขายยาบ้า ไอซ์ ยาอี และกัญชา มีการเชื่อมโยงบัญชีรายชื่อใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด 11 บัญชีรายชื่อ รองมาคือ ผู้ขายไอซ์ ยาอี คีตามีน มีการเชื่อมโยงบัญชีรายชื่อใช้สื่อสังคมออนไลน์ 8 บัญชีรายชื่อ

ภาพที่ 2 เครือข่ายผู้ขายสารเสพติดชนิดใดๆ

ประมวลผลจากระบบ MDOS2021 ณ วันที่ 29 ธันวาคม 2564

การวิเคราะห์เครือข่ายรายตัวยา โดยพิจารณาจากชนิดยาเสพติดที่ผู้ขายนั้นได้มีการโพสต์ขายโดยไม่ได้สนใจว่าผู้ขายมีการขายยาเสพติดชนิดอื่นร่วมด้วยหรือไม่ ดังนี้

เครือข่ายผู้ขายไอซ์บนสื่อสังคมออนไลน์ ปี พ.ศ. 2564 วิเคราะห์เครือข่าย พบว่าจากข้อมูลบัญชีผู้ขายไอซ์ทั้งหมดจำนวน 1,288 บัญชีรายชื่อ มีบัญชีผู้ขายที่มีข้อมูล Line ID หรือ เบอร์โทร 692 บัญชีรายชื่อ ส่วนใหญ่มี 1 Line ID ใช้ร่วมกันมากกว่า 1 บัญชีรายชื่อ 350 บัญชีรายชื่อ รองมาคือ มี Line ID หรือ เบอร์โทรที่ใช้แบบ 1 Line ID ต่อ 1 บัญชีรายชื่อ 334 บัญชีรายชื่อ มี 2 Line ID ต่อ 1 บัญชีรายชื่อ 8 บัญชีรายชื่อ ซึ่งทั้งหมดนี้เกิดเส้นความสัมพันธ์ทั้งหมด 191 เส้น มีความหนาแน่น 0.00328851 ค่าเฉลี่ย degree 1.58

ภาพที่ 3 เครือข่ายผู้ขายไอซ์

ประมวลผลจากระบบ MDOS2021 ณ วันที่ 29 ธันวาคม 2564

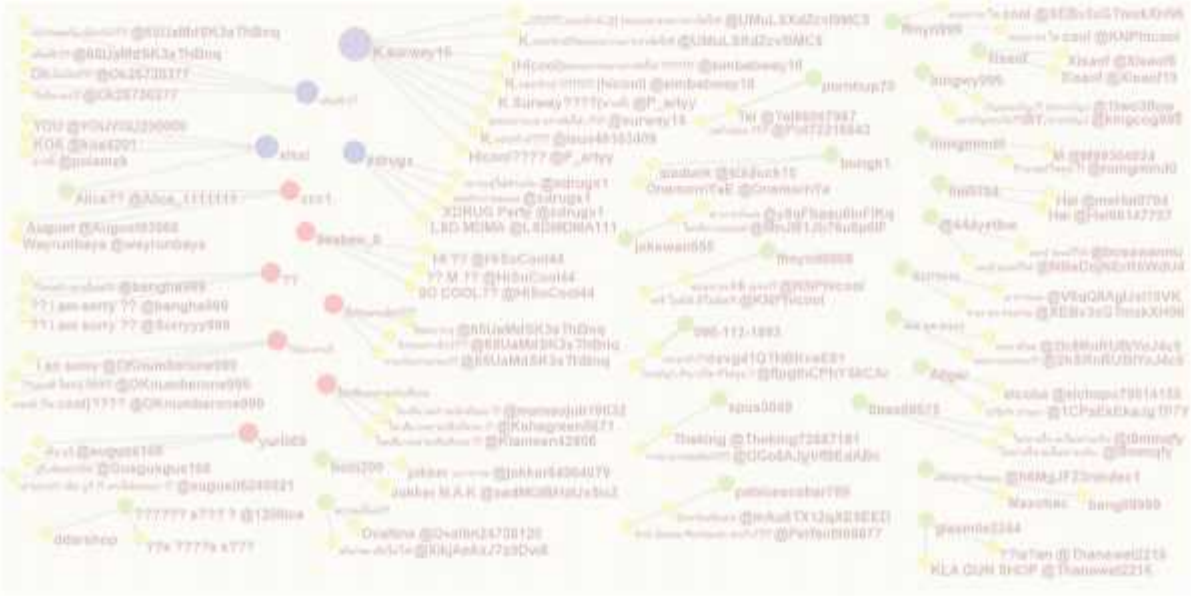
เครือข่ายผู้ขายยาบ้าบนสื่อสังคมออนไลน์ ปี พ.ศ. 2564 วิเคราะห์เครือข่าย พบว่าจากข้อมูลบัญชีผู้ขายยาบ้าทั้งหมดจำนวน 583 บัญชีรายชื่อ มีบัญชีผู้ขายที่มีข้อมูล Line ID หรือเบอร์โทร 322 บัญชีรายชื่อ ส่วนใหญ่มี Line ID หรือเบอร์โทรที่ใช้ 1 Line ID ต่อ 1 บัญชีรายชื่อ 168 บัญชีรายชื่อ รองมาคือ มี 1 Line ID ใช้ร่วมกันมากกว่า 1 บัญชีรายชื่อ 149 บัญชีรายชื่อ มี 2 Line ID ต่อ 1 บัญชีรายชื่อ 5 บัญชีรายชื่อ ซึ่งทั้งหมดนี้เกิดเส้นความสัมพันธ์ทั้งหมด 119 เส้น มีความหนาแน่น 0.00437098 ค่าเฉลี่ย degree 1.44

ภาพที่ 4 เครือข่ายผู้ขายยาบ้า

ประมวลผลจากระบบ MDOS2021 ณ วันที่ 29 ธันวาคม 2564

เครือข่ายผู้ขายยาอีบนสื่อสังคมออนไลน์ ปี พ.ศ. 2564 วิเคราะห์เครือข่าย พบว่าจากข้อมูลบัญชีผู้ขายยาอี ทั้งหมดจำนวน 243 บัญชีรายชื่อ มีบัญชีผู้ขายที่มีข้อมูล Line ID หรือเบอร์โทร 188 บัญชีรายชื่อ ส่วนใหญ่มี 1 Line ID ใช้ร่วมกันมากกว่า 1 บัญชีรายชื่อ 100 บัญชีรายชื่อ รองมาคือ มี Line ID หรือเบอร์โทรที่ใช้ 1 Line ID ต่อ 1 บัญชีรายชื่อ 85 บัญชีรายชื่อ มี 2 Line ID ต่อ 1 บัญชีรายชื่อ 3 บัญชีรายชื่อ ซึ่งทั้งหมดนี้เกิดเส้นความสัมพันธ์ทั้งหมด 85 เส้น มีความหนาแน่น 0.00620937 ค่าเฉลี่ย degree 1.45

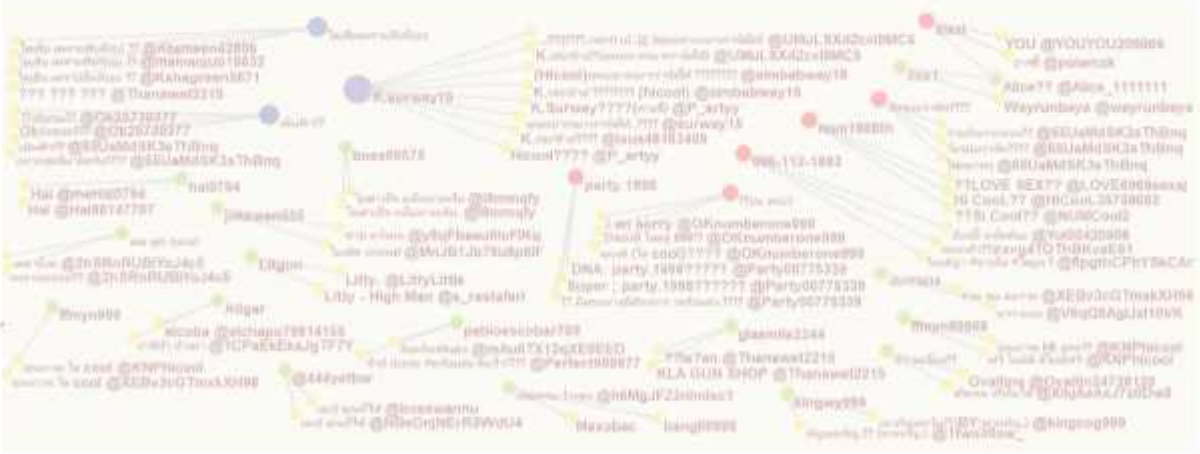
ภาพที่ 5 เครือข่ายผู้ขายยาอี



ประมวลผลจากระบบ MDOS2021 ณ วันที่ 29 ธันวาคม 2564

เครือข่ายผู้ขายคีตามีนบนสื่อสังคมออนไลน์ ปี พ.ศ. 2564 วิเคราะห์เครือข่าย พบว่าจากข้อมูลบัญชีผู้ขายคีตามีน ทั้งหมดจำนวน 208 บัญชีรายชื่อ มีบัญชีผู้ขายที่มีข้อมูล Line ID หรือเบอร์โทร 169 บัญชีรายชื่อ ส่วนใหญ่มี Line ID หรือเบอร์โทรที่ใช้ 1 Line ID ต่อ 1 บัญชีรายชื่อ 86 บัญชีรายชื่อ รองมาคือ มี 1 Line ID ใช้ร่วมกันมากกว่า 1 บัญชีรายชื่อ 81 บัญชีรายชื่อ มี 2 Line ID ต่อ 1 บัญชีรายชื่อ 2 บัญชีรายชื่อ ซึ่งทั้งหมดนี้เกิดเส้นความสัมพันธ์ทั้งหมด 66 เส้น มีความหนาแน่น 0.00814815 ค่าเฉลี่ย degree 1.46

ภาพที่ 6 เครือข่ายผู้ขายคีตามีน



ประมวลผลจากระบบ MDOS2021 ณ วันที่ 29 ธันวาคม 2564

เครือข่ายผู้ขายเฮโรอีนบนสื่อสังคมออนไลน์ ปี พ.ศ. 2564 วิเคราะห์เครือข่าย พบว่าจากข้อมูลบัญชีผู้ขายเฮโรอีนทั้งหมดจำนวน 70 บัญชีรายชื่อ มีบัญชีผู้ขายที่มีข้อมูล Line ID หรือเบอร์โทร 35 บัญชีรายชื่อ ส่วนใหญ่มี Line ID หรือเบอร์โทรที่ใช้ 1 Line ID ต่อ 1 บัญชีรายชื่อ 24 บัญชีรายชื่อ รองมาคือ มี 1 Line ID ใช้ร่วมกันมากกว่า 1 บัญชีรายชื่อ 10 บัญชีรายชื่อ มี 2 Line ID ต่อ 1 บัญชีรายชื่อ 1 บัญชีรายชื่อ ซึ่งทั้งหมดนี้เกิดเส้นความสัมพันธ์ทั้งหมด 39 เส้น มีความหนาแน่น 0. .00752315 ค่าเฉลี่ย degree 1.08

ภาพที่ 7 เครือข่ายผู้ขายเฮโรอีน

ประมวลผลจากระบบ MDOS2021 ณ วันที่ 29 ธันวาคม 2564

เครือข่ายผู้ขายเห็ดเมา แอลเอสดี (LSD) และ ดีเอ็มที (DMT) ร่วมกันบนสื่อสังคมออนไลน์ ปี พ.ศ. 2564 วิเคราะห์เครือข่าย พบว่าจากข้อมูลบัญชีผู้ขายเฮโรอีนทั้งหมดจำนวน 151 บัญชีรายชื่อ มีบัญชีผู้ขายที่มีข้อมูล Line ID หรือเบอร์โทร 66 บัญชีรายชื่อ ส่วนใหญ่มี Line ID หรือเบอร์โทรที่ใช้ 1 Line ID ต่อ 1 บัญชีรายชื่อ 46 บัญชีรายชื่อ รองมาคือ มี 1 Line ID ใช้ร่วมกันมากกว่า 1 บัญชีรายชื่อ 19 บัญชีรายชื่อ มี 2 Line ID ต่อ 1 บัญชีรายชื่อ 1 บัญชีรายชื่อ ซึ่งทั้งหมดนี้เกิดเส้นความสัมพันธ์ทั้งหมด 62 เส้น มีความหนาแน่น 0.00477070 ค่าเฉลี่ย degree 1.08

ภาพที่ 8 เครือข่ายผู้ขายเห็ดเมา

ประมวลผลจากระบบ MDOS2021 ณ วันที่ 29 ธันวาคม 2564

เครือข่ายผู้ขายสารเสพติดมากกว่า 1 ชนิด บนสื่อสังคมออนไลน์ ปี พ.ศ. 2564 วิเคราะห์เครือข่าย พบว่าจากข้อมูลบัญชีผู้ขายสารเสพติดมากกว่า 1 ชนิด ทั้งหมดจำนวน 874 บัญชีรายชื่อ มีบัญชีผู้ขายที่มีข้อมูล Line ID หรือเบอร์โทร 610 บัญชีรายชื่อ มี Line ID หรือเบอร์โทร. มีที่ใช้แบบ 1 Line ID ต่อ 1 บัญชีรายชื่อ 1341บัญชีรายชื่อ ใช้ร่วมกันแบบ 1 Line ID ใช้มากกว่า 1 user 261 บัญชีรายชื่อ มี 2 Line ID ต่อ 1 user 8 บัญชีรายชื่อ ซึ่งทั้งหมดนี้เกิดเส้นความสัมพันธ์ทั้งหมด 149 เส้น มีความหนาแน่น 0.00387859 ค่าเฉลี่ย degree 1.52

ภาพที่ 9 เครือข่ายผู้ขายสารเสพติดมากกว่า 1 ชนิด

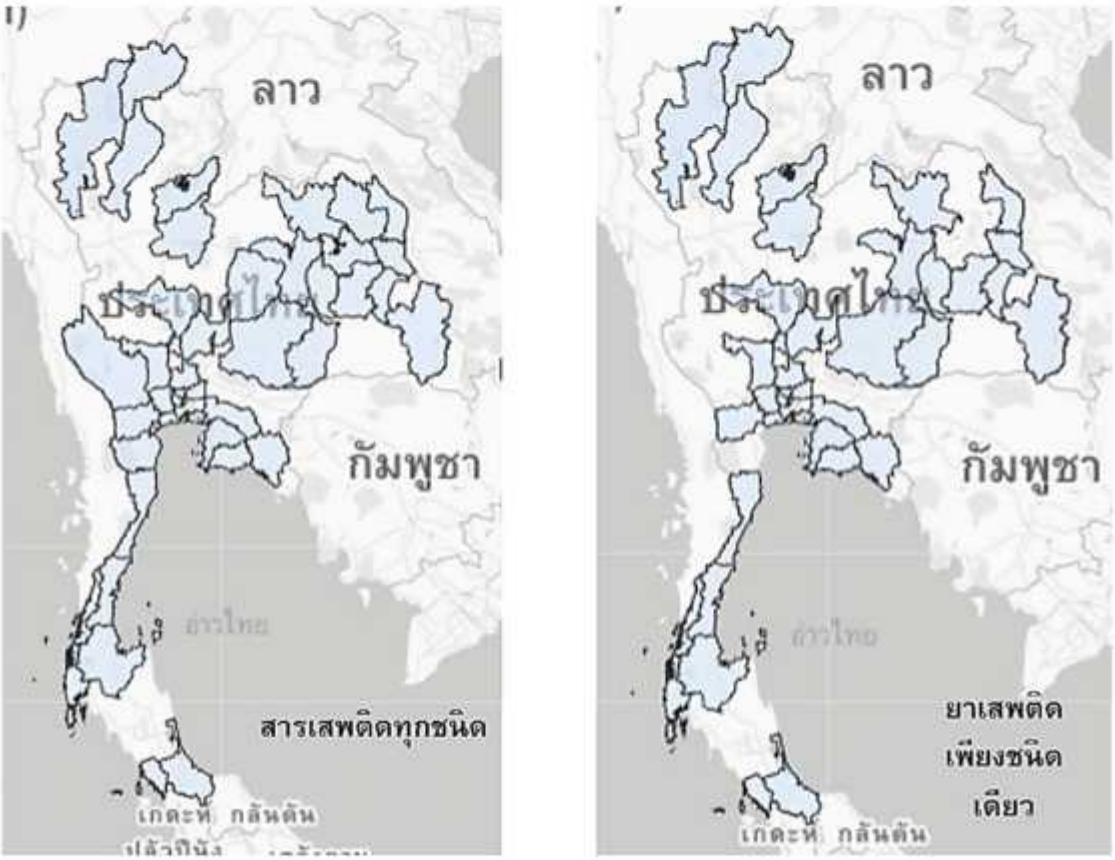
ประมวลผลจากระบบ MDOS2021 ณ วันที่ 29 ธันวาคม 2564

- **ด้านพื้นที่**

ติดตามบัญชีรายชื่อผู้ที่มีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนตลอดปี พ.ศ. 2564 จำนวน 2,280 บัญชีรายชื่อ สามารถติดตามผู้ขายที่กระจายอยู่ 45 จังหวัด โดยอาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมากที่สุด 585 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 26.6 รองมาคือ เชียงใหม่ 47 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 2.14 ชลบุรี 33 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 1.50 นครราชสีมา 11 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 0.50 เป็นต้น

ผู้ขายยาเสพติดเพียงชนิดเดียว 1,843 บัญชีรายชื่อ กระจายอยู่ 39 จังหวัด โดยอาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมากที่สุด 526 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 28.54 รองมาคือ เชียงใหม่ 38 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 2.06 ชลบุรี 28 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 1.52 นครราชสีมา 11 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 0.49 นนทบุรี 7 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 0.38 ขอนแก่น 6 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 0.33 นครปฐม สมุทรปราการ อุดรธานี จังหวัดละ 5 บัญชีรายชื่อ ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา จันทบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง สมุทรสาคร จังหวัดละ 3 บัญชีรายชื่อ ชุมพร บุรีรัมย์ ลำปาง ภูเก็ต ราชบุรี เชียงราย ประจวบคีรีขันธ์ สุราษฎร์ธานี อุตรดิตถ์ อุบลราชธานี จังหวัดละ 2 บัญชีรายชื่อ สุพรรณบุรี นครพนม นครสวรรค์ พังงา พิษณุโลก มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด ระนอง ลพบุรี สงขลา สตูล สิงห์บุรี จังหวัดละ 1 บัญชีรายชื่อ

ภาพที่ 10 พื้นที่กระจายตัวของผู้ขาย



● **ด้านตัวยา**

โพสต์ขายสารเสพติดตลอดปี พ.ศ. 2564 11,951 โพสต์ เฉลี่ยมีการโพสต์ขายสารเสพติดวันละ 33 โพสต์ โพสต์ขายยาเสพติด 9,572 โพสต์ ร้อยละ 80.09 เฉลี่ยวันละ 26.44 โพสต์ ขายยารักษาโรคแบบผิดแผน 2,203 โพสต์ ร้อยละ 18.43 เฉลี่ยวันละ 6.09 โพสต์ โพสต์ขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผน 176 โพสต์ ร้อยละ 1.47 เฉลี่ยวันละ 0.49 โพสต์ ช่วงเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน พ.ศ. 2564 มีจำนวนโพสต์ขายยาเสพติดเฉลี่ยต่อวันสูงกว่าเดือนอื่นๆ ซึ่งเป็นช่วงของการแพร่ระบาดเชื้อโรคโควิด-19 รอบที่สาม

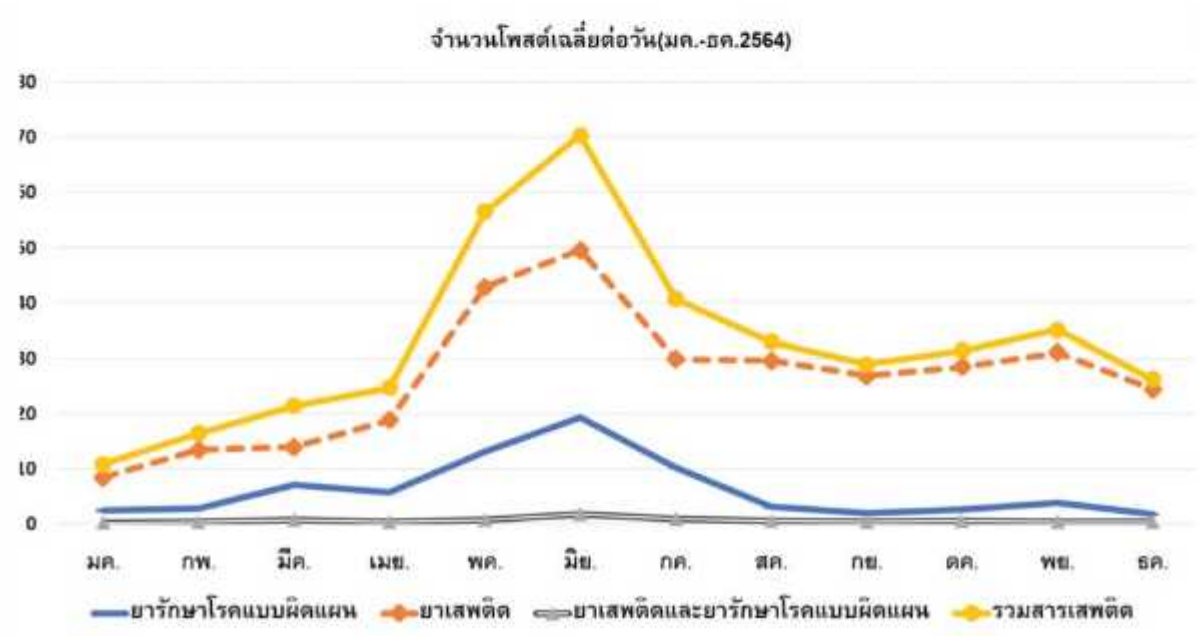
ชนิดยาเสพติดที่นิยมโพสต์ขายมากที่สุด คือ ไอซ์ 5,974 โพสต์ ร้อยละ 49.99 กัญชาและผลิตภัณฑ์ 1,838 โพสต์ ร้อยละ 15.38 ยาบ้า 1,748 โพสต์ ร้อยละ 14.63 ยาอี 710 โพสต์ ร้อยละ 5.94 คีตามีน 547 โพสต์ ร้อยละ 4.58 ใบกระท่อม น้ำต้มใบกระท่อม 513 โพสต์ ร้อยละ 4.29

ตารางที่ 2 ชนิดยาเสพติดที่ขายจำแนกตามแพลตฟอร์ม

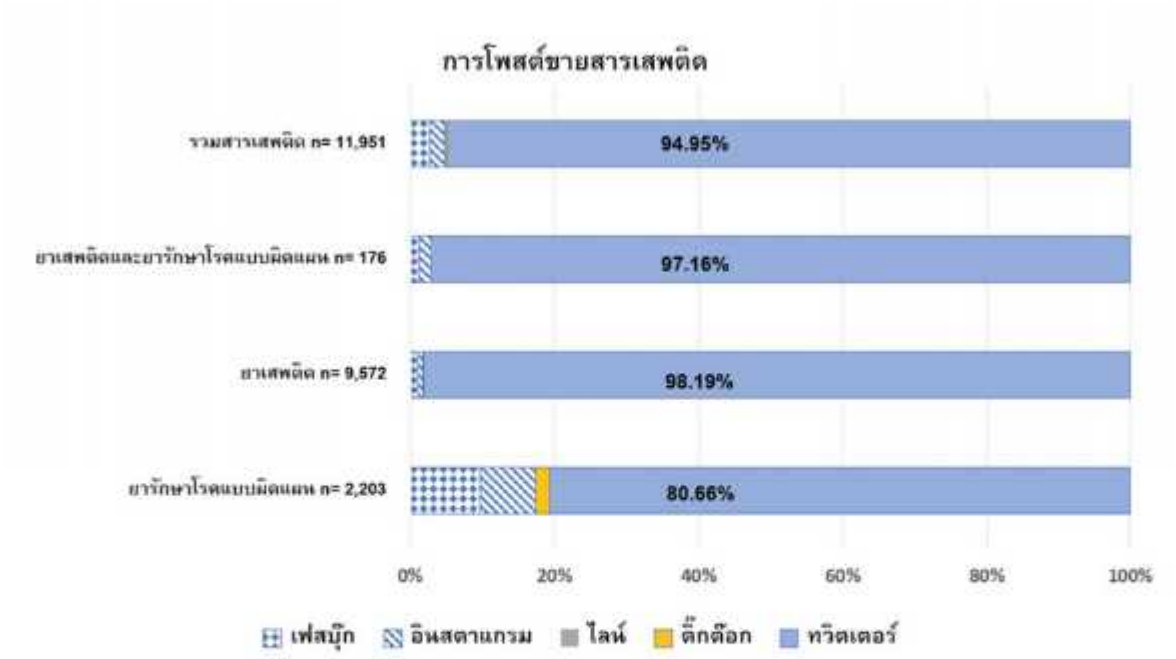
ชนิดยาเสพติด	เฟสบุ๊ก n=316	อินสตาแกรม n=243	ไลน์ n=3	ติ๊กต๊อก n=42	ทวิตเตอร์ n=11,347	รวม n=11,951
ไอซ์	1(0.32)	3(1.23)			5,970(52.61)	5,974(49.99)
ยาบ้า	14(4.43)	3(1.23)			1,731(15.26)	1,748(14.63)
ยาอี					710(6.26)	710(5.94)
คีตามีน			1(33.33)		546(4.81)	547(4.58)
เฮโรอีน					199(1.75)	199(1.67)
โคเคน					40(0.35)	40(0.33)
LSD	4(1.27)	3(1.23)			157(1.38)	164(1.37)
กัญชา ผลิตภัณฑ์	9(2.85)	39(16.05)	3(100)		1,787(15.75)	1,838(15.38)
ใบ - น้ำต้มใบกระท่อม	4(1.27)	6(2.47)			503(4.43)	513(4.29)
เห็ดเมา	69(21.84)	22(9.05)			200(1.76)	291(2.43)
ป๊อปเปอร์					379(3.34)	379(3.17)
ดีเอ็มที (DMT)	1(0.32)	1(0.41)			16(0.14)	18(0.15)
จีเฮชบี (GHB)					117(1.03)	117(0.98)

นอกจากขายยาเสพติด ยารักษาโรคแบบผิดแผน ได้มีการขายโพสต์ขายปืนเถื่อน อุปกรณ์การเสพยาเสพติด เช่น เข็มฉีดยา อุปกรณ์การเสพไอซ์ (ใจ๋) เครื่องบดกัญชา ขายบริการทางเพศ รับคอลเสียว ขายรูปโป๊ ขายคลิปโป๊ ปล่อยเงินกู้ มีด รับซื้อบัญชีธนาคาร รับทำบัตรปลอม ขายบัญชีธนาคารพร้อมบัตร ATM มีแอปธนาคารให้เช่า รับสมาชิกกลุ่มคลิปเกย์ และเหรียญคริปโต เป็นต้น

กราฟที่ 6 จำนวนโพสต์เฉลี่ยต่อวันจำแนกตามเดือน



กราฟที่ 7 การโพสต์ขายสารเสพติดจำแนกตามแพลตฟอร์ม



ไอซ์

● **ด้านผลิตภัณฑ์**

ไอซ์ที่ขายในสื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นผลึกใส บางช่วงมีการขายไอซ์ที่มีผลึกสีน้ำเงิน สีฟ้า และสีชมพู ซึ่งผู้ขายจะอวดอ้างสรรพคุณ คุณภาพ และอาการที่ได้รับหลังเสพว่าดี ดีกว่าแบบผลึกใส ด้วยการโพสต์ข้อความหรือภาพเคลื่อนไหวของอุปกรณ์ วิธีการเสพไอซ์ เพื่อทำให้ผู้เสพเกิดความรู้สึกอยากเสพไอซ์ รวมถึงการรีวิวอาการของไอซ์ในขณะที่เสพ ทำให้เพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่กำลังจะตัดสินใจซื้อ

"...น้ำแข็ง งานรับประกันขนหัวลุก ชาเขียว 1 g 800 ฿ 2 g 1,500 ฿ 5 g 3,000 ฿ 10 g 5,000 ฿ @ ID: joker_y1a ต้องการตัวไหนคลิกลิ้งค์ เครดิตรีวิวมีเต็ม #หางาน #สายไฮ #ไฮคูล #น้ำแข็ง #ไฮเงี่ยน #ไฮนัว #สายควัน #สายหลอน #สายดีด #ไอซ์ #hicool #ตัวใหญ่..."

"...มาแล้วจ้า งาน hi blue สำหรับคนที่ชอบงานแรงๆ แต่ราคาก้อแรงตามคุณภาพงานนะค่ะ 1G=1800 2G=3500 งานมารอบนึงไม่เยอะนะค่ะ เพราะมันแพง กทม ส่ง เก็บปลายทางได้ค่ะ ตจว โอนจ่ายก่อนค่ะ #ไฮคลู #สายไฮ #สายhi #hicool #สายดึง #สายควัน #สายดีด #สายเงี่ยน #ไฮแล้วเงี่ยน #ขายไฮบลู #ขายน้ำแข็ง..."

บรรจุภัณฑ์ และขนาดของบรรจุภัณฑ์ยาเสพติด ซึ่งต่างๆ เหล่านี้ช่วยให้เข้าถึงผู้เสพได้มากขึ้น เพราะผู้เสพแต่ละรายมีลักษณะความต้องการ ความชอบและกำลังซื้อที่ไม่เหมือนกัน เช่น การแบ่งยาเสพติดจำหน่ายในปริมาณที่ต่างกัน เพื่อให้ลูกค้าได้เลือกซื้อตามงบประมาณและความต้องการในการเสพ นอกจากจะมีไอซ์จำหน่ายในหลายราคาหลายรูปแบบแล้ว ยังใช้การบริการที่ดีเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้าคลายความเครียด ความกังวล ความไม่แน่ใจต่างๆ ในการซื้อขายไอซ์จากผู้ขาย ทำให้เกิดการกระตุ้นและช่วยในการตัดสินใจซื้อกับลูกค้าได้ โดยวิธีที่ผู้ขายใช้นั้นเป็นการโพสต์รูปภาพการคุยกับลูกค้าที่ได้ซื้อไอซ์จากผู้ขายเพื่อสร้างเครดิตการขายจากการซื้อขายจริง

"...1+เสียงจากลูกค้า น้ำแข็งงานดี100%แน่นอน ลูกค้าก็กลัวเมียรู้555 #ตัวเล็ก #ตัวใหญ่ #กัญชา #ไฮเงี่ยน #ไฮคูล #ไฮดีด #งานดีด #กัญชาอัดแท่ง #งานถุง..."

"...พร้อมส่งค่ะ อันเก่าระงับ ประวัติไม่เคยเสีย พร้อมส่งค่ะเข้าราคาทักไลน์มานะ ไลน์ 2ndrไม่ขนมือ ไม่มีปลายทางส่งแค่ กทม.ปริมณฑลเท่านั้น ส่งGarbค่ะ #ไฮแล้วเงี่ยน #ไฮคูล #ไฮเงี่ยน #ตัวใหญ่ #สายไฮ #สายดีด #สายควัน #hicool #ไฮ #ฟิวไฮ #น้ำแข็ง #ไฮลอย #ไฮนัว #ไฮคูล #สายดึง #ไอซ์ #เงี่ยน..."

"...แม่ค้าใจดีลดค่าส่งให้ลูกค้าโอนเงินคืน ลูกค้าใหม่ครั้งแรก G900 ครั้งต่อไปG800..."

บรรจุภัณฑ์ของไอซ์ที่ขายแบบปลีก (ย่อย) นิยมใส่ถุงซิปใส (ขนาดเล็ก) ไอซ์ที่ผู้ขายส่งได้รับมานิยมบรรจุในถุงชาสีทอง ถุงชาสีเขียว ถุงพลาสติกใส เป็นต้น

ภาษา คำที่ใช้ในการขาย ได้แก่ ตัวดีด ยกซีด ยกโล เป็นต้น

ภาพที่ 11 ภาษา สัญลักษณ์ที่ใช้ในการขายไอซ์ (1)

คำที่ใช้เรียก	คำอธิบาย
ตัวดีด	ไอซ์เมื่อใช้แล้วมีกระตุ้นประสาท(ดีด)
² G	ปริมาณจำหน่ายของไอซ์จำนวน 2 จี
⁵ G	จำนวนที่ใช้ในการจำหน่ายไอซ์ 5 จี
¹⁰ G	จำนวนที่ใช้ในการจำหน่ายไอซ์ 10 จี
2 G	ปริมาณของไอซ์ที่จำหน่าย 2 จี
5 G	ปริมาณของไอซ์ที่จำหน่าย 5 จี
1 0 G	ปริมาณของไอซ์ที่จำหน่าย 10 จี
มีครUจบทุกสาย	บอกลูกค้าว่ามียาเสพติด(ไอซ์ ยาบ้า คีตามีน)หลายชนิดจำหน่าย
ยกขีด	จำหน่ายหรือซื้อไอซ์ ในน้ำหนักครั้งละขีด
ยกโล	จำหน่ายหรือซื้อไอซ์ ในน้ำหนักครั้งละกิโลกรัม
ส่งจริง ส่Jชั่ว nัชั่วไทย	ส่งไอซ์ให้ลูกค้าแน่นอนและส่งได้ทั่วประเทศ
JานเกรดA+	บอกถึงคุณภาพของไอซ์ชาเขียวที่จำหน่าย ว่ามีคุณภาพดี
ชาIขียวเวรี่กู๊ด	ไอซ์ ชนิดที่บรรจุในซองชาเขียวจีน ที่มีอักษร very good ปั๊มติดตรงพลาสติกที่หุ้มอีกที
ดีดยัulช้า	การบอกถึงคุณภาพของไอซ์ที่จำหน่าย ว่ามีคุณภาพดี
(2) จี	ปริมาณไอซ์ที่จำหน่าย 2จี
(5) จี	ปริมาณไอซ์ที่จำหน่าย 5จี
Ĥicooî	มาจากคำว่า hicool ที่เป็นคำสแลงของ ไอซ์
สาEนัว	มาจาก สายนัว เป็นกลุ่มผู้ที่เสพไอซ์
₽ G ₽,500	ไอซ์ 2 จีราคา 2,500 บาท
₹ G ₹,000	ไอซ์ 3 จีราคา 3,000 บาท

ภาพที่ 12 ภาษา สัญลักษณ์ที่ใช้ในการขายไอซ์ (2)

คำที่ใช้เรียก	คำอธิบาย
5 G ฟรี 1 !! ·'4,000	ซื้อไอซ์ 5 จีแถม 1 จี ราคา 4,000 บาท
แม่ไก่	"ไอซ์" แม่ไก่ 1 ตัวเท่ากับไอซ์ 1 กิโลกรัม
ลำไย	ใช้เรียกแทน ไอซ์ ตามแต่ว่า ฤดูนั้นเป็นฤดูของผลไม้อะไร ก็จะปรับเปลี่ยนไปตามฤดู
ตั๋ว	ใช้อาการของการเสพไอซ์ที่เรียกว่าบิน มาเชื่อมกับคำว่า ตั๋ว เพื่อให้ลูกค้าซื้อตั๋วหรือไอซ์ เพื่อจะได้นำไป บิน
บิน	การเสพไอซ์ โดยคำว่าบิน จะมีลักษณะลอยขึ้นไปในอากาศ เหมือนอาการไฮเมื่อเสพไอซ์
งานดีด	เป็นคำที่ใช้เรียกทั้งยาบ้าและไอซ์
Jานดี	งานดี ใช้เรียกแทนไอซ์
Jานดีด	งานดีด ใช้เรียกแทนไอซ์
Jานเงี่ยu	งานเงี่ยน ใช้เรียกแทนไอซ์
ขoง	ขoง หรือ ของ ใช้เรียกแทนไอซ์
นักบิน	มาจากนักบินอวกาศ เป็นคำเรียกผู้ที่เสพไอซ์ ด้วยอาการที่เมื่อเสพแล้วจะดูเหมือน ล่องลอยไปในอวกาศ
กั๊ก	กั๊กใช้เรียกน้ำหนักของไอซ์ โดย กั๊ก = จี
แป้งเกล็ด	ใช้เรียกไอซ์ มาจากลักษณะของไอซ์ที่เป็นเกล็ดสีใสขาวขุ่น
น้ำน้ำ	น้ำเป็นคำสแลงของไอซ์ที่ใช้เรียกกันอยู่แล้ว แต่ได้เพิ่มคำซ้ำไปอีกหนึ่งคำ
พี่ใหญ่	ใช้เรียกไอซ์

ผู้ขายไอซ์ได้นำสัญลักษณ์อิโมจิต่างๆ มาใช้แทนคำสำหรับขายไอซ์ที่นอกเหนือจากคำที่ใช้เรียก ดังนี้

ภาพที่ 13 สัญลักษณ์ อิโมจิที่ใช้ในการขายไอซ์

สัญลักษณ์	ชื่อทางการ	ความหมาย	ตัวอย่าง
² G	2 จี	ไอซ์ 2 จี	² G 2,500±¹
🍵	ถ้วยน้ำชาแบบไม่มีหูจับ	ไอซ์ชาเขียว	ตัวใหญ่ ❄️ ชาเขียวเวลี่กู๊ด 🍵 1G800 2G1500 5G3500
💉	เข็มฉีดยา	ไอซ์	❄️ 💉 ตัวใหญ่ 💉 ❄️ 1 G 1500 บาท 2 G แถม 1 G 2,000 บาท
秘	ตัวอักษรหมายถึงความลับที่มีวงกลมล้อมรอบ	ไอซ์	秘 G1000 & 2G1900 秘 ไม่มีปลายทาง

ภาพที่ 14 ไอซ์รูปแบบต่างๆ ที่ขายบนอินเทอร์เน็ต

ภาพที่ 15 ไอซ์ อุปกรณ์การเสพ และบรรจุภัณฑ์

ภาพที่ 16 การขายไอซ์แบบเรียงเบอร์

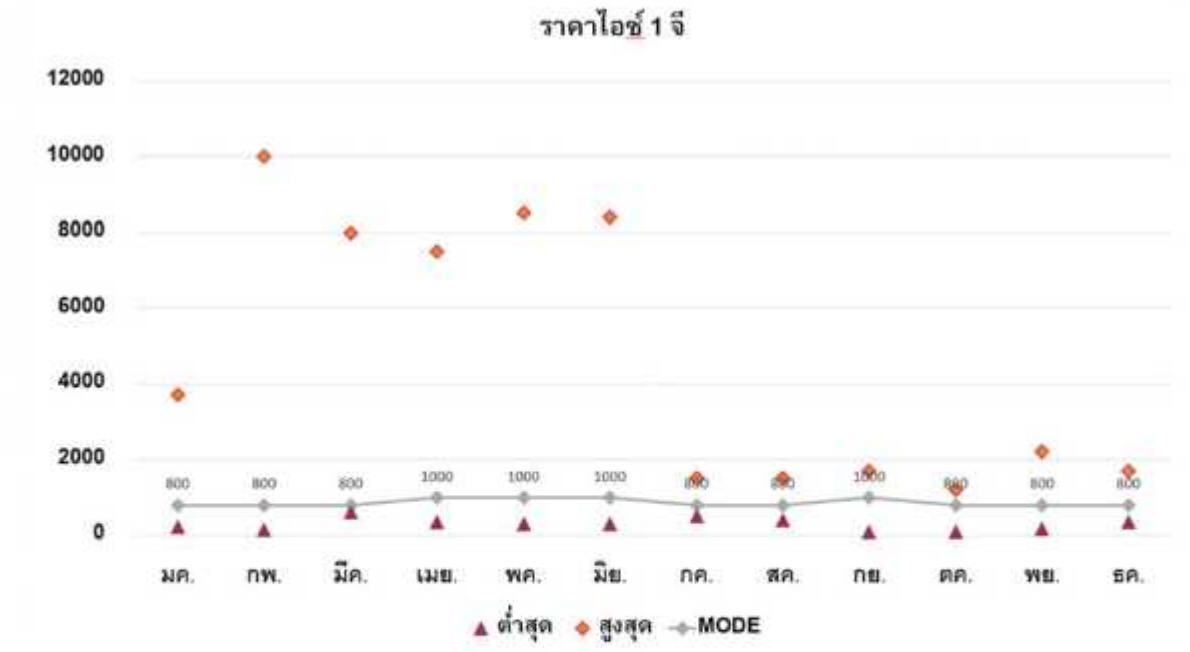
● **ด้านราคา**

ราคาขายไอซ์ในสื่อสังคมออนไลน์ใช้หน่วยการขายที่นิยมมากที่สุดคือ จี ใช้ขายไอซ์มากกว่าร้อยละ 98.0 รองมาคือ ขายเป็นขีด ถุง แบ่งขาย (งานแบ่ง) กั๊ก กรัม กิโลกรัม ก้อน อัน และชุด

- ไอซ์ 1 กั๊ก คือ 1 จี น้ำหนักประมาณ 1.2-1.6 กรัม
- ไอซ์ 1 ถุง น้ำหนักประมาณ 1.45-5.7 กรัม (ถุงขนาดใหญ่ราคาสูงกว่าถุงขนาดเล็ก)
- ไอซ์ 1 ก้อน น้ำหนักประมาณ 3.3 กรัม
- ไอซ์ 1 เข็ม บรรจุไอซ์ 20 มิลลิลิตร
- ไอซ์ 1 อัน คือ ไอซ์พร้อมฉีด ขนาด 20 ซีซี
- ไอซ์ 1 ชุด พร้อมอุปกรณ์การเสพ เช่น เข็มฉีดยา โจ๋
    - ไอซ์ 1 จี + อุปกรณ์เสพ 1 อัน
    - ไอซ์ 1 ชุด มีไอซ์ 1 ชิ้น (0.88กรัม) + ยาบ้า 15 เม็ด
    - อุปกรณ์เสพไอซ์ + ไอซ์ 0.5 จี
    - ชุดพร้อมเสพ อุปกรณ์เสพไอซ์ + ไอซ์ 2.4 จี

ราคาขายไอซ์ 1 จี นิยมขายที่ราคา 800 บาท (100-10,000 บาท) โดยในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ช่วงที่ 3 (15 เมษายน – 6 กรกฎาคม 2564) ราคาขายไอซ์สูงกว่าช่วง อื่น

กราฟที่ 8 แนวโน้มราคาไอซ์ 1 จี



กลยุทธ์ด้านราคาการขายไอซ์บนอินเทอร์เน็ตมีดังนี้

1. การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) อาศัยความรู้สึกของผู้ซื้อที่มีต่อราคาจำหน่ายไอซ์ ว่ามีราคาถูกกว่าผู้ขายอื่น และใช้การโพสต์บอกว่า ไอซ์ที่จำหน่ายเป็นไอซ์มีคุณภาพต่างจากผู้ขายรายอื่น และการตั้งราคาจำหน่ายไอซ์ชนิดบลู ให้มีราคาสูงกว่าไอซ์ชนิดอื่น ช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้ไอซ์ชนิดนี้ ให้ดูเป็นไอซ์เกรดพรีเมียม *"...1000 พี่ว่าไง งานดีไม่เหม็นเหมือนของที่อื่นรับประกันความติดสนใจทักมา..." "...ของเข้าไม่เยอะ 50จี แค่นี้ จีละ1600 คิดว่าตูดลูกอม เอาเป็นว่าฉีดลอยๆขึ้นฟ้า *😀 #ขายไฮ. ..." "...เหลือไม่เยอะ อยากได้งานบลูทักมา G 1500 ❄️ 💗 🚀 #ตัวใหญ่ #ตัวเล็ก #ขายไฮ #สายไฮ..."* หรือการกำหนดให้ราคาลงท้ายด้วยเลขคี่ หรือกลยุทธ์ราคาเลขคี่ (Odd Pricing) เช่น 99 ให้ความรู้สึกว่าราคาไม่แพงมากกว่าการลงท้ายราคาด้วยเลข 0 "... ❄️ 💧 😘 9.9มาแล้วในวันที่ 9 เดือน 9 นี้ ทางร้านเราม์โปรดีๆครับ ค่าส่ง 99 บาททั้งกทม.ไม่เกิน10กม. และ ตจว. 1g=999 3g=2499 5g=3499..." *"...มีน้อยแต่เราม์ให้ตลอดตนะ 🚀 🚀 🚀 1G/1000 2G/1499 3G/1999 4G/2499 5G/2999 นี่เป็นเพียงราคาหน้าร้าน 🙏 ..."*

2. กลยุทธ์ราคาแยกตามกลุ่มลูกค้า (Pricing by Type of Customers) เป็นการกำหนดราคาตามกลุ่มลูกค้าโดยพิจารณาจากกำลังซื้อของลูกค้า เพื่อกระตุ้นการขายและดึงดูดลูกค้ากลุ่มที่มีกำลังซื้อน้อยให้ตัดสินใจมาเป็นลูกค้ากับผู้ขาย ด้วยการแบ่งจำหน่ายไอซ์ในปริมาณที่ไม่มาก เพื่อที่จะตั้งราคาจำหน่ายได้ถูกลงกว่าปกติ "... ❄️ *350- พร้อมส่ง ลอมั้ย ลองได้ แล้วจะไม่ผิดหวัง..."*

3. กลยุทธ์การตั้งราคาแบบหลอกล่อ (Decoy Effect) เป็นการสร้าง 'ตัวเลือก' เพื่อกระตุ้นและโน้มน้าวให้ลูกค้าเลือกที่จะซื้อไอซ์ที่ราคาแพงกว่าไม่มากแต่ได้ปริมาณไอซ์มากกว่า มีความคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายเพิ่มขึ้นจากเดิม ทำให้ผู้ขายสามารถขายไอซ์ได้มากขึ้น เช่น ไอซ์ 2 จีราคา 1,500 บาท แต่หากเพิ่มเงินอีกเพียง 500 บาท ได้ไอซ์ 3 จี "...เปิดร้านงานก้อนดีดแรงๆ 1/800 2/1500 3/2000 ส่งฟรีทั่วไทย..." หรือ ไอซ์ 2 จีราคา 2,500 บาท เพิ่มเงิน 500 บาท ได้ไอซ์ 3 จีหรือเพิ่มอีก 1,500 บาท ได้ไอซ์ 5 จีและแถมอีก 1 จีรวมแล้วได้ไอซ์ถึง 6 จี "... 💦 พ่อค้าหน้าใหม่ฝากตัวด้วยครับ ❄️ ❄️ ❄️ น้ำแข็งซิ่ง ❄️ ❄️ ❄️ ➡ธุ๊ค๊ 1G➡❶ ❺◉◉🏆☃ ➡ธุ๊ค๊ 2G➡ ❷❺◉◉🏆☃ ➡ธุ๊ค๊ 3G➡ ❸◉◉◉🏆☃ ➡ธุ๊ค๊ 5ฟรี1➡❹◉◉◉🏆☃ ➡ธุ๊ค๊ 10ฟรี1➡❼❺◉◉🏆☃ 🎁อยากเจอคนจริงใจทักมาคัพพ..."

4. การตั้งราคาเพื่อการส่งเสริมการตลาด (Promotion Pricing) โดยใช้การตั้งราคาแบบล่อใจ ในแบบราคาต่ำมากเพื่อจูงใจให้ผู้เสพไอซ์ได้เข้ามาซื้อ เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายและเพิ่มโอกาสที่จะได้ลูกค้ารายใหม่ เช่น ผู้ขายรายนี้ ได้ตั้งราคาจำหน่ายไอซ์เพียงจีละ 300 บาทเท่านั้น "...จะบอกให้ไม่ต้องทำเข้ม ดูนะพี่ขายให้ดู เอาเอาๆไวๆ ขายให้เด็กมันดู 1.4 ย้ำ 1.4 ✲ ✲ ✲ ✲ จีละ 300 ฟังไม่ผิด จีละ 300 สงวนสิทธ 1 คนได้ 5. จี ❄️ ❄️ ..." "...สนใจทักมาคับ 1.5g600 รวมถุง รับรองขนหัวลุก รับประกัน งานไม่ดียินดีคืนเงินคับ..." "...กลับมาแล้วครับเจ้าเดิมคนจริง ราคาส่งเปิดบิล10จี 3,500 มากกว่านั้นคุยกัน ลาดพร้าว-รัชดา ส่งไวถึงมือ #..."

• ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ขายโพสต์ขายไอซ์ 5,974 โพสต์ ผู้ขายไอซ์นิยมใช้วิธีการติดต่อการส่งข้อความ (Direct Message) ในสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ 1475 โพสต์ ร้อยละ 24.69 ส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์ 2652 โพสต์ ร้อยละ 44.39 โทรศัพท์ 17 โพสต์ ร้อยละ 0.28 จ่ายเงินด้วยวิธีการโอนเงินมากที่สุด 263 โพสต์ ร้อยละ 4.4 เก็บเงินปลายทาง 217 โพสต์ ร้อยละ 3.63 จ่ายเงินดาวน์ 32 โพสต์ ร้อยละ 0.54 จ่ายเงินสด 9 โพสต์ ร้อยละ 0.15

ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางกระจายไอซ์ไปสู่ผู้เสพ วิธีการจัดส่งที่นิยมส่งไอซ์ คือ ส่งพัสดุบริษัทเอกชน 895 โพสต์ ร้อยละ 14.98 ไปส่งเองให้ถึงมือผู้ซื้อ (ขนมือ) 154 โพสต์ ร้อยละ 2.58 ส่งโดยใช้บริษัทไปรษณีย์ไทย 77 โพสต์ ร้อยละ 1.29 และใช้วิธีการวางหรือโยนตามที่จุดนัดหมาย 73 โพสต์ ร้อยละ 1.22 ตามลำดับ

● ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. การโฆษณา (Advertising) ผู้ขายได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการโพสต์บอกลูกค้า เพื่อโฆษณาถึงไอซ์ที่ขายว่าเป็นไอซ์ชนิดงานบลู (ไอซ์สีน้ำเงิน) หรืองานพิ้งค์ (ไอซ์สีชมพู) ให้ลูกค้าได้รับรู้และกระตุ้นความต้องการที่จะซื้อไปเสพ โดยใช้ข้อความที่บอกถึงคุณภาพของไอซ์เมื่อได้เสพ และการท้าทายที่กระตุ้นให้เกิดความอยากลองเสพ เป็นการโน้มน้าวให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อไอซ์จากผู้ขายได้

"...มาแล้วจ้า งาน hi blue สำหรับคนที่ชอบงานแรงๆ แต่ราคาก้อแรงตามคุณภาพงานนะค่ะ 1G=1800 2G=3500 งานมารอบนึงไม่เยอะนะค่ะ เพราะมันแพง..."

"...พิ้ง จี1900 อยากลองไม่เคยลองทักเลยครับ DM..."

2. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) การลดราคาขายไอซ์ ผู้ขายจะลดราคาขายไอซ์หากลูกค้าซื้อไอซ์ในปริมาณที่มาก เพื่อเป็นการกระตุ้นการขายให้ลูกค้าเห็นถึงความคุ้มค่ากว่าเมื่อซื้อในปริมาณมาก

"... G>900 / 3G>2200 เอาเยอะลดเยอะ ส่ง ตจว. 1-2 วัน Dm มาคุย หรือ ทักไลน์มาคุยได้ (น้ำหนักรวมถุง 1.45-1.50 G.)..."

- การแจกของรางวัล ผู้ขายได้กำหนดกติกาให้ลูกค้าหรือคนอื่นๆ ที่เห็นโพสต์ ให้กดติดตามเพจ กดถูกใจโพสต์ รีทวีตโพสต์ และทายเลขท้าย 2 ตัวของสลากกินแบ่งรัฐบาล หากทายถูกจะได้รางวัลเป็นไอซ์ 1 จี ซึ่งการแจกแบบนี้นอกจากจะช่วยสร้างเครดิตการขายแล้ว ยังช่วยให้ผู้ขายไอซ์ มีโอกาสได้ลูกค้าเพิ่ม จากการมองเห็นโพสต์ที่เพิ่มขึ้นในการแชร์ของลูกค้าอีกด้วย

"...แจกหน่อย คืนกำไรให้ลูกค้า วิธีทำดังนี้ 1.กดติดตาม 2.กดหัว 3.กดรีทวิต ท้ายเลขท้าย 2 ตัว ท้ายถูกรับไปเล 1 G !! หรือสนใจ สั่งซื้อส่วนตัว แอด ..."

"... แจกฟรี2G ตอบถูกคนแรกรับไปครับทายเลข2ตัวล่างงวดนี้ คนละ1เลขครับ งวดประจำวันที่ 01/7/64 หยุดทาย13:00 กติกาก็คือ 1กดติดตามทวิตนี้ 2กดรีทวิตนี้ 3กดถูกใจทวิตนี้..."

- การแถม ไม่ว่าจะเป็นแถมไอซ์ แถมอุปกรณ์เสพไอซ์ แถมยาบ้าให้ลูกค้า หรือการส่งไอซ์ให้ลูกค้าฟรี ช่วยให้ลูกค้าที่จะซื้อไอซ์จากผู้ขาย ได้เห็นถึงความคุ้มค่าในการซื้อจากผู้ขาย จึงเป็นการกระตุ้นทำให้เกิดการขายได้เป็นอย่างดี

"... โปรโมชั่น รับประกันงานดีแน่นอน100% 2G =2,000 5G=4,000 แถม1 10G=8000 แถม2 15G=12,000 แถม3 20G=14,000 แถม4..."

*"...โปรลูกค้าใหม่ *ซื้องานแถมตุ้ม* ลูกค้าท่านใดที่สั่งซื้อครั้งแรก2จีขึ้นไป ฟินถามฟรี ตุ้มแก้ว 1อัน กทม ส่งไลนแมน5จีขึ้นไปค่าส่งฟรี ตจว ส่งเคอรี่ฟรีพรุ่งนี้ถึง 1g=1000 2g=1800แถมฟรีตุ้มแก้ว..."*

"...ตัวใหญ่ ราคาหน้าไลฟ์ 1 g 600 รวมค่าส่ง 2 g แถมเล็ก5เม็ด 1000 3 g แถม 1 จี 1400 ราคานี้แค่หน้าไลฟ์ สดนี้เท่านั้นนะ ใครสนใจสั่งงานแคปจอหน้าไลฟ์ ให้เห็นราคา แล้วทักแชทมาคับ..."

"... Gละ 600 2G 1100 (ส่งฟรี) ปลอดภัย 100 งานใส ไม่ดำ ไม่เหม็น การีนตี ไม่ดีมีเคลมให้ ID : hell..."

3. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ผู้ขายไอซ์ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ตนเอง เพื่อบอกลูกค้าและคนอื่นๆ ที่กำลังตัดสินใจที่จะซื้อไอซ์จากผู้ขาย ว่าตนเองนั้นขายไอซ์จริง ไม่ได้หลอกลวงหรือคดโกงลูกค้า ด้วยการโพสต์ภาพเคลื่อนไหว ที่ลูกค้าได้ส่งมาให้ เป็นการรีวิวการแกะกล่องพัสดุที่ผู้ขายไอซ์ได้ส่งไอซ์มาให้

"...ลูกค้าท่านไหนที่โดนผมโกง แสดงตัวมาเลยครับ ผมก็อยากรู้ว่าผมโกงใครไปบ้าง ตั้งแต่เกิดมาผมยังไม่เคยโกงใครเลย ลูกค้าผมเยอะครับ ความซื่อสัตย์คือใบเบิกทางทุกอาชีพ 😇 โจ๊กเกอร์ 😇 โจ๊กเกอร์ตัวตลก ไม่ได้เป็นตัวประกอบ โจ๊กเกอร์ตัวร้าย ไม่ได้เป็นตัวโกง รู้จักผม ไม่มีคำว่าขาดทุน 😇 ❄️ 🎲..."

- การขอเครดิตการขายจากลูกค้าที่เคยซื้อไอซ์จากผู้ขาย โดยให้ลูกค้าที่เคยซื้อไอซ์จริงและได้รับไอซ์จากผู้ขายจริง พิมพ์ +1 ลงในโพสต์ เพื่อสุ่มแจกรางวัลในตอนปีใหม่ที่จะถึงนี้

"...ส่งจริง100% ท่านจะเชื่อรึไม่นั้นผมไม่ทราบ ไม่ได้อยากสร้างแอคนี้มาเพื่อโกงใครทั้งนั้น แต่ผมทำมาด้วยหัวใจ จะสั่งของ ราคางานเริ่มต้น 1G 1000 2G 1800 3G 2600 ค่า50-80 บาท ทุกที่ทั่วไทย ไม่มีปลาย ชนมือ ไม่โกงใครกินแน่นอนสนใจDMเลย #สายไฮ #สายดีด #ไฮคูล #ไฮฉีด #ไฮเงี่ยน #ไฮ..."

"...ใครเคยสั่งซื้อกับทางร้านแล้ว ขอให้ลูกค้าให้เครดิตทางร้านพิมพ์ + 1 หากทางเราส่งจริงและได้รับของจริง ลงเครดิตเฉพาะคนที่เคยใช้บริการกับทางร้านเท่านั้น 🚫 ❄️ ใครสั่งแล้วให้เครดิตร้านด้วยนะครับ ทางร้านจะมีการสุ่มแจกรางวัลให้ ช่วงปีใหม่นี้ ใครไม่ลงถือว่าไม่มีสิทธิ์ลุ้นรางวัล ❄️ 🚫..."

- วิธีการส่งไอซ์ให้ลูกค้านำไปเสพก่อน หากไอซ์มีคุณภาพดี ก็ให้ลูกค้าโอนเงินมาให้ภายใน 24 ชั่วโมง เป็นการซื้อใจลูกค้าได้เป็นอย่างดี ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในตัวของผู้ขาย ว่าผู้ขายรายนี้จะไม่โกงเงินลูกค้า และไอซ์ที่สั่งมีคุณภาพที่ดีแน่นอน

"...อยากได้ใจเค้าเราต้องให้ก่อน ยังไม่ต้องเชื่อ แต่ ลองดูได้ไม่ผิดหวังแน่ 💞 ☑ หมดปัญหาโดนโกง ☑ หมดปัญหาสินค้าไม่ดี ☑ การรับตีคุณภาพดีเยี่ยม 🔞 ถ้าสนใจกดลิ้งค์ https://line.me/... สั่งของทางไลน์เท่านั้น 🆔 88... #ตัวใหญ่ #hicool #ตัวเล็ก #น้ำแข็ง #ไฮ ร้านเปิดใหม่ขอจัดโปรโมชั่นสุดพิเศษ สร้างเครดิตร้าน สั่งของร้านนี้ครั้งแรกจะตะรับของก่อน แล้วเทสของก่อนว่าดีจริงไหม และค่อยโอนเงินให้ผมทีหลังครับ ภายใน 24 ชั่วโมง หลังจากได้รับของ ตัวใหญ่ในจำนวน1gต่อ1คนราคา1,000฿ ตัวเล็กในจำนวน25เม็ดต่อ1คนราคา1,000฿..."

การโพสต์ในเชิงของเครดิตหรือบอกว่าตนเองมีเครดิตการขายที่ดีแบบนี้ เป็นการสร้างความเชื่อมั่นและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ ให้ลูกค้าที่กำลังจะตัดสินใจซื้อไอซ์จากผู้ขาย ว่าตนเองนั้นจะไม่ถูกโกงแน่นอน

ยาบ้า

• ด้านผลิตภัณฑ์

ยาบ้าที่นิยมขายในสื่อสังคมออนไลน์สัญลักษณ์ WY (หางยาว) เม็ดสีส้ม เม็ดสีเขียว บางช่วงเวลามีการจำหน่ายเม็ดสีฟ้า

บรรจุภัณฑ์

ขายส่ง

- ห่อด้วยกระดาษปรู๊ฟขาว ปั๊มตรา " ★ ★ ★ ★ ★999 ปั๊มตรา "A"" ปั๊มตรา "Y 1" ปั๊มตรา "แอปเปิ้ลสีแดง" และหุ้มด้วยพลาสติกใส และใส่ถุงกระสอบขาว ปั๊มตรา "999"

ขายย่อย

- ใส่ซองซิปพลาสติกใส
- ใส่ซองซิปพลาสติกสีดำ ตรา "แอปเปิ้ลขาว"
- ใส่ซองซิปพลาสติกสีน้ำเงิน ตรา "แอปเปิ้ลขาว"
- ใส่ซองซิปพลาสติกสีแดง ตรา "A"
- ใส่ขวดใสขนาดเล็ก

ภาษา คำที่ใช้ในการขาย ได้แก่ ไข่ ส้มระแวง ตัวส้ม ก้อนใหญ่ ยกลูก เบอร์ เป็นต้น

ภาพที่ 17 ภาษา สัญลักษณ์ที่ใช้ในการขายยาบ้า

คำที่ใช้เรียก	คำอธิบาย: ยาบ้า
ครึ่ง	จำนวนนับของยาบ้าที่จำหน่ายในปริมาณ 0.5 ถุง หรือยาบ้า 100 เม็ด
ถุJ	ปริมาณนับของยาบ้าที่จำหน่าย 1 ถุงมียาบ้า 200 เม็ด
² แถว	ปริมาณของยาบ้าที่จำหน่าย 2 แถว มียาบ้า 400 เม็ด
² เส้น	จำนวนยาบ้าที่จำหน่าย 2 เส้นมียาบ้า 400 เม็ด
มีคsUจบทุกสาย	บอกลูกค้าว่ามียาเสพติด(ไอซ์ ยาบ้า คีตามีน)หลายชนิดจำหน่าย
ยกลูก	จำหน่ายหรือซื้อยาบ้าครั้งละลูก โดยที่ยาบ้า 1 ลูกมี 2,000 เม็ด
ส่งจริง ส่งชั่ว ทั่วไทย	ส่งยาบ้าให้ลูกค้าแน่นอนและส่งได้ทั่วประเทศ
² llถว	จำนวนของยาบ้าที่จำหน่าย 2 แถว โดยยาบ้า 2 แถวมี 20 เม็ด
ครึ่งถุJ	จำนวนยาบ้าที่จำหน่ายครึ่งถุง โดยยาบ้าครึ่งถุงมี 100 เม็ด
JานเกรดA+	บอกถึงคุณภาพของยาบ้าชนิด 999โดดร่ม ที่จำหน่าย ว่ามีคุณภาพดี
ดีดยันlข้า	การบอกถึงคุณภาพของยาบ้าที่จำหน่าย ว่ามีคุณภาพดี
ไข่	คำสแลงที่ใช้เรียกแทนยาบ้า
ส้มระแวง	ยาบ้าที่มีสีส้ม
ตัวส้ม	ใช้เรียกยาบ้าที่มีเม็ดสีส้ม
ส้มระแวง แดงหลอน	สีส้มและสีแดงเป็นสีของเม็ดยาบ้า และอาการระแวงหรืออาการหลอน
ก้อนใหญ่	ใช้เรียกปริมาณการซื้อขายยาบ้าในสื่อสังคมออนไลน์ 1 ก้อนใหญ่ = 2,000 เม็ด
ตัวเล็กแดง	ตัวเล็กเป็นคำสแลงของยาบ้าที่มีการใช้กันมานานและสีแดงเป็นสีของยาบ้า
เบอร์	เบอร์เป็นจำนวนนับของยาบ้า โดยที่1เบอร์จะเท่ากับ 1ลูก หรือ 1 มัด = 2,000 เม็ด
เจ้าจ๊อก	คำสแลงที่ใช้เรียกแทนยาบ้า
น้องเล็ก	คำสแลงที่ใช้เรียกแทนยาบ้า

ผู้ขายยาบ้าได้นำสัญลักษณ์อิโมจิต่างๆ มาใช้แทนคำสำหรับขายยาบ้าที่นอกเหนือจากคำที่ใช้เรียก ดังนี้

ภาพที่ 18 สัญลักษณ์อิโมจิที่ใช้ในการขายยาบ้า

สัญลักษณ์	ชื่อทางการ	ความหมาย	ตัวอย่างทวิต
² เส้น	2 เส้น	ยาบ้า 2 แถว	² เส้น 1,5OO
💊	ยาเม็ด	ยาบ้า	💊 ตัวเล็ก แถว 600
祝	ตัวอักษรจีนอวยพรในกรอบวงกลม	ยาบ้า	祝 ฉ ลูก 25,000
ฉ	ตัวอักษรจีนในกรอบวงกลม	ยาบ้า	祝 ฉ ลูก 25,000
🌡	เทอร์มอมิเตอร์	ยาบ้า 1 แถว	ตัวเล็กแถวละ700. 🌡
🍅	มะเขือเทศ	ยาบ้า	🍅 ตัวเล็ก ถุง3200 แถว800
🟠	วงกลมสีส้ม	ยาบ้า	🟠 ตอง9= 1 ถุง/ 3 0 0 0
🔴	สัญลักษณ์หยุด	ยาบ้า	🔴 🔴 🔴 10-800 🔴 🔴 🔴 ⚠ ⚠ ⚠
🩸	หยดเลือด	ยาบ้า	WY 🩸 ครึ่งถุง1900 WY 🩸 1ถุง3300

ภาพที่ 19 ยาบ้าที่ขายบนอินเทอร์เน็ต

ภาพที่ 20 ยาบ้าและบรรจุภัณฑ์ที่ขายบนอินเทอร์เน็ต

ภาพที่ 21 ตรายี่ห้อและบรรจุภัณฑ์ยาบ้าที่ขายบนอินเทอร์เน็ต

● **ด้านราคา**

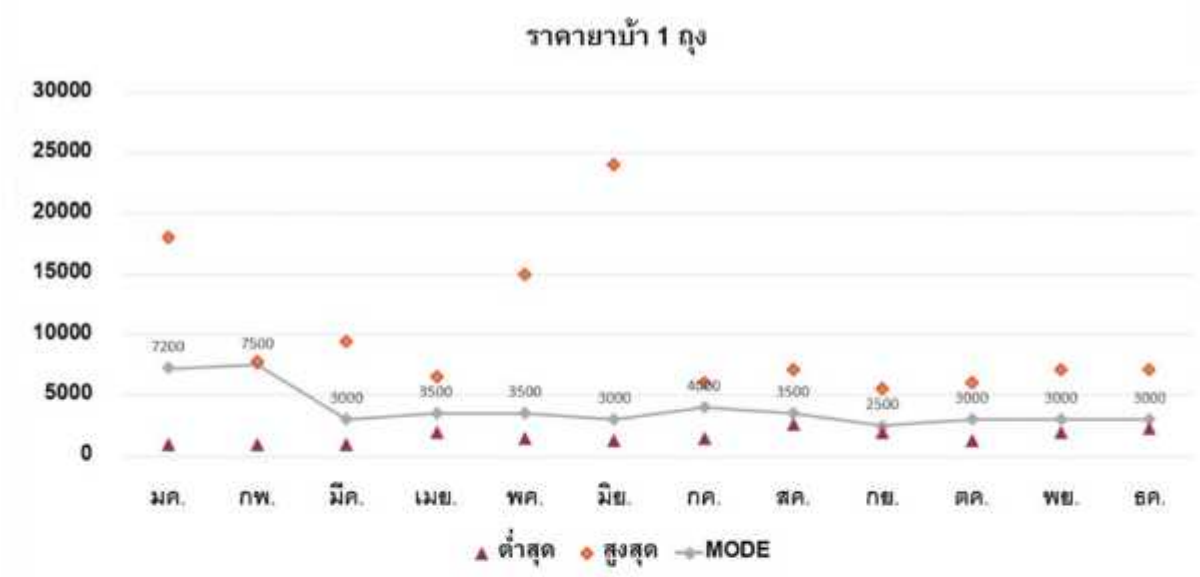
ราคาขายยาบ้าในสื่อสังคมออนไลน์ใช้หน่วยการขายที่นิยมมากที่สุด คือ ถุง ใช้เป็นหน่วยในการขายมากกว่าร้อยละ 50.0 รองมาคือ แถว (เส้น) เม็ด (อัน ตัว) ลูก (มัด) ก้อนใหญ่ และเบอร์ หน่วยต่างๆ มีความหมายดังนี้

- ยาบ้า 1 เม็ด (อัน ตัว) หมายถึง ยาบ้า 1 เม็ด น้ำหนัก 0.0081 - 0.0108 กรัม
- ยาบ้า 1 แถว (เส้น) หมายถึง ยาบ้า 10 เม็ด
- ยาบ้า 1 ถุง ยาบ้า 1 คอก หมายถึง ยาบ้า 200 เม็ด
- ยาบ้า 1 ลูก (มัด ก้อนใหญ่ เบอร์) หมายถึง ยาบ้า 10 ถุงมัดรวมกัน หรือ 2,000 เม็ด

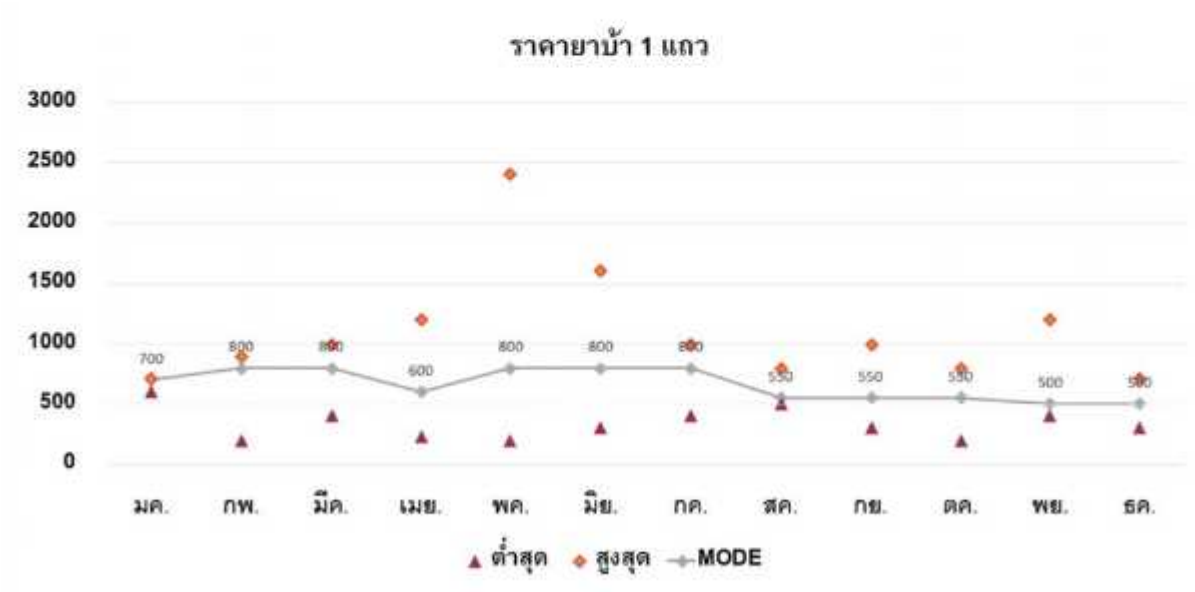
ราคาขายยาบ้า 1 ถุง นิยมขายที่ราคา 3,000 บาท (1,000-24,000 บาท) เปรียบเทียบราคายาบ้า 1 ถุงจากต้นปีถึงปลายปี พ.ศ. 2564 มีแนวโน้มลดลง

ราคาขายยาบ้า 1 แถว นิยมขายที่ราคา 550 บาท (200-2,400 บาท) ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนมีนาคม มิถุนายนถึงกรกฎาคม พ.ศ. 2564 ราคายาบ้า 1 แถว สูงกว่าเดือนอื่นเนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 รอบที่สอง รอบที่สาม และรอบที่สี่

กราฟที่ 9 แนวโน้มราคายาบ้า 1 ถุง



กราฟที่ 10 แนวโน้มราคายาบ้า 1 แถว



กลยุทธ์ทางด้านราคา

1. การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) ผู้ขายยาบ้าได้ใช้ชนิดของยาบ้าแบบ "ส้มเขาะ" โพสต์เพื่อโฆษณาและสร้างความรู้สึกให้ผู้เสพ ให้เกิดความรู้สึกว่า ยาบ้าชนิดนี้มีคุณภาพที่ดี จึงกล้าที่จะตั้งราคาจำหน่ายที่ราคาสูงกว่ายาบ้าชนิดอื่น หรือการตั้งราคาจำหน่ายยาบ้าชนิด "Y1" แพงกว่ายาบ้าชนิด "ตอง9" ช่วยสร้างความรู้สึกถึงคุณภาพของยาบ้าได้ตามราคาที่จำหน่าย ด้วยที่ว่า ของแพงย่อมดีกว่าของถูก *"...ส้มเขาะ ใครยังจำงานตัวปี้ได้มั้งครัย สมัยหนึ่ง ตอนนี้ก็ยังที่1 ในใจผม แถวละ 1000. ไม่ดีจริง ผมไม่ขายราคานี้ กล้าท้าให้รอง @ไลน์qq1900b ..."* *"... ราคาตัดสด Y1=1ถุง/3100 ตอง9=1ถุง/3000 โอนก่อน = ส่งเท่านั้น ไม่มีเก็บเงินปลายทาง #กลัวโกง หาที่อื่นเลย ไม่กล้าโอน=ไม่ต้องทักมาครับ..." การตั้งราคาโดยใช้กลยุทธ์ราคาเลขคี่ ด้วยการตั้งราคาเลขท้ายด้วยเลข 9 เพื่อทำให้เกิดความรู้สึกว่า มีราคาจำหน่ายที่ไม่แพง ดูแล้วมีราคาที่ต่ำกว่าผู้ขายรายอื่น ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้ เช่น "...คืนนี้อยู่เชียงใหม่นะจ๊ะ ตัวเล็ก ถุง 2690B ..."*

2. กลยุทธ์ราคาแยกตามกลุ่มลูกค้า โดยพิจารณาจากกำลังซื้อของลูกค้า เพื่อสร้างลูกค้าหน้าใหม่ที่อาจต้องการทดลองซื้อ อยากจะซื้อยาบ้าในจำนวนน้อยเพื่อทดลองดูก่อน และดึงดูดลูกค้าในกลุ่มที่มีงบประมาณน้อย ที่สามารถซื้อยาบ้าได้ครั้งละจำนวนไม่มากนักตามงบประมาณ ผู้ขายยาบ้าจึงมีการแบ่งจำนวนยาบ้าและราคาจำหน่ายในหลายแบบเพื่อให้ลูกค้าได้เลือกซื้อได้ตามงบประมาณ เช่น *"...มาครับเปิดรับยอด ยาบ้า ถุง4500มีแบ่งให้ขั้นต่ำ20เม็ด แถว600B..."* *"...ตัวเล็ก 50เม็ด 1,500 100เม็ด 2,500 1ถุง 3,500 5ถุง 14,500 1ลูก 18,500 แสกนคิวอาโค้ด ส่งจริง ชัวร์ มีกลุ่มให้เช็คเคดิตก่อนจบงาน..."*

3. การตั้งราคาเพื่อการส่งเสริมการตลาดด้วยการตั้งราคาแบบล่อใจ ตั้งราคายาบ้าให้มีราคาถูก เพื่อจูงใจให้ผู้เสพหรือลูกค้าได้มาซื้อยาบ้าจากผู้ขาย กำหนดราคาขายยาบ้าให้มีราคาถูกเฉพาะในช่วงเวลา live เท่านั้น "...ตัวเล็ก ราคา

หน้าไลฟ์ 1 เส้น 500 2 เส้น 800 3 เส้น 1100 ราคานี้แค่หน้าไลฟ์สดนี้เท่านั้นนะ ใครสนใจสั่งงานแคปจอหน้าไลฟ์ให้เห็นราคา แล้วทักแชทมาคับ..."

● ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ขายโพสต์ขายยาบ้า 1,748 โพสต์ ผู้ขายยาบ้านิยมใช้วิธีการติดต่อการส่งข้อความ (Direct Message) ในสื่อสังคมออนไลน์ 425 โพสต์ ร้อยละ 24.31 ส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์ 739 โพสต์ ร้อยละ 42.28 โทรศัพท์ 7 โพสต์ ร้อยละ 0.4 จ่ายเงินด้วยวิธีการโอนเงินมากที่สุด 71 โพสต์ ร้อยละ 4.06 จ่ายเงินดาวน์ 46 โพสต์ ร้อยละ 2.63 เก็บเงินปลายทาง 40 โพสต์ ร้อยละ 2.29 จ่ายเงินสด 10 โพสต์ ร้อยละ 0.57

ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางกระจายยาบ้าไปสู่ผู้เสพ วิธีการจัดส่งที่นิยมมากที่สุด คือ ส่งพัสดุบริษัทเอกชน 108 โพสต์ ร้อยละ 6.18 ขนมือ 57 โพสต์ ร้อยละ 3.26 โยนหรือนำไปวางตามจุดนัดหมาย 31 โพสต์ ร้อยละ 1.77 ส่งทางไปรษณีย์ไทย 10 โพสต์ ร้อยละ 0.57ตามลำดับ

● ด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาดยาบ้าบนสื่อสังคมออนไลน์ใช้กลุทธ์ดังนี้

1. การโฆษณา (Advertising) ผู้ขายยาบ้า ใช้การโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เกิดความจูงใจและกระตุ้นการขายยาบ้า ซึ่งนอกจากจะใช้การโพสต์เพื่อบอกว่ามียาบ้าขายให้ลูกค้าได้รับทราบเพื่อสร้างความรับรู้ในยาบ้าชนิดต่างๆ ว่ามีชนิดไหนขายกระตุ้นการขายแล้ว

"... 💧 สดๆจากเตา ‼ 💧 รับออเดอร์24.ชั่วโมงส่งจริงนอนรอที่บ้านได้เลย ระวังตัวปลอม ‼ ตัวจริงต้องไอดีนี้เท่านั้น 👉 pangpon999..."

"...Y1 ปากแดง มาแรงสุดๆตัวนี้ขายดีครับ สนใจร่วมธุรกิจ ติดต่อไลน์ kkfc91..." "... 💧 อัพเดพงานที่พร้อมส่งตอนนี้ครั 💧 1.ส้มไอโฟน 2.แดงไอโฟน 3.ส้มตัวR 4.ส้มเอเลี่ยน 5.น้ำชาเขียว 6.น้ำชาทอง สอบถามเพิ่มเติม 👉 https://lin.ee..."

ยังใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ เป็นเครื่องมือในการช่วยเผยแพร่และโฆษณาเพจของตัวเอง ด้วยการสุ่มแจกยาบ้าให้กับผู้ที่รีทวีตโพสต์ เพราะการรีทวีตโพสต์ที่ขายยาบ้าเป็นการเพิ่มโอกาสในการมองเห็นโพสต์จากผู้อื่นที่ไม่ได้กดติดตามเพจได้มากขึ้นนั่นเอง

"... 💧 ใจ สิงห์ 💧 ID : sing... ☑ รีทวิต ☑ กดหัวใจ กดติดตาม สุ่มแจกฟรี100เม็ด..."

"... 💖 มาครับ งานแถว ส้มเรืองแสง มีงานดาวน์ 20 = 600 รวมส่ง 50 = 1400 รวมส่ง ดาวน์ 1 ถุง 3500 มัดจำ 1000 2 ถุง 6500 มัดจำ 1000 กดรี = สุ่มแจก 1 แถว..."

2. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) การลดราคา แลก แจก และแถม จากผู้ขายยาบ้า ดังนี้

- การลดราคาขายยาบ้า โดยใช้เงื่อนไขว่า หากลูกค้าซื้อยาบ้าในปริมาณที่มากจะลดราคาขายให้ เป็นการกระตุ้นการขายและเพิ่มยอดขายได้เป็นอย่างดี

"... ☑ งานดีมีคุณภาพแน่นอน ☑ | 💊 #ตัวเล็ก [Y1/999] 💊 | — 💊 [Y 1 = 3,500 บาท/ถุง.] — 💊 [999 = 3,000 บาท/ถุง.] (เอาเยอะลดได้) #ราคามีไว้ต่อลอง..."

"... 🐎 .>10=800 สั่งเยอะ มีลด มีแถม 😎..."

การใช้การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (trade promotion) ด้วยการแจกของรางวัลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นปืน ทอง หรือรถจักรยานยนต์ ให้กับลูกค้าที่ซื้อยาบ้าครั้งละ 1 มัดขึ้นไป (2พันเม็ด) ซึ่งเป็นจำนวนยาบ้าที่มีปริมาณมากและราคาสูง ลูกค้าที่ซื้อยาบ้าในลักษณะนี้ จึงน่าจะเป็นลูกค้าที่นำยาบ้าไปขายต่อนั่นเอง และในผู้ขายรายเดียวกันนี้ ยังใช้การแถมให้กับผู้ซื้อยาบ้าในปริมาณ 1 มัดขึ้นไป เป็นไอซ์ตั้งแต่ 5 ถึง 10 จี ซึ่งลูกค้าสามารถนำไปขายต่อและสร้างกำไรให้กับลูกค้า

*"...เริ่มแล้ว โปรคินกำไรให้ลูกค้าที่จริงใจต่อร้าน**AO**เสธเหว่ย**AO** ลุ้นรับ จับแจกทุก 15 วัน มูลค่ากว่า 2 แสนบาท.- ปืน GLOCK 19 ตัวใหม่ล่าสุด มูลค่า 70,xxx.- ทองคำหนัก 1 บาท มูลค่า 27,xxx.- มอเตอร์ไซค์ PCX, CBR มูลค่า 90,xxx.- เปิดบิลวันนี้งานมัด/งานขีดขึ้นไป ได้รับ1สิทธิ์ต่อ1งาน (เช่น ซื้อ2มัด ได้รับ2สิทธิ์/ซื้อ 3 ขีด ได้รับ3สิทธิ์.) ***หมายเหตุ ใช้ชื่อไลน์และเบอร์โทรเพื่อยืนยันตัวตนลุ้นรับโชค รีบสั่งซื้อเพื่อรับสิทธิ์ได้เลย ‼ ส่งรางวัลถึงมือคุณอย่างปลอดภัย..."*

"... 👄 จัดโปรโมชั่นรับช่วงโควิด-19(รอบ3) 🌤 👄 ตามคำเรียกร้องร้านเสธ.เหว่ยจัดให้ 🎖 (ไม่มีวันหยุดส่งทุกวันรับออเดอร์ทุกวัน) 🚚 ส่ง แฟลต-เคอรี่ 📦 ☑ซื้อ1มัดแถม=5จี 📥 ☑ซื้อ2มัดแถม=10จี 📥 ☑ซื้อ1ขีดแถม=1ถุง 💰 ซื้อ2ขีดแถม=2ถุง 💰 สามารถสลับของแถมได้ตามใจชอบ..."

- การแถม เพื่อทำให้เกิดความจูงใจของลูกค้า เห็นถึงความคุ้มค่าในการซื้อยาบ้าจากผู้ขาย ได้รับของแถมเป็นยาบ้า หากซื้อในปริมาณที่ผู้ขายกำหนด

*"...**Hicool CNX** ส่งจริง 💯 % ยาบ้า **1** แถว **800** ครึ่งถุง **1,600 1** ถุง **2,800 2** ถุง Free **50** เม็ด..."*

"...หลุดเคอร์ฟิว 2คนแรกส่งฟรี ตัวใหญ่G700. เล็กแถวละ 550 กทมส่งด่วน..."

- การสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของยาบ้าที่ขายด้วยการรับประกันคุณภาพของยาบ้า หากยาบ้าที่ขายไม่มีคุณภาพ ผู้ขายจะคืนเงินให้ลูกค้าถึง 2 เท่า เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้ขายได้

"...อยากให้ลอง รับลองติดใจ ถ้างานไม่ดีคืนเงิน2เท่า มีตัวเล็กY1 กับตัวใหญ่อีกนิดหน่อย..."

3. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ผู้ขายยาบ้าใช้การโพสต์ข้อความและรูปภาพ ลงในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของตัวเอง ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดี และสร้างความมั่นใจในตัวผู้ขายว่า ยาบ้าที่ขายนั้นมีคุณภาพดีจริงและผู้ขายมียาบ้าขายจริง

"...แดงดีที่สุด ขายดีที่สุด หอมที่สุด ขายจริงส่งจริง ขนส่งนอกระบบ ทำงานมานานกว่า 3ปี..."

"...หัวงานคุณภาพ งานดีที่สุด มีหลายตัวให้เลือกมากมาย งานไม่ดีโยนทิ้งไปส่งให้ใหม่ งานมีปัญหารับผิดชอบทุกกรณี..."

"...ใครที่จำ อย่ารู้เยอะ ได้กดติดตามมาครับ ขายมานานหลายปี ไม่มีคำว่าผิดหวัง100%..."

ยาอี

● ด้านผลิตภัณฑ์

ยาอีที่ขายในสื่อสังคมออนไลน์มีรูปแบบและสีสันที่หลากหลาย ทั้งยาอีที่นำเข้าจากต่างประเทศ และยาอีที่ผลิตในประเทศไทย นิยมใส่ในซองซิปใส

ภาษา คำที่ใช้ในการขาย ได้แก่

- "หนมE" หมายถึง ยาอี
- "หนมนอก" ยาอีที่มาจากต่างประเทศ
- "หนมไทย" ยาอีที่ผลิตในประเทศไทย
- "รูแปง" ยาอีที่มีลักษณะเม็ดเป็นรูปใบหน้าของตัวละครชื่อ จอมโจรลูแปง
- "พาราม่วง" ยาอีที่มีลักษณะเหมือนเม็ดยาพาราเซตามอลที่มีสีม่วง
- "พารา" "พาราแดง" ยาอีสีแดงอมส้มที่มีลักษณะคล้ายเม็ดยาพาราเซตามอล
- "หนมเกร็ด" ยาอีที่มีลักษณะเป็นเกร็ดสีเขียว บรรจุอยู่ในแคปซูลใส
- "หนมหัวใจ" ยาอีที่มีลักษณะเป็นรูปหัวใจ
- "ตัวประยุท" ยาอีที่มีลักษณะเป็นรูปของนายกประยุทธ์
- "โรเล็กซ์เขียว" ยาอีที่ปั๊มตราโรเล็กซ์และมีเม็ดสีเขียว

ผู้ขายยาอีได้นำสัญลักษณ์อิโมจิต่างๆ มาใช้แทนคำสำหรับขายยาอีที่นอกเหนือจากคำที่ใช้เรียก ดังนี้

ภาพที่ 22 สัญลักษณ์อิโมจิที่ใช้ในการขายยาอี

สัญลักษณ์	ชื่อทางการ	ความหมาย	ตัวอย่างทวิต
	ขนมปัง	ยาอี	หนม ลูก 350-500

ภาพที่ 23 เม็ดยาอี (1)

ภาพที่ 24 เม็ดยาอี (2)

ภาพที่ 25 เม็ดยาอี เปรียบเทียบยาอีต่างประเทศและยาอีไทย

ภาพที่ 26 บรรจุภัณฑ์เม็ดยาอี

● **ด้านราคา**

ราคาขายยาอีในสื่อสังคมออนไลน์ใช้หน่วยการขาย คือ เม็ด ผู้ขายบางรายใช้คำว่า ลูก อัน แทนคำว่า เม็ด ขาย MDMA หน่วยที่ขาย คือ จี

ผู้ขายยาอีในสื่อสังคมออนไลน์ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาขาย ดังนี้

1. การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) ด้วยการตั้งราคาแบบ Even Pricing ตั้งราคาขายให้ราคาลงท้ายด้วยเลข 00 ซึ่งการตั้งราคาแบบนี้ทำให้ลูกค้ามองว่าเป็นสินค้าราคาเต็ม ไม่ได้เป็นการลดราคาขาย ส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี เช่น

"...มาแล้วพารา 700 อยากเมาอยากตี้ต้องที่นี้เลยครับ แอดไลน์มากันได้เลย ..."

"...ลูก400จัดส่งฟรีครับ (รอบส่งวันจันทร์) มีไม่มากแล้วครับผม..."

2. การตั้งราคาขายแบบมัดรวมสินค้า (Bundle Pricing) ด้วยการนำยาอีหลายเม็ดมาขายรวมกันในราคาเดียว การตั้งราคาแบบนี้ช่วยกระตุ้นการซื้อของลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับยาอีที่คุ้มค่า ยาอีมีราคาถูกลงหากซื้อยาอีแบบเป็นชุด และช่วยให้ผู้ขายขายยาอีได้เป็นจำนวนมาก เช่น

"...10ลูก 3600 จัดส่งฟรีครับ มีไม่เยอะแล้วววว ..."

"...#หนมนอก #หนมเมา #การันตี 1 ps – 340 10 ps – 2900 100 ps – 27000 อยู่ที่ใจ ไม่ชนมือ เน้นวางไดเร็กมา..."

"... หนมเม็ด400 10เม็ด3500 #สนใจแอดมาเลยคับ..."

3. การตั้งราคาแบบพรีเมียม (Premium Pricing) ด้วยการตั้งราคายาอีของต่างประเทศ "หนมนอก" ให้มีราคาที่แพงกว่ายาอีไทย "หนมไทย" เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของยาอีนอก "หนมนอก" ว่ามีคุณภาพกว่ายาอีไทย "หนมไทย" ด้วยการใช้ราคาเป็นตัวกำหนด เช่น

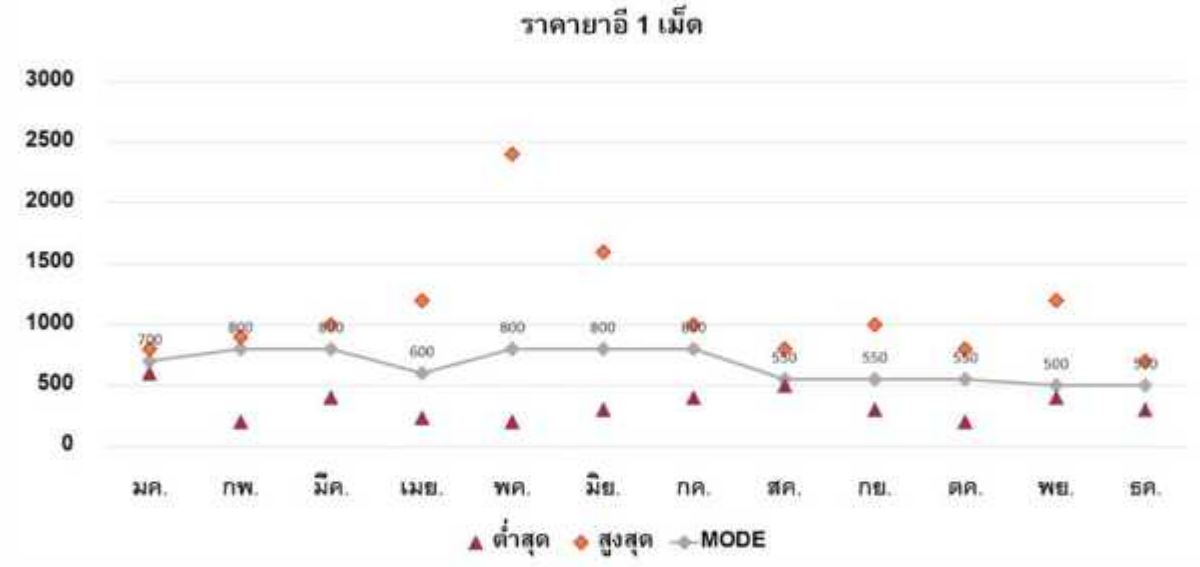
"...หนมไทย&หนมนอกหนมไทย250ขั้นต่ำ5ลูกหนมนอก350ขั้นต่ำ5ลูก Noเก็บปลายทาง Noชนมือ..."

"...#หนม ไทย 500 นอก 600..."

"...หนมไทย/หนมนอก ท.400/น.500 พร้อมส่งทุกวัน ยกเว้นวันเสาร์-วันอาทิตย์สนใจติดต่อไลน์จ้า..."

ราคาขายยาอี 1 เม็ด นิยมขายที่ราคา 400 บาท (100-1,200 บาท) ช่วงเดือนมิถุนายนถึงกรกฎาคม พ.ศ. 2564 ราคาสูงกว่าเดือนอื่น เนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 รอบที่สาม และรอบที่สี่

กราฟที่ 11 แนวโน้มราคายาอี 1 เม็ด



● ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ขายโพสต์ขายยาอี 710 โพสต์ ผู้ขายยาอีนิยมใช้วิธีการติดต่อการส่งข้อความ (Direct Message) ในสื่อสังคมออนไลน์ 59 โพสต์ ร้อยละ 8.30 ส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์ 559 โพสต์ ร้อยละ 78.73 โทรศัพท์ 1 โพสต์ ร้อยละ 0.14 วิธีการจ่ายเงินนิยมเก็บเงินปลายทางมากที่สุด 38 โพสต์ ร้อยละ 5.35 ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางกระจายยาอีไปสู่ผู้เสพ วิธีการจัดส่งที่นิยมมากที่สุด คือ ส่งพัสดุบริษัทเอกชน 80 โพสต์ ร้อยละ 11.27 ไปส่งเองให้ถึงมือผู้ซื้อ (ขนมือ) 26 โพสต์ ร้อยละ 3.66 ใช้วิธีการวางหรือโยนตามที่จุดนัดหมาย 9 โพสต์ ร้อยละ 1.27 และส่งโดยใช้บริษัทไปรษณีย์ไทย 3 โพสต์ ร้อยละ 0.42 ตามลำดับ

● ด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าต้องการที่จะซื้อยาอีซึ่งมีด้วยกันหลายวิธี คือ

1. การโฆษณา (Advertising) ผู้ขายยาอี โพสต์รูปภาพยาอีชนิดต่างๆ ที่ขาย และข้อความที่บ่งบอกให้ทราบ และสร้างการรับรู้ให้ลูกค้า

"...ลูกค้าเก่าเหมือนเดิม ลูกค้าใหม่ทักข้อความมาได้เลย..."

"...หนมมม DM มาเย้ยยราคาไม่แรงงง..."

"...มาเลยหัวเชื้อหนมกับหนมนอกแรงๆ..."

2. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) ด้วยการลดราคาขายยาอี โดยใช้ช่วงเวลาการระบาดของเชื้อโรคโควิด-19 จัดกิจกรรมลดราคายาอีเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้า เพื่อโปรโมทร้านใหม่ การลดราคาขายให้ลูกค้าที่ซื้อยาอีเป็นจำนวนมากเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อยาอีเพิ่มขึ้น การจัดส่งให้ฟรีทำให้ลูกค้าเห็นถึงความคุ้มค่าที่จะตัดสินใจซื้อยาอีกับผู้ขายรายนี้

"...ช่วงนี้โควิดแบบนี้ หนมทรัมป์ ปรับราคาลงน่ะครับ ลูกละ500บาท จันทบุรีนัดรับตัวเมืองได้เลย ต่างจังหวัดบวกค่าส่ง50บาท (ส่งแฟลช)..."

"...โรเล็กซ์เขียวโปรเปิดร้าน ลูกค้า10คนแรก ไม่จำกัดจำนวน เอาไปเลยลูกละ400บาท..."

"...ลูก400จัดส่งฟรีครับ (รอบส่งวันจันทร์) มีไม่มากแล้วครับผม..."

"...ตัวเดิมตัวดีมาอีกแล้วนะครับ 700 เท่านั้น เอาเยอะลงได้อีกครับ ลนใจแอดไลน์มากันเลย ..."

ภาพที่ 27 โพสต์การส่งเสริมการขายยาอี

3. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การใช้เครดิตการขาย การสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับลูกค้าที่ต้องการจะซื้อยาอี เพราะการซื้อขายยาเสพติดในสื่อสังคมออนไลน์นั้นมีทั้งที่ผู้ขายจริงและหลอกลวง ดังนั้น หากผู้ขายยาเสพติดรายใด มีเครดิตการขายที่ดีจะช่วยดึงดูดความน่าสนใจจากลูกค้าและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อจากลูกค้าได้มากขึ้น

"... หนมนอกยูทูป(YouTube) เช็คเครดิตได้หน้าTwitter ลูกละ500 สนใจกดลิ้งค์ด้านล่างเลยครับ https://line.me/ t..."

"...สนใจทักข้อความมาได้เลยลูกค้าเก่าและใหม่ที่คุ้นเคยจำกันได้ เครดิตแน่นๆเช็คดูได้เลย..."

คีตามีน

● ด้านผลิตภัณฑ์

คีตามีน หรือยาเคที่ขายบนอินเทอร์เน็ตมีทั้งแบบเกร็ดและแบบน้ำ แบบเกร็ดบรรจุในซองซิปพลาสติก แบบน้ำบรรจุในขวดยาที่ใช้สำหรับฉีด บรรจุภัณฑ์ที่นิยมใช้ คือ คีตามีนที่บรรจุมาในถุงชาเขียว หรือที่เรียกกันว่า เคเกร็ดชาเขียว เคชาเขียว ในกลุ่มผู้ขายผู้เสพรับรู้กันว่าเป็นคีตามีนที่มีคุณภาพดี

ภาษา คำที่ใช้ในการขายคีตามีน ได้แก่

- "มีครUจบทุกสุย" เป็นการบอกลูกค้าว่ามียาเสพติดหลายชนิดขาย (ไอซ์ ยาบ้า คีตามีน)
- "ยกขีด" จำหน่ายหรือซื้อคีตามีน ในน้ำหนักครั้งละขีด
- "ยกโล" จำหน่ายหรือซื้อคีตามีน ในน้ำหนักครั้งละกิโลกรัม
- "เคชาเขียว" "เคเกล็ดชาเขียว" คีตามีนแบบเกล็ดชนิดหนึ่ง บรรจุในซองชาเขียว
- "เคนมผง" ผสมกันหลายตัวยา ประกอบด้วย คีตามีน ยานอนหลับ (ไดอะซีแพม)

ผู้ขายคีตามีนได้นำสัญลักษณ์อิโมจิต่างๆ มาใช้แทนคำสำหรับขายคีตามีนที่นอกเหนือจากคำที่ใช้เรียก ดังนี้

ภาพที่ 28 สัญลักษณ์อิโมจิที่ใช้ในการขายคีตามีน

สัญลักษณ์	ชื่อทางการ	ความหมาย	ตัวอย่าง
	ประกายดอกไม้ไฟ	คีตามีน	คีตามีน จีG1200
	ใบหน้ากำลังจาม	= คีตามีน เสพด้วยการสูดเข้าทางจมูก	

ภาพที่ 29 คีตามีน บรรจุภัณฑ์ และอุปกรณ์การเสพ

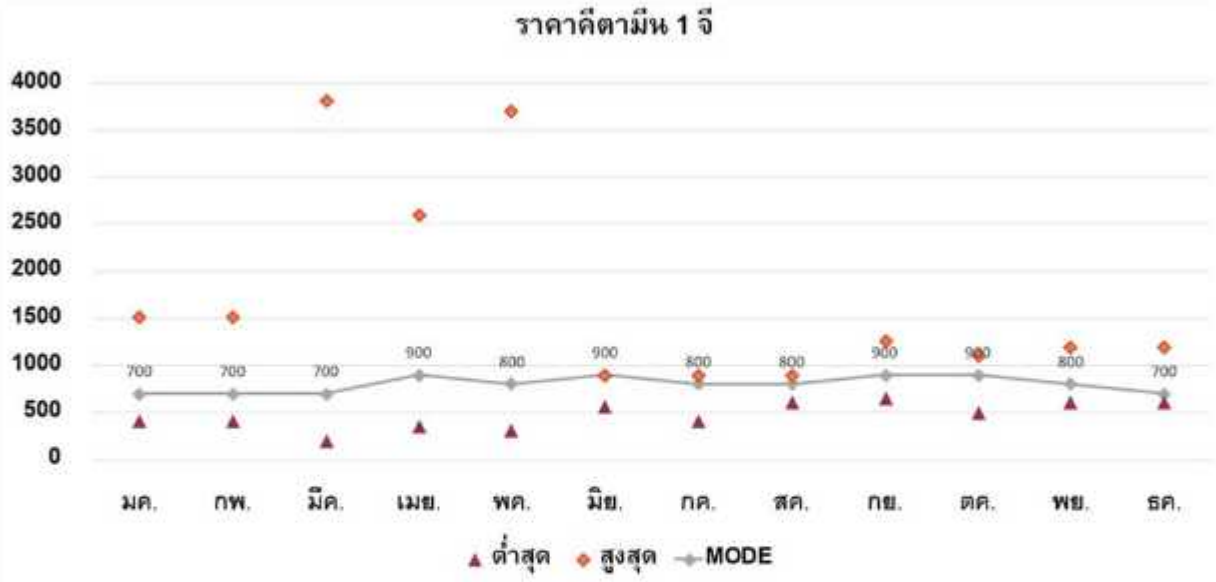
● **ด้านราคา**

ราคาขายคีตามีนในสื่อสังคมออนไลน์ใช้หน่วยการขายที่นิยมมากที่สุด คือ จี ใช้เป็นหน่วยในการขายมากกว่าร้อยละ 92.0 รองมาคือ ซีด กรัม ถุง กิโลกรัม ห่อ หน่วยต่างๆ มีความหมายดังนี้

- คีตามีน(ผง) 1 จี หมายถึง คีตามีน (ผง) น้ำหนัก 1.2 กรัม
- คีตามีน(ผง) 1 ถุง หมายถึง คีตามีน (ผง) น้ำหนัก 0.8 - 1 กรัม

ราคาขายคีตามีน 1 จี นิยมขายที่ราคา 800 บาท (200-3,800 บาท) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

กราฟที่ 12 แนวโน้มราคาคีตามีน 1 จี



ผู้ขายคีตามีนในสื่อสังคมออนไลน์ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาขาย ดังนี้

1. การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) ด้วยการตั้งราคาแบบ Even Pricing ตั้งราคาขายให้ราคาลงท้ายด้วยเลข 00 ซึ่งการตั้งราคาแบบนี้ทำให้ลูกค้ามองว่า เป็นสินค้าราคาเต็ม ไม่ได้เป็นการลดราคาขาย ส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี เช่น

"...เคเกร็ด 1g600 2g1000 5g2500 10g5000 มีโปรโมชั่นพิเศษสั่ง3แถม1 เช็คเครดิตได้ที่หน้า(Twitter) สนใจกดลิ้งค์ด้านล่างเลยครับ ..."

"... เคเกร็ด ครับผม พึ่งเข้ามาใหม่ ราคา 1จี 600บาท 2จี1,200บาท 5รวม3,000บาท..."

"...ขอบคุณที่ไว้วางใจนะครับ เคเกร็ด จีละ800 5จี3600 10จี5500..."

2. การตั้งราคาเพื่อการส่งเสริมการตลาด (Promotion Pricing) ด้วยการตั้งราคาแบบล่อใจ ในราคาที่ถูกมากๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้เสพเลือกที่จะซื้อคีตามี และเมื่อได้ทำการซื้อขายกันแล้วมีโอกาสที่จะเป็นเป็นลูกค้าประจำได้ในอนาคต การตั้งราคาจำหน่ายคีตามีนชนิดเคซาเชียวในราคาที่พอๆ กับคีตามีนชนิดอื่นโดยใช้คำโฆษณาในโพสต์ที่สื่อให้ผู้เสพรู้สึกว่าเคซาเชียวเป็นคีตามีนที่มีคุณภาพ และราคาที่จำหน่ายอยู่นี้ ไม่มีผู้ขายรายไหนขายในราคานี้ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้าของผู้เสพได้ เช่น

"...เคเกร็ดหรือเคตามีน ถุงนี้ให้ 2000 แค่ถุงเดียว ที่เหลือราคาปกติเหมือนเดิม..."

"...เคซาเชียวของแท้ต้องที่นี่เท่านั้น สนใจแอดไลน์มาเลยครับ 700 เท่านั้นราคานี้ไม่มีที่ไหนแล้ว ..."

3. การตั้งราคาในแบบ Premium Pricing เป็นการตั้งราคาขายคีตามีนชนิด เคเกล็ดนอก ในราคาที่สูงกว่าราคาขายทั่วไป ด้วยการโฆษณาให้ลูกค้ารู้ถึงคุณภาพ เช่น ของนอกแท้ 100% บริสุทธิ์ สะอาด เสพครั้งเดียวก็มึนเมาได้ทำให้ไม่เปลือง

"...เคเกร็ด นอก แท้ 100% ไม่ผสม เกร็ดใหญ่ๆ ดมเค เคดีต้องตักเดียวรู้ ขายจริง ไม่หลอก ของแท้ มีเยอะ ถุงละ 1,000 บาท เคแท้ดมทีเดียวรู้เรื่อง ไม่เปลืองของ เคบริสุทธิ์ สะอาด ปลอดภัย ขาดแค่อย. ..."

● ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ขายโพสต์ขายคีตามีน 547 โพสต์ ผู้ขายคีตามีนนิยมใช้วิธีการติดต่อการส่งข้อความ (Direct Message) ในสื่อสังคมออนไลน์ 40 โพสต์ ร้อยละ 7.31 ส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์ 450 โพสต์ ร้อยละ 82.27 โทรศัพท์ 2 โพสต์ ร้อยละ 0.37 จ่ายเงินด้วยวิธีการโอนเงินมากที่สุด 15 โพสต์ ร้อยละ 2.74 เก็บเงินปลายทาง 45 โพสต์ ร้อยละ 8.23 จ่ายเงินสด 1 โพสต์ ร้อยละ 0.18

ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางกระจายคีตามีนไปสู่ผู้เสพ วิธีการจัดส่งที่นิยมมากที่สุด คือ ส่งพัสดุบริษัทเอกชน 96 โพสต์ ร้อยละ 17.55 ไปส่งเองให้ถึงมือผู้ซื้อ (ชนมือ) 28 โพสต์ ร้อยละ 5.12 ส่งโดยใช้บริษัทไปรษณีย์ไทย 1 โพสต์ ร้อยละ 0.18 และใช้วิธีการวางหรือโยนตามที่จุดนัดหมาย 4 โพสต์ ร้อยละ 0.73 ตามลำดับ

● ด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าต้องการที่จะซื้อคีตามีน ซึ่งมีด้วยกันหลายวิธี คือ

1. การโฆษณา (Advertising) ผู้ขายคีตามีนโฆษณาคีตามีนที่ตนเองขายเพื่อสื่อให้ลูกค้าทราบถึงคุณภาพของคีตามีนว่า คีตามีนที่ขายนั้นมีคุณภาพดีกว่าของผู้ขายอื่น *"...เคแท้ดมทีเดียวรู้เรื่อง ไม่เปลืองของ เคบริสุทธิ์ สะอาด*

ปลอดภัย ขาดแค่อย. ...” “...ทางอื่นเป็นไงไม่รู้แต่ทางนี้ของโครตเมา...” การโพสต์บอกให้ลูกค้าทราบว่ามีคีตามีนชนิดเคซาเขียวขาย เพื่อดึงดูดความน่าสนใจและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อจากลูกค้าที่ต้องการเสพคีตามีนชนิดนี้ “...ยังไม่หมดนะครับ เคซาเขียวของแท้ต้องที่นี่เท่านั้น...” “...ที่อื่นขาดแต่ที่ผมไม่ขาดน่ะจ่ะ555 #เคซาเขียว...” “...K.เกร็ดตัวซาเขียว ตอนนี้ที่อื่นขาดแต่ผมมี...”

“...เคเกร็ด นอก แท้ 100% ไม่ผสม เกร็ดใหญ่ๆ ดมเค เคดีต้องตักเดียวรู้ ขายจริง ไม่หลอก ของแท้มีเยอะถุงละ 1,000 บาท เคแท้ดมทีเดียวรู้เรื่อง ไม่เปลืองของ เคบริสุทธิ์ สะอาด ปลอดภัย ขาดแค่อย. ...”

“...ทางอื่นเป็นไงไม่รู้แต่ทางนี้ของโครตเมา รับประกัน 💯 💯 💯 รีบๆก่อนของหมดนะครับ #เค #เคเกล็ด #เคตามีน #เคverygood #เคเมา #หนม #หนมนอก #สายตี้...”

“...ยังไม่หมดนะครับ เคซาเขียวของแท้ต้องที่นี่เท่านั้น สนใจแอดไลน์มาเลยครับ 700 เท่านั้นราคานี้ไม่มีที่ไหนแล้ว 👍 👻...”

“...ที่อื่นขาดแต่ที่ผมไม่ขาดน่ะจ่ะ555 #เคซาเขียว #เคปากี #หนมนอก เคซาเขียวแบ่งแต่จีน้ะครับ ปากีแบ่งรวมให้ได้...”

“...K.เกร็ดตัวซาเขียว ตอนนี้ที่อื่นขาดแต่ผมมี มีหมดครบจบในที่เดียว!! 2G 2500 /3G 3000 / 5G 5000 จัดส่งให้ฟรี กทมรอรับของได้เลย ❄️ ❄️ เปิดใจไม่มีคำว่าผิดหวัง 💯 💯 เครดิตดีไม่มีเสียเช็คของได้ลายงานระดับ หัวๆ ID....”

2. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) พบการใช้กลยุทธ์หลายรูปแบบเพื่อกระตุ้นและดึงดูดให้ลูกค้า ได้ตัดสินใจหันมาเลือกซื้อคีตามีนจากตนเองแทนผู้ขายรายอื่น และยังช่วยดึงลูกค้าเก่าให้มาซื้อซ้ำได้ ด้วยการให้ลูกค้าได้เห็นถึงความคุ้มค่า หากตัดสินใจซื้อ จากโปรโมชั่นต่างๆ ดังนี้

– การลดราคาขายคีตามีนหากลูกค้าสั่งซื้อคีตามีนในจำนวนมาก *“... 👻 มาครับ เคเกร็ด 👻 1G 700/1.2 3G 2,000 5G 3,300/ใส่ถุงรวม สั่งเยอะราคาลงให้ได้อีกนะ...”*

– การแถมคีตามีน หากลูกค้าได้ซื้อในจำนวนที่กำหนดไว้ *“...โปรโมชั่น 3 FREE 2 สนใจDMมาได้ครับ...” “...พลาดไม่ได้แล้ว มีโปร ซื้อ 1 แถม 1 นะครับ...”*

– การให้ของแถมกับลูกค้าเก่า ก็ช่วยสร้างการซื้อซ้ำได้ *“...ลูกค้าเก่าผมมีของแถมให้ส่วนลูกค้าใหม่สั่งครั้งต่อไปผมก็แถมให้นะครับ...”*

– การคืนเงินหากคีตามีนคุณภาพไม่ดี “...เคเกล็ด G900 การันตีคุณภาพ ไม่พอใจยินดีคืนเงิน...”

– การจัดส่งคีตามีนให้ลูกค้าฟรี “...ชุดนี้โครตเมา ราคาเหมาๆ ค่าส่งฟรีเฉพาะช่วงนี้เท่านั้น !!...”

“... 👻 มาครับ เคเกร็ด 👻 1G 700/1.2 3G 2,000 5G 3,300/ใส่ถุงรวม สั่งเยอะราคาลงให้ได้อีกนะ ลูกค้าเก่าผมมีของแถมให้ส่วนลูกค้าใหม่สั่งครั้งต่อไปผมก็แถมให้นะครับ มีส่งด่วนใน กทม ต่างจัดหวัดต้องรอหน่อยนะ...”

“...โปรโมชั่น 3 FREE 2 สนใจDMมาได้ครับ K.1G 700 K.2G 1300 K.ครึ่งขีด 26000 K.1ขีด 50000 ส่งจริงไม่โกง100% ...”

“...มีโปรวันนี้เท่านั้นช้าหมดอดนะครับ ถึงตี4นะหมดโปร พลาดไม่ได้แล้ว มีโปร ซื้อ 1 แถม 1 นะครับ ทุกอย่างเลย ซื้อ1ชิ้น แถม1 ทุกอย่าง น้ำแข็ง ตัวเล็ก หนม เค เนื้อ พร้อมส่งทักมา...”

“...เคเกล็ด G900 ออเดอร์พร้อมส่ง การันตีคุณภาพ ไม่พอใจยินดีคืนเงิน...”

"...ชุดนี้โครตเมา ราคาเหมาๆ ค่าส่งฟรีเฉพาะช่วงนี้เท่านั้น !! #เคเกล็ด #เคตามีน #เคverygood #หนม #หนมนอก #เค คนจริงไม่น้ำลาย สั่งของ@ไลน์มานะครับ..."

3. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ผู้ขายคีตามีน ได้โพสต์ข้อความ รูปภาพประชาสัมพันธ์ บอกลูกค้าให้ทราบว่า "ตนเองนั้น มีเครดิตการขายที่ดี ส่งของให้จริง" เพื่อเป็นการให้ข้อมูลและสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าที่ต้องการซื้อคีตามีน

"...เคเกร็ด จีละ 400 เอาเยอะทักไลน์มา 1G , 5รวม , 1ขีด มีเครดิตชัดเจน ส่งจริง ปลอดภัย. ราคารวมส่ง พร้อมลงจอด ทุกบ้าน..."

เฮโรอีน

● ด้านผลิตภัณฑ์

เฮโรอีนที่ขายบนอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นก้อน หรือผง บรรจุในห่อกระดาษที่ปั๊มตรายี่ห้อและหุ้มด้วยพลาสติกใสเพื่อกันน้ำ ซองซิปพลาสติก ถุงพลาสติก หลอดดูดน้ำพลาสติก ขวดพลาสติกขนาดต่างๆ

ภาษา คำที่ใช้ในการขาย ได้แก่

- "กระเทียม" "แป๊ะ" หมายถึง เฮโรอีน
- "แท่ง" ใช้เรียกน้ำหนักของเฮโรอีน 1 แท่งหนัก 350 กรัม
- "ตัว" ใช้เรียกน้ำหนักของเฮโรอีน 1 ตัวหนัก 700กรัม (2แท่ง)
- "เฮงานดี" เฮโรอีนคุณภาพดี
- "งานสิง" เฮโรอีนตราสิงโตเหยียบลูกโลก

ภาพที่ 30 เฮโรอีนชนิดก้อน

ภาพที่ 31 บรรจุภัณฑ์เฮโรอีน

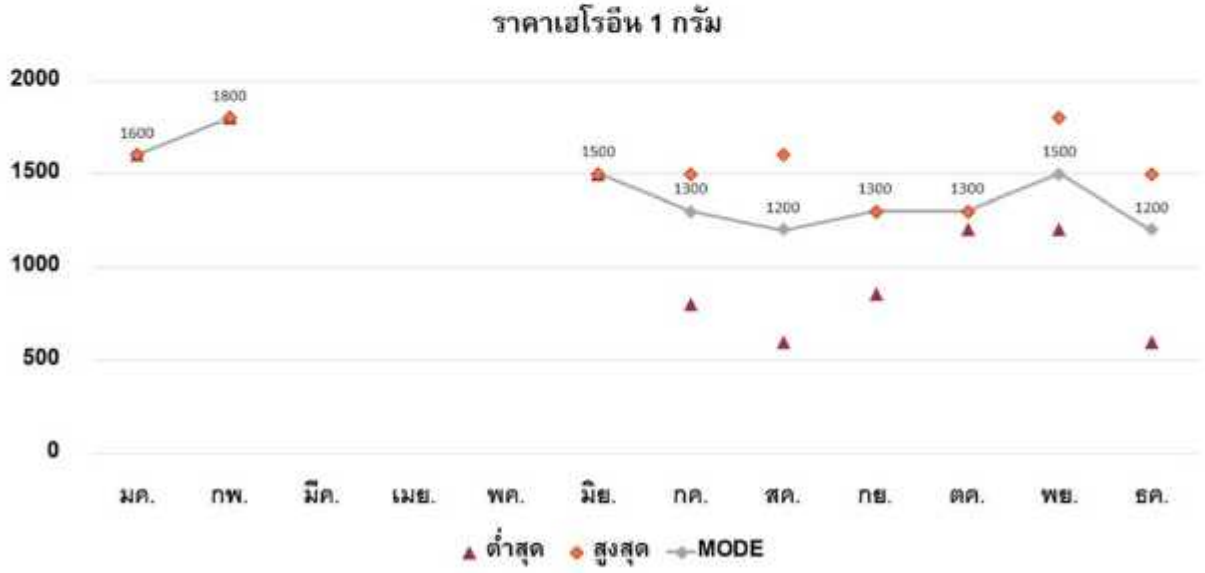
● **ด้านราคา**

ราคาขายเฮโรอีนในสื่อสังคมออนไลน์ใช้หน่วยการขายที่นิยมมากที่สุด คือ กรัม ใช้เป็นหน่วยในการขายมากกว่าร้อยละ 43.0 รองมาคือ บิ๊ก จี หลอด แบ่งขาย ซีด ฝา หน่วยต่างๆ มีความหมายดังนี้

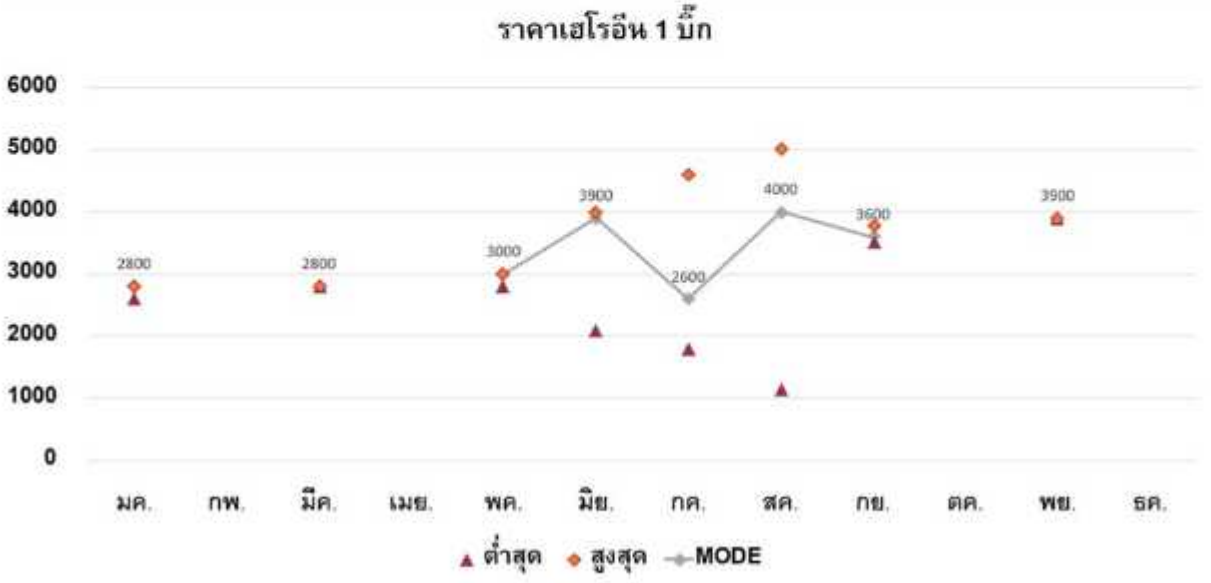
- เฮโรอีน 1 บิ๊ก หมายถึง เฮโรอีน น้ำหนัก 1.1-4.2 กรัม
- เฮโรอีน 1 จี หมายถึง เฮโรอีน น้ำหนัก 1 กรัม
- เฮโรอีน 1 หลอด หมายถึง เฮโรอีนบรรจุในหลอดพลาสติกสีฟ้า สีชมพู
- เฮโรอีน แบ่งขาย หมายถึง เฮโรอีน 1 ถุงซิป

ราคาขายเฮโรอีน 1 กรัม นิยมขายที่ราคา 1,200 บาท (600-1,800 บาท) ราคาขายเฮโรอีน 1 บิ๊ก นิยมขายที่ราคา 2,600 บาท (1,150-5,000 บาท) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

กราฟที่ 13 แนวโน้มราคาเฮโรอีน 1 กรัม



กราฟที่ 14 แนวโน้มราคาเฮโรอีน 1 บิ๊ก



ผู้ขายเฮโรอีนในสื่อสังคมออนไลน์ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาขาย ดังนี้

1. ใช้การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) ด้วยการตั้งราคาแบบ Even Pricing ตั้งราคาขายให้ราคาลงท้ายด้วยเลข 00 ซึ่งการตั้งราคาแบบนี้ทำให้ลูกค้ามองว่าเป็นสินค้าราคาเต็ม ไม่ได้เป็นการลดราคาขาย ส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี เช่น

"...F ✔ 🌀 💯 กลับมาแล้วครับ บช.ลงท้าย035 🐎เฮโลอีน ผงขาว แปะ แป้ง 🐎 2 บิ๊ก 5200.- 1บิ๊ก 2800.- ครึ่งบิ๊ก 1400.- ฝา 800.- Fชื่อนี้ไม่มีเสีย สั่งวันพรุ่งนี้ส่ง รับคนส่งยอด ไม่รับงานเค..."

"...เฮงานดี100% งานก้อน เช็คของได้ แต่ต้องพร้อมจบ 10G ขึ้นไปมีปลายทาง อายัด ชดเต็ม เฮ บิ๊ก 2100 3.0g ครึ่งบิ๊ก 1100 1.5..."

2. กลยุทธ์ราคาแยกตามกลุ่มลูกค้า (Pricing by Type of Customers) เป็นการกำหนดราคาตามกลุ่มลูกค้าโดยพิจารณาจากกำลังซื้อของลูกค้า เพื่อกระตุ้นการขายและดึงดูดลูกค้ากลุ่มที่มีกำลังซื้อน้อยให้ตัดสินใจมาเป็นลูกค้า ด้วยการแบ่งขายเฮโรอีนในปริมาณที่ไม่มาก เพื่อที่จะตั้งราคาจำหน่ายได้ถูกลงกว่าปกติ กลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อน้อยก็สามารถซื้อได้ เช่น

"...#ขายแป๊ะ เกรดดี จีละ1, 500 1.0g แบ่งขั้นต่ำ300 ตักได้ ส่งจริง💯 ❤ มีเครดิตทุกวัน LINE : ..."

"...งานสิง จี 1500 ขั้นต่ำ500 DM มาได้เลย ไม่พูดเยอะ..."

"...DMมาๆ หลอด500 #เฮโรอีน #ผงขาว #แป๊ะ #แป๊ะโรย #แป๊ะฉีด #กัญชาอัดแท่ง #กัญชากรุงเทพ #ชนมือ..."

"...#เฮโรอีน #แปะ #ผงขาว #สายเมา #สายดีด #สายไฮคลู #สายตี้ #สายเขียว #สายไฮ #สายฉีด #แปะสูบ #แปะฉีด #สายผง ส่งจิง ส่งชัวร์100% ทักมาสอบถามได้ เครดิตมีครับ ลูกค้าที่ได้รับของแล้วขอบคุณที่ไว้ใจเชื่อใจผมนะครับ topfy-heroin 1G 1300 2G 2500 3G 3800 4G 5000 5G 6000 ส่งจิง100%เครดิตมีให้ดู..."

3. การตั้งราคาในแบบ Premium Pricing ด้วยการใช้ตัวของเฮโรอีนตราสิงห์เหยียบโลก ซึ่งเป็นเฮโรอีนที่รู้จักมานาน ว่ามีคุณภาพดี เป็นจุดขาย ผู้ขายจึงตั้งราคาขายให้สูงกว่าเฮโรอีนทั่วไปได้จากชื่อเสียงของเฮโรอีนชนิดนี้ เช่น

"...#ผงขาว เกรดดี ตราสิงห์เหยียบโลก จีละ1,500 บิ๊กสั่งได้ครับ..."

"...แป๊ะจีละ1400฿ บิ๊กละ3900฿ งานสิงโตเหยียบโลก เมาแน่นอน ☺ กทมส่งไลน์แมนได้ ตจว รอสินค้า2-3วัน 1G 1600฿ 3G 3200฿ 7G 5400฿ 12G 8400฿..."

● ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ขายโพสต์ขายเฮโรอีน 199 โพสต์ ผู้ขายเฮโรอีนนิยมใช้วิธีการติดต่อการส่งข้อความ (Direct Message) ในสื่อสังคมออนไลน์ 51 โพสต์ ร้อยละ 25.6 ส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์ 80 โพสต์ ร้อยละ 40.2 โทรศัพท์ 1 โพสต์ ร้อยละ 0.5 จ่ายเงินด้วยวิธีการโอนเงิน 9 โพสต์ ร้อยละ 4.52

ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางกระจายเฮโรอีนไปสู่ผู้เสพ วิธีการจัดส่งที่นิยมมากที่สุด คือ ส่งพัสดุบริษัทเอกชน 12 โพสต์ ร้อยละ 6.03 ไปส่งเองให้ถึงมือผู้ซื้อ (ชนมือ) 2 โพสต์ ร้อยละ 1.01 ใช้วิธีการวางหรือโยนตามที่จุดนัดหมาย 2 โพสต์ ร้อยละ 1.01 และส่งโดยใช้บริษัทไปรษณีย์ไทย 1 โพสต์ ร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

● ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. การโฆษณา (Advertising) ผู้ขายได้ใช้การโพสต์ลงในสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยข้อความและภาพเฮโรอีน โดยใช้ยี่ห้อของเฮโรอีนสิงโตเหยียบโลกเป็นจุดขาย เพื่อดึงดูดความน่าสนใจและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อจากผู้เสพเฮโรอีน

"...มีตลอดนะครับงานสิงคู่ รับประกันความเมา เครดิตมีให้ดูเครดิตก่อนแน่นอนครับ เชื่อถือได้..."

"...แป๊ะจีละ1400฿ บิ๊กละ3900฿ งานสิงโตเหยียบโลก เมาแน่นอน..."

"...#ผงขาว เกรดดี ตราสิงห์เหยียบโลก จีละ1,500 บิ๊กสั่งได้ครับ..."

2. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) ด้วยการแจกเฮโรอีนให้กับผู้ที่หาลูกค้ามาให้ เป็นการใช้กลยุทธ์ผลัก (push strategy) เพื่อกระตุ้นและสนับสนุนให้เกิดการขายเฮโรอีนให้มากขึ้น

"...หาลูกค้าให้แถมใส่หลอดไปให้ฟรีๆอีกนะครับ..."

"...หาลูกค้าให้แถมใส่หลอดไปให้ฟรีๆอีกนะครับ ส่งจริง ส่งฟรี topfy-heroin ทักไลน์มาเลยครับผมโอนคืนนี้ส่งเช้าโอนเช้าส่งก่อนเที่ยงนะครับผม มีเครดิตครับ ครึ่งบิ๊ก1300 ซั่ง1.1G 1บิ๊ก2500 ซั่ง 2.2 G ซั่งงานเพียว..."

การไม่คิดค่าส่งเฮโรอีนหรือการส่งฟรีทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่าในการซื้อเฮโรอีนกับผู้ขาย เพราะลูกค้าไม่ต้องเพิ่มเงินในการซื้อ จ่ายเพียงค่าเฮโรอีนเท่านั้น ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อจากลูกค้าได้

"...#ผงขาว #แปะ #เฮโรอีน #สายเมา #แปะฉีด #แปะสูบ #สายเมา #สายไฮ #สายตี้ #สายวาร์ป ปกติขายทางอินสตาแกม สนใจเข้ากลุ่มแอด IDnotena. ส่งจริง ส่งฟรี ทักไลน์มาเลยครับผมโอนคืนนี้ส่งเช้าโอนเช้าส่งก่อนเที่ยงนะครับผม มีเครดิตครับ ยกข้าง ยกชิด ครึ่งชิดมีหมดครับ บิ๊กครึ่งบิ๊กผมจัดให้ได้ตามสั่ง...."

3. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เพื่อสร้างเครดิตการขายให้ตัวเองด้วยข้อความที่สร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าในการซื้อเฮโรอีนจากผู้ขาย ว่าจะไม่ถูกหลอกลวงหรือถูกโกงเงินค่าเฮโรอีน ด้วยการบอกว่าตัวเองนั้นมีเครดิตการขายที่ดี และลูกค้าสามารถขอดูเครดิตการขายได้

"...มันคือแป้งงงง แป๊ะบิ๊กละ 3.0g 3xxx บาท ครับ ของจริงไม่พูดเยอะ เครดิตมีดูได้ สนใจ DMมาคับ วัยรุ่น

#ขาว #แปะ #แป๊ะ #แป๊ะ #เฮ #เฮโรอีน #ไก่ #สิงโตเหยียบโลก..."

"...#เฮโรอีน #แปะ #ผงขาว #สายเมา #สายดีด #สายไฮคลู #สายตี้ #สายเขียว #สายไฮ #สายฉีด #แปะสูบ #แปะฉีด #สายผง ส่งจิง ส่งชัวร์100% ทักมาสอบถามได้ เครดิตมีครับ ลูกค้าที่ได้รับของแล้วขอบคุณที่ไว้ใจเชื่อใจผมนะครับ heroin ice. 1G 1300 2G 2500 3G 3800 4G 5000 5G 6000 ส่งจิง100%เครดิตมีให้ดู..."

รวมถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อลูกค้าด้วยการจ่ายเงินคืนให้ลูกค้า หากเฮโรอีนที่ส่งไปให้ถูกจับหรืออายัด สร้างภาพลักษณ์การขายและความเชื่อมั่นในตัวผู้ขายต่อลูกค้า ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อจากลูกค้าได้เป็นอย่างดี

"...เฮงานดี100% งานก้อน ต้องพร้อมจบ อายัด ชดเต็ม เฮ ปิ๊ก 2600 2.8 ครึ่งปิ๊ก 1600 1.4 ค่าส่งออก 100 ราคานี้ล็อตนี้ ราคานี้ชุดนี้เท่านั้นมีไม่เยอะ ! ! ..."

"...เฮงานดี100% งานก้อนเช็คของได้แต่ต้องพร้อมจบ 10G ขึ้นไปมีปลายทางอายัดชดเต็ม..."

โคเคน

- **ด้านผลิตภัณฑ์**

โคเคนที่ขายบนอินเทอร์เน็ตมีลักษณะเป็นก้อน แท่ง หรือผง บรรจุในซองซิปพลาสติก

ภาพที่ 32 โคเคนและบรรจุภัณฑ์

● ด้านราคา

ราคาขายโคเคนในสื่อสังคมออนไลน์ใช้หน่วยการขายที่นิยมมากที่สุด คือ จี รองมาคือ กรัม แบ่งขาย ลูก ราคาขายโคเคน 1 กรัม 3,500-4,300 บาท ราคาโคเคนต้นปีสูงกว่าราคาขายโคเคนปลายปี

ผู้ขายโคเคนในสื่อสังคมออนไลน์ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาขาย ดังนี้

1. ใช้การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) ด้วยการตั้งราคาแบบ Even Pricing ตั้งราคาขายให้ราคาลงท้ายด้วยเลข 00 ซึ่งการตั้งราคาแบบนี้ทำให้ลูกค้ามองว่าเป็นสินค้าราคาเต็มไม่ได้เป็นการลดราคาขาย ส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี และการตั้งราคาเลขท้ายในแบบ 3xxx เพื่อสร้างความรู้สึกให้กับลูกค้าที่ได้เห็นราคานี้ว่ามีราคาขายที่ไม่แพง เพราะไม่ได้เห็นตัวเลขและไม่มีการเปรียบเทียบกับราคาอื่น ทำให้เกิดการกระตุ้นความน่าสนใจที่อยากจะทราบราคาขายโคเคนนี้

"...แบ่งขั้นต่ำ 1gram 3800 รวมส่ง สนใจแอดไลน์ Line: #cocaine #โคเคน #โค้ก..."

"...มันคือแป้งงงง แป้ะบิ๊กละ 3.0g 3xxx บาท ครับ ของจริงไม่พูดเยอะ เครดิตมีดูได้ สนใจ DMมาคับ วัยรุ่น #ขาว #แปะ #แป้ะ #แป๊ะ #เฮ #เฮโรอีน #ไก่ #สิงโตเหยียบโลก..."

2. กลยุทธ์ราคาแยกตามกลุ่มลูกค้า (Pricing by Type of Customers) เป็นการกำหนดราคาตามกลุ่มลูกค้าโดยพิจารณาจากกำลังซื้อของลูกค้า เพื่อกระตุ้นการขายและดึงดูดลูกค้ากลุ่มที่มีกำลังซื้อน้อยให้ตัดสินใจมาเป็นลูกค้ากับผู้ขายด้วยการแบ่งจำหน่ายโคเคนในแบบแบ่งขายราคาถูก เพื่อให้ลูกค้าที่มีกำลังซื้อน้อยก็สามารถซื้อได้

"...Coca Cola coke crack มีแบ่งนะครับขั้นต่ำ600ลูกละ4200 งานดีครับรับประกัน..."

● ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ขายโพสต์ขายโคเคน 40 โพสต์ ผู้ขายโคเคนนิยมใช้วิธีการติดต่อการส่งข้อความ (Direct Message) ในสื่อสังคมออนไลน์ 5 โพสต์ ร้อยละ 12.5 ติดต่อทางไลน์ 19 โพสต์ ร้อยละ 47.5โทรศัพท์ 1 โพสต์ ร้อยละ 2.5 จ่ายเงินด้วยวิธีการโอนเงิน 1 โพสต์ ร้อยละ 2.5 จัดส่งโคเคนโดยใช้บริการขนส่งเอกชน 8 โพสต์ ร้อยละ 20.0

แอลเอสดี

● ด้านผลิตภัณฑ์

แอลเอสดีที่นิยมขายบนอินเทอร์เน็ตมีลักษณะเป็นแสตมป์ขนาดเล็ก 1/4 นิ้ว (6 มม.) กระดาษรูปสี่เหลี่ยม แช่ในสารละลายแอลเอสดีที่มีความเข้มข้นระหว่าง 100-400 ไมโครกรัม (ug) มีลวดลายงานศิลปะหรือการออกแบบที่หลากหลาย และแอลเอสดีชนิดน้ำบรรจุขวดขนาด 5 ซีซี

ภาษา คำที่ใช้ในการขาย ได้แก่

- "L$D" แทนคำว่า แอลเอสดี ที่เปลี่ยนตัว S เป็น $ เพื่อเลี่ยงการใช้ชื่อของยาเสพติดโดยตรง
- "แสตมป์แปะลิ้น" "แสตมป์" ที่เป็นคำสแลงเดิมของแอลเอสดี "แปะลิ้น" ที่เป็นวิธีการเสพ
- "L" เป็นอักษรภาษาอังกฤษตัวแรกของแอลเอสดี นำมาเรียกแบบสั้น

ภาพที่ 33 แอลเอสดีและบรรจุภัณฑ์

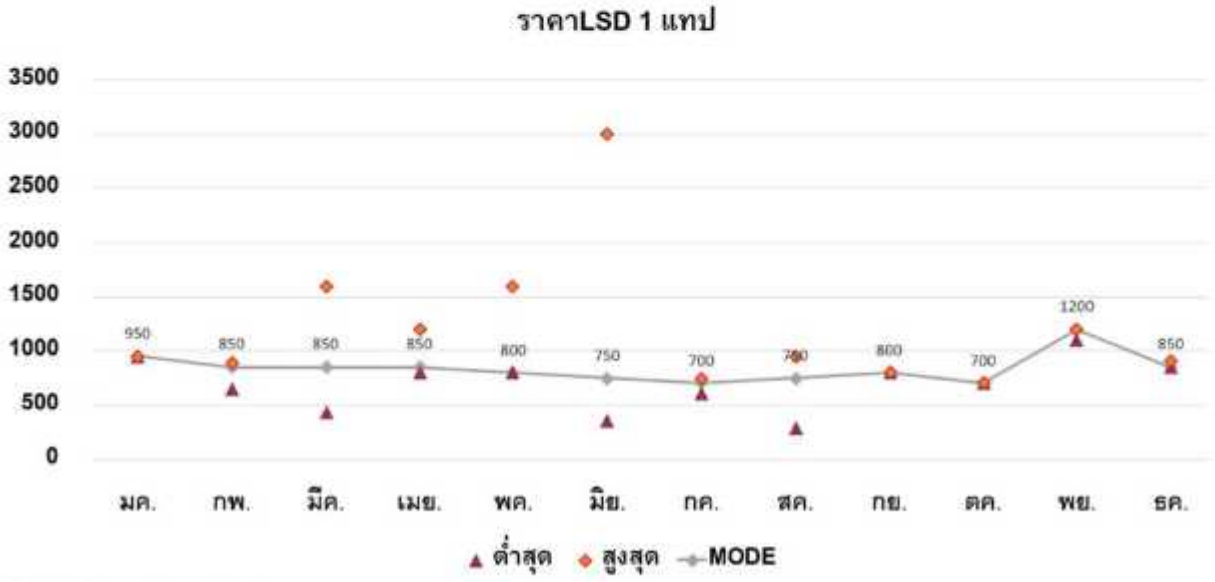
● **ด้านราคา**

ราคาขายแอลเอสดีในสื่อสังคมออนไลน์ใช้หน่วยการขายที่นิยมมากที่สุด คือ แทป รองมาคือ ชีท ทั้งนี้ราคามีความแตกต่างกันตามความเข้มข้นของปริมาณแอลเอสดี (ug) ตั้งแต่ 100 ug ถึง 400 ug

- แอลเอสดี 1 แทป หมายถึง แอลเอสดีแผ่นเล็กๆ
- แอลเอสดี 1 ชีท หมายถึง แอลเอสดี มี 25 แทป

ราคาขายแอลเอสดี 1 แทป ราคาที่นิยมขาย 800 บาท (300-3,000) บาท ราคาแอลเอสดีต้นปีสูงกว่าราคาขายแอลเอสดีปลายปี

กราฟที่ 15 แนวโน้มราคาแอลเอสดี 1 แทป



*แต่ละ tab ความเข้มข้นไม่เท่ากัน

ผู้ขายแอลเอสดีในสื่อสังคมออนไลน์ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาขาย ดังนี้

1. ใช้การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) ด้วยการกำหนดให้ราคาลงท้ายด้วยเลขคี่ หรือกลยุทธ์ราคาเลขคี่ (Odd Pricing) อย่างเช่น "...หายากมาก 💧 Tap : 890 บาท..." หรือ "...L$D 300UG 👀 💧 -990 บาทต่อ Tap ครับ..." จากตัวอย่างนั้น เป็นการตั้งราคาจำหน่ายแอลเอสดีด้วยเลข 90 ให้เกิดความรู้สึกว่ามีราคาไม่แพงกว่าการที่ตั้งราคาจำหน่ายด้วยเลขท้ายจำนวนเต็ม การตั้งราคาแบบ Even Pricing เป็นการตั้งราคาจำหน่ายแอลเอสดีให้ลงท้ายด้วยเลข 00 ซึ่งการตั้งราคาแบบนี้ทำให้ลูกค้ามองว่า ไม่ได้เป็นการลดราคาขาย และราคาที่จำหน่ายในแบบเต็มราคาทำให้รู้สึกว่าเป็นแอลเอสดีที่มีคุณภาพดี

"...LSD เมกา 300UG ☑ เหลือ 7 tap เท่านั้น! หายากมาก 💧 Tap : 890 บาท รับประกัน ไม่โกงส่งแกรัป ราคานี้รวมส่งตจว #กัญชาเชียงใหม่ #กัญชา #ตัวใหญ่ #แอลเอสดี #lsd #lsdthailand #กระดาษหรรษา #สแตมป์มรณะ..."

"...สวัสดีครับ 👮 🧪 L$D 300UG 👀 💧 -990 บาทต่อ Tap ครับ (ราคาข้างต้น +ค่าส่ง50บาท) HAPPY TRIP KUB 💜 #LSD #แอลเอสดี #กัญชา #กระดาษเมา #ทริป #แสตมป์มรณะ #micrograms..."

"...Mayan 300ug 700฿/Tabs DM Please..."

"...LSD 300UG 800 Tap..."

2. การตั้งราคาเพื่อการส่งเสริมการตลาด (Promotion Pricing) ด้วยการตั้งราคาแบบล่อใจ โดยตั้งราคาจำหน่ายแอลเอสดีให้มีราคาถูกเมื่อซื้อในปริมาณที่มากขึ้นตามที่ผู้ขายกำหนด เพื่อจูงใจผู้ลูกค้าซื้อแอลเอสดีมากขึ้น โดยเห็นถึงความคุ้มค่าของราคาที่ถูก โดยตั้งราคาจำหน่ายด้วยการยิ่งซื้อในปริมาณที่มาก ยิ่งถูกลง

"...Dm มาสอบถามได้ครับ. 220UG 1-3 = 750฿ 4-9 = 675฿ 10+ = 650฿ 1 Sheet (25 Tabs) = 15,000

Mayan CalendaR 300UG 1-3 = 950฿ 4-9 = 875฿ 10+ = 750฿ 1 Sheet (25 Tabs) = 17,500..."

"...DMมาเลยครับ 1Tabs700 10TabsลดเหลือTabsละ600..."

"...ปล่อยหนมนอกกับสแตมป์คับ หนมลูกละ350 50ลูกตก250 สแตมป์แท้ปละ400 25แท้ปตก300 ชนมือส่งแกรัปส่งไปรษณีย์ได้หมด..."

● ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ขายโพสต์ขายแอลเอสดี 164 โพสต์ ผู้ขายแอลเอสดีนิยมใช้วิธีการติดต่อการส่งข้อความ (Direct Message) ในสื่อสังคมออนไลน์ 58 โพสต์ ร้อยละ 35.37 ส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์ 42 โพสต์ ร้อยละ 25.61 ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางกระจายแอลเอสดีไปสู่ผู้เสพ วิธีการจัดส่งที่นิยมมากที่สุด คือ ส่งพัสดุบริษัทเอกชน 8 โพสต์ ร้อยละ 4.88 ชนมือหรือผู้ขายส่งแอลเอสดีถึงมือผู้รับ 1 โพสต์ ร้อยละ 0.61 ส่งโดยใช้บริษัทไปรษณีย์ไทย 1 โพสต์ ร้อยละ 0.61

● ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. การโฆษณา (Advertising) การโพสต์ภาพแอลเอสดีและข้อความที่บอกถึงแหล่งที่มาของแอลเอสดี ว่าเป็นของแท้มาจากต่างประเทศและหายาก ช่วยเพิ่มการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อจากลูกค้าได้

"...LSD เมกา 300UG ☑ เหลือ 2tap สุดท้ายเท่านั้น! หายากมาก 💧 ..."

"...LSD ของแท้ของนำเข้าUS 💯 ยินดีต้อนรับเข้าสู่โลกแห่งจิตฌาการ ✨ ..."

และการโพสต์ด้วยข้อความที่น่าสนใจที่บอกว่าถูกที่สุดในโลก ช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้าที่จะลองติดต่อสอบถามราคาขายจากผู้ขายแอลเอสดีรายนี้ได้

"...Lsdราคาถูกที่สุดในโลกแล้วครับสนใจDm..."

2. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) การลดราคาขายเพื่อจูงใจและกระตุ้นการซื้อแอลเอสดีจากลูกค้าและเพิ่มยอดขายให้ตัวเอง โดยใช้เงื่อนไขของการซื้อแอลเอสดีในจำนวนที่กำหนด เช่น ลูกค้าซื้อแอลเอสดี 10 Tab หรือ 25 Tab ผู้ขายลดราคาขายจากเดิมให้ 100 บาท "...10TabsลดเหลือTabsละ600..." "...สแตมป์แท้ปละ400 25แท้ปตก300..." และการใช้การรับประกันคุณภาพของแอลเอสดีหากลูกค้าเสพแล้วไม่เมา ยินดีคืนเงิน ช่วยเพิ่มความมั่นใจจากลูกค้าและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อแอลเอสดีจากลูกค้า "...งานนอกไม่เมาคืนเงิน..."

"...Lsd 250ug Tap ละ 700 ส่งแกรป ส่งแฟรช งานนอกไม่เมาคืนเงิน..."

"...DMมาเลยครับ 1Tabs700 10TabsลดเหลือTabsละ600..."

"...สแตมป์แท้ปละ400 25แท้ปตก300..."

หรือการลดราคาขายให้หากลูกค้าซื้อแอลเอสดีที่เหลือ ได้ราคาเหมาที่ถูกลงจากราคาปกติ "...Tap : 850 บาท เหมา 1600..."

"...LSD เมกา 300UG ☑ เหลือ 2tap สุดท้ายเท่านั้น! หายากมาก 💧 Tap : 850 บาท เหมา 1600..."

จีเอชบี

● ด้านผลิตภัณฑ์

จีเอชบี หรือที่รู้จักกันดีในชื่อ "ยาเสียสาว" มีลักษณะเป็นน้ำ ของเหลวไม่มีสี ไม่มีกลิ่น และไม่มีรส บรรจุในขวดสีชา ผู้ขายส่วนใหญ่โพสต์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของจีเอชบี เช่น "...เคลิ้ม เบลอ มึนงง..." "...เคลิ้ม เบลอ มึนงงไม่รู้ตัว..." หรือคุณสมบัติของยาที่ง่ายต่อการใช้ในการวางยาผู้อื่น "...ไร้รส กลิ่น สี..." สนองความต้องการของลูกค้า

"...1 ขวดราคา 2200 บาท GHB แบบน้ำ #ยาปลุกเซ็กส์ #ยาเสียสาวไร้รส กลิ่น สี เคลิ้ม เบลอ มึนงงของแท้ สายตรง 📱 099-..."

"... GHB #ยาเสียสาว #ยาปลุกอารมณ์ เกรดพรีเมี่ยม 👌 เก็บเงินปลายทาง นัดรับได้ถ้าต้องใช้ด่วน สายตรง 📱 081-457 ..."

"...1 ขวด 2300 บาท #ยามอมสาว GHB.เคลิ้ม เบลอ มึนงงไม่รู้ตัว การันตีคุณภาพสินค้าของแท้ มี #ยาปลุกเซ็กส์หญิง #ยาปลุกเซ็กส์ชาย สายตรง 📱 094-580-..."

ภาษา คำที่ใช้ในการโพสต์ขาย ได้แก่ ยาเสียสาว ยาปลุกอารมณ์ ยาปลุกเซ็กส์ ยามอมสาว

● ด้านราคา

ราคาขายจีเอชบี ในสื่อสังคมออนไลน์ใช้หน่วยการขายที่นิยมมาก คือ ขวด ราคาขาย 1 ขวด ตั้งแต่ 1,900 - 2,400 บาท

ผู้ขายจีเอชบีตั้งราคาขายในระดับที่ใกล้เคียงกัน เป็นการใช้กลยุทธ์การตั้งราคาในแบบ Competitive Pricing หรือ กลยุทธ์การตั้งราคาแบบอิงคู่แข่ง ด้วยคุณสมบัติและคุณภาพของจีเอชบีเหมือนกัน ผู้ขายจึงไม่สามารถตั้งราคาให้แพงกว่าผู้ขายรายอื่นได้ "...1 ขวด ราคา 2000 บาท..." "...1 ขวด 2100 บาท..." "...1 ขวด 2200 บาท..." "...1 ขวด 2300 บาท..." "...1 ขวด 2400 บาท..."

ภาพที่ 34 บรรจุภัณฑ์ การโพสต์ขายจีเอสบี

● ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ขายโพสต์ขายจีเอชบี 117 โพสต์ ผู้ขายจีเอชบีนิยมใช้วิธีการติดต่อด้วยการโทรศัพท์ 116 โพสต์ ร้อยละ 99.15 ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางกระจายจีเอชบีไปสู่ผู้เสพ วิธีการจัดส่งที่นิยมมากที่สุด คือ ส่งพัสดุบริษัทเอกชน ไปส่งเองให้ถึงมือผู้ซื้อ (ขนมือ)

● ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่งเสริมการตลาดด้วยการโฆษณา (Advertising) การโพสต์ภาพจีเอสบีและข้อความที่บอกถึงคุณภาพของจีเอชบีให้ลูกค้าในสื่อสังคมออนไลน์ได้ทราบเพื่อกระตุ้นการซื้อของลูกค้าและยังใช้การรับประกันคุณภาพของจีเอชบีทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพและตัวของผู้ขาย "...ใช้ง่าย ขายดี มีคุณภาพ รับประกันผล..." "...เคลิ้ม เบลอ มึนงง ไม่รู้ตัว การันตีคุณภาพสินค้า..." นอกจากนั้นยังพบการใช้การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ที่นอกเหนือจากการลด แลก แจกแถม เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อจากลูกค้าได้ดีด้วยการใช้การ "เก็บเงินปลายทาง" ให้กับลูกค้าที่สั่งซื้อจีเอชบี ลูกค้าจะเกิดความมั่นใจในการสั่งซื้อว่าจะไม่ถูกหลอกจากผู้ขาย เพราะลูกค้าจะได้รับของก่อนถึงจ่ายเงิน

"...😀 เก็บเงินปลายทาง 😀..." "...👍 👍 เก็บเงินปลายทาง 👍 👍 ..."

ดีเอ็มที

● ด้านผลิตภัณฑ์

ดีเอ็มที ออกฤทธิ์หลอนประสาท เสพด้วยวิธีการสูดควัน สูดดม (snorted) ฉีด และกิน ลักษณะเป็นผลึกเล็ก (เกร็ด) สีขาว-เหลืองนวล บรรจุในแคปซูลใส หรือขวดแก้ว ขวดพลาสติกขนาดเล็ก

ภาพที่ 35 ดีเอ็มที และบรรจุภัณฑ์

● ด้านราคา

ราคาขาย ดีเอ็มที (DMT) ในสื่อสังคมออนไลน์ใช้หน่วยการขายที่นิยมมากที่สุด คือ มิลลิกรัม รองมาคือ แคปซูล กรัม ราคาที่นิยมขาย 1 มิลลิกรัม ตั้งแต่ 14- 1,650 บาท ราคาที่นิยมขาย 1 แคปซูล ราคาตั้งแต่ 1,350- 1,500 บาท

ผู้ขาย ดีเอ็มที (DMT) ใช้การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) ด้วยกลยุทธ์ราคาเลขคี่ (Odd Pricing) กำหนดให้ราคาลงท้ายด้วยเลขคี่ โดยได้พบการใช้เลขท้าย 50 ในการตั้งราคาขาย เพื่อให้ลูกค้าที่ได้เห็นราคาในครั้งแรก เกิดความรู้สึกกับจำนวนราคาที่ไม่ใช้จำนวนเต็มนี้ว่าน่าจะมีราคาที่ไม่แพงหากเทียบกับจำนวนราคาในแบบเต็ม ช่วยกระตุ้นการขายได้

"...#ดีเอ็มที(DMT) แคปละ1350..."

"...ดีเอ็มที(DMT) ขนาด50มิลลิกรัม 1050บาท รวมส่ง..."

● ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ขายโพสต์ขาย ดีเอ็มที (DMT) 18 โพสต์ ผู้ขายดีเอ็มที (DMT) นิยมใช้วิธีการติดต่อแบบการส่งข้อความ (Direct Message) ในสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ รวมถึงการส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์

● ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ขาย ดีเอ็มที (DMT) ได้ใช้การโฆษณา (Advertising) ในสื่อสังคมออนไลน์ด้วยภาพและข้อความลงในเพจของผู้ขาย เพื่อนำเสนอสินค้าให้ลูกค้าได้เห็นและรับรู้ว่าผู้ขายมี ดีเอ็มที (DMT) ขายและบอกถึงคุณภาพของดีเอ็มที (DMT) เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

"... 🎀🎀 #ดีเอ็มที(DMT) #ทริปหลังความตาย #ทริปในโลกหน้า 🎯🎯..."

"...The last step. . ดีเอ็มที(DMT) สกัดเองกับมือ บริสุทธิ์ ขาวจั๊ว..."

"...พร้อมแล้ว ดีเอ็มที(DMT) ที่สุดในสายทริป..."

"...มาแล้วงับ หลังจากหมดไป3อาทิตย์ เพราะหาวัตถุดิบไม่ได้ 😂😂 ใครสนใจอยากทัวร์โลกหลังความตาย หรือได้ไปอีกซีกของความรู้สึก ลองได้นะงับ ❤️😘💕 ตื่นมาแล้วคุณจะรักชีวิตอีกเยอะ สองใจ 🎯 #ดีเอ็มที(DMT) #ทริปหลังความตาย..."

เห็ดเมา

● ด้านผลิตภัณฑ์

เห็ดเมาหรือเห็ดขี้ควายที่ขายในสื่อสังคมออนไลน์มีหลายชนิด ได้แก่ เห็ดแบบแห้ง ไมโครโดส (ทั้งแบบบรรจุในเม็ดแคปซูล แบบน้ำ) น้ำสกัดจากเห็ดเมา (ไซรัปเห็ดเมา) "shrooms" รวมถึงการขายเชื้อเห็ด การแนะนำวิธีการเสพ การเพาะเห็ด เป็นต้น โดยที่ผู้เสพสามารถเลือกซื้อคุณภาพ (Quality) และคุณลักษณะเฉพาะเห็ดเมาแต่ละสายพันธุ์นั้น ช่วยในการเข้าถึงอารมณ์และความรู้สึกของผู้เสพด้วย เพราะว่าเห็ดเมาแต่ละสายพันธุ์ทำให้เกิดอาการเมื่อเสพที่ต่างกันตามสายพันธุ์ที่ผู้เสพได้เลือกซื้อและรูปแบบที่ผู้ขายได้แปรรูปเห็ดเมาออกมาเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการที่จะใช้งานของผู้เสพมีส่วนช่วยกระตุ้นความต้องการและการตัดสินใจซื้อ

สายพันธุ์เห็ดเมาที่โพสต์ขายมากกว่า 30 สายพันธุ์ เช่น Pe6, AA+, GT, Blue Meanie, b+, penis envy, Red Boy, Golden Teacher, Lizard King, Melmac, Albino A+, Amazonia, Blue Minnie, Great Mon, Jack Frost, JMFK, Mars, Moby dick, Mystic Purple, Pink-Buff, Treasure coast เป็นต้น

"...อัพเดทสายพันธุ์ใหม่ "Great monster" คล้ายGt แต่แรงกว่ามาก ภาพจัดๆ..."

"...ตั้วขึ้นยานพร้อมแล้วนะจ๊ะ งานคุณภาพ ตรงปก มีอีกหลากหลายสายพันธุ์ให้เลือกสรรค์ สนใจ inbox มาได้เลย มีโปรส่งฟรีน้าาาา..."

"...ไมโครโดส เห็ดสกัดไซโลไซผสมน้ำมันมะพร้าวสกัด -ใช้หยดใต้ลิ้น 1หยดเป็นไมโครโดสได้ -ใช้ทาผิวได้ ไซโลไซจะค่อยๆซึมเข้าร่างกาย สะอาด และ บริสุทธ์ ขวดละ 10ml สนใจทัก..."

ภาษา คำที่ใช้ในการขายเห็ดเมา ได้แก่

- "ใบแดง" ธนบัตรมูลค่า 100 บาท หรือแบงค์ร้อย ที่ใช้ในการซื้อขายเห็ดเมาแบบไซรัป
- "ใบฟ้า" ธนบัตรใบมูลค่า 50 บาท หรือแบงค์ห้าสิบบาท ที่ใช้ในการซื้อขายเห็ดเมาแบบไซรัป
- "good trip" อาการเมื่อเสพเห็ดเมาแล้วเกิดความรู้สึกที่ผู้เสพรู้สึกดี ผ่อนคลาย ได้เห็นอะไรที่ดี ได้ทบทวนและเข้าใจชีวิต และรู้สึกดีกับตัวเอง เป็นต้น
- "bad trip" อาการเมื่อเสพเห็ดเมาแล้วเกิดความรู้สึกที่ไม่พึงประสงค์ เห็นภาพหลอน

ภาพที่ 36 เห็ดเมาและบรรจุภัณฑ์ (1)

"...Syrup Shroom คืออะไร? ผมจะมาตอบให้ชัดๆตรงนี้เลยนะครับว่าคืออะไร มันคือ (ไมโครโดสทางเลือก) อะไรหล่ะคือไมโครโดสทางเลือก นั้นก็คือเปรียบเทียบคล้ายกับ ไมโครโดสแบบธรรมดาทั่วไปคือ แคปซูล ช็อคโกแลต หรืออื่นๆ ซึ่งถ้ากินเป็นไมโครโดส ทุกคนจะทราบอยู่แล้วว่า ในการกินไมโครโดสนั้นจะไม่มีความเมาหรือมีอาการเหมือนกินเห็ดที่จำนวนมากกว่า0.2-0.5 จะไม่มี ผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน หรือง่ายๆ ไมโครโดสไม่เมาและไม่ทริป ซึ่งSyrup Shroom ทำขึ้นมาเพื่อเป็น ไมโครโดสทางเลือก สำหรับคนที่ คิดเริ่มต้นอยากกินเห็ด แต่กลัวมันจะเมาเกินไปหรือว่ากลัวรสชาติเห็ดไม่ชอบรสเห็ดกลัวอ้วกหรือหลายๆปัยจัย ซึ่ง Syrup Shroom จะเป็นหัวเชื้อ เข้มข้นมีรสชาติผลไม้หลากหลาย ไม่มีกลิ่นเห็ด เพื่อทำให้คนกินง่ายขึ้นไม่ต้องห่วงเรื่องกลิ่นของเห็ด 1ขวดของ Syrup Shroom นั้นมีขนาด 50ml เฉลี่ยสาร ในปริมาณขวดเทียบประมาณ 0.3-1จี โดยประมาณ ในปริมาณ1ขวด 50ml ! จะไม่ทำให้ทริป ! (แต่อาจมีอาการพะอืดพะอมได้) ฟีลที่ได้จากการกิน Syrup Shroom ในปริมาณครึ่งขวดหรือทั้งขวด จะทำให้มีอาการ Lowdoes หรือที่เรียกว่ามีอาการ อยู่ระหว่าง Microdoes และ Lowdoes หรือเรียกอีกฟิวคือ Happy good lucky อาการเหมือนตอนที่กินเห็ดไปแล้วก่อนเห็ดจะมาช่วง 30-50นาทีแรกของการกินเห็ดฟิวตอนนั้นเลย ซึ่งSyrup Shroom ให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลายรีแลค ตัวอ่อนนิดๆเปื่อยๆไหลๆทำอะไรก็เพลินไม่หนักหัว แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นมันคือ ไมโครโดสทางเลือก ที่เมาได้ และปลอดภัยจากสารเคมี 100% ออแกนิค เห็ดปลูกเอง สะอาดแน่นอน ในการกินแบบ ไมโครโดส แนะนำให้กินเป็นฝา ผสมน้ำสไปร์ขวดเล็ก วันละ2ฝา เช้า เย็น ช่วยบำรุงสมองหรือรักษาโรคเหมือน ไมโครโดสทั่วไปเลย ฝากติดตามอัพเดทเร็วๆนี้ด้วยนะครับ ตอนนี้ยังไม่มีสินค้าขายนะครับ รอวันเปิดขายนะครับ ติดตามอัพเดทได้ที่Maosad Shroom..."

ภาพที่ 37 เห็ดเมาและบรรจุภัณฑ์ (2)

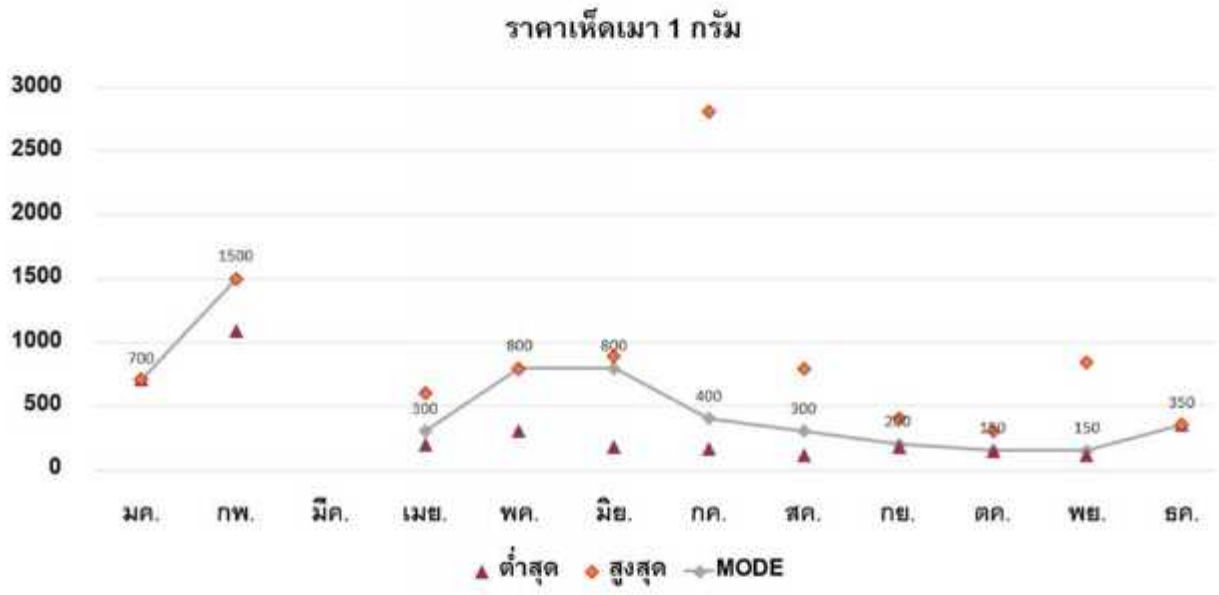
● **ด้านราคา**

หน่วยที่ใช้ในการขายเห็ดเมามากที่สุดคือ กรัม รองมาคือ แพ็ค ขวด (ไซรัป เห็ดเมา)

- เห็ดเมา 1 แพ็ค มี 3-4 กรัม
- เห็ดเมา 1 ขวด ขนาด 50 มิลลิลิตร

ราคาขายเห็ดเมา 1 กรัม ราคาที่นิยมขาย 800 บาท (120-2,800 บาท)

กราฟที่ 16 แนวโน้มราคาเห็ดเมา 1 กรัม



ผู้ขายเห็ดเมาในสื่อสังคมออนไลน์ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาขาย ดังนี้

1. การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) ด้วยการกำหนดให้ราคาลงท้ายด้วยเลขคี่ หรือกลยุทธ์ราคาเลขคี่ (Odd Pricing) เป็นการตั้งราคาจำหน่ายเห็ดเมาด้วยการกำหนดราคาเลขท้ายให้เป็นเลข 90 หรือ 55 ซึ่งเป็นตัวเลขที่ไม่ใช้จำนวนเต็มเหมือนเลข 00 เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่า มีราคาที่ไม่แพง

"...ส่งของอีกทีวันจันทร์เด้อ สั่งไว้ได้เลยค่าาา ☂ PE 1g / 190.- 3g / 555.- ค่าส่ง 50.-..."

2. ตั้งราคาแบบเหมารวม (Bundle Pricing) ด้วยการตั้งราคาจำหน่ายเห็ดเมาในแบบแพ็คที่มีเห็ดเมาถึง 5 สายพันธุ์ สร้างความรู้สึกที่คุ้มค่าของผู้ซื้อ ว่าซื้อแพ็คเดียวแต่ได้เห็ดเมาหลายสายพันธุ์ในราคาที่ไม่แพง หรือการตั้งราคาจำหน่ายเห็ดเมาในราคาที่ไม่แพง เพียงแต่มีเงื่อนไขว่า ลูกค้าต้องซื้อเห็ดเมาในปริมาณที่ผู้ขายกำหนด ซึ่งทำให้ผู้ขายเห็ดเมาสามารถจำหน่ายเห็ดเมาออกไปได้จำนวนมาก และลูกค้าได้เห็ดเมาในราคาที่น่าพอใจ เช่น

"...Mix(Pe6,Rb,Gt,AA+,LK) 650/Pack(3G) 📦 ..."

ผู้ขายเห็ดเมารายนี้ ได้ตั้งราคาขายเห็ดเมาไว้ที่ 250 บาท ต่อ 1 กรัม เพียงแต่ลูกค้าตั้งซื้อขั้นต่ำ 3 กรัมขึ้นไปถึงจะได้ในราคานี้

"...Strain : Avery Albino Price : 250/g Minimum 3g..."

"...Strain : Jedi mind fuck Price : 250/g Minimum 3g..."

● ด้านช่องทางกระจายเห็ดเมา

ผู้ขายโพสต์ขายเห็ดเมา 291 โพสต์ ผู้ขายเห็ดเมานิยมใช้วิธีการติดต่อการส่งข้อความ (Direct Message) ในสื่อสังคมออนไลน์ 108 โพสต์ ร้อยละ 37.11 ส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์ 58 โพสต์ ร้อยละ 19.93

ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางกระจายเห็ดเมาไปสู่ผู้เสพ วิธีการจัดส่งที่นิยมมากที่สุด คือ ส่งพัสดุผ่านทางบริษัทจัดส่งเอกชน

● ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตลาดเห็ดเมาในสื่อสังคมออนไลน์นิยมเน้นการใช้กลยุทธ์ส่วนลดและโปรโมชั่น

1. การโฆษณา (Advertising) โพสต์โฆษณาการขายเห็ดเมาด้วยภาพและข้อความที่บอกถึงอาการต่างๆ เมื่อได้เสพเห็ดเมาชนิดหรือพันธุ์ของเห็ดเมาที่ขาย ทำให้ผู้เสพสามารถเห็นภาพตามที่ผู้ขายเห็ดเมาได้เขียนบรรยายไว้ ช่วยสร้างความรู้สึกและความเข้าใจให้กับลูกค้าที่กำลังจะตัดสินใจซื้อเห็ดเมาเพื่อนำไปเสพ เป็นการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

"...Mg mushroom gt 200/g ผู้ใช้จะมีอาการเคลิ้ม เห็นภาพสวยงาม และได้รับพลังบวกในการใช้ชีวิต..."

"...แนะนำน้องใหม่ ENIGMA BRAIN สายพันธุ์ที่เสถียรเหมือนเมจิกทรัฟเฟิล แต่แรงเหมือนเมจิกมัชรูม สารสีเข้มชัดๆมาเต็มแน่นอน 😵 🌈 ..."

"...เห็ดเมา ราคา g/300 เห็นภาพจินตนาการ หลอน วาร์ป ตัวนี้สุดจริงๆ สนุกมาก เหมือนเล่น เกม อะ แต่กินแล้วจะต้อง มีคนดูแล กินแล้ว จะเห็น โลกเหมือน โลกนิยาย เห็นภาพสวย หลอนๆ ท้องฟ้า 3D แนะนำกิน 2g น่าจะพอดี รสชาติ กรอบๆ หอมๆ กินเอาเมา แต่ สนุก มาก จริงๆ เป็นทริป ที่ สนุก เมา 5 ชม. ต้องออก ไปวิ่งเล่น นอกบ้าน มี หลาย พันธุ์ให้ เลย เรยนะ 🌪 🤓 ได้ลอง ละจะรัก เห็ด มาก ขึ้นเลยยย ชีวิตมีความสุขเลยยย สอบถามได้ค่าาา 💚 💧 ..."

2. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) ผู้ขายเห็ดเมาใช้การลดราคาขายเห็ดเมา ในการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้าจากความคุ้มค่าของราคาขายเห็ดเมาที่ถูกลง การส่งเสริมการขายด้วยการแถมเห็ดเมาทุกครั้งของการซื้อเป็นการสร้างความคุ้มค่าให้กับลูกค้า เพิ่มยอดขายให้กับผู้ขายได้ และการไม่คิดค่าส่งช่วยดึงดูดความน่าสนใจให้ลูกค้าที่กำลังตัดสินใจซื้อ เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการซื้อเห็ดเมา เป็นการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อได้เป็นอย่างดี

"...Pe GT ราคาโล๊ะของ ทั้งลด ทั้งแถม ib มาด่วน #เคยถามแล้วทักมาถามใหม่ได้นะครับพ่อค้าเหงา..."

"...Promotionมาแล้วครับ 🔲 ส่งฟรีให้ทุกออเดอร์ 🔲 เห็ดสายพันธุ์GT(Golden Teach) 3g/900.- 4g/1200. ฟรี0.5g 5g/1500. ฟรี0.5g 6g/1800. ฟรี1g 10g/2800. ฟรี1.5g..."

"...magic mushrooms เห็ดเมา สนใจ dm เข้ามาได้เลยครับ สายพันธุ์เกาะสมุย เกรดพรีเมี่ยม 1g 180.- ซื้อ 5g แถม1g พร้อมให้คำแนะนำในการใช้..."

"...มี GT กรัมละ300 ส่งฟรีครับ รีบสั่งก่อนปณจะหยุดนะครับขอเครดิตได้..."

"...ตั๋วขึ้นยานพร้อมแล้วนะจ๊ะ งานคุณภาพ ตรงปก มีอีกหลากหลายสายพันธุ์ให้เลือกสรรค์ สนใจ inbox มาได้เลย มีโปรส่งฟรีน้าาาา..."

เพื่อช่วยกระตุ้นยอดขายให้สูงขึ้นและโดนใจลูกค้ามาก เช่น การให้ส่วนลดกระตุ้นให้ซื้อ ลดราคาให้ซื้อในปริมาณที่มากขึ้น การให้ของแถม การจัดส่งฟรี และการจัดโปรโมชั่นตามช่วงเวลาต่างๆ

- สี่กรัมขึ้นไปฟรีส่ง
- ลดราคา ซื้อ 4 กรัม ส่งฟรี ซื้อ 4 กรัม ฟรี 1 กรัม
- ซื้อ 5g แถม1g
- Buy 10g free 1g
- GT 3G 700 Blue Meanie 2.5G 700฿ B+ 3Gแถม1G 700 ฿ หมด Pe6 3Gแถม1G 700 ฿ AA+ 3Gแถม1G 700
- ให้เครดิตผู้ขาย ซื้อ 3 กรัมแถม 1 กรัม จำนวน10ชุด
- 5g/900 ส่งฟรีจ้า
- โปรต้นเดือน ซื้อเห็ด1แพ็ค แถมโอจีพันธุ์Ak-47 lemon 1G
- SALE 💧 ของพร้อมส่งทุกรายการ 🍄 ลดราคาต้นเดือน โปรโมชั่นต้อนรับเดือนพฤศจิกายน
- 💧 💧 SALE 💧 💧 โปรเดือนนี้ครับ มีจำนวนจำกัด!!

3. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ผู้ขายเห็ดเมาโพสต์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นการบอกว่าได้ส่งเห็ดเมาให้ลูกค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว การดูแลลูกค้าที่ซื้อเห็ดเมาไปรักษาตัวเองให้ข้อมูลว่าเห็ดเมาที่ขายมีความสะอาดปลอดภัยมั่นใจได้ ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในตัวผู้ขาย เมื่อเกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจในตัวผู้ขายแล้วช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อจากลูกค้าได้

"... 🍄 Golden teacher 🍄 🚚 ถึงมืออีกท่านเรียบร้อย อีกชุดกำลังจะตามไปนะคับ ถ้าผ่านมาเห็นรบกวนทิ้งที่อยู่ให้ผมด้วยนะค้าบ 🚚 🍄 🌈 ส่งต่อความสุข 🌈 🍄 🧪 ขอบคุณมากๆคับผม..."

"...ไมโครโดส เอาไว้รักษาโดยเฉพาะนะ เราจะดูแลให้ ไม่ต้องเกรงใจ ถ้าอยากทำความรู้จักกับเราก่อนก็ได้เลย..."

"...#มีตั๋วไปอวกาศเกรดพรีเมี่ยม สะอาดปลอดภัย ทำผ่านห้องแลป100% คุณภาพเน้นๆเลยครับ Gt Pe6 Gm Mars Lk B+ ชี้ควายไทย..."

เห็ดเมาที่ขายในสื่อสังคมออนไลน์สะท้อนถึงพฤติกรรมการใช้ หรือความต้องการของผู้บริโภค ดังนี้

1. เห็ดเมาเพื่อความมึนเมา ในส่วนของผู้เสพต้องการที่จะเสพเพื่อให้ได้อาการที่เรียกในว่า Trip ซึ่งมีทั้งในแบบ Good Trip คือ เสพแล้วรู้สึกผ่อนคลาย ได้เห็นภาพหลอนในแบบที่ดี ได้ทบทวนเข้าใจชีวิตและรู้สึกดีกับตัวเอง และในแบบ Bad Trip คือ เสพแล้วสึกไม่สบายใจ วิตกกังวล อาจเห็นภาพหลอนที่น่ากลัว ซึ่งต่างๆ เหล่านี้คือ อาการมึนเมาจากการเสพ

- High : ความรู้สึกเมาแบบลอยๆ เคลิบเคลิ้ม ผ่อนคลาย ไม่เหมือนเมาเหล้า
- Trip : ช่วงเวลาระหว่างหลอน หรือ High ของการเสพสารจำพวก Psychedelic เนื่องจากผู้เสพจะรู้สึกว่าการเสพครั้งนั้นๆ คล้ายกับได้ไปเที่ยว หรือ ไปทริป

- Good Trip : หมายถึงความรู้สึกโดยรวมต่อ ทริป ที่ผู้เสพรู้สึกดี ผ่อนคลาย ได้เห็นอะไรที่ดี ได้ทบทวนและเข้าใจชีวิต และรู้สึกดีกับตัวเอง
- Bad Trip : หมายถึงความรู้สึกโดยรวมต่อ ทริป ที่ผู้เสพรู้สึกไม่สบายใจ วิตกกังวล อาจเห็นอะไรที่น่ากลัว หรือรู้สึกดาวน์เพราะถูกกระทบกระเทือนจิตใจ
- Trip sit : คนที่คอยดูแลคนระหว่างทริป
- Dose : หมายถึงปริมาณของที่จะบริโภค

"...อยากได้ฟีลแบบหลุดโลกภาพชัด สนุกๆ ครับมีพี่ๆคนไหนแนะนำพันธุ์ได้บ้างครับ..." (เฟสบุ๊ก : Phu Putawan)

"...ขออนุญาตสอบถามครับ ส่วนตัวแล้วผมเป็นคนที่กินน้ำต้มพืชใบกระท่อมแต่ไม่ได้ใส่ยาแก้ไอ ใส่แคโค้ก ผมอยากลองทริปกับเค้าบ้างครับ มันจะมีผลไหมเพราะผมหยุดกินน้ำกระท่อมไม่ได้เลย😅😅😅😅😅 รบกวนผู้รู้ชี้เป้าด้วยครับ😅..."

"...ตอนกินเห็ดไปแล้ว การไปพบพระเจ้าของแต่ละคนเป็นยังไงบ้างครับ ส่วนตัวผม แยกแยะไม่ออกว่าอันไหนคือโลกความจริงอันไหนคือโลกมายา..."

2. เห็ดเมาเพื่อการรักษามีการพูดกันในหมู่ผู้เสพเห็ดเมาว่า สารออกฤทธิ์หลอนประสาทไซโลไซบิน (psilocybin) ในเห็ดเมาสามารถช่วยรักษาโรคซึมเศร้า หากรับประทานเห็ดเมาในปริมาณที่ไม่มากหรือในแบบไมโครโดส (Micro dose) จึงได้มีผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากเห็ดเมาออกมาขายเพื่อให้ผู้ป่วยได้กินเป็นยารักษาคือ แบบ แคปซูลและในแบบเห็ดสกัดไซโลไซผสมน้ำมันมะพร้าวสกัด และผู้ขายเห็ดเมาในสื่อสังคมออนไลน์บางรายยังได้มีการแจกเห็ดเมาให้ผู้ป่วยที่มีใบรับรองแพทย์ฟรีอีกด้วย

"...ผู้ป่วยซึมเศร้า ใช้เห็ดได้หรือไม่ สำหรับผมก็เป็นผู้ป่วยคนนึงมองว่าเห็ดเป็นตัวช่วยที่ดีเลยแหละ แต่ใช้ในทางที่ถูกต้องด้วยนะ แต่เห็ดก็เป็นได้แค่ตัวช่วย ตัวเรานั่นแหละที่ต้องจัดการกับตัวเราเอง ถ้าวันใดไม่มีเห็ดหวังพึ่งแต่มันเราก็ตายเลยสิ สู้ๆนะครับสำหรับผู้ป่วยซึมเศร้า #ครอบครัวเห็ด..."

"...สำหรับผู้ป่วยยังไม่แนะนำให้เริ่มทริปนะครับเสี่ยงbadtripสูงและผู้ป่วยไม่แนะนำให้ใช้คนเดียวตามลำพัง(ยังไม่ควรเลยเด็ดขาด) ให้เริ่มจากไมโครโดส0.2-0.5กรัม ตามน้ำของผู้ป่วยแต่ละคน ใช้ในระดับนี้ไปเรื่อยๆเพื่อปรับสมดุลสารเคมีในสมองก่อนสักระยะ แล้วค่อยไต่ระดับโดสของเห็ดไปเรื่อยๆ จนคิดว่าความคิดเราเปลี่ยนแปลงไม่คิดลบหรือไม่มีอาการPanicแล้วค่อยหันมาเริ่มทริปดู (ใช้ไมโครโดสประมาณ1เดือนเพื่อดูความเปลี่ยนแปลง) #ครอบครัวเห็ด..."

"...ใครป่วยเป็นโรคซึมเศร้า มารับไมโครโดสฟรี+ค่าส่ง50 แสดงบัตรผู้ป่วย/บัตรประชาชน Real พอมั้ยครับ 🤣..."

"...ให้โอกาสเราช่วยบำบัดจิตใจด้วยไมโครเล็กๆแคปซูนนี้นะคะ พกง่าย คำนวนปริมาณง่าย 💖 เพิ่มความคิดสร้างสรรค์ เพิ่มสมาธิในการทำงาน ไม่กระทบกับชีวิตประจำวัน ช่วยเพิ่มศักยภาพของสมอง ช่วยในการเข้าสังคมและอารมณ์เย็นลง ช่วยจัดระเบียบความคิด **ผู้ป่วยที่ใช้ยารักษาโรคซึมเศร้าอยู่ สามารถใช้ไมโครโดสควบคู่กันไปได้เลย..."

*"... 🍄 สายพันธุ์ TaT wombat, Treasure coast, IND, Moby Dick 🙏 สนใจสอบถามรายละเอียดทาง IB ครับ ราคามิตรภาพ 🙏 *ฟรีสำหรับผู้ป่วยที่มีใบรับรองแพทย์ยืนยัน* #เห็ดรักษาโรคซึมเศร้า..."*

"...ไมโครโดส เห็ดสกัดไซโลไซผสมน้ำมันมะพร้าวสกัด -ใช้หยดใต้ลิ้น 1หยดเป็นไมโครโดสได้ -ใช้ทาผิวได้ ไซโลไซจะค่อยๆซึมเข้าร่างกาย สะอาด และ บริสุทธิ์ ขวดละ 10ml สนใจทัก..."

3. จากผู้ซื้อผู้เสพสู่การเป็นผู้ขาย ตลาดขายเห็ดเมาในสื่อสังคมออนไลน์นอกจากจะขายเห็ดเมาแบบแห้ง แบบน้ำ แล้วยังมีการกลุ่มที่ให้ความรู้เรื่องจากเพาะเชื้อเห็ดเมา การขายจานเพาะเชื้อเห็ดเมา รวมถึงชุดปลูกเห็ดเมา ผู้เสพหรือผู้ที่มีความต้องการใช้เห็ดเมาได้ซื้อไปทดลองเพาะ ทดลองปลูก จนมีเกิดความชำนาญในการขยายพันธุ์และเพาะได้เอง อาจจะเปลี่ยนตัวเองจากลูกค้ามาเป็นเป็นผู้ขายได้ในอนาคต

"...มีจานเชื้อแบ่งครับ จานpdaเปล่าก็มีนะครับ Line: http://line.me/ #magicmushroom #magic-mushrooms #เห็ดเมา #เห็ดวิเศษ #ไมโครโดส #microdosing #trippy #acidthai #acid #goodtrip..."

"...ชุดคิดพร้อมปลูกเราก็มีนะค้าบ ซื้อไปดูแลน้องได้เลยคับ ราคาน่าคบค้าบ สนใจแอดไลน์มาเลยค้าบ ID : wi9 #เห็ดเมา #เห็ดขี้ควาย #สายเมา #lsd..."

"...ชุดปลูกเชื้อแน่นๆ 😄 จัดส่งให้แล้วจร้า 🚘 .... 📦 #ปลูกเห็ด #รักเห็ด #กินเห็ด #เมาเห็ด ขอให้ทุกคนปลอดภัยจากเชื้อโควิด19 #ขอบคุณ #ที่ติดตาม #กัญและกัน 💜 ..."

กัญชา

● ด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ขายกัญชาขายในสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่ที่โครงการนี้ได้ติดตามเป็นกัญชาแห้ง ไม่ว่าจะเป็นกัญชาออร์แกนิคสายพันธุ์ต่างๆ กัญชาอัดแท่งที่นิยมคือ แบบที่พันด้วยด้ายแดง ด้ายทอง ดอกกัญชา เมล็ดพันธุ์ กัญชาที่มวนเป็นแท่ง (พันลำ) พร้อมสูบ บุหรี่ไฟฟ้ากัญชา หรือขนมบราวนี่กัญชา ที่ล้วนสร้างความหลากหลายและตอบสนองต่อความต้องการเสพของผู้เสพได้ตรงกับความต้องการ ช่วยให้เข้าถึงผู้เสพที่มีความต้องการและความชอบที่หลากหลาย

สายพันธุ์กัญชาที่ขายในสื่อสังคมออนไลน์มีมากกว่า 120 ชนิด ที่นิยมขายมากที่สุด คือ หางกระรอก รองมาคือ เอราวัณ, White window, Blue Dream, GREEN CRACK, AK-47, Black berry, Gorilla, BERRY CRACK, Amnesia Haze, Jack herer, Og kush, Big Yield, Blue Forest Berry, Purple Kush, Daddy Purple, Khalifa Kush, Northern light, peyote critical, Bruce Banner, DK, GELATO, God father, Gorilla Glue #4, แอลเอสดี-25, Banana daddy, BBG, Big Bud, C4 Auto, Crystal Haze (CTH), Crystal Meth Auto, Dark Devil Auto, Dosidos, Frosty Gelato, Gg 4 Auto, Golilla glue, Gorilla Zkittie, Pussy Kush (PSY), Red Poison Auto, Royal Queen เป็นต้น

กัญชาอัดแท่งในแต่ละบรรจุภัณฑ์มีคุณภาพที่แตกต่างกันไปด้วย บรรจุภัณฑ์กัญชาแห้งแบบแท่งที่นิยมขายในสื่อออนไลน์มากที่สุด คือ ห่อด้วยฟอยล์ทอง รองมา คือ ฟอยล์เงิน ฟอยล์เขียว ฟอยล์น้ำเงิน ฟอยล์แดง ฟอยล์ฟ้า และฟอยล์ม่วง ตามลำดับ

ภาษา คำที่ใช้ในการขาย ได้แก่

- "น้ำมันก.ชา" หมายถึง น้ำมันกัญชา
- "กช." หมายถึง กัญชา
- "ราคาท่องอาวกาศ" หมายถึง บอกถึงราคาของการจำหน่ายกัญชาอัดแท่ง
- "บินฟรี" หมายถึง การส่งกัญชาอัดแท่งให้ลูกค้าฟรี ไม่คิดค่าบริการ
- "งานฟ.ทอง" หมายถึง เป็นอักษรย่อจากคำว่า ฟอยล์ทอง ซึ่งเป็นฟอยล์สีทองที่ใช้ห่อกัญชาอัดแท่ง

ภาพที่ 38 ลักษณะกัญชา

ภาพที่ 39 บรรจุภัณฑ์กัญชา (1)

ภาพที่ 40 บรรจุภัณฑ์กัญชา (2)

ภาพที่ 41 กัญชา และบรรจุภัณฑ์กัญชา

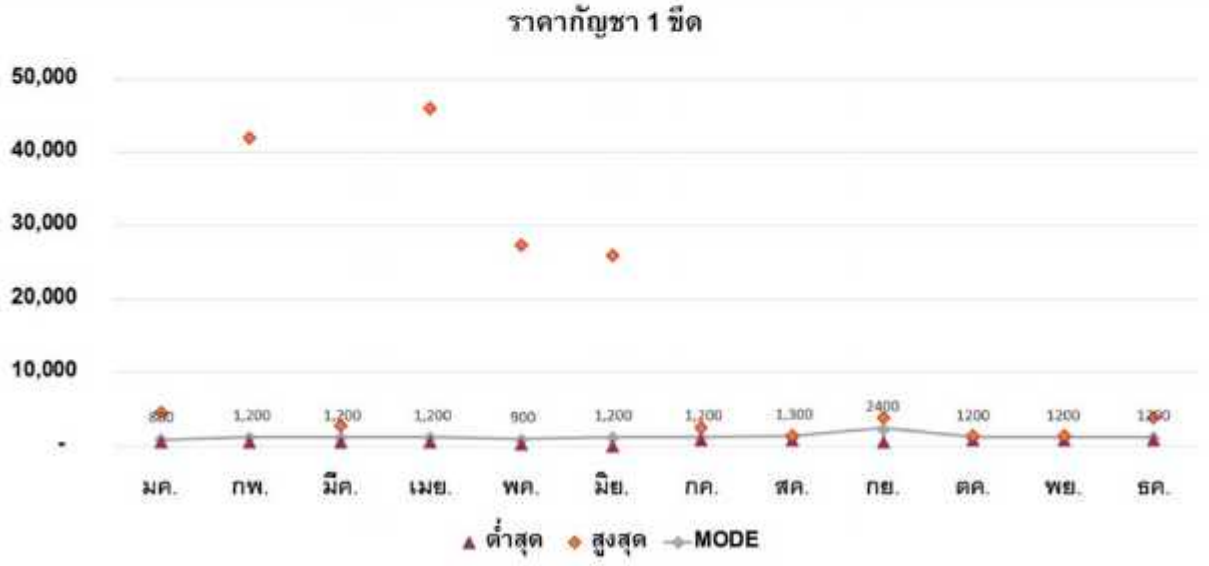
● **ด้านราคา**

หน่วยที่ใช้ในการขายกัญชาเกือบร้อยละ 50.0 ขายเป็นขีด รองมาคือ กิโลกรัม กรัม มุม แบ่งขาย ก้อน ห่อ ออนซ์ เมล็ด มวน กระปุก ถุง ซอง แพ็ค ขวด จี ชิ้น มิลลิลิตร

- กัญชา 1 มุม น้ำหนัก 250 กรัม
- กัญชา1 ออนซ์ น้ำหนัก 28 กรัม
- กัญชาแบ่งขาย น้ำหนัก 20 กรัม
- กัญชา 1 ซอง น้ำหนัก 40 กรัม
- กัญชา 1 ก้อน น้ำหนัก 5 กรัม
- กัญชา 1 มวน น้ำหนัก 1 กรัม

ราคาขายกัญชา 1 ขีด ราคาที่นิยมขาย 800 บาท (200-46,000 บาท กัญชาออร์แกนิค ดอกกัญชา ราคาสูงกว่ากัญชาแห้งอัดแท่ง)

กราฟที่ 17 แนวโน้มราคากัญชาแห้ง 1 ขีด



ผู้ขายกัญชาในสื่อสังคมออนไลน์ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาขาย ดังนี้

1. การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) ด้วยกลยุทธ์ราคาเลขคี่ (Odd Pricing) กำหนดให้ราคาลงท้ายด้วยเลขคี่ หรือด้วยเลข 90 50 เพื่อให้ผู้ซื้อเกิดความรู้สึกว่ามีราคาแพงเมื่อเทียบกับการตั้งราคาที่ลงท้ายด้วยจำนวนเต็มแบบ 00 ซึ่งช่วยกระตุ้นความน่าสนใจและตัดสินใจซื้อ

"...กัญเขียวๆเหนียวๆ 💯 งาน ฟรอยทอง / ช.ใส โลละ: 5,290. -ครึ่งโล:3,090. -มุมละ: 1,950. - ครึ่งขีด : 750.- ขีดละ : 1,250. ..."

"...กัญชาอัดแท่งเกรดเอ 25G 490฿ ครึ่งขีด 800฿ 1 ขีด 1190฿ 2 ขีด 2000฿ฟรีค่าส่ง น้ำมันกัญชาขวดล่ะ 890฿ ฟรีค่าส่ง ไอดีลาย : weed5456..."

"...กัญชาออแกนิค 🍀 11/4/64 🍀 Cookie X Blackberry 490/g ติดต่อ ID :..."

2. การตั้งราคาแบบเหมารวม (Bundle Pricing) ผู้ขายกัญชาได้กำหนดปริมาณขั้นต่ำของการขายกัญชาไว้ หากลูกค้าได้ซื้อในปริมาณที่กำหนดราคากัญชาก็มีราคาที่ไม่แพงและถูกกว่าการซื้อในปริมาณปกติ ทำให้ลูกค้าเห็นถึงความคุ้มค่าในการซื้อ และผู้ขายก็สามารถขายกัญชาออกไปได้มากขึ้น เช่น กัญชาสายพันธุ์ Call Walker ลูกค้าซื้อ 3 กรัมขึ้นไปจะได้ราคากรัมละ 250 บาท หรือกัญชาอัดแท่งของผู้ขายอีกราย หากซื้อ 3 กิโลกรัมขึ้นไป จะเหลือกิโลกรัมละ 5,000 บาทเท่านั้น หรือกัญชาออร์แกนิคซื้อ 3 กรัมขึ้นไปราคา 520 บาท/กรัม และถ้าซื้อ 10 กรัมขึ้นไป ราคาจะลดลงเหลือกรัมละ 480 บาท

"...🍃 🍃 🍃 3 โลขึ้นโลละ 5,000 ♠ ..."

*"...ดอก Og ราคา G/520 ขั้นต่ำ 3 G Bluedream Wedding cheesecake Gorilla glue Lemon pie Cream cookie Strawberry pie Zkitle * 10gขึ้นไป g/480..."*

3. กลยุทธ์การตั้งราคาขายจากต้นทุน (Cost Plus) เป็นการตั้งราคาขายจากต้นทุนของสินค้าบวกกำไรที่ต้องการจากการขายสินค้า ซึ่งเป็นราคาขายที่รวมกำไรและค่าจัดส่งไว้เรียบร้อยแล้ว เช่น

"...กัญชาอัดแท่งเกรดเอ ไม่มีเก็บปลายทางครับ สนใจแอดลายมาคุยกันได้ครับ เขตกทมส่งแกรปได้ 25G 490฿ ครึ่งขีด 800฿รวมส่ง..."

"..#งานอัด ฟอยทอง/แดง/น้ำเงิน ขั้นต่ำ 5 5 0 รวมส่ง ครึ่งขีด 7 5 0 รวมส่ง ขีด 1 3 0 0 รวมส่ง มุม 2 9 0 0 รวมส่ง ครึ่งโล 4 0 0 0 รวมส่ง โลละ 7 0 0 0 รวมส่ง..."

4. การตั้งราคา 3 ระดับ (Three-Tier Pricing) ใช้การตั้งราคาขายกัญชาออกเป็น 3 ระดับ เพื่อให้เกิดผลทางจิตวิทยากับลูกค้า ว่าซื้อเพิ่มอีกหน่อยแต่ได้ปริมาณและราคาที่ดูคุ้มค่า ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้และผู้ขายก็สามารถขายกัญชาได้ในปริมาณที่มากขึ้น เช่น

"...OG GREEN CRACK กลิ่นหอมมะม่วง 20g 2500 50g 3500 100g 5000 คุ้มราคา สนใจแอดไลน์มาคุยกันค้าบ..."

"... กัญชา เอราวัณดอกไม้แห่งความสุขพร้อมส่งถึงคุณ 5=g =400 10=g =600 20=g =1,000 สนใจติดต่อ Line ID : Lazyweed..."

"...God of drugs ด้ายทอง แบ่ง 300 10 G : 500 20G : 900 50G : 1500..."

● ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ขายโพสต์ขายกัญชา 1,838 โพสต์ ผู้ขายกัญชานิยมใช้วิธีการติดต่อการส่งข้อความ (Direct Message) ในสื่อสังคมออนไลน์ 249 โพสต์ ร้อยละ 13.55 ส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์ 1,304 โพสต์ ร้อยละ 70.95 โทรศัพท์ 9 โพสต์ ร้อยละ 0.49 จ่ายเงินด้วยวิธีการเก็บเงินปลายทาง 71 โพสต์ ร้อยละ 3.86 โอนเงิน 40 โพสต์ ร้อยละ 2.18 จ่ายดาวน์ 1 โพสต์ ร้อยละ 0.05

ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางกระจายกัญชาไปสู่ผู้เสพ วิธีการจัดส่งที่นิยมมากที่สุด คือ ส่งพัสดุบริษัทเอกชน 308 โพสต์ ร้อยละ 16.76 ไปส่งเองให้ถึงมือผู้ซื้อ (ขนมือ) 82 โพสต์ ร้อยละ 4.46 ส่งโดยใช้บริษัทไปรษณีย์ไทย 21 โพสต์ ร้อยละ 1.14 และใช้วิธีการวางหรือโยนตามที่จุดนัดหมาย 14 โพสต์ ร้อยละ 0.76 ตามลำดับ

● ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. การโฆษณา (Advertising) ผู้ขายกัญชาใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการนำเสนอกัญชาของตัวเองต่อลูกค้า การบอกให้ทราบถึงคุณภาพของกัญชาที่ขายว่ามีคุณภาพที่ดี เกรดพรีเมี่ยม *"... กัญชาเกรดพรีเมี่ยม ฟอยทอง ..." "...อีกหนึ่งอัดแท่งพรีเมี่ยมในตำนาน ด้ายทอรุ้งได้ส่งจองแล้ว..." กล้ารับประกันถึงคุณภาพว่าดีที่สุดในปีนี้ "...**การันตีงานดีที่สุดในรอบปี**..."* และผู้ขายบางรายยังบอกอีกว่า เป็นกัญชานำเข้าจากต่างประเทศ *"...ออแกนิคนำเข้าจากต่างประเทศ..."* ด้วยข้อความที่โฆษณาต่างๆ เหล่านี้ จะช่วยดึงดูดลูกค้าและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อจากลูกค้า ที่เกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพที่ดีของกัญชาที่ผู้ขายได้นำมาขาย

"... กัญชาเกรดพรีเมี่ยม ฟอยทอง ราคาเบาสบายกระเป๋า สนใจ @ ไลน์ไว้คับ..."

"...อีกหนึ่งอัดแท่งพรีเมี่ยมในตำนาน ด้ายทอรุ้งได้ส่งจองแล้ว ที่ลูกค้าสั่งแล้วต้องมาสั่งซ้ำ รบกวนแอด LinE นะครับ..."

*"...เปิดรับออเดอร์ #กัญชาอัดแท่ง ชุดฟอยเงิน AAA - 1ขีด 1,500 - ครึ่งโล 3500 - โล 5500 **การันตีงานดีที่สุดในรอบปี** สนใจแอดไลน์ https://line...."*

"... Khalifa Kush 1Oz : 15,000.-10g : 5500.-3g : 1800.-1g : 650.-ออแกนิคนำเข้าจากต่างประเทศ ค่าจัดส่งฟรียกเว้นพื้นที่ห่างไกลเก็บเพิ่ม50บาท-มีกลุ่มเครดิตส่วนตัวชัดเจน #กัญชาอัดแท่ง #กัญชาออแกนิค #ลายเขียว #ขายกัญชา สนใจติดต่อได้ที่ https://line.me/..."

2.การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) ด้วยการลดราคาขายกัญชาจากผู้ขายร่วมกับการส่งกัญชาให้ลูกค้าฟรี เป็นการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อจากลูกค้าได้เป็นอย่างดีจากความคุ้มค่าของราคาขายนี้ *"... โปรเดือด จาก3000ลดเหลือ 2 5 0 0 แถมส่งฟรี ..."* และการแถมกัญชาให้กับลูกค้าในปริมาณต่างๆ เพื่อกระตุ้นการขายให้ลูกค้าซื้อกัญชาให้มากขึ้นจากเดิมด้วยความคุ้มค่าจากกัญชาที่แถมเพิ่มมาตามที่ผู้ขายกำหนด โดยยิ่งซื้อมากได้กัญชาแถมในปริมาณที่มากขึ้น *"...(ฝอยทอง ซื้อ 2 ขีดแถม 1ขีด ..." "...เนื้อเกรดพรีเมี่ยม ด้ายแดง 1 ขีด 1,100 แถม 0.5 ขีด 2 ขีด 2,000 แถม 1 ขีด ปล.ส่งทั่วประเทศ..."* และการส่งกัญชาให้ลูกค้าฟรี ก็เพิ่มความน่าสนใจในการซื้อจากลูกค้าได้ เพราะลูกค้าไม่ต้องเสียเงินเพิ่มเติม ทำให้ลูกค้าเห็นถึงความคุ้มค่าและความประหยัดในส่วนที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ก็ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อจากลูกค้าได้ *"...Blue Dream 5G/1500 ส่งฟรี..." "...(ฝอยทอง)#ส่งฟรีหมด..."*

"...ยังแน่นๆอยู่ โปรเดือด จาก3000ลดเหลือ 2 5 0 0 แถมส่งฟรี ~ครึ่งขีด 400 ~ขีด 800 ~โล 5000 เข้ากลุ่มเครดิต @ มาเลย งานไม่ดีพร้อมเคลม # กัญชา #กัญชาอัดแท่ง #กัญชาออแกนิค #กัญชากรุงเทพ #กัญชานอก #กัญชารังสิต #OG #ลายเขียว #ขายกัญชา #กัญชาโอจี #โอจี #ดอกกัญชา..."

"...(ฝอยทอง ซื้อ 2 ขีดแถม 1ขีด ! ครึ่งขีด700 ! ขีด1000 ! โล6000 ส่งแกรปได้ #ขายกัญชา #ขายกัญชาอัดแท่ง #กัญชา #กัญชาอัดแท่ง #เป่าตัง #ลิช่าอภัยให้มัมหมีเถอะ #ตบช่วยชาติ-CheerFromHome #เคอแพท #กัญชาออแกนิค #กัญชากรุงเทพ #กัญชารังสิต #หัวหิน..."

"...เนื้อเกรดพรีเมี่ยม ด้ายแดง 1 ขีด 1,100 แถม 0.5 ขีด 2 ขีด 2,000 แถม 1 ขีด ปล.ส่งทั่วประเทศ ไม่ชนมือ ไม่ปลายทาง #น้ำแข็ง #ลายไฮ #ตัวเล็ก #ตัวใหญ่ #ลายดีด #ลายควัน #กัญชาเชียงใหม่ #hicool #กัญชา #ไฮระยอง #กัญชากรุงเทพ #ไฮเชียงใหม่ #ลายเขียว #กัญชาอัดแท่ง..."

"...Blue Dream 5G/1500 ส่งฟรี Line https://line.me/ #กัญชา #Lsd #กระดาษเมา #เห็ดเมา #กัญชาออแกนิค #กัญชานอก #กัญชาเชียงใหม่ #กัญชาอัดแท่ง #แสตมป์มรณะ #เห็ด #Psilocybin #ของเมา #trip #กัญชากรุงเทพ #แอลเอสดี..."

"...(ฝอยทอง)#ส่งฟรีหมด ครึ่งขีด600 ขีด1200 ครึ่งโล4500 โล7000 ส่งแกรปได้งับ #ขายกัญชา #ขายกัญชาอัดแท่ง #กัญชา #กัญชาอัดแท่ง #เป่าตัง #ลิช่าอภัยให้มัมหมีเถอะ #ตบช่วยชาติCheerFromHome #เคอแพท #กัญชาออแกนิค #กัญชากรุงเทพ #กัญชารังสิต #หัวหินนัดเย็ด ไอดีไลน์ og.keeza..."

3.การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ผู้ขายกัญชาใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเพจของตัวเอง ด้วยการโพสต์ข้อความที่สร้างภาพลักษณ์ให้กับตัวเอง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในตัวผู้ขายกัญชา ด้วยการบอกถึงสมาชิกที่มีมากมายในกลุ่มขายกัญชาของตัวเอง *"...เครดิตแน่นๆ มี3กลุ่มแล้วนะ สมาชิก1,300+ สนใจแอดไลน์มาเลยนะ..." "...สนใจ@คิวอาโค้ดเลยครับ มีกลุ่มลับสมาชิก200+ มีเคดิต..."* หรือการบอกว่าเป็นผู้ที่ขายมานาน ลูกค้าสามารถไว้ใจได้ *"...No.1 เจ้าเดิมเจ้าเก่าแห่งทวิตเตอร์ ไว้ใจร้านเรา เครดิตดี แพคเกจสวย ส่งจริง100% ..."*

"...#กัญชาอัดแท่ง CR *เครดิตแน่นๆ 1ขีด 1,200฿ 1โล 6,500฿ขั้นต่ำ500฿ 30กรัมซอง*

มีเหลือๆครับ มี3กลุ่มแล้วนะ สมาชิก1,300+ สนใจแอดไลน์มาเลยนะ TH 08/05/64 100 *กัญชา #กัญชาอัดแท่ง #กัญชาออแกนิค #สายเขียว #สายเมา #พรรคเขียว #สายตี้ #สายปุ่น #กัญชาเชียงใหม่ #กัญชากรุงเทพ..."*

"... กัญชาอัดแท่ง ขีด900 มุม 2200 โล5000 สนใจ@คิวอาโค้ดเลยครับ มีกลุ่มลับ สมาชิก200+ มีเคดิต #กัญชา #กัญชาอัดแท่ง #กัญชาออแกนิค #สายเขียว #สายเมา #พรรคเขียว #สายตี้ #สายปุ่น #กัญชาเชียงใหม่ #กัญชากรุงเทพ #กัญชา #กัญชาอัดแท่ง #ขายกัญชา #สาวเขียว #thc #กัญ #กัญชาออแกนิค..."

"...No.1 เจ้าเดิมเจ้าเก่าแห่งทวิตเตอร์ ไว้ใจร้านเรา เครดิตดี แพคเกจสวย ส่งจริง100% งานฟอยทองใหม่ๆ 100g : 1500 50g : 900 สนใจขนาดไหน งานโล ครึ่งโล มุม สอบถามได้นะครับ Line : Joker.canabis100 ผ่านทวิตเตอร์และไลน์นี้เท่านั้น #กัญชาออแกนิค #กัญชาอัดแท่ง #สายเขียว #กัญชา..."

พืชกระท่อม

- **ด้านผลิตภัณฑ์**

ภาพที่ 42 สัญลักษณ์อิโมจิที่ใช้ในการขายพืชกระท่อม

สัญลักษณ์	ชื่อทางการ	ความหมาย	ตัวอย่าง
	ใบไม้ปลิวตามสายลม	ลักษณะการขายใบกระท่อม	ใบรวม600 ใบคัด700

ภาพที่ 43 ใบกระท่อม ต้นกระท่อม

ภาพที่ 44 น้ำต้มใบกระท่อม และบรรจุภัณฑ์

- **ด้านราคา**

หน่วยที่ใช้ในการขายพืชกระท่อมมากที่สุด คือ กิโลกรัม รองมาคือ มัด ต้น ห่อ ขีด ถุง ใบ กิ่ง เมล็ด ชุด

- 1 มัด น้ำหนัก 1ขีด มีใบกระท่อม 40-50 ใบ
- 1 ชุด มี 40 ใบ
- ราคาต้นกระท่อม 200 บาท (50-650 บาท)
- ราคากิ่งกระท่อม 300 บาท

หน่วยที่ใช้ในการขายน้ำต้มใบกระท่อมมากที่สุด คือ ขวด รองมาคือ เซ็ต (ชุด)

- 1 เซ็ต (ชุด) ประกอบด้วย ใบกระท่อม 1 มัด + ยาแก้ไอ 1 ขวด
- 1 ขวด เต็มขวดใหญ่ 1.95 ลิตร หรือ 1.5 ลิตร

น้ำต้มใบกระท่อมนิยมขายขวดละ 150 บาท (50-300 บาท) ราคาต้นกระท่อมนิยมขายต้นละ 200 บาท (50-650 บาท)

1. การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) ด้วยกลยุทธ์ราคาเลขคี่ (Odd Pricing) กำหนดให้ราคาลงท้ายด้วยเลขคี่ โดยเลขที่นิยมใช้ในผู้ขายใบกระท่อมคือเลข 90 และเลข 50 ซึ่งเลขอื่นจะมีอยู่บ้างเล็กน้อย และด้วยการตั้งราคาเลขท้ายในลักษณะนี้ จากจำนวนของเลขที่ไม่เต็มจำนวนนี้ จะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกในตอนแรกที่เห็น ว่าเป็นราคาขายที่ไม่แพง จึงช่วยกระตุ้นการขายของลูกค้าได้

"...พร้อมส่งครับ 🍃 💚 โล790฿ ครึ่งโล390฿ ขอขึ้นราคาหน่อยนะครับ 💚 ..."

"...ใบโล790 5โลขึ้นไปโลละ770 🍃 🍃 🍃 ส่งฟรีทั่วไทย..."

"... 🍃 🍃 ใบโล790 รวมส่ง เน่าเสียชดตามจำนวน..."

"...ใบรวม 550 ขนมือได้..."

"...ใบมีตลอดครับ 🍃 💚 ☑ โลละ650฿ ☑ ครึ่งโล350฿ใครสนแอดไลน์มาคุย..."

"... ☑ ลดให้พิเศษ 🍃 ต้นล่ะ350฿2ต้น550฿ ส่งจริง 💯 %ส่งไว้ทันใจ 💚 ..."

2. การตั้งราคาเป็น 3 ระดับ (Three-Tier Pricing) ใช้การตั้งราคาจำหน่ายใบกระท่อมทออกเป็น 3 ระดับ เพื่อให้เกิดผลทางจิตวิทยากับลูกค้า ที่ในตอนแรกอาจจะต้องการซื้อใบกระท่อมในปริมาณที่ไม่มาก แต่เมื่อได้เห็นราคาขายและลองเปรียบเทียบดูอาจจะเกิดความคิดที่ว่าเพิ่มเงินอีกนิดได้ใบกระท่อมในราคาและปริมาณที่คุ้มค่ากว่านั่นเอง

"...ใบคัดนะคับ 1โล 700รส. 3โล 1800 5โล 3000รส. ..."

3. กลยุทธ์แนวระดับราคา (Price Lining) เป็นการตั้งราคาขายใบกระท่อมจากราคาสูงลงไปยังราคาต่ำ ใช้คุณภาพของใบกระท่อมเป็นตัวเปรียบเทียบให้ลูกค้าได้เลือกโดยมีทั้งใบกระท่อมแบบใบคัด ใบรวมและใบเศษ ซึ่งการตั้งราคาขายแบบนี้ทำให้ผู้ขายสามารถขายใบกระท่อมได้ไม่ว่าใบกระท่อมนั้นจะมีลักษณะที่ไม่สวยหรือเป็นเศษใบและลูกค้ามีความพอใจกับราคาที่พร้อมจ่ายตามคุณภาพของใบกระท่อมที่ได้รับ เป็นการกระตุ้นการขายได้เป็นอย่างดี

"...ใบคัดสวยๆโลละ700.- #ใบท่อม ใบรวมโลละ600.- ใบเศษๆ โล 500.- ..."

"...ใบท่อมสดๆฟึ่งมา ใบคัดโลล่ะ750รวมส่ง ใบรวมโลล่ะ650รวมส่ง ใบเศษโลล่ะ550..."

"...เก็บมาสดๆครับ (สหายใบเมาา) 1โลใบคัด 700฿ 1โลใบรวม 550฿ ครึ่งโล 350฿..."

"...เก็บมาสดๆครับ (สหายใบเมาา) 1โลใบคัด 600 ฿ 1โลใบรวม 550 ฿ ครึ่งโลใบคัด 400 ฿ (ใจสนทักมาครับ)..."

"เก็บมาสดๆครับ (สหายใบเมาา) 1โลใบคัด 800฿ 1โลใบรวม 600 ฿ ครึ่งโลใบคัด 400 ฿ (ใจสนทักมาครับ) #ลั่งกับผมไม่ผิดหวังแน่นอนครับ #ใบกระท่อม #ใบไม้สีเขียว..."

● ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ขายโพสต์ขายกระท่อม 513 โพสต์ ผู้ขายกระท่อมนิยมใช้วิธีการติดต่อการส่งข้อความ (Direct Message) ในสื่อสังคมออนไลน์ 68 โพสต์ ร้อยละ 13.26 ส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์ 370 โพสต์ ร้อยละ 72.12 โทรศัพท์ 3 โพสต์ ร้อยละ 0.58 จ่ายเงินด้วยวิธีการเก็บเงินปลายทางมากที่สุด 44 โพสต์ ร้อยละ 8.58 โอนเงิน 22 โพสต์ ร้อยละ 4.29 จ่ายเงินดาวน์ 3 โพสต์ ร้อยละ 0.58

ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางกระจายกระท่อมไปสู่ผู้เสพ วิธีการจัดส่งที่นิยมมากที่สุด คือ ไปส่งเองให้ถึงมือผู้ซื้อ (ขนมือ) 76 โพสต์ ร้อยละ 14.81 ส่งพัสดุบริษัทเอกชน 44 โพสต์ ร้อยละ 8.58 โยนหรือนำไปวางตามจุดนัดหมาย 2 โพสต์ ร้อยละ 0.39 และส่งโดยใช้บริษัทไปรษณีย์ไทย 1 โพสต์ ร้อยละ 0.19 ตามลำดับ

● ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) การลดราคาขายใบกระท่อมโดยลดราคาแบบมีเงื่อนไขเมื่อลูกค้าซื้อใบกระท่อม 5 กิโลกรัมขึ้นไป *"...ใบโล850 5โลขึ้นไปโลละ830..."* และลดราคาขายแบบไม่มีเงื่อนไขการขาย *"...ใบกระท่อม สดๆใหม่ๆเรยคับ ตอนนี้ราคาลดแล้วน่ะคับ..."* การแถม โดยของแถมมีทั้งแถมใบกระท่อมและแถมยาแก้ไอเพื่อนำไปผสมทำเป็นยาเสพติดชนิด 4x100 *"...แอด อุดหนุนกันได้ครับ โล650฿รสแถม1มัด ยา1ขวด ครึ่งโล340฿รสแถมยา1ขวด..." "... โล650฿/รวมส่ง แถม1มัด 10มัด900฿/รวมส่ง แถมยาแก้ไอ1ขวด..." "...แถมยาแก้ไอทุกคนครับ..."* ส่งใบกระท่อมฟรีให้ลูกค้า *"...โลละ750฿ ส่งฟรี ใบคัดสวยๆ..." "...#ท่อมใบรวม #โอนก่อน โลละ 500ไม่รวมค่าส่ง #เก็บปลายทาง โลละ 650 ส่งฟรี #ท่อมใบคัด #โอนก่อน โลละ 700 ส่งฟรี #เก็บปลายทาง โลละ 750 ส่งฟรี..." "...ใบโล850 5โลขึ้นไปโลละ830 ส่งฟรีทั่วไทย ..."* และการชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดจากการถูก

ยึดใบกระท่อมระหว่างการจัดส่ง *"...1โล650รวมส่ง ☑ ☑ อายัดชดเต็ม ‼ ‼ ไม่เจ็บตัวแน่นอน ‼ ..."* หรือ *ใบกระท่อมเน่าเสียผู้ขายชดใช้ค่าเสียหายให้ถุงสองเท่า "...ลดๆครับพ่อค้าเปิดร้านใหม่ โปร/ 1โล 500 ค่าส่ง50 ใบตัดใบสวย ถ้าเสียเน่า ชดให้คูณ2 ..."* โดยวิธีการส่งเสริมการขายต่างๆ ที่ผู้ขายใบกระท่อมได้ใช้นั้นช่วยดึงดูดความน่าสนใจจากลูกค้าที่ต้องการจะซื้อใบกระท่อมจากผู้ขายที่มีมากมายในสื่อสังคมออนไลน์ให้หันมาสนใจที่จะลองดูข้อเสนอจากผู้ขายและจะช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ เมื่อลูกค้ามองเห็นถึงความคุ้มค่าในการที่จะจ่ายเงินซื้อใบกระท่อมจากผู้ขายจากการส่งเสริมการขายนี้

"...ใบกระท่อม สดๆใหม่ๆเรยคับ ตอนนี้ราคาลดแล้วน่ะคับ ใบคัดโล600รวมส่ง ใบรวมโล550รวมส่ง ใบเศษโล500รวมส่ง ใคสนใจแอดไลน์มาคับ id.ไลน์maxlovema00 ราคานี้ไม่มีเก็บปลายทางน่ะคับ10โลขึ้นให้ราคาส่งเรยคับ ไม่มีโกง 💯 % เครดิตมีคับ #ใบกระท่อม #ใบท่อม #สายเขียว #กัญชา..."

"...ของยังเหลือเยอะนะครับ 🌸 สนใจแอด อุดหนุนกันได้ครับ โล650฿รสแถม1มัด ยา1ขวด ครึ่งโล340฿รสแถมยา1ขวด..."

"... ☑ โล650฿/รวมส่ง แถม1มัด 💯 ☑ 10มัด900฿/รวมส่ง แถมยาแก้ไอ1ขวด..."

"... ‼ มาครับๆ พร้อมบริการ25ชม.ครับ ‼ ใบรวม600 🍃 ใบคัด700 🍃 ใบมาเลย์780 🍃 ให้ไวครับ จะหมดแล้วครับ 😊 แถมยาแก้ไอทุกคนครับ 🎗 ..."

"...#ท่อมใบรวม #โอนก่อน โลละ 500ไม่รวมค่าส่ง #เก็บปลายทาง โลละ 650 ส่งฟรี #ท่อมใบคัด #โอนก่อน โลละ 700 ส่งฟรี #เก็บปลายทาง โลละ 750 ส่งฟรี #ใบกระท่อม แอด ID LINE #kanza52..."

"...1โล650รวมส่ง ☑ ☑ อายัดชดเต็ม ‼ ‼ ไม่เจ็บตัวแน่นอน ‼ สนใจส่งยอดทักมาครับ ราคาดี #ใบกระท่อม #ใบกระท่อมรามคำแหง #ใบชุมพร #ใบโล #ใบท่อม #ยาแก้ไอ #ฝาแดง #สายเขียว #ส่งจริงครับ #ดาทิสซิส #น้ำท่อม #กระท่อม..."

"...ลดๆครับพ่อค้าเปิดร้านใหม่ โปร/ 1โล 500 ค่าส่ง50 ใบตัดใบสวย ถ้าเสียเน่า ชดให้คูณ2 #ใบกระท่อม#ใบกระท่อมราคาถูก #ใบโล #ใบชุมพร..."

2. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ผู้ขายใบกระท่อม ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการโพสต์ในเพจของตัวเอง เพื่อสื่อสารให้ลูกค้าทราบว่า เพจหรือผู้ขายใบกัญชานั้น มีความน่าเชื่อถือที่ดีในการซื้อขายใบกระท่อม โดยดูได้จากผู้ติดตามเพจหรือกลุ่มของผู้ขาย ที่มีผู้ติดตามในจำนวนมาก ลูกค้าที่กำลังตัดสินใจที่จะซื้อใบกระท่อม เกิดความรู้สึกไว้วางใจในตัวผู้ขายมากขึ้น ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อจากลูกค้ารายใหม่ได้ *"...ครบรอบ1ปีกับทาง กับผู้ติดตาม500คนที่ 🎉 ..." "... มีกลุ่มเชคเคดิต สมาชิก300 สนใจแอดไลน์..."* และเมื่อใบกระท่อมได้ถูกยกเลิกจากเป็นยาเสพติดประเภทที่ 5 ให้กลายเป็นพืชที่ถูกกฎหมาย ผู้ขายใบกระท่อมจึงโพสต์เพื่อบอกกับลูกค้าเพื่อย้ำเตือนและกระตุ้นให้ลูกค้าได้ทราบเพื่อความสบายใจของลูกค้า ในการสั่งซื้อใบกระท่อมกับผู้ขาย *"...พร้อมส่ง ขอขถูกกฎหมายไม่ต้องล่อครับจ่า 🍃 🍃 🍃 ..." "... 🍀 ใบกระท่อมไทย 🍀 (ปลดล็อคถูกกฎหมายแล้ววันนี้)..."*

"...ครบรอบ1ปีกับทาง กับผู้ติดตาม500คนที่ 🎉 มีโปรโมชั่นแถมให้ลูกค้าเก่าใหม่ 😂 โล670บาท รวมส่งแล้ว ‼ กลุ่มเครดิตยาวแน่นๆเยอะๆ ☑ ใบเน่าเสียชดเต็มจำนวน ☑ เก็บปลายทางได้ ❗ ..."

"...ใบ600 เนื้อครึ่งขีด500 ขีด900 โล6000 ยาแก้ไอมีครบ มีกลุ่มเชคเคดิต สมาชิก300 สนใจแอดไลน์@229xhoeq https://lin.ee/4DvRmlHYB #ใบกระท่อม #ยาแก้ไอ #กัญชา #กัญชาอัดแท่ง #กัญชากรุงเทพ #กัญชาชลบุรี #ชลบุรี #นนทบุรี #กทม #เชียงใหม่..."

"...พร้อมส่ง ขอขถูกกฎหมายไม่ต้องล่อครับจ่า ..."

"... ใบกระท่อมไทย (ปลดล็อคถูกกฎหมายแล้ววันนี้) กิโลกรัม 750 บาท ครึ่งกิโลกรัม 500 บาท มียาหวานสอบถามได้นะครับ จัดส่งฟรีพัสดุ สนใจจิ้มคอนแท้คด้านล่างเลยจ้า http://line.me #กัญชาอัดแท่ง #ขายกัญชา #สายเขียว #กัญชาออแกนิค #กัญชา #เมาตาแตก #ใบกระท่อม #ขายใบกระท่อม..."

การขายยาเสพติดแบบผสมผสาน

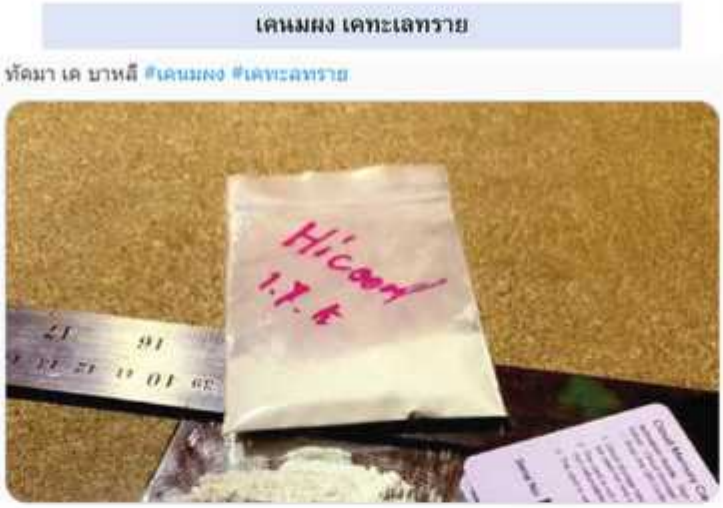
ผู้ขายยาเสพติดนำยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนมาผสมกัน เพื่อให้เกิดความมึนเมามากกว่าการเสพยาเสพติดในแบบเดิม มีดังนี้

- เคนมผง ที่มีส่วนผสมของ คีตามีน ไอซ์ เฮโรอีน ยานอนหลับ (โรเซ่) เป็นต้น

"...ทัคมา เค บาหลี #เคนมผง #เคทะลทราย..."

"...รับออเดอร์แล้วนะครับ พร้อมส่งแกร็ปตั้งแต่ตี4:00นะครับ กทม.(อ่อนนุช,คลองเตย, สุขุมวิท,บางนา,) สนใจแอดคิวอาร์โค้ดได้เลยครับ เคนมผงไม่ผสม G1000 ..."

ภาพที่ 45 เคนมผง เคทะเลทราย



- Happy water ยาสังเคราะห์ ไม่มีสี ไม่มีกลิ่น ลักษณะเป็นผง บรรจุซองสีเหลือง บนซองมีชื่อและสัญลักษณ์ของรถยี่ห้อเฟอร์รารี่ (Ferrari) ขายราคาซองละ 3 พันบาท ส่วนประกอบ เช่น ยาบ้า แอมเฟตามีน และคีตามีน

- กาแฟของสามพัน ยาเสพติดแบบผสมบรรจุภัณฑ์ในซองของกาแฟ (3 in 1) โดยผู้ขายส่งข้อความทางอินบ๊อกซ์แจ้งลูกค้าว่า *"มีส่วนผสมของ ยาอี ไฟว์ ไฟว์(แฮปปี้ไฟว์ หรือ Erimin-5 หรือยาไนเมตาซีแพม [nimetazepam]) และของเมา(ยาเสพติดอื่นๆ) " ซึ่งเมื่อเสพจะทำให้เกิดอาการมึนเมากว่าการเสพเพียงยาอีชนิดเดียว "...ใครสายปาร์ตี้หรือ EDMหักมาได้เลยครับไม่พูดเยอะเจ็บคอ กาแฟของ3000 (แอดคิวอาร์โค้ดเท่านั้น)..." "...ใครหาใช้มาทางนี้เลย กาแฟกำลังมา มีปลายทาง ขอบคุณทุกคนที่ไว้ใจ LineID: @..."*

- "ชุดคู่รักฟิน" "เส้นเล็ก4น้ำใส่0.5ไม่ใส่ผักไม่รวมถุง" ขายไอซ์พร้อมยาบ้าในแบบชุด ราคาชุดละ 600 บาท ประกอบด้วย ยาบ้า 4 เม็ด ไอซ์ 0.5 จี

ภาพที่ 46 ชุดคู่รักฟิน

- "จัดเซ็ท" "Set หลุดโลก" "ชุดโปร" ผู้ขายนำยารักษาโรคในทางที่ผิดมากกว่าหนึ่งชนิด เช่น ยาแก้ไอ ยาแก้แพ้ ยาแก้ปวดหรือยากล่อมประสาทนำมาผสมเข้าด้วยกันเรียกในกลุ่มผู้เสพเรียกว่า โปร หรือ ลีน เพื่อเสริมฤทธิ์ของยาให้มีอาการมึนเมาเพิ่มมากขึ้น โดยผู้ขายจะจัดเป็นชุดเอาไว้เพื่อสะดวกในการขายและผู้เสพก็สะดวกในการนำไปผสมเข้าด้วยกันเป็นชุด

"...จัดเซ็ท เมต้า1ขวด แค็ปซูล20เม็ด 300บาท(รวมส่ง) โปร1ขวด แค็ปซูล20เม็ด 330บาท..."

"...Set หลุดโลก ในราคา 339B ส่งฟรี -ลีน -ยาแก้ไอ ไอวาดิล -ทรามาดอล -แก้วปาร์ตี้(แดง) -ลูกอมกลิ่นผลไม้ ..."

"...ชุดโปรยังมีอยู่นะคร้าบบ #ลำปางนัดรับ ในรูปภาพเขียนข้อความระบุว่า จัดโปรเดือด ชุดละ -220 -แคป 2 ชุด -ยาน้ำ 1 ขวด -B5 2 เม็ด..."

ภาพที่ 47 ชุดยาเสพติดหลุดโลก

- ต้มใบกระท่อม ยาแก้ไอ น้ำอัดลม นำมาผสมกันเรียกว่า 4X100 ก็พบการขายในสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีทั้งขายแบบแยกและขายแบบชุด เพื่อความสะดวกของผู้เสพในการนำไปทำและผสมให้ได้ 4x100 ออกมาในปริมาณ 1 ชุด ที่พร้อมเสพ

"...จำหน่ายพืชกระท่อม "ปลีก" -ใบขีดละ 80฿ , 2ขีด 150฿ , ครึ่งโล300ใบ+ฝาแดง ชุดละ 200฿ ใบ+ไดเฟน ชุดละ 180฿ ใบ+ฝาเงิน ชุดละ 180฿ -..."

"... 📌 #ใบกระท่อม ‼ โลละ400.- แถมยา1ขวดเหมือนเดิมครับ 👐 🍃 ..."

ภาพที่ 48 ชุดน้ำท่อม

ภาพที่ 49 สัญลักษณ์อิโมจิขายชุดรวมยาเสพติด

สัญลักษณ์	ชื่อทางการ	ความหมาย	ตัวอย่าง
🔴 + ❄️	วงกลมสีแดง + เกล็ดหิมะ	ยาบ้ากับไอซ์ เป็นการขายแบบเซทคู่กัน	เซทนี้ 🔴 + ❄️ 600 ใครจะเอาทักมาเลย
🌎 💫	ลูกโลกทวีปอเมริกา , สัญลักษณ์มินงง	ลืนกับยาแก้ไอ เป็นการขายแบบเซทคู่กัน	Set หลุดโลก 🌎 💫 ในราคา 339฿ ส่งฟรี 🥚 -ลืน 🍇 -ยาแก้ไอไอวาดิล 🍒 -ทรามาดอล 💊
🚀	จรวด	ยาแก้แพ้กับยาทรามาดอล เป็นการขายแบบเซทคู่กัน	จัดเซ็ท 🚀 เมด้า1ขวด แค๊ปซูล20 เม็ด 300บาท

การสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้า ผู้เสพ ผู้สนใจยาเสพติด

การสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้าประกอบด้วย เข้าถึงตัวตนที่แท้จริงของลูกค้าลูกค้าแต่ละรายมีลักษณะ และความชอบที่ไม่เหมือนกัน การเข้าถึง อารมณ์และความรู้สึกของลูกค้า การสร้างภาพลักษณ์ ประสบกาณ์ให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ ความคาดหวังของลูกค้า เพิ่มช่องทางการติดต่อกับลูกค้า ลูกค้าต้องมีความสะดวกสบายในการติดต่อ ทำให้ลูกค้าคลายความเครียด ความกังวล ความไม่แน่ใจต่างๆ ใส่ใจทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งเป็นการเชื่อมต่อโลกออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกัน (Online Merge Offline : OMO) เพื่อสร้างโอกาสการขายเพิ่มขึ้น มอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดที่เกินความคาดหวังให้แก่ลูกค้า เรียกว่าเป็นขั้นกว่าของ O2O (Online to Offline) เป็นการใช้ระบบออนไลน์และออฟไลน์ไปพร้อมๆ กันเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าและบริการของแบรนด์ได้ในทุกช่องทางอย่างราบรื่น ผนวกกับการใช้กลยุทธ์การตลาด Customer Value Journey ดังนี้

1. การรับรู้ (Awareness) ด้วยการใช้แฮชแท็ก(#) คำสแลง การใช้คำพูดอื่นแต่สามารถสื่อสาร การใช้อิโมจิ (Emoji) หรือสัญลักษณ์พิเศษอื่นๆ ในการสื่อความหมายให้กับลูกค้า โดยไม่ได้ใช้ชื่อของยาเสพติดโดยตรง เพื่อเป็นการหลบเลี่ยงจากการถูกปิดบัญชีจากสื่อสังคมออนไลน์

2. การมีส่วนร่วม (Engagement) ผู้ขายยาเสพติดใช้การโพสต์ภาพเคลื่อนไหวของอุปกรณ์ วิธีใช้หรือวิธีการเสพเพื่อสร้างคอนเทนต์ให้น่าติดตาม เพราะผู้เสพยาเมื่อได้เห็นภาพของการเสพอาจจะทำให้อารมณ์รวมหรือเกิดความอยากเสพขึ้นมาได้ การโพสต์ข้อความอาการที่เกิดขึ้นหลังเสพ และเปลี่ยนลูกค้าเป็นคู่ค้าด้วยการให้ลูกค้าสามารถจ่ายแค่เงินดาวน์หรือเงินมัดจำก่อนจำนวนหนึ่ง แล้วอีก 7 วันก็นำเงินที่เหลือมาจ่าย เพียงเท่านี้แล้วก็ได้ยาไปเสพหรืออาจนำไปขายต่อสามารถทำให้ลูกค้ามีส่วนร่วมกับธุรกิจการขายยาเสพติดได้

3. การติดตาม (Subscribe) เพิ่มความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่าด้วยการให้ราคาพิเศษ หรือจากการถูกปิด (แบน) บัญชีผู้ใช้โซเชียลมีเดียจากผู้ให้บริการ เพราะมีการโพสต์ภาพยาเสพติด ทำให้เวลาเปิดบัญชีผู้ใช้ใหม่ต้องบอกให้ลูกค้าเก่าทราบ การใช้แอพพลิเคชั่นไลน์ซึ่งเป็นการให้บริการ Messaging รวมกับ Voice Over ทำให้ผู้ขายยาสร้างกลุ่มขายยาสำหรับใช้ติดต่อซื้อขายและส่งข้อความการขายให้ลูกค้า โดยที่คนอื่นที่ไม่ใช่สมาชิกกลุ่มไม่เห็นข้อความที่พูดคุยกันเกิดความสบายใจและความปลอดภัยในการซื้อยา

4. การสร้างลูกค้า (Convert) การทำให้ลูกค้าใหม่ยอมรับและหันมาเลือกซื้อยาเสพติดกับผู้ขาย เช่น การส่งเสริมการขายด้วยการตั้งราคาขายที่ถูก การจัดส่งให้ฟรี แถมยาเสพติด หรือการแบ่งขาย ลูกค้าสามารถทดลองซื้อได้โดยไม่ต้องจ่ายเงินแพง เช่นเดียวกับให้ลูกค้าได้เลือกจ่ายแบบเก็บเงินปลายทาง จ่ายดาวน์ ซึ่งเป็นวิธีที่ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าหน้าใหม่ที่จะกล้าลองสั่งซื้อ และเมื่อได้รับยาเสพติดที่ตรงเวลามีคุณภาพเท่ากับหรือสูงกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง ทำให้กลายมาเป็นลูกค้าประจำได้ในอนาคต และยังช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อให้กับลูกค้าเก่าที่จะสั่งซื้อกับผู้ขายรายเดิมต่อไปได้ การโพสต์บอกถึงปริมาณยาที่มีขายว่ามีพอเพียง การสร้างความมั่นใจในคุณภาพของยาด้วยการยินดีคืนเงินถึงสองเท่าหากยาขายไม่มีคุณภาพ นอกจากนี้การโพสต์ด้วยข้อความที่บอกว่า "รับผิดชอบทุกกรณี" ก็ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อในการที่จะตัดสินใจเลือกซื้อยาเสพติดได้ด้วย และการขายปลีก ขายย่อย เป็นการเปิดโอกาสให้ลูกค้าหน้าใหม่ที่มีเงินน้อยสามารถซื้อได้ ซึ่งเป็นทางเลือกที่ดี ทำให้ได้ลูกค้าใหม่ๆ เพิ่มขึ้นด้วย

5. การทำให้ลูกค้าตื่นเต้นกับแบรนด์(ตรายี่ห้อ) (Excite) การโพสต์ด้วยการบอกชนิดของยาเสพติดที่ขายโดยบอกว่าเป็นยาเสพติดในแบบที่มีคุณภาพดีที่สุดในประเทศไทย หายาก ช่วยสร้างความน่าสนใจความอยากทดลอง เสพให้กับผู้ที่จะซื้อและช่วยในการตัดสินใจซื้อให้กับลูกค้าได้ การตั้งราคาราคาขายที่ถูกมากนั้นสร้างความน่าสนใจจูงใจให้รีบตัดสินใจซื้อก่อนที่ยาเสพติดหรือการส่งเสริมการขายนี้จะหมดไป การโพสต์ด้วยการใช้ข้อความ ภาพที่ชี้ให้เห็นถึงคุณภาพของยาที่ขายเพื่อสร้างความน่าสนใจ นึกถึงคุณภาพของยาเมื่อได้เสพ เช่น *"... 💧 สดๆจากเตา ‼ 💧 ..." ข้อความที่การันตีถึงคุณภาพยาบ้า "...งานดีสุดเจ้าเดียวไม่เหมือนใคร งานดีรับประกัน A+ 🎲 🐄 ✈ ..." "...ไม่ดีดให้ถีบหน้า..." ข้อความที่บอกถึงชนิดยาบ้าที่จำหน่าย "...ส้มเขาะ ใครยังจำงานตัวนี้ได้มังครัย สมัยหนึ่ง ตอนนี้ก็ยังที่1 ในใจผม..." "... Y1 ปากแดง มาแรงสุดๆตัวนี้ขายดีครับ..." "... 🏷 ชาทองรู้ๆกันอยู่ว่าดีและหายากแค่ไหน. 🍃 ❄ .." "...จะบอกให้ไม่ต้องทำเข้ม ดูนะพี่ขายให้ดู เอาเอาๆไวๆ ขายให้เด็กมันดู 1.4 ย้ำ 1.4 ✨ ✨ จีละ 300 ฟังไม่ผิด จีละ 300 สงวนสิทธ 1 คนได้ 5. จี มาๆๆๆ ช้าหมดอด นะจ๊ะ #..." "...Mdma นำเข้า 550but/1cap 💗 💧 กทมมีบริการส่งแกรป 🏍 รีวิว ตัวนี้อารมณ์มาเต็ม #ยาอี #เคี้ยวหนม #เคตามีน #ตมเค #mdma #ยาปลุกเซ็กส์หญิง #ยาปลุกเซ็กส์ชาย #ยาปลุกเซ็กส์ #ไฮคูล MDMA TESLA 250mg 10ลูกขึ้นไป 450/1ลูก กทมชั้นต่ำ 3 ลูกส่งแกรป Import from Netherlands..." "...เคเกร็คชาเขียว5ดาวของแท้😷 🧸 เคเกร็คG900 5G3800 🧸 🍖 หนม400-800 🍖 🎲 ใหญ่G900ยก5G3500 🎲 🍁 กัญชาโล6000 🍁 #ไฮ #ตัวใหญ่ #ไฮเงี่ยน #ไฮคลู #ไอซ์ #หนมนอก #เคตามีน #ตัวเล็ก #กัญชา..." "... 🎲 เคนมผงไม่ผสม G1000 🍃 ..."*

6. การซื้อซ้ำ (Ascend) การใช้การส่งเสริมการขาย ช่วยสร้างความน่าสนใจ กระตุ้นการตัดสินใจซื้อ และถ้าราคาขายยาเสพติดมีราคาที่ถูกจนน่าพอใจก็ช่วยให้ผู้เสพเกิดการซื้อซ้ำ คุ้มค่ากับเงินที่จ่าย การลดราคาเมื่อซื้อไอซ์ในปริมาณที่มาก การทำโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อมัดใจและกระตุ้นการซื้อจากผู้ซื้อผู้เสพ เช่น ตั้งราคาจำหน่ายพร้อมราคาส่ง *"...ถุงละ 4000 THB. ราคานี้รวมส่งแล้วค่ำ..." หรือซื้อเยอะลดราคาได้ "... 💊 #ตัวเล็ก [Y1/999] 💊 | — 💊 [Y 1 = 3,500 บาท/ถุง.] — 💊 [999 = 3,000 บาท/ถุง.] (เอาเยอะลดได้) #ราคามีไว้ต่อลอง ..." หรือการใช้ข้อความที่โดนใจถูกใจกลุ่มผู้ซื้อผู้เสพ เพื่อให้เกิดความรู้สึกเหมือนเป็นพวกเดียวกันเป็นเพื่อนกัน ทำให้เกิดความไว้เนื้อเชื่อใจ และจะกลายเป็นลูกค้าชาประจำได้ "...งานไม่ดีให้เอาตีนมาเหยียบหน้าบังเลยคำพูดนี้รู้กันอยุครับ สนใจแอดมาครับ 👍 💗 ..." นอกจากนี้การแถมยาเสพติด ฟรีค่าจัดส่ง ทำให้รู้สึกว่าไม่แพง ชวนให้กลับมาซื้อกับผู้ขายรายเดิมได้ หรือการซื้อใจลูกค้าเก่า ด้วยการส่งยาเสพติดให้ก่อนยังไม่ต้องจ่ายเงิน หรือโอนเงินก่อนเพียงครึ่งหนึ่งแล้วที่เหลือเก็บเงินแบบปลายทาง ก็ซื้อใจลูกค้าได้เป็นอย่างดี "... ☑ การรันตีคุณภาพดีสมราคาครับ ❄ 1จี 1,000 ❄ 3จี 2,700 ❄ 5จี 4,000 แถม*

1 10จี 6,500 แถม 2 ฟรีค่าจัดส่ง ตวจ.ได้รับของภายใน 1วัน กทม(ฝั่งพระนคร) ส่งได้ระบบวางให้เก็บเองครับ สั่งเยอะราคาต่อรองได้คับ #น้ำแข็ง #ตัวใหญ่ #ตัวเล็ก #เชียงใหม่ #กทม..."

7. การบอกต่อ (Advocate) การรีวิวยาเสพติดโดยตัวของผู้ขายเพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าว่า ยาเสพติดนั้นมีคุณภาพดี การโพสต์ภาพข้อความที่ได้คุยกับลูกค้าช่วยสร้างเครดิตการขาย การโพสต์สลิปการโอนเงิน เพราะเป็นการบอกถึงคุณภาพและการบริการจากปากผู้ซื้อเอง *"...ลองงานก่อน งานโอเคเลย รุ่นปีนเสาไฟ10ต้นเลยลูก5555+ เชื่อแม่แม่ลองแล้ว **ราคา g1000 #รับส่ง 2g ขึ้นไป ซื้อ3จี 2,800 #นัดรับ แบ่งขาย300ขึ้นไป กทม. #ชนมือ #นัดรับ #ลาดพร้าว122 #รามคำแหง65 #ไอซ์ #น้ำแข็ง #สายดีด #สายไม่นอน #ขายน้ำแข็ง #งานดีด #สายดีด #ดีด #ดูดไอซ์ #สายควัน..."*

8. การทำให้ลูกค้าเป็นผู้สนับสนุน (Promote) การแจกรางวัลเป็นยาเสพติด โดยต้องกดติดตามเพจ ช่วยสร้างยอดผู้ติดตามเพจได้เป็นอย่างดี ช่วยให้ผู้ที่ติดตามเพจ ได้เห็นโพสต์ต่างๆ ที่ผู้ขายได้โพสต์ลงในสื่อสังคมออนไลน์ และถ้ามีจำนวนผู้ติดตามมากยิ่งช่วยสร้างเครดิตให้กับผู้ขายที่เป็นเจ้าของเพจมากขึ้นตามไปด้วย เนื่องจากลูกค้าหน้าใหม่ก็มักจะเลือกซื้อยาเสพติดจากเพจที่น่าเชื่อถือก่อน เมื่อลูกค้าเกิดความไว้วางใจในตัวผู้ขาย กลายเป็นลูกค้าประจำ ช่วยโปรโมทและสร้างเครดิตของผู้ขายยาเสพติด

การตลาดแบบออฟไลน์ (ตลาดดั้งเดิม)

การตลาดแบบออฟไลน์ (ตลาดดั้งเดิม) ได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการขายและมีพฤติกรรมเสพยาเสพติดในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ทั้ง 4 ภูมิภาค จำนวน 80 ราย พบว่า ยาเสพติดหลักที่เสพประจำ คือ ยาบ้า ร้อยละ 66.3 รองมา คือ ไอซ์ ร้อยละ 10.3 กัญชา ร้อยละ 11.3 คีตามีน ร้อยละ 6.3 เฮโรอีน ร้อยละ 3.8 และยาอี ใบกระท่อม ร้อยละ 2.6 ส่วนใหญ่เป็นการเสพแบบชนิดเดียว ร้อยละ 66.3 รองมา คือ เสพสลับกัยยาเสพติดชนิดอื่นโดยเฉพาะสลับกับไอซ์มากที่สุด ร้อยละ 17.5 และเสพร่วม (ผสม) กับยาอื่น เช่น ร่วมกับไอซ์-ยาบ้า ร่วมกับเฮโรอีน-ยาบ้า ร้อยละ 16.3 วิธีการได้มาส่วนใหญ่ไปซื้อด้วยตนเอง (ที่บ้านคนขาย) หรือชนมือมากกว่า ร้อยละ 80 รองมาคือ ไปรับตามจุดที่นัดวาง มีคนเอายามาส่งให้ ส่งทางไปรษณีย์ และส่งพัสดุเอกชน นิยมโอนเงินผ่านมือถือ หรือ ATM มากกกว่าการจ่ายเงินสดโดยตรงกับผู้ขาย มีเพียงส่วนน้อยที่จ่ายแบบเงินดาวน์ ลักษณะของผู้ขายยาที่ติดต่อซื้อขายเป็นประจำเป็นคนนอกชุมชนมากกว่าคนในชุมชน

ภาษาคำสแลงที่ใช้เรียกแทนชื่อยาเสพติด

- ยาบ้า คำที่ใช้เรียกแทน ได้แก่ กก.น.สีแดง ขนม ลูกอม แนวแก้ กาแฟเม็ด ของ ของตัวเล็ก ของเบา คัวงาน ซื้อของหน่อย ตัวเล็ก โต่ม บ้า บาง เป็นนม เป็นม้า ไปเอางานไหม ม้า กิ๊กงาน บ้า แมง แมว ไม้ของใหม่ ยา ยาขยัน ยาบ้า ยาม้า ลูกอม ว่าน สายเขียว หนู เป็นต้น
- ไอซ์ คำที่ใช้เรียกแทน ได้แก่ กันชื้น ของหนัก แข็ง งานตัวใหญ่ ตัวใหญ่ น้ำ น้ำแข็ง ขาว แนวแก้ สเก็ต ไอซ์
- ยาอี คำที่ใช้เรียกแทน ได้แก่ หนม
- คีตามีน คำที่ใช้เรียกแทน ได้แก่ เค ตึ๊ม มานา ยาเค
- เฮโรอีน คำที่ใช้เรียกแทน ได้แก่ แป้ง ยาขาว ไอ้ขาว เฮโรอีน
- กัญชา คำที่ใช้เรียกแทน ได้แก่ กัญชา ตุ่ย ตุ่ย เนื้อ เป็ด หยอ
- ทรามาดอล คำที่ใช้เรียกแทน ได้แก่ เขียวเหลือง

การส่งเสริมการขายที่นิยมในตลาดแบบออฟไลน์ (ตลาดดั้งเดิม) นิยมใช้วิธีการแถมยาเสพติดชนิดเดียวกับที่ซื้อ รองมาคือ การลดราคาเมื่อซื้อในปริมาณมาก และการให้ฟรี เช่น

- ไอซ์ "ซื้อจำนวนมากราคาถูกลง" "แถมของเพิ่มให้"
- ยาบ้า "ซื้อ 1 ถุง จะได้ลดราคา 1000 บาท" "ซื้อ 1 ถุง แถม 50 เม็ด" "ซื้อ 1 ถุง แถมไอซ์ 1 จี" "ซื้อ 1 แถม 1" "ซื้อ 1 มัด แถมไอซ์ 1 จี" "ซื้อ 1 มัดแถม 1 มัด" "ซื้อ 1 ลูก 2000 เม็ด แถมไอซ์ 10 จี" "ซื้อ 10 เม็ด แถม 1-2 เม็ด" "ซื้อ 2 มัด แถมไอซ์ 10 จี" "ซื้อ 2 เส้นขึ้นไปแถม 5 เม็ด" "ซื้อ 3 ถุงจะลดราคาให้" "ซื้อ 5 - 10 ลูก แถมไอซ์ 50 - 100 จี" "ซื้อ 50 เม็ดแถม 5 เม็ด" "ซื้อ 6 มัด แถมไอซ์ 20 จี" "ถ้าซื้อ 50 เม็ดขึ้นไปจะลดราคา ครึ่งหนึ่ง" "ถ้าเอาจำนวน 3 - 4 ถุงขึ้นไปจะลดราคาให้ 1000 - 500 บาท"
- คีตามีน "ลดราคา เมื่อซื้อจำนวนมาก"
- กัญชา "1 โล แถม 1 ขีด" "ซื้อกัญชา แถมใบกระท่อม" "ซื้อเยอะดูดฟรี" "ลดราคา"
- เฮโรอีน "ได้มาฟรี"

เปรียบเทียบราคาขายยาเสพติดบนอินเทอร์เน็ตและตลาดดั้งเดิม (ออฟไลน์)

ราคาขายยาเสพติดบนอินเทอร์เน็ตแพงกว่าราคาขายในตลาดดั้งเดิม (ออฟไลน์)

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบราคาขายยาเสพติดออนไลน์และออฟไลน์

ราคา 1 หน่วย	ราคาขายบนอินเทอร์เน็ต(บาท) : นิยมขายมากที่สุด(ต่ำสุด-สูงสุด)	ราคาขายออฟไลน์(บาท) : นิยมขายมากที่สุด(ต่ำสุด-สูงสุด)
ไอซ์		
กรัม	1,500(300-2,000)	600(600-600)
จี	800(100-10,000)	500(200-1,200)
บิ๊ก		1,600(1,600-1,600)
ไอซ์(น้ำ) 1 เข็ม 20 มล.	300(300-300)	
ยาบ้า		
ถุง	3,000(1,000-24,000)	3,000(1,500-7,500)
แพ็ค		40,000(40,000-40,000)
มัด	35,000(5,000-35,000)	20,000(9,000-40,000)
เม็ด	30(15-120)	50(10-100)
ลูก	19,000(24,000-35,000)	14,000(14,000-20,000)
เส้น/แถว	550(200-2,400)	500(500-500)

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบราคาขายยาเสพติดออนไลน์และออฟไลน์ (ต่อ)

ราคา 1 หน่วย	ราคาขายบนอินเทอร์เน็ต(บาท) : นิยมขายมากที่สุด(ต่ำสุด-สูงสุด)	ราคาขายออฟไลน์(บาท) : นิยมขายมากที่สุด(ต่ำสุด-สูงสุด)
ยาอี		
เม็ด	400(100-1,200)	400(200-400)
คีตามีน		
1 จี	800(200-3,800)	500(300-500)
เฮโรอีน		
ขวด		13,000(13,000-13,000)
บิ๊ก	2,600(1,150-5,000)	1,000(600-1,000)
กรัม	1,200(600-1,800)	
โคเคน		
1 กรัม	3,500-4,300	
แอลเอสดี		
1 แทป	800(300-3,000)	
1 ชีท	15,000-17,500	
กัญชา		
กรัม	500(100-7,900)	
ก้อน	300(100-500)	100(100-500)
กิโลกรัม	6,500(750-25,000)	3,000(1,000-20,000)
ขีด	1,200(200-46,000)	100(100-1,000)
ถุง	200(200-200)	100(100-100)
แท่ง		100(100-100)
มุม	2,300(1,820-4,500)	2,500(2,500-2,500)
น้ำมันกัญชา	890(100-900)	500(500-1,000)
ใบกระท่อม		
ใบมัด	100(100-900)	100(100-100)
ต้น	200(50-650)	

การตลาดยารักษาโรคแบบผิดแผนออนไลน์

● ยาแก้ปวด

การโพสต์ขายแก้ปวด ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นยาทรามาดอล มีหลากหลายตรายี่ห้อ ขนาดของรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีทั้งแบบซองซิป แบบแผง แบบกล่อง และแบบยกลัง ที่มีทั้งทำให้ลูกค้ามีทางเลือกที่หลากหลายและเหมาะสมกับปริมาณที่อยากนำไปเสพและจำนวนเงิน ซึ่งการแบ่งขายบรรจุภัณฑ์แบบซองซิปเป็นอีกหนึ่งวิธีที่สามารถดึงดูดลูกค้ากลุ่มที่มีกำลังซื้อน้อยและลูกค้าใหม่ที่อยากทดลองซื้อขายกับผู้ขายที่ไม่เคยซื้อกันมาก่อน ทำให้ลูกค้าที่มีเงินน้อยสามารถที่จะซื้อมาใช้เสพได้ เป็นการช่วยจูงใจในการตัดสินใจการซื้อของลูกค้า

"...ขายเขียวเหลืองราคาส่งขายจริงส่งจริง ☑ เพนดอล50แผง=500 เม็ด 💊 1800บ.ทินดอล500 เม็ด 💊 1500บ.แบ่งขายแผงละ70บ...."

"... 💊 เขียว-เหลือง HK ราคาปลีก 💊 -ขาย:กระปุกละ 1,600 บาท 500 เม็ด -ขาย:ครึ่งกระปุก 900 บาท 250 เม็ด GF แบ่งขาย ขั้นต่ำ 100 เม็ด เม็ดละ 5 บาท GF..."

"...งานกล่องแคปซมพู แผงฟรอย..."

"...1กล่องจาก1750฿เหลือ #1500฿ ✔ (ตกแผง50เท่านั้นซื้อยกกล่อง) 📌 1กล่องมี25แผง (แผงเหล็ก) 🔱 ขายแยกแผงก็มี 5แผงขึ้นไปแผงละ70฿ ✔ 10แผงขึ้นไป60฿ ✔ ..."

"... 📘 Tindol HK (แบบแผง)..."

"...Tramadol f 100 mg..."

"...Paindol (แบบแผง)..."

"...Modsenal Cap กินดีจัด!! 📘 1กระปุก 500แคปซูล..."

"...Hk กะปุก 1900 รส (500แคป) รามาดอล กะปุก 1750 รส แคปซมพู กะปุก 3400 รส วอซิดอล กล่อง 1300..."

ภาพที่ 50 ยาแก้ปวด

ด้านราคา

1. กลยุทธ์การตั้งราคาขายโดยใช้หลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) ด้วยการใช้การกำหนดราคาเลขคี่ (Odd Pricing) ใช้การตั้งราคาขายยาแก้ปวดโดยกำหนดราคาที่ลงท้ายด้วยเลขคี่ มีการใช้เลข 9 ในแบบ 90 99 และในแบบเลขคี่ 50 ซึ่งการตั้งราคาขายแบบนี้ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่ายาแก้ปวดหรือยาทรามาดอลที่ขายนั้นมีราคาถูกหากเทียบกับผู้ขายรายอื่นที่มีการตั้งราคาในแบบจำนวนเต็ม *"... โปรโมชั่นจัดหนัก ร้านTyfree77 Tindon HK 500 Cap. 100 รับประกันแท้ 1กระปุก 1999..." "...Tramada (ซมพู) 100 กระปุก 1,000 แคปซูล 3,490.-ส่งฟรี ..." "... Tindol HK (แบบแผง) 100 กระปุก 500 แคปซูล 2,590.- ส่งฟรี..." "... ทินดอลHk กป 1900฿ แคปซมพู กป 3350฿ รามาดอล กป 1750฿ สนใจแอดไลน์..." "...แค็ปซูล 20 เม็ด 330 บาท 10 เม็ด 50 บาท (ค่าส่ง 40) 50 เม็ด ขึ้นไป 100 เม็ดขึ้นไป เม็ดละ 5 บาท 500 เม็ด 1450 บาท 1000 เม็ด 2550 บาท..."*

2. กลยุทธ์การตั้งราคา Product Set Price การตั้งราคาแบบจับคู่สินค้า โดยผู้ขายนำเอายาแก้ปวดทรามาดอลมาจับคู่เซตขายกับยาแก้ไอเพื่อให้ลูกค้านำไปผสมเป็นเครื่องดื่มลีน ซึ่งการซื้อเป็นชุดเซตแบบนี้จะมีราคาถูกกว่าการซื้อแยก ช่วยกระตุ้นการขายจากลูกค้าได้ และทำให้ผู้ขายสามารถขายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น *"...Set หลุดโลก ใน ราคา 339฿ ส่งฟรี ..." "...ทามาดอล 10/60 แผงละ70 ชุดละ 130 ทักไลน์..." "...ชุดพร้อมแคปงานแผง 1ชุด/ 190 มี2แผง ฟาเทค1ขวด..."*

3. การตั้งราคาเป็น 3 ระดับ (Three-Tier Pricing) ผู้ขายตั้งราคาขายยาทรามาดอลไว้ 3 ราคา เพื่อเป็นตัวเลือกให้ลูกค้าได้ตัดสินใจซื้อ โดยลูกค้าจะเกิดความรู้สึกที่ว่าหากเพิ่มเงินซื้อจากเดิมที่ตั้งใจไว้อีกไม่มากนักได้ยาทรามาดอลที่มากขึ้นในราคาที่จ่ายเพิ่มไม่แพง เกิดความรู้สึกว่า มีความคุ้มค่าในการจ่ายเงินที่เพิ่มเข้าไปนั้น ผู้ขายสามารถขายยาทรามาดอลได้มากขึ้น *"... (ราคาปลีกเม็ดละ 2฿) 10 เม็ด 20฿ 50 เม็ด 70฿ 100 เม็ด 170฿ ราคาส่งเราก็มีนะคะ ราคาของ/ชิ้น..." "...#เขียวเหลือง hk (น้ดรับได้) สนใจติดต่อได้ที่ ไลน์ id-hatanระปุก(500เม็ด) 1550 บาท แบ่งขาย 100 เม็ด 400 บาท 200 เม็ด 750 บาท 300 เม็ด 1000 บาท..."*

4. การตั้งราคาเพื่อการส่งเสริมการตลาด (Promotion Pricing) ใช้การตั้งราคาแบบล่อใจ ด้วยการตั้งราคาให้มีราคาต่ำ เพื่อจูงใจผู้บริโภคให้ซื้อ โดยผู้ขายได้โพสต์บอกในสื่อสังคมออนไลน์ว่า ยาทรามาดอลที่ขายนั้น มีราคาถูก แต่ไม่ได้บอกราคาที่เป็นตัวเลขกำกับไว้ ให้ลูกค้าติดต่อสอบถามทาง line ซึ่งวิธีนี้ จะช่วยให้ผู้ขายได้มีการติดต่อพูดคุยกับลูกค้าได้โดยตรง จะช่วยให้ผู้ขายชักจูงให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าต้องการที่จะซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งมีด้วยกันหลายวิธี คือ

1. การโฆษณา (Advertising) ผู้ขายยาแก้ปวดใช้การโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เกิดการกระตุ้นการขายและเกิดการจูงใจในการซื้อ เพื่อสร้างการรับรู้ในยาแก้ปวดว่ามีชนิดไหนขาย ผู้ขายยังมีการโฆษณาว่าสินค้าที่มีเป็นสินค้าแท้จากโรงพยาบาล *"...Tamadolแท้ ของแท้จากโรงบาล..."* และยังใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ ในการโฆษณาเพจของตัวเอง และยังสร้างความรับรู้ในยาแก้ปวดที่ขายนั้นเมากว่าทางเพจอื่น *"...แคปซมพู เมากว่า 2 เท่า ! ..."* และยังมีการรับประกันสินค้า *"...ของเข้าแล้วน่ะครับ เปลี่ยนโฉมใหม่ไฉไลกว่าเดิมครับ แต่ความเมายังเหมือนเดิมรับประกันครับ..."* เพื่อให้เกิดความจูงใจและกระตุ้นการขาย *"...Tamadolแท้ ของแท้จากโรงบาล แผง*

ละ50บาท (ค่าส่งเหมา50กี่แผงก็ส่ง) สนใจทักมามีเฟสจริงขายค่ะ #ทามาดอล #เขียวเหลือง #เม็ดเมา #tamadol #tindol #lean #ตบเม็ด..." "...แคปซมพู เมากว่า 2 เท่า ! แผงละ 100 บาท พร้อมส่งค้าบ #โปรเมทาซีน #กัญชาอัดแท่ง #เขียวเหลือง #เขียวเหลืองราคาส่ง #เม็ดเมา..." "...ของเข้าแล้วน่ะครับ เปลี่ยนโฉมใหม่ไฉไลกว่าเดิมครับ แต่ความเมายังเหมือนเดิมรับประกันครับ ช้าหมดครับ งานกล่องแคปซมพู แผงฟรอย กล่องล่ะ600 มี 10 แผง 100เม็ด 5 กล่อง 500เม็ด 2190 รวมส่ง 10กล่อง 100แผง 1000เม็ด 4190 รวมส่งemsสนใจแอดไลน์มาครับ benz_2687นัดรับ สมุทรปราการ ร่มเกล้า..."

2. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) ผู้ขายยาแก้ปวด ได้มีการลดราคาสินค้า ยิ่งซื้อเยอะราคาก็ยิ่งถูกลง ซื้อ 5 กระปุกขึ้นไป กระปุกละ 800 *"...เขียวเหลืองกระปุก(HK) กป HK1กระปุก1300 2กระปุก2300 5กระปุกขึ้นไปกระปุกละ800..." เป็นการกระตุ้นการขายและเพิ่มยอดขายได้เป็นอย่างดี ซึ่งก็ยังมีบริการจัดส่งฟรี "... โปรส่งฟรี Tramada (ซมพู) กระปุก 1,000 แคปซูล 3,490.-ส่งฟรี ..." เพื่อทำให้เกิดความจูงใจของลูกค้า ที่เห็นถึงความคุ้มค่าในการซื้อยาแก้ปวดจากผู้ขาย "...#ยาเมา เขียวเหลืองกระปุก(HK) กป HK1กระปุก1300 2กระปุก2300 5กระปุกขึ้นไปกระปุกละ800 #สายเมาสายเบลอ #เขียวเหลือง ID ot..." "... ลิ้งติดต่อไลน์คลิ้ก https://line.me โปรส่งฟรี Tramada (ซมพู) กระปุก 1,000 แคปซูล 3,490.-ส่งฟรี ..." "...#เขียวเหลือง #Tindol 1,000 ตัว HK ราคา 2,700฿ #T50 1,000 เม็ด ราคา 2,800฿ #Tindol 500 เม็ด ตอก HK ราคา 2,500฿ ส่งฟรี..."*

3. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ผู้ขายยาแก้ปวด ได้ใช้การโพสต์ด้วยข้อความหรือรูปภาพ ลงในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของตัวเอง ผู้ขายมีการโพสต์ประชาสัมพันธ์ไว้หากไม่อยากโดนโกงให้มาซื้อทางเพจได้ *"...เบื่อคนโกง ไม่อยากโดนหลอก !! มาซื้อกับผมครับ มีกลุ่มเครดิต วีดีโอมาดูสินค้าได้ มีสินค้า พร้อมส่ง ..." เพื่อทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อผู้ขาย และการบริการเก็บเงินปลายทาง "...ส่งของทุกวันส่งจริง !! มีเก็บเงินปลายทางนะครับ ..." เป็นบริการที่ทำให้ผู้ซื้อเกิดความเชื่อใจในตัวผู้ขาย โดยผู้ซื้อจะรู้สึกว่า การซื้อสินค้าแบบเก็บเงินปลายทางเป็นการยืนยันว่าจะได้รับสินค้าอย่างแน่นอน โดยไม่ต้องกังวลในเรื่องของการถูกโกงอย่างแน่นอน "...และยาน้ำอื่นๆ ยกลัง หรือ ปลีก มีทุกราคาครับ ส่งของทุกวันส่งจริง !! มีเก็บเงินปลายทางนะครับ อยากอื้ออยากเชือนทักมาครับสั่งซื้อ #โปร #โปเมทาซีน #ยาน้ำ #น้ำเมา #ยาเมา #กัญชา #กัญชาออแกนิค #กัญชาog #เมต้า #ยูนิแลค #เขียวเหลือง..." "...เขียวเหลือง ทินดอล HK ยกกระปุก/แบ่ง ทักมาได้เลยสินค้าพร้อมส่ง มีปลายทางกลุ่มเครดิตแน่นๆ ..."*

- **ยาแก้แพ้**

ภาพที่ 51 ยาแก้แพ้

ผู้ขายยังสร้างความหลากหลายให้กับยาแก้แพ้ โดยการโพสต์ขนาดของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ที่มีทั้งแบบขวด แบบแพ็ค และแบบลัง ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกที่หลากหลายและเหมาะสมกับปริมาณที่อยากนำไปเสพ ซึ่งการแบ่งขายบรรจุภัณฑ์แบบขวด เป็นอีกหนึ่งวิธีที่สามารถดึงดูดลูกค้ากลุ่มที่มีกำลังซื้อน้อยและลูกค้าใหม่ที่อยากทดลองซื้อขายกับผู้ขายที่ไม่เคยซื้อกันมาก่อน ทำให้ลูกค้าที่มีเงินน้อย สามารถที่จะซื้อมาใช้เสพได้ *"...MARTEC SYRUB 60 mL 1 แพ็ค บรรจุ 12 ขวด ราคา แพ็คละ 950.-..." "..ครึ่งลัง1800รวมส่ง ✨ ✨ลังละ3400รวมส่ง..." "...ฟาเทค ลังละ 1,800บาท รวมส่ง 🟤 🟤 🟤 ขวดละ 70 บาท..."*

ด้านราคา

กลยุทธ์ด้านราคา ของกลุ่มของยาแก้แพ้ในปี พ.ศ. 2564 ดังนี้

1.กลยุทธ์ราคาชุด (Product Set Pricing) ผู้ขายใช้การขายแบบรวมเป็นชุดของยาแก้แพ้และยาทรามาดอล ที่ผู้ซื้อสามารถนำไปผสมเป็นยาเสพติดชนิด โปร หรือ ลีน สร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ซื้อ โดยไม่ต้องวุ่นวายหาซื้อแบบแยกชนิดหรือซื้อจากหลายๆ ที่ และทำให้ผู้ขายสามารถขายยารักษาโรคแบบผิดแผนได้มากขึ้น โดยในชุดนั้นประกอบไปด้วยยาแก้แพ้ 1 ขวดและยาทรามาดอล 10 – 20 เม็ด บางชุดได้มียา B5 เพิ่มเข้ามาในชุดอีกด้วย

"...ชุดล่ะ 330., โปร 1 ขวด แคป 20 เม็ด #ฟรีค่าส่งจร้า..." "... 💧 จัดเซ็ท 🚀 เมต้า1ขวด แค็ปซูล20เม็ด 300บาท(รวมส่ง) โปร1ขวด แค็ปซูล20เม็ด 330บาท(รวมส่ง)..." "...โปรโมชั่น จัดเซ็ท เมต้าไซรัป 1 ขวด เขียวเหลือง 20 เม็ด 300 บ.(รวมส่ง) โปรเมทาซีน 1 ขวด เขียวเหลือง 20เม็ด 330 บ...." "...จัดโปรเดือด 💧 ชุดละ -220 -แคป 2 ชุด -ยาน้ำ 1 ขวด -B5 2 เม็ด..." "...ฟาเทค 1 ขวด เพนดอล 2 แผง 200.- บาท ไม่รวมจัดส่ง..." "...ยูนิแรกซ์+ยา ชุดละ220฿ รวมส่ง..." "...#เขียวเหลือง 💊 💊 STRONG ใครสายแข็งเชิญร้านนี้จร้า "แม่ค้าสายแข็ง" กินทุกวัน ไม่มี หยุด #ขายเองกินเอง 😃 ดีก็บอกว่าดี ไม่ดีไม่กินไม่ขายจร้า 👌 มีทั้งปลีกและส่ง ส่งจริงถึงเร็ว การันตีจากลูกเพจ 👇 👇 http:// #ฟรีค่าส่งน่ะจ๊ะ ในรูปภาพเขียนข้อความว่าStrong ชุดล่ะ 300.,เมต้า 1 ขวด แคป 20 เม็ด #ฟรีค่าส่งจร้า ชุดล่ะ 330., โปร 1 ขวด แคป 20 เม็ด #ฟรีค่าส่งจร้า ..."

"...ทักมาคุยกันน้ารายละเอียดในรูปเลยจ้า 💊 💊 #เขียวเหลือง #สั่งซื้อสินค้ากดที่ลิงค์Admin https://line.me/ti/p/xEzDi2lUGE 💧 ยาน้ำ 🚀 เมต้า ขวดละ 180 (3 ขวดขึ้นไปส่งฟรี) โปร ขวดละ 200 บาท (3 ขวดขึ้นไปส่งฟรี) 💧 จัดเซ็ท 🚀 เมต้า1ขวด แค็ปซูล20เม็ด 300บาท(รวมส่ง) โปร1ขวด แค็ปซูล20เม็ด 330บาท(รวมส่ง) 💧 ราคาเขียวเหลือง 🚀 10เม็ด 50บาท (ค่าส่ง40) 50เม็ด ขึ้นไป (ส่งฟรี) 100เม็ดขึ้นไป เม็ดละ 5บาท (ส่งฟรี) 500 เม็ด 1450บาท (ส่งฟรี) 1000เม็ด 2550บาท (ส่งฟรี) HIGHTIME 🎱 แคปซมพูมาแล้ว 10เม็ด60บาท 50เม็ดขึ้นไปส่งฟรี..."

"...สวัสดีจ้าา เอาใจสายไซรัป 🌈 😋 #โปร #เมต้า #ฟาเทค #เขียวเหลือง จัดชุดโปรโมชั่นพิเศษสุดคุ้ม เอาใจสายไซรัป ช้าหมดอดนะจ้ะ รีบเลยๆ 😂 สนใจสั่งซื้อ 👇 https://line.me/ โปรโมชั่นพิเศษช่วงนี้ 💧 ยาน้ำ 🥤 เมต้าไซรัป ขวดละ 180บ. (3ขวดขึ้นไปส่งฟรี) โปรเมทาซีน ขวดละ200บ. (3ขวดขึ้นไปส่งฟรี) โปรโมชั่น จัดเซ็ท เมต้าไซรัป 1 ขวด เขียวเหลือง 20 เม็ด 300 บ.(รวมส่ง) โปรเมทาซีน 1 ขวด เขียวเหลือง 20เม็ด 330 บ...."

"...ชุดโปรยังมีอยู่นะคร้าบบ 💯 #ลำปางนัดรับ ในรูปภาพเขียนข้อความระบุว่า จัดโปรเดือด 💧 ชุดละ -220 -แคป 2 ชุด -ยาน้ำ 1 ขวด -B5 2 เม็ด..."

"...งานแยกงานชุดก้อมีนะครับ #ฟาเทค #เพนดอล 1ชุด200.-บาท ID:B40120 สนใจติดต่อสอบถาม คลิ๊กลิ้งด้านล่าง มีกลุ่มเช็คเครดิตสมาชิกมากกว่า100คน https:// #แคปซมพู #เขียวเหลือง #ทินดอล #Tindol #ยูนิแลค #unirax #ทามาด้า #โปรเม #Tramada #โปร #เม็ดเมา #แคปHk ฟาเทค 1 ขวด เพนดอล 2 แผง 200.- บาท ไม่รวมจัดส่ง..."

"...ชุดเดียวก็สั่งได้นะครับ ยูนิแรกซ์+ยา ชุดละ220฿ รวมส่ง ฝากรีทวิตด้วยครับ(ลัส) #ยูนิแรกซ์ #unirax #syrup #เขียวเหลือง..."

2. กลยุทธ์การตั้งราคาขายโดยใช้หลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) โดยใช้การกำหนดให้ราคาลงท้ายด้วยเลขคี่หรือกลยุทธ์ราคาเลขคี่ (Odd Pricing) เพื่อกระตุ้นการอยากซื้อของลูกค้า โดยตั้งเลขท้ายของราคาขายเป็นเลข 90 900 หรือ 50 ซึ่งตัวเลขแบบนี้ทำให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นจำนวนที่ไม่เต็ม มองแล้วรู้สึกว่ามีราคาถูกกว่าจำนวนเต็ม โดยลูกค้าจะใช้ความรู้สึกในการตัดสินใจซื้อมากกว่าใช้เหตุผลในการซื้อนั่นเอง *"...ยูนิแรกซ์ 100฿ ซีซา 90฿ โปรเมทาซีน 190฿ ฟาเทค 90฿ เซ็ทเท็ค 90฿..." "...META SYRUB 50 ขวด ลังละ 5,900 บาท..." "...STARTEC ลังละ 50 ขวด 1,900 บาท..." "...ฟาเทค ลังละ 1900 รส สตาเทค ลังละ 1950..." "...ฟาเทค ลังละ 1900 (30ขวด) สตาเทค ลัง 1950 (50ขวด)..."* และพบการใช้กลยุทธ์ราคาชุด (Product Set Pricing) ร่วมกับกลยุทธ์ราคาเลขคี่ (Odd Pricing) จากผู้ขาย เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อจากลูกค้าอีกด้วย *"...Promethazine X Tramadol-F เซ็ทเมา ยกล้อ ชุดละ 259..." "...#เขียวเหลือง #ยาน้ำ #เม็ดเมา สนใจทักไลน์@tp42005 เครดิตมี ยูนิแรกซ์ 100฿ ซีซา 90฿ โปรเมทาซีน 190฿ ฟาเทค 90฿ เซ็ทเท็ค 90฿..."*

"...META SYRUB 50 ขวด ลังละ 5,900 บาท #ฝาแดง #เขียวเหลือง..."

"...STARTEC ลังละ 50 ขวด 1,900 บาท#ฝาแดง #ยาแก้ไอ..."

"...ทินตอลhk 1900 รส รามาตอล 1700 รส วอชิตอล 1300 รส มาโตล่า 500 รส ฟาเทค ลังละ 1900 รสสตาเทค ลังละ 1950 รส สนใจแอดไลน์ไอดี 👇 🆔 skyshop.1 #มีกลุ่มเครดิสชัดเจน 💯 💯 "

"...Promethazine X Tramadol-F เซ็ทเมา ยกล้อ ชุดละ 259 #TramadolF #เขียวเหลืองราคาส่ง ..."

ด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าต้องการที่จะซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งมีด้วยกันหลายวิธี คือ

1. การโฆษณา (Advertising) ผู้ขายยาแก้แพ้ ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการโฆษณายาแก้แพ้ เพื่อให้ลูกค้าได้ทราบ เพื่อสร้างความรับรู้ในยาแก้แพ้ชนิดต่างๆ ซึ่งใช้การโพสต์ข้อความหรือการลงรูปภาพยาแก้แพ้ชนิดต่างๆ ลงในสื่อสังคมออนไลน์นั้นเป็นเครื่องมือในการช่วยเผยแพร่และโฆษณาเพจของตัวเอง ซึ่งผู้ขายได้โพสต์บอกลูกค้าว่ายาแก้แพ้ที่ขายนั้นเป็นสินค้าจากโรงงานแท้ทุกขวด *"...โปรเมทาซีน รับประกันของแท้จากบริษัททุกขวด..." และยังรับประกันว่าหากลูกค้าซื้อไปเสพรับประกันความเมาเพลินแน่ และยังสามารถขอดูสินค้าก่อนซื้อได้เลย "...ยาน้ำมีพร้อมส่ง รับประกันความเมา เปิดกล้องดู..."*และหากลูกค้าสนใจก็มีช่องทางติดต่อผู้ขายได้เลย

"...โปรเมทาซีน รับประกันของแท้จากบริษัททุกขวด ขายทั้งปลีกและส่ง จัดส่งตั้งแต่ 1 ขวดขึ้นไปเครดิตเพียบ มีหน้าเฟสให้เช็คเครดิต ช่องทางการติดต่อ Line : @554xuoqv #โปรเมทาซีน #ยาแก้ไอ..."

"...เขียวเหลือง ทินตอลHK ยกกระปุก/ แบ่งทักมา ยาน้ำมีพร้อมส่ง รับประกันความเมา เปิดกล้องดู ของได้ มีกลุ่มเครดิต ไลน์ : https://lin.ee #เขียวเหลือง #เม็ดเมา #นครปฐม #สมุทรสาคร #นัดรับ #กัญชา #กทม..."

"...#เขียวเหลือง #โปร #เมต้า #ฟาเทค อยากอื้อ เซือน เมา ฟิวส์เพลินๆมาทางนี้เลยจ้า สต๊อกแน่นๆ เครดิตมีให้เช็คก่อนโอน รีวิวเพียบ!! 💯 อยากได้แบบไหนตัวไหนจิ้มลิ้งค์มาได้เลยจ้า ส่งของทุกวัน..."

2. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) ผู้ขายยาแก้แพ้ใช้การส่งเสริมการขาย ลดราคาสินค้า ยิ่งซื้อเยอะราคาก็ยิ่งลดเยอะ *"...เริ่มที่3ขวด 450 ตกขวดละ150 ส่ง เริ่มที่20 ขวด 2800 ตกขวดละ 140..." เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาสนใจสินค้าของทางผู้ขาย โดยใช้เงื่อนไขว่า หากลูกค้าซื้อยาแก้แพ้ในปริมาณที่ผู้ขายได้ลงขาย ผู้ขายจัดส่งสินค้าให้ฟรี "...โปรเมทาซีนขวดล่ะ150บาทเอา3ขวดขึ้นไปส่งฟรี..."* บริการจัดส่งสินค้าฟรี เป็นการกระตุ้นการขายและเพิ่มยอดขายได้เป็นอย่างดี

"...✔ สนใจ DM กลัวโกงเชิญทางอื่นเก็บปลายทางอย่างเดียวจ้า ย้ำ ✲ เก็บปลายทางอย่างเดียว#เขียวเหลือง #เมต้า #โปรเมทาซีน #โปรฟ้า #โปร #โปรฟ้า #ฝาแดง #Meta #เม็ดเมา #เก็บปลายทาง ในรูปภาพมีข้อความเขียนว่า 23 โปรเมทาซีน ปลีก เริ่มที่3ขวด 450 ตกขวดละ150 ส่ง เริ่มที่20 ขวด 2800 ตกขวดละ 140 ยกชุด โปร1ขวด+แคป10เม็ดราคา250 24 เมต้า ปลีก เริ่มที่3ขวด 330ตกขวดละ110 ส่ง เริ่มที่20ขวด 2000ตกขวดละ100 ยกชุด เมต้า1ขวด +แคป10เม็ดราคา 220..."

"...โปรเมทาซีนขวดล่ะ150บาทเอา3ขวดขึ้นไปส่งฟรีสนใจจdmมาคับเหลือ10ขวดสุดท้าย#เขียวเหลือง #โปรเมทาซีน#ยามามาดอล#โรเซ่#โปรโคดิล..."

3. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ผู้ขายยาแก้แพ้ใช้การโพสต์ด้วยข้อความและรูปภาพ ลงในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของตัวเอง โพสต์ข้อความบอกลูกค้ารับประกันของทางเพจ ผู้ขายไม่มีการโกงลูกค้า *"...ขายครับ ชนมือ นัดรับได้ รับประกันไม่มีคำว่าโกง..."* และยังมีเครดิตให้ลูกค้าได้ติดตามเป็นการจูงใจลูกค้า

"...ขายครับ ชนมือ นัดรับได้ รับประกันไม่มีคำว่าโกง อยู่กทม.ครับ ตจว.จัดส่งได้ครับ #โปรคาดิ้ว โปรฟ้า 130บ. ยูนิเลค 60บ. ของแท้แน่นอน #โปรเมทาซีน #ยาเมา #promethazine #ยาน้ำ #ยูนิแล็ค #Unirax #สายเมา #สายวาป #syrup #โปรกรุงเทพ #สายเมากทม #ขายโปร #ขายยาน้ำ #โค้กเมา..."

"...#HK #T50 #โปร #เมต้า #ฟาร์เทค สวัดดีลูกค้าที่น่ารักทุกคนด้วยนะครับสนใจสั่งซื้อสินค้าตัวไหนกดตามลิ้งด้านล่างนี้ไปได้เลยนะครับแอดมินยินดีให้บริการจัดส่งของทุกวันเครดิตแน่นๆสบายใจได้งับ 💯 http://line.me/ ..."

- **ยาแก้ไอ**

ภาพที่ 52 ยาแก้ไอ

ผู้ขายสร้างความหลากหลายให้กับยาแก้ไอของบรรจุภัณฑ์ของยาแก้ไอ ที่มีทั้งแบบขวด แบบครึ่งลัง และแบบลัง ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกที่หลากหลายและเหมาะสมกับปริมาณที่อยากนำไปเสพ ซึ่งการแบ่งขายบรรจุภัณฑ์แบบขวดเป็นอีกหนึ่งวิธีที่สามารถดึงดูดลูกค้ากลุ่มที่มีกำลังซื้อน้อยและลูกค้าใหม่ที่อยากทดลองซื้อขายกับผู้ขายที่ไม่เคยซื้อกันมาก่อน ทำให้ลูกค้าที่มีเงินน้อยสามารถที่จะซื้อมาใช้เสพได้

"... ฝาแดงแท้ ปลีกขวด 85 ยกลัง 3900 / 50 ขวด..."

"... Iwadil (ไอวาดิล) ▶5ขวด 420.- ▶ครึ่งลัง 25 ขวด 2,000.- ▶ลังละ 50 ขวด 3,600..."

"...ยาแก้ไอฝาแดง datisin ลังละ3900 บาท สนใจททางไลสอบถามได้เลยที่ https://line.me/... ส่งไว ยาแท้100% 10 ขวด 825 / 20 ขวด 1700 / 50 ขวด 3900..."

"...DATISSIN SYRUB. ยาแก้ไอฝาแดง 1 ลัง มี 50 ขวด ราคาลังละ 3,750.- ..."

ด้านราคา

1. กลยุทธ์การตั้งราคาขายโดยใช้หลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) ด้วยการใช้การกำหนดราคาเลขคี่ (Odd Pricing) เป็นการตั้งราคาขายยาแก้ไอด้วยเลขท้ายที่เป็นเลขคี่ อาจจะเป็นเลขท้ายหนึ่งตัวหรือเลขท้ายสองตัวตามแต่ที่ผู้ขายกำหนดโดยลงท้ายด้วยเลข 9 *"...ดาทิสซิน 16 ขวด 1239฿ ส่งฟรี..."* และส่วนใหญ่ที่พบ จะลงท้ายด้วยเลข 50 *"... ฝาแดง ลัง 3850 บาท เอนาดิล ลัง 3450 บาท ไอวาดิล ลัง 3350 บาท..." "... กล้วย/เอคอ/เคคอฟ/ไดเพ็นนิล/อเลอยิ่น ลังล่ะ 3,250$ ไอวา ลังล่ะ3,350$..." "...ฝาแดง ลังละ 3550 รวมส่ง..."* โดยการตั้งราคาในรูปแบบนี้ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกต่อราคาที่เห็นว่ามีราคาที่ไม่แพงหากไปเปรียบเทียบกับราคาขายที่ได้ตั้งราคาเอาไว้ในแบบจำนวนเต็ม ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อให้กับลูกค้าได้

2. การตั้งราคาเป็น 3 ระดับ (Three-Tier Pricing) เป็นการตั้งราคาขายยาแก้ไอให้มีราคาให้เลือก 3 ระดับ ซึ่งนอกจากจะได้ลูกค้าในหลายกลุ่มแล้ว ยังช่วยเพิ่มยอดขายยาแก้ไอให้มากขึ้น จากการที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อเพิ่มจากเดิมโดยมองถึงความคุ้มค่าของการซื้อที่เพิ่มเงินอีกหน่อย ได้ยาแก้ไอที่มากขึ้นในราคาขายต่อขวดที่ลดลงนั่นเอง

"... ☑ ยาแก้ไอของแท้100% #กล้วยหอมขวด/60฿ 5 300฿/ครึ่งลัง1,400฿/ลัง2,800฿ #A-chlordyl / #เอนา ขวด/70฿ 5 350฿/ครึ่งลัง1,500฿/ลัง3,000฿ #ตราไก่แดง / #ฝาแดง ขวด/80฿ 5 400฿/ครึ่งลัง1,800฿/ลัง3,500฿สนใจแอดไลน์มาครับ พิเศษ5ขวดขึ้นไปส่งฟรี พร้อมส่ง ส่งไว้ทันใจ #ฝาแดง #ยาแก้ไอ #ส่งไว้ #ใบกระท่อม..."

"...ส่งจิงของแท้ทุกตัวคับ, ในรูปภาพมีข้อความเขียนว่า 3กค 64 พร้อมโอน10ขวดขึ้นไปส่งฟรี เบนาดริว ปลีก120 7 ขวด 840 ส่งฟรี 24 ขวด 2,500 บาท ส่งฟรี 48ขวด 4,800 บาท ส่งฟรี เอนา ไก่ฟ้า ปลีก 80 5 ขวด 400 บาท 10ขวด 800 บาท ส่งฟรี 25 ขวด 1,800 บาท ส่งฟรี 50 ขวด 3,500 บาท ส่งฟรี 100ขวด 6,900บาท ส่งฟรี 200ขวด 13,600 บาท ส่งฟรี ไอวา ไดเพน ฝาเงิน กล้วย เอคลอ คคอฟ ปลีก 75 5 ขวด 375 บาท 10 ขวด 750 บาท ส่งฟรี 25 ขวด 1,700 บาท ส่งฟรี 50 ขวด 3,300 บาท ส่งฟรี 100 ขวด 6,400 บาท ส่งฟรี 200 ขวด 12,500 บาท ส่งฟรี ฝาแดง ปลีก 95 5 ขวด 475 บาท 10 ขวด 950 บาท ส่งฟรี 25 ขวด 2,000 บาท ส่งฟรี 50 ขวด 3,900 บาท ส่งฟรี 100 ขวด 7,700 บาท ส่งฟรี 200 ขวด 15,300 บาท ส่งฟรี ปลายทางบวกเพิ่ม คัฟ ..."

3. การตั้งราคาเพื่อการส่งเสริมการตลาด (Promotion Pricing) ด้วยการตั้งราคาแบบล่อใจ (Leader Pricing) โดยผู้ขายได้บอกว่า ขายราคาพ่อค้า ราคาส่ง ซึ่งในความเข้าใจของคนนั้น เมื่อบอกว่าเป็นราคาพ่อค้าหรือราคาส่ง หมายถึง มีราคาที่ถูกกว่าราคาขายทั่วไป ช่วยดึงดูดความน่าสนใจ และช่วยจูงใจให้ลูกค้าเลือกที่จะซื้อยาแก้ไอกับผู้ขายรายนี้

"...ราคาสำหรับพ่อค้า ไม่ต้องไปซื้อร้านยาเลย ครับที่นี่มี 4 ตัวที่เขานิยมกิน ขายราคาส่ง เลยเอาหลายลังลดให้อีกสำหรับผมเอาใจ ลูกค้าก่อนกำไรไว้ทีหลังไปตัดราคาใครซอ โทดด้วยสนใจแอด LINE [ID] highcilnic #ฝาแดง #ใบกระท่อม #กัญชา #เม็ดเมา#ไอว่า #ไก่แดง #ไดเพนดิล #ฝาเทา#อเลอยิ่น #ไอวาดิล #โรเซ่ ในรูปภาพมีข้อความเขียนว่า ราคารวมส่งหมดแล้ว ฝาแดงลัง 3500 ฝาเทาลัง 3000 ไก่แดงลัง 3000 ไอวาดิลลัง 3000 HIGHCILNIC ..."

ด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าต้องการที่จะซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งมีด้วยกันหลายวิธี คือ

1. การโฆษณา (Advertising) ผู้ขายยาแก้ไอใช้การโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีการโพสต์ภาพและข้อความเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าที่สนใจสั่งซื้อยาแก้ไอยี่ห้อต่างๆ และนอกจากจะใช้การโพสต์เพื่อบอกว่ามียาแก้ไอขายให้ลูกค้าได้รับทราบแล้วนั้น ยาแก้ไอที่ขายเป็นสินค้าจากโรงงาน *"...สินค้าราคาโรงงาน ‼ 💧 ราคาปลีก-ส่ง ทักแชทครับ..."* เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของยาแก้ไอที่ขาย และยังมีการรับประกันคุณภาพของยาแก้ไอ *"...ยาแก้ไอแท้ทุกชนิด – จำหน่ายทั้งปลีกและส่ง – รับประกันของแท้จากบริษัททุกขวด..."* ซึ่งเป็นการกระตุ้นการขายได้ดี

"...สินค้าราคาโรงงาน ‼ 💧 ราคาปลีก-ส่ง ทักแชทครับ ไอดีไลน์พ่อค้าครับ 😋 Line : "

"ไอวาดิล ขวดละ 80 + ค่าส่ง 50 5 ขวด 450 10 ขวด 800 25 ขวด 1,700 50 ขวด 3,300 Line :...."

"...ยาแก้ไอแท้ทุกชนิด – จำหน่ายทั้งปลีกและส่ง - รับประกันของแท้จากบริษัททุกขวด จัดส่งตั้งแต่ 1 ขวดขึ้นไป – มีบริการเก็บเงินปลายทาง - เครดิตเพียบ มีหน้าเฟสให้เช็คเครดิต ช่องทางการติดต่อLine : ในรูปภาพมีข้อความเขียนว่า ฝาแดง 85฿ เอนา 80฿ ไอวา 80฿ ไดเฟน 80฿ เบนาดริล 120฿ คาซิดริล 80฿ กล้วย 80฿ ฝาทอง 80฿ เอคอ 80฿ ปีเฟนดริล 80฿ I-22 80฿ ไก่ฟ้า 80฿ เคคอฟ 65฿ 5ดาว 75฿ NI Cough 80฿ ไซนา 80฿ COX 75฿ TO 80฿ BM ฟ้า 60฿ BMเขียว 60฿ ฟาแท็ค 85฿ ซีซ่า 80฿ ยูนีแร็ค 65฿ เมต้า 120฿ โปรเมทาซีน 160฿ ทาแร็ค 80฿ แอนดี้ 70฿ Sano 75฿ ทรามาดอล(แผง) 60฿..."

2. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) ผู้ขายยาแก้ไอ ได้ใช้การส่งเสริมการขาย และโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจและต้องการที่จะซื้อ โดยได้พบการลดราคาสินค้า *"...#Datisin 5 ขวด 425 ปกติ 500 #Anadril 5 ขวด 425 ปกติ 450. #ไก่แดง 5 ขวด 425 ปกติ 470. #เอคอล. 5 ขวด 425 ปกติ 450#ไอวา.5 ขวด 425 ปกติ 450..")* เป็นการกระตุ้นการขายและเพิ่มยอดขายได้เป็นอย่างดี และยังได้พบการแถมสินค้าให้กับลูกค้าที่ซื้อยาแก้ไอ *"...**มีแถมให้ทุกกล่อง**..."* มีบริการจัดส่งฟรี หากลูกค้าซื้อสินค้าตามที่ผู้ขายกำหนด ผู้ขายก็จัดส่งสินค้าให้ฟรี *"... ✲ 💧 โปรโมชั่นส่งฟรี 💧 ⚡ Pilots Syrup ฝาแดงดาทิสซิน..."* ยังเป็นการจูงใจลูกค้าได้ดี

"...#Datisin 5 ขวด 425 ปกติ 500 #Anadril 5 ขวด 425 ปกติ 450. #ไก่แดง 5 ขวด 425 ปกติ 470.#เอคอล. 5 ขวด 425 ปกติ 450#ไอวา.5 ขวด 425 ปกติ 450.สินค้าทุกตัวถ้ายกลังราคาจะถูกพิเศษครับสนใจทักแชท100%..."
*"...โปรโมชั่น 6 ขวด ส่งฟรี **มีแถมให้ทุกกล่อง** มีเก็บเงินปลายทาง สั่งซื้อทาง ig: # ฝาแดง #ฝาแดงดาทิสซิน ดาทิสซิน #datissin #syrup #ยาแก้ไอ #ฝาแดงราคาถูก #โปรเมทาซีน ในรูปภาพมีข้อความเขียนระบุว่า โปรโมชั่น ฝาแดงดาทิสซิน 10 ขวด 850 บาท ค่าส่ง Flash 60 บาท สนใจ DM มาครับ#Datissin #ฝาแดง #ดาทิสซิน #Syrup #ยาแก้*

*ไอฝาแดง#สายยัน #datissin..." "... โปรโมชั่นส่งฟรี Pilots Syrup ฝาแดงดาทิสซิน ของแท้ 100 5 ขวด ส่งฟรี 434 บาท10 ขวด ส่งฟรี 850 บาท ** สอบถาม-สั่งซื้อ IG:pi_ #ฝาแดง #ดาทิสซิน #Syrup #ยาแก้ไอฝาแดง #สายยัน #datissin #โปรเมทาซีน #ยาแก้ไอเก็บเงินปลายทาง..."*

3. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ผู้ขายยาแก้ไอใช้การโพสต์ด้วยข้อความประชาพันธ์และรูปภาพ ลงในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของตัวเอง ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและสร้างความมั่นใจในตัวผู้ขายว่าซื้อยาแก้ไอจากทางเพจไม่มีประวัติโกง *"...มีฝาแดงพร้อมส่งไม่มีประวัติโกง #ฝาแดง #ยาน้ำแก้ไอ #ต้มท่อม#ของเมา..."* และมีการโพสต์บอกลูกค้าว่ามีหน้าร้านให้ลูกค้าได้ติดตาม *"...** มีหน้าร้าน ส่งจริง ** ... มีปลายทางด้วยนะ ..."* การบริการเก็บเงินปลายทางเป็นบริการที่ทำให้ผู้ซื้อเกิดความเชื่อใจในตัวผู้ขาย โดยผู้ซื้อจะรู้สึกว่าการซื้อสินค้าแบบเก็บเงินปลายทางเป็นการยืนยันว่าจะได้รับสินค้าอย่างแน่นอน ไม่ต้องกังวลในเรื่องของการถูกโกงเมื่อโอนเงินจ่ายก่อนได้รับสินค้า

*"...#โปรเมทาซีน 160฿#ไก่แดง 90฿#ฝาเงิน 100฿#ซีซ่า (CEZA) 70฿#ฝาแดง 120฿ #Iwa 100฿#A-Na 100฿#กล้วย 100฿#Fatec 100฿#meta 150฿** มีหน้าร้าน ส่งจริง ** มีปลายทางด้วยนะ ลิ้งติดต่อไลน์คลิ้กที่ลิ้งได้เลย"*

• ยานอนหลับ/กล่อมประสาท

ผู้ขายสร้างความหลากหลายให้กับยานอนหลับ/กล่อมประสาท โดยการโพสต์ขนาดของรูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบเม็ด แบบแผง แบบกล่อง และแบบกระปุก ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกที่หลากหลายและเหมาะสมกับปริมาณที่อยากนำไปเสพ และในการขายบรรจุภัณฑ์แบบเม็ดเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าที่มีงบน้อยสามารถซื้อไปใช้เสพได้

"...1 กล่อง 2,450.- รส. แยก 1 แผง 500.- 3 แผง 1,460...."

"..ออลแล่ม ที่สุดของอัลปราโซแล่ม เม็ดละ 30 บาท ขั้นต่ำ 10 เม็ด ฟิลเพลินเมาง่วง ช่วยแก้ปัญหาคนนอนไม่หลับ ..."

"...ตัวหนอนยกกระปุก 30 เม็ด 1800 บาท..." "...เซไทยแผงขาว แผงละ 180฿ 10แผง 1,700฿ส่งฟรี พรีนา แผงละ 180฿ 10แผง 1,700฿ส่งฟรี คอนตรัก แผงละ 190฿ 10แผง 1,850฿ส่งฟรี โซแลม แผงละ 200฿ 10แผง 2,000฿ ส่งฟรี..."

"...เซไทย 2.0(แผงขาว) 5 แผง 900.- 10 แผง 1650.- 25 แผง 3,500.- กล่องละ 50 แผง 6,500.-..."

"...โรฮปนอล 542 สินค้านิยม แผงละ 400 3 แผง/1กล่อง 1200 รวมส่ง 3 กล่อง 3300 รส. 5 กล่อง 5000 รส.HIGHCILNIC..."

ภาพที่ 53 ยานอนหลับ ยากล่อมประสาท

ภาพที่ 54 ชุดลีน

ด้านราคา

1. กลยุทธ์การตั้งราคาขายโดยใช้หลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) ด้วยการใช้การกำหนดราคาเลขคี่ (Odd Pricing) เป็นการตั้งราคาขายยานอนหลับหรือยากล่อมประสาทให้มีเลขสองตัวที่ลงท้ายของราคาขายเป็นเลขคี่ โดยได้พบอยู่สองแบบ คือ ลงท้ายด้วย 90 *"...โซแลม แผง 290บาท..." "...คอนตัก โรเซ่ เม็ดเมา 2.0 ราเฟียง 1290 10แผง..."* และเลขลงท้ายด้วย 50 *"... 💜 542 แผงละ 550 💜 ..." "...ALPrazolam 1.0 ล้อต I 1 แผง 350.- 5แผง1,650.- 1กล่อง3,050.- 2 กล่องกล่องละ 2,950.- 3 กล่องกล่องละ 2,900.- 5 กล่องกล่องละ 2,850.- 10 กล่องกล่องละ 2,700.- ..." "...Lolazepam Ativan 2mg ขายยกกล่องไม่แยก 1650 รวมส่ง..." "...ALPrazolam 1.0 ล้อต 1 1 แผง 350.- 5 แผง 1,650.- 1 กล่อง 3,050.- 2 กล่อง กล่องละ 2,950.- 3 กล่อง กล่องละ 2,900.- 5 กล่อง กล่องละ 2,850.-..."* ซึ่งสร้างความรู้สึกให้ลูกค้า ให้เกิดความรู้สึกว่า มีราคาที่ไม่แพงมากนัก จากจำนวนตัวเลขที่ไม่เต็มจำนวน และหากลูกค้านำราคาไปเปรียบเทียบกับผู้ขายรายอื่น ที่ใช้จำนวนตัวเลขแบบเต็มจำนวน ทำให้เห็นว่า มีราคาถูกกว่า ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อได้

2. การตั้งราคาเป็น 3 ระดับ (Three-Tier Pricing) ผู้ขายได้ตั้งราคาขายยานอนหลับหรือยากล่อมประสาทออกเป็นสามระดับหรือสามราคา ให้ลูกค้าได้เลือกซื้อตามกำลังเงินและความต้องการที่จะใช้เสพของตัวเอง แต่การตั้งราคาแบบนี้ของผู้ขายอาจจะทำให้ลูกค้าบางรายเกิดความคิดที่ว่า หากเพิ่มเงินอีกนิดได้ยาในปริมาณที่มากขึ้นและประหยัดเงินกว่าที่จะซื้อที่ละน้อย เพราะผู้ขายได้ลดราคาขายยานอนหลับและยากล่อมให้มีราคาถูกกว่าซื้อชิ้นเดียว หรือยิ่งซื้อในจำนวนมากก็ยิ่งถูกลงนั่นเอง

"...CONVULSIL 2.0 mg 5 แผง ราคา 1,000.- 10 แผง ราคา 1,460.- 25 แผง ราคา 2,760.-..." "... Prenarpil 1mg 1 แผง 130 5 แผง600 10 แผง 1100..." "...- เซไทย (Clonaril 2.0) แผงละ 180 บ. 5 แผง 900 บ. 10 แผง 1,600 บ.ส่งฟรี..." "...ตระกูล Clonazepam - เซไทย แผงละ 200฿ 5แผง 800 รส. 10แผง 1700 รส. – ฟรี นาฟิล แผงละ 180 5แผง 750 รส. 10แผง 1500 รส..." "...โรฮิปนอล 542 แผง 450 รส. 3แผง 1กล่อง 1200 รวมส่ง 15แผง 5กล่อง 5400 รวมส่ง..."

3. กลยุทธ์การตั้งราคาแบบ Product Set Price ผู้ขายได้นำเอายานอนหลับหรือยากล่อมประสาทมาขายคู่กันกับยาแก้แพ้ เพื่อให้ลูกค้านำไปผสมด้วยกันเป็นยารเสพติดที่เรียกว่า โปร หรือ ลีน ซึ่งการขายด้วยกันเป็นคู่แบบนี้ช่วยสร้างความสะดวกสบายให้กับลูกค้าที่ไม่ต้องวุ่นวายหาซื้อให้ลำบาก เพราะบางครั้งการผสมโปรหรือลีน อาจจะใช้ยานอนหลับหรือยากล่อมประสาทในปริมาณที่ไม่มากนัก อาจจะทำให้การซื้อแยกลำบากเพราะผู้ขายอาจจะไม่ขายในปริมาณที่น้อยๆ ทำให้การขายเป็นชุดแบบนี้กระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้เป็นอย่างดี และผู้ขายก็สามารถขายยาได้มากขึ้น

"...#ลีน #lean ลีน 1 ขวด 150฿ เซตสายจี้ ลีน+ หลอดจู่ = 155฿ เซตสายหลุด ลีน+B5 = 155฿ เซตสายหลอน/สายหลุด 😱 หลอดจู่+ลีน+B5 = 160฿..." "...ชุดโปรสุดคุ้ม โปรเมทาซีน 1 ขวด แคปอนาดอล 1 แผง เซ่ไทย แผงขาวz.0 1 แผง ราคา 450 รวมส่ง DRUNK WATER PILLS..." "...จัดโปรเดือด 💧 ชุดละ -220 -แคป 2 ชุด -ยาน้ำ 1 ขวด -B5 2 เม็ด..."

ด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าต้องการที่จะซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งมีด้วยกันหลายวิธี คือ

1. การโฆษณา (Advertising) ผู้ขายยานอนหลับ ยากล่อมประสาทใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการโฆษณายานอนหลับ ยากล่อมประสาท เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ว่ามียานอนหลับ ยากล่อมประสาทชนิดใดขายบ้าง ซึ่งใช้การโพสต์ข้อความหรือการลงรูปภาพยานอนหลับ ยากล่อมประสาท ยังได้มีการรับประกันความเมาของสินค้า *"...ราคาเบาหวิว เจ็บแต่จบ รับประกันความเมา..."* ว่ามีสินค้าจริงและเป็นสินค้าจริง และมีการโฆษณาคุณภาพสินค้า *"...งานปากี งานไซเฟอร์ เมาโคตรมีจำกัด..."* เพื่อเป็นการกระตุ้นในการขาย และหากลูกค้าสนใจก็มีช่องทางติดต่อผู้ขายได้เลย

"...IDLINE. [ID]. เครดิตมี โรเซ่ 6MG แท้เมากว่าเซไทย คอนดัก ราคาเบาหวิว เจ็บแต่จบ บาร์ละ 50 10 บาร์ส่งฟรี เอาเยอะมีราคาส่งให้ รับประกันความเมา บารเดียวก็เพี้ยวได้#เม็ดเมา #โรเซ่ #เซไทย #คอนดรัก#เม็ดม่วง #โซแล่ม #พรีบา #โพวาบิล..."

"... 💜 542 แผงละ 550 💜 ปาร์ตี้เพลินๆ 🛸 📲 สนใจ DM มาคับ เอาเยอะ ลดได้ ✅ ของจริง ถึงชัวร์ การันตี 💯 #เม็ดเมา #Rohypnol542 #เม็ดม่วง #โรเซไทยแผงขาว #Condrugs..."

"...งานนี้สุดจิง Xanax 1.0 300฿ ต่อ1เม็ด Xanax 1.0 ตัวนอกงานปากี งานไซเฟอร์ยกกล่อง 3 แผง 1960 ส่งฟรี เมาโคตรมีจำกัด ❗ ..."

2. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) ผู้ขายยานอนหลับ ยากล่อมประสาท ได้ใช้การส่งเสริมการขาย โดยมีลดราคาโดยใช้เงื่อนไขว่าหากลูกค้าซื้อยานอนหลับ ยากล่อมประสาท ซื้อเยอะราคาถูกลง *"...คอนดัก ยกกล่องหรือแบ่งแผงได้หมดครับ (ซื้อเยอะ ราคาถูกลงเยอะ)..."* เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาสนใจสินค้าของทางผู้ขาย และผู้ขายยังมีบริการส่งฟรี *"...- พรีบาพิล (Prenapil 2.0) ◯ แผงละ 180 บ. 5 แผง 900 บ. 10 แผง 1,600 ส่งฟรี ‼ กล่องละ 5,000 บ. ส่งฟรี ‼ ..."* เพื่อเป็นการกระตุ้นการขายและเพิ่มยอดขายได้

"...#ทามาดอล #เขียวเหลือง #ฟาเทค #ลีนไทย #ฝาแดง..." "...ประกาศครับ ผู้ใดสนใจยาแก้ไอยกลัง แต่ถ้าแยกชั้นต่ำ 10 ขวด (มีทุกตัว) โรเซ่ 2.0 ยกกล่องหรือแบ่งแผกก็ได้ (ซื้อเยอะ ราคาถูกลงเยอะ) คอนดัก ยกกล่องหรือแบ่งแผงได้หมดครับ (ซื้อเยอะ ราคาถูกลงเยอะ) #รอ 2-3 วันของถึงครับ..."

"...- พรีบาพิล (Prenapil 2.0) ◯ แผงละ 180 บ. 5 แผง 900 บ. 10 แผง 1,600 ส่งฟรี ‼ กล่องละ 5,000 บ. ส่งฟรี ‼ เอาเยอะกว่านี้ราคาคุยกันได้หลังไมค์ ค่าส่ง 50 บ. 3จังหวัดหรือเกาะ 80 บ. สนใจทักมาคุยกันได้ครับวัยรุ่น 😎 https://line.me/ti..."

ดัชนีการเข้าถึงผู้ขายยาเสพติดในสื่อสังคมออนไลน์

ผู้ขายยาเสพติดบนสื่อสังคมออนไลน์ที่มีจำนวนผู้ติตาม (Follower) มากที่สุด คือ ผู้ขายยาเสพติดประเภท ยาบ้า ไอซ์ ยาอี มีผู้ติดตามมากถึง 69,200 บัญชีรายชื่อ ซึ่งเป็นผู้ขายรายใหม่ที่เพิ่งจดทะเบียนใช้สื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ในปี พ.ศ. 2564 รองมาคือ ผู้ขายยาเสพติดประเภทคีตามีน เห็ดเมา แอลเอสดี 68,400 บัญชีรายชื่อ เป็นผู้ขายรายเก่าจดทะเบียนใช้สื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ในปี พ.ศ. 2562 และผู้ขายยาเสพติดประเภท ดีเอ็มที (DMT) มีผู้ติดตาม 13,751 บัญชีรายชื่อ ซึ่งเป็นผู้ขายรายใหม่ที่เพิ่งจดทะเบียนใช้สื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ในปี พ.ศ. 2564

ผู้ขายยาเสพติดที่มีอัตราการโพสต์ (Post Rate) มากกว่าร้อยละ 80.0 คือ ผู้ขายยาเสพติดประเภทกัญชา เห็ดเมา แอลเอสดี โคเคน ดีเอ็มที (DMT) ยาโปร/ลีน ผู้ขายยาเสพติดประเภทคีตามีน เห็ดเมา แอลเอสดี ผู้ขายยาเสพติดประเภทกัญชา เห็ดเมา แอลเอสดีโคเคน ดีเอ็มที (DMT) ผู้ขายยาเสพติดประเภทกัญชา ผลิตภัณฑ์ ผู้ขายยาเสพติดประเภทยาบ้า ไอซ์ ยาอี และผู้ขายยาเสพติดประเภทยาอี เฮโรอีน ตามลำดับ

ข้อความ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหวที่จัดว่าเป็นโพสต์ที่มีเนื้อหาตรงกับความสนใจของผู้ติดตาม (Engagement Rate) มากที่สุดคือ ผู้ขายยาเสพติดประเภทกัญชา ผลิตภัณฑ์ รองมาคือ ผู้ขายยาเสพติดประเภทยาบ้า ไอซ์ ยาอี ผู้ขายยาเสพติดประเภทไอซ์ ยาอี คีตามีน ผู้ขายยาเสพติดประเภทคีตามีน เห็ดเมา แอลเอสดี ผู้ขายยาเสพติดประเภทไอซ์ ยาอี คีตามีน กัญชา ผู้ขายยาเสพติดประเภทยาอี คีตามีน และผู้ขายยาเสพติดประเภทไอซ์ ยาบ้า คีตามีน ตามลำดับ

ข้อความ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหวที่โพสต์ทำให้ผู้ที่ติดตามมีปฏิสัมพันธ์ (%Applause Rate) มากกว่าร้อยละ 50.0 คือ ผู้ขายยาเสพติดประเภทยาบ้า ไอซ์ ยาอี ผู้ขายยาเสพติดประเภทเฮโรอีน ฝิ่น ผู้ขายยาเสพติดประเภทคีตามีน เห็ดเมา แอลเอสดี ผู้ขายยาเสพติดประเภทเห็ดเมา แอลเอสดี ดีเอ็มที (DMT) ผู้ขายยาเสพติดประเภทกัญชา เห็ดเมา และผู้ขายยาเสพติดประเภทไอซ์ ยาบ้า กัญชา ตามลำดับ

บทที่ 4
สรุปผลการศึกษา

การตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดบนโลกอินเทอร์เน็ต ระยะที่ 3 ปี พ.ศ. 2564 โดยได้นำรูปแบบของการศึกษาการวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสำรวจเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ วัตถุประสงค์การสำรวจครั้งนี้ คือ 1) เพื่อเฝ้าระวัง วิเคราะห์แนวโน้มการตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนบนอินเทอร์เน็ต 2) เพื่อประมาณการผู้มีพฤติกรรมการขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนบนอินเทอร์เน็ต และ 3) วิเคราะห์ดัชนีการเข้าถึงผู้ขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนในสื่อสังคมออนไลน์ โดยครอบคลุมด้านบุคคล ด้านตัวยา และด้านพื้นที่ ผลที่ได้จากการดำเนินงานได้จัดทำเป็นรายงานสารสนเทศการตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดบนโลกอินเทอร์เน็ต แบบออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านทางเว็บไซต์ของโครงการภายใต้ชื่อ MDOS2021 : https://sites.google.com/mdos2020.page/main

ด้านบุคคล

ติดตามบัญชีรายชื่อผู้ที่มีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายยาเสพติด ยารักษาโรคแบบผิดแผนตลอดปี พ.ศ. 2564 จำนวน 2,280 บัญชีรายชื่อ เป็นบัญชีรายชื่อบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ร้อยละ 94.82 แพลตฟอร์มเฟสบุ๊ก ร้อยละ 2.85 แพลตฟอร์มอินสตาแกรม ร้อยละ 1.54 แพลตฟอร์มติ๊กต็อก ร้อยละ 0.75 ผู้ที่มีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายรายใหม่เป็นบัญชีรายชื่อที่ลงทะเบียนในปี พ.ศ. 2564 ร้อยละ 77.76 บัญชีรายชื่อเก่าที่ลงทะเบียนก่อนปี พ.ศ. 2564 ร้อยละ 16.97 และเป็นบัญชีรายชื่อเดิมที่เคยเปิดและถูกปิดกลับมาเปิดใหม่ ร้อยละ 5.26 มีพฤติกรรมขายสารเพียงหนึ่งชนิด ร้อยละ 61.67 ขายสารเสพติดมากกว่า 1 ชนิด ร้อยละ 38.33 โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ขายรายย่อย ร้อยละ 75.66 ผู้ขายส่ง (ขายส่งอย่างเดียว ขายส่งและขายย่อย รับตัวแทนขาย และรับคนส่งยอด) ร้อยละ 23.86 รายย่อย รับตัวแทนขาย ร้อยละ 0.48 บัญชีรายชื่อผู้ขายยาเสพติดมี 1 Line Id หรือ 1 เบอร์โทรศัพท์ สำหรับใช้ 1 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 32.37 มี 1 Line Id /Tel. มีมากกว่า 1 บัญชีรายชื่อ ร้อยละ 26.40 มี 2 Line Id /Tel. มี 1 User ร้อยละ 0.83

ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2564 จำนวน 55,000,000 บัญชีรายชื่อ พบว่า ผู้ขายสารเสพติด (ยาเสพติด ยารักษาโรคแบบผิดแผน) 4.1 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผู้ขายเฉพาะยาเสพติด 3.4 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์

บัญชีผู้ขายมากกว่าร้อยละ 94 เป็นผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ จำนวนผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ปี พ.ศ. 2564 จำนวน 7,350,000 บัญชีรายชื่อ ประมาณการผู้ขายสารเสพติด (ยาเสพติด ยารักษาโรคแบบผิดแผน) ในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ 29.4 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ผู้ขายเฉพาะยาเสพติด 24.5 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ผู้ขายสารเสพติดในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์รายใหม่ 24.0 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ผู้ขายเฉพาะยาเสพติดรายใหม่ 20.0 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์

ประมาณผู้ขายสารเสพติดบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่มีการขายสารเสพติดมากกว่าแพลตฟอร์มประเภทอื่น พบว่า ปี พ.ศ. 2564 ผู้ขายสารเสพติดชนิดใดๆ ประมาณ 29.4 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์มากกว่า ปี พ.ศ. 2563 ที่มีประมาณ 21.2 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ เมื่อแยกลักษณะสารเสพติดที่ขาย พบว่า ผู้ขายเฉพาะยาเสพติด ปี พ.ศ. 2564 ประมาณ 24.5 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์มากกว่า ปี พ.ศ. 2563 ที่มีประมาณ 15.5 บัญชีต่อหนึ่งแสนบัญชีผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์

ด้านพื้นที่

ติดตามบัญชีรายชื่อผู้ที่มีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนตลอดปี พ.ศ. 2564 จำนวน 2,280 บัญชีรายชื่อ สามารถติดตามผู้ขายที่กระจายอยู่ 45 จังหวัด โดยอาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมากที่สุด ร้อยละ 26.6 รองมาคือ เชียงใหม่ ร้อยละ 2.14 ชลบุรี ร้อยละ 1.50 นครราชสีมา ร้อยละ 0.50 เป็นต้น

ด้านตัวยา

โพสต์ขายสารเสพติดตลอดปี พ.ศ. 2564 11,951 โพสต์ เฉลี่ยมีการโพสต์ขายสารเสพติดวันละ 33 โพสต์ โพสต์ขายยาเสพติด ร้อยละ 80.09 เฉลี่ยวันละ 26.44 โพสต์ ขายยารักษาโรคแบบผิดแผน ร้อยละ 18.43 เฉลี่ยวันละ 6.09 โพสต์ โพสต์ขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผน ร้อยละ 1.47 เฉลี่ยวันละ 0.49 โพสต์ ช่วงเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน พ.ศ. 2564 มีจำนวนโพสต์ขายยาเสพติดเฉลี่ยต่อวันสูงกว่าเดือนอื่นๆ ซึ่งเป็นช่วงของการแพร่ระบาดเชื้อโรคโควิด-19 รอบที่สาม

ชนิดยาเสพติดที่นิยมโพสต์ขายมากที่สุด คือ ไอซ์ ร้อยละ 49.99 กัญชาและผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 15.38 ยาบ้า ร้อยละ 14.63 ยาอี ร้อยละ 5.94 และคีตามีน ร้อยละ 4.58 ตามลำดับ

กลยุทธ์ทางการตลาดยาเสพติด

กลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ขายยาเสพติดนำมาใช้ขายบนอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือกระจายยาเสพติด และการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

ผู้ขายยาเสพติดนำเสนอยาเสพติดประเภทต่างๆ ดังนี้

- ไอซ์

- ไอซ์ที่นิยมโพสต์ขายมีลักษณะเป็นผลึกใส บางช่วงมีการขายไอซ์ที่มีผลึกสีน้ำเงิน สีฟ้า และสีชมพู ซึ่งผู้ขายจะอวดอ้างสรรพคุณ คุณภาพ และอาการหลังเสพ ด้วยการโพสต์ข้อความ หรือภาพเคลื่อนไหวของอุปกรณ์ วิธีการเสพไอซ์ รวมถึงการรีวิวอาการของไอซ์ในขณะที่เสพ บรรจุภัณฑ์ที่นิยมใช้มากที่สุดสำหรับการขายย่อย ถุงซิปใส (ขนาดเล็ก) การขายส่งนิยมบรรจุในถุงชาสีทอง ถุงชาสีเขียว ถุงพลาสติกใส เป็นต้น

- ราคา หน่วยที่นิยมใช้ในการขายไอซ์มากที่สุด คือ จี รองมา คือ ขายเป็นซีด ถุง แบ่งขาย (งานแบ่ง) กั๊ก กรัม กิโลกรัม ก้อน อัน และชุด ราคาขายไอซ์ 1 จี นิยมขายที่ราคา 800 บาท (100-10,000 บาท) กลยุทธ์ด้านราคาการขายไอซ์บนอินเทอร์เน็ตมีดังนี้

1. การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา อาศัยความรู้สึกของผู้ซื้อที่มีต่อราคาจำหน่ายไอซ์ ว่ามีราคาถูกกว่าผู้ขายอื่น และการตั้งราคาจำหน่ายไอซ์ชนิดบลู ให้มีราคาสูงกว่าไอซ์ชนิดอื่น เพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์ไอซ์เกรดพรีเมียมได้ หรือการกำหนดให้ราคาลงท้ายด้วยเลขคี่ หรือกลยุทธ์ราคาเลขคี่ เช่น 99 หรือการลงท้ายราคาด้วยเลข 0 ให้ความรู้สึกรู้สึกว่าราคาไม่แพง

2. กลยุทธ์ราคาแยกตามกลุ่มลูกค้า พิจารณาจากกำลังซื้อของลูกค้า เพื่อกระตุ้นการขายและดึงดูดลูกค้ากลุ่มที่มีกำลังซื้อน้อย ให้ตัดสินใจมาเป็นลูกค้ากับผู้ขาย ด้วยการแบ่งจำหน่ายไอซ์ในปริมาณที่ไม่มาก เพื่อที่จะตั้งราคาจำหน่ายได้ถูกลงกว่าปกติ

3. กลยุทธ์การตั้งราคาแบบหลอกล่อ เพิ่มตัวเลือกด้านราคากระตุ้นและโน้มน้าวให้ลูกค้าซื้อในปริมาณที่มากขึ้น เช่น ไอซ์ 2 จีราคา 1,500 บาท แต่หากเพิ่มเงินอีกเพียง 500 บาท ได้ไอซ์ 3 จี

4. การตั้งราคาเพื่อการส่งเสริมการตลาด ตั้งราคาแบบล่อใจ เพิ่มโอกาสในการขายและเพิ่มโอกาสที่จะได้ลูกค้ารายใหม่

- ผู้ขายไอซ์นิยมใช้วิธีการติดต่อการส่งข้อความ (Direct Message) ในสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ มากกว่าการส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์ และการโทรศัพท์ จ่ายเงินด้วยวิธีการโอนเงินมากที่สุด รองมาคือ เก็บเงินปลายทาง จ่ายเงินดาวน์ ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางกระจายไอซ์ไปสู่ผู้เสพ วิธีการจัดส่งที่นิยมส่งไอซ์ คือ ส่งพัสดุบริษัทเอกชน รองมาคือ ไปส่งเองให้ถึงมือผู้ซื้อ (ชนมือ) ส่งโดยใช้บริษัทไปรษณีย์ไทย และใช้วิธีการวางหรือโยนตามที่จุดนัดหมาย ตามลำดับ

- การส่งเสริมการตลาดใช้วิธีการโฆษณาถึงคุณภาพของไอซ์ที่ขาย และการท้าทายที่กระตุ้นให้เกิดความอยากลองเสพ การส่งเสริมการขาย ด้วยการลดราคาไอซ์เมื่อซื้อปริมาณมาก การแจกของรางวัล ด้วยการกดติดตามเพจ กดถูกใจโพสต์ รีทวีตโพสต์ และทายเลขท้าย 2 ตัวของสลากกินแบ่งรัฐบาล การประชาสัมพันธ์ เพื่อบอกลูกค้าว่า "ไม่ได้หลอกลวงหรือคดโกง" การโพสต์ภาพเคลื่อนไหวรีวิวการแกะกล่องพัสดุที่ผู้ขายไอซ์ได้ส่งไอซ์มาให้

● ยาบ้า

- ยาบ้าที่นิยมขายมีสัญลักษณ์ WY (หางยาว) เม็ดสีส้ม เม็ดสีเขียว เม็ดสีฟ้า บรรจุภัณฑ์สำหรับขายส่งนิยมห่อด้วยกระดาษปรู๊ฟขาว ปั๊มตราสัญลักษณ์ต่างๆ เช่น " ★★★★★999" "A" "Y 1" "แอปเปิ้ลสีแดง" "999" และพลาสติดใส บรรจุภัณฑ์สำหรับขายย่อยนิยมซองซิปพลาสติกใส ซองซิปพลาสติกสีดำ ตรา "แอปเปิ้ลขาว" ใส่ซองซิปพลาสติกสีน้ำเงิน ตรา "แอปเปิ้ลขาว" ใส่ซองซิปพลาสติกสีแดง ตรา "A"

- หน่วยการขายที่นิยมมากที่สุด คือ ถุง ใช้เป็นหน่วยในการขายมากกว่าร้อยละ 50.0 รองมาคือ แถว (เส้น) เม็ด (อัน ตัว) ลูก (มัด) ก้อนใหญ่ และเบอร์ ราคาขายยาบ้า 1 ถุง นิยมขายที่ราคา 3,000 บาท (1,000-24,000 บาท) ราคาขายยาบ้า 1 แถว นิยมขายที่ราคา 550 บาท (200-2,400 บาท) กลยุทธ์ทางด้านราคา ได้แก่ การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา โพสต์เพื่อโฆษณา ยาบ้าชนิดนี้มีคุณภาพที่ดี จึงกล้าที่จะตั้งราคาจำหน่ายที่ราคาสูงกว่ายาบ้าชนิดอื่น หรือการตั้งราคาจำหน่ายยาบ้าชนิด "Y1" แพงกว่ายาบ้าชนิด "ตอง9" ช่วยสร้างความรู้สึกถึงคุณภาพของยาบ้าได้ตามราคาที่จำหน่าย ด้วยที่ว่า ของแพงย่อมดีกว่าของถูก กลยุทธ์ราคาแยกตามกลุ่มลูกค้าพิจารณาจากกำลังซื้อของลูกค้า ราคาจำหน่ายในหลายรูปแบบมีเงินน้อยซื้อน้อย เงินมากซื้อมาก เพื่อให้ลูกค้าได้เลือกซื้อได้ตามงบประมาณ การตั้งราคาเพื่อการส่งเสริมการตลาดด้วยการตั้งราคาแบบล่อใจ ด้วยการตั้งราคายาบ้าให้มีราคาถูก การกำหนดราคา

ขายยาบ้าราคาถูกเฉพาะในช่วงเวลาพิเศษ

- การติดต่อส่งข้อความในสื่อสังคมออนไลน์ รองมาคือ ส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์ โทรศัพท์ การจ่ายเงิน วิธีที่นิยมมากที่สุดคือ การโอนเงิน รองมาคือ จ่ายเงินดาวน์ เก็บเงินปลายทาง และจ่ายเงินสด ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือช่องทางกระจายยาบ้าไปสู่ผู้เสพ วิธีการจัดส่งที่นิยมมากที่สุด คือ ส่งพัสดุบริษัทเอกชน รองมาคือ ชนมือ โยนหรือ นำไปวางตามจุดนัดหมาย ส่งทางไปรษณีย์ไทย ตามลำดับ

- การส่งเสริมการตลาดใช้กลยุทธ์การโฆษณาเพื่อให้เกิดความจูงใจและกระตุ้นการขายยาบ้า การส่งเสริมการขายในแบบ Sale Promotion ก็คือ การลด แลก แจก และแถม การใช้การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลางด้วยการแจกของรางวัลต่างๆ การประชาสัมพันธ์ด้วยข้อความและรูปภาพ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของตนเอง ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและสร้างความมั่นใจในตัวผู้ขาย

● ยาอี

- ยาอีที่ขายบนอินเทอร์เน็ตมีทั้งยาอีที่นำเข้าจากต่างประเทศ และยาอีที่ผลิตในประเทศไทย รูปแบบ สีสัน ตราปั๊มบนเม็ดยาที่หลากหลาย บรรจุภัณฑ์นิยมใส่ในซองซิปใส ภาษาที่ใช้นิยมใช้เรียกยาอีว่า "หนม" "หนมใน" "หนมนอก" ในปีนี้มีการนำยาอีไปผสมกับสารเสพติดอื่น "กาแฟของสามพัน" ซึ่งก่อเกิดอันตรายแก่สุขภาพของผู้ที่เสพ

- ราคาขายยาอีนิยมใช้หน่วยการขาย คือ เม็ด ลูก อัน สำหรับ MDMA มีหน่วยที่ใช้ขายอีกหน่วย คือ จี ราคาขายยาอี 1 เม็ด นิยมขายที่ราคา 400 บาท (100-1,200 บาท) กลยุทธ์การตั้งราคาขายยาอีประกอบด้วย การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยาด้วยการตั้งราคาด้วยเลขที่เป็นตัวเลขกลม เช่น 00 กลยุทธ์ในการตั้งราคายาอีด้วยการรวมยาอีหลายเม็ดไว้ด้วยกัน ยาอีมีราคาถูกลงหากซื้อยาอีแบบเป็นชุด และยังช่วยให้ผู้ขายขายยาอีได้เป็นจำนวนมาก การตั้งราคาแบบพรีเมียมด้วยการตั้งราคายาอีต่างประเทศให้มีราคาที่แพงกว่ายาอีไทย

- ผู้ขายยาอีนิยมใช้วิธีการติดต่อการส่งข้อความทางตรงในสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์ และโทรศัพท์ วิธีการจ่ายเงินนิยมเก็บเงินปลายทางมากที่สุด ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางกระจายยาอีไปสู่ผู้เสพ ที่นิยมมากที่สุด คือ ส่งพัสดุบริษัทเอกชน ไปส่งเองให้ถึงมือผู้ซื้อ (ชนมือ) การวางหรือโยนตามที่จุดนัด และส่งโดยใช้บริษัทไปรษณีย์ไทย ตามลำดับ

- การส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าต้องการที่จะซื้อยาอีประกอบด้วยการโฆษณา โพสต์รูปภาพยาอีและข้อความที่สร้างการรับรู้ กระตุ้นให้เกิดการซื้อ การส่งเสริมการขายด้วยการลดราคาขายยาอี การจัดส่งให้ฟรี การประชาสัมพันธ์ด้วยการโพสต์ข้อความเกี่ยวกับเครดิตการขาย การสร้างความน่าเชื่อถือแก่ลูกค้า

● คีตามีน

- คีตามีนหรือยาเคที่ขายบนอินเทอร์เน็ต มีทั้งแบบเกร็ดและแบบน้ำ แบบเกร็ดบรรจุในซองซิปพลาสติก แบบน้ำบรรจุในขวดยาที่ใช้สำหรับฉีด คีตามีนที่ขายส่งหรือนำเข้ามานิยมบรรจุมาในถุงชา ในปีนี้มีการนำคีตามีนไปผสมกับสารเสพติดอื่น และยานอนหลับ ยากล่อมประสาท ในชื่อ "เคนมผง" ซึ่งก่อเกิดอันตรายแก่สุขภาพและชีวิตของผู้ที่เสพ

- การขายคีตามีนหน่วยที่นิยมใช้ขายมากที่สุด คือ จี รองมา คือ ขีด กรัม ถุง กิโลกรัม ราคาขายคีตามีน 1 จี นิยมขายที่ราคา 800 บาท (200-3,800 บาท) กลยุทธ์การตั้งราคาขายคีตามีนประกอบด้วย การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยาด้วยการตั้งราคาด้วยเลขที่เป็นตัวเลขกลม เช่น 00 การตั้งราคาเพื่อการส่งเสริมการตลาดด้วยการตั้งราคาถูกแบบล่อใจ การตั้งราคาแบบพรีเมียมด้วยการตั้งราคาขายคีตามีนต่างประเทศ ในราคาที่สูงกว่าราคาขายทั่วไปเพื่อ

ตอกย้ำคุณภาพของคีตามีน

- ผู้ขายคีตามีนนิยมใช้วิธีการติดต่อการส่งข้อความตรงในสื่อสังคมออนไลน์ รองมาคือ ส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์ โทรศัพท์ วิธีการจ่ายเงินที่นิยมที่สุดคือ การโอนเงิน รองมาคือ เก็บเงินปลายทาง และจ่ายเงินสด ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางกระจายคีตามีนไปสู่ผู้เสพที่นิยมมากที่สุด คือ ส่งพัสดุบริษัทเอกชน รองมาคือ ไปส่งเองให้ถึงมือผู้ซื้อ (ชนมือ) ส่งโดยใช้บริษัทไปรษณีย์ไทย และใช้วิธีการวางหรือโยนตามที่จุดนัดหมาย ตามลำดับ

- การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การโฆษณาขายคีตามีนเพื่อสื่อถึงคุณภาพของคีตามีน เพื่อกระตุ้นและดึงดูดให้ลูกค้า ด้วยการให้ลูกค้าได้เห็นถึงความคุ้มค่า เช่น การแถมคีตามีน การคืนเงินหากคีตามีนคุณภาพไม่ดี การจัดส่งให้ฟรี เป็นต้น การประชาสัมพันธ์ด้วยการโพสต์ข้อความ รูปภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า

• เฮโรอีน

- เฮโรอีนที่นิยมขายมีลักษณะเป็นก้อน หรือผง บรรจุในห่อกระดาษที่ปั๊มตรายี่ห้อและหุ้มด้วยพลาสติกใสเพื่อกันน้ำ ซองซิปพลาสติก ถุงพลาสติ หลอดดูดน้ำพลาสติก ขวดพลาสติก เป็นต้น

- หน่วยการขายเฮโรอีนที่นิยมมากที่สุด คือ กรัม รองมาคือ บิ๊ก จี หลอด แบ่งขาย ขีด ฝา ราคาขายเฮโรอีน 1 กรัม นิยมขายที่ราคา 1,200 บาท (600-1,800 บาท) ราคาขายเฮโรอีน 1 บิ๊ก นิยมขายที่ราคา 2,600 บาท (1,150-5,000 บาท) กลยุทธ์การตั้งราคาขายเฮโรอีนประกอบด้วย การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยาด้วยการตั้งราคาด้วยเลขที่เป็นตัวเลขกลม เช่น 00 ทำให้ลูกค้ามองว่า เป็นสินค้าราคาเต็ม ไม่ได้เป็นการลดราคาขาย ส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี กลยุทธ์ราคาแยกตามกลุ่มลูกค้า โดยพิจารณาจากกำลังซื้อของลูกค้า ด้วยการแบ่งขายเฮโรอีนในปริมาณที่ไม่มาก เพื่อที่จะตั้งราคาจำหน่ายได้ถูกลงกว่าปกติสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อน้อย

- ผู้ขายเฮโรอีนนิยมใช้วิธีการติดต่อการส่งข้อความในสื่อสังคมออนไลน์ รองมาคือ ส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์ โทรศัพท์ วิธีการจ่ายเงินนิยมวิธีการโอนเงิน ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางกระจายเฮโรอีนไปสู่ผู้เสพที่นิยมมากที่สุด คือ ส่งพัสดุบริษัทเอกชน รองมาคือ ไปส่งเองให้ถึงมือผู้ซื้อ (ชนมือ) ใช้วิธีการวางหรือโยนตามที่จุดนัดหมาย และส่งโดยใช้บริษัทไปรษณีย์ไทย ตามลำดับ

- การส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย การโฆษณาด้วยข้อความ ภาพตรายี่ห้อเฮโรอีน ใช้เป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ การส่งเสริมการขายด้วยการแจกเฮโรอีนให้กับผู้ที่หาลูกค้ามาให้ เป็นการใช้กลยุทธ์ผลักในการกระตุ้นและสนับสนุนให้เกิดการขายเฮโรอีนมากขึ้น การไม่คิดค่าจัดส่ง การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างเครดิตการขาย ด้วยข้อความที่สร้างความเชื่อมั่นว่าจะไม่ถูกหลอกลวงหรือถูกโกงเงินค่าเฮโรอีน รวมถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อลูกค้าด้วยการจ่ายเงินคืนให้ลูกค้า หากเฮโรอีนที่ส่งไปให้ถูกจับหรือถูกอายัด

• โคเคน

- โคเคนที่นิยมขายมีลักษณะเป็นก้อน แท่ง หรือผง บรรจุในซองซิปพลาสติก

- หน่วยที่นิยมขายโคเคนมากที่สุด คือ จี รองมาคือ กรัม แบ่งขาย ลูก ราคาขายโคเคน 1 กรัม 3,500-4,300 บาท กลยุทธ์การตั้งราคาขายประกอบด้วยการตั้งราคาตามหลักจิตวิทยาด้วยการตั้งราคาด้วยเลขที่เป็นตัวเลขกลม เช่น 00 กลยุทธ์ราคาแยกตามกลุ่มลูกค้าโดยพิจารณาจากกำลังซื้อของลูกค้า ด้วยการแบ่งจำหน่ายโคเคนในราคาถูก เพื่อให้ลูกค้าที่มีกำลังซื้อน้อยก็สามารถซื้อได้

- ผู้ขายโคเคนนิยมใช้วิธีการติดต่อการส่งข้อความในสื่อสังคมออนไลน์ รองมาคือ ติดต่อทางไลน์ โทรศัพท์ วิธี

การจ่ายเงินด้วยวิธีการโอนเงิน ช่องทางการจัดส่งโคเคนไปให้ลูกค้านิยมใช้บริการขนส่งเอกชน

● แอลเอสดี

- แอลเอสดีที่นิยมมีลักษณะเป็นแสตมป์ขนาดเล็ก 1/4 นิ้ว (6 มม.) กระดาษรูปสี่เหลี่ยม แช่ในสารละลายแอลเอสดีที่มีความเข้มข้นระหว่าง 100-400 ไมโครกรัม (ug) มีลวดลายงานศิลปะ และแอลเอสดีชนิดน้ำบรรจุขวดขนาด 5 ซีซี

- หน่วยการขายแอลเอสดีที่นิยมมากที่สุด คือ แทป รองมาคือ ชีท ราคาขายแอลเอสดี 1 แทป ราคาที่นิยมขาย 800 บาท (300-3,000) บาท กลยุทธ์การตั้งราคาขายประกอบด้วยการตั้งราคาตามหลักจิตวิทยาด้วยการกำหนดให้ราคาลงท้ายด้วยเลขคี่ เช่น 990 790 การตั้งราคาด้วยเลขที่เป็นตัวเลขกลม เช่น 00 การตั้งราคาเพื่อการส่งเสริมการตลาดด้วยการตั้งราคาแบบล่อใจ ตั้งราคาขายแอลเอสดีให้มีราคาถูกเมื่อซื้อในปริมาณที่มากขึ้น ผู้ขายแอลเอสดีนิยมใช้วิธีการติดต่อการส่งข้อความในสื่อสังคมออนไลน์ รองมาคือ การส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์ ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางกระจายแอลเอสดีไปสู่ผู้เสพที่นิยมมากที่สุด คือ ส่งพัสดุบริษัทเอกชน รองมาคือ ชนมือหรือผู้ขายส่งแอลเอสดีถึงมือผู้รับ ส่งโดยใช้บริษัทไปรษณีย์ไทย

- การส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย โพสต์ภาพแอลเอสดีและข้อความที่บอกถึงแหล่งที่มาของแอลเอสดี ว่าเป็นของแท้มาจากต่างประเทศและหายาก การส่งเสริมการขายด้วยการลดราคาขายโดยใช้เงื่อนไขของการซื้อแอลเอสดีในจำนวนที่กำหนด เช่น ซื้อแอลเอสดี 10 Tab หรือ 25 Tab ผู้ขายลดราคาให้ 100 บาท และการรับประกันคุณภาพของแอลเอสดี หากลูกค้าเสพแล้วไม่เมา ยินดีคืนเงินให้

● จีเฮชบี

- จีเอชบี หรือที่รู้จักกันดีในชื่อ "ยาเสียสาว" "ยาปลุกอารมณ์" "ยาปลุกเซ็กส์" "ยามอมสาว" มีลักษณะเป็นของเหลวใส น้ำบรรจุในขวดสีชา

- หน่วยการขายที่นิยมขาย คือ ขวด ราคาขาย 1 ขวด ตั้งแต่ 1,900 - 2,400 บาท

- ผู้ขายจีเอชบีนิยมใช้วิธีการติดต่อด้วยการโทรศัพท์ ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางกระจายจีเอชบีไปสู่ผู้เสพ วิธีการจัดส่งที่นิยมมากที่สุด คือ ส่งพัสดุบริษัทเอกชน ไปส่งเองให้ถึงมือผู้ซื้อ (ชนมือ)

- ส่งเสริมการตลาดด้วยการโฆษณา โพสต์ภาพจีเอสบีและข้อความที่บอกถึงคุณภาพของจีเอชบี เพื่อกระตุ้นการซื้อ และการรับประกันคุณภาพของจีเอชบี

● ดีเอ็มที (DMT)

- ดีเอ็มที (DMT) ลักษณะเป็นผลึกเล็ก (เกร็ด) สีขาว-เหลืองนวล เสพด้วยวิธีการสูดควัน สูดดมเข้าทางจมูก ฉีด และกิน บรรจุในแคปซูลใส หรือขวดแก้ว ขวดพลาสติกขนาดเล็ก

- หน่วยสำหรับขาย ดีเอ็มที (DMT) ที่นิยมมากที่สุด คือ มิลลิกรัม รองมาคือ แคปซูล กรัม ราคาที่นิยมขาย 1 มิลลิกรัม ตั้งแต่ 14- 1,650 บาท ราคาที่นิยมขาย 1 แคปซูล ราคาตั้งแต่ 1,350- 1,500 บาท กลยุทธ์การตั้งราคาขายประกอบด้วยการตั้งราคาตามหลักจิตวิทยาด้วยการกำหนดให้ราคาลงท้ายด้วยเลขคี่ เช่น ตั้งราคาขายเลขท้าย 50

- ผู้ขายดีเอ็มที (DMT) นิยมใช้วิธีการติดต่อแบบการส่งข้อความในสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์

- ส่งเสริมการตลาดด้วยการโฆษณา ด้วยการโพสต์ภาพและข้อความเพื่อนำเสนอ ดีเอ็มที (DMT) และบอกถึงคุณภาพของ ดีเอ็มที (DMT)

● **เห็ดเมา**

- เห็ดเมาหรือเห็ดขี้ควายที่ขายมีรูปแบบ เช่น เห็ดแบบแห้ง ไมโครโดส (ทั้งแบบบรรจุในเม็ดแคปซูล แบบน้ำ) น้ำสกัดจากเห็ดเมา (ไขรัปเห็ดเมา) "shrooms" รวมถึงการขายเชื้อเห็ด การแนะนำวิธีการเสพ การเพาะเห็ด เป็นต้น สายพันธุ์เห็ดเมาที่โพสต์ขายมากกว่า 30 สายพันธุ์

- หน่วยที่ใช้ในการขายเห็ดเมามากที่สุดคือ กรัม รองมาคือ แพ็ค ขวด ราคาขายเห็ดเมา 1 กรัม ราคาที่นิยมขาย 800 บาท (120-2,800 บาท) การตั้งราคาขายประกอบด้วยการตั้งราคาตามหลักจิตวิทยาด้วยการกำหนดให้ราคาลงท้ายด้วยเลขคี่ เช่น ตั้งราคาขายเลขท้าย 90 55 เป็นต้น การตั้งราคาแบบเหมารวม ด้วยการตั้งราคาจำหน่ายเห็ดเมาในแบบแพ็คที่มีเห็ดเมาหลายสายพันธุ์รวมกัน สร้างความรู้สึกที่คุ้มค่าซื้อแพ็คเดียวได้เห็ดเมาหลายสายพันธุ์ในราคาที่ไม่แพง

- ผู้ขายเห็ดเมานิยมใช้วิธีการติดต่อการส่งข้อความในสื่อสังคมออนไลน์ รองมาคือ ส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์ ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางกระจายเห็ดเมาไปสู่ผู้เสพที่นิยมมากที่สุด คือ ส่งพัสดุผ่านทางบริษัทจัดส่งเอกชน

- ส่งเสริมการตลาดด้วยการโฆษณา ด้วยการโพสต์ภาพและข้อความเพื่อนำเสนอชนิด สายพันธุ์ อาการหลังจากเสพเห็ดเมา ทำให้ผู้เสพเห็นภาพช่วยสร้างความเข้าใจ เกิดอารมณ์อยากลองเสพ การส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา การแถมเห็ดเมาทุกครั้งของการซื้อ การจัดส่งฟรี และโปรโมชั่นตามช่วงเวลาต่างๆ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ด้วยการโพสต์ข้อความเพื่อสร้างภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือของผู้ขาย การดูแลลูกค้าหลังการซื้อ ความสะอาด ความปลอดภัย

● **กัญชาและผลิตภัณฑ์**

- ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ขายกัญชาขาย ส่วนใหญ่เป็นกัญชาแห้ง กัญชาออร์แกนิคสายพันธุ์ต่างๆ กัญชาอัดแท่งที่นิยม คือ แบบที่พันด้วยด้ายแดง ด้ายทอง ดอกกัญชา เมล็ดพันธุ์ กัญชาที่มวนเป็นแท่ง (พันลำ) พร้อมสูบ บุหรี่ไฟฟ้ากัญชา น้ำมันกัญชา ขนมบราวนี่กัญชา เป็นต้น

- หน่วยที่ใช้ในการขายกัญชามากที่สุด คือ ขีด รองมาคือ กิโลกรัม กรัม มุม แบ่งขาย ก้อน ห่อ ออนซ์ เมล็ด มวน กระปุก ถุง ซอง แพ็ค ขวด จี ชิ้น มิลลิลิตร เป็นต้น ราคาขายกัญชา 1 ขีด ราคาที่นิยมขาย 800 บาท (200-46,000 บาท กัญชาออร์แกนิค ดอกกัญชา ราคาสูงกว่ากัญชาแห้งอัดแท่ง) กลยุทธ์การตั้งราคาขายประกอบด้วยการตั้งราคาตามหลักจิตวิทยาด้วยการกำหนดให้ราคาลงท้ายด้วยเลขคี่ เช่น ตั้งราคาขายเลขท้าย 90 55 เป็นต้น การตั้งราคาแบบเหมารวม การกำหนดปริมาณขายขั้นต่ำ ยิ่งซื้อมากราคายิ่งถูก กลยุทธ์การตั้งราคาขายจากต้นทุนด้วยการบวกกำไรและราคาค่าส่งกัญชาเรียบร้อยแล้ว และการตั้งราคา 3 ระดับ

- ผู้ขายกัญชานิยมใช้วิธีการติดต่อการส่งข้อความในสื่อสังคมออนไลน์ รองมาคือ ส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์ โทรศัพท์ วิธีการจ่ายเงินด้วยวิธีการเก็บเงินปลายทางมากที่สุด รองมาคือ โอนเงิน และจ่ายดาวน์

- ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางกระจายกัญชาไปสู่ผู้เสพที่นิยมมากที่สุด คือ ส่งพัสดุบริษัทเอกชน รองมาคือ ไปส่งเองให้ถึงมือผู้ซื้อ (ขนมือ) ส่งโดยใช้บริษัทไปรษณีย์ไทย และใช้วิธีการวางหรือโยนตามที่จุดนัดหมาย ตามลำดับ

- การส่งเสริมการตลาดด้วยการโฆษณา ด้วยการโพสต์ภาพและข้อความเพื่อนำเสนอคุณภาพของกัญชา การส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา การแถมกัญชา การจัดส่งฟรี กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ด้วยการโพสต์ข้อความเพื่อสร้างภาพลักษณ์เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในตัวผู้ขายกัญชา

● พืชกระท่อม

- พืชกระท่อมที่นิยมขาย ได้แก่ ใบกระท่อม น้ำต้มใบกระท่อม และต้นกระท่อม

- หน่วยที่ใช้ในการขายพืชกระท่อมมากที่สุด คือ กิโลกรัม รองมาคือ มัด ต้น ห่อ ขีด ถุง ใบ กิ่ง เมล็ด ชุด น้ำต้มใบกระท่อมนิยมขายขวดละ 150 บาท (50-300 บาท) ราคาต้นกระท่อมนิยมขายต้นละ 200 บาท 50-650 บาท) กลยุทธ์การตั้งราคาขายประกอบด้วยการตั้งราคาตามหลักจิตวิทยาด้วยการกำหนดให้ราคาลงท้ายด้วยเลขคี่ เช่น ตั้งราคาขายเลขท้าย 90 50 เป็นต้น การตั้งราคาเป็น 3 ระดับ ตั้งราคาตามปริมาณ (น้อย ปานกลาง มาก) กลยุทธ์แนวระดับราคา ตั้งราคาขายใบกระท่อมจากราคาสูงลงไปยังราคาต่ำ กำหนดตามคุณภาพของใบกระท่อม โดยมีทั้งใบกระท่อมแบบใบคัด ใบรวม และใบเศษ

- ผู้ขายกระท่อมนิยมใช้วิธีการติดต่อการส่งข้อความในสื่อสังคมออนไลน์ รองมาคือ ส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์ และโทรศัพท์ จ่ายเงินด้วยวิธีการเก็บเงินปลายทางมากที่สุด รองมาคือ โอนเงิน จ่ายเงินดาวน์ ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางกระจายกระท่อมไปสู่ผู้เสพ วิธีการจัดส่งที่นิยมมากที่สุด คือ ไปส่งเองให้ถึงมือผู้ซื้อ (ขนมือ) รองมาคือ ส่งพัสดุบริษัทเอกชน โยนหรือนำไปวางตามจุดนัดหมาย และส่งโดยใช้บริษัทไปรษณีย์ไทย ตามลำดับ

- การส่งเสริมการตลาดด้วยการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา เป็นต้น กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ด้วยการโพสต์ข้อความสร้างความน่าเชื่อถือ เพื่อสร้างภาพลักษณ์แก่ผู้ขาย

● ยารักษาโรคแบบผิดแผน

ยารักษาโรคแบบผิดแผนที่ขายบนอินเทอร์เน็ตมีหลากหลายตรายี่ห้อ ขนาดของรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีทั้งแบบซองซิป แบบแผง แบบกล่อง และแบบยกลัง ประกอบด้วย ยาแก้ปวด ยาแก้แพ้ ยาแก้ไอ ยานอนหลับ และยากล่อมประสาท รวมถึงการจัดชุดรวมยารักษาโรคแบบผิดแผน

กลยุทธ์ด้านราคาที่ใช้ในการขายยารักษาโรคแบบผิดแผน มีดังนี้

- กลยุทธ์การตั้งราคาขายโดยใช้หลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) ด้วยการใช้การกำหนดราคาเลขคี่ (Odd Pricing) ใช้การตั้งราคาขายยารักษาโรคแบบผิดแผน ด้วยเลขคี่นิยมใช้เลข 9 5 ในแบบ 90 99 และ 50 ซึ่งการตั้งราคาขายแบบนี้ จะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่ายารักษาโรคแบบผิดแผนราคาถูก

- กลยุทธ์การตั้งราคาแบบจัดชุด การตั้งราคาแบบจับคู่ เช่น ชุดยาแก้ปวดทรามาดอลมาจับคู่กับยาแก้ไอ ชุดยาแก้แพ้และยาทรามาดอล

- การตั้งราคาเป็น 3 ระดับ

- การตั้งราคาเพื่อการส่งเสริมการตลาด ใช้การตั้งราคาแบบล่อใจ ด้วยการตั้งราคาให้มีราคาต่ำ เพื่อจูงใจผู้บริโภคให้ซื้อ

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดยารักษาโรคแบบผิดแผน มีดังนี้

- การโฆษณา โพสต์ข้อความ ภาพยารักษาโรคแบบผิดแผน เพื่อให้เกิดการกระตุ้นการขาย จูงใจในการซื้อ และสร้างการรับรู้วิธีการใช้แบบผิดแผน อาการที่ได้รับ คุณภาพของยารักษาโรคแบบผิดแผน
- การส่งเสริมการขาย ด้วยการลดราคา ราคาถูกเมื่อซื้อในปริมาณมาก บริการจัดส่งฟรี
- การประชาสัมพันธ์ การโพสต์ด้วยข้อความหรือรูปภาพ ลงในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของผู้ขาย การรับประกันสินค้า

ดัชนีการเข้าถึงผู้ขายยาเสพติดในสื่อสังคมออนไลน์

การติดตามผู้ขายยาเสพติดประเภท ยาบ้า ไอซ์ ยาอี มีผู้ติดตามมากถึง 69,200 บัญชีรายชื่อ เป็นผู้ขายรายใหม่ที่เพิ่งจดทะเบียนใช้สื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ในปี พ.ศ. 2564 รองมาคือ ผู้ขายยาเสพติดประเภทคีตามีน เห็ดเมา แอลเอสดี 68,400 บัญชีรายชื่อ เป็นผู้ขายรายเก่าจดทะเบียนใช้สื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ในปี พ.ศ. 2562 และผู้ขายยาเสพติดประเภท ดีเอ็มที (DMT) มีผู้ติดตาม 13,751 บัญชีรายชื่อ ซึ่งเป็นผู้ขายรายใหม่ที่เพิ่งจดทะเบียนใช้สื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ในปี พ.ศ. 2564

ผู้ขายยาเสพติดที่มีอัตราการโพสต์ (Post Rate) มากกว่าร้อยละ 80.0 คือ ผู้ขายกัญชา เห็ดเมา แอลเอสดี โคเคน ดีเอ็มที (DMT) ยาโปร/ลีน รองมาคือ ผู้ขายคีตามีน เห็ดเมา แอลเอสดี ผู้ขายยาเสพติดประเภทกัญชา เห็ดเมา แอลเอสดีโคเคน ดีเอ็มที (DMT)

ผู้ขายยาเสพติดที่โพสต์เนื้อหาตรงกับความสนใจของผู้ติดตาม (Engagement Rate) มากที่สุดคือ ผู้ขายกัญชาและผลิตภัณฑ์ รองมาคือ ผู้ขายยาบ้า ไอซ์ ยาอี ผู้ขายไอซ์ ยาอี คีตามีน และผู้ขายคีตามีน เห็ดเมา แอลเอสดี ตามลำดับ

ผู้ขายยาเสพติดที่โพสต์ทำให้ผู้ที่ติดตามมีปฏิสัมพันธ์ (%Applause Rate) มากกว่าร้อยละ 50.0 คือ ผู้ขายยาบ้า ไอซ์ ยาอี รองมาคือ ผู้ขายเฮโรอีน ฝิ่น ผู้ขายคีตามีน เห็ดเมา แอลเอสดี ตามลำดับ

การสร้างประสบการณ์เสพยาเสพติด

การตลาดยาเสพติดบนอินเทอร์เน็ตเป็นการสร้างประสบการณ์อีกมิติให้ลูกค้า คือ การสร้างภาพลักษณ์ ให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ ความคาดหวังของลูกค้า เพิ่มช่องทางการติดต่อกับลูกค้า ผู้ขายใส่ใจทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งเป็นการเชื่อมต่อโลกออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกัน เพื่อสร้างโอกาสการขายเพิ่มขึ้น มอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า ที่เกินความคาดหวังให้แก่ลูกค้า เรียกว่าเป็นขั้นกว่าของ O2O เป็นการใช้ระบบออนไลน์และออฟไลน์ไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าและบริการของแบรนด์ได้ในทุกช่องทางอย่างราบรื่น ร่วมกับการใช้กลยุทธ์การตลาด Customer Value Journey ด้วยการทำให้ลูกค้ารับรู้ การมีส่วนร่วมระหว่างผู้ขายกับลูกค้า หรือระหว่างลูกค้าด้วยกันเอง จนเกิดความสัมพันธ์ในระดับที่ต้องติดตามอย่างต่อเนื่อง การสร้างลูกค้าที่ทำให้ลูกค้าใหม่ยอมรับและหันมาเลือกซื้อยาเสพติดกับผู้ขายด้วยการส่งเสริมการขายด้วยการตั้งราคาขายที่ถูก การจัดส่งให้ฟรี แถมยาเสพติด หรือการแบ่งขาย ลูกค้าสามารถทดลองซื้อได้โดยไม่ต้องจ่ายเงินแพง การรับประกัน เป็นต้น การทำให้ลูกค้าตื่นเต้นกับแบรนด์ (ตรายี่ห้อ) จนเกิดการซื้อซ้ำ และการบอกต่อแก่ลูกค้าคนอื่น การแจกรางวัลเป็นยาเสพติด การกดติดตามเพื่อให้เห็นโพสต์อย่างต่อเนื่อง จนทำให้ลูกค้าเป็นผู้สนับสนุนผู้ขายที่สำคัญ

ข้อเสนอแนะ

การสำรวจเฝ้าระวังติดตามการขายยาเสพติดบนอินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่อง ช่วยสะท้อนให้เห็นว่าในกลุ่มผู้ขายยาเสพติดมีการเชื่อมโยงช่องทางการขายจากออฟไลน์มาสู่ออนไลน์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้เสพได้มากขึ้น ในขณะเดียวกัน ผู้เสพก็สามารถเข้าถึงยาเสพติดได้ง่ายเช่นเดียวกัน ที่สำคัญไม่ต้องเสี่ยงกับการถูกจับกุม

1. แม้ว่าผู้ให้บริการจะมีนโยบายการจำกัดการเข้าถึง การปิดให้บริการผู้ที่โพสต์เกี่ยวกับยาเสพติดอย่างชัดเจน และรัฐบาลจะมีหน่วยงานที่รับผิดชอบทางด้านการปราบปรามยาเสพติด หน่วยงานกำกับดูแลการใช้งานเทคโนโลยีและดิจิทัลแล้วก็ตาม ทางด้านผู้ขายได้มีการหลบเลี่ยงการตรวจสอบดังกล่าวด้วยการใช้คำสแลง ภาษาชื่อเรียก สัญลักษณ์อิโมจิต่างๆ ในการแทนชนิดยาเสพติด แทนคำที่เกี่ยวข้องกับการขายยาเสพติด ซึ่งในกลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านการปราบปรามควรมีระบบการแชร์ฐานข้อมูลคำสแลง ภาษาชื่อเรียก สัญลักษณ์อิโมจิ เพื่อให้เท่าทันผู้ขาย และภาครัฐบาลควรออกข้อกำหนดกฎระเบียบ หรือสั่งการบริษัทผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์ได้ดำเนินการตรวจสอบกิจกรรมบนแพลตฟอร์มของตนอย่างเข้มงวด

2. การศึกษาได้สะท้อนให้เห็นถึงขั้นตอนกระบวนการในการจัดส่งยาเสพติดถึงมือผู้เสพแบบดิลิเวอรี่ ผ่านผู้ให้บริการขนส่งทั้งของเอกชนและรัฐวิสาหกิจ ควรเพิ่มมาตรการในการตรวจสอบพัสดุที่ต้องการส่งทุกชนิด ทุกชิ้นอย่างเข้มงวด พร้อมทั้งบังคับให้ผู้ให้บริการมีขั้นตอนกระบวนการตรวจสอบพัสดุก่อนในทุกสาขาที่ให้บริการ

บรรณานุกรม

SIMON KEMP(2020). DIGITAL 2020: THAILAND. https://datareportal.com/reports/digital-2020-thailand?fbclid=IwAR0dh2YJgW0pdvKuV_3w-bFCi8dEJcPvoUoZF_YLHGjIgXi0jmQoFyMU0vo 18 FEBRUARY 2020

Kanittha Thaikla, Kanokporn Pinyopornpanish , Wichuda Jiraporncharoen and Chaisiri Angkurawanon. Cannabis and Kratom online information in Thailand:เฟสบุ๊กtrends 2015–2016. Substance Abuse Treatment, Prevention, and Policy (2018) 13:15https://doi.org/10.1186/s13011-018-0155-4.

Mounteney, J., Oteo, A. and Griffiths, P. (2016), 'The internet and drug markets: shining a light on these complex and dynamic systems', The internet and drug markets (European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction: Insights 21), Publications Office of the European Union, Luxembourg.

stepstraining(2020). Customer Journey สิ่งสำคัญที่นักการตลาดและผู้ประกอบการต้องรู้ https://stepstraining.co/content/customer-journey-to-know

กนิษฐา ไทยกล้า(2562). การตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดบนโลกอินเทอร์เน็ต. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กนิษฐา ไทยกล้า(2563). การตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดบนโลกอินเทอร์เน็ต ปี พ.ศ. 2563. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ณัฐพล ม่วงทำ(2564). รายงานสถิติ Thailand Digital Stat 2021. https://www.everydaymarketing.co/knowledge/thailand-digital-stat-2021-we-are-social/