

ทฤษฎีอิทธิพลโทรอาติก : โมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ของพนักงานในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนในประเทศไทย

สุพิชญา มั่นคง^{1,*}, ธนชาติ เราประเสริฐ²

^{1,2}ภาควิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมและการค้า

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

Received: 31 July 2022

Revised: 8 November 2022

Accepted: 8 November 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ (1) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจากภายในตัวบุคคล ปัจจัยจากบริบททางสังคม และปัจจัยจากสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมในการตีพิมพ์แอลกอฮอล์ และ (2) เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างโทรอาติกกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากพนักงานบริษัทที่ตีพิมพ์แอลกอฮอล์ของกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน จำนวน 786 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยจากภายในตัวบุคคล ปัจจัยจากบริบททางสังคม และปัจจัยจากสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และมีความสัมพันธ์กันในทางบวก และ (2) โมเดลสมการโครงสร้างโทรอาติกมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่าสถิติจากการวิเคราะห์ผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนด ผลการวิจัยนี้ระบุถึงที่มาของการตีพิมพ์แอลกอฮอล์ของพนักงาน ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้ในการวางแผนลดการตีพิมพ์แอลกอฮอล์ของพนักงานในองค์กรได้

คำสำคัญ: ทฤษฎีอิทธิพลโทรอาติก พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน
โมเดลสมการโครงสร้าง

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: 27supichaya@gmail.com

Triadic Influence Theory: The Influencing Factor Correlation Model of Boozers in The Automobile and Parts Industry in Thailand

Supichaya Munkong^{1,*}, Tanachart Raoprasert²

^{1,2}Industrial Business Administration and Trade,
King Mongkut's University of Technology North Bangkok

Received: 31 July 2022

Revised: 8 November 2022

Accepted: 8 November 2022

Abstract

The objectives of this research were (1) to test the relationship between intra-personal influence factors, social context influence factors, and cultural-environment influence factors in alcohol consumption, and (2) to develop and check for consistency of the Triadic structural equation model with empirical data. The data were collected from a sample of 786 automobile and parts industry employees. The implement used for measurement was a questionnaire, and the data were analyzed using structural equation modeling. The results indicated that (1) Intra-personal, Social context, and Cultural-environment are driving factors of employees' consumption behavior to imbibe alcoholic beverages and positively related, and (2) Triadic structural equation model corresponded to the empirical data, which met the criteria set for the results of variable analysis. The findings identify the sources of alcohol consumption among employees which can be adapted to reduce employee alcohol consumption.

Keywords: Triadic Influence Theory, Alcohol consumption behavior, Automobile and Parts Industry, Structural Equation Modeling

* Corresponding Author; Email: 27supichaya@gmail.com

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีมูลค่าการตลาดสูง มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีการขยายกิจการไปทำการค้าสินค้า บริการ และผลิตภัณฑ์อื่นนอกเหนือจากผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้มีอิทธิพลต่อนโยบายเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศ (Center of Alcohol Studies, 2020) จากรายงานการสรุปข้อมูลที่สำคัญของสำนักงานพัฒนาโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ พบว่า การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดโรคและอาการเจ็บป่วยกับผู้ดื่มมากกว่า 200 ชนิด และส่งผลกระทบต่อคนรอบข้าง ชุมชน และสังคม เช่น ปัญหาครอบครัว ปัญหาความรุนแรง อุบัติเหตุจราจร อาชญากรรม หรือคดียาเสพติดต่างๆ ซึ่งเป็นความสูญเสียทางด้านเศรษฐศาสตร์อย่างมหาศาล (International Health Policy Program, 2019) และจากการสำรวจสุขภาพประชาชนไทยโดยการตรวจร่างกาย พ.ศ. 2562-2563 พบว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัญหาสุขภาพอันดับต้นของสังคมไทยในขณะนี้ ซึ่งสถานการณ์ปัญหาสุขภาพดังกล่าวมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นมาตรการป้องกันและการลดภาระเหล่านี้จึงเป็นเรื่องที่สำคัญ (Health Systems Research Institute, 2021)

มีการศึกษาจำนวนมากเกี่ยวกับกลุ่มวัยทำงานพบว่า พนักงานที่ดื่มแอลกอฮอล์อย่างหนักมักจะขาดงาน และบ่อยครั้งมีการรายงานถึงการขาดประสิทธิภาพขณะทำงาน อันเนื่องมาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Center of Alcohol Studies, 2020) โดยจากการรวบรวมงานวิจัยของศูนย์วิจัยปัญหาสุรา พบว่า กลุ่มผู้มีรายได้น้อยและผู้ใช้แรงงานมีอัตราการดื่มสูงกว่าคนกลุ่มอื่น มองเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเครื่องบรรเทาความเครียดและช่วยเรื่องสุขภาพจิต รวมถึงการดื่มเพื่อผ่อนคลายจากหน้าที่การงาน ซึ่งกลุ่มผู้ใช้แรงงานอุตสาหกรรมที่มีจำนวนมากที่สุดในปี พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2563 โดยคิดจากน้ำหนัก คือกลุ่มแรงงานการผลิตยานยนต์ (Office of Industrial Economics, 2021) และจากข้อมูลของสภาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน พบว่า แรงงานในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย โดยรวมทั้งระบบการจ้างแรงงานจะมีคนงานประมาณ 700,000 คน ซึ่งแรงงานจากอุตสาหกรรมกลุ่มนี้ย่อมมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจในประเทศไทยเป็นอย่างมาก การพัฒนาคนเหล่านี้จึงเป็นเรื่องที่สำคัญ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดการสูญเสียผลิตภาพ รวมถึงยังส่งผลถึงต้นทุนและค่าใช้จ่ายภายในองค์กรอีกด้วย

โดยพฤติกรรมของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกันไปตามสภาพสังคม วัฒนธรรม ซึ่งมักได้รับอิทธิพลจากความคาดหวังของบุคคลรอบข้าง สถานการณ์ขณะนั้น และประสบการณ์ในอดีต (Punrasi and Noosorn, 2019) มีการศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผ่านมามีจำนวนหลายเรื่อง โดยมีการใช้ทฤษฎีและมโนทัศน์ (Concept) ที่เหมือนหรือใกล้เคียงกันมาเป็นการรอบในการศึกษาเพื่ออธิบายพฤติกรรมนี้โดยเฉพาะทฤษฎีอิทธิพลไตรอาดิก (Theory Triadic Influence) ซึ่งทฤษฎีอิทธิพลไตรอาดิกเป็นทฤษฎีที่นิยมใช้ในงานวิชาการหรืองานวิจัยในปัจจุบัน (Jacobs et al., 2019; Homsin and Srisuriyawet, 2020; Isip and Calvert, 2020; Pimathai et al., 2020; Irizar et al., 2022) และเป็นทฤษฎีที่มาจากการบูรณาการทฤษฎีหลายทฤษฎี ทฤษฎีอิทธิพลไตรอาดิกนี้อธิบายสาเหตุของการเกิดพฤติกรรมที่เป็นปัญหาจากปัจจัย 3 กลุ่มอิทธิพล ได้แก่ อิทธิพลจากภายในตัวบุคคล บริบทสังคม และสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของพนักงานบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน โดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีอิทธิพลไตรอาดิก (Triadic influence theory) ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นโดย Flay and Petraitis (1994) เป็นแนวทางในการศึกษาทฤษฎีนี้ได้กล่าวถึง

ปัจจัยจากอิทธิพล 3 กลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยจากภายในตัวบุคคล (Intra-personal influence factors) ปัจจัยจากบริบททางสังคม (Social context influence factors) และปัจจัยจากสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม (Cultural environment influence factors) เนื่องจากมีงานวิจัยจำนวนมากโดยเฉพาะในประเทศไทย ที่ศึกษาว่า 3 ปัจจัยนี้มีความสัมพันธ์กันอย่างไร ในงานวิจัยนี้จึงสังเกตเห็นความสำคัญของการศึกษาเพื่อให้เกิดแนวคิดทฤษฎีหรือองค์ความรู้ใหม่ที่แตกต่างไปจากงานวิจัยที่ผ่านมา ทั้งนี้ผลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และสามารถนำไปปรับใช้ในการวางแผนลดการตีแผลกของพนักงานในองค์กรได้ เนื่องจากการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ไม่เพียงแต่เน้นเฉพาะการฝึกอบรม และการพัฒนา แต่ในปัจจุบันการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้นยังเป็นวิธีการ กระบวนการ และกลยุทธ์สำหรับการแก้ปัญหาอีกด้วย (Suthamdee and Suthamdee, 2017)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจากภายในตัวบุคคล ปัจจัยจากบริบททางสังคม และปัจจัยจากสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมในการตีแผลกของพนักงานในองค์กร
2. เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างโทรอาติกกับข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับการตีแผลกของพนักงาน

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในศตวรรษที่ 21 เป็นการให้ความสำคัญกับพลวัต จึงมีผลให้องค์กรต้องปรับตัวอยู่ตลอดเวลา ซึ่งในบางกรณีต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทตามแต่ช่วงเวลา และขึ้นอยู่กับอิทธิพลจากสิ่งเร้าของเหตุปัจจัยนั้นๆ ความท้าทายในศตวรรษที่ 21 จึงมุ่งไปที่ประเด็นหลักๆ คือ เรื่องของคนจากกระแสของการพัฒนาคนได้เพียงพอมาตั้งแต่ทศวรรษที่ 1990 เป็นต้นมา โดยความสำคัญอยู่ที่การพัฒนาคนให้มีศักยภาพ และมีบุคลิกที่เป็นไปในทิศทางเดียวกับองค์กร โดยให้ความสำคัญตั้งแต่การวางแผนกลยุทธ์ การคัดเลือก การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การประเมินผล ทักษะของกิจกรรมการบริหารทรัพยากรมนุษย์จะต้องมีความสัมพันธ์กัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด (Suthamdee and Suthamdee, 2017)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า ทฤษฎีอิทธิพลโทรอาติก (Flay et al., 2009) เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นเพื่อการส่งเสริมสุขภาพและเป็นจุดเริ่มต้นของพฤติกรรมทางเลือกของบุคคลในการตัดสินใจด้านพฤติกรรมสุขภาพ รวมไปถึงรูปแบบในการส่งเสริมสุขภาพที่เป็นแรงผลักดันในการตัดสินใจในการกระทำพฤติกรรมต่างๆ โดยบูรณาการมาจากทฤษฎีทางสังคมวิทยาและจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลงจากหลายทฤษฎีด้วยกัน จากการที่บางทฤษฎีนั้นให้ความสำคัญกับตัวแปรตัวใดตัวหนึ่งเท่านั้น เช่น ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (The Theory of Reasoned Action) ทฤษฎีความเชื่อด้านสุขภาพ (The Health Belief Model) ของ Janz and Becker (1984) ทฤษฎีการรู้คิดทางสังคม (The Social Cognitive Theory) ของ Bandura (1986) แต่ทฤษฎีอิทธิพลโทรอาติกมีแนวคิดพื้นฐานที่ว่าบุคคลและสิ่งแวดล้อมมีปฏิสัมพันธ์กัน สามารถอธิบายการเกิดพฤติกรรมและแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้อย่างชัดเจน โดยเชื่อว่าพฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจากอิทธิพลหลัก 3 ประการ มีรายละเอียดดังนี้ (Flay et al., 2009; Chantaramanee, 2017; Hashim et al., 2017; Pimathai et al., 2020)

ปัจจัยจากภายในตัวบุคคล (Intra-personal influence factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับทางด้านพันธุกรรม และคุณลักษณะส่วนบุคคล ส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อตนเอง (Sense of Self/Control) ความรู้สึกมีคุณค่าต่อตนเอง (Self-Esteem) และสมรรถนะทางสังคมของบุคคล (Social Competence) ส่งผลต่อการตกลงใจในการกำหนดพฤติกรรมสุขภาพของบุคคล (Irizar et al., 2022)

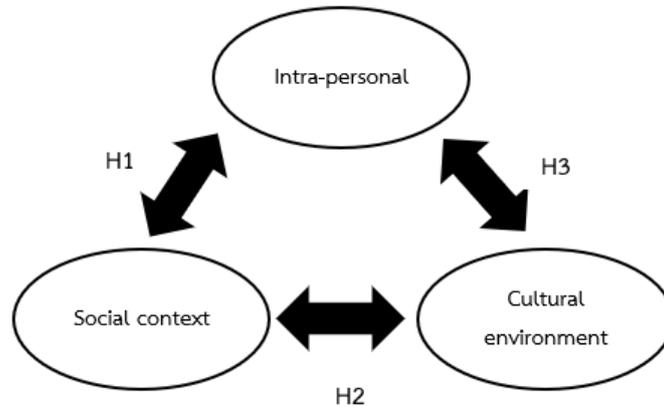
ปัจจัยจากบริบททางสังคม (Social context influence factors) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมมากที่สุด เนื่องจากพฤติกรรมสุขภาพของบุคคล เกิดจากการสังเกตและการเลียนแบบทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลอื่นเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ทางสังคม โดยเฉพาะบุคคลที่มีความผูกพันใกล้ชิดที่เป็นสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบๆ ตัวบุคคล ได้แก่ บิดามารดาหรือผู้ปกครอง ค่านิยมของพ่อแม่ การเป็นแบบอย่างของครูและเพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น สื่อ เพื่อน ส่งผลให้มีความรู้สึกผูกพันใกล้ชิด (Interpersonal Bonding) และเกิดการเรียนรู้พฤติกรรมหรือทัศนคติจากสิ่งแวดล้อมที่เป็นบุคคลตัวแบบนั้น (Others and Attitudes) ทำให้เกิดการรับรู้ตามบรรทัดฐาน (Motivation to Comply) และแรงจูงใจที่จะทำตาม (Perceived Norms) ซึ่งส่งผลต่อความเชื่อตามบรรทัดฐานทางสังคม (Social Normative Beliefs) โดยจะนำไปสู่การตัดสินใจและความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมของบุคคลนั้น (Jacobs et al., 2019; Homsin and Srisuriyawet, 2020)

ปัจจัยจากสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม (Cultural environment influence factors) เกิดจากบริบททางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบๆ บุคคลนั้นในด้านค่านิยม ได้แก่ วัฒนธรรมหรือศาสนา (Culture/Religion) ความเชื่อ ค่านิยมในสังคม การเมือง สภาวะทางเศรษฐกิจ องค์กร เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนมีผลต่อค่านิยมหรือการประเมินค่า (Value/Evaluations) ไม่ว่าจะเป็นค่านิยมจากการนับถือศาสนา ความเป็นอิสระ การเบียดเบียน การศึกษา การเปลี่ยนแปลงนโยบาย สุขภาพ การยอมรับทางสังคม ความเชื่อเกี่ยวกับสุขภาพที่ต้องการและด้านความรู้ ได้แก่ โอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (Informational Opportunity) ทำให้บุคคลต้องมีปฏิสัมพันธ์กัน (Interaction with Social/Institutions) เกิดการรับรู้ข้อมูลและประสบการณ์ โดยผ่านการเรียนรู้จากการมีปฏิสัมพันธ์กัน (Information/Opportunity) ทำให้บุคคลเกิดการเรียนรู้ สามารถคาดเดาผลดีผลเสียของพฤติกรรมที่เกิดขึ้น (Knowledge/Expectancy) และมีการให้คุณค่าต่อผลลัพธ์นั้น เช่น ค้ม/ไม่ค้ม พอใจ/ไม่พอใจ ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมนั้น (Attitude toward The Behavior) และนำไปสู่การตัดสินใจหรือตั้งใจที่จะปฏิบัติพฤติกรรมนั้นต่อไป (Jacobs et al., 2019)

สมมติฐานการวิจัย

- H1 : ปัจจัยจากภายในตัวบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยจากบริบททางสังคม
- H2 : ปัจจัยจากบริบททางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยจากสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม
- H3 : ปัจจัยจากสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยจากภายในตัวบุคคล

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัยทฤษฎีอิทธิพลโทรอาติกในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วนในประเทศไทย

ข้อตกลงเบื้องต้น

เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม จึงทำให้ไม่สามารถให้เหตุผลหรือข้อมูลเชิงลึกในเหตุจูงใจในพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ได้ รวมถึงงานวิจัยนี้ศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะพนักงานปฏิบัติการฝ่ายการผลิตของบริษัทในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนในประเทศไทยเท่านั้น ไม่ได้รวมถึงพนักงานในแผนก/ฝ่ายอื่นๆ ซึ่งอาจทำให้ได้รับข้อมูลในมุมที่แตกต่างกันออกไป

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ (Correlational study) โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 3 ตามทฤษฎีอิทธิพลโทรอาติกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของพนักงานบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ พนักงานบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ซึ่งไม่ทราบจำนวน (Thailand Automotive Institute, 2021)

ตัวอย่าง คือ พนักงานบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ที่ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง และคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามหลักของ Comrey and Lee (1992) ซึ่งใช้สำหรับงานวิจัยประเภทการวิเคราะห์โมเดลสมการ โดยเสนอแนะขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมของการวิเคราะห์ว่า ควรมีขนาดตัวอย่างขั้นต่ำอยู่ในช่วงระหว่าง 10-20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกต งานวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตทั้งหมด 14 ตัวแปร ดังนั้นควรมีขนาดตัวอย่างขั้นต่ำอยู่ในช่วงระหว่าง 140-280 ตัวอย่าง โดยมีความเชื่อมั่นในระดับร้อยละ 95 ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยทำการเก็บแบบสอบถาม จำนวน 1,000 ชุด ได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวนทั้งหมด 915 ชุด และได้คัดกรองแบบสอบถามที่มีปัญหาออกจนเหลือแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จำนวนทั้งหมด 786 ชุด ซึ่งเพียงพอต่อการดำเนินการทางสถิติด้วยวิธีสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling หรือ SEM)

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ซึ่งคำถามมีลักษณะเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) (2) คำถามเกี่ยวกับปัจจัยจากภายในตัวบุคคลที่ส่งผลต่อการตีความแอลกอฮอล์ จำนวน 6 ข้อ (3) คำถามเกี่ยวกับปัจจัยจากบริบททางสังคมที่ส่งผลต่อการตีความแอลกอฮอล์ จำนวน 5 ข้อ และ (4) คำถามเกี่ยวกับปัจจัยจากสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการตีความแอลกอฮอล์ จำนวน 5 ข้อ โดยทุกข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทั้ง 3 ด้าน ใช้เกณฑ์การวัดแบบส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบของ Likert's Scale โดย 1 แสดงถึงความเห็นด้วยน้อยที่สุด และ 5 แสดงถึงความเห็นด้วยมากที่สุด

งานวิจัยชิ้นนี้ได้ขอรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เครือข่ายภูมิภาค มหาวิทยาลัยนเรศวร และได้รับการรับรองปรากฏตามหมายเลขการรับรอง COA No. 0026/2022 ดังนั้นในขณะที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ปฏิบัติตามแนวทางจริยธรรมการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย การขอความยินยอม (Informed Consent) ก่อนเก็บข้อมูลทุกครั้ง การปกปิดนาม (Anonymity) การเก็บรักษาข้อมูลเป็นความลับ (Confidentiality) และการให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัว (Privacy)

การทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามใช้วิธีหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยการหาค่าความเที่ยงตรงใช้เทคนิค Index of Item Objective Congruence (IOC) ซึ่งผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านให้ค่า IOC มากกว่า 0.5 ในทุกข้อคำถาม แสดงว่าคำถามมีความสอดคล้องกับหัวข้อ (Kesang, 2016) และในการตรวจสอบความเชื่อมั่นหรือความสอดคล้องภายในใช้วิธีตรวจสอบด้วยค่า Cronbach's Alpha Coefficient ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

Variables	Cronbach's alpha	Factor Loadings
ปัจจัยจากภายในตัวบุคคล	0.821	0.431 - 0.693
ปัจจัยจากบริบททางสังคม	0.758	0.370 - 0.657
ปัจจัยจากสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม	0.773	0.417 - 0.639

ผลการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของตัวแปรทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.7 และมีค่า Factor Loadings มากกว่า 0.30 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้ (Nunnally and Bernstein, 1994; Hair et al., 2018)

Hair et al. (2018) ได้แนะนำว่าควรมีการรายงานการวัดค่า Goodness of fit เพื่อให้ภาพรวมของแบบจำลองดีที่สุด ซึ่งการทดสอบ Goodness of fit ในงานวิจัยนี้ได้นำมาตรการวัดและแนวทางปฏิบัติมาจากการทบทวนวรรณกรรมดังแสดงในตารางที่ 2

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามดังกล่าวให้กรอกข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยนำส่งแบบสอบถามไปยังบริษัทเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยขอความร่วมมือเจ้าหน้าที่เก็บข้อมูล พร้อมชี้แจงถึงผลของการศึกษาจะไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามตามแนวทางการรักษาสีทิวส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำส่งแบบสอบถามไปให้บริษัททางไปรษณีย์ และให้เวลากรอกข้อมูลให้ครบถ้วนประมาณ 2 สัปดาห์ ผู้วิจัยจะให้เจ้าหน้าที่นำส่งแบบสอบถามกลับมาทางไปรษณีย์

การวิเคราะห์ข้อมูล

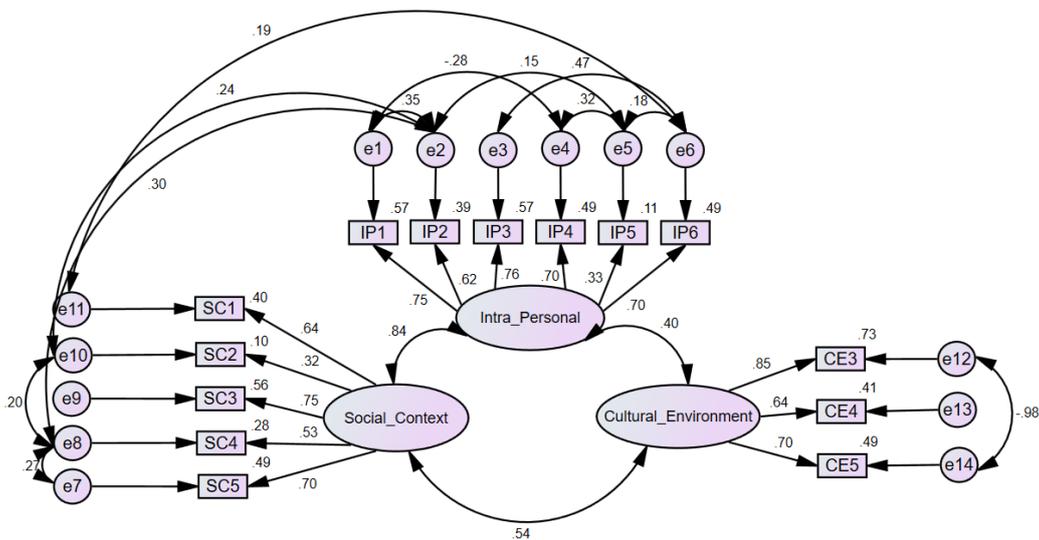
ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่มีการบันทึกข้อมูล ไปวิเคราะห์และประมวลผล โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรของกลุ่มตัวอย่าง และใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต (Observed Variable) กับตัวแปรแฝง (Latent Variable)

ผลการวิจัย

ผลการทดสอบ Goodness of fit ของโมเดลสมการโครงสร้างของทฤษฎีอิทธิพลไตรออดิกในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนในประเทศไทย กับข้อมูลเชิงประจักษ์ถูกแสดงที่ภาพที่ 2 แสดงถึงระดับที่ยอมรับได้ของโมเดล SEM ที่ได้ผ่านเกณฑ์ที่ถูกต้องแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เกณฑ์การพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล

ค่าดัชนี	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้
Chi-square : χ^2	$p > 0.05$ (Fatima and Razzaque, 2014)	0.064
CMIN/df (χ^2/df)	$1 < c^2/df < 5$ (Hair et al., 2018)	2.883
Goodness of Fit Index (GFI)	> 0.90 (Kline, 1998)	0.929
Adjusted Goodness Fit Index (AGFI)	> 0.90 (Kline, 1998)	0.978
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	< 0.08 (Browne and Mels, 1990)	0.077
Comparative Fit Index (CFI)	> 0.90 (Hu and Bentler, 1999)	0.935



Chi-square=237.601, df=59, p=0.064, CMIN/df=2.883,

GFI=0.929, AGFI=0.978, RMSEA=0.077, CFI=0.935

ภาพที่ 2 ทฤษฎีอิทธิพลไตรออดิก : โมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตีแอกฮอฮอลล์ของพนักงานในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนในประเทศไทย (ภายหลังการปรับปรุง)

หลังจากได้ทดสอบ Goodness of fit ของโมเดลสมการโครงสร้างแล้ว กระบวนการต่อไป คือ การทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้ค่าความสัมพันธ์ (Correlation) ดังแสดงในภาพที่ 2

ในภาพที่ 2 แสดงถึงผลสถิติการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ที่ให้ผลยอมรับในทุกสมมติฐานของงานวิจัยในการทดสอบสมมติฐานแรกพบว่าปัจจัยจากภายในตัวบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยจากบริบททางสังคมด้วยค่าความสัมพันธ์ที่ 0.84 ที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$ สมมติฐานที่สองพบว่าปัจจัยจากบริบททางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยจากสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมด้วยค่าความสัมพันธ์ที่ 0.54 ที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$ และการทดสอบสมมติฐานที่สามพบว่าปัจจัยจากสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยจากภายในตัวบุคคลด้วยค่าความสัมพันธ์ที่ 0.40 ที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$ ส่วนตัวแปรสังเกตได้ของปัจจัยจากภายในตัวบุคคล มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระหว่าง 0.33-0.76 โดยปัจจัยจากภายในตัวบุคคลที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์เกิดจากผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นลำดับแรกและผลกระทบต่อครอบครัวของผู้บริโภคมีส่วนน้อยที่สุดที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนตัวแปรสังเกตได้ของปัจจัยจากบริบททางสังคม มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระหว่าง 0.32-0.75 โดยปัจจัยจากบริบททางสังคมที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์เกิดจากความคาดหวังในผลลัพธ์ของการดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุดและน้อยที่สุดคือการเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และท้ายสุดตัวแปรสังเกตได้ของปัจจัยจากสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระหว่าง 0.64-0.85 ด้วยมีการรับรู้โฆษณาจากสื่อมากที่สุดและค่านิยมมีส่วนน้อยที่สุด โดยผลสรุปทางสถิติของการทดสอบสมมติฐานสำหรับ H1 - H3 สรุปได้ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าความสัมพันธ์ (Correlations)

Hypothesis	Correlation	Estimate	S.E.	C.R.	P
H1 : ปัจจัยจากภายในตัวบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยจากบริบททางสังคม	0.842	0.755	0.077	9.862	***
H2 : ปัจจัยจากบริบททางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยจากสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม	0.540	0.517	0.063	8.187	***
H3 : ปัจจัยจากสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยจากภายในตัวบุคคล	0.397	0.399	0.058	6.879	***

*** significant at the 0.01 level

จากการทดสอบสมมติฐานทั้งสามข้อ สามารถสรุปได้ว่างานวิจัยนี้เป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัย และสามารถอธิบายได้ว่า การที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมใดๆ จะเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันของปัจจัยทั้ง 3 ของบุคคลนั้นๆ คือ ปัจจัยจากภายในตัวบุคคล ปัจจัยจากบริบททางสังคม และปัจจัยจากสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมในขณะนั้น และ Bandura (1997) ยังกล่าวว่า การแสดงพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลจะต้องเกิดจากการตัดสินใจที่ผ่านการคิดของบุคคลนั้นที่มีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยบุคคลจะมีความคาดหวังในผลลัพธ์จากการดื่ม และจากทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of human needs) กล่าวว่าไว้ในความต้องการระดับที่ 3 ของมนุษย์ คือความต้องการด้านสังคม ความรู้สึกที่ดี ความเป็นมิตร การยอมรับ ซึ่งบางครั้ง ความต้องการการยอมรับในสังคมทำให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ขึ้น เช่น การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งอาจ

มาจากความคิดเห็นที่ว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติในสังคมและเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับในปัจจุบัน สภาพแวดล้อมมีส่วนช่วยให้เกิดพฤติกรรมและทัศนคติดังกล่าว และจากงานวิจัยของ Meesukumpirassamee (2015) ได้กล่าวว่าเป็นสภาพสังคมทั่วไป การมีสถานเริงรมย์หรือสถานบันเทิง รวมถึงร้านอาหารต่างๆ มากขึ้น ส่วนใหญ่จะมีการบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือจากการสร้างค่านิยมใหม่ๆ จากสื่อโฆษณา ที่พยายามทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิดว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสัญลักษณ์ของความทันสมัย เป็นเครื่องดื่มในการเข้าสังคมหรือการเลื่อนฐานะทางสังคม เป็นกิจกรรมที่สร้างความผ่อนคลายหรือสนุกสนานในสังคมเพื่อนฝูง ทำให้เกิดการยอมรับและบริโภค โดยไม่ได้จำกัดการดื่มเฉพาะช่วงประเพณีเหมือนสมัยก่อน ทั้งนี้ทั้งนั้น แอลกอฮอล์ไม่ใช่สิ่งที่ไม่ดี หากดื่มในปริมาณที่พอเหมาะ และเนื่องจากมีงานวิจัยจำนวนน้อยมากโดยเฉพาะในประเทศไทย ที่ศึกษาว่า 3 ปัจจัยนี้มีความสัมพันธ์กันอย่างไร ในงานวิจัยนี้จึงเป็นงานวิจัยที่เกิดแนวคิดทฤษฎีหรือองค์ความรู้ใหม่ที่แตกต่างไปจากงานวิจัยที่ผ่านมา ดังนั้นผู้บริหารองค์กรหรือผู้ออกนโยบายจะต้องมองทั้ง 3 ปัจจัยพร้อมๆ กัน จึงจะสามารถนำไปใช้และทำให้เกิดประสิทธิผลได้ดียิ่งขึ้น

อภิปรายผล

1. จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยจากภายในตัวบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยจากบริบททางสังคม พบว่า ตัวบุคคลเพียงอย่างเดียวไม่ส่งผลต่อการดื่มแอลกอฮอล์ แต่ต้องมีสังคมร่วมจึงจะเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hashim et al. (2017) ที่ว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ การมีเพื่อนที่ดื่มแอลกอฮอล์และมีการถูกชักชวนให้ดื่ม การมีพ่อแม่หรือคนในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และความผูกพันต่อครอบครัว และยังมีความใกล้เคียงกับการศึกษาของ Wiangkamon et al. (2017) ที่ว่าการดื่มแอลกอฮอล์ มักจะดื่มเพื่อความสนุกสนาน ทำให้อ่อนหลับสบาย คลายเครียด เป็นเรื่องที่น่าทดลอง จึงทำให้เกิดความคิดที่จะทำตามเพื่อนที่ชักชวน

2. จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยจากบริบททางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยจากสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม พบว่า การดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่มักจะเกิดจากเหตุผลทางสังคม คือ ต้องการให้เกิดความสนุกสนาน รวมถึงต้องการให้เป็นที่ยอมรับภายในกลุ่ม โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chaitiang et al. (2019) ที่ว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ ทัศนคติ และแรงสนับสนุนทางสังคม ได้แก่ สื่อโฆษณา ญาติพี่น้อง เพื่อน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Areemit (2016) ที่ว่าสาเหตุสำคัญของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มวัยรุ่น คือ มีความอยากรู้อยากลอง เพื่อนชักชวน และเพื่อให้เกิดความสนุกสนาน รวมถึงการศึกษาในงานวิจัยของ Colder et al. (2018) ที่พบว่าวัยรุ่นที่พ่อแม่ยอมรับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโอกาสดื่มมากกว่าวัยรุ่นที่พ่อแม่ไม่ยอมรับการดื่ม ทั้งนี้เนื่องจากหากพ่อแม่ยอมรับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แสดงถึงการมีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มของพ่อแม่ จึงอาจมีการดื่มกันในครอบครัวโดยไม่มี การห้ามปราม และมีการอนุญาตให้ทดลองดื่มได้ตั้งแต่อายุยังน้อย

3. ในการทดสอบสมมติฐานข้อสุดท้าย ปัจจัยจากสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยจากภายในตัวบุคคล พบว่า มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่มีความต้องการทางสังคม โดยจะเลือกกลุ่มคนที่มีอุปนิสัย ค่านิยม หรือเป้าหมายที่ใกล้เคียงกับตนเอง เมื่อเข้าร่วมกลุ่มกันจึงมีพฤติกรรมหรือการปฏิบัติที่เหมือนๆ กัน ซึ่งสอดคล้องกับ Roche et al. (2015) ที่ว่าปัจจัยที่เพิ่มความเสี่ยงให้เกิดปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนบุคคล บรรทัดฐานทางสังคมในที่ทำงาน สภาพแวดล้อมเพื่อนร่วมงาน สภาพการทำงาน

และโครงสร้าง/เศรษฐกิจและสังคม และยังสอดคล้องกับการศึกษางานวิจัยของ Assanangkornchai (2019) ที่พบว่าเยาวชนอายุระหว่าง 15-19 ปี มากกว่าร้อยละ 70 นิยมซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านขายของชำ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่าย

เมื่อพิจารณาโมเดลสมการโครงสร้างโทรอาติกในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนในประเทศไทย กับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และมีค่าที่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดดังที่แสดงในตารางที่ 2

โดยค่าไคสแควร์ χ^2 -test (p) เท่ากับ 0.064 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 แสดงว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สามารถอธิบายได้ว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ χ^2/df ที่ได้เท่ากับ 2.883 ค่า Goodness of Fit Index (GFI) เท่ากับ 0.929 ค่า Adjusted Goodness Fit Index (AGFI) เท่ากับ 0.978 ค่า Root Mean Square Error Approximation (RMSEA) เท่ากับ 0.077 และค่า Fit Index (CFI) เท่ากับ 0.935 หมายถึง โมเดลอยู่ในระดับที่ถูกลยอมรับและมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากการวิจัยทำให้ทราบว่าตัวแปรสำคัญที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ (1) ปัจจัยจากภายในตัวบุคคล (2) ปัจจัยทางสังคม และ (3) ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม หากยังยึดตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งอาจจะสามารถสกัดกั้นพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งองค์กรสามารถนำข้อมูลนี้ไปใช้ในการปรับเปลี่ยนนโยบายหรือวางแผนให้พนักงานมีพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ที่ลดลงได้

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 งานวิจัยนี้ใช้ทฤษฎีอิทธิพลโทรอาติก (Triadic influence theory) ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์เพียงสามปัจจัยเท่านั้น ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตควรมีการทดสอบตัวแปรอื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อปัจจัยในการเกิดพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ได้

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ เช่น การสังเกต การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยการให้พนักงานมีส่วนร่วมในการโต้ตอบ ซักถาม พูดคุยในประเด็นต่างๆ ได้ ซึ่งจะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Areemit, R. (2016). *Textbook of adolescent medicine*. Nonthaburi: Parbpim. (in Thai)
- Assanangkornchai, S. (2019). *Facts and figures alcohol in Thailand 2016-2018*. Bangkok: Sahamit Pattana Printing. (in Thai)
- Chaitiang, N., Charoendee, S., and Phuthomdee, S. (2019). The factors associated with alcohol consumption behavior among people in Phayao province. *Journal of Safety and Health*, 12(2), 24-34. (in Thai)

- Colder, C. R., Shyhalla, K., and Frndak, S. E. (2018). Early alcohol use with parental permission: Psychosocial characteristics and drinking in late adolescence. *Addictive Behaviors, 76*, 82-87.
- Hashim, S., Lerdsuwansri, R. and Srihera, R. (2017). Factor affecting to senior high school alcohol drinking in Pathum Thani province. *Thai Journal of Science and Technology, 6(1)*, 1-10. (in Thai)
- Homsin, P. and Srisuriyawet, R. (2020). Alcohol drinking and cigarette smoking among Thai hearing impaired adolescents. *Journal of Ratchasuda College for Research and Development of Persons, 16(2)*, 65-80. (in Thai)
- Irizar, P., Gage, S. H., Fallon, V. and Goodwin, L. (2022). A latent class analysis of health risk behaviours in the UK Police service and their associations with mental health and job strain. *BMC Psychiatry, 22(426)*, 1-15.
- Isip, U. and Calvert, J. (2020). Analyzing big tobacco's global youth marketing strategies and factors influencing smoking initiation by Nigeria youths using the theory of triadic influence. *BMC Public Health, 20(1)*, 377-388.
- Jacobs, W., Bartoszek, L. and Unger, J. (2019). Using the Theory of Triadic Influence to examine correlates of positive drug expectancies among Hispanic adolescents. *Health Behavior Research, 2(4)*, 1-12.
- Pimathai, C., Homsin, P. and Srisuriyawet, R. (2020). Factors related to hazardous drinking among male vocational students in Sisaket province. *Thai Red Cross Nursing Journal, 14(1)*, 170-184. (in Thai)
- Punrasi, P. and Noosorn, N. (2019). Behavioral factors that relate to alcohol consumption among women farmers. *EAU Heritage Journal, 13(3)*, 143-158. (in Thai)
- Wiangkamon, S., Homsin, P., and Srisuriyawet, R. (2017). Life assets and factors related to early smoking stage among male male upper primary school students, Kalasin province. *Journal of Public Health Nursing, 31(2)*, 89-107. (in Thai)