รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

เรื่อง พฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี : แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม

(รหัสโครงการ 61-02029-0087)

โดย

สุวัฒนา เกิดม่วง

สุรินธร กลัมพากร

ศักดิกร สุวรรณเจริญ

วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดสุพรรณบุรี

คณะสาธารณสุขศาสตร์และสหเวชศาสตร์ สถาบันพระบรมราชชนก

และ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยโดย

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ

พฤศจิกายน 2564

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเนื่องจากได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือจากหลายฝ่าย ที่ได้ร่วมกันให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำให้งานวิจัยนี้สามารถรวบรวมประเด็นสำคัญเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคมที่มีผลในการทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี ให้คณะผู้วิจัยได้นำมาสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้เพื่อการศึกษาต่อยอดในอนาคต รวมถึงผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ให้คำปรึกษา และตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ พร้อมทั้งชี้แนะแนวทางในการศึกษาให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และศูนย์วิจัยปัญหาสุราที่ให้การสนับสนุนทุนวิจัยประจำปี 2564 ตลอดจนให้การสนับสนุนความเข้มแข็งทางวิชาการจากคณะที่ปรึกษาที่ได้ให้คำปรึกษา วิพากษ์ รวมถึงให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพงานวิจัยให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น

บทคัดย่อ

การวิจัยวิเคราะห์เชิงภาคตัดขวางนี้ (Cross-sectional Analytic Study) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ และศึกษาปัจจัยภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคมที่มีผลในการทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น (FoodPanda, LINEMAN, Grabfood) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 342 คน เลือกโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างเป็นระบบ (Systematic Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบอ่านและตอบด้วยตนเองในรูปแบบออนไลน์ (google form) ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นโดยประยุกต์แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม (The Social Ecological Model) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์การถดถอยพหุโลจิสติค (Hierarchical Logistic Regression Analysis)

ผลการศึกษา พบว่า พนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน ร้อยละ 69.9 มีพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ ในช่วงสามเดือนที่ผ่านมาโดยสามารถจำแนกตามเกณฑ์ความเสี่ยงเฉียบพลันขององค์การอนามัยโลก ได้เป็น 221 เหตุการณ์ความเสี่ยงต่ำทั้งหมด (low-intensity drinking event) โดยพบว่าการบริโภคในช่วงสถานการณ์พิเศษ (ร้อยละ 83.7) โดยเฉพาะในงานสังสรรค์ ส่วนใหญ่พบว่าสถานที่ดื่มคือบ้านของตนเอง (ร้อยละ 80.9) เหตุการณ์การดื่มมักจะดื่มคนเดียว (ร้อยละ 48.9) โดยที่เบียร์เป็นเครื่องดื่มที่นิยมมากที่สุด (ร้อยละ 76.9) เมื่อวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุโลจิสติค พบว่า 1) ปัจจัยระดับชุมชน [OR = 5.710, 95%CI = 2.201 – 14.814] 2) ลักษณะการทำงาน [OR = .968, 95%CI = .968 – 995] และ 3) การมีนโยบายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์/พฤติกรรมเมาแล้วขับของบริษัท [OR = 6.769, 95%CI = 1.604 – 28.566] สามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ร้อยละ 68.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: พฤติกรรมการดื่มไม่ขับ แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม พนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ โมบายแอปพลิเคชั่น

Abstract

The cross-sectional analytic study had objectives to study Drink-Don't-Drive behaviors and investigate social ecological factors predicting Drink-Don't-Drive behaviors of food deliverymen commissioned through mobile application in Suphanburi province. The sample consisted of 342 food delivery employees through mobile applications (FoodPanda, LINE MAN, Grabfood) in Suphanburi province selected by systematic sampling method. The data was collected by self-administered questionnaire provided in google form which was developed by the application of the social ecological model. Then the data was analyzed by descriptive statistics and hierarchical logistic regression analysis.

The results yielded that 69.9% of food deliverymen commissioned through mobile applications displayed Drink-Don't-Drive behaviors during the past 3 months. Of the 221 drinking events were classified according to the WHO risk assessment criteria resulting in low-intensity drinking events including drinking on special occasions (83.7%), particularly at the parties. The drinking location was mostly at home (80.9%). The drinking event was often drinking alone (48.9%). Beer was the most popular drink (76.9%). Upon analyzing by hierarchical logistic regression analysis, the results were found as follows; 1) community factors [OR = 5.710, 95% CI = 2.201 – 14.814]; 2) work characteristics [OR = .968, 95%CI = .968 – 995]; and 3) policies or regulations related to drinking alcohol/Drink and Drive by the companies [OR = 6.769, 95%CI = 1.604 – 28.566] which can be used to predict Drink-Don't-Drive behaviors of food deliverymen commissioned through mobile applications in Suphanburi province at 68.8% with statistical significance.

Keywords: Drink-Don't-Drive Behaviors, Social Ecological Model, Food Deliveryman, Mobile Application

บทสรุปผู้บริหาร

การศึกษาครั้งนี้ นำแนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคมมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี มุ่งเน้นที่การศึกษาพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี โดยศึกษาปัจจัยที่คาดว่ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมดังกล่าวทั้ง 5 ระดับ ประกอบด้วยระดับบุคคล (intrapersonal) ได้แก่ ความรู้ ทัศนคติ ทักษะ/พฤติกรรม เป็นต้น ระดับระหว่างบุคคล (interpersonal) ได้แก่ อิทธิพลของครอบครัวและเพื่อน ระดับองค์กร (organizational) ได้แก่ อิทธิพลจากนายจ้างและบริษัท ระดับชุมชน(community) เป็นบรรทัดฐานที่มีอิทธิพลต่อวิถีปฏิบัติพฤติกรรมของคนในชุมชน ได้แก่ ประเพณี สังคม วัฒนธรรม ค่านิยม เป็นต้น และระดับนโยบายสาธารณะ (public policy) เป็นระดับที่ใหญ่ที่สุดที่มีอิทธิพลต่อทุกระดับปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ กฎระเบียบ กฎหมาย นโยบายหรือมาตรการต่าง ๆ และอิทธิพลของสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการไม่ขับขี่รถจักยานยนต์ของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นขณะเมาหรือดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ หรือการดื่มไม่ขับนั่นเอง

ผลการศึกษา พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น (FoodPanda, LINE MAN, Grabfood) จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 342 คน พบนักดื่มปัจจุบันจำนวน 221 คน มีเหตุการณ์ดื่มรวมทั้งหมด 211 เหตุการณ์ (drinking event) ในช่วงสามเดือนที่ผ่านมาโดยสามารถจำแนกตามเกณฑ์ความเสี่ยงเฉียบพลันขององค์การอนามัยโลก ได้เป็น 221 เหตุการณ์ความเสี่ยงต่ำทั้งหมด (low-intensity drinking event) ส่วนใหญ่เป็นนักดื่มเพศชาย (ร้อยละ 70.4) โดยพบว่าการบริโภคในช่วงสถานการณ์พิเศษ (ร้อยละ 83.7) โดยเฉพาะในงานสังสรรค์ ส่วนใหญ่พบว่าสถานที่ดื่มคือบ้านของตนเอง (ร้อยละ 80.9) เหตุการณ์การดื่มมักจะดื่มคนเดียว (ร้อยละ 48.9) โดยที่เบียร์เป็นเครื่องดื่มที่นิยมมากที่สุด (ร้อยละ 76.9) เหตุการณ์การบริโภคส่วนใหญ่ (ร้อยละ 59.6) เกิดขึ้นแบบไม่มีการแบ่ง

สำหรับผลจากการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุโลจิสติค สามารถอภิปรายตามสมมติฐานการวิจัยได้ว่า ตัวแปร ประกอบด้วย 1) ปัจจัยระดับชุมชน (Commu) 2) ลักษณะการทำงาน (Worktype) และ 3) การมีนโยบายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์/พฤติกรรมเมาแล้วขับของบริษัท (Policy) สามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ร้อยละ 68.8 ดังสมการ

$$\text{logit} = \beta_0 + \beta_1(\text{Commu1}) + \beta_2(\text{Commu2}) + \beta_3(\text{Worktype}) + \beta_4(\text{Policy})$$

$$= 1.170 + 1.742(\text{Commu1}) + .151(\text{Commu2}) - .019(\text{Worktype}) + 1.912\ (\text{Policy})$$

ผลจากการศึกษานี้สามารถใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาโปรแกรมหรือโครงการส่งเสริมพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น และผลักดันการกำหนดนโยบายแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานได้ครอบคลุมทุกระดับปัจจัยในบริบทและวัฒนธรรมของพื้นที่ อันจะส่งผลให้พนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นมีคุณภาพชีวิตที่ดี เพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านการขนส่ง การตลาด การให้บริการ และเศรษฐกิจในระดับพื้นที่และประเทศต่อไป

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	**บทนำ**	**1**
	- ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	- คำถามการวิจัย	4
	- วัตถุประสงค์ในการวิจัย	4
	- สมมติฐานการวิจัย	5
	- ขอบเขตการศึกษา	5
	- นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	7
	- กรอบแนวคิดในการวิจัย	8
	- ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย	9
2	**การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	**10**
	- เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	10
	- ลักษณะธุรกิจการส่งอาหารผ่านแอพพลิเคชั่น	24
	- แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม (The Social Ecological Model)	30
	- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	36
3	**ระเบียบวิธีวิจัย**	**39**
	- รูปแบบการวิจัย	39
	- ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	39
	- เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	40
	- การเก็บรวบรวมข้อมูล	43
	- การวิเคราะห์ข้อมูล	44
	- จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	44
4	**ผลการวิจัย**	**45**
	- ข้อมูลปัจจัยภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม	46
	- ข้อมูลแบบแผนพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	57
	- ข้อมูลพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ	60
	- การวิเคราะห์ปัจจัยทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ	60

สารบัญ(ต่อ)

บทที่		หน้า
5	**สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะในการวิจัย**	**64**
	สรุปผลการวิจัย	64
	อภิปรายผลการวิจัย	67
	- ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้	71
	- ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	75
	เอกสารอ้างอิง	**73**
	ภาคผนวก	**77**
	- ภาคผนวก ก แบบสอบถามโครงการวิจัย	78
	- ภาคผนวก ข รายนามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	92

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2-1	เกณฑ์ระดับความเสี่ยงเฉียบพลันตามระดับปริมาณแอลกอฮอล์ที่บริโภคเฉลี่ยต่อวันที่ดื่ม	20
2-2	เกณฑ์ระดับความเสี่ยงเรื้อรังตามระดับปริมาณแอลกอฮอล์ที่บริโภคเฉลี่ยต่อวัน	20
2-3	The Social Ecological Model	33
4-1	ข้อมูลปัจจัยระดับบุคคลของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ	48
4-2	ข้อมูลปัจจัยระหว่างบุคคลของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ	52
4-3	ข้อมูลปัจจัยระดับองค์กรของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ	54
4-4	ข้อมูลปัจจัยระดับชุมชนของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ	55
4-5	ข้อมูลปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ	56
4-6	ข้อมูลแบบแผนพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี	58
4-7	ข้อมูลพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี	60
4-8	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุลอจิสติกของตัวแปรทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี	61
4-9	การวิเคราะห์ปัจจัยทำนายทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรีด้วยวิธีถดถอยพหุลอจิสติก	62

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
1-1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	8

บทที่ 1
บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจการจัดส่งอาหารไปยังที่พัก (Food Delivery) มีการพัฒนาอย่างมาก ซึ่งมีผลมาจากการปรับเปลี่ยนตามพฤติกรรมและความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค ผลการศึกษาของ INRIX ใน Global Traffic Scorecard Report ในปี 2560 พบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีรถติดมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของโลก ปัญหาการจราจรส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนไทย[1] ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ได้สร้างผลกระทบให้กับทุกประเทศทั่วโลกเป็นอย่างมากทั้งด้านเศรษฐกิจ สาธารณสุข และสังคม ประเทศไทยจึงได้รับผลกระทบไม่ต่างจากประเทศอื่นๆ ทั่วโลก สถานการณ์ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) เริ่มทวีความรุนแรงมากขึ้น มียอดผู้ป่วยเพิ่มขึ้นทุกวันและมีแนวโน้มว่าตัวเลขจะสูงขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้มีประกาศสั่งปิดสถานที่ที่มีความเสี่ยงต่อการแพร่กระจายของโรค [2,3] ส่งผลให้ร้านอาหารทั่วไปไม่สามารถให้บริการภายในร้านได้ตามปกติ

การสั่งอาหารออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตประจำวันของประชนชนที่พักอาศัยในจังหวัดที่เป็นเมือง และกึ่งเมืองกึ่งชนบทได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชั่นเพิ่มขึ้น [2] สอดคล้องกับข้อมูลธุรกิจส่งอาหารแบบดิลิเวอรี่ในปี 2563 พบสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ถึงร้อยละ 169.40[4] ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกิดโมเดลธุรกิจใหม่ คือ การสั่งอาหารออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่น เพียงดาวน์โหลดแอปพลิเคชั่นส่งอาหารออน์ไลน์ติดตั้งไว้บนมือถือ (Smartphone) ก็สามารถสั่งอาหารได้ เพื่อเป็นทางเลือกในการตอบสนองวิถีชีวิตของผู้บริโภคสถานการณ์การระบาดของโรค COVID-19 และเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้ผู้ประกอบการ[1-4] ปัจจุบันมีบริการสั่งอาหารออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นให้ผู้บริโภคได้ตัดสินเลือกมากขึ้น เช่น FoodPanda, LINEMAN, Grabfood เป็นต้น ซึ่งแต่ละแอปพลิเคชั่นจะมีลักษณะการใช้งานที่คล้ายกัน แต่จะมีความแตกต่างกันในด้านค่าบริการส่งอาหาร วิธีการชำระเงิน วิธีการสมัคร เมนูการใช้งาน พื้นที่การให้บริการ และเวลาการให้บริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย[2] กลไกสำคัญที่ทำให้โมเดลธุรกิจนี้ขยายตัวอย่างรวดเร็วคือ พนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ที่ใช้จักรยานยนต์เป็นพาหนะในการส่งอาหารหรือสินค้า ซึ่งช่วยสร้างความสะดวกสบาย ความพึงพอใจของผู้รับบริการ และความรวดเร็วมากยิ่งขึ้นอีกด้วย[5]

สำหรับอาชีพพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นที่ใช้จักรยานยนต์เป็นพาหนะในการส่งอาหารหรือสินค้า เป็นกลุ่มอาชีพหนึ่งที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดอุบัติเหตุ จากสถิติการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน พบว่าร้อยละ 80 ที่เกิดอุบัติเหตุเป็นรถจักรยานยนต์ ทำให้มีผู้บาดเจ็บรุนแรงและเสียชีวิตจากรถจักรยานยนต์ถึง 8,000 คนต่อปี จังหวัดที่มีอัตราการเสียชีวิตต่อประชากรแสนคนสูงสุดจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ ได้แก่ จังหวัด ระยอง เชียงราย ฉะเชิงเทรา พิษณุโลก ตรัง และสุพรรณบุรี[11] และพบว่าอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ส่วนมากเกิดอุบัติเหตุ ในถนนสายหลัก และถนนในเขตหมู่บ้านหรือชุมชน ประเภทลาดยาง ทางตรง พื้นเรียบมากที่สุด[11] โดยพฤติกรรมเสี่ยงของอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์พบว่า ผู้เสียชีวิตมีสัดส่วนการสวมหมวกนิรภัยน้อยกว่ากลุ่มผู้ขับขี่ ร้อยละ 6.5 และผู้โดยสาร ร้อยละ 3.3 และผู้ขับขี่บาดเจ็บดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 32.3 และผู้เสียชีวิตดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 30.8[8-12] จากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ระหว่าง พ.ศ. 2551-2561 พบว่า ภาพรวมความชุกการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป ในปี 2544 พบร้อยละ 32.7 และเพิ่มเป็นร้อยละ 34.0 ในปี 2558 และลดลงอย่างเห็นได้ชัดในปี 2560 เหลือร้อยละ 28.4[8] โดยเป็นนักดื่มชายมากกว่านักดื่มหญิง 4.5 เท่า และพบความชุกของการดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทสูงที่สุดในกลุ่มวัยทำงาน (อายุ25-44 ปี) สูงที่สุด (ร้อยละ 25.4) และประชากรภาคกลางและภาคเหนือมีสัดส่วนนักดื่มหนักประจำสูงสุด คือ ร้อยละ 3.8[8,9]

แม้ว่าประเทศไทยจะมีการดำเนินการบังคับตามกฎหมายและมาตรการต่าง ๆ จากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อไม่ให้มีการขับขี่มอเตอร์ไซด์ขณะเมาหรือภายหลังจากดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การรณรงค์เรื่องการดื่มไม่ขับ มีการปรับเพิ่มโทษผู้ขับรถขณะเมาสุรา มีการตรวจวัดระดับแอลกอฮอล์ในผู้ขับขี่ การบังคับใช้กฎหมาย แต่ในทางปฏิบัติยังพบการขาดการบังคับใช้ในแง่ของการตรวจจับอย่างต่อเนื่อง การรณรงค์ผ่านทางสื่อต่างๆ ได้ถูกนำมาใช้ปฏิบัติอย่างแพร่หลายด้วยเช่นกัน มาตรการดังกล่าวเป็นการดำเนินงานเชิงนโยบายและด้านกฎหมายซึ่งกำหนดโดยภาครัฐ[8,10,13] การกำหนดมาตรการดังกล่าวยังขาดการใช้ข้อมูลพื้นฐานที่มาจากการศึกษาในกลุ่มผู้ใช้รถ ใช้ถนน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับครอบครัว ชุมชน หน่วยงาน หรือบริษัทโดยตรง ทั้งไม่พบการศึกษาความเชื่อมโยงถึงบริบทสังคมและวัฒนธรรมที่มีความซับซ้อนอีกด้วย[14,15] จึงส่งผลให้การแก้ไขปัญหาดังกล่าวอาจไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ทำให้จำนวนของอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ยังอยู่ใน 10 อันดับของประเทศ[11] และยังไม่พบการศึกษาถึงการเกิดอุบัติเหตุรถจักยานยนต์ในกลุ่มที่เป็นพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น

ปัจจัยที่อาจเป็นทั้งสิ่งกำกับหรือกระตุ้นส่งเสริมให้พนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นที่ใช้จักรยานยนต์มีพฤติกรรมดื่มไม่ขับ อธิบายได้ตามแนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม (The Social Ecological Model) ที่มีพื้นฐานความคิดว่า พฤติกรรมของบุคคลกำหนดโดยหรืออยู่

ภายใต้อิทธิพลของทั้งปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในระดับต่างๆ ซึ่งเป็นผลมาจากความเกี่ยวข้องระหว่างปัจจัย 5 ระดับที่ไม่สามารถแยกจากกันได้ ประกอบด้วย 1) ปัจจัยระดับบุคคล (intrapersonal) 2) ปัจจัยระหว่างบุคคล (interpersonal) 3) ปัจจัยระดับองค์กร (organizational) 4) ปัจจัยระดับชุมชน (community) และ 5) ปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะ (public policy)[14,15] ที่สามารถสะท้อนบริบทสังคมและวัฒนธรรมต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นได้ อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา พบว่าส่วนใหญ่มีการศึกษาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์และการขับขี่ขณะเมาสุราในกลุ่มเยาวชนและวัยรุ่นที่ขับขี่จักรยานยนต์และรถยนต์ การศึกษาพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่พึงประสงค์จากการดื่มสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป [7,16,17] สำหรับการศึกษาในกลุ่มพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชั่นอาหาร พฤติกรรมผู้บริโภคในการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น ช่วงเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 และความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ของประชาชน [1-5] ช่องว่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ขาดการศึกษาถึงพฤติกรรมการขับขี่โดยเฉพาะการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี อีกทั้งการศึกษาที่ผ่านมาเป็นการศึกษาเชิงพรรณนาเท่านั้น ยังขาดการศึกษาที่เน้นการวิเคราะห์ในเชิงลึกเกี่ยวกับทิศทางความสัมพันธ์ รวมถึงปัจจัยทำนายที่มีความสำคัญอย่างมากเพื่อทราบถึงสาเหตุหลักของการเกิดพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ชัดเจนและครอบคลุมทุกระดับปัจจัย[14,15]

การศึกษาครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี โดยศึกษาปัจจัยที่คาดว่ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมดังกล่าวทั้ง 5 ระดับ สอดคล้องกับแนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม[14,15] ที่กล่าวว่า พหุปัจจัยมีความสัมพันธ์แบบกำหนดซึ่งกันและกัน(interaction across different levels) ต่อการเกิดพฤติกรรมที่มีความเฉพาะเจาะจง (behavior-specific) ประกอบด้วยระดับบุคคล (intrapersonal) ได้แก่ ความรู้ ทัศนคติ ทักษะ/พฤติกรรม เป็นต้น ระดับระหว่างบุคคล (interpersonal) ได้แก่ อิทธิพลของครอบครัวและเพื่อน ระดับองค์กร (organizational) ได้แก่ อิทธิพลจากนายจ้างและบริษัท ระดับชุมชน(community) เป็นบรรทัดฐานที่มีอิทธิพลต่อวิถีปฏิบัติพฤติกรรมของคนในชุมชน ได้แก่ ประเพณี สังคม วัฒนธรรม ค่านิยม เป็นต้น และระดับนโยบายสาธารณะ (public policy) เป็นระดับที่ใหญ่ที่สุดที่มีอิทธิพลต่อทุกระดับปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ กฎระเบียบ กฎหมาย นโยบายหรือมาตรการต่าง ๆ และอิทธิพลของสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ

การไม่ขับขี่รถจักยานยนต์ของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นขณะเมาหรือดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ หรือการดื่มไม่ขับนั่นเอง

การศึกษานี้นำแนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคมมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี ผลจากการศึกษานี้สามารถใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาโปรแกรมหรือโครงการส่งเสริมพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น และผลักดันการกำหนดนโยบาย แนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานได้ครอบคลุมทุกระดับปัจจัยในบริบทและวัฒนธรรมของพื้นที่ เพื่อนำไปสู่การป้องกัน ลด และแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุปัญหาสุขภาพ รวมทั้งปัญหาด้านเศรษฐกิจที่เกิดจากการขับขี่จักรยานยนต์ของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นขณะเมาหรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้พนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น มีคุณภาพชีวิตที่ดี เพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านการขนส่ง การตลาด การให้บริการ และเศรษฐกิจในระดับพื้นที่และประเทศต่อไป

2. คำถามการวิจัย

1. พฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ในกลุ่มใด

2. ปัจจัยภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม (ปัจจัยระดับบุคคล ปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยระดับองค์กร ปัจจัยระดับชุมชน และปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะ) สามารถร่วมกันทำนายการเกิดพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี ได้หรือไม่ อย่างไร

3. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี

2. เพื่อศึกษาปัจจัยภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคมที่มีผลในการทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี

4. สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม (ปัจจัยระดับบุคคล ปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยระดับองค์กร ปัจจัยระดับชุมชน และปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะ) สามารถทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี

5.ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงภาคตัดขวาง (Cross-sectional Analytic Study) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มไม่ขับและปัจจัยภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคมที่มีผลในการทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี โดยดำเนินการตามขอบเขตการศึกษา ดังนี้

5.1 ขอบเขตของตัวแปร

5.1.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

5.1.1.1 ปัจจัยระดับบุคคล ได้แก่

5.1.1.1.1 คุณลักษณะประชากร ได้แก่ อายุ การศึกษา ศาสนา สถานภาพสมรส แอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ที่พนักงานปฏิบัติงาน รายได้ และพฤติกรรมการใช้สารเสพติดชนิดอื่น ๆ เช่น บุหรี่ ยาบ้า ยาเค ยานอนหลับยากล่อมประสาท กัญชา เป็นต้น

5.1.1.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการขับรถจักรยานยนต์ส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น ได้แก่ ชั่วโมงการทำงานต่อวัน ประสบการณ์การขับขี่ ประสบการณ์ในการขับรถจักรยานยนต์ส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ ระยะทางขับขี่ต่อวัน การสวมอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล การตรวจสภาพและอุปกรณ์รถ ประวัติการทำผิดกฎจราจรและการถูกจับและปรับ รวมทั้งประวัติการได้รับอุบัติเหตุที่เกี่ยวข้องกับรถจักรยานยนต์ในขณะปฏิบัติงาน และการบาดเจ็บที่ได้รับ

5.1.1.1.3 ความรู้เกี่ยวกับผลของแอลกอฮอล์ต่อการขับขี่ กฎหมายและบทลงโทษที่เกี่ยวข้องกับการขับขณะดื่ม/เมา

5.1.1.1.4 ทัศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรมดื่มไม่ขับ

5.1.1.1.5 แบบแผนพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ ประกอบด้วย 1) พฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ ชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ระยะเวลาในการดื่ม (ระยะเวลาเฉลี่ยการดื่มต่อวัน / สัปดาห์ / ปี) ปริมาณการดื่ม ความถี่ในการดื่ม สถานการณ์ที่ดื่ม สถานที่ที่ดื่ม เวลาในการดื่ม และผู้ร่วมดื่ม และ 2) พฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ขณะทำงาน ได้แก่ พฤติกรรมการดื่มก่อนทำงาน ระหว่างการทำงาน และหลังการทำงาน

5.1.1.2 ปัจจัยระหว่างบุคคล ได้แก่

5.1.1.2.1 อิทธิพลของครอบครัวที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ

5.1.1.2.2 อิทธิพลของเพื่อนร่วมงานที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ

5.1.1.2.3 อิทธิพลของผู้ใช้บริการสั่งอาหารที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ

5.1.1.3 ปัจจัยระดับองค์กร ได้แก่

5.1.1.3.1 อิทธิพลของร้านค้าที่ใช้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ

5.1.1.3.2 อิทธิพลของแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ที่พนักงานปฏิบัติงานที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ ได้แก่ ลักษณะการทำงาน เวลาในการทำงาน และกฎระเบียบเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ

5.1.1.3.3 อิทธิพลการแข่งขันทางการตลาดของแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ

5.1.1.4 ปัจจัยระดับชุมชน ได้แก่

5.1.1.4.1 ประเพณี และวัฒนธรรมของพื้นที่

5.1.1.4.2 ค่านิยม

5.1.1.4.3 การแบ่งแยก /แบ่งชนชั้นทางสังคม

5.1.1.5 ปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะ

5.1.1.5.1 อิทธิพลของกฎหมาย และกฎจราจรที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ 5.1.1.5.2 อิทธิพลของสื่อต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ

5.1.2 ตัวแปรตาม

พฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี

5.2 ขอบเขตประชากร

พนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น (FoodPanda, LINEMAN, Grabfood) จังหวัดสุพรรณบุรี โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ใช้เกณฑ์สำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุโลจิสติคในการคำนวณขนาดตัวอย่าง โดยกำหนดตัวอย่างจำนวน 10 หน่วย ต่อ ตัวแปร 1 ตัวแปร ในการวิจัยนี้ มีตัวแปรจำนวน 30 ตัวแปร จึงได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน และ

ป้องกันข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์จึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 10 ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 342 คน

5.3 ขอบเขตด้านพื้นที่และระยะเวลา

การเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ทำการเก็บข้อมูลกับพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น ในร้านค้าที่มีบริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น (FoodPanda, LINEMAN, Grabfood) ในจังหวัดสุพรรณบุรี ใช้ระยะเวลาดำเนินการระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึง กรกฎาคม 2564

6. นิยามคำศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

6.1 พนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น หมายถึง พนักงานที่ใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะที่อำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้บริการสั่งและรับอาหารได้เพียงสื่อสารผ่านแอปพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือ ของบริษัทออนไลน์โดยไม่ได้ผลิตอาหารเพียงแค่รับคำสั่งซื้อ เก็บเงิน และส่งอาหาร เช่น FoodPanda, LINEMAN, Grabfood ในจังหวัดสุพรรณบุรี

6.2 พฤติกรรมการดื่มไม่ขับ หมายถึง การที่พนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นไม่ขับรถรถจักรยานยนต์ ขณะมึนเมาหรือภายหลังการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

6.3 ปัจจัยระดับบุคคล หมายถึง คุณลักษณะส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งรวมถึงความรู้ ทัศนคติ ทักษะ พฤติกรรม อายุ เอกลักษณ์ทางศาสนา เอกลักษณ์ทางเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ สถานะทางเศรษฐกิจ ทรัพยากรทางการเงิน และการวางเป้าหมายในการดำเนินชีวิต ที่ทำให้เกิดพฤติกรรมนั้นขึ้นมา[14,15] ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ปัจจัยด้านคุณลักษณะประชากร ข้อมูลเกี่ยวกับการขับรถจักรยานยนต์ส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น ความรู้เกี่ยวกับผลของแอลกอฮอล์ต่อการขับขี่ กฎหมายและบทลงโทษที่เกี่ยวข้องกับการขับขณะดื่ม/เมา ทัศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรมดื่มไม่ขับ และแบบแผนพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์

6.4 ปัจจัยระหว่างบุคคล หมายถึง เครือข่ายและอิทธิพลทางสังคมที่ไม่เป็นทางการและเป็นทางการ รวมถึงระบบสนับสนุนทางสังคมที่สามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมส่วนบุคคล ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน เครือข่ายทางศาสนา และประเพณีที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม[14,15] ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย อิทธิพลของครอบครัว อิทธิพลของเพื่อนร่วมงานที่ และอิทธิพลของผู้ใช้บริการสั่งอาหารที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ

6.5 ปัจจัยระดับองค์กร หมายถึง สถาบันทางสังคม เป็นองค์กรและเครือข่ายที่มีลักษณะเป็นทางการและไม่ทางการ ซึ่งมีกฎระเบียบและข้อบังคับนโยบายในการดำเนินการให้คนในองค์กรมีพฤติกรรมภายใต้ขอบเขตที่กำหนด[14,15] ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย อิทธิพลของร้านค้าที่ใช้บริการ

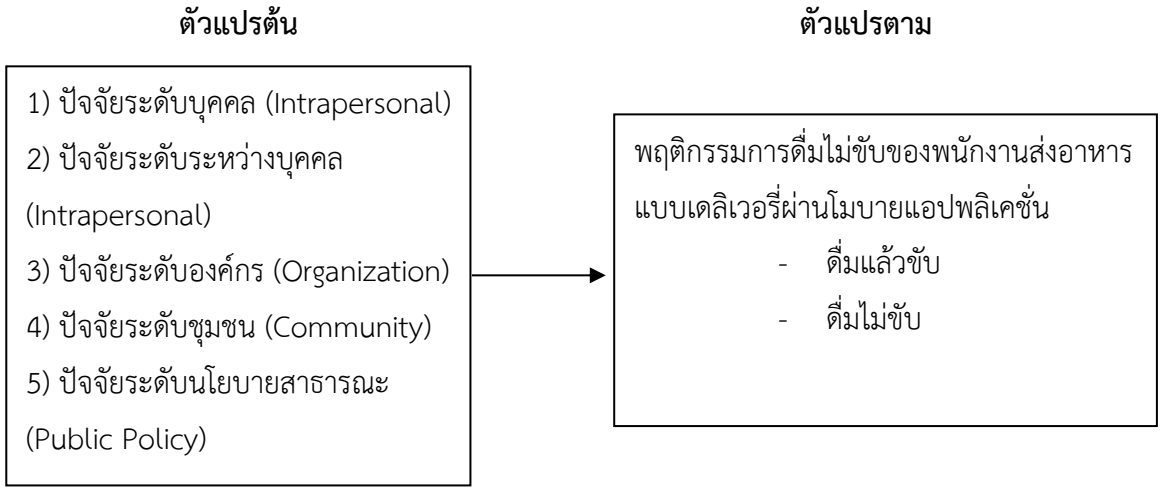
อิทธิพลของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรีที่พนักงานปฏิบัติงาน และอิทธิพลการแข่งขันทางการตลาดของแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรีที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ

6.6 ปัจจัยระดับชุมชน หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรหรือสถาบันทางสังคมและเครือข่ายที่ไม่เป็นทางการ ที่มีกฎระเบียบและข้อบังคับสำหรับการดำเนินงานในขอบเขตที่กำหนด ซึ่งเป็นบรรทัดฐานที่มีอิทธิพลต่อวิถีปฏิบัติพฤติกรรมของคนในชุมชนปฏิบัติตาม[14,15] ในการวิจัยครั้งนี้ ประเพณี วัฒนธรรมของพื้นที่ ค่านิยม และการแบ่งแยก /แบ่งชนชั้นทางสังคม

6.7 ปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะ หมายถึง กฎหมายและนโยบายระดับท้องถิ่น ระดับรัฐ ระดับประเทศชาติ และระดับโลก สำหรับการดูแลสนับสนุนให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดี ตลอดจน Social Media ต่างๆ[14,15] ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย อิทธิพลของกฎหมาย กฎจราจร และอิทธิพลของสื่อต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ

7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษานี้ผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม (The Social Ecological Model) ของ Sudhinaraset & Wigglesworth[14] และ McLeroy, Bibeau, Steckler & Glanz [15] เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังต่อไปนี้



แผนภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

8. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สร้างเครือข่ายในการควบคุมพฤติกรรมการขับรถจักรยานยนต์ของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นขณะมึนเมา ตั้งแต่ระดับพื้นที่จนถึงระดับนโยบาย

2. ขับเคลื่อนกลไกการควบคุมพฤติกรรมการขับรถจักรยานยนต์ของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นขณะมึนเมา เช่น การพัฒนาโปรแกรมหรือโครงการส่งเสริมพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงาน

3. กำหนดนโยบาย แนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นขณะมึนเมาได้ครอบคลุมทุกระดับปัจจัยในบริบทและวัฒนธรรมของพื้นที่

4. พัฒนาระบบการให้บริการคัดกรอง การบำบัดรักษาพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นที่มีปัญหาการดื่มสุรา และให้บริการให้ครอบคลุม การติดตามโดยใช้เครือข่ายในชุมชน

5. ป้องกัน และแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุปัญหาสุขภาพ รวมทั้งปัญหาด้านเศรษฐกิจที่เกิดจากการขับรถจักรยานยนต์ของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นขณะมึนเมาหรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้กลุ่มพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นมีคุณภาพชีวิตที่ดี เพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านการขนส่งอาหาร การตลาดและเศรษฐกิจในระดับพื้นที่

บทที่ 2
การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงภาคตัดขวาง (Cross-sectional Analytic Study) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มไม่ขับและศึกษาปัจจัยภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม (The Social Ecological Model) ที่มีผลในการทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นการศึกษาโดยอาศัยพื้นฐานทางทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร บทความและงานวิจัยต่าง ๆ จากการสืบค้นและทบทวนเอกสารจากฐานข้อมูล (Database) ต่างๆ เช่น Science direct, CINAHL, Pubmed, Thailist และจากหนังสือ ตำรา ครอบคลุมทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ แล้วนำมารวบรวมและสรุปไว้ในหัวข้อตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
2. ลักษณะธุรกิจการส่งอาหารผ่านแอพพลิเคชั่น
3. แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม (The Social Ecological Model)
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1.1 ความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

องค์การอนามัยโลก[18] ได้ให้ความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Beverages) ว่าเป็นของเหลวที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ชนิดดื่มหรือ เอทานอล (Ethanol) ส่วนใหญ่ได้มาจากการหมักหรือได้จากการหมักแล้วกลั่น สำหรับประเทศไทยมีการใช้คำว่า “สุรา” เช่นเดียวกับคำว่า “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ดังเช่น พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ให้ ความหมายของสุรา หมายความรวมถึง วัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถดื่มกินได้ เช่นเดียวกับน้ำสุรา หรือซึ่งดื่มกินไม่ได้ แต่เมื่อได้ผสมกับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่นแล้วสามารถดื่มกินได้ เช่นเดียวกับน้ำสุรา แต่ไม่รวมถึงเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกินศูนย์จุดห้าดีกรี

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542[19] ได้ให้ความหมายของ สุรา และแอลกอฮอล์ ดังนี้

สุรา หมายถึง เหล้าน้ำเมาที่ได้มาจากการกลั่น

แอลกอฮอล์ หมายถึง สารอินทรีย์ชนิดหนึ่ง ลักษณะเป็นของเหลว กลิ่นฉุน ระเหยได้ง่าย มีจุด เดือดที่อุณหภูมิ 78.5 องศาเซลเซียส มีชื่อเต็มว่า “เอทิลแอลกอฮอล์” โดยปกติเกิดจากการหมักสารประเภท แป้งหรือน้ำตาลผสมยีสต์ซึ่งเรียกว่า “แป้งเชื้อ” หรือ “เชื้อหมัก” เป็นองค์ประกอบสำคัญของสุรา เมื่อดื่มเข้า ไปจะออกฤทธิ์ทำให้เกิดอาการมึนเมา ใช้ประโยชน์ในการเป็นตัวทำละลาย และเป็นเชื้อเพลิง เป็นต้น

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ให้ความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายความว่า สุราตามกฎหมายว่าด้วยสุรา ทั้งนี้ไม่รวมถึงยาวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น

จากความหมายทั้งหลายสามารถสรุปได้ว่า “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” หรือ “สุรา” หมายถึง เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของเอทิลแอลกอฮอล์ ที่ได้มาจากการหมักหรือการกลั่น ใช้เพื่อการดื่มหรือกินเท่านั้น และเมื่อดื่มเข้าไปแล้วก่อให้เกิดอาการมึนเมา

1.2 ประเภทและชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่

ประเภทแรก ประเภทกลั่น (Distilled Liquors) เกิดจากการเอาน้ำส่า (แป้งหรือน้ำตาลหมักด้วยยีสต์จนเกิดมีแอลกอฮอล์) มากลั่น อาจจะตามด้วยการเติมสี ปรุงแต่งกลิ่นและรสด้วยสารปรุงแต่งอื่น ๆ ลงไป เพื่อให้ถูกใจผู้ดื่ม สุรากลั่นของไทยส่วนมากที่มีจำหน่าย คือ สุราขาว (เหล้าโรงงาน) สุราผสม สุราผสมพิเศษ (เหล้าเหลือง) สุราไทยนิยมใช้สารปรุงแต่ง เช่น น้ำเชื้อ (Essence หรือ Flavors) น้ำยาสกัด (Extract) สีผสมลงไปด้วย สำหรับสุราต่างประเทศ เช่น บรั่นดี วิสกี้ เป็นต้น

ประเภทที่สอง ประเภทหมัก (Fermented Liquors) หรือสุราแช่ที่ได้จาก การหมักส่า ทำให้เกิดเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ไม่มีการกลั่น มักจะหมักส่าจากเมล็ดธัญพืช แป้งจากพืช ผลไม้ และน้ำตาลจากพืช เช่น เบียร์ กระแช่ น้ำขาว น้ำตาลเมา สาโท อุ เป็นต้น สุราไม่กลั่นของไทยที่มีจำหน่ายเป็นส่วนใหญ่ คือ เบียร์ ไวน์ โดยเบียร์ไทยจะมีปริมาณแอลกอฮอล์สูงและแรงกว่าเบียร์ต่างประเทศ ส่วนน้ำขาว กระแช่ น้ำตาลเมา อุ สาโท ชาวบ้านมักจะทำเอง ซึ่งเมื่อก่อนจะผิดกฎหมาย แต่ปัจจุบันรัฐบาลได้สนับสนุนให้เป็นหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ชุมชนสามารถผลิตจำหน่ายได้โดยไม่ผิดกฎหมาย

ชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งสองประเภทดังที่กล่าวมาข้างต้น ประชากรไทยมีการบริโภคหลายชนิด ได้แก่

1) เหล้าบรั่นดี เป็นสุราที่มีรสเยี่ยมมากที่สุด มีราคาเนื่องจากเป็นเหล้าที่กลั่นมาจากองุ่น มีกรรมวิธีการผลิตและขั้นตอนการบ่มที่ใช้เวลานาน เพื่อให้มีคุณภาพดีแล้วปรุงแต่งตามกรรมวิธีให้มีสี กลิ่น รส และแรงกว่าแอลกอฮอล์ตามต้องการ เหล้าบรั่นดีในไทย มีทั้งนำเข้ามาจากต่างประเทศ ผลิตขึ้นเองในประเทศ บรั่นดีที่ขายตามตลาดทั่ว ๆ ไป แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ บรั่นดีพื้นเมือง บรั่นดีมาตรฐาน และบรั่นดีเกรดสูง

2) เหล้าบรั่นดีผลไม้ คือ บรั่นดีที่ทำจากผลไม้อื่น ๆ ที่ไม่ใช่ผลองุ่น ซึ่งจะให้กลั่นรสแตกต่างกันไป แบ่งเป็น 2 ชนิด คือ บรั่นดีผลไม้สีขาว และบรั่นดีผลไม้ที่มีสี

3) วิสกี้ เป็นสุรากลั่นที่ทำมาจากข้าว ไม่ว่าจะเป็นข้าวบาร์เลย์ ข้าวไรย์ ข้าวโอ๊ต ข้าวโพดหรือข้าวเหนียว แต่วิสกี้ที่มีคุณภาพจะต้องทำมาจากข้าวบาร์เลย์ โดยนำมาหมัก กลั่น แล้วเก็บบ่มในถังไม้โอ๊ก

4) เหล้ารัม เป็นสุราที่กลั่นมาจากน้ำอ้อย กากน้ำตาลและน้ำตาลเชื่ออาจจะมีการผสมผิวส้มและผลไม้อื่นในเหล้ารัม เพื่อให้มีรสชาติใกล้เคียงกับไวน์ ในประเทศไทยมีการผลิตเหล้ารัมผสมเครื่องยาจีนหรือยาไทยอีก รัมแบ่งปืน 3 ชนิดด้วยกัน คือ รัมสีขาว รัมสีทอง และรัมสีดา

5) เหล้าคอกเทล คือ การนำเหล้าหลายๆชนิดมาผสมกันตามสูตรแล้วแต่รสนิยมของผู้ดื่ม

6) วอดก้า (Vocka) เป็นสุราที่มีลักษณะคล้ายวิสกี้แต่มีดีกรีของแอลกอฮอล์สูงมากกว่า วอดก้าทามาจากข้าวสาสี ปัจจุบันเป็นเหล้าที่ได้รับความนิยม โดยใช้ผสมคอกเทลสูตรต่าง ๆ

7) เหล้าตากีลา (Taguila) ตากีลาเป็นเหล้ากลิ่นแรง หมักจากพืชที่เรียกว่า Mezcal ผลิตในประเทศเม็กซิโก ซึ่งปกติตากีลาจะมีสีขาว แต่บางชนิดจะมีสีเหลืองทองจากการบ่มในถังไม้ ปกติชาวเมืองเม็กซิโกนิยมดื่มเหล้าตากีลาไม่ผสม หากแต่ก่อนดื่มจะหยิบมะนาวใส่ปากแล้วบีบเกลือตามจึงยกเหล้าขึ้นดื่มเพื่อให้มีรสชาติที่ดีขึ้น ปัจจุบันนิยมนำตากีลามาทำเป็นเครื่องดื่มผสม เช่น tequlla sunrise, Margarita เป็นต้น

8) เหล้าขาว เป็นหล้าที่กลั่นมาจากข้าว น้ำตาล หรือกากน้ำตาลเป็นวัตถุดิบโดยสุราที่กลั่นออกมาได้จะปราศจากเครื่องย้อมหรือสิ่งปรุงแต่งแต่อย่างใด คนในชนบทและผู้มีรายได้น้อยนิยมดื่มเหล้าขาวกันมาก

9) แชมเปญ เป็นเหล้าหมักที่ทำจากองุ่นโดยไม่ผ่านกระบวนการกลั่น มีลักษณะพิเศษ คือ เป็นสุราองุ่นที่มีฟอง มีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เจือปนอยู่คล้าย ๆ เบียร์ กระบวนการผลิตและขั้นตอนในการเก็บรักษาทาให้แชมเปญมีราคาแพง

10) ไวน์ เป็นเหล้าผลไม้หมักที่เก่าแก่ที่สุดในโลก วัตถุดิบที่ใช้ในการทำไวน์ คือ องุ่น ไวน์แตกต่างจากแชมเปญที่ไม่มีฟอง และกรรมวิธีการผลิตจะไม่ซับซ้อนเท่าแชมเปญ

11) เบียร์ เป็นสุราที่มีปริมาณการบริโภคสูงที่สุด เบียร์ทำมาจากข้าวบาร์เลย์หมักอบและบด ต้มให้สุกแล้วใส่ถัง เมื่อหมักได้ที่แล้วจึงใส่ดอกฮอพ เพื่อให้มีรสขม จากนั้นจึงใส่ยีสต์

12) น้ำตาลเมา/กระแช่ เป็นสุราที่ทำจากการหมักแช่ของน้าตาลสดจากต้น

13) อุเป็นสุราแช่ที่ทำขึ้นจากการหมักของข้าวเหนียวกล้อง เป็นแป้งเชื้อสุราทิ้งไว้จนเกิดมีแรงแอลกอฮอล์ขึ้น แล้วใช้ดื่มกินเช่นเดียวกับน้ำสุรา เหล้าอุนี้ภาคอีสานเรียกว่า สาโท [20]

1.3 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา[20] ระบุนิยามศัพท์เกี่ยวกับกับผู้ที่ดื่มแอลกอฮอล์ไว้ในรายงานสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย ประจำปี พ.ศ. 2560 ดังนี้

ผู้ไม่เคยดื่มเลย (Lifetime abstainers) หมายถึง ประชาชนที่ไม่เคยดื่มสุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลยตลอดชีวิต

ผู้เคยดื่มแต่เลิกแล้ว (Ex-drinkers) หมายถึง ประชาชนที่เคยดื่มสุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ไม่ได้ดื่มเลยในรอบ 12 เดือนก่อนการสำรวจ

นักดื่มปัจจุบัน (Current drinkers) หมายถึง ประชาชนที่ดื่มสุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนก่อนการสำรวจ

นักดื่มประจำ (Regular drinkers) หมายถึง ประชาชนที่ดื่มสุราด้วยความถี่อย่างน้อย 1 ครั้งต่อสัปดาห์ในรอบ 12 เดือนก่อนการสำรวจ

นักดื่มเป็นครั้งคราว (Occasional/infrequent drinkers) หมายถึง ประชาชนที่ดื่มสุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยความถี่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ในรอบ 12 เดือนก่อนการสำรวจ

และจากการสำรวจประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไปจำนวน 55.9 ล้านคนทั่วประเทศ มีผู้ไม่เคยดื่มสุราเลยร้อยละ 57.18 ผู้เคยดื่มแต่เลิกแล้วร้อยละ 14.41 และมีนักดื่มปัจจุบันร้อยละ 28.41 โดยมีความแตกต่างระหว่างเพศชัดเจน ประชากรเพศหญิงร้อยละ 81.05 ไม่เคยดื่มสุราเลยในชีวิต และเป็นนักดื่มปัจจุบันร้อยละ 10.62 ส่วนในประชากรเพศชายมีผู้ไม่เคยดื่มสุราเลยเพียงร้อยละ 31.62 และเป็นนักดื่มปัจจุบันร้อยละ 47.46 สัดส่วนนักดื่มปัจจุบันสูงที่สุดในภาคเหนือ (ร้อยละ 35.40) และต่ำสุดในภาคใต้ (ร้อยละ 16.05) ไม่พบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการดื่มในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล นักดื่มประจำร้อยละ 56.06 ดื่มเป็นครั้งคราว (น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง) ส่วนร้อยละ43.94 ดื่มเป็นประจำ (สัปดาห์ละ 1 ครั้งหรือบ่อยกว่า)

นักดื่มเพศหญิง และนักดื่มอายุ 15-44 ปี ดื่มเบียร์บ่อยที่สุด ส่วนนักดื่มชาย และนักดื่มอายุ 45 ปีขึ้นไป ดื่มเครื่องดื่มฯ ประเภท “สุรา” (เหล้าขาว เหล้าแดง วิสกี้ บรั่นดี เป็นต้น) บ่อยที่สุด ทั้งนี้นักดื่มปัจจุบันบริโภคแอลกอฮอล์คิดเป็นปริมาตรเอทานอลบริสุทธิ์ 8.22 ลิตรต่อคนต่อปี และ

ส่วนมากซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านขายของชำ ร้อยละ 71.66 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 917.24 บาทต่อคนต่อเดือน

ผู้ที่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกในชีวิตในช่วง 3 ปีที่ผ่านมามีทั้งสิ้น 1,665,377 คน โดยนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 15-19 ปี (ร้อยละ 38.40) และช่วงอายุ 20-24 ปี (ร้อยละ 48.07) ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะในกลุ่มเยาวชน (อายุ 15-24 ปี) พบว่า เยาวชนร้อยละ 23.91 ระบุว่าเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา โดยมีความแตกต่างระหว่างเพศชัดเจน แบ่งได้เป็นร้อยละ 9.20 ในกลุ่มเยาวชนหญิง (ร้อยละ 8.34 เป็นนักดื่มเป็นครั้งคราว ร้อยละ 0.86 เป็นนักดื่มประจำ) และร้อยละ 38.31 ในกลุ่มเยาวชนชาย (ร้อยละ 24.96 เป็นนักดื่มเป็นครั้งคราว และร้อยละ 13.34 เป็นนักดื่มประจำ)

อายุเฉลี่ยในการเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกของนักดื่มปัจจุบันชายอยู่ที่ 19.20 ปี ของนักดื่มปัจจุบันหญิงอยู่ที่ 24.07 ปี สาเหตุหลักของการเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มี 3 ประการ ได้แก่ ตามอย่างเพื่อน/เพื่อนชวนดื่ม (ร้อยละ 38.85) อยากทดลองดื่ม (ร้อยละ 29.12) และเพื่อเข้าสังคม/การสังสรรค์ (ร้อยละ 20.55) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นักดื่มปัจจุบันเริ่มดื่มเป็นประเภทแรกในสัดส่วนสูงที่สุด คือ เบียร์ (ร้อยละ 38.35) ตามด้วยสุราขาว (ร้อยละ 28.05) และสุราสี (ร้อยละ 26.43)

นักดื่มปัจจุบันร้อยละ 4.50 ระบุว่าเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานที่ห้ามจำหน่ายในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา โดยสถานที่ที่ระบุมากที่สุด ได้แก่ ปั๊มน้ำมัน (ร้อยละ 1.90) และวัด (ร้อยละ 1.38) ในขณะที่นักดื่มปัจจุบันร้อยละ 11.09 ระบุว่าเคยบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามบริโภค ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา โดย สถานที่ที่ระบุมากที่สุด ได้แก่ บนถนน ฟุตบาต บนรถ (ร้อยละ 5.47) และวัด (ร้อยละ 3.89) นักดื่มปัจจุบันร้อยละ 12.36 เคยบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกระบบภาษี ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ซึ่งแบ่งได้เป็นสุราขาว / เหล้าต้ม / เหล้าชุมชน ร้อยละ 9.55 และสุรานอก / เหล้าต่างประเทศ ร้อยละ 4.76

ประชากรไทยร้อยละ 7.04 เคยประสบปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปัญหาที่พบ มากที่สุด คือ เกิดความรำคาญ โดยเฉพาะในกลุ่มนักดื่มประจำ นอกจากนี้ นักดื่มประจำยังประสบปัญหา ทางการเงินและปัญหากับการทำงานอีกด้วย นักดื่มปัจจุบันที่เคยดื่มแล้วขับส่วนมากเป็นเพศชาย เป็นเยาวชน และเป็นนักดื่มประจำ ส่วนนักดื่มปัจจุบันที่เคยดื่มแล้วขับและได้รับอุบัติเหตุ ส่วนมากเป็นนักดื่มประจำ เพศชาย และมีรายได้ต่ำ[20]

1.4 ผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์

เป็นที่ยอมรับทั่วไปว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อผลเสียต่อสุขภาพ แต่แนวโน้มจำนวนผู้ดื่ม และปริมาณการดื่มกลับเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งในเชิงสุขภาพและสังคมในหลายด้าน ได้แก่

1. ผลกระทบทางด้านสุขภาพ

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสาเหตุการณ์ เกิดโรคและการเจ็บป่วยมากกว่า 230 ชนิด เช่น กลุ่มโรคที่เกิดจากแอลกอฮอล์โดยตรง เช่น โรคจิตจากสุรา โรคติดสุรา โรคใช้สุราเกินขนาด ประสาทเสื่อมจากสุรา โรคกล้ามเนื้อหัวใจเสื่อมจากสุรา โรคกระเพาะอักเสบจากสุรา โรคตับแข็งจากสุรา อาการระดับแอลกอฮอล์ในเลือดสูงเกิน และอาการเอทานอลและเมทานอลเป็นพิษ กลุ่มโรคที่ได้รับอิทธิพลจากแอลกอฮอล์ เช่น มะเร็งช่องปาก มะเร็งตับ มะเร็งเต้านมในผู้หญิง มะเร็งกระเพาะ มะเร็งลำไส้ใหญ่ มะเร็งรังไข่ โรคเลือดออกในสมอง โรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจเต้น ไม่สม่ำเสมอ โรคหัวใจล้มเหลว กลุ่มโรคความผิดปกติของเด็กในครรภ์ที่มารดาดื่มแอลกอฮอล์ โรคซึมเศร้า โรคลมชัก โรคตับอ่อนอักเสบแบบเฉียบพลันและแบบเรื้อรัง เป็นต้น และกลุ่มผลกระทบต่อสุขภาพแบบฉับพลัน เช่น อุบัติเหตุ การถูกสารพิษ การฆ่าตัวตาย ความรุนแรงและการทำร้าย เป็นต้น กองสุขศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข (2558) ศึกษาปัญหาสุขภาพที่เกิดจากพฤติกรรมการดื่มสุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย พบว่า การบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮฮล์มีความสัมพันธ์กับการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังหรือกลุ่มโรค NCDs หลายชนิด ซึ่งประกอบด้วย โรคหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง โรคหลอดเลือดสมองโรคซึมเศร้าและกลุ่มโรคมะเร็ง ได้แก่ โรคมะเร็งตับ โรคมะเร็งตับอ่อน โรคมะเร็งปากและลำคอโรคมะเร็งหลอดอาหาร โรคมะเร็งลำไสใหญ่และทวารหนัก โรคมะเร็งกล่องเสียง และโรคมะเร็งเต้านม เป็นต้น[20]

2. ผลกระทบด้านจิตใจ

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา[21] ได้วิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงจากการดื่มสุราหรือการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย พบว่า การเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีสารพิษที่เข้าทำลายสารเคมีในสมองที่ช่วยทำให้คนเรามีจิตใจและอารมณ์อ่อนไหว ความอดทนต่อภาวะเครียดหรือกดดันมีน้อยลง ขาดสมาธิ นำไปสู่บุคลิกภาพเสื่อมโทรม และในวัยรุ่น อายุ 13 – 18 ปี ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะก่อให้เกิดปัญหาด้านจิตใจ คือ จะมีการย้ำคิดย้ำทำ ซึมเศร้า และวิตกกังวล สำหรับผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มมีภาวะติดสุรามักมีอาการของโรคจิตแทรกซ้อนได้ถึงร้อยละ 47 และพบในเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเฉพาะโรคทางอารมณ์ที่พบบ่อย คือ โรคซึมเศร้า อาการของโรควิตกกังวล โรคบุคลิกภาพปรวนแปร พบมากในผู้ติดสุราตั้งแต่อายุยังน้อย

3. ผลกระทบต่อเด็กและเยาวชนด้านคดีความและการเกิดอาชญากรรม

กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน [22] สำรวจพฤติกรรมเด็กและเยาวชนในสถานพินิจ พ.ศ. 2549 มีเด็กและเยาวชนทั้งสิ้น 6,126 คน แบ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 4,455 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 และไม่เคยมีประสบการณ์ดื่ม 1,671 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 ขณะที่ผลจากการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราของสำนักงานสถิติแห่งชาติปี 2547 พบว่าเด็กและเยาวชนทั่วไปอายุ 11-19 ปี ยังไม่เคยมีประสบการณ์ดื่มเลยถึงร้อยละ 91.7 และเคยมีประสบการณ์ดื่มเพียง ร้อยละ 8.3 หมายถึงเด็กและเยาวชนในสถานพินิจมีประสบการณ์การดื่มมากกว่าเด็กและเยาวชนทั่วไปในวัยเดียวกันเกือบ 9 เท่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เยาวชนยอมรับว่าตนเองดื่มเบียร์ ร้อยละ 87.4 ดื่มวิสกี้และบรั่นดี ร้อยละ 76.0 และดื่มเหล้าขาวและยาดองเหล้า ร้อยละ 61.0 ส่วนการยอมรับว่าตนเองกระทำความผิดลดลงตามระยะเวลาหลังการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยยอมรับว่ากระทำความผิดขณะดื่ม ร้อยละ 34.8 ขณะที่ร้อยละ 40.8 ระบุว่ากระทำความผิดภายใน 5 ชั่วโมง หลังดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับระดับความรุนแรงของการกระทำความผิดของเด็กและเยาวชนเด็ก

4. ผลกระทบด้านปัญหาความรุนแรงในครอบครัว

พระมหากำพล คุณงฺกโร [23] ศึกษาสภาพและปัญหาการดื่มสุราในสังคมไทย พบว่า การดื่มสุราทำให้เกิดวัฒนธรรมความเชื่อคิดว่าการดื่มสุราเป็นวัฒนธรรมและเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตเป็นธรรมเนียมปฏิบัติที่แทรกซึมอยู่ในทัศนคติจนทำให้ผู้คนในสังคมมองว่าการดื่มเป็นเรื่องปกติ และอาจนำมาซึ่ง ผลกระทบของความรุนแรงในครอบครัวหลายประการ ได้แก่ 1) การล่วงละเมิด ขู่เข็ญ 2) การทำร้ายคนในครอบครัว เช่น ใช้กำลังทำร้ายทุบตีภรรยา 3) การทำร้ายจิตใจ เช่น การนอกใจภรรยา ด่าทอ ดูถูกเหยียดหยาม ทำให้อับอาย เศร้าเสียใจ มึนตึงไม่พูดด้วย 4) การปิดกั้นโอกาสทางสังคม ไม่ให้ติดต่อกับเพื่อน ญาติพี่น้อง หรือสังคมภายนอก 5) การไม่รับผิดชอบครอบครัว ซึ่งเป็นเรื่องของการควบคุมทางการเงินเพื่อให้ต้องพึ่งพาทางเศรษฐกิจจากอีกฝ่ายหนึ่ง และ 6) การล่วงละเมิดทางเพศในรูปแบบต่างๆ เช่น การข่มขืนบังคับใจภรรยาให้มีเพศสัมพันธ์แบบวิตถาร และการขายลูกสาว เป็นต้น

5. ผลกระทบทางด้านอุบัติเหตุ

อธิบ ตันอารีย์ และพลเทพ วิจิตรคุณากร [24] ศึกษาสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และดัชนีความเสี่ยงต่อปัญหาแอลกอฮอล์ของจังหวัดในประเทศไทย ข้อมูลการสำรวจ พ.ศ. 2560 พบว่า การดื่มแอลกอฮอล์แล้วขับขี่ยานพาหนะเป็นสาเหตุหลักของการเกิดอุบัติเหตุในท้องถนน ซึ่งมักมีการสูญเสียต่างๆ ตามมาไม่ว่าจะเป็นทรัพย์สิน การบาดเจ็บ พิการจนกระทั่งการสูญเสียชีวิตก่อนวัยอันควร การดื่มสุราหรือเครื่องดื่มมีผลต่อสมรรถภาพของการขับขี่ยานพาหนะลดลง ทำให้การควบคุมตัวเองผิดปกติ และอาจเกิดประสาทหลอน

6. ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม

อัญชนา ณ ระนอง [25] ชี้ให้เห็นว่าการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลกระทบทางตรงต่อความยากจนไม่มากเท่ากับผลกระทบที่มีต่อสุขภาพผลิตภาพการทำงาน โดยการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลต่อเศรษฐกิจของครัวเรือนในระยะยาว หรือผลทางอ้อมที่มีต่อการตายและการบาดเจ็บที่เกิดจากอุบัติเหตุ นอกจากนี้ยังพบว่าคนไทยจำนวนมากยังมีความคิดว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องธรรมดาในสังคมไทย

1.5 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการดื่มและปัจจัยการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีมาแต่ช้านาน โดยมักดื่มในเทศกาลและวาระต่างๆ ในงานเลี้ยงสังสรรค์หรืองานฉลองตามประเพณีต่างๆ มักจะพบเห็นการดื่มเป็นเรื่องปกติ โดยสรุปพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามแนวคิดทางสังคมศาสตร์เชื่อว่าพฤติกรรมของบุคคลย่อมถูกกำหนดโดยสังคมวัฒนธรรม กล่าวคือบุคคลจะเลียนแบบที่จะแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับแบบแผนที่สังคมส่วนใหญ่ยอมรับ ดังนั้นยิ่งพฤติกรรมใดที่สังคมมีการให้ความหมาย ให้คุณค่าสูง บุคคลก็จะแสดงพฤติกรรมนั้นๆ มากขึ้น พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็เช่นกัน คนไทยรู้จักการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พร้อมๆ กับการปลูกข้าว โดยเครื่องดื่มชนิดแรกที่คนไทยรู้จัก คือ สุรา กะแช่ หรือน้ำตาลเมา แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าพฤติกรรมการดื่มของคนไทยในอดีตไม่แพร่หลายมากนัก หากแต่ความนิยมดื่มแอลกอฮอล์แพร่หลายในช่วงรัตนโกสินทร์ เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมดังกล่าวสัมพันธ์กับเงื่อนไขทางสังคมวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป จึงทำให้คนไทยเริ่มหันมาดื่มเพิ่มขึ้น อีกทั้งประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็มีหลากหลายตามความหมายที่สังคมให้ไว้กับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยกตัวอย่างเช่น

1. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถูกจัดให้มีสถานภาพเทียบเท่ากับน้ำ น้ำผลไม้และน้ำอัดลม เห็นได้จากการได้ชื่อว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือเป็นเครื่องดื่มประเภทหนึ่ง ปกติแล้วสามารถดื่มประกอบมื้ออาหารได้ ก็สามารถดื่มได้ในสถานการณ์ทั่ว ๆ ไป

2. การใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสัญลักษณ์ของการเลื่อนสถานภาพ กล่าวคือ เมื่อเด็กมีการเติบโตถึงช่วงหนึ่งก็มักจะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเชื่อว่าพฤติกรรมนี้เป็นพฤติกรรมของผู้ใหญ่ เมื่อเขาบริโภคได้ก็มีความหมายว่าตนเป็นผู้ใหญ่แล้ว ความเชื่อที่ว่านี้รวมไปถึงความต้องการที่จะแสดงออกของความรับผิดชอบและอิสระจากการดูแลของผู้ปกครอง การใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปัจจุบันมีการพบแนวโน้มที่สูงขึ้นในกลุ่มเพศหญิง ด้วยลักษณะที่มีการใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสัญลักษณ์ของการเลื่อนสถานภาพ ยังมีอีกประเภทหนึ่งก็คือการใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อเลื่อนสถานภาพทางสังคมเศรษฐกิจของบุคคล ปัจจุบันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางชนิดจะหมายถึงการ

เป็นสมาชิกของชั้นชนทางสังคม เช่น สุราขาวเป็นสุราของชนชั้นล่างที่มีระดับฐานะเศรษฐกิจต่ำ แต่สุราต่างประเทศเป็นสุราของชนชั้นสูงหรือชนชั้นกลางที่มีฐานะทางเศรษฐกิจค่อนข้างดี

3. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสัญลักษณ์ของความเป็นเพศชาย และดื่มทุกสถานที่กับกลุ่มเพื่อนของเพศชาย ไม่ว่าจะโสดหรือมีครอบครัวแล้วก็มีนัยของความเป็นอิสระจากอำนาจของครอบครัวเช่นกัน ในปัจจุบันมีการแบ่งประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าเครื่องดื่มประเภทนั้นควรเป็นของเพศใด เช่น บรั่นดีเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพศชาย ในขณะที่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีรสหวาน มีระดับแอลกอฮอล์ต่ำกว่าจะเป็นของเพศหญิง

4. การใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสัญลักษณ์ของความเท่าเทียมกันระหว่าเพศ พบว่าในอดีตสังคมส่วนใหญ่ยังไม่เห็นด้วยกับการให้ผู้หญิงดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และความเชื่อและค่านิยมของสังคมไทย เชื่อว่าผู้หญิงต้องเป็นกุลสตรี ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หากผู้หญิงใดดื่มเครื่องดื่มถือว่าเป็นผู้หญิงไม่ดี ไม่เรียบร้อย ขาดคุณสมบัติการเป็นกุลสตรี ผู้ชายจึงได้รับการยอมรับในการดื่มมากกว่าเพศหญิง การดื่มจึงเป็นสัญลักษณ์ของเพศชาย แต่ในปัจจุบันความคิดและความเชื่อนั้นเปลี่ยนไป พบว่าเพศหญิงมีแนวโน้มที่จะดื่มมากขึ้น ซึ่งแสดงถึงความเท่าเทียมที่เพศหญิงที่สามารถทำได้เหมือนอย่างเพศชาย

5. การใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อสื่อความสัมพันธ์ทางสังคมและความสำเร็จทางธุรกิจการงาน เช่น การเจรจาต่อรองหรือการพิจารณาเรื่องสำคัญทางธุรกิจอย่างไม่เป็นทางการ นอกจากนั้นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถูกให้ความหมายโดยนัยว่าต้องมีผู้ร่วมดื่ม เป็นเรื่องของพฤติกรรมร่วมของบุคคล การดื่มตามลำพังถูกสังคมไทยให้ความหมายว่าผิดปกติ ดังนั้นการดื่มจึงเป็นความเกี่ยวพันกับความสัมพันธ์ทางสังคมได้ ซึ่งในบางวัฒนธรรมหากบุคคลปฏิเสธไม่ดื่มที่ผู้หยิบยื่นให้ ก็จะหมายถึงการปฏิเสธความสัมพันธ์ต่อกัน

6. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลายเป็นสิ่งบำรุงสุขภาพเมื่อเทียบกับยุคก่อน แต่ปัจจุบันมีการค้นพบว่าไวน์สามารถป้องกันโรคหัวใจได้ และมีการใช้ไวน์เพื่อช่วยให้เส้นเลือดขยายตัวในผู้ป่วยความดันโลหิตสูง ช่วยขับปัสสาวะ คุณลักษณะอันนี้ของไวน์จะเชื่อกันในหลายวัฒนธรรม การให้ความหมายในลักษณะนี้ทำให้เกิดความชอบธรรมในการดื่มมากขึ้น รวมทั้งทำให้มีปริมาณการดื่มไวน์มากขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้สังคมมีการให้ความหมายและเปิดโอกาสให้มีการดื่มแอลกอฮอล์ง่ายขึ้น แต่สุดท้ายสังคมก็มีการกำหนดระหว่างพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปกติหรือไม่ปกติ เช่น ใช้เกณฑ์ความถี่ในการดื่ม ปริมาณการดื่ม จำนวนคนดื่ม ตลอดจนการควบคุมพฤติกรรมของตนเองระหว่างดื่มและหลักการดื่ม

เช่นเดียวกันกับที่ ชฎิล สมรภูมิ[16] แบ่งลักษณะพฤติกรรมและระดับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น โดยเริ่มจากไม่ดื่มเลยหรือดื่มน้อยไปจนถึงดื่มหนัก และปัญหาที่เกิดขึ้นก็จะมีตั้งแต่ไม่มีปัญหาไปจนถึงปัญหามากและปัญหารุนแรง ซึ่งสามารถแบ่งการดื่มออกได้เป็น 4 แบบ คือ

1. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบเสี่ยงต่ำ คือ การดื่มในลักษณะที่ยังไม่สามารถทำให้เกิดปัญหาตามมา ทั้งต่อตัวผู้ดื่มและสังคมรอบข้าง โดยลักษณะการดื่มของผู้หญิงไม่เกิน 2 ดื่มมาตรฐานต่อวัน หรือผู้ชายดื่มไม่เกิน 4 ดื่มมาตรฐานต่อวัน ซึ่งเทียบเท่าเบียร์ชนิดแรง 3 กระป๋อง หรือเหล้า 40 ดีกรี 2 เป็ก และมีวันที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลยอย่างน้อย 2 วัน/สัปดาห์ หรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปริมาณไม่เกิน 21 ดื่มมาตรฐาน/สัปดาห์ในผู้ชาย หรือ 14 ดื่มมาตรฐาน/สัปดาห์ในผู้หญิง การดื่มในลักษณะนี้ เรียกว่าดื่มอย่างปลอดภัย

2. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบเสี่ยงสูง หมายถึง การดื่มในปริมาณหรือลักษณะที่ทำให้ผู้ดื่มเพิ่มความเสี่ยงที่จะเกิดผลเสียต่อร่างกาย จิตใจ และสังคม โดยผลเสียนี้เกิดขึ้นทั้งตนเองและผู้อื่น แม้ผู้ดื่มยังไม่ป่วยด้วยโรคร้ายแรงใดๆ ก็ตาม นอกจากนี้ยังรวมถึงการดื่มเพียงเล็กน้อยแต่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ เช่น การดื่มขณะตั้งครรภ์ หรือในผู้ที่มีโรคทางกาย

3. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบอันตราย หมายถึง การดื่มในปริมาณและลักษณะที่ทำให้ผู้ดื่มเพิ่มความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพ โดยองค์การอนามัยโลกได้จัดไว้ว่าเป็นความผิดปกติชนิดหนึ่ง การกำหนดปริมาณลักษณะการดื่มแบบเสี่ยงจะใช้การกำหนดระดับปริมาณแอลกอฮอล์เฉลี่ยที่คนทั่วไปไม่ควรดื่มเกิน/สัปดาห์หรือต่อครั้ง ซึ่งเป็นระดับที่สัมพันธ์กับความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายต่อสุขภาพผู้ดื่ม นอกจากการดื่มแบบเมาหัวราน้ำก็ถือว่าเป็นการดื่มแบบมีปัญหา

4. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบติด หมายถึง รูปแบบการดื่มที่ไม่เหมาะสมจนกระทั้งเกิดความผิดปกติทางร่างกาย พฤติกรรมและความคิดทำให้ความรับผิดชอบในหน้าที่ต่าง ๆ บกพร่องไป เช่น การงานหรือครอบครัว ไม่สามารถควบคุมการดื่มทั้งปริมาณ ความถี่ หรือไม่สามารถหยุดดื่มได้ บางคนดื่มเป็นประจำจนไม่ทราบว่าตนเองติด จนเมื่อต้องหยุดดื่มด้วยสาเหตุใดก็ตาม ซึ่งทำให้เกิดอาการถอนพิษ ซึ่งภาวะนี้กำหนดโดยองค์การอนามัยโลกและสามารถให้คำจำกัดความโดยอาศัยตามหลักเกณฑ์ของสมาคมจิตแพทย์อเมริกา

พลเทพ วิจิตรคุณากร, สาวิตรี อัษณางค์กรชัยและ อลัน กีเตอร์ [26] ได้ระบุปริมาณแอลกอฮอล์ที่บริโภคเฉลี่ยต่อวันที่ดื่ม (drinking intensity) ส่งผลต่อผลเสียด้านสุขภาพในระยะสั้น (acute harm) เช่น อุบัติเหตุ การทำร้ายร่างกาย เป็นต้น ในขณะที่ปริมาณแอลกอฮอล์ที่บริโภคเฉลี่ยต่อวัน (average daily consumption) นั้นส่งผลต่อความเสี่ยงด้านสุขภาพในระยะยาวหรือเรื้อรัง (chronic harm) เปรียบเสมือนเป็นการสะสมเอทานอลในร่างกายเป็นระยะเวลานาน เช่น ภาวะติดสุราหรือโรคตับชนิดต่าง ๆ เป็นต้น ดังนั้นจึงมีคำแนะนำขององค์การอนามัยโลกในการแบ่งกลุ่มประชากรตามดัชนีทั้งสอง ดังนี้

การแบ่งกลุ่มของปริมาณแอลกอฮอล์ที่บริโภคเฉลี่ยต่อวันที่ดื่ม (drinking intensity classification)

ปริมาณแอลกอฮอล์ที่บริโภคเฉลี่ยต่อวันที่ดื่มสามารถแบ่งตามเกณฑ์ความเสี่ยงเฉียบพลัน (acute harm) ขององค์การอนามัยโลกได้ 3 กลุ่ม [27] ดังนี้

ตารางที่ 2-1 เกณฑ์ระดับความเสี่ยงเฉียบพลันตามระดับปริมาณแอลกอฮอล์ที่บริโภคเฉลี่ยต่อวันที่ดื่ม

ระดับความเสี่ยงเฉียบพลัน	ปริมาณแอลกอฮอล์ที่บริโภคเฉลี่ยต่อวันที่ดื่ม (กรัม/วันที่ดื่ม)	
	ชาย	หญิง
ต่ำ	> 0-40	> 0-20
ปานกลาง	41-60	21-40
สูง	> 60	> 40

การแบ่งกลุ่มของปริมาณแอลกอฮอล์ที่บริโภคเฉลี่ยต่อวัน (average daily consumption classification)

ปริมาณแอลกอฮอล์ที่บริโภคเฉลี่ยต่อวันสามารถแบ่งตามเกณฑ์ความเสี่ยงเรื้อรัง (chronic harm) ขององค์การอนามัยโลกได้ 3 กลุ่ม[27] ซึ่งสัมพันธ์กับอัตราการตายที่แตกต่างกัน[28] ดังนี้

ตารางที่ 2-2 เกณฑ์ระดับความเสี่ยงเรื้อรังตามระดับปริมาณแอลกอฮอล์ที่บริโภคเฉลี่ยต่อวัน

ระดับความเสี่ยงเรื้อรัง	ปริมาณแอลกอฮอล์ที่บริโภคเฉลี่ยต่อวัน (กรัม/วัน)	
	ชาย	หญิง
ต่ำ	> 0-40	> 0-20
ปานกลาง	41-60	21-40
สูง	> 60	> 40

1.6 การป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

อวิภารัตน์ นิยมไทย[29] ชี้ให้เห็นถึงมาตรการการควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะสามารถช่วยลดปัญหาและผลกระทบด้านต่าง ๆ ตลอดจนการเสริมสร้างสุขภาพของประชาชน โดยมีมาตรการที่สำคัญ ได้แก่

1. มาตรการด้านภาษี เป็นแนวคิดที่ว่าราคาเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่กำหนดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กล่าวคือถ้าราคาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงขึ้นปริมาณการบริโภคก็น่าจะลดลง ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสามารถในการซื้อเมื่อเทียบกับราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มีผลอย่างมากต่อสัดส่วนการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งวิธีการหนึ่งที่จะทำให้ราคาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงก็คือการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต ซึ่งการเพิ่มอัตราภาษีสรรพสามิตนั้นผู้ผลิตจะผลักภาระภาษีให้กับผู้บริโภค ทั้งนี้มาตรการด้านราคาและภาษีมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องหลักๆ อยู่ 2 ฉบับ คือ พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 และพระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2469 โดยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดทุกยี่ห้อในประเทศไทย จะถูกจัดเก็บภาษีสรรพสามิต ส่วนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดทุกยี่ห้อที่นำเข้ามาในราชอาณาจักรจะถูกจัดเก็บทั้งภาษีศุลกากรและภาษีสรรพสามิต

2. มาตรการด้านการเข้าถึงและการซื้อ มาตรการด้านการเข้าถึงและการซื้อมีวัตถุประสงค์เพื่อจำกัดขอบเขตทั้งด้านเวลา สถานที่ และอายุของผู้ซื้อ เพื่อให้คนที่คิดจะดื่มสุราเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ช้าลงกว่าการเปิดเสรีทุกอย่าง โดยการออกกฎหมายข้อบังคับต่าง ๆ เกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ภัตตาคาร บาร์ ไนท์คลับ ร้านขายสินค้าอุปโภคบริโภค ปั้มน้ำมัน เป็นต้น รวมถึงอายุของผู้ซื้อ มาตรการการเข้าถึงและการซื้อ มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจำกัดเวลาขาย โดยที่รัฐบาลมีนโยบายจำกัดอุปทานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการจำกัดเวลาตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 โดยกำหนดให้ผู้ได้รับอนุญาต จำหน่ายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ขายได้เฉพาะเวลา 11.00 – 14.00 น. และ 17.00 – 24.00 น.

พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 มาตรา 16 (1) ห้ามมิให้ผู้รับอนุญาตตั้งสถานบริการยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้ผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ เข้าไปในสถานบริการระหว่างทำการ มาตรา 16 (2) กำหนดห้ามมิให้ผู้รับอนุญาตตั้งสถานบริการยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้ผู้มีอาการมึนเมาจนประพฤติวุ่นวายหรือครองสติไม่ได้เข้าไปหรืออยู่ในสถานบริการระหว่างเวลาทำการ และมาตรา 16 (3) ห้ามให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่ผู้มีอาการมึนเมาจนประพฤติวุ่นวายหรือครองสติไม่ได้

พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 กำหนดไม่อนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่ เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 ได้จำกัดสถานที่ วันเวลา อายุ และวิธีห้าม ดังนี้

มาตรา 27 ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณ ดังต่อไปนี้

(1) วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา

(2) สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล และร้ายขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา

(3) สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดเป็นร้านค้าหรือสโมสร

(4) หอพักตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก

(5) สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยสถานศึกษาแห่งชาติ

(6) สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง หรือร้านค้า บริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

(7) สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป

(8) สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ

มาตรา 28 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันหรือเวลาที่รัฐมนตรีประกาศ โดยคำแนะนำของคณะกรรมการ ทั้งนี้ประกาศดังกล่าวจะกำหนดเงื่อนไขหรือข้อยกเว้นใด ๆ เท่าที่จำเป็น

มาตรา 29 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลดังต่อไปนี้

(1) บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์

(2) บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้

มาตรา 30 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการหรือในลักษณะ ดังต่อไปนี้

(1) เครื่องขายอัตโนมัติ

(2) การเร่ขาย

(3) การลดราคาเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย

(4) ให้หรือเสนอให้สิทธิในการเข้าถึงการเข้าชมการแข่งขัน การแสดง การให้บริการ การชิงโชค การชิงรางวัล หรือสิทธิประโยชน์อื่นใดเป็นการตอบแทนแก่ผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแก่ผู้นำหีบห่อหรือสลากหรือสิ่งอื่นใดเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาแลกเปลี่ยนหรือแลกซื้อ

(5) โดยแจก แถม ให้ หรือแลกเปลี่ยนกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือกับสินค้าอื่นหรือการให้บริการอย่างอื่นแล้วแต่กรณี หรือแจกจ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่างของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือเป็นการจูงใจสาธารณชนให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยตรงหรือทางอ้อม

(6) โดยวิธีหรือลักษณะอื่นใดตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

มาตรา 32 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใด ๆ โดยผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่ปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่านั้น ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

3. มาตรการจำกัดการโฆษณาและการตลาดเพื่อสังคม แนวคิดการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีส่วนสำคัญต่อการรับรู้และสร้างความรู้สึกเชิญชวนให้ผู้บริโภคยอมรับสินค้าเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ยี่ห้อนั้น ๆ ซึ่งเท่ากับเป็นการสร้างแรงจูงใจให้เกิดการบริโภค ดังนั้นการจำกัดการโฆษณาจึงเป็นการลดแรงจูงใจดังกล่าว โดยการออกกฎหมายเพื่อบังคับเกี่ยวกับการใช้ถ้อยคำ เนื้อหาและภาพโฆษณา ห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดทางสถานีวิทยุและโทรทัศน์ในช่วงเวลาหลัง 22.00 น. ตามประกาศกรมประชาสัมพันธ์ การสนับสนุนการตลาดเพื่อสังคมในรูปแบบการรณรงค์ลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มิใช่บริษัทเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ เช่น คณะกรรมการกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ มูลนิธิเมาไม่ขับ และองค์กรอื่น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักถึงภัย ผลกระทบด้านลบทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนเป็นการปลูกฝังค่านิยมที่ดีให้กับคนรุ่นใหม่โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชน

4. มาตรการให้ความรู้และการสร้างเจตคติที่ถูกต้องในระบบการศึกษาทุกระดับ การให้ความรู้และการสร้างเจตคติที่ถูกต้องในระบบการศึกษาทุกระดับ ถือเป็นหน้าที่หลักโดยตรงของสถาบันการศึกษาต่างๆ ทุกระดับชั้น โดยการให้ความรู้เรื่องโทษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในชั้นเรียน การจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนนักศึกษาห่างไกลจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การสำรวจความประพฤติและเฝ้าระวังความประพฤติของนักเรียน โดยออกกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เกี่ยวกับความพยายามของโรงเรียน ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงศึกษาธิการตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542

5. มาตรการลดและป้องกันปัญหาการสูญเสียจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาตรการลดอุบัติเหตุจราจรจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วขับรถ โดยมีมาตรการหลัก คือ การสุ่มตรวจวัดระดับแอลกอฮอล์ในผู้ขับขี่และการลงโทษผู้กระทำความผิด โดยการออกกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับ การไม่อนุญาตให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จนมึนเมาก่อนหรือกำลังขับรถ การจำกัดความเข้มข้นของปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดตามเกณฑ์มาตรฐานโดยใช้เครื่องทดสอบ ตลอดจนไม่อนุญาตให้พนักงานขับรถประจำทางรถยนต์สาธารณะขับรถขณะมึนเมา และไม่ให้รับพนักงานขับรถที่เป็นโรคติดสุราเข้าทำงาน ซึ่งพระราชบัญญัติขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2522 มาตรา 43 กำหนดไว้ว่าห้ามมิให้ผู้ใดขับขี่รถขณะมึนเมาสุราหรือของเมาอย่างอื่น

6. มาตรการต่อผู้ฝ่าฝืนซ้ำ มีวัตถุประสงค์เพื่อลงโทษผู้กระทำผิดเรื่องเดิมซ้ำซากในประเด็นเกี่ยวกับการซื้อ การครอบครองหรือการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยผิดกฎหมาย ในการออกกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ ที่การจำกัดการซื้อขาย การครอบครองหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยกลุ่มบุคคลบางกลุ่ม ผู้กระทำความผิดซ้ำๆ ขับขี่พาหนะในขณะมึนเมาและผู้ที่อยู่ระหว่างการภาคทัณฑ์

7. มาตรการลดและป้องกันความรุนแรงในครอบครัวจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันและบรรเทาปัญหาอันเป็นผลมาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสมาชิกคนใดคนหนึ่งในครอบครัว จนเป็นเหตุให้สมาชิกคนอื่นถูกละเมิดสิทธิส่วนบุคคล รวมทั้งปัญหาอาชญากรรมต่อบุคคลอื่นอาชญากรรมต่อทรัพย์สินและพฤติกรรมผิดกฎหมายที่ไม่รุนแรงอื่น ๆ การดื่มเครื่องดื่มมึนเมาในที่สาธารณะ

8. มาตรการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพแก่ผู้มีปัญหาสุราเรื้อรัง มีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาผู้ที่มีปัญหาสุราเรื้อรังให้มีอาการดีขึ้นจนถึงขั้นหายป่วยจากโรคสุรา ตลอดจนรักษาอาการต่าง ๆ เพื่อให้บุคคลเหล่านี้เลิกดื่มสุราในที่สุด มีการบริการทางการแพทย์ด้านกายภาพ และด้านจิตใจตามโรงพยาบาล สถานบริการชุมชน ศูนย์คนไข้นอก โดยจัดโปรแกรมการรักษา การออกใบอนุญาต และการรับรองผลการรักษา การกำหนดคุณสมบัติของแพทย์หรือบุคลากรทางการแพทย์สาขาต่าง ๆ เช่น จิตแพทย์ แพทย์เวชปฏิบัติ และศัลยแพทย์ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาโรคอันเกิดจากสุรา ความรับผิดชอบ และจรรยาบรรณของบุคลากรทางการแพทย์

9. มาตรการการจำกัดการผลิตและเคลื่อนย้ายสุราเสรี มีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมจำนวนผู้ผลิต การจัดจำหน่าย และการเคลื่อนย้ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเจ้าของธุรกิจต้องได้รับใบอนุญาตให้ทำการผลิต การจำหน่าย การเคลื่อนย้ายอย่างเป็นทางการจากภาครัฐเสียก่อน ทั้งนี้เพื่อรัฐจะได้จัดเก็บภาษีสุราและป้องกันปัญหาสุราหนีภาษี โดยมีการออกกฎหมาย และข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 มีหน่วยงานที่รับผิดชอบ คือ กรมสรรพสามิต

2. ลักษณะธุรกิจการส่งอาหารผ่านแอพพลิเคชั่น

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะธุรกิจการส่งอาหารโดยใช้แอพพลิเคชั่น ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น ลักษณะธุรกิจการส่งอาหาร การให้บริการของแอพพลิเคชั่นในการสั่งอาหารต่างๆ มีรูปแบบการให้บริการ โดยมีรายละเอียดสำคัญดังนี้

2.1 รูปแบบธุรกิจการส่งอาหารของประเทศไทย

ในสมัยก่อน การส่งอาหารจะเป็นในลักษณะการเดินไปสั่ง การโทรสั่ง แล้วให้พนักงานของร้านอาหารเป็นคนที่ส่งอาหาร แต่ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆได้พัฒนาขึ้นเรื่อยๆ ทำให้เกิดเป็นแอพพลิเคชั่นในการสั่งอาหาร ผู้บริโภคเลือกร้านอาหาร เลือกอาหารที่ต้องการเสร็จ ก็รอพนักงานส่งอาหารมาส่งอาหาร เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคและการสั่งอาหารผ่านทางแอพพลิเคชั่นสั่งอาหาร มีแนวโน้มสูงขึ้น สอดคล้องกับมูลค่าตลาดธุรกิจฟู้ดเดลิเวอรี่ ในประเทศไทยมีมูลค่า

ประมาณ 29.2 พันล้านบาท ซึ่งมีอัตราการเติบโตสูงสุดร้อยละ 10 ทุกปี และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งจำนวนพนักงานส่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านทางแอพพลิเคชั่นมีการเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ[1]

ยุคสมัยของธุรกิจส่งอาหาร (Food delivery) ในแต่ละยุคมีดังนี้ [30]

ยุคที่ 1.0 เริ่มตั้งแต่ในช่วงปี2000-2009 เป็นตัวกลางระหว่างผู้ซื้อกับร้านอาหารสำหรับการซื้อกลับบ้านในลักษณะตลาดขายของบนโลกออนไลน์ (Marketplace) มีบริการสั่งอาหารผ่านบนเว็บไซต์จะขนส่งผ่านบุคคลที่ 3

ยุคที่ 2.0 ระบบขนส่งของตนเอง มีบริการสั่งอาหารผ่านแอพพลิเคชั่น ให้บริการขนส่งผ่านระบบขนส่งของแพลตฟอร์มเองซึ่งทำให้ขอส่งได้รวดเร็วขึ้น และมีฐานร้านอาหารเข้าร่วมเพิ่ม จะนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาช่วยในการบริหารจักการ และได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น

ยุคที่ 3.0 การขยายบริหารให้หลากหลาย จะต่อยอดจากธรุกิจส่งอาหารยุคที่ 2.0 โดยการเพิ่มบริการในห่วงโซ่อุปทานอาหาร (food supply chain) เช่น การจัดตั้งร้านอาหารที่ให้บริการเฉพาะซื้อกลับบ้านในรูปแบบครัวร่วม (Cloud Kitchen), แบรนด์ตนเอง การขยายบริการไปในด้านต่างๆ เช่น ซื้อสินค้าจากซูเปอร์มาร์เก็ต, ขนส่งสินค้า, การเงิน, การท่องเที่ยว เป็นต้น

ลักษณะธุรกิจเป็น การบริหารทรัพยากรหลักของกิจการทั้งระบบ เพื่อสร้างและส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า ให้กิจการสามารถทำกำไรได้ ส่วนองค์ประกอบของโมเดลธุรกิจจะประกอบด้วย 4 ส่วนหลัก[31] ดังนี้

1 กระบวนการหลักขององค์กร

2 ทรัพยากรหลัก

3 การสร้างและส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า

4 รูปแบบการทำกำไร

2.2 รูปแบบธุรกิจการส่งอาหารที่ใช้เทคโนโลยีการส่งอาหาร และแพลตฟอร์มแอพพลิเคชั่นหรือเวบไซต์ตัวกลาง

ธุรกิจการส่งอาหารเป็นแนวคิดใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีในการสร้างแพลตฟอร์มและสร้างระบบการบริการแบบเครือข่ายที่มีแอพพลิเคชั่นหรือเว็บไซต์เป็นตัวกลาง โดยที่เข้ามาตอบ โจทย์ในการส่งอาหารให้กับผู้บริโภคลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและคิดค่าบริการตามอัตราที่กำหนดทำให้ร้านอาหารเพิ่มยอดขายให้กับทางร้านและสะดวกต่อสถานที่ให้บริการ และผู้บริโภคได้รับความสะดวกและเสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการซื้อผ่านช่องทางเดิม โดยกระบวนการเริ่มต้น จากลูกค้าส่งค้าสั่งซื้อ ชำระเงินตลอดจนรับอาหาร ภายในเวลาที่กำหนดนอกเหนือจากการพัฒนาระบบการจัดส่งให้มีประสิทธิภาพลูกค้าได้รับอาหารสดใหม่ตรงเวลา[32]

การเติบโตของธุรกิจซื้อขายของออนไลน์ ส่งผลให้การเติบโตของแอพพลิเคชั่นสั่งอาหารเติบโตตามไปด้วย จะเห็นได้จากคู่แข่งในตลาดแอพพลิเคชั่นสั่งอาหารที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น รวมถึงธุรกิจร้านอาหารเริ่มปรับตัวโดยการหันมาใช้แอพพลิเคชั่นสั่งอาหารในการให้บริการกับผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงร้านอาหารได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็นการขยายตัวของการซื้อขายบนแอพพลิเคชั่นสั่งอาหารออนไลน์ แกร็บฟู้ด (Grabfood), ฟู้ดแพนด้า (Foodpanda), ไลน์แมน (LINE MAN) ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคของคนในปัจจุบันเป็นอย่างมาก แม้สภาพตลาดจะมีการเติบโตและมีแนวโน้มเติบโตขึ้น [1]

2.3 ส่วนประกอบของธุรกิจการส่งอาหาร

ธุรกิจส่งอาหาร (Food delivery) ประกอบด้วย 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ แอพพลิเคชั่นสั่งอาหาร, พาร์ทเนอร์ร้านอาหาร,ผู้ใช้บริการ และพนักงานส่งอาหาร [30]

1. แอพพลิเคชั่นสั่งอาหารจะทำหน้าที่บริหารจัดการเครือข่ายเพื่อช่วยให้ธุรกิจดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ การให้บริการธุรกิจส่งอาหาร (Food delivery) บริหารจัดการการซื้อขายด้วยระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์และจัดโปรโมชันให้ส่วนลดค่าอาหารหรือค่าขนส่งเพื่อให้เกิดการใช้บริการเพิ่มสูงขึ้น

2. พาร์ทเนอร์ร้านอาหาร รายได้ค่าอาหารที่ได้รับจะถูกหักค่าค่าดำเนินการ GP รวมถึงค่าประชาสัมพันธ์จากแอพพลิเคชั่นสั่งอาหาร ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนของร้านอาหารเพิ่มขึ้นและทำให้บางรายจำเป็นต้องเพิ่มค่าอาหาร

3. ผู้ใช้บริการจะสั่งอาหารผ่านทางแอพพลิเคชั่นสั่งอาหาร เมื่อได้รับคำสั่งซื้อจะส่งคำสั่งซื้อไปยังร้านอาหารพร้อมกับทำหน้าที่จัดหาผู้ขับขี่หรือพนักงานส่งอาหาร (rider) เพื่อจัดส่งอาหารให้แก่ผู้ใช้บริการ

4. พนักงานส่งอาหาร จะได้รับรายได้จากค่าขนส่งจากแอพพลิเคชั่นสั่งอาหารตามอัตราขั้นต่ำบวกเพิ่มตามระยะทางตามเกณฑ์ที่กำหนดพร้อมทั้งมีโอกาสได้รับ incentive เพิ่มเติมแต่อาจมีการหักค่ารายได้ค่าดำเนินการ (commission) จากแอพพลิเคชั่นสั่งอาหาร

2.4 ลักษณะรายได้ของธุรกิจส่งอาหารผ่านแอพพลิเคชั่น

รายได้ของแอพพลิเคชั่นสั่งอาหารฟู้ดเดลิเวอรี่ (Food delivery) จะเติบโตตามการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ใช้งาน ความถี่ในการใช้บริการ มูลค่าค่าใช้จ่ายต่อคำสั่งซื้อ และสัดส่วนค่ารายได้ ค่าดำเนินการ (commission) รูปแบบการให้บริการนี้ช่วยสร้างรายได้ให้แก่แอพพลิเคชั่นสั่งอาหารใน 4 ส่วน [30] ดังนี้

1. รายได้ค่าดำเนินการ (commission) โดยเฉพาะค่าดำเนินการ GP (Gross Profit) ที่เป็นรายได้หลักของธุรกิจซึ่งคิดจากสัดส่วนของค่าอาหารจากพาร์ทเนอร์ร้านอาหาร โดยมีอัตราค่า

ดำเนินการ GP ตั้งแต่ 15%-30% และค่ารายได้ค่าดำเนินการ (commission) อื่นๆ เช่น ค่า รายได้ค่าดำเนินการ (commission) จากพนักงานส่งอาหาร เป็นต้น

2. รายได้ค่าธรรมเนียมจากผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะค่าขนส่งซึ่งคิดตามระยะทางและค่าธรรมเนียม อย่างเช่น ค่าใช้จ่ายแอพพลิเคชั่นสั่งอาหาร ค่าคำสั่งซื้อขนาดเล็ก

3. รายได้อื่นๆ เช่น ค่าประชาสัมพันธ์ ค่าโฆษณา และค่าการตลาด ทั้งจากพาร์ทเนอร์ร้านอาหารและร้านค้า และรายได้ค่าสมาชิกแบบ

4. จ่ายรายเดือน (subscription) จากผู้ใช้บริการเพื่อแลกส่วนลด

2.5 รูปแบบการให้บริการของบริษัทธุรกิจส่งอาหาร

การให้บริการของแอพพลิเคชั่นในการสั่งอาหารต่างๆ ประกอบด้วย แกร็บฟู้ด (Grabfood), ฟู้ดแพนด้า (Foodpanda), ไลน์แมน (Line man), ออนเนสบี (Honestbee), สกู๊ตตาร์ (SKOOTAR), ลาลามูฟ (Lalamove), EatRanger, SendRanger, เก็ทฟู้ด (GET FOOD) มีรูปแบบการให้บริการ[1] ดังนี้

1. แอพพลิเคชั่นสั่งอาหารแกร็บฟู้ด (Grab food) มีแพลตฟอร์มที่เดียวรวมอยู่ในแอปพลิเคชันเดียวใน Grab คล้ายกับแพลตฟอร์มของ LINE MAN โดยเปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อปี พ.ศ. 2561 หลังจากทดลองให้บริการฟรีในปี พ.ศ. 2560 เป้าหมายของการให้บริการ คือ ส่งอาหารในระยะเวลาอันรวดเร็วให้บริการทั้งร้านอาหารยอดนิยมและร้านอาหารในห้างสรรพสินค้าทั่วกรุงเทพมหานคร จำนวนร้านค้ามีมากกว่า 40,000 ร้าน, ค่าบริการ 0-5 กิโลเมตร 10 บาท เกิน 5 กิโลเมตร เพิ่ม 10 บาทต่อกิโลเมตร, ช่องทางการชำระเงินผ่าน Grab Pay / เงินสด / Android Pay / บัตรเครดิต / เดบิต, ช่วงเวลาในการให้บริการ 24 ชั่วโมง, ระยะเวลาจัดส่งภายใน 60 นาที, ประเภทในการให้บริการอาหารในห้างสรรพสินค้าไปจนถึงอาหารสตรีทฟูด, บริการเรียกรถโดยสารรับส่งพัสดุสินค้าจากร้านสะดวกซื้อ และส่งอาหาร

2. แอพพลิเคชั่นสั่งอาหารฟู้ดแพนด้า (Food panda) ให้บริการ 22 ประเทศทั่วโลก เป็นบริษัทในประเทศเยอรมนี เครือ Rocket Internet เจ้าของเดียวกับ Lazada, Easy Taxi และ Zalora โดยก่อตั้งในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2556 เน้นให้บริการร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า จำนวนร้านค้ามีมากกว่า1,000 ร้าน, ค่าบริการ 40 บาท, ช่องทางการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต / Pay pal / เงินสด, ช่วงเวลาในการให้บริการ 24 ชั่วโมง, ระยะเวลาจัดส่งภายใน 60 นาที, ประเภทในการให้บริการร้านอาหาร อาหารในห้างสรรพสินค้าไทย จีนอิตาเลียน ฝรั่งเศสอินเดีย ญี่ปุ่น และอาหารนานาชาติ บริการส่งแค่อาหาร

3. แอพพลิเคชั่นสั่งอาหารไลน์แมน (Line man) เป็นแอพพลิเคชันอาหารที่คนไทยก่อตั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 ซึ่ง ได้พัฒนาเพื่อแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภคที่ไม่สะดวกไปซื้ออาหารที่ร้าน เนื่องจาก

ไม่มีเวลา ไม่อยากนั่งรอหรือคนที่อยู่ไกลจากร้านอาหาร โดยให้บริการครอบคลุมทั้งบริการสั่งซื้ออาหาร บริการรับส่งหรือสิ่งของ บริการสั่งซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อ เน้นร้านอาหารยอดนิยมของคนไทย Street Food จำนวนร้านค้ามีมากกว่า 40,000 ร้าน, ค่าบริการ 55 บาทต่อ 1 กิโลเมตร กิโลเมตรถัดไปคิดเพิ่ม 9 บาทต่อทุก 1 กิโลเมตร คิดค่าส่งเพิ่ม 30 บาท ตั้งแต่เวลา 22:00-23:59 น. และ 100 บาท ตั้งแต่เวลา 00:00-6:59 น, ช่องทางการชำระเงินผ่านเงินสด / Rabbit / LINE Pay, ช่วงเวลาในการให้บริการ 24 ชั่วโมง, ระยะเวลาจัดส่งภายใน 60 นาที, ประเภทในการให้บริการร้านเด็ด ร้านดัง ร้านเจ้าเก่า ตั้งแต่ร้านอาหารระดับภัตตาคารไปจนถึงอาหารสตรีทฟูด, บริการรับส่งพัสดุ สินค้าจากร้านสะดวกซื้อ และอาหาร

4. แอพพลิเคชั่นอาหารออนเนสบี (Honestbee) เป็นแอพพลิเคชั้นให้บริการในแต่ละประเทศ ได้แก่ ฮ่องกง ไต้หวัน ญี่ปุ่น มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ไทย แอพพลิเคชั่นอาหาร ออนเนสบี (Honestbee) ผู้รับบริการจะได้รับความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภค พนังงานได้มีการฝึกอบรม ค่าเก็บบริการในการส่งอาหาร 70 บาท ระยะเวลาในการทำงานเริ่ม 10.00 – 22.00 นาฬิกา ระยะเวลาการจัดส่งอาหารภายใน 60 นาที ประเภทในการให้บริการร้านอาหาร อาหารนานาชาติ

5. แอพพลิเคชั่นอาหารสกู๊ตตาร์ (SKOOTAR) เป็นแอพพลิเคชั่นเกิดจากประเทศไทย ที่ให้บริการด้วยรถมอเตอร์ไซค์หรือแมสเว็นเจอร์ จะมีการบริการจัดส่งเอกสาร และบริการจัดส่งอาหาร อาหารส่วนใหญ่จะเป็นอาหารข้างทาง และมีการประกันความเสียหายจำนวณ 2,000 บาท กิโลเมตรที่ 1 – 20 ค่าบริการ 70 บาท กิโลเมตรที่ 21 – 30 ค่าบริการ 80 บาทกิโลเมตร ที่ 71 กิโลเมตรจะเพิ่ม 10 บาทต่อกิโลเมตร ระยะเวลาการจัดส่ง 45 นาทีค่าบริการ 70 บาท กิโลเมตรที่ 21 – 30 ค่าบริการ 80 บาทกิโลเมตร ที่ 71 กิโลเมตรจะเพิ่ม 10 บาทต่อกิโลเมตร ระยะเวลาการจัดส่ง 45 นาที

6. แอพพลิเคชั่นอาหารลาลามูฟ (Lalamove) เป็นแอพพลิเคชั่นด้านการ ขนส่ง ให้บริหารด้านการจัดส่งเอกสาร อาหาร หรือเฟอร์นิเจอร์ รถในการขนส่งมีรถตู้ รถบรรทุก และรถจักรยานยนต์ ระยะทางการจัดส่ง 48 บาท 30 กิโลเมตรขึ้นไปและจะเพิ่มกิโลเมตรละ 14 บาท ประเภทร้านอาหารที่ให้บริการ ภัตตาคารจนถึงร้านอาหารข้างทางระยะเวลาการจัดส่ง 60นาที

7. แอพพลิเคชั่นอาหาร Eat Ranger เป็นแอพพลิเคชั่นประเทศไทยให้บริการ การส่งเครื่องดื่มและอาหาร ระยะทางในการให้บริการ 80 บาท แต่ถ้าเกินระยะทาง 2.5 กิโลเมตรจะ เพิ่มกิโลเมตรละ 13 บาท การจัดส่งภายใน 60 นาที ประเภทร้านอาหาร จะเป็นร้านข้างทาง

8. แอพพลิเคชั่นอาหาร Send Ranger แอพพลิเคชั่นเป็นบริษัทของประเทศ ไทย มีการให้บริการจัดส่งเอกสาร พัสดุ ส่งสินค้า และอาหาร และมีการประกันความเสียหายสูงสุด 2,000 บาท

ค่าบริการการจัดส่ง กรุงเทพมหานครจะเริ่มต้น 77 บาท และจะบวกเพิ่ม 33บาทต่อ กิโลเมตร จะจัดส่งภายใน 60 นาที ประเภทร้านอาหารในการให้บริการ อาหารข้างทาง

9. แอพพลิเคชั่นอาหารเก็ทฟู้ด (GET FOOD) เป็นแอพพลิเคชั่นรายใหญ่ใน ประเทศอินโดนีเซียอย่าง Go-Jek รวมกับบริษัท Google ขยายธุรกิจได้ 4 ประเทศ สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ เวียดนาม และประเทศไทยโดยมีชื่อที่เรียกว่า GET มีการให้บริการเรียนรถ ส่งของ อาหาร และบริการอื่นๆ ค่าบริการ จ่ายในการจัดส่งตามที่อยู่ ระยะเวลาการจัดส่งภายใน 60 นาที ประเภท ร้านอาหารที่ให้บริการ ภัตตาคาร ร้านอาหาร และอาหารข้างทาง

ลักษณะการให้บริการของแอปพลิเคชั่นอาหาร จะเห็นว่าแอปพลิเคชั่นอาหารให้บริการในลักษณะที่คล้ายกันบางประเด็น ดังนี้ ระยะเวลาการจัดส่งที่จัดส่งอาหารไม่เกิน 60 นาที และ มีระบบการติดตามพนักงานขับรถในการจัดส่งอาหารแบบ Real-Time ผ่าน GPS Tracking ซึ่งทำให้ผู้บริโภคทราบความเคลื่อนไหวและสามารถวางแผนได้ การให้บริการของแต่ละแอปพลิเคชั่นส่วนใหญ่มีความแตกต่างกันบางประเด็น โดยมีประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1. พาร์ทเนอร์ร้านอาหารของแต่ละแอปพลิเคชั่นโดยแอปพลิเคชั่นที่มีพาร์ทเนอร์ร้านอาหารมากที่สุดสูงถึง 40,000 ร้าน นั่นคือ LINE MAN ส่งผลให้เป็นผู้นำตลาดแอปพลิเคชั่นอาหาร

2. พื้นที่ในการให้บริการจัดส่งอาหาร บางแอปพลิเคชั่นยังไม่ได้ให้บริการครอบคลุม เน้นเฉพาะในเขตพื้นที่ตัวเมือง

3. ค่าบริการจัดส่งอาหาร ซึ่งจะเห็นว่ามีทั้งค่าบริการที่เป็นแบบคงที่และค่าบริการที่เพิ่มหรือลดตามระยะทางการจัดส่งอาหาร และตามช่วงเวลาในการสั่ง นอกจากนี้ยังพบว่าแอปพลิเคชั่นอาหารคิดค่าบริการในการยกเลิกสินค้า

4. ช่องทางการชำระเงินทุกแอปพลิเคชั่นจะให้บริการชำระค่าบริการด้วยเงินสดปลายทางได้ และมีวิธีการชำระเงินออนไลน์เพิ่มเติมแตกต่างกัน เพื่อสร้างความสะดวกและความสบายใจในการใช้บริการของผู้บริโภค

5. ประเภทร้านอาหารที่จะสร้างความหลากหลายในการเลือกให้ลูกค้า ซึ่งในแต่ละแอปพลิเคชั่นก็มีจุดเด่นที่ต่างกัน ขึ้นอยู่กับเป้าหมายของแต่ละแอปพลิเคชั่น ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มประเภทอาหารเป็นอาหารในห้างสรรพสินค้า และ กลุ่มประเภทอาหาร Street food

ซึ่งภาพรวมการให้บริการของแอปพลิเคชั่นอาหารมีลักษณะเฉพาะในการให้บริการ ซึ่งสามารถแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆ โดยในการวิจัยครั้งนี้เห็นความแตกต่างของลักษณะแอปพลิเคชั่นที่ให้บริการจัดส่งอาหารอย่างเดียวกับให้บริการจัดส่งอาหาร ส่งเอกสาร และรับฝากซื้อของที่ร้านสะดวกซื้อ แอปพลิเคชั่นอาหารที่มีความแตกต่างกันอย่างโดดเด่นและเป็นที่นิยมในประเทศไทย คือ FoodPanda, LINE MAN, และ Grabfood ผู้วิจัยจึงศึกษาลักษณะของทั้ง 3 แอปพลิเคชั่น เพื่อศึกษาถึงความน่าสนใจในประเด็นการให้บริการต่าง ๆ และ ความเชื่อมโยงระหว่างลักษณะของการ

ให้บริการ กับลักษณะของบุคคล โดยแสดงประเด็นที่น่าสนใจศึกษาระหว่างแอปพลิเคชั่น FoodPanda, LINE MAN, และ Grabfood ซึ่งเป็นผลจากการสัมภาษณ์เบื้องต้นของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชั่น FoodPanda, LINE MAN, และ Grabfood

2.6 ลักษณะการทำงานของพนักงานส่งอาหาร

ลักษณะของพนักงานส่งอาหาร เริ่มต้นเดินทางไปพื้นที่ที่ต้องการรับงาน ร้านค้าที่เข้าแอพพลิเคชั่นที่เข้าระบบแอพพลิเคชั่น เพื่อตอบรับคำสั่งซื้อจากผู้บริโภค เดินทางไปรับอาหารจากร้านค้าที่ผู้บริโภคสั่งอาหาร จากนั้นรับอาหารและตรวจสอบรายการอาหารยืนยันความถูกต้อง จะเดินทางโดยรถจักรยานยนต์ที่เป็นพาหนะในการการส่งอาหาร ไปส่งมอบอาหารให้กับผู้บริโภคตามตำแหน่งที่ผู้บริโภคได้ระบุไว้บนแอพพลิเคชั่น จากนั้นกดเสร็จสิ้นการส่งอาหารแบบจำลองธุรกิจจะมีองค์ประกอบ 4 ส่วนเพื่อเป็นการบริหารทรัพยากร ธุรกิจที่ส่งอาหาร (Food delivery) เริ่มมีการให้บริการช่วงปี 2000 ซึ่งยุคการส่งอาหารจะมีตลาดการขายบนโลกออนไลน์ ต่อมามีการนำเทคโนโลยีการจัดส่งอาหารผ่านทางแอพพลิเคชั่นซึ่งเป็นที่ได้รับความนิยมเป็นจำนวนมาก มีการพัฒนาแอพพลิเคชั่นขึ้นมาเรื่อยๆ ได้แก่ แกร็บฟู้ด (Grabfood), ฟู้ดแพนด้า (Foodpanda), ไลน์แมน (LINE MAN) เป็นต้นซึ่งแต่ละแอพพลิเคชั่นจะให้บริการที่แตกต่างกันไป จะขึ้นอยู่ กับสถานที่ ประเภทอาหารเป็นต้น การพัฒนาแอพพลิเคชั่นเพื่อให้ตอบโจทย์ในการส่งอาหารให้มี ประสิทธิภาพ สะดวกรวดเร็ว ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงร้านอาหารได้ง่ายขึ้น ผู้บริโภคจึงมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสั่งผ่านทางแอพพลิเคชั่นการส่งอาหาร(Food delivery) โดยลักษณะการสั่ง อาหารผู้บริโภคจะเป็นคนสั่งอาหาร พนักงานส่งอาหารจะรอรับอาหาร หลังจากนั้นจะจัดส่งตามที่อยู่ของผู้บริโภค

3. แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม (The Social Ecological Model)

คำว่า นิเวศวิทยา (ecology) มาจากสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ชีวภาพ ซึ่งหมายถึงความสัมพันธ์ระหว่างระบบของสิ่งมีชีวิตและ "สิ่งแวดล้อม " หมายถึง สิ่งต่างๆที่อยู่ภายนอกตัวบุคคล มุมมองของนิเวศวิทยาซึ่งพัฒนาขึ้นมาในสาขาวิชาการด้านพฤติกรรมศาสตร์สุขภาพและการสาธารณสุขนั้นได้ให้ความสนใจกับธรรมชาติการเปลี่ยนแปลงของมนุษย์ภายใต้สภาพแวดล้อมด้านกายภาพ สังคมและวัฒนธรรม กรอบแนวคิดทางนิเวศวิทยาของพฤติกรรมสุขภาพ จึงเป็นกรอบแนวคิดที่ให้มุมมองด้านพฤติกรรมสุขภาพ มากกว่าที่จะเป็นทฤษฎีหรือโครงสร้างที่มีตัวแปรชัดเจน [14,15]

แนวคิดเกี่ยวกับโมเดลเชิงนิเวศวิทยาสังคม (The Social Ecological Model) เป็นกรอบแนวคิดที่มองว่าพฤติกรรมเกิดจากพหุปัจจัยในหลายระดับ (multiple levels of influence) เกี่ยวข้องกับระบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลและสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นความสัมพันธ์ซับซ้อนของความหลากหลายระดับปัจจัย หากปัจจัยระดับใดระดับหนึ่งมีการเปลี่ยนแปลงก็จะเกิดผลกระทบต่อ

ระดับปัจจัยตัวอื่นตามมาด้วย อธิบายได้ว่าแต่ละระดับพหุปัจจัยมีความสัมพันธ์แบบกำหนดซึ่งกันและกัน(interaction across different levels) กับพฤติกรรมสุขภาพที่มีความเฉพาะเจาะจง (behavior-specific) ซึ่งเป็นผลมาจากความเกี่ยวข้องระหว่างปัจจัย 5 ระดับ ได้แก่ ระดับบุคคล (intrapersonal) ระหว่างบุคคล (interpersonal) องค์กร (organizational) ชุมชน (community) นโยบายสาธารณะ (public policy) [14,15] ดังนี้

ระดับที่ 1 ระดับบุคคล (intrapersonal) หมายถึง คุณลักษณะส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งรวมถึงความรู้ ทัศนคติ ทักษะ พฤติกรรมการรับรู้ความสามารถของตนเอง การพัฒนาการทางเพศ อายุ เอกลักษณ์ทางศาสนา เอกลักษณ์ทางเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ รสนิยมทางเพศ สถานะทางเศรษฐกิจ ทรัพยากรทางการเงิน และการวางเป้าหมายในการดำเนินชีวิตที่ทำให้เกิดพฤติกรรมนั้นขึ้นมา ดังที่กล่าวว่ารูปแบบการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมีได้หลายอย่างที่ใช้ในการส่งเสริมสุขภาพซึ่งได้รับการดัดแปลงมาจากแบบจำลองทางจิตวิทยาเพื่ออธิบายพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพที่เฉพาะเจาะจง ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสรีรวิทยาและอิทธิพลระหว่างบุคคล ตัวอย่างเช่น โปรแกรมการป้องกันการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นส่วนมากจะมีหลากหลายกิจกรรมแต่ล้วนมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การเปลี่ยนในระดับบุคคลมากกว่าที่จะปรับเปลี่ยนสิ่งแวดล้อมทางสังคม โดยวัยรุ่นจะได้รับการฝึกฝนให้ต่อต้านอิทธิพลระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่ มากกว่าความพยายามที่จะปรับเปลี่ยนบรรทัดฐานและค่านิยมในครอบครัวหรือสังคมที่มีในเรื่องการสูบบุหรี่ กิจกรรมเหล่านี้อาจสะท้อนให้เห็นถึงสาเหตุของพฤติกรรมหรือกลไกในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ล้วนอยู่ภายในบุคคลมากกว่าในสภาพแวดล้อมทางสังคม ซึ่งระดับการเปลี่ยนแปลงนี้เป็นหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงลักษณะของแต่ละบุคคล เช่น ความรู้ ทัศนคติ ทักษะหรือความตั้งใจที่จะปฏิบัติตามพฤติกรรมบรรทัดฐาน ซึ่งมีความแตกต่างไปตามระดับของปัญหา

ระดับที่ 2 ระหว่างบุคคล (interpersonal) หมายถึง เครือข่ายและแรงสนับสนุนทางสังคมที่ไม่เป็นทางการและเป็นทางการ รวมถึงระบบสนับสนุนทางสังคมที่สามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมส่วนบุคคล ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน เครือข่ายทางศาสนา และประเพณีที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม โดยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสมาชิกครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน การติดต่อกับที่ทำงานและคนรู้จัก ซึ่งที่กล่าวมาข้างต้นนี้เป็นแหล่งแรงสนับสนุนทางสังคมที่สำคัญที่มีอิทธิพลในการเกิดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมสุขภาพของบุคคล ความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นลักษณะสำคัญของอัตลักษณ์ทางสังคม ทรัพยากรทางสังคมรวมทั้งการสนับสนุนทางอารมณ์ การให้ข้อมูล การเข้าถึงต่อสังคมใหม่ บทบาททางสังคม ความช่วยเหลือที่เป็นรูปธรรม และการตอบสนองทางสังคม ซึ่งการสนับสนุนทางสังคมนี้ยังเป็นสื่อกลางและองค์ประกอบที่สำคัญของการพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพโดยรวม อิทธิพลของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของบุคคลที่ได้รับการยอมรับ

อย่างกว้างขวางในการจัดกิจกรรมในการส่งเสริมสุขภาพ โดยใช้กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนผ่านระดับบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อสังคมมากกว่าการเปลี่ยนบรรทัดฐานหรือกลุ่มทางสังคม

ระดับที่ 3 องค์กร (organizational) หมายถึง สถาบันทางสังคม เป็นองค์กรและเครือข่ายที่มีลักษณะเป็นทางการและไม่ทางการ ซึ่งมีกฎระเบียบและข้อบังคับนโยบายในการดำเนินการให้คนในองค์กรมีพฤติกรรมภายใต้ขอบเขตที่กำหนดโดยปริยาย ในการอภิปรายก่อนหน้านี้เป็นสมมติฐานที่ว่ามุมมองของระบบนิเวศ ระดับองค์กรนี้มองออกไปนอกจากปัจจัยระดับบุคคล ยังมีปัจจัยด้านระบบนิเวศที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสุขภาพ เช่น เป็นผลกระทบของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ระดับที่สามของกรอบนิเวศวิทยานี้หมายถึงองค์กร ซึ่งมีความจำเพาะขององค์กร ประกอบด้วยวิธีการลักษณะขององค์กรนั้นๆ ที่จะสามารถนำกลยุทธ์มาใช้เพื่อแพร่และสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงจากระดับบุคคลสู่วัฒนธรรมในองค์กรทำให้เกิดพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพได้ในระยะยาว

ระดับที่ 4 ชุมชน (community) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรหรือสถาบันทางสังคมและเครือข่ายที่ไม่เป็นทางการ ที่มีกฎระเบียบและข้อบังคับสำหรับการดำเนินงานในขอบเขตที่กำหนด ซึ่งเป็นบรรทัดฐานที่มีอิทธิพลต่อวิถีปฏิบัติพฤติกรรมของคนในชุมชนปฏิบัติตาม ชุมชนเป็นศูนย์กลางสุขภาพ คำจำกัดความประกอบด้วย 1.ชุมชนเป็นเครื่องมือสื่อกลาง ได้แก่ เพื่อนบ้าน เครือข่ายเพื่อน เป็นต้น มีความหมายเทียบเท่าระดับ mesosystem ของ Brofenbrenner 2. ชุมชนเป็นความสัมพันธ์เฉพาะพื้นที่ เช่น พื้นที่โรงเรียน พื้นที่สุขภาพที่รัฐบาลจัดให้ เป็นต้น 3.ชุมชนหมายถึงเงื่อนไขในชุมชนที่มีอิทธิพลต่อบุคคลในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ

ระดับที่ 5 นโยบายสาธารณะ (public policy) หมายถึง กฎหมายและนโยบายระดับท้องถิ่นระดับรัฐ ระดับประเทศชาติ และระดับโลก สำหรับการดูแลสนับสนุนให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดี นโยบายสาธารณะถือว่าเป็นระบบใหญ่ที่สุดมีลักษณะเน้นสุขภาพของประชาชนภาพรวมมากกว่าสุขภาพของบุคคล โดยกำหนดเป็นนโยบายสาธารณะ ข้อบังคับ กฎหมายในการส่งเสริมสุขภาพประชาชนในสังคมทุกคนต้องปฏิบัติ ซึ่งมีหลากหลายปัญหาที่ประสบความสำเร็จโดยการใช้นโยบายสาธารณะในการส่งเสริมสุขภาพ เช่น นโยบายการป้องกันการตั้งครรภ์วัยรุ่น เป็นต้น ซึ่งนโยบายสาธารณะต้องมีความจำเพาะกับพฤติกรรมสุขภาพที่เป็นระบบสื่อกลางที่จัดการระหว่างปัจจัยระดับบุคคลและสิ่งแวดล้อมได้อย่างครอบคลุม จึงจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพที่ประสบความสำเร็จ

ตาราง 2-3 The Social Ecological Model [14,15]

ระดับของกรอบแนวคิด	คำอธิบาย	การทบทวนวรรณกรรม
ระดับที่ 1 ระดับบุคคล (intrapersonal)	คุณลักษณะส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งรวมถึงความรู้ ทัศนคติ ทักษะพฤติกรรมการรับรู้ความสามารถของตนเองการพัฒนาการทางเพศ อายุ เอกลักษณ์ทางศาสนา เอกลักษณ์ทางเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ รสนิยมทางเพศสถานะทางเศรษฐกิจ ทรัพยากรทางการเงิน และการวางเป้าหมายในการดำเนินชีวิต ที่ทำให้เกิดพฤติกรรมนั้นขึ้นมา	คุณลักษณะส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งประกอบด้วย 1) คุณลักษณะประชากร ได้แก่ อายุ การศึกษา ศาสนา สถานภาพสมรส แอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ที่พนักงานปฏิบัติงาน รายได้ และพฤติกรรมการใช้สารเสพติดชนิดอื่น ๆ 2) ข้อมูลเกี่ยวกับการขับรถจักรยานยนต์ส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น3) ความรู้เกี่ยวกับผลของแอลกอฮอล์ต่อการขับขี่กฎหมายและบทลงโทษที่เกี่ยวข้องกับการขับขณะดื่มเมา/ 4) ทัศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรมดื่มไม่ขับ และ 5) แบบแผนพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์
ระดับที่ 2 ระหว่างบุคคล (interpersonal)	เครือข่ายและแรงสนับสนุน ทางสังคมที่ไม่เป็นทางการและเป็นทางการ รวมถึงระบบสนับสนุนทางสังคมที่สามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมส่วนบุคคล ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน เครือข่ายทางศาสนา และประเพณีที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม	เครือข่ายและแรงสนับสนุนทางสังคมที่ไม่เป็นทางการและเป็นทางการที่สามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมประกอบด้วย 1) อิทธิพลของครอบครัวที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ 2) อิทธิพลของเพื่อนร่วมงานที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ และ 3) อิทธิพลของผู้ใช้บริการสั่งอาหารที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ

ตาราง 2-3 The Social Ecological Model (ต่อ)

ระดับของกรอบแนวคิด	คำอธิบาย	การทบทวนวรรณกรรม
ระดับที่ 3 องค์กร (organizational)	สถาบันทางสังคม เป็นองค์กรและเครือข่ายที่มีลักษณะเป็นทางการและไม่ทางการ ซึ่งมีกฎระเบียบและข้อบังคับนโยบายในการดำเนินการให้คนในองค์กรมีพฤติกรรมภายใต้ขอบเขตที่กำหนด	สถาบันทางสังคม เป็นองค์กรและเครือข่ายที่มีลักษณะเป็นทางการและไม่ทางการประกอบด้วย1) อิทธิพลของร้านค้าที่ใช้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ 2) อิทธิพลของแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ที่พนักงานปฏิบัติงานที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ ได้แก่ ลักษณะการทำงาน เวลาในการทำงาน และกฎระเบียบเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ และ 3) อิทธิพลการแข่งขันทางการตลาดของแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ
ระดับที่ 4 ชุมชน)community)	ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรหรือสถาบันทางสังคมและเครือข่ายที่ไม่เป็นทางการ ที่มีกฎระเบียบและข้อบังคับสำหรับการดำเนินงานในขอบเขตที่กำหนด ซึ่งเป็นบรรทัดฐานที่มีอิทธิพลต่อวิถีปฏิบัติพฤติกรรมของคนในชุมชนปฏิบัติตาม	ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรหรือสถาบันทางสังคมและเครือข่ายที่ไม่เป็นทางการ ที่มีกฎระเบียบและข้อบังคับสำหรับการดำเนินงานในขอบเขตที่กำหนดประกอบด้วย 1) ประเพณี และวัฒนธรรมของพื้นที่2) ค่านิยม และ 3) การแบ่งแยก แบ่งชนชั้นทางสังคม/
ระดับที่ 5 นโยบายสาธารณะ (public policy)	กฎหมายและนโยบายระดับท้องถิ่น ระดับรัฐ ระดับ ประเทศชาติ และระดับโลก สำหรับการดูแลสนับสนุนให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดี	การเข้าถึงข้อมูลและนโยบายประกอบด้วย 1) อิทธิพลของกฎหมาย และกฎจราจรที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ และ (2 อิทธิพลของสื่อต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ

ดังจะเห็นได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสุขภาพมีอยู่ในหลายระดับขั้น ซึ่งแนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคมได้ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยภายในตัวบุคคล ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม นโยบายและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพล้วนมีผลต่อพฤติกรรมสุขภาพ ปัจจัยในทุกระดับขั้นต่างก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในเวลาเดียวกันโดยส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับที่ต่างกัน และมีรูปแบบของการมีปฏิสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน ดังนั้นแนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคมมีประโยชน์เมื่อเฉพาะเจาะจงใช้พฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง ช่วยให้แนวคิดกว้างๆ ในการแนะแนวทางในการทำวิจัยและการจัดกิจกรรมด้านสุขภาพให้มีความเฉพาะ การประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดนั้นจะต้องมีการกำหนดตัวแปรที่ได้มีการระบุถึงตัวแปรในแต่ละระดับขั้นซึ่งมีความหลากหลายและมีผลต่อสุขภาพและความผาสุกของบุคคล แต่เนื่องจากปัจจัยที่มีผลต่อสุขภาพมีความซับซ้อน การนำหลักการของแนวคิดนี้มาใช้ในงานทางด้านพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งที่มีความเฉพาะนั้นจะสามารถใช้อธิบายรูปแบบของพฤติกรรมได้ดีกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการจัดกิจกรรมในหลายระดับขั้นจัดว่ามีประสิทธิภาพมากที่สุด สมมุติฐานที่สำคัญของแนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม คือ การจัดกิจกรรมในระดับเดียวนั้นจะไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงและไม่สามารถที่จะทำให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นดำรงอยู่ได้ อย่างไรก็ตามข้อมูลที่จะสนับสนุนแนวคิดดังกล่าวยังมีไม่เพียงพอ แต่เป็นแนวคิดที่สามารถนำไปพิสูจน์หรือทดสอบได้ การจัดกิจกรรมด้านการให้ความรู้ที่ออกแบบเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความเชื่อและพฤติกรรมสุขภาพให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นนั้น ต้องมีนโยบายและสิ่งแวดล้อมที่สนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมที่ต้องการ เช่นเดียวกับการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเดียวก็อาจจะไม่พียงพอในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ต้องการ ดังตัวอย่าง เช่น การสร้างทางเดินเท้าให้มีมากขึ้นอาจไม่มีประโยชน์เพราะไม่มีโปรแกรมที่ช่วยกระตุ้นและจูงใจให้คนมาใช้งาน อย่างไรก็ตามยังคงพบว่ากิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพส่วนใหญ่ได้มุ่งเน้นเฉพาะระดับบุคคล อุปสรรคที่สำคัญของการจัดกิจกรรมในหลากหลายระดับขั้นก็คือ บุคคลากรทางสุขภาพส่วนใหญ่มีความคุ้นเคยกับโครงการที่มุ่งเน้นตัวบุคคล และไม่คุ้นเคยกับกลวิธีในการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายและสิ่งแวดล้อม ด้วยความจริงที่ว่าการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายและสิ่งแวดล้อมนั้นต้องใช้เวลานาน ซึ่งถือว่าเป็นอุปสรรคที่สำคัญประการหนึ่งของนักวางแผนโครงการซึ่งต้องการที่จะเห็นผลงาน ผลสำเร็จในระยะเวลาอันสั้น รวมถึงผู้ที่ทำงานซึ่งมีความจำกัดเกี่ยวกับช่วงเวลาของงบประมาณอีก

อาจกล่าวโดยสรุปว่าสาขาวิชาชีพทางสุขภาพและการสาธารณสุขนั้น การพัฒนาความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเข้าถึงในหลายระดับจากการประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดทางนิเวศวิทยาสังคมนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง และเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าเป็นสิ่งที่ดีและความจำเป็นต่อการดำเนินงาน ความท้าทายที่เกิดขึ้นคือการประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดในการดำเนินซึ่งมีความเฉพาะเจาะจงต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางสุขภาพ และการประเมินประสิทธิภาพของการจัดกิจกรรมในทุกระดับชั้น [14,15]

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น ทั้งในและต่างประเทศ มีดังนี้

ณัธภัชร เฉลิมแดน[2] ได้ศึกษาสถานภาพส่วนบุคคลและพฤติกรรมผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานครที่เคยสั่งอาหารแบบดิลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นช่วงเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง คือกลุ่มผู้บริโภคที่เคยใช้โมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร จานวน 386 ราย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ LINE MAN รองลงไป ได้แก่ Grabfood และ FoodPanda ตามลำดับ สาหรับประเภทอาหารที่สั่งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ฟาสต์ฟู้ด รองลงไป คือ อาหารตามสั่ง และเครื่องดื่ม ตามลำดับ ทำการสั่งอาหารในช่วงเวลา 12.01-14.00 น. โดยที่วัย Gen X สั่งอาหารในจำนวนเงินที่มากกว่าวัยอื่น ๆ

ฐานทัศน์ ชมภูพล, เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์ และปวรรศ จันทร์เพ็ญ[5] ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่(Food Delivery Application) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งทำการศึกษางานวิจัยด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 450 คน ผลการวิจัยพบว่าแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่(Food Delivery Application) ที่กลุ่มตัวอย่างรู้จักและใช้งานมากที่สุด คือ Line Man จำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 86.20 รองลงมาคือ GrabFood จำนวน 369 คน คิดเป็นร้อยละ 82.0 ส่วนในด้านประเภทของสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงโฆษณาของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Food Delivery Application) มากที่สุดคือ สื่อออนไลน์ จำนวน 365 คน คิดเป็นร้อยละ 81.10 รองลงมาคือ เพื่อนแนะนำ จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 56.4 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี อยู่ในความพึงพอใจระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.95 และมีความพึงพอใจต่อประเด็น “สามารถเรียกใช้บริการด่วนหรือสามารถเรียกใช้บริการล่วงหน้าได้” ในระดับมาก

พงษ์มนัส ดีอด[33] ศึกษาผลกระทบของการแพร่ระบาดโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการประกอบอาชีพบริการจัดส่งอาหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสภาพการทำงานของผู้บริการ ส่งอาหารในสภาวะการเกิดการแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ในเขตกรุงเทพมานครและ ปริมณฑล และศึกษาความคิดเห็นต่อมาตรการของรัฐบาลและความวิตกกังวลของผู้บริการส่งอาหารในสภาวะการเกิดการแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา 2019 จำนวน 385 คนโดยวิธีทำการกระจายแบบสอบถามทางวิธีออนไลน์

(Online Questionnaire) ผลการวิจัย พบว่า สภาพการทำงานในสภาวะการเกิดโรคระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง กล่าวคือผู้ให้บริการส่งอาหารไปยังที่พักยังสามารถที่จะปรับตัวต่อการเกิดการแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ได้ เนื่องมาจากตัวผู้ให้บริการส่งอาหารไปยังที่พักเอง มีการป้องกันตัวเองเพื่อไม่ให้มีการติดต่อของโรคระบาด และทางบริษัทมีมาตรการป้องกันต่าง ๆ ออกมาช่วยเหลือ เช่น ให้เว้นระยะและเลี่ยงการสัมผัส เป็นต้น ส่งผลให้การบริการส่งอาหารไปยังที่พักยังคงที่จะดำเนินการประกอบอาชีพต่อไปได้เป็นจำนวนมาก ต่อมาในประเด็น มาตรการเยี่ยวยาจากทางภาครัฐ ผู้ให้บริการส่งอาหารไปยังที่พักเห็นว่ารัฐบาลควรมีมาตรการ เยียวยาอื่น และควรมีการแจกเงินเยี่ยวยาประชาชนให้มากขึ้น ส่วนด้านมาตรการบริหาร จัดการสถานการณ์ที่ดี และมาตรการที่ประชาชนเข้าถึงได้ง่าย พบว่ารัฐบาลยังไม่สามารถที่จะจัดการและทำให้ประชาชนเข้าถึงมาตรการต่าง ๆ ของรัฐบาลได้ง่าย อีกทั้งในประเด็นเรื่องของความวิตกกังวลพบว่าส่วนใหญ่ผู้ให้บริการส่งอาหารมีความกังวลในด้านเศรษฐกิจมากที่สุด

จันทร์ฉาย โยธาใหญ่, สุจิตรา เทียนสวัสดิ์, วารุณี ฟองแก้ว, อัจฉรา สุคนธสรรพ์ และสุภารัตน์ วังศรีคูณ[7] ได้ศึกษาพฤติกรรมดื่มไม่ขับและปัจจัยที่เกี่ยวข้องของนักเรียนสังกัดสถาบันอาชีวศึกษา กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนระดับชั้น ปวช.1-3 จำนวน 615 ราย ของวิทยาลัยเทคนิคและโรงเรียนอาชีวะ 7 แห่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 50.73 ไม่เคยมีพฤติกรรมดื่ม/เมาขณะ ขับขี่รถจักยานยนต์ ร้อยละ 26.50 ขับขี่รถจักรยานยนต์ขณะมึนเมานานๆ ครั้ง ร้อยละ 16.10 ขับขี่รถจักยานยนต์ ขณะมึนเมาเป็นบางครั้ง ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยโลจิสติคพบว่าทัศนคติ อิทธิพลของพ่อแม่ และอิทธิพลของ เพื่อนสามารถทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับขี่รถจักรยานยนต์ได้ 2.12 เท่า 2.00 เท่า และ 2.01 เท่า ตามลำดับ และพบว่าปัจจัยทั้ง 3 ตัวนี้ร่วมกันทำนายการเกิดพฤติกรรมดื่มไม่ขับขี่รถจักรยานยนต์ในกลุ่มตัวอย่างได้ ร้อยละ 15.2

วัชรพงษ์ เรือนคำ และณรงค์ศักดิ์ หนูสอน [11] ได้ศึกษาการเสียชีวิตและการบาดเจ็บจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ โดยการทำความเข้าใจปัญหาอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ซึ่งเป็นเรื่องที่ยุ่งยากเพราะมีองค์ประกอบ มากมายและซับซ้อน การใช้มุมมองทางวิทยาการระบาดในการวิเคราะห์สถานการณ์ของอุบัติเหตุ รถจักรยานยนต์ การกระจายของอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ในด้านบุคคล เวลา สถานที่ อีกทั้งปัจจัยสาเหตุ ของอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ในด้านปัจจัยสามทางระบาดวิทยา ได้แก่ มนุษย์ (ผู้ขับขี่) สิ่งที่ก่อให้เกิดโรค (รถจักรยานยนต์) และสิ่งแวดล้อม (สภาพถนน/สิ่งแวดล้อม / การบังคับใช้กฎหมาย) จะทำให้เข้าใจปัญหา อุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ที่ชัดเจนมากขึ้นและสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้มาใช้ในการกำหนดแนวทางป้องกัน และควบคุมอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ อันจะเป็นการแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพและเป็นการแก้สาเหตุของ ปัญหาอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ที่แท้จริง

Sudhinaraset , Wigglesworth & Takeuchi[14] ได้ศึกษาบริบททางสังคมและวัฒนธรรมการใช้แอลกอฮอล์ : โดยใช้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคมในการศึกษา พบว่า การใช้แอลกอฮอล์ในทางที่ผิดส่งผลให้มีผู้เสียชีวิต 3.3 ล้านคนต่อปี หรือร้อยละ 6 ของการเสียชีวิตทั้งหมดทั่วโลก ผลกระทบที่เป็นอันตรายของการดื่มแอลกอฮอล์มีตั้งแต่ความเสี่ยงต่อสุขภาพของแต่ละบุคคล การเจ็บป่วย และการเสียชีวิต ไปจนถึงผลที่ตามมาของครอบครัว เพื่อนและสังคม อิทธิพลทางวัฒนธรรมและสังคมมีความสัมพันธ์กับการใช้แอลกอฮอล์ การกำหนดให้มีการใช้แอลกอฮอล์ของบุคคลในบริบทและสภาพแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รวมถึงปัจจัยระดับมหภาค เช่น การโฆษณาและการตลาด ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ครอบครัวและคนรอบข้างมีผลต่อการดื่มแอลกอฮอล์เช่นกัน แสดงให้เห็นว่าบริบททางสังคมและวัฒนธรรมมีผลต่อการใช้แอลกอฮอล์

ถึงแม้ประเทศไทยจะมีการดำเนินการบังคับตามกฎหมายและมาตรการต่าง ๆ จากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อไม่ให้มีการขับขี่มอเตอร์ไซด์ขณะเมาหรือภายหลังจากดื่มแอลกอฮอล์ แต่การกำหนดมาตรการดังกล่าวยังขาดการใช้ข้อมูลพื้นฐานที่มาจากการศึกษาในกลุ่มผู้ใช้รถ ใช้ถนน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับครอบครัว ชุมชน หน่วยงาน หรือบริษัทโดยตรง ทั้งยังขาดการศึกษาความเชื่อมโยงถึงบริบทสังคมและวัฒนธรรมที่มีความซับซ้อนอีกด้วย[14,15] จึงส่งผลให้การแก้ไขปัญหาดังกล่าวอาจไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ทำให้จำนวนของอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ยังอยู่ใน 10 อันดับของประเทศ[11] แต่ยังไม่มีการศึกษาถึงการเกิดอุบัติเหตุรถจักยานยนต์ที่เป็นพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น

อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา พบว่าส่วนใหญ่มีการศึกษาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์และการขับขี่ขณะเมาสุราในกลุ่มเยาวชนและวัยรุ่นที่ขับขี่จักรยานยนต์และรถยนต์ การศึกษาพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่พึงประสงค์จากการดื่มสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป [7,16,17] สำหรับการศึกษาในกลุ่มพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชั่นอาหาร พฤติกรรมผู้บริโภคในการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น ช่วงเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 และความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ของประชาชน [1-5] ทำให้เกิดช่องว่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ขาดการศึกษาถึงพฤติกรรมการขับขี่โดยเฉพาะการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี อีกทั้งการศึกษาที่ผ่านมาเป็นการศึกษาเชิงพรรณนาเท่านั้น ยังขาดการศึกษาที่เน้นการวิเคราะห์ในเชิงลึกเกี่ยวกับทิศทางความสัมพันธ์ รวมถึงปัจจัยทำนายที่มีความสำคัญอย่างมากเพื่อทราบถึงสาเหตุหลักของการเกิดพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรีที่ชัดเจนและครอบคลุมทุกระดับปัจจัย[14,15]

บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์เชิงภาคตัดขวาง (Cross-sectional Analytic Study) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ และศึกษาปัจจัยภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาที่มีผลในการทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น (FoodPanda, LINEMAN, Grabfood) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

1. รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิเคราะห์เชิงภาคตัดขวาง (Cross-sectional Analytic Study)

2. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

2.1 พื้นที่ศึกษา ร้านค้าที่มีบริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น (FoodPanda, LINEMAN, Grabfood) ในจังหวัดสุพรรณบุรี

2.2 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ พนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น (FoodPanda, LINE MAN, Grabfood) จังหวัดสุพรรณบุรี โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง ใช้เกณฑ์สำหรับการวิเคราะห์การถดถอยแบบโลจิสติคพหุ การวิจัยครั้งนี้กำหนดตัวอย่างจำนวน 10 หน่วย ต่อ ตัวแปร 1 ตัวแปร[34] ในการวิจัยนี้ มีตัวแปรจำนวน 30 ตัวแปร

จึงได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน และป้องกันข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์จึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 10 ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 342 คน

2.3 การเลือกตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างเป็นระบบ (Systematic Sampling) โดยเป็นพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของ FoodPanda LINE MAN และ Grabfood ที่มารับอาหารหรือเครื่องดื่มจากร้านที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า สถานีบริการน้ำมัน ศูนย์อาหาร ตลาดนัดหรือตลาดเปิดท้าย และร้านอาหารริมทาง (Street Food) ที่มีบริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นของ FoodPanda LINE MAN และ Grabfood เฉพาะในเขตอำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรีเท่านั้น เนื่องจากเป็นเขตอำเภอที่รองรับการขยายตัวของเมือง เขตศูนย์กลางธุรกิจการค้า การบริการ การท่องเที่ยว และมีจำนวนประชาชนอยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับการเลือกพื้นที่ให้บริการหลักของผู้ให้บริการจัดส่งอาหารของแอปพลิเคชั่น และเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างกระจายในแต่ละแอปพลิเคชั่นใกล้เคียงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง (LINE MAN: FoodPanda : Grabfood เป็น 52 : 47 : 1) จำนวนพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในแต่ละแอปพลิเคชั่นสั่งอาหาร LINE MAN 172 คน, FoodPanda 165 คน, และ Grabfood 5 คน การเลือกกลุ่มพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในแต่ละแอปพลิเคชั่น โดยมีเกณฑ์การคัดเข้า ได้แก่ 1) เป็นพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น (FoodPanda, LINEMAN, Grab food) ที่มารับอาหารหรือเครื่องดื่มจากร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี 2) ใช้รถจักรยานยนต์ในการส่งอาหาร และ 3) เข้าใจภาษาไทย ใช้ smartphone หรือ laptop computer ได้ดี และยินยอมเข้าร่วม สำหรับเกณฑ์การคัดออก คือ 1) กลุ่มตัวอย่างไม่อยู่ในช่วงระยะเวลาการเก็บข้อมูล และ 2) ไม่มีบัญชีอีเมลในการลงชื่อเข้าใช้ google

3. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบอ่านและตอบด้วยตนเองในรูปแบบออนไลน์ (google form) ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นโดยประยุกต์แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม (The Social Ecological Model) จากการศึกษาของ Sudhinaraset & Wigglesworth[14] และ McLeroy, Bibeau, Steckler & Glanz [15] มี 6 ส่วน ดังนี้

1. แบบสอบถามปัจจัยระดับบุคคล ประกอบด้วย

1.1) แบบสอบถามคุณลักษณะประชากร ได้แก่ อายุ การศึกษา ศาสนา สถานภาพสมรส แอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรีที่พนักงานปฏิบัติงาน รายได้ และพฤติกรรมการใช้สารเสพติดชนิดอื่น ๆ ข้อคำถามเป็นลักษณะเลือกตอบและแบบเติมข้อความ

1.2) แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการขับรถจักรยานยนต์ส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น ได้แก่ ชั่วโมงการทำงานต่อวัน ประสบการณ์การขับขี่ ประสบการณ์ในการขับรถจักรยานยนต์ส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ ระยะทางขับขี่ต่อวัน การสวมอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล การตรวจสภาพและอุปกรณ์รถ ประวัติการทำผิดกฎจราจรและการถูกจับและปรับ รวมทั้งประวัติการได้รับอุบัติเหตุที่เกี่ยวข้องกับรถจักรยานยนต์ในขณะปฏิบัติงาน และการบาดเจ็บที่ได้รับ ข้อคำถามเป็นลักษณะเลือกตอบและแบบเติมข้อความ

1.3) แบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับผลของแอลกอฮอล์ต่อการขับขี่ กฎหมายและบทลงโทษที่เกี่ยวข้องกับการขับขณะดื่ม/เมา ลักษณะการวัดเป็นแบบตัวเลือกตอบ คือ ใช่ ไม่ใช่และ ไม่ทราบ การคิดคะแนน คือ ให้ 1 คะแนนในข้อที่ตอบถูก ไม่ได้คะแนน ในข้อที่ตอบผิดหรือไม่ทราบ

1.4) แบบสอบถามทัศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรมดื่มไม่ขับ ลักษณะการวัดเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 4 ระดับ คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

1.5) แบบสอบถามแบบแผนพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นโดยประยุกต์จากแบบสอบถามประเมินพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ Context Quantity Frequency (CSQF) ของ พลเทพ วิจิตรคุณากร สาวิตรี อัษณางค์กรชัย และ อลัน กีเตอร์ [26] ประกอบด้วย 1) แบบสอบถามพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ ชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ระยะเวลาในการดื่ม (ระยะเวลาเฉลี่ยการดื่มต่อวัน / สัปดาห์ / ปี) ปริมาณการดื่ม ความถี่ในการดื่ม สถานการณ์ที่ดื่ม สถานที่ที่ดื่ม เวลาในการดื่ม และผู้ร่วมดื่ม และ 2) แบบสอบถามพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ขณะทำงาน ได้แก่ พฤติกรรมการดื่มก่อนทำงาน ระหว่างการทำงาน และหลังการทำงาน ข้อคำถามมีทั้งลักษณะเลือกตอบ และแบบเติมข้อความ สำหรับการคำนวณปริมาณแอลกอฮอล์ที่บริโภคเฉลี่ยต่อวันจะนำมาแบ่งระดับความเสี่ยงออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ระดับต่ำ ปานกลาง และสูง ซึ่งระดับความเสี่ยงจะแตกต่างกันระหว่างเพศชายและเพศหญิง[26]

2. แบบสอบถามปัจจัยระหว่างบุคคล ประกอบด้วย

2.1) แบบสอบถามอิทธิพลของครอบครัวที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ ประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วนต่อเนื่องกัน ส่วนที่ 1 เป็นการรับรู้ถึงอิทธิพลของครอบครัวที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ ส่วนที่ 2 เป็นการให้ความสำคัญในแง่ของการที่จะปฏิบัติตามในส่วนที่ 1 ลักษณะการวัดเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 4 ระดับ คือ ไม่มีเลย/ ไม่ควรปฏิบัติตาม จนถึง มากที่สุด/ควรปฏิบัติตามมากที่สุด

2.2) แบบสอบถามอิทธิพลของเพื่อนร่วมงานที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ ประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วนต่อเนื่องกัน ลักษณะการวัดเป็นแบบเดียวกับข้อ 2.1

2.3) แบบสอบถามอิทธิพลของผู้ใช้บริการสั่งอาหารที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ ประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วนต่อเนื่องกัน ลักษณะการวัดเป็นแบบเดียวกับข้อ 2.1

3. แบบสอบถามปัจจัยระดับองค์กร ประกอบด้วย

3.1) แบบสอบถามอิทธิพลของร้านค้าที่ใช้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ ประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วนต่อเนื่องกัน ลักษณะการวัดเป็นแบบเดียวกับข้อ 2.1

3.2) แบบสอบถามอิทธิพลของแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ที่พนักงานปฏิบัติงานที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วนต่อเนื่องกัน ลักษณะการวัดเป็นแบบเดียวกับข้อ 2.1 และแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการทำงาน เวลาในการทำงาน และกฎระเบียบเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ ข้อคำถามเป็นลักษณะเลือกตอบและแบบเติมข้อความ

3.3) แบบสอบถามอิทธิพลการแข่งขันทางการตลาดของแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วนต่อเนื่องกัน ลักษณะการวัดเป็นแบบเดียวกับข้อ 2.1

4. แบบสอบถามปัจจัยระดับชุมชน ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับ 1) ประเพณี และวัฒนธรรมของพื้นที่ 2) ค่านิยม และ 3) การแบ่งแยก /แบ่งชนชั้นทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการขับขี่ขณะดื่ม/เมาในอาชีพพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น ลักษณะการวัดเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 4 ระดับ คือ ไม่จริงเลย จนถึง จริงทั้งหมด

5. แบบสอบถามปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะ ประกอบด้วย

5.1) แบบสอบถามอิทธิพลของกฎหมาย และกฎจราจรที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ ประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วนต่อเนื่องกัน ลักษณะการวัดเป็นแบบเดียวกับข้อ 2.1

5.2) แบบสอบถามอิทธิพลของสื่อต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ ประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วนต่อเนื่องกัน ลักษณะการวัดเป็นแบบเดียวกับข้อ 2.1

6. แบบสอบถามพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น ลักษณะการวัดเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 4 ระดับ คือ ไม่ปฏิบัติจนถึง ปฏิบัติเป็นประจำ จากนั้นแบ่งระดับการวัดออกเป็น 2 กลุ่ม (Dichotomous scale) กลุ่มที่ 1 คือ ไม่ปฏิบัติ ปฏิบัตินานๆครั้ง ปฏิบัติบางครั้ง และกลุ่มที่ 2 คือ ปฏิบัติเป็นประจำ

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity Index) ของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน พิจารณาให้คะแนน ตรวจสอบความครอบคลุมในเนื้อหา ตลอดจนความถูกต้องเหมาะสมของภาษาที่ใช้ และปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ มีค่า CVI อยู่ระหว่าง 0.80-1.00 จากนั้นคณะวิจัยนำเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปทดลองใช้กับกลุ่มพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s coefficient alpha)

สำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 1.4 และแบบสอบถามในส่วนที่ 2 ถึง ส่วนที่ 6 สำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 1.3 จะหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธี KR-21 (Kuder-Richardson) มีค่าระหว่าง 0.77-0.94

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. คณะวิจัยดำเนินการขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเป็นการพิทักษ์สิทธิ์ด้านจริยธรรมของผู้ยินยอมตนให้ทำการวิจัย ก่อนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลคณะวิจัยจะใช้แบบสอบถามแบบอ่านและตอบด้วยตนเองในรูปแบบออนไลน์ (google form) ซึ่งมีผู้ช่วยวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่มีความคาดเคลื่อนน้อยที่สุด คณะวิจัยจะทำการชี้แจงรายละเอียดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแก่ผู้ช่วยวิจัย ความเข้าใจเครื่องมือและวิธีการเก็บข้อมูล ตลอดจนการตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล

3. คณะวิจัยและผู้ช่วยวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น ที่มารับอาหารหรือเครื่องดื่มจากร้านที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า สถานีบริการน้ำมัน ศูนย์อาหาร ตลาดนัดหรือตลาดเปิดท้าย และร้านอาหารริมทาง (Street Food) ที่มีบริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นของ FoodPanda LINE MAN และ Grab food เฉพาะในเขตอำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้วิธีเลือกสุ่มตัวอย่างอย่างเป็นระบบ (Systematic Sampling) ที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์คัดเข้า

4. คณะวิจัยและผู้ช่วยวิจัยอธิบายรายละเอียด ขั้นตอนของการดำเนินกิจกรรมกับกลุ่มตัวอย่าง และชี้แจงประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมที่กลุ่มตัวอย่างจะได้รับจากการเข้าร่วมการวิจัย ว่าข้อมูลที่ได้คณะวิจัยได้รับจากกลุ่มตัวอย่างนั้น สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุ ปัญหาสุขภาพ รวมทั้งปัญหาด้านเศรษฐกิจ และเกิดประโยชน์แก่พนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านการขนส่ง การบริการ และการส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัท หลังจากนั้นคณะวิจัยจะแจ้งสิทธิในการตอบรับหรือปฏิเสธ ซึ่งเป็นไปด้วยความสมัครใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้ขอความยินยอมจากกลุ่มตัวอย่างให้ทำการวิจัยทั้งทางวาจาและทางรูปแบบออนไลน์ (google form) และแม้กลุ่มตัวอย่างจะเข้าร่วมการวิจัยแล้ว หากในระหว่างการตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างรู้สึกอึดอัด รำคาญเสียเวลา สามารถยุติการตอบแบบสอบถามได้ทันที และไม่เกิดผลเสียหรือผลกระทบใดๆ ต่อกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น โดยข้อมูลทุกอย่างในแบบสอบถามถือเป็นความลับและนำมาใช้ในการศึกษาเท่านั้น

5. คณะวิจัยและผู้ช่วยวิจัยให้กลุ่มตัวอย่างใช้โทรศัพท์ของตัวเองสแกน QR Code เพื่อตอบแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ (google form) ซึ่งคณะวิจัยและผู้ช่วยวิจัยเป็นผู้อธิบายรายละเอียดของแบบสอบถาม และดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ณ บริเวณจุดรอรับสินค้าที่ร้านอาหารจัด

ไว้ให้ โดยกลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการทำแบบสอบถาม ประมาณคนละ 15-20 นาที โดยผู้วิจัยเปิดโอกาสให้ซักถามในสิ่งที่ไม่เข้าใจได้ตลอดระยะเวลาที่ตอบแบบสอบถาม จนกระทั่งสามารถรวบรวมข้อมูลได้ครบถ้วนจำนวน 300 คน จึงยุติการเก็บรวบรวมข้อมูล คณะวิจัยได้ตั้งค่าจำกัดการตอบแบบสอบถามบัญชีอีเมลในการลงชื่อเข้าใช้ google หนึ่งบัญชีอีเมลสามารถทำแบบสอบถามได้ครั้งเดียวเท่านั้น เพื่อลดปัญหาการตอบแบบสอบถามซ้ำ

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุดและค่าต่ำสุด

2. วิเคราะห์การถดถอยพหุโลจิสติค (Hierarchical Logistic Regression Analysis) ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาที่มีผลในการทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี โดยจัดกลุ่มระดับการวัดออกเป็น 2 กลุ่ม (Dichotomous scale)

7. จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

การวิจัยเรื่องนี้ได้ดำเนินการขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดสุพรรณบุรี โดยในแบบสอบถาม Google form จะมีคำชี้แจงรายละเอียดอย่างชัดเจน หากกลุ่มตัวอย่างไม่ยินยอมในการเข้าร่วมการวิจัย มีสิทธิ์ที่ตอบปฏิเสธได้ สำหรับผู้ที่ยินยอมเข้าร่วมการวิจัยสามารถที่จะสิ้นสุดการตอบแบบสอบถามได้ตลอดเวลา ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะถูกเก็บเป็นความลับ และนำเสนอเฉพาะภาพรวมเท่านั้น

บทที่ 4
ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงภาคตัดขวาง (Cross-sectional Analytic Study) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มไม่ขับและปัจจัยภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคมที่มีผลในการทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น (FoodPanda, LINE MAN, Grabfood) จังหวัดสุพรรณบุรี โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ใช้เกณฑ์สำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุ โลจิสติคในการคำนวณขนาดตัวอย่าง โดยกำหนดตัวอย่างจำนวน 10 หน่วย ต่อ ตัวแปร 1 ตัวแปร ในการวิจัยนี้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 342 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างอย่างเป็นระบบ (Systematic Sampling) โดยมีระยะเวลาการดำเนินงานวิจัยตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ ถึง ตุลาคม 2564 แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของปัจจัยภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคมของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี
2. ข้อมูลแบบแผนพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี
3. ข้อมูลพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี
4. การวิเคราะห์ปัจจัยทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี ภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม (ปัจจัยระดับบุคคล ปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยระดับองค์กร ปัจจัยระดับชุมชน และปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะ)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของปัจจัยภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคมของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี

1.1 ปัจจัยระดับบุคคล

ข้อมูลคุณลักษณะประชากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งเป็นชาย (ร้อยละ 65.6) และพบพฤติกรรมการดื่มแล้วขับร้อยละ 20.9 กลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ย 30.2 ปี (S.D.= 7.805) โดยอายุที่มีพฤติกรรมดื่มแล้วขับมากที่สุดคือ อายุระหว่าง 21-40 ปี ร้อยละ 25.7 กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งมีสถานภาพโสด กับ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ (ร้อยละ 61.4) และมีพฤติกรรมการดื่มแล้วขับร้อยละ 21.4 และพบผู้ที่นับถือศาสนาพุทธร้อยละ 98.0 โดยมีพฤติกรรมดื่มแล้วขับร้อยละ 29.8 พนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่มากกว่าครึ่งจบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. (ร้อยละ 54.4) และส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว (ร้อยละ 92.7) สำหรับแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรีที่พนักงานปฏิบัติงานพบว่าเป็นพนักงานของ LINE MAN กับ FoodPanda ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 50.1 และ 48.4 ตามลำดับ) โดยพบว่าพนักงานของ LINE MAN มีพฤติกรรมการดื่มแล้วขับร้อยละ 19.1 และ 10.6 ตามลำดับ และพบลักษณะการทำงานเป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริมในสัดส่วนใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 54.6 และ 45.4 ตามลำดับ) โดยกลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการเป็นพนักงานส่งอาหาร 11,181.98 บาท (S.D.= 5356.269) โดยพนักงานที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีพฤติกรรมดื่มแล้วขับร้อยละ 26.0 ดังตารางที่ 4-1

ข้อมูลเกี่ยวกับการขับรถจักรยานยนต์ส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์การขับขี่รถจักรยานยนต์เฉลี่ย 8.33 ปี (S.D.= 6.356) ในจำนวนนี้พบว่าพนักงานที่มีประสบการณ์ขับขี่รถจักรยานยนต์น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 ปี มีพฤติกรรมดื่มแล้วขับร้อยละ 26.0 ในส่วนของประสบการณ์การเป็นพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ พบว่า มีประสบการณ์พนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ เฉลี่ย 1.10 ปี (S.D.= 0.901) โดยผู้ที่มีประสบการณ์น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 ปี มีพฤติกรรมดื่มแล้วขับร้อยละ 29.5 มีระยะทางขับขี่ต่อวันเฉลี่ย 91.108 กิโลเมตร (Median = 100) โดยพนักงานส่วนใหญ่ขับขี่รถจักรยานยนต์เพื่อส่งอาหารน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 กิโลเมตร / วัน (ร้อยละ 87.7) มีชั่วโมงการทำงานเฉลี่ย 7.89 ชั่วโมงต่อวัน (S.D.= 3.229) ซึ่งพนักงานมากกว่าครึ่งทำงานขับรถส่งอาหารระหว่าง 5-10 ชั่วโมง (ร้อยละ 54.1) โดยในจำนวนนี้มีพนักงานที่มีพฤติกรรมดื่มแล้วขับ ร้อยละ 18.1 และเป็นเจ้าของรถจักรยานยนต์ร้อยละ 88.9 สำหรับการตรวจสอบสภาพและอุปกรณ์รถและการสวมหมวกนิรภัยขณะขับขี่ พบว่าพนักงานมีการตรวจสอบสภาพรถทุกครั้ง ร้อยละ 76.0 และสวมหมวกนิรภัยทุกครั้งขณะขับขี่ ถึงร้อยละ 92.7 เมื่อพิจารณาถึงประวัติการทำผิดกฎจราจรและการถูกจับและปรับ และการได้รับอุบัติเหตุที่เกี่ยวข้องกับรถจักรยานยนต์ในขณะปฏิบัติงาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่เคยมีประวัติ (ร้อยละ 91.5 และ

74.3 ตามลำดับ) ในจำนวนนี้พบว่าพนักงานที่ไม่เคยมีประวัติดังกล่าวมีพฤติกรรมการดื่มแล้วขับร้อยละ 27.8 และ 23.4 ดังตารางที่ 4-1

ความรู้เกี่ยวกับผลของแอลกอฮอล์ต่อการขับขี่ กฎหมายและบทลงโทษที่เกี่ยวข้องกับการขับขณะดื่ม/เมา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับผลของแอลกอฮอล์ต่อการขับขี่ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 7.33; S.D. = 1.496) และรู้ว่ามีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ร้อยละ 59.4 โดยส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่ากฎหมายในปัจจุบันสามารถป้องกันอุบัติเหตุที่เกิดจากการดื่มแล้วขับได้ ถึงร้อยละ 75.1 แต่มีข้อสังเกตว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ในระดับมากมีพฤติกรรมการดื่มแล้วขับร้อยละ 24.0 และ 17.8 ดังตารางที่ 4-1

ทัศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรมดื่มไม่ขับพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีคะแนนเฉลี่ยทัศนคติภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 42.43; S.D. = 5.926) และเมื่อแบ่งระดับทัศนคติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 71.1 แต่พบกลุ่มพนักงานที่มีทัศนคติในระดับปานกลางมีพฤติกรรมการดื่มแล้วขับ ร้อยละ 17.5 ดังตารางที่ 4-1

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบพนักงานมีพฤติกรรมการดื่ม จำนวน 221 คน (ร้อยละ 64.6) ในจำนวนมีผู้ที่มีพฤติกรรมดื่มแล้วขับ ร้อยละ 22.5 และมีพนักงานไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 121 คน (ร้อยละ 35.4) เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ก่อนทำงาน ระหว่างทำงาน และหลังการทำงาน พบว่าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมไม่ดื่ม (ร้อยละ 96.8, 95.9 และ 90.9 ตามลำดับ) โดยมีข้อสังเกตว่าพนักงานที่ดื่มแอลกอฮอล์ก่อนทำงานมีพฤติกรรมดื่มแล้วขับ ร้อยละ 22.5 และพนักงานที่ไม่ดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างการทำงานและหลังการทำงาน มีพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ ร้อยละ 28.7 และ 27.2 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4-1

ตาราง 4-1 ข้อมูลปัจจัยระดับบุคคลของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ (n = 342)

ข้อมูลปัจจัยระดับบุคคล	พฤติกรรมการดื่มไม่ขับ		รวม
	ดื่มไม่ขับ จำนวน (ร้อยละ)	ดื่มแล้วขับ จำนวน (ร้อยละ)	
1. คุณลักษณะประชากร			
1.1 เพศ			
หญิง	86 (25.3)	31 (9.1)	117(34.4)
ชาย	152 (44.7)	71 (20.9)	223 (65.6)
1.2 อายุ ($\bar{x}$ = 30.2, S.D. = 7.805, Min = 16, Max = 59)			
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	17 (5.0)	5 (1.5)	22 (6.4)
21-40 ปี	189 (55.3)	88 (25.7)	277 (81.0)
41-60 ปี	33 (9.6)	10 (2.9)	43 (12.6)
1.3 สถานภาพสมรส			
โสด กับ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	133(40.1)	71(21.4)	204 (61.4)
สมรส	62)18.7(	15) 4.5(	77 (23.2)
อยู่ด้วยกันไม่ได้สมรส	36 (10.8)	15 (4.5)	51 (15.4)
1.4ศาสนา			
พุทธ	233 (68.1)	102 (29.8)	335 (98.0)
คริสต์ อิสลาม ชินโต	6 (1.8)	1 (0.3)	7 (2.0)
1.5 ระดับการศึกษา			
ไม่ได้ศึกษา /ประถมศึกษา /มัธยมศึกษาตอนต้น	59 (17.3)	15 (4.4)	74 (21.6)
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	119 (34.8)	67 (19.6)	186 (54.4)
อนุปริญญาปริญญาตรีและสูงกว่า /.ปวส /	61 (17.8)	21 (6.1)	82 (24.0)

ตาราง 4-1 ข้อมูลปัจจัยระดับบุคคลของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ (n = 342) ต่อ

ข้อมูลปัจจัยระดับบุคคล	พฤติกรรมการดื่มไม่ขับ		รวม
	ดื่มไม่ขับ จำนวน (ร้อยละ)	ดื่มแล้วขับ จำนวน (ร้อยละ)	
1.6 โรคประจำตัว			
ไม่มีโรคประจาตัว/ ไม่เคยตรวจ	219 (64.0)	98 (28.7)	317 (92.7)
มีโรคประจำตัว	20 (5.8)	5 (1.5)	25 (7.3)
1.7 แอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ที่พนักงานปฏิบัติงาน			
Food Panda	129 (37.8)	36 (10.6)	165 (48.4)
LINEMAN	106 (31.1)	65 (19.1)	171 (50.1)
Grab food	3 (0.9)	2 (0.6)	5 (1.5)
1.8 ลักษณะการทำงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี			
อาชีพหลัก	139 (41.2)	45 (13.4)	184 (54.6)
อาชีพเสริม	96 (28.5)	57 (16.9)	153 (45.4)
1.9 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการเป็นพนักงานส่งอาหาร ($\bar{x}$ = 11181.98, S.D. = 5356.269, Min = 1000, Max = 40000)			
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	199 (58.2)	89 (26.0)	288 (84.2)
15,001-30,000 บาท	39 (11.4)	14 (4.1)	53 (15.5)
มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป	1 (0.3)	0 (0.0)	1 (0.3)
2. ข้อมูลการขับรถจักรยานยนต์ส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น			
2.1 ประสบการณ์การขับขี่รถจักรยานยนต์ ($\bar{x}$ = 8.33, S.D. = 6.356, Min = 0.2, Max = 30)			
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 ปี	171 (50.0)	89 (26.0)	260 (76.0)
11-20 ปี	56 (16.4)	13 (3.8)	69 (20.2)
21-30 ปี	12 (3.5)	1 (0.3)	13 (3.8)
2.2 ประสบการณ์การเป็นพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ ($\bar{x}$ = 1.10, S.D. = 0.901, Min = 0.1, Max = 10)			
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 ปี	236 (69.0)	101 (29.5)	337 (98.5)
5-10 ปี	3 (0.9)	2 (0.6)	5 (1.5)

ตาราง 4-1 ข้อมูลปัจจัยระดับบุคคลของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ (n = 342) ต่อ

ข้อมูลปัจจัยระดับบุคคล	พฤติกรรมการดื่มไม่ขับ		รวม
	ดื่มไม่ขับ จำนวน (ร้อยละ)	ดื่มแล้วขับ จำนวน (ร้อยละ)	
2.3 ระยะทางขับขี่ต่อวัน ($\bar{x}$ = 91.108, Median = 100, Min = 1, Max = 600)			
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 กิโลเมตร	202 (59.1)	98 (28.7)	300 (87.7)
101-300 กิโลเมตร	34 (9.9)	4 (1.2)	38 (11.1)
มากกว่า 300 กิโลเมตรขึ้นไป	3 (0.9)	1 (0.3)	4 (1.2)
2.4 ชั่วโมงการทำงานต่อวัน ($\bar{x}$ = 7.89, S.D. = 3.229, Min = 1, Max = 16)			
น้อยกว่าหรือเท่ากับ ชั่วโมง 5	60 (17.5)	32 (9.4)	92 (26.9)
5-10 ชั่วโมง	123 (36.0)	62 (18.1)	185 (54.1)
มากกว่า 10 ชั่วโมงขึ้นไป	56 (16.4)	9 (2.6)	65 (19.0)
2.5 สถานะการเป็นเจ้าของรถ			
เป็นเจ้าของรถ	213 (62.3)	91 (26.6)	304 (88.9)
รถยืม/ รถเช่า/รถของบริษัท	26 (7.6)	12 (3.5)	38 (11.1)
2.6 การตรวจสภาพและอุปกรณ์รถ			
ตรวจสภาพทุกครั้ง	193 (56.4)	67 (19.6)	260 (76.0)
ไม่ตรวจสภาพหรือตรวจบางครั้ง	46 (13.5)	36 (10.5)	82 (24.0)
2.7 การสวมหมวกนิรภัยขณะขับขี่			
สวมทุกครั้ง	227 (66.4)	90 (26.3)	317 (92.7)
ไม่สวม หรือสวมบางครั้ง	12 (3.5)	13 (3.8)	25 (7.3)
2.8 ประวัติการทำผิดกฎจราจรและการถูกจับและปรับ			
ไม่เคยมีประวัติ	218 (63.7)	95 (27.8)	313 (91.5)
เคยมีประวัติ	21 (6.1)	8 (2.3)	29 (8.5)
2.9 ประวัติการได้รับอุบัติเหตุที่เกี่ยวข้องกับรถจักรยานยนต์ในขณะปฏิบัติงาน			
ไม่เคยมีประวัติ	174 (50.9)	80 (23.4)	254 (74.3)
เคยมีประวัติ	65 (19.0)	23 (6.7)	88 (25.7)

ตาราง 4-1 ข้อมูลปัจจัยระดับบุคคลของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ (n = 342) ต่อ

ข้อมูลปัจจัยระดับบุคคล	พฤติกรรมการดื่มไม่ขับ		รวม
	ดื่มไม่ขับ	ดื่มแล้วขับ	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
3. ความรู้เกี่ยวกับผลของแอลกอฮอล์ต่อการขับขี่ กฎหมายและบทลงโทษที่เกี่ยวข้องกับการขับขณะดื่ม/เมา			
3.1 ความรู้เกี่ยวกับผลของแอลกอฮอล์ต่อการขับขี่ ($\overline{X}$ = 7.33, S.D. = 1.496, Min = 0, Max = 8)			
มีความรู้ระดับมาก (5.34-8 คะแนน)	220 (64.3)	82 (24.0)	302 (88.3)
มีความรู้ระดับปานกลาง (2.67-5.33 คะแนน)	17 (5.0)	16 (4.7)	33 (9.6)
มีความรู้ระดับต่ำ (0-2.66 คะแนน)	2 (0.6)	5 (1.5)	7 (2.0)
3.2 ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษที่เกี่ยวข้องกับการขับขณะดื่ม/เมา			
รู้ว่ามีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่ม	142 (41.5)	61 (17.8)	203 (59.4)
แอลกอฮอล์ พศ.. 2551			
ไม่เคยรู้	97 (28.4)	42 (12.3)	139 (40.6)
3.3 กฎหมายในปัจจุบันสามารถป้องกันอุบัติเหตุที่เกิดจากการดื่มแล้วขับ			
ได้	173 (50.6)	84 (24.6)	257 (75.1)
ไม่ได้	66 (19.3)	19 (5.6)	85 (24.9)
4. ทัศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรมดื่มไม่ขับ ($\overline{X}$ = 42.43, S.D. = 5.926, Min = 22, Max = 52)			
มีทัศนคติระดับมาก (41-52 คะแนน)	203 (59.4)	40 (11.7)	243 (71.1)
มีทัศนคติระดับปานกลาง (27-40 คะแนน)	32 (9.4)	60 (17.5)	92 (26.9)
มีทัศนคติระดับน้อย (13-26 คะแนน)	4 (1.2)	3 (0.9)	7 (2.0)
5. พฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์			
5.1 การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง เดือนที่ผ่านมา 3			
ดื่ม	144 (42.1)	77 (22.5)	221 (64.6)
ไม่ดื่ม	95 (27.8)	26 (7.6)	121 (35.4)
5.2 ดื่มแอลกอฮอล์ก่อนทำงาน			
ดื่ม	8 (2.3)	3 (0.9)	11 (3.2)
ไม่ดื่ม	231 (67.5)	100 (29.2)	331 (96.8)

ตาราง 4-1 ข้อมูลปัจจัยระดับบุคคลของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ (n = 342) ต่อ

ข้อมูลปัจจัยระดับบุคคล	พฤติกรรมการดื่มไม่ขับ		รวม
	ดื่มไม่ขับ จำนวน (ร้อยละ)	ดื่มแล้วขับ จำนวน (ร้อยละ)	
5.3 ดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างการทำงาน			
ดื่ม	9 (2.6)	5 (1.5)	14 (4.1)
ไม่ดื่ม	230 (67.3)	98 (28.7)	328 (95.9)
5.4 ดื่มแอลกอฮอล์หลังการทำงาน			
ดื่ม	21 (6.1)	10 (2.9)	31 (9.1)
ไม่ดื่ม	218 (63.7)	93 (27.2)	331(90.9)

1.2 ปัจจัยระหว่างบุคคล

ปัจจัยระหว่างบุคคล ประกอบด้วย อิทธิพลของครอบครัว อิทธิพลของเพื่อนร่วมงาน และอิทธิพลของผู้ใช้บริการสั่งอาหารมีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการดื่มแล้วขับพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่าครอบครัว และผู้ใช้บริการสั่งอาหารมีอิทธิพลในระดับน้อยต่อพฤติกรรมการดื่มแล้วขับพบพฤติกรรมการดื่มแล้วขับร้อยละ 18.1 และ 13.5 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4-2

ตาราง 4-2 ข้อมูลปัจจัยระหว่างบุคคลของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ (n = 342)

ข้อมูลปัจจัยระหว่างบุคคล	พฤติกรรมการดื่มไม่ขับ		รวม
	ดื่มไม่ขับ จำนวน (ร้อยละ)	ดื่มแล้วขับ จำนวน (ร้อยละ)	
1. อิทธิพลของครอบครัวที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ ($\bar{x}$ = 9.39, S.D. = 4.357, Min = 4, Max = 16)			
มีผลในระดับมาก (13-16 คะแนน)	57 (16.7)	25 (7.3)	82 (24.0)
มีผลในระดับปานกลาง(9-12 คะแนน)	67 (19.6)	16 (4.7)	83 (24.3)
มีผลในระดับน้อย (4-8 คะแนน)	115 (33.6)	62 (18.1)	177 (51.8)

ตาราง 4-2 ข้อมูลปัจจัยระหว่างบุคคลของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ (n = 342) ต่อ

ข้อมูลปัจจัยระหว่างบุคคล	พฤติกรรมการดื่มไม่ขับ		รวม
	ดื่มไม่ขับ จำนวน (ร้อยละ)	ดื่มแล้วขับ จำนวน (ร้อยละ)	
2. อิทธิพลของเพื่อนร่วมงานที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ ($\bar{x}$ = 9.62, S.D. = 3.664, Min = 4, Max = 16)			
มีผลในระดับมาก (13-16 คะแนน)	63 (18.4)	18 (5.3)	81 (23.7)
มีผลในระดับปานกลาง(9-12 คะแนน)	45 (13.2)	48 (14.0)	93 (27.2)
มีผลในระดับน้อย (4-8 คะแนน)	131 (38.3)	37 (10.8)	168 (49.1)
3. อิทธิพลของผู้ใช้บริการสั่งอาหารที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ ($\bar{x}$ = 7.17, S.D. = 2.832, Min = 3, Max = 12)			
มีผลในระดับมาก (10-12 คะแนน)	62 (18.1)	12 (3.5)	74 (21.6)
มีผลในระดับปานกลาง(7-9 คะแนน)	44 (12.9)	45 (13.2)	89 (26.0)
มีผลในระดับน้อย (3-6 คะแนน)	133 (38.9)	46 (13.5)	179 (52.3)

1.3 ปัจจัยระดับองค์กร

ปัจจัยระดับองค์กร ประกอบด้วย อิทธิพลของร้านค้าที่ใช้บริการ อิทธิพลของแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ที่พนักงานปฏิบัติงาน และ อิทธิพลการแข่งขันทางการตลาดของแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับในระดับปานกลางทุกด้าน เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการดื่มแล้วขับพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่าร้านค้าที่ใช้บริการ และการแข่งขันทางการตลาดของแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่มีผลในระดับปานกลางต่อพฤติกรรมการดื่มแล้วขับพบพฤติกรรมการดื่มแล้วขับร้อยละ 19.3 และ 10.8 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่าแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ที่พนักงานปฏิบัติงานมีอิทธิพลในระดับน้อยต่อพฤติกรรมการดื่มแล้วขับ พบพฤติกรรมการดื่มแล้วขับร้อยละ 19.3 ส่วน ดังตารางที่ 4-3

ตาราง 4-3 ข้อมูลปัจจัยระดับองค์กรของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ (n = 342)

ข้อมูลปัจจัยระดับองค์กร	พฤติกรรมการดื่มไม่ขับ		รวม
	ดื่มไม่ขับ จำนวน (ร้อยละ)	ดื่มแล้วขับ จำนวน (ร้อยละ)	
1. อิทธิพลของร้านค้าที่ใช้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ ($\bar{x}$ = 7.83, S.D. = 2.689, Min = 3, Max = 12)			
มีผลในระดับมาก (10-12 คะแนน)	71 (20.8)	6 (1.8)	77 (22.5)
มีผลในระดับปานกลาง(7-9 คะแนน)	100 (29.2)	66)19.3(	166 (48.5)
มีผลในระดับน้อย (3-6 คะแนน)	68 (19.9)	31 (9.1)	99 (28.9)
2. อิทธิพลของแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ที่พนักงานปฏิบัติงาน ($\bar{x}$ = 10.848, S.D. = 2.890, Min = 4, Max = 16)			
มีผลในระดับมาก (13-16 คะแนน)	99 (28.9)	14 (4.1)	113 (33.0)
มีผลในระดับปานกลาง(9-12 คะแนน)	90 (26.3)	66 (19.3)	156 (45.6)
มีผลในระดับน้อย (4-8 คะแนน)	50 (14.6)	23 (6.7)	73 (21.3)
3. อิทธิพลการแข่งขันทางการตลาดของแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ ($\bar{x}$ = 5.78, S.D. = 1.620, Min = 2, Max = 8)			
มีผลในระดับมาก (7-8 คะแนน)	101 (29.5)	30 (8.8)	131 (38.3)
มีผลในระดับปานกลาง(5-6 คะแนน)	101 (29.5)	36 (10.5)	137 (40.1)
มีผลในระดับน้อย (2-4 คะแนน)	37 (10.8)	37 (10.8)	74 (21.6)

1.4 ปัจจัยระดับชุมชน

ปัจจัยระดับชุมชน ประกอบด้วย ประเพณี และวัฒนธรรมของพื้นที่ ค่านิยม และ การแบ่งแยก /แบ่งชนชั้นทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการขับขี่ขณะดื่ม/เมาในอาชีพพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น พบว่า มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับในระดับปานกลางทุกด้าน เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการดื่มแล้วขับพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่าประเพณี และวัฒนธรรมของพื้นที่ และการแบ่งแยก /แบ่งชนชั้นทางสังคมมีผลในระดับปานกลางต่อพฤติกรรมการดื่มแล้วขับพบพฤติกรรมการดื่มแล้วขับร้อยละ 14.3 และ 16.1 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่าค่านิยม

มีอิทธิพลในระดับมากต่อพฤติกรรมการดื่มแล้วขับพบพฤติกรรมการดื่มแล้วขับร้อยละ 14.3 ดังตารางที่ 4-4

ตาราง 4-4 ข้อมูลปัจจัยระดับชุมชนของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นจังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ (n = 342)

ข้อมูลปัจจัยระดับชุมชน	พฤติกรรมการดื่มไม่ขับ		รวม
	ดื่มไม่ขับ จำนวน (ร้อยละ)	ดื่มแล้วขับ จำนวน (ร้อยละ)	
1. ประเพณี และวัฒนธรรมของพื้นที่ ($\overline{x}$ = 13.54, S.D. = 4.538, Min = 5, Max = 20)			
มีผลในระดับมาก (16-20 คะแนน)	92 (26.9)	16 (4.7)	108 (31.6)
มีผลในระดับปานกลาง (11-15 คะแนน)	74 (21.6)	49 (14.3)	123 (36.0)
มีผลในระดับน้อย (5-10 คะแนน)	73 (21.3)	38 (11.1)	111 (32.5)
2. ค่านิยม ($\overline{x}$ = 17.56, S.D. = 4.403, Min = 4, Max = 24)			
มีผลในระดับมาก (19-24 คะแนน)	98 (28.7)	49 (14.3)	147 (43.0)
มีผลในระดับปานกลาง(13-18คะแนน)	109 (31.9)	45 (13.2)	154 (45.0)
มีผลในระดับน้อย (6-12 คะแนน)	32 (9.4)	9 (2.6)	41 (12.0)
3. การแบ่งแยก /แบ่งชนชั้นทางสังคม ($\overline{x}$ = 9.19, S.D. = 2.374, Min = 3, Max = 12)			
มีผลในระดับมาก (10-12คะแนน)	123 (36.0)	18 (5.3)	141 (41.2)
มีผลในระดับปานกลาง (7-9 คะแนน)	96 (28.1)	55 (16.1)	151 (44.2)
มีผลในระดับน้อย (3-6 คะแนน)	20 (5.8)	30 (8.8)	50 (14.6)

1.5 ปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะ

ปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะ ประกอบด้วย อิทธิพลของกฎหมาย และกฎจราจร และอิทธิพลของสื่อต่างๆ พบว่า มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับในระดับปานกลางทุกด้าน เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการดื่มแล้วขับ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่านโยบายสาธารณะดังกล่าวมีอิทธิพลในระดับปานต่อพฤติกรรมการดื่มแล้วขับ พบพฤติกรรมการดื่มแล้วขับร้อยละ 14.3 และ 16.4 ตามลำดับ นอกจากนั้นเกินครึ่งหนึ่งของบริษัทหรือแอปพลิเคชั่นที่กลุ่มตัวอย่างทำงานอยู่ (ร้อยละ 51.3) มีนโยบายห้ามพนักงานส่งดื่มแอลกอฮอล์ขณะส่งอาหาร หรือขณะทำงาน โดยพบว่าบริษัทหรือแอปพลิเคชั่นที่ไม่มีนโยบายดังกล่าว หรือพนักงานไม่รับทราบว่ามีนโยบายด้านนี้ จะมีพฤติกรรมดื่มแล้วขับ ร้อยละ 20.0 ในส่วนของสื่อที่พนักงานเห็นว่ามีประสิทธิภาพมากที่สุดต่อการรับรู้ข้อมูล

เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือโทรทัศน์ รองลงมาคือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook, IG, Twitter, Line) และอื่น ๆ (ร้อยละ 60.5 และ 39.5) โดยพนักงานที่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผ่านสื่อโทรทัศน์พบว่ามีพฤติกรรมดื่มแล้วขับร้อยละ 24.3 ดังตารางที่ 4-5

ตาราง 4-5 ข้อมูลปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ (n = 342)

ข้อมูลปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะ	พฤติกรรมการดื่มไม่ขับ		รวม
	ดื่มไม่ขับ จำนวน (ร้อยละ)	ดื่มแล้วขับ จำนวน (ร้อยละ)	
1. อิทธิพลของกฎหมาย และกฎจราจร ($\bar{x}$ = 5.98, S.D. = 1.730, Min = 2, Max = 8)			
มีผลในระดับมาก (7-8 คะแนน)	114 (33.3)	31 (9.1)	145 (42.4)
มีผลในระดับปานกลาง (5-6 คะแนน)	76 (22.2)	49 (14.3)	125 (36.5)
มีผลในระดับน้อย (2-4 คะแนน)	49 (14.3)	23 (6.7)	72 (21.1)
2. อิทธิพลของสื่อต่างๆ ($\bar{x}$ = 10.19, S.D. = 3.508, Min = 4, Max = 16)			
มีผลในระดับมาก (13-16 คะแนน)	65 (19.0)	10 (2.9)	75 (21.9)
มีผลในระดับปานกลาง (9-12 คะแนน)	95 (27.8)	56 (16.4)	151 (44.2)
มีผลในระดับน้อย (4-8 คะแนน)	79 (23.1)	37 (10.8)	118 (33.9)
3. นโยบายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์/พฤติกรรมเมาแล้วขับของบริษัทที่ทำงานอยู่			
มีนโยบาย	136 (40.6)	36 (10.7)	172 (51.3)
ไม่มีนโยบาย	96 (28.7)	67 (20.0)	163 (48.7)
4. สื่อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดต่อการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
โทรทัศน์	124 (36.3)	83 (24.3)	207 (60.5)
เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook, IG, Twitter, Line) และอื่น ๆ	115 (33.6)	20 (5.8)	135 (39.5)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลแบบแผนพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี

จากกลุ่มตัวอย่างพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น (Food Panda LINEMAN Grab food) จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 342 คน พบนักดื่มปัจจุบันจำนวน 221 คน มีเหตุการณ์ดื่มรวมทั้งหมด 211 เหตุการณ์ (drinking event) ในช่วงสามเดือนที่ผ่านมาโดยสามารถจำแนกตามเกณฑ์ความเสี่ยงเฉียบพลันขององค์การอนามัยโลก[27] ได้เป็น 221 เหตุการณ์ความเสี่ยงต่ำทั้งหมด (low-intensity drinking event) ส่วนใหญ่เป็นนักดื่มเพศชาย (ร้อยละ 70.4) โดยพบว่าการบริโภคในช่วงสถานการณ์พิเศษ (ร้อยละ 83.7) โดยเฉพาะในงานสังสรรค์ ส่วนใหญ่พบว่าสถานที่ดื่มคือบ้านของตนเอง (ร้อยละ 80.9) เหตุการณ์การดื่มมักจะดื่มคนเดียว (ร้อยละ 48.9) โดยที่เบียร์เป็นเครื่องดื่มที่นิยมมากที่สุด (ร้อยละ 76.9) เหตุการณ์การบริโภคส่วนใหญ่ (ร้อยละ 59.6) เกิดขึ้นแบบไม่มีการแบ่ง ดังตารางที่ 4-6

ตารางที่ 4-6 ข้อมูลแบบแผนพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี (n = 221 เหตุการณ์ที่ดื่มในนักดื่ม จำนวน 221 คน)[1]

บริบทแบบแผนพฤติกรรม	ปริมาณที่บริโภคเฉลี่ยต่อวันที่ดื่ม หรือ ความเสี่ยงเฉียบพลัน[2] (จำนวน, ร้อยละ)			
	ต่ำ (n=221)	ปานกลาง (n=0)	สูง (n=0)	รวม
เพศ				
นักดื่มเพศชาย	152 (70.4)	0(0.0)	0(0.0)	152 (70.4)
นักดื่มเพศหญิง	64 (29.6)	0(0.0)	0(0.0)	64 (29.6)
สถานการณ์ที่ดื่ม				
ดื่มปกติ	36 (16.3)	0(0.0)	0(0.0)	36 (16.3)
ดื่มในเหตุการณ์พิเศษ	185 (83.7)	0(0.0)	0(0.0)	185 (83.7)
วันหยุด	48	0	0	48
งานสังสรรค์	104	0	0	104
เทศกาลท้องถิ่น	33	0	0	33
สถานที่ดื่ม				
บ้านตนเอง	179 (80.9)	0(0.0)	0(0.0)	179 (80.9)
นอกบ้านตนเอง	42 (19.1)	0(0.0)	0(0.0)	42 (19.1)
บ้าน/ห้องคนอื่น	13	0	0	13
ที่ทำงาน	3	0	0	3
ร้านอาหาร / พับ	17	0	0	17
ร้านขายของชำ/สถานที่ทางศาสนา	9	0	0	9
ดื่มร่วมกับใคร				
คนเดียว	108 (48.9)	0(0.0)	0(0.0)	108 (48.9)
ครอบครัว (สามี ภรรยา ลูก และญาติ)	48 (21.7)	0(0.0)	0(0.0)	48 (21.7)
คนรัก	4 (1.8)	0(0.0)	0(0.0)	4 (1.8)
เพื่อน (ทั้งเพศหญิงและเพศชาย)	45 (20.4)	0(0.0)	0(0.0)	45 (20.4)
เพื่อนร่วมงาน	11 (4.9)	0(0.0)	0(0.0)	11 (4.9)
คนแปลกหน้า	5 (2.3)	0(0.0)	0(0.0)	5 (2.3)

ตารางที่ 4-6 ข้อมูลแบบแผนพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี (n = 221 เหตุการณ์ที่ดื่มในนักดื่ม จำนวน 221 คน)[1] ต่อ

บริบทแบบแผนพฤติกรรม	ปริมาณที่บริโภคเฉลี่ยต่อวันที่ดื่ม หรือ ความเสี่ยงเฉียบพลัน[2] (จำนวน, ร้อยละ)			
	ต่ำ (n=221)	ปานกลาง (n=0)	สูง (n=0)	รวม
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์				
เบียร์	170 (76.9)	0(0.0)	0(0.0)	170 (76.9)
สุราสี	17 (7.7)	0(0.0)	0(0.0)	17 (7.7)
สุราขาว	14 (6.3)	0(0.0)	0(0.0)	14 (6.3)
อื่นๆ ไวน์	20 (9.1)	0(0.0)	0(0.0)	20 (9.1)
การแบ่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่ม (จำนวนนักดื่มในกลุ่ม)				
ไม่มีการแบ่ง	130 (59.6)	0(0.0)	0(0.0)	130 (59.6)
แบ่งกันดื่มหลายคน	88 (40.4)	0(0.0)	0(0.0)	88 (40.4)
2 ถึง 4	48	0	0	48
≥ 5	40	0	0	40

[1] ประยุกต์ใช้แบบสอบถาม CSQF โดยให้นักดื่มตอบเหตุปัจจัยหรือเหตุการณ์ที่ดื่มแอลกอฮอล์บ่อยที่สุดได้เพียงข้อเดียว อาจส่งผลให้การปริมาณที่บริโภคเฉลี่ยต่อวันที่ดื่มคาดเคลื่อน

[2] ความเสี่ยงต่ำ (low-risk) >0-40 กรัม/วันที่ดื่มในเพศชาย และ >0-20 กรัม/วันที่ดื่มในเพศหญิง ความเสี่ยงปานกลาง (medium – risk) 41-60 กรัม/วันที่ดื่มในเพศชาย และ 21-40 กรัม/วันที่ดื่มในเพศหญิง ความเสี่ยงสูง (high-risk) >60กรัม/วันที่ดื่มในเพศชาย และ >40 กรัม/วันที่ดื่มในเพศหญิง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี

พบกลุ่มตัวอย่างพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 103 คน (ร้อยละ 30.1) มีพฤติกรรมการดื่มแล้วขับ และกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 236 คน (ร้อยละ 69.9) มีพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ ดังตารางที่ 4-7

ตารางที่ 4-7 ข้อมูลพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี (n = 342)

พฤติกรรมการดื่มไม่ขับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ดื่มไม่ขับ	239	69.9
ดื่มแล้วขับ	103	30.1

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี ภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม (ปัจจัยระดับบุคคล ปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยระดับองค์กร ปัจจัยระดับชุมชน และปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะ)

วิเคราะห์การถดถอยพหุลอจิสติก (Hierarchical logistic regression) ผู้วิจัยได้นำตัวแปรอิสระมาวิเคราะห์ในลักษณะ enter โดยนำตัวแปรอิสระเข้าวิเคราะห์เป็นลำดับตามกรอบการวิจัย ได้แก่ ปัจจัยระดับบุคคลปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยระดับองค์กร ปัจจัยระดับชุมชน และปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะ จากนั้นได้ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุลอจิสติกของตัวแปรทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 8 ตัวแปรอิสระ (รูปแบบที่ 9) ได้แก่ ประกอบด้วย 1) ปัจจัยระดับชุมชน (Commu) 2) ลักษณะการทำงาน (Worktype) 3) ความรู้เกี่ยวกับผลของแอลกอฮอล์ต่อการขับขี่ กฎหมายและบทลงโทษ (Know) 4) 5) การมีนโยบายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์/พฤติกรรมเมาแล้วขับของบริษัท (Policy) 6) ทัศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรมดื่มไม่ขับ (Attitude) 7) การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (Pastdrink) และ 8) ประสบการณ์การขับขี่รถจักรยานยนต์ (Driverexp) หลังจากได้ทำการตรวจสอบถึงความเหมาะสมของโมเดลโดยพิจารณาจาก Hosmer-Lemeshow Goodness of fit test [34] (χ^2 = 5.391, df = 7, p = .612) พบว่ารูปแบบที่ 9 เป็นรูปแบบที่มีความเหมาะสมสามารถร่วมทำนายตัวแปรอิสระได้ดีสุด (Pseudo R^2=68.8) ดังตารางที่ 4-8

ตารางที่ 4-8 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุลอจิสติกของตัวแปรทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี (n = 342)

ตัวแปร	Coefficient (β)	SE(β)	Odd ratio	95%CI		p-value
Constant	**1.036**	**1.267**	**-**	**-**		**.413**
1. Commu						.006
Commu (1)	1.715	.543	5.559	1.918	16.115	.002
Commu (2)	-.020	.969	.980	.147	6.553	.984
2. Worktype	-.016	.007	.984	.970	.998	.023
3. Know	.752	.473	2.121	.840	.5358	.112
4. Distance	.750	.432	2.118	.909	4.935	.082
5. Policy	1.909	.730	6.748	1.615	28.202	.009
6. Attitude						.091
Attitude (1)	1.123	.543	3.073	1.060	8.909	.039
Attitude (2)	.694	.470	2.001	.797	5.024	.139
7. Pastdrink	-.041	.039	.960	.889	1.037	.298
8. Driverexp						.517
Driverexp (1)	-.486	.488	.615	.236	1.601	.319
Driverexp (2)	.114	.462	1.121	.453	2.774	.805

Pseudo R^2 = 68.8; -2LL= 192.537

Hosmer-Lemeshow Goodness of fit test: χ^2 = 5.391, df = 7, p = .612

จากตาราง 4-8 สามารถเขียนสมการทำนายได้ ดังนี้

Full model logit = 1.036+1.715(Commu1)-.020(Commu2)
-.016(Worktype) +.752(Know) +.750(Distance)
+1.909 (Polivy) +1.123(Attitude1) +.694(Attitude2)
-.041(Pastdrink)-.486(Driverexp1)+.114(Driverexp2)

-2LL = 192.537

ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า รูปแบบที่ 9 มีตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มี 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) ปัจจัยระดับชุมชน (Commu) 2) ลักษณะการทำงาน (Worktype) และ 3) การมีนโยบายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์/พฤติกรรมเมาแล้วขับของบริษัท (Policy) จึงนำมาสร้างเป็นสมการทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ดังตารางที่ 4-9

ตารางที่ 4-9 การวิเคราะห์ปัจจัยทำนายทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรีด้วยวิธีถดถอยพหุลอจิสติก (n = 342)

ตัวแปร	Coefficient (β)	SE(β)	Odd ratio	95%CI	p-value
Constant	1.170	.871	-	-	.179
1. ปัจจัยระดับชุมชน (Commu)					
-มีผลในระดับมาก (Commu1)	1.742	.486	5.710	2.201, 14.814	<0.001
-มีผลในระดับน้อย(Commu2)	.151	.906	1.163	.197, 6.867	.868
2. ลักษณะการทำงาน (Worktype)	-.019	.007	.968	.968, .995	.008
3. การมีนโยบายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์/พฤติกรรมเมาแล้วขับของบริษัท (Policy)	1.912	.735	6.769	1.604, 28.566	.009

จากตาราง 4-9 สามารถเขียนรูปแบบที่เหมาะสมของสมการทำนายได้ ดังนี้

the best model : logit = $\beta_0 + \beta_1$(Commu1)+ β_2(Commu2)+β_3(Worktype)+ β_4(Policy)

= 1.170+1.742(Commu1)+.151(Commu2)-.019(Worktype)

+1.912 (Policy)

-2LL = 207.318

จากตารางที่ 4-9 สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ปัจจัยระดับชุมชน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี โดยพนักงานที่เห็นว่าประเพณี และวัฒนธรรมของพื้นที่ ค่านิยม และการแบ่งแยก /แบ่งชนชั้นทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการขับขี่ขณะดื่ม/เมาในอาชีพพนักงานส่งอาหารมีความสำคัญในระดับมาก จะมีพฤติกรรมการดื่มไม่ขับเป็น 5.710 เท่าของพนักงานที่เห็นความสำคัญของเรื่องดังกล่าวในระดับน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (OR = 5.710, 95%CI = 2.201 – 14.814, p<.001)

2. ลักษณะการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี โดยพนักงานที่ทำงานส่งอาหารเป็นอาชีพเสริมจะมีพฤติกรรมการดื่มไม่ขับเป็น .968 เท่าของพนักงานที่ทำงานส่งอาหารเป็นอาชีพหลัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (OR = .968, 95%CI = .968 – 995, p<.05)

3. การมีนโยบายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์/พฤติกรรมเมาแล้วขับของบริษัท มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี โดยพนักงาที่ทำงานในบริษัทดังกล่าว จะมีพฤติกรรมการดื่มไม่ขับเป็น 6.769 เท่าของพนักงานที่ทำงานในบริษัทที่ไม่มีนโยบายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (OR = 6.769, 95%CI = 1.604 – 28.566, p<.05)

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์เชิงภาคตัดขวาง (Cross-sectional Analytic Study) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ และศึกษาปัจจัยภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาที่มีผลในการทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น (Food Panda, LINE MAN, Grabfood) อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 342 คน เลือกโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างเป็นระบบ (Systematic Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบอ่านและตอบด้วยตนเองในรูปแบบออนไลน์ (google form) ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นโดยประยุกต์แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม (The Social Ecological Model) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์การถดถอยพหุโลจิสติค (Hierarchical Logistic Regression Analysis) โดยมีระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ถึงตุลาคม 2564 โดยแบ่งการสรุปผลการวิจัยออกเป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคมของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี

1. ปัจจัยระดับบุคคล

ข้อมูลคุณลักษณะประชากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งเป็นชาย (ร้อยละ 65.6) มีอายุเฉลี่ย 30.2 ปี (S.D.= 7.805) กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งมีสถานภาพโสด กับหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ (ร้อยละ 61.4) มากกว่าครึ่งของกลุ่มตัวอย่างจบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. (ร้อยละ 54.4) และไม่มีโรคประจำตัว (ร้อยละ 92.7) สำหรับแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรีที่พนักงานปฏิบัติงาน พบว่าเป็นพนักงานของ LINE MAN กับ FoodPanda ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 50.1 และ 48.4 ตามลำดับ) โดยพบว่าพนักงานของ LINE MAN มีพฤติกรรมการดื่มแล้วขับร้อยละ 19.1 และ 10.6 ตามลำดับ และพบลักษณะการทำงานเป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริมในสัดส่วนใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 54.6 และ 45.4 ตามลำดับ) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการเป็นพนักงานส่งอาหาร 11,181.98 บาท (S.D.= 5356.269)

ข้อมูลเกี่ยวกับการขับรถจักรยานยนต์ส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์การขับขี่รถจักรยานยนต์เฉลี่ย 8.33 ปี (S.D.= 6.356) ในส่วนของ

ประสบการณ์การเป็นพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ พบว่า มีประสบการณ์พนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ เฉลี่ย 1.10 ปี (S.D.= 0.901) ระยะทางในการขับขี่ส่งอาหารต่อวันเฉลี่ย 91.108 กิโลเมตร (Median = 100) มีชั่วโมงการทำงานเฉลี่ย 7.89 ชั่วโมงต่อวัน (S.D.= 3.229โดยเป็นเจ้าของรถจักรยานยนต์เอง (ร้อยละ 88.9) พนักงานมีการตรวจสอบสภาพรถทุกครั้ง และสวมหมวกนิรภัยทุกครั้งขณะขับขี่ (ร้อยละ 76.0 และร้อยละ 92.7) และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่เคยมีประวัติการทำผิดกฎจราจร และการได้รับอุบัติเหตุที่เกี่ยวข้องกับรถจักรยานยนต์ในขณะปฏิบัติงาน (ร้อยละ 91.5 และ 74.3)

กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับผลของแอลกอฮอล์ต่อการขับขี่ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 7.33; S.D. = 1.496) และมีคะแนนเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการสัมผัสควันบุหรี่มือสองภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน ($\bar{x}$ = 42.43; S.D. = 5.926) ในส่วนพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบพนักงานมีพฤติกรรมการดื่ม ร้อยละ 64.6 และมีพนักงานไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 35.4 เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ก่อนทำงาน ระหว่างทำงาน และหลังการทำงาน พบว่าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมไม่ดื่ม (ร้อยละ 96.8, 95.9 และ 90.9 ตามลำดับ)

2. ปัจจัยระหว่างบุคคล

ปัจจัยระหว่างบุคคล ประกอบด้วย อิทธิพลของครอบครัว อิทธิพลของเพื่อนร่วมงาน และอิทธิพลของผู้ใช้บริการสั่งอาหารมีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับในระดับมากทุกด้าน

3. ปัจจัยระดับองค์กร

ปัจจัยระดับองค์กร ประกอบด้วย อิทธิพลของร้านค้าที่ใช้บริการ อิทธิพลของแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ที่พนักงานปฏิบัติงาน และ อิทธิพลการแข่งขันทางการตลาดของแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับในระดับปานกลางทุกด้าน

4. ปัจจัยระดับชุมชน

ปัจจัยระดับชุมชน ประกอบด้วย ประเพณี และวัฒนธรรมของพื้นที่ ค่านิยม และการแบ่งแยก /แบ่งชนชั้นทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการขับขี่ขณะดื่ม/เมาในอาชีพพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น พบว่า มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับในระดับปานกลางทุกด้าน

5. ปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะ

ปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะ ประกอบด้วย อิทธิพลของกฎหมาย และกฎจราจร และอิทธิพลของสื่อต่างๆ พบว่า มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับในระดับปานกลางทุกด้าน นอกจากนั้นเกินครึ่งหนึ่งของบริษัทหรือแอปพลิเคชั่นที่กลุ่มตัวอย่างทำงานอยู่ (ร้อยละ 51.3) มีนโยบายห้ามพนักงานส่งดื่มแอลกอฮอล์ขณะส่งอาหาร หรือขณะทำงาน และสื่อที่พนักงานเห็นว่ามีประสิทธิภาพ

มากที่สุดต่อการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือโทรทัศน์ รองลงมาคือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook, IG, Twitter, Line) และอื่น ๆ (ร้อยละ 60.5 และ 39.5)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลแบบแผนพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี

จากกลุ่มตัวอย่างพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น (Food Panda LINEMAN Grab food) จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 342 คน พบนักดื่มปัจจุบันจำนวน 221 คน มีเหตุการณ์ดื่มรวมทั้งหมด 211 เหตุการณ์ (drinking event) ในช่วงสามเดือนที่ผ่านมาโดยสามารถจำแนกตามเกณฑ์ความเสี่ยงเฉียบพลันขององค์การอนามัยโลก ได้เป็น 221 เหตุการณ์ความเสี่ยงต่ำทั้งหมด (low-intensity drinking event) ส่วนใหญ่เป็นนักดื่มเพศชาย (ร้อยละ 70.4) โดยพบว่าการบริโภคในช่วงสถานการณ์พิเศษ (ร้อยละ 83.7) โดยเฉพาะในงานสังสรรค์ ส่วนใหญ่พบว่าสถานที่ดื่มคือบ้านของตนเอง (ร้อยละ 80.9) เหตุการณ์การดื่มมักจะดื่มคนเดียว (ร้อยละ 48.9) โดยที่เบียร์เป็นเครื่องดื่มที่นิยมมากที่สุด (ร้อยละ 76.9) เหตุการณ์การบริโภคส่วนใหญ่ (ร้อยละ 59.6) เกิดขึ้นแบบไม่มีการแบ่ง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี

พบกลุ่มตัวอย่างพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 103 คน (ร้อยละ 30.1) มีพฤติกรรมการดื่มแล้วขับ และกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 236 คน (ร้อยละ 69.9) มีพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี ภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม (ปัจจัยระดับบุคคล ปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยระดับองค์กร ปัจจัยระดับชุมชน และปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะ)

ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มี 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) ปัจจัยระดับชุมชน (Commu) [OR = 5.710, 95%CI = 2.201 – 14.814, p<.001] 2) ลักษณะการทำงาน (Worktype) [OR = 5.710, 95%CI = 2.201 – 14.814, p<.001] และ 3) การมีนโยบายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์/พฤติกรรมเมาแล้วขับของบริษัท (Policy)

[OR = 6.769, 95%CI = 1.604 – 28.566, p<.05] จึงนำมาสร้างเป็นสมการทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ดังนี้

the best model : logit $= \beta_0 + \beta_1$(Commu1)$+ \beta_2$(Commu2)$+\beta_3$(Worktype)$+\beta_4$(Policy)

$= 1.170+1.742$(Commu1)$+.151$(Commu2)$-.019$(Worktype)

$+1.912$ (Policy)

-2LL = 207.318

2. อภิปรายผล

2.1 พฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี

จากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งสิ้น 342 คน พบพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 236 คน (ร้อยละ 69.9) ที่มีพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ และพบจำนวน 103 คน (ร้อยละ 30.1) ที่มีพฤติกรรมการดื่มแล้วขับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จันทร์ฉาย โยธาใหญ่ และคณะ[7] ได้ศึกษาพฤติกรรมดื่มไม่ขับและปัจจัยที่เกี่ยวข้องของนักเรียนสังกัดสถาบันอาชีวศึกษา กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนระดับชั้น ปวช.1-3 จำนวน 615 ราย ของวิทยาลัยเทคนิคและโรงเรียนอาชีวะ 7 แห่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 50.73 ไม่เคยมีพฤติกรรมดื่ม/เมาขณะ ขับขี่รถจักยานยนต์ แต่ไม่สอดคล้องกับอุษา บิ้กกิ้นส์[6] ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมเมาแล้วขับของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลกับวัยรุ่นที่มีอายุ 18-24 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมดื่มแล้วขับรถจักรยานยนต์ขณะมึนเมา

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่ามีพนักงานร้อยละ 35.4 ที่เลิกดื่ม และส่วนใหญ่มีพฤติกรรมไม่ดื่มแอลกอฮอล์ก่อนทำงาน ระหว่างทำงาน และหลังการทำงาน ร้อยละ 96.8, 95.9 และ 90.9 ตามลำดับ แสดงให้เห็นแนวโน้มที่ดีขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในกลุ่มเสี่ยงพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวนเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่เดือน เมษายน 2564 อีกทั้งกลุ่มพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่จัดเป็นกลุ่มเสี่ยงสูง จึงต้องปฏิบัติตามมาตรการควบคุม ป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้พบพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ลดลง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พงษ์มนัส ดีอด[33] ที่พบว่าผู้ประกอบอาชีพบริการจัดส่งอาหารมีโอกาสเสี่ยงต่อการติดเชื้อ และเป็นกลุ่มแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ไปยังผู้อื่นได้

สำหรับแบบแผนพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี พบนักดื่มปัจจุบันจำนวน 221 คน เป็นผู้มีความเสี่ยงต่ำทั้งหมด (low-intensity drinking event) ส่วนใหญ่เป็นนักดื่มเพศชาย (ร้อยละ 70.4) โดยพบว่าการบริโภคในช่วงสถานการณ์พิเศษ (ร้อยละ 83.7) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพลเทพ วิจิตรคุณากร[35] ได้พัฒนาเครื่องมือสำรวจการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยจากกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดสงขลาจำนวน 804 คน พบนักดื่มปัจจุบันจำนวน 183 คน โดยพบว่าเป็นผู้มีความเสี่ยงต่ำมากที่สุด แต่เมื่อพิจารณาเหตุการณ์ สถานที่ที่ดื่ม และบุคคลที่ร่วมดื่มจากการศึกษานี้ พบว่า พนักงานจะดื่มเฉพาะในงานสังสรรค์ สถานที่ดื่มจะเป็นบ้านของตนเอง และมักดื่มเพียงคนเดียว จึงเป็นสาเหตุให้เป็นผู้มีความเสี่ยงต่ำทั้งหมด (low-intensity drinking event) ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพลเทพ วิจิตรคุณากร[35] ที่พบว่าเหตุการณ์ความเสี่ยงปานกลางหรือสูง (medium- or high-intensity drinking event)มีความสัมพันธ์กับการบริโภคในช่วงสถานการณ์พิเศษ (special situation) โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงวันหยุดยาว ประมาณครึ่งหนึ่งของเหตุการณ์เกิดขึ้นนอกบ้านของผู้ดื่ม (outside the drinker's house) โดยมักจะดื่มที่บ้านของผู้อื่น เหตุการณ์การดื่มมักจะดื่มกับเพื่อนฝูง โดยที่เบียร์และสุราสีเป็นเครื่องดื่มที่นิยมมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเหตุการณ์ความเสี่ยงสูงมักจะดื่มสุราสีและเหตุการณ์ความเสี่ยงต่ำมักจะดื่มเบียร์ เหตุการณ์การบริโภคส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65) เกิดขึ้นแบบกลุ่ม โดยที่เหตุการณ์การดื่มแบบกลุ่มมักจะสัมพันธ์กับความเสี่ยงปานกลางหรือสูง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และยังสอดคล้องกับการศึกษาของพงษ์มนัส ดีอด[33] ที่พบว่าผู้ประกอบอาชีพบริการจัดส่งอาหารมีความวิตกกังวลกับภาวะเศรษฐกิจมากที่สุด จึงทำให้ลด ละ เลิกพฤติกรรมการสังสรรค์ และลดค่าใช้จ่ายจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประกอบกับมาตรการการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านค้าร้านอาหาร และการห้ามรวมตัวในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อีกด้วย

2.2 ปัจจัยภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม (ปัจจัยระดับบุคคล ปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยระดับองค์กร ปัจจัยระดับชุมชน และปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะ) สามารถทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลจากการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุโลจิสติค สามารถอภิปรายตามสมมติฐานการวิจัยได้ว่า ตัวแปร ประกอบด้วย 1) ปัจจัยระดับชุมชน (Commu) 2) ลักษณะการทำงาน (Worktype) และ 3) การมีนโยบายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์/พฤติกรรมเมาแล้วขับของบริษัท

(Policy) สามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ร้อยละ 68.8 ดังสมการ

$$\text{logit} = \beta_0 + \beta_1(\text{Commu1}) + \beta_2(\text{Commu2}) + \beta_3(\text{Worktype}) + \beta_4(\text{Policy})$$

$$= 1.170 + 1.742(\text{Commu1}) + .151(\text{Commu2}) - .019(\text{Worktype}) + 1.912\ (\text{Policy})$$

2.2.1 ปัจจัยระดับชุมชน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี โดยพนักงานที่เห็นว่าประเพณี และวัฒนธรรมของพื้นที่ ค่านิยม และการแบ่งแยก /แบ่งชนชั้นทางสังคมในอาชีพพนักงานส่งอาหารมีความสำคัญในระดับมาก จะมีพฤติกรรมการดื่มไม่ขับเป็น 5.710 เท่าของพนักงานที่เห็นความสำคัญของเรื่องดังกล่าวในระดับน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (OR = 5.710, 95%CI = 2.201 – 14.814, p<.001) ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่า พนักงานยังคงให้ความสำคัญต่อประเพณีและวัฒนธรรมของพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ที่พบว่าปัจจุบันไม่นิยมการจัดเลี้ยงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในการพิธีต่าง ๆ เช่น งานบวช งานแต่งงาน งานบุญ งานศพ และไม่นิยมให้ของขวัญในเทศกาลสำคัญด้วยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงทำให้ประเพณีดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอุษา บิ้กกิ้นส์[6] ที่พบว่าปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่เอื้อให้บุคคลมีพฤติกรรมเมาแล้วขับ และพบว่าไม่สอดคล้องกับ Sudhinaraset et al. [14] ที่ได้ศึกษาบริบททางสังคมและวัฒนธรรมการใช้แอลกอฮอล์โดยใช้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคมในการศึกษา พบว่า อิทธิพลทางวัฒนธรรมค่านิยม และสังคมมีความสัมพันธ์กับการใช้แอลกอฮอล์ การกำหนดให้มีการใช้แอลกอฮอล์ของบุคคลในบริบทและสภาพแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รวมถึงปัจจัยระดับมหภาค เช่น การโฆษณาและการตลาด ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ครอบครัวและคนรอบข้างมีผลต่อการดื่มแอลกอฮอล์เช่นกัน เช่นเดียวกับการศึกษาของ อัญชนา ณ ระนอง [25] ที่กล่าวว่าคนไทยจำนวนมากยังมีความคิดว่าการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์เป็นเรื่องธรรมดาในสังคมไทย แสดงให้เห็นว่าบริบททางสังคมและวัฒนธรรมมีผลต่อการใช้แอลกอฮอล์ สำหรับการแบ่งแยก / แบ่งชนชั้นทางสังคมในกลุ่มพนักงานส่งอาหารปัจจุบันมีการเปิดกว้างเรื่องความหลากหลายและยอมรับต่ออาชีพรถจักรยานยนต์ส่งอาหารเพิ่มมากขึ้น โดยมีข้อมูลสนับสนุนจากการศึกษาของฐานทัศน์ ชมภูพลและคณะ[5] ที่ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่(Food Delivery Application) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งทำการศึกษางานวิจัยด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 450 คน ผลการศึกษาดังกล่าวพบว่ามีระดับความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี อยู่ในความพึงพอใจระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.95 และมีความพึงพอใจต่อประเด็น “สามารถเรียกใช้บริการด่วนหรือสามารถเรียกใช้บริการล่วงหน้าได้” ในระดับมาก

2.2.2 ลักษณะการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี โดยพนักงานที่ทำงานส่งอาหารเป็นอาชีพเสริม จะมีพฤติกรรมการดื่มไม่ขับเป็น .968 เท่าของพนักงานที่ทำงานส่งอาหารเป็นอาชีพหลักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (OR = .968, 95%CI = .968 – 995, p<.05) ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิตศรี จิตต์พิศาล, วันเพ็ญ แก้วปาน และสุรินธร กลัมพากร [36] ที่พบว่าผู้ขับรถจักรยานยนต์รับจ้างในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 342 คน ที่ขับเป็นอาชีพเสริมมีพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุต่ำกว่าผู้ที่ขับขี่เป็นอาชีพประจำ ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่าพนักงานที่ทำงานส่งอาหารเป็นอาชีพเสริม อาจไม่ต้องเผชิญกับความเครียดในการทำงาน หรือมีชั่วโมงการทำงานที่น้อยกว่าพนักงานประจำ และปฏิบัติงานไม่ซ้ำซากจำเจ ส่งผลให้พนักงานที่ทำงานส่งอาหารเป็นอาชีพเสริมมีพฤติกรรมการดื่มไม่ขับดีกว่าพนักงานประจำ

2.2.3 การมีนโยบายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์/พฤติกรรมเมาแล้วขับของบริษัท มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี โดยพนักงาที่ทำงานในบริษัทดังกล่าว จะมีพฤติกรรมการดื่มไม่ขับเป็น 6.769 เท่าของพนักงานที่ทำงานในบริษัทที่ไม่มีนโยบายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (OR = 6.769, 95%CI = 1.604 – 28.566, p<.05) ทั้งนี้สามารถอธิบายว่าสำหรับแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรีที่พนักงานปฏิบัติงาน (FoodPanda, LINEMAN, Grabfood) มีการกำหนดนโยบายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์หากพนักงานมีพฤติกรรมเมาแล้วขับ ได้แก่ บริษัทจะปิดระบบการเรียกของพนักงาน การถูกพักงาน ตั้งแต่ 14 วัน จนถึง 1 เดือน และไล่ออกจากการเป็นพนักงาน จึงทำให้ผลการศึกษานี้ส่วนใหญ่พนักงานมีพฤติกรรมไม่ดื่มแอลกอฮอล์ทั้งก่อนทำงาน ระหว่างทำงาน และหลังการทำงาน ร้อยละ 96.8, 95.9 และ 90.9 ตามลำดับ การกำหนดเป็นนโยบายสาธารณะ ข้อบังคับ กฎระเบียบหรือกฎหมายให้ทุกคนต้องทราบอย่างทั่วถึงและปฏิบัติตาม จึงมีความสำคัญเป็นสื่อกลางจัดการต่อทุกระดับปัจจัยได้อย่างครอบคลุม [14-15] ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของจิตศรี จิตต์พิศาลและคณะ[36] ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์รับจ้างในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 342 คน พบว่าการรับรู้กฎระเบียบวิน และการบังคับใช้กฎจราจรสามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์รับจ้างได้ร้อยละ 20.2 (p<.01)

สรุปจากการวิเคราะห์ด้วยสถิติการถดถอยพหุโลจิสติค พบว่ามีปัจจัย 3 ด้านสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ร้อยละ 68.8 อย่างมีระดับนัยสำคัญ ($p < .05$) สามารถอธิบายได้ว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับโมเดลเชิงนิเวศวิทยาสังคม (The Social Ecological Model) ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดที่มองว่า “พฤติกรรมการดื่มไม่ขับ” เกิดจากพหุปัจจัยในหลายระดับ (multiple levels of

influence) เกี่ยวข้องกับระบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลและสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นความสัมพันธ์ซับซ้อนของปัจจัยหลากหลายระดับ หากปัจจัยระดับใดระดับหนึ่งมีการเปลี่ยนแปลงก็จะเกิดผลกระทบต่อระดับปัจจัยตัวอื่นตามมาด้วย อธิบายได้ว่าพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ เกิดขึ้นจากความหลากหลายของระดับพหุปัจจัยที่มีความสัมพันธ์แบบกำหนดซึ่งกันและกัน(Interaction across different levels) กับพฤติกรรมสุขภาพที่มีความเฉพาะเจาะจง (behavior-specific) ซึ่งเป็นผลมาจากความเกี่ยวข้องระหว่างปัจจัย 5 ระดับ ได้แก่ 1) ระดับบุคคล (intrapersonal) 2) ระหว่างบุคคล (interpersonal) 3) องค์กร (organizational) 4) ชุมชน (community) และ 5) นโยบายสาธารณะ (public policy) [15] ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้พบว่า 1) ปัจจัยระดับชุมชน ประกอบด้วย ประเพณี และวัฒนธรรมของพื้นที่ ค่านิยม และการแบ่งแยก /แบ่งชนชั้นทางสังคม 2) ลักษณะการทำงาน และ 3) การมีนโยบายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์/พฤติกรรมเมาแล้วขับของบริษัท แต่ปัจจัยอื่น ๆ เช่น ปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยระดับองค์กร ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับได้โดยตรง แต่ปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อปัจจัยตัวอื่นในการเกิดพฤติกรรมการดื่มไม่ขับได้ ดังนั้น ยังคงต้องใช้การจัดกระทำหลายระดับปัจจัย (Multi-level intervention) เพื่อค้นหาปัจจัยและสาเหตุของพฤติกรรมได้อย่างครอบคลุม

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัยในครั้งนี้

1. การวิเคราะห์แบบแผนพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ จากแบบสอบถามประเมินพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ Context Quantity Frequency (CSQF) ในครั้งนี้พบว่าเป็นผู้มีความเสี่ยงต่ำทั้งหมด (low-intensity drinking event) เพราะคณะวิจัยให้นักดื่มตอบเหตุปัจจัยหรือเหตุการณ์ที่ดื่มแอลกอฮอล์บ่อยที่สุดเพียงข้อเดียวเท่านั้น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพที่ต้องทำงานแข่งกับเวลา ไม่สามารถตอบแบบประเมินได้อย่างครอบคลุม อาจส่งผลให้การปริมาณที่บริโภคเฉลี่ยต่อวันที่ดื่มคาดเคลื่อนได้ จึงควรพิจารณาวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลให้เหมาะสมเพื่อนำไปสู่การได้ข้อมูลที่ตรงกับบริบทเชิงลึกอย่างแท้จริง

2. บริษัทออนไลน์ผู้ให้บริการจัดส่งอาหารโดยไม่ได้ผลิตอาหารเพียงแค่รับคำสั่งซื้อเก็บเงิน และส่งอาหาร เช่น FoodPanda, LINEMAN, Grabfood สามารถนำผลการศึกษาไปกำหนดนโยบาย มาตรการเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงาน และประชาสัมพันธ์ให้พนักงานรับทราบตั้งแต่รับเข้าปฏิบัติงานเพื่อให้พนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่มีคุณภาพชีวิตที่ดี เพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านการขนส่ง การบริการ การตลาด และส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทอีกด้วย

3. แบบแผนพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่าน โมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี เริ่มเปลี่ยนแปลงสู่การเป็นนักดื่มที่บ้านและดื่มเพียงคนเดียว บริษัทหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมุ่งเน้นการบริหารจัดการในระดับนโยบายสาธารณะ และระดับบุคคล เพื่อเพิ่มความสำเร็จในการรณรงค์ให้เกิดพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ เช่น ให้บริษัทออนไลน์ผู้ให้บริการจัดส่งอาหารโดยไม่ได้ผลิตอาหารเพียงแค่รับคำสั่งซื้อ เก็บเงิน และส่งอาหาร เช่น FoodPanda, LINEMAN, Grabfood ออกแบบกิจกรรมที่สร้างเสริมสุขภาพหรือให้ความรู้ด้านสุขภาพต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชั่นแก่พนักงาน

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานขนส่งจังหวัด แรงงานจังหวัด สาธารณสุขจังหวัด ฯ สามารถนำผลการศึกษาไปกำหนดนโยบาย มาตรการเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่นในของพื้นที่ (จังหวัดสุพรรณบุรี) เพื่อแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุ ปัญหาสุขภาพ รวมทั้งปัญหาด้านเศรษฐกิจ

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ หรือสัมภาษณ์เชิงลึก ในกลุ่มพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น เพื่อให้ได้ข้อมูลพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ ด้านมิติทางสังคมและวัฒนธรรมเพื่อประกอบการยืนยันผลการศึกษาเชิงปริมาณ

2. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ ในกลุ่มพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

3. ควรพัฒนาโปรแกรมส่งเสริมพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ การลด ละ เลิกการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เชื่อมโยงกับการเปลี่ยนผ่านมิติทางสังคมและวัฒนธรรมในกลุ่มพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น

เอกสารอ้างอิง

1. ณัฐรุจา พงศ์สุพัฒน์. การศึกษาตลาดแอปพลิเคชันอาหารและพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชั่นอาหาร. การค้นคว้าอิสระหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต; คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์: กรุงเทพฯ. 2561.
2. ณัธภัชร เฉลิมแดน. พฤติกรรมผู้บริโภคในการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ช่วงเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม 2563; 2(1): 92-106.
3. กระทรวงมหาดไทย. (2563). [ออนไลน์] (2563). คลังข่าวมหาดไทย. [วันที่อ้างอิง 22 มกราคม2564] ที่มา www.newskm.moi.go.th
4. สุชาดา พลาชัยภิรมศีลย์. แนวโน้มการใช้โมบายแอพพลิเคชั่น : Usages Trend of Mobile Application. วารสารนักบริการ 255;, 31(4): 110-115.
5. ฐานทัศน์ ชมภูพล, เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์, ปวรรศ จันทร์เพ็ญ. พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรีของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารนิเทศสยามปริทัศน์ 2563; 19(1): 105-116.
6. อุษา บิ้กกิ้นส์. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมเมาแล้วขับและการเปิดรับสื่อของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร. สุทธิปริทัศน์ 2556; 27(82) :41-59.
7. จันทร์ฉาย โยธาใหญ่, สุจิตรา เทียนสวัสดิ์, วารุณี ฟองแก้ว, อัจฉรา สุคนธสรรพ์, สุภารัตน์ วังศรีคูณ. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมดื่มไม่ขับของนักเรียนสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่. พยาบาลสาร 2559; 43(3): 11-22.
8. ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, หน่วยระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. รายงานสถานการณ์การดำเนินนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยระหว่าง พ.ศ. 2551-2561 ภายใต้โครงการ Joint Assessment Mission to Review Alcohol Control Policy and Strategy in Thailand. กรุงเทพฯ: บริษัทสหมิตรพัฒนาการพิมพ์ (1992) จำกัด. 2563.
9. สำนักงานสถิติแห่งชาติ. การสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และการดื่มสุราของประชากร พ.ศ. 2560. กรุงเทพฯ: บริษัทพิมพ์ดีการพิมพ์ จำกัด. 2561.

10. จัตตุรงค์ เพลินหัด. แนวทางการลดอุบัติเหตุรถบรรทุกขนส่งยุค 4.0 กรณีศึกษาเส้นทางการขนส่งอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 2562; 9(1): 179-192.
11. วัชรพงษ์ เรือนคำ, ณรงค์ศักดิ์ หนูสอน. อุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ ในประเทศไทย : มุมมองทางวิทยาการระบาด. วารสาร มฉก.วิชาการ 2562; 23(1): 146-160.
12. สำนักระบาดวิทยา. สรุปรายงานการเฝ้าระวังประจำปี 2558. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุม สหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย; 2559.
13. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). [ออนไลน์] (2562). [วันที่อ้างถึง 20 มกราคม 2564]. ตรวจแอลกอฮอล์ในเลือดผู้ขับขี่เมาแล้วขับต่อเนื่อง ที่มา: https://www.thaihealth.or.th/Content/46685
14. Sudhinaraset M, Wigglesworth C, Takeuchi DT. Social and Cultural Contexts of Alcohol Use: Influences in a Social–Ecological Framework. Alcohol Res 2016; 38(1): 35-45.
15. McLeroy R, Bibeau D, Steckler A, Glanz K. An ecological perspective on health promotion programs. Health Educ. Q. 1988; 15(4): 351-77.
16. รุจาภา จิระประดิษฐ์ผล, ปาหนัน พิชยภิญโญ, สุนีย์ ละกำปั่น, ดุสิต สุจิรารัตน์. ความชุกและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ของนักดื่มหน้าใหม่ ในนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สังกัดกรุงเทพมหานคร. วารสารพยาบาลสาธารณสุข 2561; 32(2): 155-172.
17. สาโรจน์ ประพรมมา. ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่พึงประสงค์กับการดื่มสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ ในเขตอำเภอแห่งหนึ่งของจังหวัดชัยภูมิ. สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 6จังหวัดขอนแก่น 2558; 22(1):1-8.
18. ชฎิล สมรภูมิ. ปัจจัยเชิงสาเหตุและแนวทางป้องกันพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิตการศึกษาและการพัฒนาสังคม, มหาวิทยาลัยบูรพา; ชลบุรี, 2554.
19. ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ; ศิริวัฒนา, 2546.
20. วิทย์ วิชัยดิษฐ, เอ็ดเวิร์ด แม็คแนล, ดาริกา ใสงาม, สาวิตรี อัษณางค์กรชัย. รายงานสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย ประจำปี พ.ศ. 2560. กรุงเทพฯ: สหมิตรพัฒนา การพิมพ์ (1992), 2562.

21. ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. รายงานสถานการณ์สุราประจำปี พ.ศ. 2551. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2551.
22. กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน. ยุทธศาสตร์ลดการกระทำผิดของเด็กและเยาวชนจากการดื่มแอลกอฮอล์. กรุงเทพฯ: จรัญสนิทวงศ์การพิมพ์, 2550.
23. พระมหากำพล คุณงฺกโร. ปัญหาการดื่มสุราในสังคมไทย. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา 2557; 8 (1): 105-114.
24. อธิบ ตันอารีย์, พลเทพ วิจิตรคุณากร. (2562). สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และดัชนีความเสี่ยงต่อปัญหาแอลกอฮอล์ของจังหวัดในประเทศไทย: ข้อมูลการสำรวจ พ.ศ. 2560. วารสารวิจัยระบบสาธารณสุข 2562; 13 (4): 353-67.
25. อัญชนา ณ ระนอง. การบริโภคแอลกอฮอล์กับความยากจน. วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ 2551; 48 (3): 89-124
26. พลเทพ วิจิตรคุณากร, สาวิตรี อัษณางค์กรชัย, อลัน กีเตอร์. คู่มือและแบบสอบถามประเมินพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ Context-specific quantity frequency (CSQF). สงขลา : ลีโอ ดีไซน์ แอนด์ พริ้นท์. 2562.
27. World Health Organization. International guide for monitoring alcohol consumption and related harm: Geneva: World Health Organization; 2000.
28. English DR, Holman CDJ, Milne E, Winter MG, Hulse GK, Codde JP. The quantification of drug caused morbidity and mortality in Australia 1995 edition: Commonwealth Department of Human Services and Health; 1995.
29. อวิภารัตน์ นิยมไทย. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สินค้าที่ต้องได้รับการควบคุม. จุลนิติ 2552; (ก.ย.-ต.ค.2552): 131-39.
30. ปุญญภพ ตันติปิฎก และภัทรพล ยุทธศักดิ์นุกูล. อินไซด์ธุรกิจ Food delivery : เดินหน้าขยายตลาดพร้อมบริการที่หลากหลาย. ศูนย์ข่าวกรองเศรษฐกิจ, 2564, 1-16.
31. กนกกาญจน์ เกตุแก้ว,สุวิต ศรีไหม. โมเดลธุรกิจและการนำไปดำเนินการ. วารสารการจัดการสมัยใหม่ 2562;17(1): 1-12.
32. ชลธิชา เซี่ยงหลิว. ระบบสั่งอาหารออนไลน์กรณีศึกษา ร้านอาหารครัวละมุน. ปริญญานิพนธ์วิทยาศาสตรบัณฑิต, สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี. กาญจนบุรี, 2562.
33. พงษ์มนัส ดีอด. ผลกระทบของการแพร่ระบาดโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการประกอบอาชีพบริการจัดส่งอาหาร. วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์ 2563; 7(6): 132- 44.
34. Hosmer DW, Lemeshow S. Applied Logistic Regression. 2nd ed. New York, 2000.

35. พลเทพ วิจิตรคุณากร. รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการการพัฒนาเครื่องมือสำรวจการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประชากรไทย: การวิจัยแบบผสมผสานวิธี. ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา; 2561.
36. จิตศจี จิตต์พิศาล, วันเพ็ญ แก้วปาน, สุรินธร กลัมพากร. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงานของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์รับจ้างในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. วารสารพยาบาลสาธารณสุข 2557; 28(3): 84-98.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามโครงการวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี: แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาสังคม

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มไม่ขับและศึกษาปัจจัยภายใต้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาที่มีผลในการทำนายพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเป็นแนวทางนำไปสู่การป้องกัน ลด และแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุ ปัญหาสุขภาพ รวมทั้งปัญหาเศรษฐกิจที่อาจเกิดจากการขับขี่จักรยานยนต์ขณะมึนเมาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น และส่งเสริมการทำงานของพนักงานให้มรประสิทธิภาพ

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย ข้อมูลทั้งหมดในแบบสอบถาม ผู้ศึกษาจะถือเป็นความลับอย่างเคร่งครัด ไม่มีการเปิดเผยรายชื่อและคำตอบเป็นรายบุคคล ผลการศึกษาจะนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น จึงไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อท่าน จึงขอความกรุณา*โปรดให้ข้อมูลตามความเป็นจริงให้ครบถ้วนทุกข้อ* โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

1) แบบสอบถามปัจจัยระดับบุคคล

2) แบบสอบถามปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยระดับองค์กร และปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะ

3) แบบสอบถามปัจจัยระดับชุมชน

4) แบบสอบถามพฤติกรรมการดื่มไม่ขับของพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น

สุวัฒนา เกิดม่วง
หัวหน้าโครงการวิจัย

แบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยระดับบุคคล

คำชี้แจง กรุณาเติมคำในช่องว่าง....และเติมเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุดเพียงตำตอบเดียวเท่านั้น

ตอนที่ 1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง
2. อายุ.....ปี (อายุเต็ม)
3. สถานภาพ ☐ 1) โสด ☐ 2) สมรส ☐ 3) อยู่ด้วยกัน (ไม่ได้สมรส)
   ☐ 4) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
4. ศาสนา ☐ 1) พุทธ ☐ 2) คริสต์ ☐ 3) อิสลาม ☐ 4) อื่น ๆ
   ระบุ.....
5. ระดับการศึกษาสูงสุด ☐ 1) ไม่ได้รับการศึกษา☐ 2) ประถมศึกษา ☐ 3) มัธยมศึกษาตอนต้น
   ☐ 4) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.☐ 5) อนุปริญญา/ปวส.☐ 6) ปริญญาตรี
   ☐ 7) สูงกว่าปริญญาตรี ระบุ.....
6. โรคประจำตัว
   ☐1) ไม่มี ☐ 2) มี
   ☐ 2.1) โรคลมชัก ☐ 2.2) โรคไมเกรน
   ☐ 2.3) โรคความดันโลหิตสูง ☐ 2.4) โรคหัวใจ
   ☐ 2.5) โรคเบาหวาน ☐ 2.6) อื่นๆ ระบุ...
7. ท่านเป็นพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของแอปพลิเคชั่นใด
   ☐ 1) Food Panda ☐ 2) LINEMAN ☐ 3) Grab food ☐ 4) อื่น ๆ ระบุ.....
8. ท่านเป็นพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ลักษณะใด ☐ 1) อาชีพหลัก ☐ 2) อาชีพเสริม
9. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการเป็นพนักงานส่งอาหาร.....บาท/เดือน

ตอนที่ 1.2 ข้อมูลการขับรถจักรยานยนต์ส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชั่น

1. ประสบการณ์ในการขับขี่รถจักรยานยนต์ .....ปี
2. ประสบการณ์การเป็นพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่.....ปี
3. ระยะทางที่ใช้รถจักรยานยนต์ในการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่.....กิโลเมตร / วัน
4. จำนวนที่ใช้ในการทำงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่โดยรถจักรยานยนต์.....ชั่วโมง / วัน

5. ท่านขับรถจักรยานยนต์ส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ช่วงเวลาใดมากที่สุด

☐ 1) 05.01-08.00 น. ☐ 2) 08.01-11.00 น. ☐ 3) 11.01-14.00 น. ☐ 4) 14.01-17.00 น.

☐ 5) 17.01-20.00 น. ☐ 6) 20.01-24.00 น. ☐ 7) 00.01-05.00 น.

☐ 8) อื่น ๆ ระบุ.....

6. ขนาดของเครื่องยนต์รถจักรยานยนต์ที่ท่านใช้ขับส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่

☐ 1) ต่ำกว่า 90 ซีซี ☐ 2) 90 ซีซี ☐ 3) 100 ซีซี ☐ 4) สูงกว่า 100 ซีซี ระบุ.....

7. สถานะการเป็นเจ้าของรถจักรยานยนต์

☐ 1) เป็นเจ้าของรถ ☐ 2) รถยืม ☐ 3) รถเช่า ☐ 4) รถของบริษัทหรือร้านค้า

8. ท่านตรวจสอบสภาพและอุปกรณ์ของรถก่อนขับขี่หรือไม่

☐ 1) ไม่ตรวจ ☐ 1) ตรวจบางครั้ง ☐ 3) ตรวจทุกครั้ง

9. ท่านสวมหมวกนิรภัยขณะขับขี่

☐ 1) ไม่สวม ☐ 2) สวมบางครั้ง ☐ 3) สวมทุกครั้ง

10. ท่านเคยทำผิดหรือถูกดำเนินคดีเกี่ยวกับการขับรถจักรยานยนต์

☐ 1) ไม่เคย ☐ 2) เคย จำนวน.....ครั้ง

ถ้าเคย ประวัติการทำผิดหรือถูกดำเนินคดีเกี่ยวกับการขับรถจักรยานยนต์ กรุณาระบุสาเหตุที่กระทำผิดล่าสุด

☐ 1) ไม่สวมหมวกนิรภัย ☐ 2) ไม่มีใบขับขี่ ☐ 3) ขับรถเร็วเกินกำหนด

☐ 4) ฝ่าสัญญาณไฟจราจร ☐ 5) ดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 6) อื่น ๆ ระบุ.....

11. ท่านเคยเสียค่าปรับแก่เจ้าหน้าที่/ตำรวจจราจร

☐ 1) ไม่เคย ☐ 2) เคย จำนวน.....ครั้ง

12. ท่านเคยประสบอุบัติเหตุจราจรจากการขับรถจักรยานยนต์

☐ 1) ไม่เคย ☐ 2) เคย จำนวน.....ครั้ง

ถ้าเคย ความรุนแรงของอุบัติเหตุครั้งล่าสุดเป็นอย่างไร

☐ 1) เสียหายเฉพาะทรัพย์สิน ☐ 2) บาดเจ็บเล็กน้อย ไม่ต้องไปโรงพยาบาล

☐ 3) บาดเจ็บเล็กน้อย ต้องไปโรงพยาบาล แต่ไม่ต้องนอนรักษาอาการ

☐ 4) บาดเจ็บสาหัส ต้องไปโรงพยาบาล ต้องนอนรักษาอาการ

☐ 5) อื่น ๆ ระบุ.....

ตอนที่ 1.3 ความรู้เกี่ยวกับผลของแอลกอฮอล์ต่อการขับขี่ กฎหมายและบทลงโทษที่เกี่ยวข้องกับการขับขณะดื่มหรือมึนเมา

ข้อความ	ถูก	ไม่ถูก	ไม่ทราบ
1. การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้ความสามารถในการขับขี่ลดลง			
2. การดื่มสุราแล้วขับขี่ เป็นสาเหตุหนึ่งของการเกิดอุบัติเหตุ			
3. การรณรงค์ในหัวข้อ “ดื่มไม่ขับ” สามารถลดการเกิดอุบัติเหตุของผู้ขับขี่รถ			
4. ผู้ขับขี่ที่มีระดับแอลกอฮอล์เกิน 50 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ ถือว่าผิดกฎหมาย			
5. ผู้ขับขี่ที่มีระดับแอลกอฮอล์เกิน 50 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ เมื่อเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน ประกันภัยรถยนต์จะไม่รับผิดชอบค่าเสียหายและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ			
6. การขับขี่ในขณะเมาสุราเป็นเหตุให้ผู้อื่นได้รับอันตรายสาหัส มีโทษจาคุก 2-6 ปี ปรับ 40,000 – 120,000 บาท			
7. โทษของการดื่มแล้วขับ จะต้องถูกดาเนินการคุมประพฤติเป็นระยะเวลา 1 ปี			
8. ท่านรู้หรือไม่ว่าโทษของการดื่มแล้วขับ จะต้องถูกดาเนินการคุมประพฤติเป็นระยะเวลา 1 ปี			

9. ท่านรู้หรือไม่ว่ามีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

☐ 1) ไม่รู้ ☐ 2) รู้

10. ในกรณีดื่มแล้วขับ กฎหมายมีบทลงโทษอะไรบ้าง

☐ 1) ถูกปรับ ☐ 2) จำคุก ☐ 3) บำเพ็ญประโยชน์ ☐ 4) คุมประพฤติ

☐ 5) อื่น ๆ ระบุ.....

11. ท่านคิดอย่างไรเกี่ยวกับบทลงโทษทางกฎหมาย ในกรณีดื่มแล้วขับ

☐ 1) บทลงโทษเบาเกินไป ☐ 2) บทลงโทษมีความยืดหยุ่น

☐ 3) บทลงโทษหนักเกินไป

12. ท่านคิดว่ากฎหมายในปัจจุบันสามารถป้องกันอุบัติเหตุที่เกิดจากการดื่มแล้วขับได้หรือไม่

☐ 1) ได้ ☐ 2) ไม่ได้ เพราะ.....

ตอนที่ 1.4 ทัศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรมดื่มไม่ขับ

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น			
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. การดื่มแอลกอฮอล์ในขณะส่งอาหารถือว่าเป็นเรื่องปกติ				
2. ผู้ที่ทางานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่โดยรถจักรยานยนต์ไม่ควรดื่มแอลกอฮอล์ขณะปฏิบัติงาน				
3. การดื่มแอลกอฮอล์ทาให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง				
4. การดื่มแอลกอฮอล์ขณะส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ทำให้ลูกค้าขาดความมั่นใจ รู้สึกรังเกียจ				
5. การดื่มแอลกอฮอล์เป็นอันตรายต่อสุขภาพ				
6. การดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำอาจทำให้เกิดปัญหาครอบครัว				
7. การดื่มแอลกอฮอล์มากเกินไป อาจก่อให้เกิดปัญหาทางกฎหมายและศีลธรรม				
8. การดื่มแอลกอฮอล์เป็นการทำลายบุคลิกภาพของตนเอง				
9. การดื่มแอลกอฮอล์ในขณะทางานมีผลทาให้ภาพลักษณ์ของบริษัท/องค์กรไม่ด				
10. การต้องการเข้าสังคมมีผลให้บุคคลตัดสินใจดื่มแอลกอฮอล์				
11. การรณรงค์ดื่ม/เมาไม่ขับในช่วงเทศกาลต่าง ๆ มีผลให้การดื่มแอลกอฮอล์ลดลง				
12. ผู้ที่เลิกดื่มแอลกอฮอล์ได้ เป็นผู้ที่ชนะใจตนเอง				
13. การดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติที่บุคคลในสังคมยอมรับได้				

ตอนที่ 1.5 แบบแผนพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1.5.1 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่

☐ 1) ไม่ดื่ม ☐ 2) ดื่ม

2. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดใดบ้าง

☐ 1) เบียร์ ☐ 2) สุราขาว/สุรากลั่นชุมชน เช่น เหล้าขาว จิน รัม เตกีลา โชจู สาเก

☐ 3) สุราสี/สุราแดง (เช่น วิสกี้ บรั่นดี เชี่ยงชุน)

☐ 4) สุราแช่พื้นบ้าน (เช่น อุ กะแช่หรือน้ำตาลเมา สาโท)

☐ 5) ไวน์องุ่น/แชมเปญ/ไวน์ผลไม้ ☐ 6) ไวน์คูลเลอร์/สุราผสมน้ำผลไม้/เหล้าปั่น

☐ 7) ยาดองเหล้า/สุราจีน/วอดก้า

3. ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของท่านในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

☐ 1) ทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์) ☐ 2) เกือบทุกวัน (5 - 6 วัน/สัปดาห์)

☐ 3) วันเว้นวัน (3 - 4 วัน/สัปดาห์) ☐ 4) ทุกสัปดาห์ (1 – 2 วัน/สัปดาห์)

☐ 5) ทุกเดือน (1 – 3 วัน/อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง) ☐ 6) นาน ๆ ครั้ง (น้อยกว่า 3 ครั้ง)

☐ 7) อื่น ๆ ระบุ .....

4. ปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของท่าน (เฉลี่ยต่อครั้ง)

☐ 1) 30 ซีซี (1เป็ก) ☐ 2) 150 ซีซี (แก้วไวน์/ขวดเอ็มร้อย)

☐ 3) 200 ซีซี (แก้วกลมทั่วไป/แก้วโอวัลติน)

☐ 4) 235 ซีซี (แก้วกลมสั้น/ทรงกระบอกสั้น)

☐ 5) 285 ซีซี (แก้วทรงกระบอก/แก้วเบียร์สูง)

☐ 6) 325 ซีซี (แก้วทรงสูงใบใหญ่/แก้วเหยือก)

☐ 7) 330 ซีซี (กระป๋อง/ขวดเล็ก/แบน) ☐ 8) 500 ซีซี (กระป๋องใหญ่)

☐ 9) 630 ซีซี - ขวดใหญ่ (เหล้าขาว/เบียร์) ☐ 10) 700 ซีซี - ขวดใหญ่ (เหล้าสี)

☐ 11) 750 ซีซี - ขวดใหญ่ (ไวน์/เหล้าสี) ☐ 12) 1,000 ซีซี (เหยือก/ไหเหล็ก/ขวดลิตร)

☐ 13) อื่น ๆ ระบุ .....

5. เหตุปัจจัยหรือเหตุการณ์ใดที่ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์<u>บ่อยที่สุด</u>

☐ 1) ดื่มในวันปกติ ☐ 2) ดื่มในเหตุการณ์สำคัญ โอกาสพิเศษ ได้แก่

☐ 2.1) วันหยุด ☐ 2.2) งานสังสรรค์

☐ 2.3) เทศกาลท้องถิ่น

6. สถานที่ที่ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยที่สุด

☐ 1) บ้านตนเอง ☐ 2) นอกบ้านตนเอง โปรดระบุ

☐ 2.1) บ้าน/ห้องคนอื่น ☐ 2.2) ที่ทำงาน

☐ 2.3) ร้านอาหาร ☐ 2.4) บนยานพาหนะขณะเดินทาง

☐ 2.5) ร้านขายของชำหรือสถานที่ทางศาสนา

☐ 2.6) อื่น ๆ ระบุ .....

7. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงเวลาใดบ่อยที่สุด

☐ 1) 05.01-08.00 น. ☐ 2) 08.01-11.00 น. ☐ 3) 11.01-14.00 น. ☐ 4) 14.01-17.00 น.

☐ 5) 17.01-20.00 น. ☐ 6) 20.01-24.00 น. ☐ 7) 00.01-05.00 น.

8. บุคคลใดที่ท่านร่วมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ

☐ 1) คนเดียว ☐ 2) สามี/ภรรยา/ลูก ☐ 3) ญาติ ๆ ☐ 4) คนรัก

☐ 5) เพื่อนผู้ชาย ☐ 6) เพื่อนผู้หญิง ☐ 7) เพื่อนผู้ชายและผู้หญิง

☐ 8) เพื่อนร่วมงาน ☐ 9) คนแปลกหน้า

9. จำนวนคนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่ม

☐ 1) ดื่มคนเดียว ☐ 2) ดื่มหลายคน ระบุจำนวน.....คน

1.5.2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขณะทำงาน

1. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนขับรถส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่หรือไม่

☐ 1) ไม่ดื่ม ☐ 2) ดื่ม

2. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขณะขับรถส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่หรือไม่

☐ 1) ไม่ดื่ม ☐ 2) ดื่ม

3. ภายใน 6 ชั่วโมง หลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ท่านขับรถจักรยานยนต์ไปส่งอาหารหรือไม่

☐ 1) ไม่ดื่ม ☐ 2) ดื่ม

4. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังเลิกจากขับรถส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่หรือไม่

☐ 1) ไม่ดื่ม ☐ 2) ดื่ม

1.5.3 พฤติกรรมการใช้สารเสพติดชนิดอื่น ๆ

1. ปัจจุบันท่านใช้สารเสพติดชนิดอื่น ๆ หรือไม่

☐ 1) ไม่ใช้ ☐2) ใช้

☐ 2.1) บุหรี่ ยาเส้น บารากู่ ☐ 2.2) สารระเหย

☐ 2.3) ยานอนหลับ หรือยากล่อมประสาท ☐2.4) กัญชา

☐ 2.5) ยาบ้า ยาเค เคนมผง ☐2.6) อื่นๆ ระบุ.....

2. ท่านใช้สารเสพติดดังกล่าวร่วมกับการดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ ☐ 1) ไม่ใช้ ☐ 2) ใช้

3. ท่านใช้สารเสพติดดังกล่าวก่อนขับรถส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่หรือไม่ ☐ 1) ไม่ใช้ ☐ 2) ใช้

4. ท่านใช้สารเสพติดดังกล่าวขณะขับรถส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่หรือไม่ ☐ 1) ไม่ใช้ ☐ 2) ใช้

5. ท่านใช้สารเสพติดดังกล่าวหลังเลิกจากขับรถส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่หรือไม่ ☐ 1) ไม่ใช้ ☐ 2) ใช้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยระดับองค์กร และปัจจัยระดับนโยบายสาธารณะ

คำชี้แจง กรุณาเติมคำในช่องว่าง....และเติมเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุดเพียงตำตอบเดียวเท่านั้น

ตอนที่ 2.1 อิทธิพลด้านต่าง ๆ ที่มีต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ

ข้อความ	ระดับการรับรู้			
	มากที่สุด	**มาก**	**น้อย**	**ไม่มีเลย**
1. อิทธิพลของครอบครัว				
1.1 ท่านดื่มแอลกอฮอล์กับคนในครอบครัวเป็นประจำถือเป็นเรื่องปกติ				
1.2 ท่านดื่มแอลกอฮอล์กับคนในครอบครัวเมื่อมีการฉลองเหตุการณ์สำคัญ โอกาสพิเศษ เทศกาลหรือวันหยุด				
1.3 ท่านดื่มแอลกอฮอล์กับคนในครอบครัวเมื่อเกิดปัญหาหรือมีเรื่องไม่สบายใจจากเรื่องภายในครอบครัว				
1.4 ท่านดื่มแอลกอฮอล์กับคนในครอบครัวเมื่อเกิดปัญหาหรือมีเรื่องไม่สบายใจจากเรื่องภายนอกครอบครัว				
2. อิทธิพลของเพื่อนร่วมงาน				
2.1 ท่านดื่มแอลกอฮอล์กับเพื่อนร่วมงานเป็นประจำแม้ไม่มีโอกาสสำคัญ				
2.2 ท่านดื่มแอลกอฮอล์กับเพื่อนร่วมงานเมื่อมีการฉลองเหตุการณ์สำคัญ โอกาสพิเศษ เทศกาลหรือวันหยุด				
2.3 ท่านดื่มแอลกอฮอล์กับเพื่อนร่วมงานเมื่อเกิดปัญหาหรือมีเรื่องไม่สบายใจ				

ข้อความ	ระดับการรับรู้			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่มีเลย
2.4) เมื่อท่านมีปัญหาหรือขัดแย้งกับเพื่อนร่วมงาน ท่านจะดื่มแอลกอฮอล์				
3. อิทธิพลของผู้ใช้บริการสั่งอาหาร				
3.1 เมื่อเกิดความขัดแย้งกับลูกค้าระหว่างการส่งอาหาร เช่น ทะเลาะ โต้แย้ง ท่านจะดื่มแอลกอฮอล์				
3.2 เมื่อท่านเกิดปัญหาในการส่งอาหาร เช่น ส่งอาหารไม่ทัน ส่งอาหารล่าช้า ท่านจะดื่มแอลกอฮอล์				
3.3 หากท่านถูกหลอกจากผู้สั่งอาหารให้จัดส่งอาหารโดยไม่ได้รับค่าบริการ ท่านจะดื่มแอลกอฮอล์				
4. อิทธิพลของร้านค้าที่ใช้บริการ				
4.1 เมื่อเกิดความขัดแย้งกับร้านค้า เช่น ทะเลาะ โต้แย้ง ท่านจะดื่มแอลกอฮอล์				
4.2 เมื่อเกิดปัญหาในการรับอาหาร เช่น ร้านค้าทำอาหารช้าหรือไม่ครบตามจำนวน ท่านจะดื่มแอลกอฮอล์				
4.3 หากท่านไม่พบร้านค้าที่ลูกค้าสั่งอาหาร ท่านจะดื่มแอลกอฮอล์				
5. อิทธิพลของแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ (FoodPanda / LINE MAN / Grabfood)				
5.1 บริษัทที่ท่านทำงานอยู่ มีนโยบายไม่ให้พนักงานดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				
5.2 หากท่านเกิดอุบัติเหตุเพราะการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บริษัทของท่านมีบทลงโทษที่ชัดเจน				
5.3 บริษัทของท่านมีบทลงโทษที่ชัดเจน หากพนักงานดื่มแอลกอฮอล์				
5.4 หากเกิดปัญหาในการใช้แอปพลิเคชั่นของบริษัทที่ท่านทำงานอยู่ ท่านจะดื่มแอลกอฮอล์				

ข้อความ	ระดับการรับรู้			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่มีเลย
6. อิทธิพลการแข่งขันทางการตลาดของแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่				
6.1 หากท่านไม่ได้รับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชั่น ท่านจะดื่มแอลกอฮอล์				
6.2 ท่านจะดื่มแอลกอฮอล์เมื่อท่านมีรายได้จากการส่งอาหารมากเป็นพิเศษ				
7. อิทธิพลของกฎหมายและกฎจราจร				
7.1 พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ทำให้ท่านหลีกเลี่ยงการขับรถในขณะมึนเมา				
7.2 บทลงโทษทางกฎหมาย ในกรณีดื่มแล้วขับ ได้แก่ ถูกปรับ จำคุก บำเพ็ญประโยชน์ คุมประพฤติ ทำให้ท่านหลีกเลี่ยงการขับรถในขณะมึนเมา				
8. อิทธิพลของสื่อต่าง ๆ				
8.1 การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งเสริมให้คนอยากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น				
8.2 การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งเสริมให้มีปริมาณคนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น				
8.3 การส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่าง ๆ (การลด แลก แจก แถมหรือจัดโปรโมชั้น) ส่งเสริมให้คนอยากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น				
8.4 การห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทำให้คนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง				

ตอนที่ 2.2 ระดับความสำคัญด้านต่าง ๆ ที่มีต่อพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ

ข้อความ	ระดับความสำคัญ			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่มี
1. ครอบครัวมีอิทธิพลต่อการหลีกเลี่ยงการดื่มแล้วขับของท่าน				
2. เพื่อนร่วมงานมีอิทธิพลต่อการหลีกเลี่ยงการดื่มแล้วขับของท่าน				
3. ผู้ใช้บริการสั่งอาหารมีอิทธิพลต่อการหลีกเลี่ยงการดื่มแล้วขับของท่าน				
4. ร้านค้าที่ร่วมบริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชั่นมีอิทธิพลต่อการหลีกเลี่ยงการดื่มแล้วขับของท่าน				
5. แอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ที่ท่านปฏิบัติงาน มีอิทธิพลต่อการหลีกเลี่ยงการดื่มแล้วขับของท่าน				
6. การแข่งขันทางการตลาดของแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ มีอิทธิพลต่อการหลีกเลี่ยงการดื่มแล้วขับของท่าน				
7. กฎหมายและกฎจราจรมีอิทธิพลต่อการหลีกเลี่ยงการดื่มแล้วขับของท่าน				
8. สื่อรณรงค์ “การดื่มไม่ขับ” ต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการหลีกเลี่ยงการดื่มแล้วขับของท่าน				

9. ท่านรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากแหล่งใด

☐ 1) โทรทัศน์ ☐ 2) วิทยุกระจายเสียง ☐ 3) หนังสือพิมพ์

☐ 4) นิตยสาร/วารสาร ☐ 5) โปสเตอร์ ☐ 6) ใบปลิว

☐ 7) เมนูอาหาร ☐ 8) website ☐ 9) E-mail

☐10) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook, IG, Twitter, Line) ☐11) อื่นๆ (ระบุ).....

10. สื่อใดที่ทำให้ท่านรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด (เลือกได้เพียงคำตอบเดียว)

☐ 1) โทรทัศน์ ☐ 2) วิทยุกระจายเสียง ☐ 3) หนังสือพิมพ์

☐ 4) นิตยสาร/วารสาร ☐ 5) โปสเตอร์ ☐ 6) ใบปลิว

☐ 7) เมนูอาหาร ☐ 8) website ☐ 9) E-mail

☐10) เครือข่ายสังคมออนไลน์ ((Facebook, IG, Twitter, Line) ☐11) อื่นๆ (ระบุ).....

11. บริษัทที่ท่านทำงานอยู่ มีนโยบายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์/พฤติกรรมเมาแล้วขับของพนักงานหรือไม่

☐ 1) ไม่มี ☐ 2) มี ระบุ.....

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยระดับชุมชน

คำชี้แจง กรุณาเติมเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุดเพียงตำตอบเดียวเท่านั้น

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น			
	จริงทั้งหมด	จริงเป็นส่วนใหญ่	จริงเป็นส่วนน้อย	ไม่จริงเลย
1. ประเพณี และวัฒนธรรมของพื้นที่				
1.1 ละแวกบ้านที่ท่านอาศัยอยู่มีแต่คนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ				
1.2 เพื่อนหรือคนในวัยเดียวกันกับท่านส่วนใหญ่ขับรถจักรยานยนต์ขณะมึนเมา				
1.3 ชุมชนของท่านจัดเลี้ยงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เมื่อมีงานสังสรรค์ในชุมชน เช่น งานเลี้ยง งานบวช งานประจำปี และงานบุญ				
1.4 ชุมชนของท่านจัดเลี้ยงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงานศพ				
1.5 คนในชุมชนของท่านให้ของขวัญวันปีใหม่ วันสงกรานต์ หรือวันเกิดด้วยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				
2. ค่านิยม				
2.1 ท่านรู้สึกผิดถ้าขับขี่รถขณะมึนเมา				
2.2 คนรอบข้างเห็นว่าการดื่มแล้วขับ/เมาแล้วขับเป็นเรื่องไม่ผิด				
2.3 การเกิดอุบัติเหตุจากการเมาแล้วขับเป็นเรื่องของเคราะห์กรรม				
2.4 การขับขี่ขณะมึนเมา จะสร้างความเดือดร้อนต่อบุคคลอื่น				

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น			
	จริงทั้งหมด	จริงเป็นส่วนใหญ่	จริงเป็นส่วนน้อย	ไม่จริงเลย
2.5 ท่านคิดว่าไม่มีทางเกิดอุบัติเหตุร้ายแรงจากการเมาแล้วขับ				
2.6 การรณรงค์เมาไม่ขับทางสื่อโฆษณาต่าง ๆ ไม่ทำให้ท่านกลัวหรือระมัดระวังเวลาขับขี่รถ				
3. การแบ่งแยก/แบ่งชนชั้นทางสังคม				
3.1 คนส่วนใหญ่ให้การยอมรับต่ออาชีพขับรถจักรยานยนต์ส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่				
3.2 คนส่วนใหญ่ปฏิบัติกับผู้ประกอบอาชีพขับรถจักรยานยนต์ส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในชีวิตประจำวันหลังเลิกงานอย่างเท่าเทียม				
3.3 คนส่วนใหญ่มักมีอคติ ดูถูก หรือแสดงความไม่เท่าเทียมต่อพนักงานขับรถจักรยานยนต์ส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่				

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามพฤติกรรมการดื่มไม่ขับ

คำชี้แจง กรุณาเติมเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุดเพียงตำตอบเดียวเท่านั้น

ข้อความ	ระดับการปฏิบัติ			
	ปฏิบัติเป็นประจำ	ปฏิบัติบางครั้ง	ปฏิบัตินานๆครั้ง	ไม่ปฏิบัติ
1. ท่านขับขี่รถตามกฎจราจรอย่างเคร่งครัด				
2. ท่านขับรถเร็วเกินกฎหมายกำหนด (90 กิโลเมตร/ชั่วโมง)				
3. ขณะรีบเร่ง ท่านจะขับรถแซง ไปในทุกช่องทางที่ทำให้สามารถผ่านไปได้				
4. ท่านถูกจับ/ปรับขณะขับขี่รถ เพราะมีระดับแอลกอฮอล์เกิน 50 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์				

ข้อความ	ระดับการปฏิบัติ			
	ปฏิบัติเป็นประจำ	ปฏิบัติบางครั้ง	ปฏิบัตินานๆครั้ง	ไม่ปฏิบัติ
5. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนออกไปขับรถส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่				
6. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขณะขับรถส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่				
7. ท่านขับรถอย่างระมัดระวังและปลอดภัยทุกครั้งที่ท่านดื่ม / เมาแล้วขับ				
8. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังเลิกจากขับรถส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่				
9. ท่านไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หากต้องมีการขับขี่รถ				

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ.....

.....

ภาคผนวก ข
รายนามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ผศ.ดร. ตติรัตน์ เตชะศักดิ์ศรี
   คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. ผศ.ดร. กฤตปภัช ตันติอมรกุล
   คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา
3. ผศ.ดร. จารุวรรณ ไผ่ตระกูล
   คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
4. ผศ.ดร. นิลภา จิระรัตนวรรณะ
   คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
5. ผศ.ดร. สุคนธ์ วรรธนะอมร
   คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ