



ตลาดการค้ายาเสพติดในประเทศไทย

กนิษฐา ไทยกกล้า หน่วยสารเสพติด สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตลาดยาเสพติดในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2560-2564 มีสัดส่วนการขายยาเสพติดเพียงชนิดเดียว ใกล้เคียงกับการขายยาเสพติดมากกว่า 1 ชนิด ยาเสพติดประเภทไอซ์ ยาไอ้ คีตามีน เฮโรอีน และยาบ้ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่ฝิ่นและโคเคนมีแนวโน้มลดลงอย่างชัดเจน

ผู้ขายยาเสพติดในประเทศไทยสร้างประสบการณ์ให้ผู้เสพด้วยการเข้าถึงตัวตนการสร้างภาพลักษณ์ให้รู้สึกประทับใจ คลายความเครียด ความกังวลและความไม่แน่ใจในคุณภาพของยาเสพติดด้วยการรับประกันคุณภาพยาเสพติด การพูดคุยเพื่อยืนยันคุณภาพ เช่น การให้ยาเสพติดไปทดลอง รีวิวอาการ ความแรง ความดีของยาเสพติด เป็นต้น การสร้างความน่าเชื่อถือในตัวผู้ขาย การให้เครดิต การจ่ายเงินดาวน์ สร้างความคาดหวังของผู้เสพถึงสิ่งที่เกิดขึ้นหลังจากเสพยาเสพติดทำให้เกิดความอยากเสพ เพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อมากขึ้น ผู้ขายยาเสพติดมอบประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้เสพด้วยการจัดกลุ่มชุมชนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ชนิดยาเสพติด วิธีการจัดหา การจัดเตรียม การปลูก/ผลิต อุปกรณ์และวิธีการเสพ ผลที่ได้รับจากการเสพ

ขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลายมีส่วนช่วยให้เข้าถึงผู้เสพได้มากขึ้น การขายยาเสพติดในปริมาณที่ต่างกันเพื่อให้ลูกค้าได้เลือกซื้อตามความต้องการและจำนวนเงินที่มี บรรจุภัณฑ์สำหรับการขายปลีก ขายย่อยส่วนใหญ่บรรจุในถุงใส่ซิปล็อคใส

รูปแบบการค้าการตลาดยาเสพติดมีการเชื่อมโยงเครือข่ายการค้าจากตลาดออฟไลน์สู่ตลาดออนไลน์ด้วย การใช้เทคโนโลยี อุปกรณ์และช่องทางการสื่อสารออนไลน์เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้า ทำให้ผู้เสพเข้าถึงยาเสพติดได้ง่าย สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ยาเสพติดกระจายไปสู่ผู้เสพกว้างขวางมากขึ้นด้วยการจัดส่งแบบดิลิเวอรี่ ลดความเสี่ยงจากการถูกการจับกุม

เครือข่ายการค้าการตลาดยาเสพติดในประเทศไทยเป็นเครือข่ายการค้าที่มีการเชื่อมโยงกับเครือข่ายการค้ายาเสพติดข้ามชาติ นำยาเสพติดจากต่างประเทศมาขายในประเทศหรือส่งต่อไปยังประเทศที่สามมากกว่า 19 ประเทศ ลักษณะเครือข่ายผู้ค้ายาเสพติดมี 3 กลุ่มใหญ่ ประกอบด้วย เครือข่ายข้ามชาติที่มีนายทุนหรือผู้ว่าจ้างเป็นชาวต่างชาติ เครือข่ายนายทุนหรือผู้ค้าคนไทย และเครือข่ายชาวไทยร่วมกับกลุ่มชาติพันธุ์ โดยมี 3 ระดับ คือ รายใหญ่ รายกลาง และรายย่อย

กลยุทธ์การตลาดยาเสพติดในประเทศไทย โดยนำหลักส่วนประสมทางการตลาด 4 P's ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด สรุปได้ดังนี้



แบบออฟไลน์ถูกกว่าราคาขายส่งแบบออนไลน์ ราคาขายปลีกประมาณเม็ดละ 20-120 บาท ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรงจากผู้ผลิตยาบ้าในประเทศเมียนมาร์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเข้าสู่ประเทศไทยทางจังหวัดชายแดน จากผู้ผลิตส่งต่อมายังผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้เสพ ตามลำดับ พาหนะที่ใช้ในการกระจายไอซ์ตามพื้นที่ต่าง ๆ ส่วนใหญ่ใช้การขนส่งทางบกด้วย รถยนต์ รถจักรยานยนต์ รถบรรทุก รถตู้ รถทัวร์ การส่งทางรถไฟ หรือส่งพัสดุภัณฑ์ทางบริษัทขนส่งเอกชนหรือทางไปรษณีย์ การนำไปวางตามจุดนัดหมายต่าง ๆ และการส่งแบบตัวต่อตัว กระจายขายไปทั่วประเทศ นิยมใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลางด้วยการให้ของแถมหรือลดราคาแก่ผู้ขายย่อยในระดับลงมา การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้ขายโดยตรงด้วยการให้เงินส่วนแบ่งเพิ่มเมื่อขายยาบ้าหมดหรือทำภาระกิจเรียบร้อย นอกจากนี้ผู้ขายรายส่งใช้วิธีให้จ่ายเงินดาวน์พร้อมรับยาบ้าไปก่อนแล้วค่อยผ่อนชำระส่วนที่เหลือ

ยาอี ที่นิยมขายในประเทศไทยมีรูปแบบ สีสันทันหลายหลากหลาย ปริมาณสารออกฤทธิ์ที่สำคัญในยาอีที่ขายในตลาดประเทศไทยคือ เอ็มดีเอ็มเอ (3,4 - เมทิลลีนไดออกซีเมทแอมเฟตามีน) ที่ตรวจพบในปีพ.ศ.2563 มีปริมาณความบริสุทธิ์ส่วนใหญ่ในช่วง 40.01-50.00% มีแนวโน้มลดลงจากปี พ.ศ.2560 ซึ่งมีปริมาณความบริสุทธิ์ส่วนใหญ่ในช่วง 60.01-70.0% บรรจุภัณฑ์ยาอีที่ขายปลีกทั่วไปนิยมใส่ถุงซิปลาสติกใส สำหรับการขายส่งนิยมใส่ถุงพลาสติกซิปล็อค ถุงกาแฟสำเร็จรูป ถุงพลาสติกธรรมดา(ถุงร้อน-เย็น)มัดด้วยหนังยาง(ยางวง) ถุงหิ้วพลาสติกหลากสี ถุงพลาสติกแบบสูญญากาศ เป็นต้น หน่วยที่นิยมขาย คือ เม็ด ถุง(200 เม็ด) กลยุทธ์ทางด้านราคาของผู้ขายยาอีนิยมใช้ คือ การตั้งราคาแบบเลขคู่ด้วยตัวเลขจำนวนเต็ม ราคาขายอีตลาดออฟไลน์ถูกกว่าราคาขายแบบออนไลน์เล็กน้อย ยาอีที่จำหน่ายในประเทศไทยลักลอบนำเข้าจากต่างประเทศโซนยุโรป นำเข้าร่วมกับยาบ้า ไอซ์ คีตามีนและเฮโรอีน ส่วนใหญ่ผู้ว่าจ้างเป็นคนไทย รองมาคือ ชาวมาเลเซีย ชาวไนจีเรีย และชาวแคนาดา ช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นทางอ้อมจากประเทศผู้ผลิตผ่านคนกลางไปยังผู้เสพ คือ จากผู้ผลิตไปยังตัวแทนผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้เสพ โดยระหว่างทางจะมีผู้ที่ทำหน้าที่พักยา และนำยาอีไปส่งต่อผู้ขายรายถัดไป กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดยาอีส่วนมากใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้ขาย ผู้ส่งยาอีจะได้รับเงินค่าตอบแทนเมื่อทำงานสำเร็จ

คีตามีน(ยาเค) ที่นิยมขายในประเทศไทยส่วนใหญ่ลักษณะเป็นผง ผลึกสีขาว และน้ำใส ขนาดตลาดคีตามีนสามารถสะท้อนได้จากปริมาณของกลางคีตามีนที่จับกุมได้พบว่ามีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ปริมาณสารออกฤทธิ์ที่สำคัญในคีตามีนที่ขายในตลาดประเทศไทย คือ คีตามีนไฮโดรคลอไรด์ ที่ตรวจพบมีปริมาณสารออกฤทธิ์ที่สำคัญมากกว่า 90 % บรรจุภัณฑ์คีตามีนสำหรับขายหรือลำเลียงส่วนใหญ่ คือ กระจอบ ถุงขยະสีดำ และถุงพลาสติกหลากสี บรรจุภัณฑ์ที่ลักลอบนำเข้าคีตามีนมาขายในประเทศไทยส่วนใหญ่ บรรจุถุงพลาสติก (ถุงซา)



คีตามีนแบบผงขายปลีกนิยมบรรจุในถุงซิปลักษณ์เล็ก แบบน้ำบรรจุขวดยาฉีด กลยุทธ์ทางด้านราคาของผู้ขายคีตามีนนิยมใช้ คือ การตั้งราคาแบบเลขคู่ด้วยตัวเลขจำนวนเต็ม ราคาคีตามีนตลาดออฟไลน์ถูกกว่าราคาขายแบบออนไลน์ประมาณ 2 เท่า ช่องทางการจัดจำหน่ายคีตามีนในประเทศไทยลักลอบนำเข้าจากทางชายแดนประเทศเมียนมาร์ทางด้านจังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ กาญจนบุรี เพื่อนำไปขายต่อให้ผู้ขายปลีก ผู้เสพพื้นที่ตอนใน รวมถึงเป็นสถานที่พักยาก่อนที่จะขายหรือกระจายไปยังภาคใต้ คีตามีนหรือยาแอมักใช้ช่องทางเดียวกับ ไอซ์ ยาบ้า หรือยาอี กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดคีตามีนส่วนใหญ่เป็นการใช้การส่งเสริมการขายด้วยการลดราคาขาย การให้ส่วนลดเมื่อซื้อคีตามีนในปริมาณมาก และการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้ขายคีตามีนรายปลีก/ย่อย

เฮโรอีน ที่นิยมขายในประเทศไทยส่วนใหญ่ลักษณะเป็นแท่ง ก้อน และผง บรรจุภัณฑ์ที่นิยมสำหรับการขายส่ง ลักลอบลำเลียงเฮโรอีนเข้ามาในประเทศ ได้แก่ กระสอบปุ๋ย กล่องพัสดุ กระเป่าเดินทางใบใหญ่ สำหรับการขายย่อยนิยมใส่ซองพลาสติกซิปลักษณ์ ขนาดตลาดเฮโรอีนช่วงปี พ.ศ. 2562-2564 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นชัดเจน ปริมาณสารออกฤทธิ์ที่สำคัญในเฮโรอีนที่ขายในตลาดประเทศมีปริมาณความบริสุทธิ์ส่วนใหญ่ในช่วง 80.01-90.01% กลยุทธ์ทางด้านราคาของผู้ขายคีตามีนนิยมใช้ คือ การตั้งราคาแบบเลขคู่ด้วยตัวเลขจำนวนเต็ม ราคาขายเฮโรอีนในตลาดออฟไลน์ถูกกว่าราคาขายแบบออนไลน์ การนำเข้าเฮโรอีนส่วนใหญ่มาจากชายแดนที่มีเขตติดต่อกับประเทศเมียนมาร์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ลักลอบนำเข้าร่วมกับไอซ์ ยาบ้า และคีตามีนเป็นต้น ส่วนหนึ่งสำหรับขายในประเทศ และอีกส่วนหนึ่งส่งต่อไปยังต่างประเทศ เช่น ประเทศมาเลเซีย ใต้หวัน และออสเตรเลีย ช่องทางการจัดจำหน่ายหลายระดับ คือ จากผู้ขายส่งไปยังผู้ขายปลีก/ขายย่อยและผู้เสพกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดเฮโรอีน ส่วนใหญ่ใช้การส่งเสริมการขายด้วยการแถมเฮโรอีน หรือแถมยาเสพติดชนิดอื่น เป็นการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้ขายระดับต่าง ๆ

โคเคน ที่นิยมขายส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นผงผลึกสีขาว บรรจุภัณฑ์ ได้แก่ กระเป่าสะพาย ขวดสุรา ถุงพลาสติก ห่อกระดาษพันด้วยพลาสติกใสและเทปกาว สารออกฤทธิ์ที่สำคัญในโคเคนคือ โคคาอินไฮโดรคลอไรด์ โดยตรวจพบในช่วงความบริสุทธิ์มากกว่า 90.01 % ขนาดตลาดโคเคนค่อนข้างคงที่ กลยุทธ์ทางด้านราคาของผู้ขายโคเคนนิยมใช้ คือ การตั้งราคาแบบเลขคู่ด้วยตัวเลขศูนย์ ราคาขายโคเคนในตลาดออฟไลน์ค่อนข้างใกล้เคียงกับตลาดออนไลน์ ช่องทางการจัดจำหน่ายโคเคนมีหลายระดับ เช่น โคเคนจากสหรัฐอเมริกาผ่านระบบขนส่งทางอากาศมายังผู้ขายส่งโดยแบ่งโคเคนเพื่อส่งต่อไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาหรืออเมริกาใต้ บางส่วนขายต่อไปยังผู้ขายปลีกและผู้เสพในประเทศไทย หรือการลักลอบนำเข้าโคเคนส่งจากผู้ค้าในประเทศเนเธอร์แลนด์ส่งพัสดุทางอากาศยาน เครื่องขายนักค้าใต้หวันลักลอบนำเข้าโคเคนจากประเทศสหรัฐอเมริกาเพื่อจำหน่ายให้ลูกค้าชาวไทยและต่างชาติทางออนไลน์



แอลเอสดี มีลักษณะเป็นแอสแตมปี กระดาษรูปสี่เหลี่ยม แขนในสารละลายแอลเอสดีที่มีความเข้มข้นระหว่าง 100-450 ไมโครกรัม กลยุทธ์ด้านราคาผู้ขายแอลเอสดีส่วนใหญ่ใช้การตั้งราคาขายด้วยเลขศูนย์เป็นการตั้งราคาด้วยหลักจิตวิทยา การตั้งราคาแบบล่อใจ โดยตั้งราคาขายให้มีราคาถูกเมื่อซื้อในปริมาณที่มากขึ้น ช่องทางการขายแอลเอสดีสู่ผู้เสพส่วนใหญ่เป็นการขายแบบออนไลน์ จำหน่ายร่วมกับร่วมกับยาเสพติดชนิดอื่น เช่น คีตามีน ยาไอซ์ เฮโรอีน โคเคน เป็นต้น การส่งเสริมการตลาดแอลเอสดีใช้การส่งเสริมการขาย โดยผู้ขายมีการให้ส่วนลดราคา และการรับประกันคุณภาพของแอลเอสดี

จีเอสซี ส่วนใหญ่อยู่ในรูปของสารละลายที่ละลายในน้ำ มีลักษณะเป็นของเหลวใส ไม่มีสี ส่วนใหญ่บรรจุขวด บรรจุของกระดาดตะกั่ว หรือ ถุงพลาสติก ขวดพลาสติกขนาดเล็ก กลยุทธ์ด้านราคาส่วนใหญ่ใช้การตั้งราคาตามคู่แข่ง การตั้งราคาขายด้วยเลขศูนย์ ช่องทางการจัดจำหน่ายจีเอสซีด้วยการขายบนเว็บไซต์ และขายในสื่อสังคมออนไลน์ ใช้บริการการจัดส่งแบบดีลิเวอรี่ของบริษัทขนส่งเอกชน และไปรษณีย์ และช่องทางการจัดจำหน่ายจีเอสซีในรูปแบบออฟไลน์สู่ผู้เสพรุ่นและนักท่องเที่ยวตามสถานบันเทิง จีเอสซีนิยมขายร่วมกับยากระตุ้นทางเพศ(ยาปลุกเซ็กซ์) อุปกรณ์ที่ใช้ในการร่วมเพศสัมพันธ์ (เซ็กส์ทอย) และกลุ่มยารักษาโรคที่ใช้แบบฉีดแผน เช่น ยานอนหลับ ยาแก้ปวดประสาท กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ใช้การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค และการให้ส่วนลด

ฝิ่น การปลูกฝิ่นในประเทศลดลงส่งผลให้ตลาดขายฝิ่นมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์ด้านราคาส่วนใหญ่ใช้การตั้งราคาขายด้วยเลขศูนย์ ช่องทางการจัดจำหน่ายจากแหล่งปลูก/ผลิตทางภาคเหนือ ประเทศเพื่อนบ้านกระจายไปยังผู้เสพตามภาคต่าง ๆ ฝิ่นยังคงใช้รูปแบบการขายแบบออฟไลน์ ที่ผ่านมาไม่พบรายงานการขายฝิ่นในรูปแบบออนไลน์

เห็ดเมา ที่นิยมขาย ได้แก่ เห็ดแบบแห้ง ไมโครโดส(ทั้งแบบบรรจุในเม็ดแคปซูล แบบน้ำ) น้ำสกัดจากเห็ดเมา(ไซร็ปเห็ดเมา) น้ำปั่นเห็ดเมา ขนาดตลาดเห็ดเมาแบบออฟไลน์เป็นตลาดเฉพาะกลุ่มสถานบันเทิง งานปาร์ตี้ โดยลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศมากกว่าชาวไทย ขนาดตลาดเห็ดเมาแบบออนไลน์เริ่มมีการขายตัวมากขึ้น กลยุทธ์ด้านราคาส่วนใหญ่ใช้การตั้งราคาขายด้วยเลขศูนย์ ช่องทางการจัดจำหน่ายสู่ผู้เสพ การขายแบบออฟไลน์ส่วนใหญ่จะขายตามสถานบันเทิง สถานที่จัดปาร์ตี้ในพื้นที่ท่องเที่ยว

กัญชา เพื่อการเสพติดที่ขายส่วนใหญ่เป็นกัญชาแห้งอัดเป็นแท่งเป็นก้อน ยังอาจพบในรูปร่างกัญชาบรรจุภัณฑ์กัญชาแห้ง ได้แก่ กระสอบ/ถุงปุ๋ย ถุงพลาสติก กระดาษฟรอยด์ กล่อง(พลาสติก กล่องพัสดุ) กระสอบปุ๋ย เป็นต้น องค์ประกอบทางเคมีของกัญชาแห้งอัดแท่ง ปริมาณสารสำคัญที่ตรวจพบ คือ เตตราไฮโดรแคนนาบินอล (THC) ช่วงร้อยละ 2 - 8 แคนนาบิไดออล (CBD) ช่วงร้อยละ 0.1 - 0.8 และแคนนาบินอล (CBN) ช่วงร้อยละ



0.1 - 1.6 ขนาดตลาดกัญชาแห่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์ด้านราคาส่วนใหญ่ใช้การตั้งราคาแบบเลขคู่ การตั้งราคาตามเขต เช่น ใกล้แหล่งผลิต/ปลูก ราคาถูก ราคาแพงขึ้นเมื่ออยู่ไกลออกไป การส่งเสริมการตลาดนิยมใช้การส่งเสริมการขาย ด้วยการลดราคาขาย การแถม(แถมกัญชา แถมใบกระท่อม และการให้ฟรี) การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้ขายรายย่อย ผู้ล่าเลี้ยงกัญชาและคนส่งด้วยค่าตอบแทนที่สูง

ใบกระท่อม น้ำต้มใบกระท่อม การแปรรูปใบกระท่อมมีหลายรูปแบบ โดยส่วนใหญ่นิยมนำใบกระท่อมมาต้มผสมรวมกับยาเสพติดชนิดอื่น เครื่องดื่มชูกำลัง น้ำอัดลม ยาแก้ไอ ขนาดตลาดใบกระท่อมมีแนวโน้มลดลง กลยุทธ์ด้านราคาส่วนใหญ่ใช้การตั้งราคาแบบเลขคู่ การตั้งราคาตามเขต เช่น ใกล้แหล่งผลิต/ปลูก ราคาถูก ราคาแพงขึ้นเมื่ออยู่ไกลออกไป กลยุทธ์การตั้งราคาต่ำเพื่อจูงใจให้ลูกค้าสนใจที่จะทดลองซื้อ

ยาเสพติดสูตรค็อกเทล การนำยาเสพติดชนิดที่นิยมเสพมาผสมเป็นยาเสพติดชนิดใหม่ เช่น Happy Water ประกอบด้วยยาบ้า ไอซ์ และคีตามีน เคนมผงหรือเคทะเลทราย ประกอบด้วยคีตามีน เฮโรอีน ยาอี และยานอนหลับ หรือ คีตามีน ผสมไอซ์ เฮโรอีน และยานอนหลับ ผสมกันและบดละเอียดรวมกัน กาแฟ3in1 ประกอบด้วยยาอี ไฟว์ ไฟว์ หรือ อิริมินไฟว์ (Erimin 5) และยาเสพติดชนิดอื่น นอกจากนี้มีการจัดชุดยาเสพติด โดยนำยาเสพติดต่างชนิดมาขายร่วมกัน เช่น จัดชุดขายไอซ์พร้อมยาบ้า