# การตลาด และการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดบนโลกอินเทอร์เน็ต
# Online Marketing and Misconduct Related to Drugs

| นางสาวกนิษฐา ไทยกล้า
สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
นพ.ชัยสิริ อังกุระวรานนท์
ภาควิชาเวชศาสตร์ครอบครัว คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## บทคัดย่อ

การศึกษาการตลาดและการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดบนโลกอินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการกระทำความผิด พฤติกรรมการค้า การซื้อ สถานการณ์การตลาด เครือข่ายการค้ายาเสพติดบนสื่อสังคมออนไลน์ และเพื่อประมาณการผู้ขายยาเสพติดบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้วิธีการศึกษาการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ระหว่างการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสำรวจเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๒

ยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนในสื่อสังคมออนไลน์มีการขายบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์มากกว่าแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กตามกระแสความนิยมการใช้งาน ความเร็ว ความง่ายในการเข้าถึง การประมาณจำนวนผู้ขายยาเสพติดบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ พบว่า เป็นผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์รายใหม่และมีพฤติกรรมขายยาเสพติด ๖.๓ ราย ต่อผู้ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ที่ใช้งานประจำ ๑ แสนราย

ผู้ขายยาเสพติดมีการสร้างการรับรู้ว่ามียาเสพติดขายด้วยการสร้างตัวตนของผู้ขาย การแสดงภาพยาเสพติด อุปกรณ์การเสพ การประดิษฐ์อุปกรณ์สำหรับเสพ วิดีโอสาธิตวิธีการเสพที่ให้เห็นลักษณะ ขนาดและปริมาณ มีการใส่ข้อความที่บอกคุณภาพของยาเสพติด กลยุทธ์การตลาดที่ใช้ประกอบด้วย การจัดทำโปรโมชั่นเพื่อให้ซื้อยาเสพติดเพิ่ม ซื้อซ้ำจากลูกค้าเก่าเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อจากลูกค้าหน้าใหม่ เช่น การให้ของแถมของฟรี ของแจก ฟรีค่าจัดส่ง การให้ส่วนลด ยิ่งซื้อมากยิ่งถูก การขายแบบเพิ่มปริมาณแต่ไม่เพิ่มราคา การซื้อ ๑ แถม ๑ การสะสมแต้มเพื่อให้ลูกค้าขาจรเป็นลูกค้าประจำ และการจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลต่าง ๆ การทำให้ลูกค้าเป็นผู้สนับสนุนด้วยการโพสต์ข้อความการคุยกันกับลูกค้าที่เคยสั่งซื้อยาเสพติดเพื่อช่วยยืนยันคุณภาพของยาเสพติด การจัดส่งที่ตรงเวลา เป็นต้น เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือแก่ผู้ขายยาเสพติด

วิธีการส่งของผู้ขายและผู้ซื้อยาเสพติดนิยมสื่อสารทาง Line ID มากที่สุด รองมาคือ การส่งข้อความในรูปแบบของ Direct message (DM) ทักแชท สะกิด

การจัดส่งสินค้าส่วนใหญ่นัดสถานที่เพื่อส่งยาแบบที่เจอหน้ากัน หรือ “ชนมือ” รองมาคือ การส่งด้วยบริษัทขนส่งเอกชน

เครือข่ายผู้ติดตามผู้ขายยาเสพติดบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์มีการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มผู้ติดตามผู้ขายยาเสพติดประเภทอื่น สามารถหาซื้อยาเสพติดได้มากกว่า ๑ ชนิด

ผู้ขายยาเสพติดมีการระวังตัวด้วยวิธีการแจ้งให้ผู้ซื้อรู้ถึงวิธีการโอนเงินที่ไม่มีการจ่ายเงินสด ใช้วิธีการโอนเงินหรือใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ วิธีการจัดส่งยาเสพติดส่งโดยบุคคลที่สาม เช่น บริษัทขนส่งเอกชนไม่มีการส่งแบบเจอหน้าตัวต่อตัว

ผลที่ได้จากการศึกษานี้เป็นข้อมูลสำคัญในการส่งต่อไปให้ผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการป้องกันและลดปัญหายาเสพติดตามนโยบายของประเทศ ทั้งนี้ด้วยข้อจำกัดของกฎหมายไทยที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมายไม่สามารถแจ้งการกระทำความผิดยาเสพติดแก่ผู้ขายยาเสพติดบนสื่อสังคมออนไลน์ได้โดยตรง เมื่อไม่มีหลักฐานเป็นที่ประจักษ์ ข้อมูลผู้ขายยาเสพติดบนสื่อสังคมออนไลน์นี้จะเป็นข้อมูลสำคัญให้ทางผู้ให้บริการยกเลิกการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมเกี่ยวข้องกับยาเสพติดได้ง่าย และรวดเร็วยิ่งขึ้น

## ความเป็นมา

การใช้งานอินเทอร์เน็ตมีการขยายตัวอย่างแพร่หลาย มีจำนวนผู้ใช้งานเพิ่มมากขึ้น สำหรับประเทศไทยมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากกว่าถึง ๕๗ ล้านคน เป็นผู้ใช้งานสื่อโซเชียลมีเดีย

เป็นประจำมากถึง ๕๑ ล้านคน ในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ มียอดผู้ใช้งานทวิตเตอร์ทั้งสิ้น ๑๒ ล้านราย เป็นผู้ใช้งานประจำ ๕.๗ ล้านราย สำหรับเฟซบุ๊กมีผู้ใช้งาน ๔๙ ล้านคน (นลินทิพย์ ภัคศรีกุลกำธร 2018, Digital Solution 2561) คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวัน ๑๐ ชั่วโมง ๕ นาที สื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้มากที่สุด คือ ยูทูบ ร้อยละ ๙๘.๘ ไลน์ ร้อยละ ๙๘.๖ เฟซบุ๊ก ร้อยละ ๙๖.๐ และทวิตเตอร์ ร้อยละ ๘๘.๔ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ๒๕๖๑) สื่อสังคมออนไลน์นับว่าเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ (Sunny Jung Kim 2017) ที่สามารถค้นหาได้ง่ายด้วยข้อความแฮชแท็ก (XITONG YANG 2016) และเข้าถึงได้แบบเรียลไทม์ตลอด ๒๔ ชั่วโมง ข้อมูลดังกล่าวมีผลต่อแรงผลักดันให้เกิดความอยาก (Daniulaityte R 2013) การเพิ่มโอกาสในการซื้อขายยาเสพติด และเป็นช่องทางการสื่อสารแบ่งปันประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด การแชร์รูปภาพและวิดีโอ (European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction 2016) การสื่อสารแบบเครือข่ายบนสื่อสังคมออนไลน์ที่มีทั้งผู้ที่มีประสบการณ์การใช้ยาเสพติด ผู้ขายยาเสพติดใช้กันอย่างแพร่หลาย (Nielsen S 2009, Kim 2017) แม้ว่าจะไม่ค่อยมีเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติดบนสื่อสังคมออนไลน์มากนัก แต่ก็พบว่ามีการโพสต์ขายและเชิญชวนคนเข้าร่วมเป็นเครือข่ายค้ายาเสพติด ข้อมูลในเฟซบุ๊กส่วนใหญ่มีข้อความในเชิงบวก การสนับสนุนชักชวนชี้นำ ให้ข้อมูลขนาด คุณสมบัติ ราคา กัญชา กระท่อม (Kanittha Thaikla 2018) สำหรับต่างประเทศพบว่ามีการใช้กัญชาเพิ่มมากทั้งในกลุ่มผู้ใหญ่ วัยรุ่นในสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะรัฐที่มีการอนุญาตให้ขายกัญชายิ่งเพิ่มขึ้นมากแม้ว่าจะไม่ได้รับอนุญาตให้โฆษณากัญชาบนสื่อสังคมออนไลน์ (Azofeifa A 2016) วัยรุ่นที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีแนวโน้มที่ใช้กัญชามากกว่าวัยรุ่นที่ไม่ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (New York Center for Living 2019) ซึ่งเป็นที่น่ากังวลอย่างยิ่งสำหรับวัยรุ่นไทยที่มีรายงานการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากในกลุ่มอายุ ๑๓-๒๔ ปี (Marketing Oops 2019) รูปแบบการตลาดแบบเรียลไทม์ที่มีเป้าหมายและกลุ่มลูกค้าชัดเจนช่วยสร้างความผูกพันไปจนถึงช่วยกระตุ้นให้ตัดสินใจซื้อง่ายขึ้นตามไปด้วย ซึ่งเป็นไปตามกระแส Lazy Marketing ที่ไม่ต้องเดินทางไปซื้อเองสามารถสั่งซื้อทางออนไลน์ได้ตลอด ๒๔ ชั่วโมง พร้อมบริการจัดส่งให้ถึงประตูบ้าน ซึ่งทำให้สามารถเข้าถึงยาเสพติดได้ง่ายตามไปด้วย และที่สำคัญปลอดภัยจากการถูกจับกุม การซื้อขายลักษณะนี้มีลักษณะกึ่งซ่อนเร้นที่ยากแก่การเฝ้าระวัง ก่อให้เกิดปัญหาที่ขยายวงกว้างและร้ายแรงกว่าปัญหาที่มีอยู่เดิม โครงการวิจัยนี้จึงเป็นประโยชน์ในการเฝ้าระวังและปราบปราม ติดตามวิเคราะห์แนวโน้ม รูปแบบการตลาดยาเสพติดทั้งชนิดเก่าและใหม่ โดยมุ่งหวังว่าจะช่วยเพิ่มศักยภาพ เพิ่มแหล่งข้อมูลปฐมภูมิในการปราบปรามยาเสพติด และใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์การป้องกันการเข้าถึงตลาดยาเสพติด เครือข่ายการค้ายาเสพติดในสังคมออนไลน์ รวมถึงการได้ข้อมูลที่มีความไวในการลดอันตรายจากการใช้สารเสพติด การบำบัด เพิ่มประสิทธิผลทางด้านสุขภาพของประชาชนไทย

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

๑. เพื่อศึกษารูปแบบการกระทำความผิด พฤติกรรมการค้า การซื้อ สถานการณ์การตลาด เครือข่ายการค้ายาเสพติด

๒. เพื่อให้เกิดฐานข้อมูลภาษา คำสแลง แฮชแท็ก ชื่อที่ใช้เรียก คำที่ใช้ในการติดต่อซื้อขายยาเสพติดบนสื่อสังคมออนไลน์

๓. ประมาณการผู้ขายยาเสพติดรายใหม่บนสื่อสังคมออนไลน์

## ระเบียบวิธีการศึกษา

การดำเนินงานในครั้งนี้ได้นำรูปแบบของการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย การสำรวจแบบเร่งด่วน การสำรวจเชิงปริมาณ การสำรวจเชิงคุณภาพ และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม มีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

๑. ทบทวน รวบรวม จัดกลุ่มคำสแลงหรือภาษาที่ใช้เรียกสารเสพติดบนโลกออนไลน์ สำหรับเป็น Keywords ในการค้นหา หรือติดตามในระยะแรก

๒. สร้างตัวตนจำลองเป็น “ผู้เสพยา” หรือ “ผู้ค้ารายย่อย” หรือ “ผู้กระทำความผิดที่เพิ่งพ้นโทษ” เพื่อใช้ในการสมัครสมาชิกผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ สำหรับติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ

๓. ค้นหาด้วยระบบ Organic Search ในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ เป็นต้น

๔. เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และข้อมูลเชิงปริมาณ

๔.๑ ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ บริบท เนื้อหาข้อความเกี่ยวกับพฤติกรรมการขาย การซื้อ การพูดคุย ลักษณะ ขนาด วิธีการซื้อ การชำระเงิน การจัดส่งสินค้า ตำแหน่งที่ตั้ง เป็นต้น

๔.๒ ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ จำนวนคนที่ติดตาม จำนวนที่ไปติดตามผู้อื่น ราคาสารเสพติด การจัดส่งสินค้า ตำแหน่งที่ตั้ง เป็นต้น

๕. นำข้อมูลที่ได้จากสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ บริบท พฤติกรรมการขาย การซื้อ การพูดคุย ลักษณะ ขนาดและราคาของสารเสพติด วิธีการซื้อ การชำระเงิน การจัดส่งสินค้า เป็นต้น มาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ด้วยการเทียบเคียงกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกตัวต่อตัวกับกลุ่มผู้ที่มีพฤติกรรมเสพ หรือขายยาเสพติดตามภูมิภาคต่าง ๆ จำนวน ๓๐ ราย

๖. นำข้อมูลเข้าสู่ในระบบฐานข้อมูล

๗. การใช้อัลกอริทึมการขุด (Data mining) เพื่อทำความเข้าใจแนวโน้มภาษา ข้อความที่ใช้ในการสื่อสาร วัฒนธรรม การกระทำทุกอย่างของกลุ่มเป้าหมายต่อโพสต์ของเพจนั้น ๆ (กลุ่มคนที่เห็นโฆษณา) ไม่ว่าจะเป็นกด Like, Share, Comment ที่เกิดขึ้น (Engagement) ของเครือข่ายสังคมออนไลน์

๘. ตรวจสอบติดตามกลุ่มลิงก์ พฤติการณ์ เครือข่าย ข้อมูล การค้า และความถูกต้องของข้อมูล

๙. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) ในด้านของเวลา สถานที่ และบุคคล

๑๐. รายงานผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลให้ทางสำนักงาน ป.ป.ส. ๑ ครั้งต่อ ๒ เดือน

๑๑. วิเคราะห์จากจุดร่วม ความเหมือน (Clustering) การหาความเหมือนระหว่างกลุ่ม (Similarity matching) ของบัญชีผู้ใช้ ผู้ค้า เพื่อค้นหาลักษณะข้อมูลทั่วไป (user characteristics) ลักษณะของกลุ่มเครือข่าย เพื่อนในกลุ่ม

๑๒. ประมาณการจำนวนผู้ขายยาเสพติดบนสังคมออนไลน์

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย วิเคราะห์หาความสัมพันธ์

เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ค้นหาความสัมพันธ์และรูปแบบที่ถูกซ่อนอยู่ภายใต้ชุดข้อมูลขนาดใหญ่ โดยจะวิเคราะห์แบบผสมผสานด้วยกระบวนการหารูปแบบความสัมพันธ์ของข้อมูลคุณภาพสูงจากข้อความ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับลักษณะที่ปรากฏให้มีความชัดเจนขึ้น การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเครือข่าย การนำข้อมูลทั้งหมดมาสรุปและบรรยายข้อมูลอย่างละเอียด โดยมีขั้นตอนคือ ตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของเนื้อหา การตีความหมาย การแยกแยะข้อมูล การหาความเหมือนและความแตกต่าง การจัดกลุ่ม/ประเภท การให้น้ำหนัก การตรวจสอบความถูกต้องและความแม่นยำของข้อมูล ทำการวิเคราะห์แบบอุปมานวิเคราะห์การสร้างความหมายแบบพหุวิธี ตีความสร้างข้อสรุปที่แสดงความสัมพันธ์ของสภาวะแวดล้อมและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม วิเคราะห์ความสัมพันธ์และโครงสร้างของเครือข่ายจากขนาดความหนาแน่นของเครือข่าย ขนาดเครือข่ายย่อยที่มีพฤติกรรม จำนวนของเพื่อนที่อยู่ในเครือข่าย เพื่อน คนรู้จักที่อยู่ต่างเครือข่าย การวิเคราะห์เพื่อประมาณค่าผู้ขายยาเสพติดใช้หลักการคำนวณหาอุบัติการณ์ วิเคราะห์จำนวนผู้ขายยารายใหม่ที่เกิดขึ้นบนสื่อสังคมออนไลน์ “ในช่วงเวลาหนึ่ง” ต่อจำนวนผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาเดียวกัน

## ผลการศึกษา

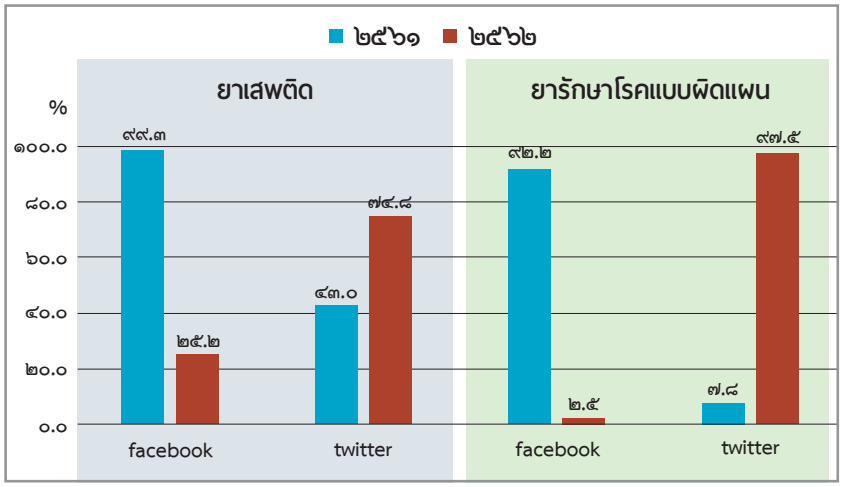
การตลาดยาเสพติดในสื่อสังคมออนไลน์ จำแนกได้เป็น ๒ กลุ่มใหญ่ ๆ

๑. กลุ่มยาเสพติด ประกอบด้วย ไอซ์ กัญชา กระท่อม ยาบ้า ยาอี ยาเค โคเคน เฮโรอีน แอลเอสดี จีเอสบี เป็นต้น

๒. กลุ่มยารักษาโรคที่นำมาใช้แบบผิดแผน ประกอบด้วย กลุ่มยาแก้ปวดทรามาดอล ยานอนหลับ ยากล่อมประสาท ยาแก้แพ้ และยาอื่น ๆ

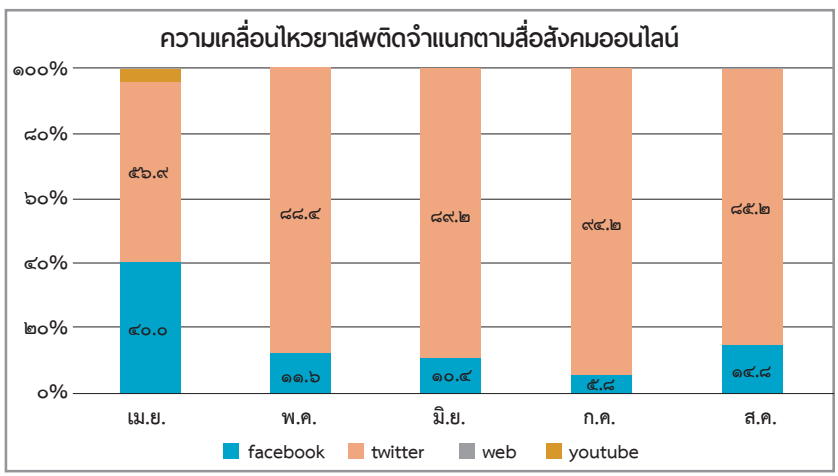
ภาพรวมทั่วไปผลการค้นหาพบการขายยาเสพติด-ยารักษาโรคแบบผิดแผนทั้งสิ้น ๔,๒๗๑ รายการ ส่วนใหญ่มีการขายยาเสพติดในแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ร้อยละ ๙๙.๓ มากกว่าแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ เมื่อเปรียบเทียบจากข้อมูลในช่วงเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา พบว่า ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ มีการขายยาเสพติด-ยารักษาโรคแบบผิดแผน ๕,๓๐๘ รายการ พบว่าส่วนใหญ่มีการขายยาเสพติดในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ร้อยละ ๗๔.๘ มากกว่าแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก และเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. ๒๕๖๑ มากกว่าเท่าตัวในขณะที่การขายยาเสพติดในแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กลดลงมากกว่าเท่าตัว เช่นเดียวกันกับการขายยารักษาโรคแบบผิดแผนในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์เพิ่มสูงขึ้นมากจากปีที่ผ่านมา ในขณะที่การขายยารักษาโรคแบบผิดแผนในแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กลดลงอย่างมาก ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นไปตามกระแสความนิยมของสื่อสังคมออนไลน์

**กราฟ ๑** ร้อยละการเฝ้าระวังติดตามสถานการณ์ตลาดยาเสพติด-ยารักษาโรคแบบผิดแผน



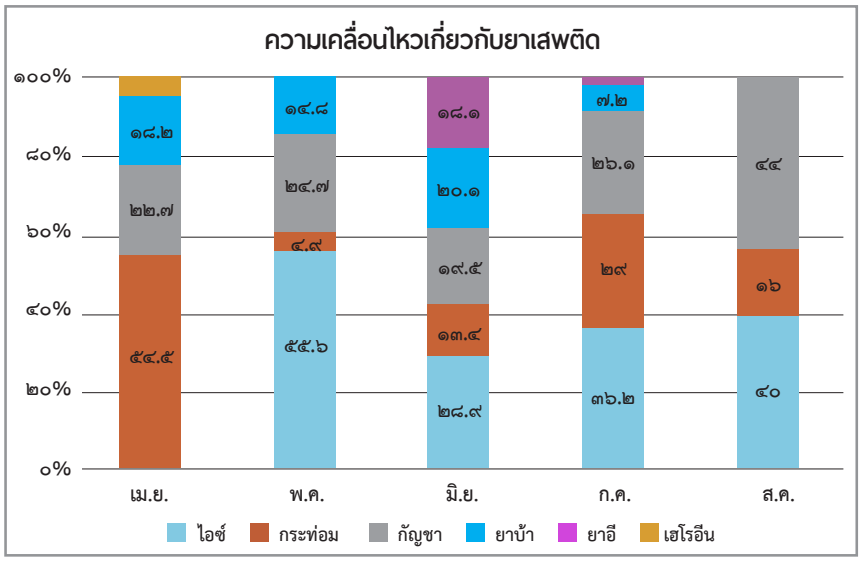

การติดตามเฝ้าระวังการตลาดยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนในสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเดือนเมษายน ถึงสิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๒ จำนวนที่ติดตามทั้งสิ้น ๕๕๘ เพจ ส่วนใหญ่ใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ จำนวน ๔๖๙ เพจ ร้อยละ ๘๔.๑ แพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก จำนวน ๗๔ เพจ ร้อยละ ๑๓.๓ โดยเป็นเพจที่มีข้อความเกี่ยวกับยาเสพติดจำนวน ๓๖๘ เพจ ร้อยละ ๖๕.๙ ในแต่ละเดือนมีการโพสต์ข้อความที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติดบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์มากที่สุด รองมา คือ โพสต์ข้อความบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก

**กราฟ ๒** ความเคลื่อนไหวยาเสพติดจำแนกตามสื่อสังคมออนไลน์



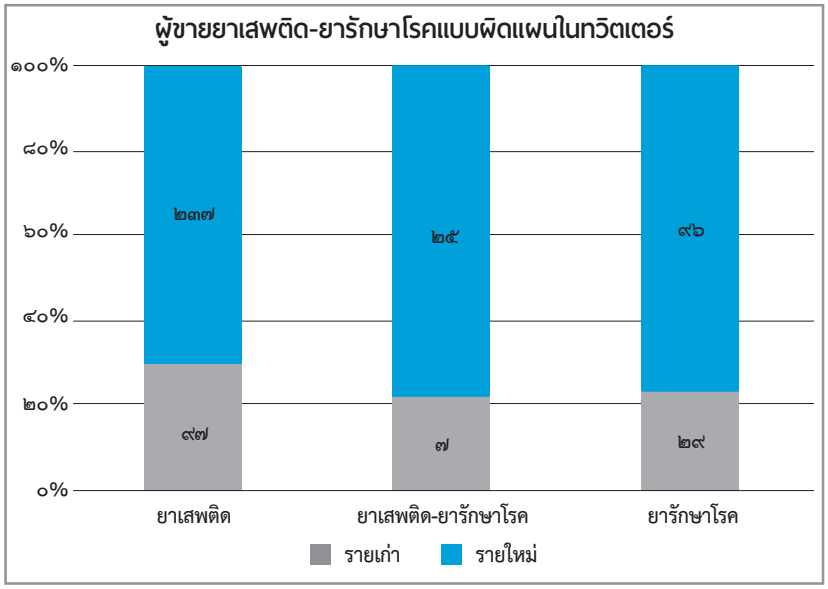
ยาเสพติดประเภท ไอซ์ เริ่มมีการโพสต์ข้อความมากกว่า กระท่อม กัญชา ยาบ้า ยาอี และเฮโรอีนตั้งแต่เดือนพฤษภาคม

**กราฟ ๓** ความเคลื่อนไหวยาเสพติดจำแนกตามประเภทยาเสพติด และเดือนที่สำรวจ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒




เหตุผลที่มีการขายยาเสพติดและยารักษาโรคแบบผิดแผนบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์มากกว่าแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก คือ ตามกระแสความนิยมการใช้งาน ความเร็ว ความง่ายในการเข้าถึง ผู้ขายยาเสพติดบนสื่อสังคมออนไลน์ที่สำรวจได้มีจำนวนทั้งสิ้น ๕๔๑ ราย พบว่าเป็นผู้ขายรายใหม่ (ที่เริ่มลงทะเบียนใช้งานในปี พ.ศ. ๒๕๖๒) ร้อยละ ๗๒.๙ ผู้ขายรายเก่า ร้อยละ ๒๗.๑ เป็นผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ๔๙๑ ราย (รายใหม่ ๓๕๘ ราย รายเก่า ๑๓๓ ราย) ร้อยละ ๙๐.๘ ผู้ใช้แพลตฟอร์มเฟซบุ๊กซึ่งเป็นผู้ขายรายเก่าทั้งสิ้น ๕๐ ราย ร้อยละ ๙.๒

**กราฟ ๔** ผู้ขายยาเสพติด-ยารักษาโรคแบบผิดแผนในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์



ผู้ลงทะเบียนใช้งานแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ในประเทศไทย ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ มีทั้งสิ้น ๑๒ ล้านราย ข้อมูลจากการศึกษาช่วงเดือนเมษายน ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๒ พบว่า อัตราอุบัติการณ์ของผู้ใช้ทวิตเตอร์รายใหม่ที่มีพฤติกรรมการขายยาเสพติด ๓ ราย ต่อผู้ใช้ทวิตเตอร์ในประเทศไทย ๑ แสนราย ถ้าพิจาณาเฉพาะผู้ใช้ทวิตเตอร์ที่ใช้งานประจำซึ่งมีจำนวน ๕.๗ ล้านราย พบว่า จำนวนผู้ใช้ทวิตเตอร์รายใหม่ที่ใช้งานประจำและมีพฤติกรรมการขายยาเสพติด ๖.๓ รายต่อผู้ใช้ทวิตเตอร์ในประเทศไทยที่ใช้งานประจำ ๑ แสนราย

เอกลักษณ์สำคัญของแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ คือ การมีผู้ติดตาม (Follower) โดยจำนวนผู้ติดตามของผู้ขายยาเสพติดทั้งสิ้น ๓๒,๔๐๓ ราย ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าหรือผู้ที่มีพฤติกรรมการเสพ ร้อยละ ๙๘.๕ เป็นผู้ขายยาเสพติด ร้อยละ ๑.๕ โดยนิยมขายกัญชามากกว่าไอซ์และใบกระท่อม

ผู้ขายยาเสพติดใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในการขายยาเสพติดประเภทไอซ์ กัญชา ใบกระท่อม ยาอี ยาเค แอลเอสดี ป๊อบเปอร์ เป็นต้น ด้วยการแสดงภาพยาเสพติด อุปกรณ์การเสพที่ให้เห็นลักษณะ รูปแบบ ขนาดและปริมาณที่ผู้ขายยาเสพติดมีและที่พร้อมขาย การแสดงวิดีโอสาธิตวิธีการเสพ วิธีใช้อุปกรณ์ พร้อมทั้งบอกข้อความคุณภาพ สรรพคุณของยาเสพติด ราคา สถานที่จัดส่ง และวิธีการติดต่อ เพื่อสร้างความไว้วางใจแก่ผู้ซื้อ

ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยม ทำให้เกิดการเข้าถึงมากขึ้น คือ การใส่แฮชแท็กข้อความที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด แฮชแท็กที่บ่งบอกถึงขนาด คุณภาพ อาการ อารมณ์ รวมถึงอารมณ์ทางเพศที่เกิดขึ้นจากการเสพ แฮชแท็กบอกสถานที่ส่ง ตำแหน่งที่อยู่ของผู้ขาย กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และแฮชแท็กยาเสพติดยารักษาโรคแบบผิดแผนที่ตนเองไม่ได้ขายเพื่อให้ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้เห็นข้อความที่โพสต์ขายยาเสพติดมากขึ้น ล้วนแล้วแต่เป็นกลยุทธ์สำคัญในการขายยาเสพติดบนสื่อสังคมออนไลน์ แฮชแท็กที่นิยมใช้มากที่สุด คือ แฮชแท็กที่เป็นชื่อเรียกยาเสพติด คำสแลง

การติดต่อซื้อขาย เงื่อนไขการจ่ายเงิน วิธีการส่งของผู้ขายและผู้ซื้อยาเสพติดบนสื่อสังคมออนไลน์นิยมสื่อสารทาง Line ID มากที่สุด ร้อยละ ๖๕.๑ รองมาคือ การส่งข้อความในรูปแบบของ Direct message (DM) ทักแชท สะกิด ร้อยละ ๓๔.๙

การจัดส่งสินค้าส่วนใหญ่นัดสถานที่เพื่อส่งยาแบบที่เจอหน้ากัน หรือ“ชนมือ” ร้อยละ ๓๙.๗ รองมาคือ การส่งด้วยบริษัทขนส่งเอกชน ร้อยละ ๒๔.๒ จัดส่งผ่านบริษัทผู้ให้บริการมอเตอร์ไซค์รับจ้างแบบส่วนบุคคล ร้อยละ ๑๙.๖ และไปรษณีย์ไทย ร้อยละ ๑๓.๗

เครือข่ายผู้ติดตามผู้ขายยาเสพติดในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์มีการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มผู้ติดตามผู้ขายยาเสพติดจากประเภทหนึ่งไปยังอีกประเภทหนึ่งเช่นเดียวกับเครือข่ายของแฮชแท็กที่ใช้ในการทวีตข้อความมีการเชื่อมโยงไปยังกลุ่มผู้ใช้แฮชแท็กยาเสพติดประเภทเดียวกัน และยาเสพติดต่างประเภทกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้งานทวิตเตอร์สามารถใช้แฮชแท็กในการค้นหาผู้ขายยาเสพติดที่ง่าย รวดเร็วและเข้าถึงผู้ขายยาเสพติดได้มากกว่า ๑ ประเภท

ตัวอย่างแฮชแท็กที่นิยมใช้

ไอซ์ : #ก้อน #เกร็ด #น้ำแข็ง #ขายไอซ์ #งานก้อน #งานไอซ์ #เชื้อเพลิง #น้ำแข็ง #งานดี #งานดีด #งานแรง เป็นต้น

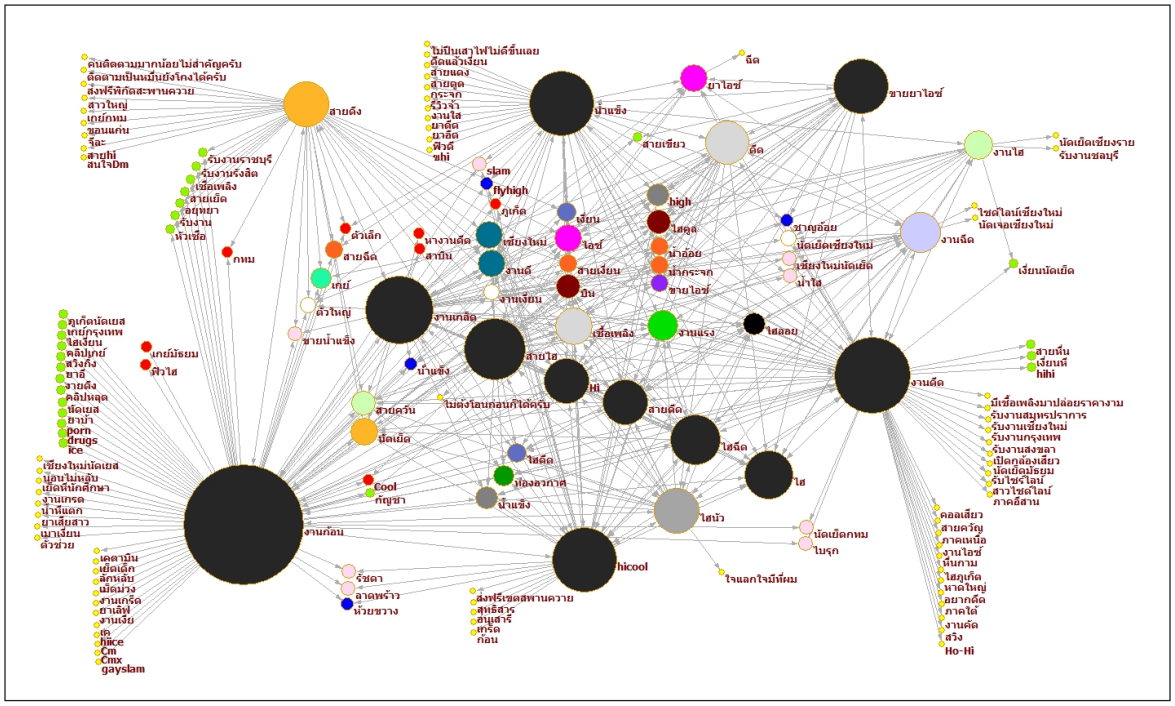
กัญชา : #กัญชา #high #ขี้เมา #สายเขียว #สายควัน #หางช่อใหญ่ #หางเสือ #เหงา #เหนียว #ออร์แกนิคไทย #กัญชาอัดแท่ง เป็นต้น

ใบกระท่อม : #กระท่อม #ต้มท่อม #ท่อม #น้ำท่อม #ใบท่อม #ใบเมา #ยาท่อม #ยาเมา #สมุนไพร #สายเขียว #หนม เป็นต้น

ยาอี : #ยาอี #สายดึง #หนม เป็นต้น

ยารักษาโรคแบบผิดแผน : #ขาวฟ้า #เขียวขาว #เขียวเหลือง #คอนดรัก #เครดิตมากมายย #แคป #แคปชมพู #แคปชั่น #แคปทินดอล #เช่ #เช่นอก #ซาแน็ก #ซีซ่า #เซนทรัล #โซแลม #มาโน #เม็ดชมพู #เม็ดม่วง #เม็ดเมา เป็นต้น

**ภาพ ๑** การเชื่อมโยงเครือข่ายแฮชแท็กที่ใช้ในการซื้อขายไอซ์


สายดัง
น้ำแข็ง
ยาไอซ์
ขายยาไอซ์
ฉัด
งานไอ
งานฉัด
งานดี
งานเกลือ
เงิน
ไอซ์
สายเงียบ
บิน
งานเงิน
งานแรง
เชื่อเหลือ
สายไอ
Hi
สายดีด
ไอจัด
ไอ
ไอหัว
hicool
งานก้อน
งานดีด
สายเขียว
ไอดอย
ไอดี
ไอดี
น้องอวกาศ
น้ำแข็ง
Cool
กัญชา
ไม่ดังโดนก่อนก็ได้ครับ
สายควัน
บัดเย็ด
ไม่ปีนเสาไฟไม่ดีขึ้นเลย
ขัดแล้วเงียบ
สายแดง
สายดุด
กระจก
รีวิวน้ำ
งานใส
ยาดีด
ยาดีด
ฟิวดี้
shi
slam
flyhigh
คูเก็ด
high
ไอดุด
น้ำอ้อย
น้ำกระจก
ขายไอซ์
ชายอ้อย
บัดเย็ดเชียงใหม่
เชียงใหม่บัดเย็ด
น้ำใส
ไซด์ไลน์เชียงใหม่
บัดเจ็ดเชียงใหม่
เงียบบัดเย็ด
สายหิ้น
เงียบหี
hihi
มีเชื้อเพลิงมาปล่อยราคางาม
รับงานสมุทรปราการ
รับงานเชียงใหม่
รับงานกรุงเทพ
รับงานสงขลา
เปิดกล้องเสียว
บัดเย็ดบัธยม
รับไซร์ไอน์
สาวไซด์ไลน์
ภาคอีสาน
คลอลเสียว
สายควัย
ภาคเหนือ
งานไอซ์
หิ้นกาม
ไฮกเกิล
หาดใหญ่
อยากดีด
ภาคใต้
งานค้ด
สวิง
Ho-Hi
ใจแลกใจมีที่ผม
ใบรุก
บัดเย็ดกทม
ส่งฟรีเขตสพานควาย
สุพรีสาร์
สนุสาร์
ทุกรัด
ก้อน
ราชดา
ลาดพร้าว
หน้ายขวาง
เคตามีน
เย็ดเด็ก
ลักหลับ
เม็ดม่วง
งานเกรด
ยาสลิฟ
งานเสียว
เค
hice
Cm
Cmx
gayslam
ทุเก็ดบัดเยส
เกย์กรุงเทพ
ไสเยียน
คลิปไกย์
สวิงกิ้ง
ยาอี
สายดัง
คลิปโพจุด
บัดเยส
ยาบ้า
porn
drugs
ice
เชียงใหม่บัดเยส
บัดบ่ไม่หลับ
เย็ดหีนักศึกษา
งานเกรด
น้ำหีแตก
ยาเสียสาว
เมาเงียบ
ตัวช่วย
เกย์มัธยม
พิวไส
ตัวใหญ่
ขายน้ำแข็ง
ตัวเล็ก
สายฉัด
เกย์
กทม
สายเย็ด
อยุทยา
รับงาน
หัวเชื่อ
รับงานราชบุรี
รับงานจังลิต
เชื่อเหลือ
ตัวดำ
ตัวดำ
ตัวดำ

## การระมัดระวังของผู้ขาย

การระมัดระวังตัวเองของผู้ขายยาเสพติดจากการล่อซื้อยาเสพติดบนสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนมากจะพบบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์มากกว่าแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ผู้ขายยาเสพติดมีการโพสต์หรือทวีตข้อความโดยระบุชัดเจนว่าไม่มีความต้องการที่จะแสดงตัวตนให้พบเห็นเป็นการทั่วไป เช่น การระวังตัวของผู้ขายยาเสพติดบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ในเบื้องต้น คือ ผู้ขายจะไม่ใช้ชื่อจริง นามสกุลจริง รวมถึงรูปโปรไฟล์ที่บ่งบอกถึงตัวตนที่แท้จริงของตัวเอง ไม่มีการนัดส่งยาเสพติดแบบเจอตัวที่เรียกว่าชนมือ ไม่รับเงินสด ไม่เก็บเงินปลายทาง การจ่ายเงินใช้วิธีการให้ลูกค้าโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร โดยส่งเลขบัญชีให้ทาง line หรือจ่ายผ่านพร้อมเพย์ หรือทางกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ในขณะที่แพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ผู้ขายยาเสพติดยังไม่มีการระมัดระวังตัวมากเท่ากับผู้ขายยาเสพติดบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์

กลยุทธ์การตลาดยาเสพติดบนสื่อสังคมออนไลน์เริ่มตั้งแต่การสร้างการรับรู้ว่ามียาเสพติดขายในสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการสร้างตัวตนของผู้ขาย การให้ผู้ใช้ทวิตเตอร์ได้มีส่วนร่วมจัดกิจกรรมนำเสนอประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการซื้อขายกับลูกค้าหน้าใหม่ สร้างการติดตามด้วยการ “กดถูกใจ” หรือ“กดติดตาม” เพื่อให้สามารถเห็นข้อความได้ทันทีทำให้เพิ่มโอกาสในการซื้อมากขึ้น การสร้างลูกค้ารายใหม่ในราคาที่ไม่หวังผลกำไรมากแค่หวังให้ลูกค้าซื้อยาเสพติดในครั้งแรก ทำให้ลูกค้าตื่นเต้นด้วยการแสดงภาพวิดีโอการเสพ การประดิษฐ์อุปกรณ์สำหรับเสพ การมียาเสพติดชนิดใหม่จากต่างประเทศมาขาย จัดทำโปรโมชั่นที่น่าสนใจดึงดูดให้ซื้อยาเสพติดเพิ่มเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ เมื่อลูกค้ามีความรู้สึกดีหรือประทับใจกับผู้ขายจะเกิดการบอกต่อ ซึ่งทำให้เพิ่มความน่าเชื่อถือแก่ผู้ขายยาเสพติด การทำให้ลูกค้าเป็นผู้สนับสนุนด้วยการโพสต์ข้อความการคุยกันกับลูกค้าที่เคยสั่งซื้อยาเสพติด เพื่อช่วยยืนยันคุณภาพของยาเสพติด การจัดส่งที่ตรงเวลา เป็นต้น

การส่งเสริมการตลาดยาเสพติดบนสื่อสังคมออนไลน์เน้นที่การลดช่วงเวลาในการครอบครองยาเสพติดให้อยู่กับตัวเองสั้นที่สุด คือ เปลี่ยนยาเสพติดเป็นเงินให้เร็วที่สุด เพื่อจะได้นำเงินไปซื้อยาเสพติดมาขายต่อ การส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขาย ดึงดูดความสนใจลูกค้าใหม่ ๆ ที่นิยมใช้มีดังนี้

๑. การลดราคา เป็นการเรียกความสนใจจากลูกค้าแบบตรง ๆ และง่ายที่สุด ลูกค้าเข้าใจง่าย เหมาะกับลูกค้าหน้าเก่าและหน้าใหม่ ดึงลูกค้าจากผู้ค้ายาเสพติดรายอื่น ให้มาสนใจและซื้อยาเสพติดกับผู้ขายยาเสพติดที่ลดราคาได้ถูกกว่าที่อื่น

๒. การให้ของแถม ของฟรี ของแจก หรือ ฟรีค่าจัดส่ง เป็นกลยุทธ์ที่ใช้กันมานาน ไม่ว่าจะเป็นร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ซุปเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านขายของในอินเทอร์เน็ต เพราะสามารถสร้างความสนใจให้กับผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี และเมื่อมีผู้ขายยาเสพติดหลายรายให้เลือกด้วยแล้ว ลูกค้าบางคนก็อาจจะเลือกผู้ขายยาเสพติดที่มีของแถมให้มากกว่าผู้ขายที่ไม่มีของแถม

๓. การให้ส่วนลด แบบซื้อมาก ยิ่งประหยัดมาก การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบนี้ ทำให้ยอดการสั่งซื้อยาเสพติดจากลูกค้าเพิ่มขึ้น เพราะมีส่วนลดให้กับลูกค้าเมื่อซื้อตามปริมาณที่ผู้ขายได้กำหนดไว้ และยิ่งซื้อในปริมาณที่มากขึ้นเท่าไหร่ก็จะได้รับส่วนลดมากขึ้นไปเท่านั้น บางครั้งอาจจะเป็นการขายให้กับผู้ค้ารายย่อยนำไปขายต่อ

๔. การส่งเสริมการตลาดเพิ่มปริมาณแต่ไม่เพิ่มราคา เป็นการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะกับผู้ขายยาเสพติด ที่มียาเสพติดอยู่ในสต็อกหรืออยู่ในการครอบครองเป็นจำนวนพอสมควร ซึ่งเพียงพอที่จะจัดเป็นของแถมให้กับลูกค้าได้ เมื่อลูกค้าเห็นว่ามียาเสพติดปริมาณมากขึ้นแต่ราคาเท่าเดิมก็จะทำให้การตัดสินใจซื้อของลูกค้าง่ายขึ้นตามไปด้วย

๕. ซื้อ ๑ แถม ๑ สร้างความน่าตื่นเต้นและกระตุ้นการขายแบบง่าย ๆ ในช่วงเวลาสั้น ๆ ไม่นิยมทำบ่อย

๖. การสะสมแต้ม เป็นการส่งเสริมการตลาดเหมาะสำหรับลูกค้าขาจรหรือลูกค้าหน้าใหม่ให้กลายเป็นลูกค้าประจำกลับมาซื้อสินค้าบ่อย ๆ สำหรับลูกค้ารายเก่าทำให้มีการซื้อซ้ำมากขึ้น เพราะต้องการที่จะนำยอดสะสม มาแลกกับของรางวัลที่ตั้งเอาไว้

๗. การส่งเสริมการตลาดโอกาสพิเศษต่าง ๆ เป็นการส่งเสริมการขาย ที่สร้างความประทับใจในระยะยาวให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดการรอคอยที่จะซื้อยาเสพติดหรือยารักษาโรคที่ใช้แบบผิดแผนในโอกาสพิเศษ ช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ต่อไปเรื่อย ๆ และช่วยให้มียอดขายเพิ่มขึ้นอีกด้วย

## การตลาดยาเสพติดแบบดั้งเดิมเชื่อมโยงไปสู่การตลาดแบบออนไลน์

กลุ่มผู้ใช้ยาเสพติดชนิดฉีดอย่างเฮโรอีน ไม่นิยมซื้อขายเฮโรอีนผ่านสื่อสังคมออนไลน์เนื่องจากรู้จักตัวตนของผู้ขายที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ซึ่งสามารถโทรศัพท์ติดต่อซื้อ ส่งข้อความหรือโทรผ่านทางไลน์แล้วนัดสถานที่สำหรับรับส่งเฮโรอีน

ซึ่งต่างกับกลุ่มผู้ที่เสพหรือขายไอซ์ กัญชา ใบกระท่อม และยารักษาโรคแบบผิดแผน ที่มีการเชื่อมโยงเครือข่ายตลาดการซื้อขายยาเสพติดแบบดั้งเดิม กลุ่มเพื่อนสู่เครือข่ายผู้ใช้ยาในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศไทยเชื่อมโยงไปยังกลุ่มผู้ขายยาแบบออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กและแพลตฟอร์มทวิตเตอร์สำหรับติดต่อซื้อขายยาเสพติด โดยผู้ซื้อและผู้ขายยาเสพติดเป็นผู้ที่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน ข้อความที่โพสต์หรือทวีตส่วนใหญ่จะแสดงพื้นที่ที่อยู่ หรือจัดส่งส่วนใหญ่แล้วราคาที่ขายในพื้นที่เขตเมือง (ยกเว้นตามแนวชายแดน) ราคาจะสูงกว่าราคาที่ขายในสื่อสังคมออนไลน์ ข้อดีของการซื้อขายในสื่อสังคมออนไลน์สามารถซื้อขายได้ตลอด ๒๔ ชั่วโมง ถ้าอยู่ในพื้นที่เดียวกันการนัดส่งยาเสพติดใช้เวลาน้อยกว่าการส่งมาจากคนขายที่อยู่ต่างพื้นที่ นิยมซื้อมาแล้วขายต่อโดยกำไรได้จากการแบ่งเสพ ผู้ขายที่สามารถเข้าถึงยาเสพติดได้ง่าย เช่น พื้นที่บนดอย ชายแดน เป็นต้น ผู้ขายเหล่านี้จะไปหาซื้อยาเสพติดเพื่อมาปล่อยในสื่อสังคมออนไลน์ โดยลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเพื่อน หรือคนรู้จักกัน

## อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ข้อมูลที่ได้จากการติดตามการตลาดยาเสพติดบนโลกออนไลน์สะท้อนสถานการณ์ปัญหา รูปแบบการตลาดยาเสพติดที่ขยายวงกว้าง เข้าถึงทุกกลุ่มอายุ และสามารถเข้าถึงได้ง่ายตลอด ๒๔ ชั่วโมง ได้รับยาเสพติดโดยไม่ต้องออกจากบ้านซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงจากการถูกจับกุม ข้อมูลผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีพฤติกรรมการขายยาเสพติด ภาษาแฮชแท็กที่ใช้ในการสื่อสารสำหรับผู้ขายและผู้ซื้อ นับเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญของประเทศในการติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดยาเสพติด และเป็นข้อมูลพื้นฐานสำคัญสำหรับงานด้านเฝ้าระวัง การปราบปราม การป้องกัน และแก้ไขปัญหาที่อาจอุบัติขึ้นใหม่ของยาเสพติด ช่วยในการกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ๒๐ ปี การป้องกันและการแก้ไขปัญหาที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงภายในราชอาณาจักรและการพัฒนาประเทศ การป้องกันและแก้ไขปัญหาความมั่นคงทางไซเบอร์

ข้อมูลที่อยู่ในรายงานฉบับนี้เป็นข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น โดยผลที่ได้จากการศึกษานี้ยังสามารถนำไปเป็นข้อมูลสำคัญในการที่จะส่งต่อไปให้ผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการป้องกัน และลดปัญหายาเสพติดตามนโยบายของประเทศและสอดคล้องกับนโยบายของทั้งเฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ที่มีข้อห้ามในการโพสต์เนื้อหา ข้อความที่เกี่ยวกับยาเสพติดไว้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ด้วยข้อจำกัดของกฎหมายไทยที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมายไม่สามารถแจ้งการกระทำความผิดยาเสพติดแก่ผู้ขายยาเสพติดบนสื่อสังคมออนไลน์ได้โดยตรง เมื่อไม่มีหลักฐานเป็นที่ประจักษ์ ข้อมูลผู้ขายยาเสพติดบนสื่อสังคมออนไลน์นี้จะเป็นข้อมูลสำคัญให้ทางผู้ให้บริการยกเลิกการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมเกี่ยวข้องกับยาเสพติดได้ง่าย และรวดเร็วยิ่งขึ้น

## ข้อเสนอแนะในการป้องกัน

ขอความร่วมมือจากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์ในการช่วยกันตรวจสอบ เฝ้าระวัง และดำเนินการยกเลิกการใช้บริการของผู้ที่มีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติด

ขอความร่วมมือจากผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าในการติดตั้งระบบตรวจสอบ (เครื่องสแกน) สินค้าที่จัดส่ง รวมถึงจัดอบรมพัฒนาพนักงานจัดส่งสินค้าให้มีความรู้ในเรื่องของการตรวจสอบการเฝ้าระวังการจัดส่งยาเสพติด

## เอกสารอ้างอิง

Azofeifa A, Mattson ME, Schauer G, McAfee T, Grant A, Lyerla R. National Estimates of Marijuana Use and Related Indicators - National Survey on Drug Use and Health, United States, 2002-2014. Morbidity and mortality weekly report Surveillance summaries. 2016;65(11):1-28.

Daniulaityte R, Carlson R, Falck R, Cameron D, Perera S, Chen L, et al. "I just wanted to tell you that loperamide WILL WORK": a web-based study of extra-medical use of loperamide. Drug and alcohol dependence. 2013;130(1-3):241-4.

Kim SJ, Marsch LA, Hancock JT, Das AK. Scaling Up Research on Drug Abuse and Addiction Through Social Media Big Data. Journal of medical Internet research. 2017;19(10):e353.

Mounteney J, Oteo A, Griffiths P. The internet and drug markets. Luxembourg: Publications Office of the European Union; 2016.

New York Center for Living. Social media and addiction New York: New York Center for Living., ; 2019. Available from: https://www.centerforliving.org/blog/social-media-addiction/.

Nielsen S, Barratt MJ. Prescription drug misuse: is technology friend or foe? Drug and alcohol review. 2009;28(1):81-6.

Positioning. คนไทยเทใจใช้ “ทวิตเตอร์” โตแรง สวนทางเฟซบุ๊ก โนสนโนแคร์ ลด Reach ฉุด Engage หาย กรุงเทพมหานคร: positioning; 2561 [updated 2562, ๒๘ กุมภาพันธ์]. Available from: https://positioningmag.com/1159478.

Thaikla K, Pinyopornpanish K, Jiraporncharoen W, Angkurawaranon C. Cannabis and Kratom online information in Thailand: Facebook trends 2015-2016. Substance abuse treatment, prevention, and policy. 2018;13(1):15.

Werapongpradit K. สำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทยใน ม.ค. ๒๐๑๘ ที่ผ่านมา-Part 2digital in 2018 in Thailand 2561 [updated ๕ กันยายน ๒๕๖๑]. Available from: https://medium.com/digitech-solution/สำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทยใน-ม-ค-5a272721f1b7

WP. ล้วง Insight การใช้งาน “ดิจิทัล” ทั่วโลก ๒๐๑๙ “คนไทย” ใช้เน็ต ๙ ชั่วโมงต่อวัน-มือถือมี ๙๙ แอปฯ!! ๒๕๖๒ [updated ๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒]. Available from: https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/.

Yang X, Luo J. Tracking Illicit Drug Dealing and Abuse on Instagram Using Multimodal Analysis.