

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านสุขภาพ การรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม การรับรู้ด้านคุณภาพและความตั้งใจซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์

นางสาวสุรีย์พร พรหมปัญญา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ด้านสุขภาพ การรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม การรับรู้ด้านคุณภาพต่อความตั้งใจซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์กับผู้ที่เคยซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์จำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้การวิเคราะห์ทางสถิติแบบสมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีช่วงอายุ 31-40 ปี สถานะสมรส การศึกษาระดับปริญญาโท มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 40,000 ขึ้นไป มีการรับรู้ด้านสุขภาพ การรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม และการรับรู้ด้านคุณภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การรับรู้ด้านสุขภาพ (Beta = 0.485) และการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม (Beta = 0.447) ส่วนการรับรู้ด้านคุณภาพ (Beta = -0.089) ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์ของผู้บริโภค

คำสำคัญ : ผักออร์แกนิก, ผักอินทรีย์, การรับรู้, ความตั้งใจซื้อ

บทนำ

ทุกวันนี้ผู้บริโภคหันมาสนใจและใส่ใจเรื่องต่างมากขึ้นก่อนตัดสินใจบริโภคอาหาร ไม่ว่าจะเป็นการคำนึงถึงปัญหาด้านสุขภาพ เช่นการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การตระหนักถึงปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อม อาหารรักษ์โลกโดยการบริโภคอาหารที่มีส่วนช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเช่นเมล็ดถั่ว ธัญพืช พืชผัก เป็นต้น (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2564) และคุณค่าทางโภชนาการ อีกทั้งกรมการค้าภายในกระทรวงพาณิชย์ ได้ขับเคลื่อนด้านการค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ภายใต้ยุทธศาสตร์ด้านการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ ปี 2560-2564 เพื่อให้สินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยพัฒนาสู่ตลาดสากลมากขึ้น ประกอบด้วย 1) การสร้างการรับรู้ตลอดห่วงโซ่อาหารให้คนได้รู้ว่าคุณค่าของผักอินทรีย์แล้วช่วยรักษาเรื่องสิ่งแวดล้อมด้วย 2) ผลักดันมาตรฐานและระบบรับรองเกษตรอินทรีย์สู่มาตรฐานสากลเพื่อสร้างความมั่นใจว่าสินค้าอินทรีย์ปลอดภัยอย่างแท้จริง 3) ขยายตลาดและบริการเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้ต้นทุนถูกลงทำให้คนหันมาบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากขึ้น 4) พัฒนาสร้างมูลค่าสินค้าและบริการอินทรีย์ด้วยการแปรรูปและใช้นวัตกรรมเข้ามาช่วยเพิ่มมูลค่าตลาดสินค้าอินทรีย์เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้เกษตรกรหันมาให้ความสนใจในการทำเกษตรอินทรีย์มากขึ้น (คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ, 2560) องค์การอนามัยโลกให้ข้อมูลว่าหากเรากินผักและผลไม้ที่มีความปลอดภัยอย่างน้อยวันละ 400 กรัม จะช่วยลดความเสี่ยงต่อโรคไม่ติดต่อเรื้อรังได้ เช่น โรคหัวใจ หลอดเลือด เบาหวาน มะเร็ง เป็นต้นและยังมีกากใยช่วยในการทำงานของระบบขับถ่าย ทาง สสส.ยังตั้งเป้าส่งเสริมให้คนไทยกินผักผลไม้เพิ่มขึ้นเป็น 50% ในปี 2564 (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2560) ผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์ เป็นผลิตภัณฑ์จากการทำเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นระบบการผลิตที่มีระบบการจัดการแบบองค์รวมที่เกื้อหนุนต่อระบบนิเวศ รวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพ วงจรชีวภาพ เน้นการใช้วัสดุธรรมชาติ หลีกเลี่ยงการใช้วัตถุพิษจากสารสังเคราะห์และไม่ผ่านการตัดแปลงพันธุกรรมหรือพันธุวิศวกรรม มีการจัดการที่รักษาสุขภาพการเป็นเกษตรอินทรีย์และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทุกขั้นตอน

(คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ, 2560) ทำให้ผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์จะเป็นอาหารที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันและอนาคต

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจและสนใจที่จะศึกษาด้านการรับรู้ในด้านต่าง ๆ ของผู้บริโภคได้แก่ การรับรู้ด้านสุขภาพ การรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม การรับรู้ด้านคุณภาพที่มีต่อความตั้งใจซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์ ว่าให้ความสำคัญในด้านใดเพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและนำไปพัฒนาการสื่อสารการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ด้านสุขภาพ การรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม การรับรู้ด้านคุณภาพต่อความตั้งใจซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์ของผู้บริโภค

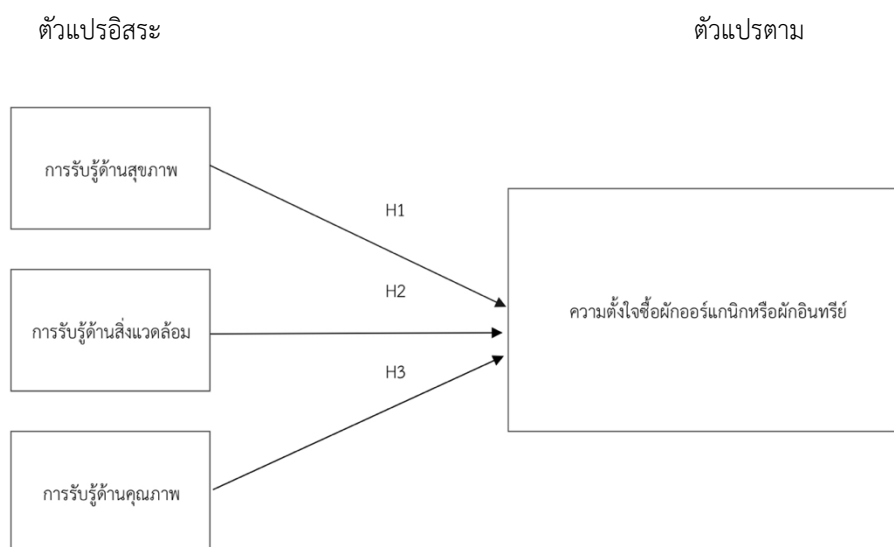
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในพัฒนาผลิตภัณฑ์ผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์
2. เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์

สมมติฐานงานวิจัย

1. การรับรู้ด้านสุขภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์
2. การรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์
3. การรับรู้ด้านคุณภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์

กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้ด้านสุขภาพ การรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม การรับรู้ด้านคุณภาพ และความตั้งใจซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์

ปรับปรุงจาก : Wee, C. S., Ariff, M. S. B. M., Zakuan, N., Tajudin, M. N. M., Ismail, K., & Ishak, N. (2014)

การทบทวนวรรณกรรม

การรับรู้ด้านสุขภาพ

การรับรู้ คือกระบวนการของผู้บริโภคเริ่มจาก เลือกลง จัดเรียง และนำไปตีความ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภค (Schiffman and Kanuk, 2010) การรับรู้ด้านสุขภาพที่ประกอบด้วย การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรค การรับรู้ความรุนแรงของโรค การรับรู้ประโยชน์การป้องกันโรค และการรับรู้อุปสรรคในการป้องกันโรค พฤติกรรมการป้องกันโรค ความดันโลหิตสูงของประชาชนประกอบด้วย ด้านการรับประทานอาหาร ด้านการออกกำลังกาย ด้านการจัดการอารมณ์ ด้านการสูบบุหรี่และด้านการดื่มแอลกอฮอล์ ส่งผลต่อการป้องกันความดันโลหิตสูงของประชาชนเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร (ณัฐชยา แก้วโกคา, 2018) การเลือกกินอาหารเพื่อสุขภาพที่สำคัญได้แก่สินค้าอินทรีย์ โดยสินค้าอินทรีย์ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อได้แก่ ผักสด ผลไม้สดและข้าว เนื่องจากผู้บริโภคทราบว่าสินค้าอินทรีย์นั้นปลอดภัย ดีต่อสุขภาพ (คณิต สุขรัตน์ และดุสิต อธิวัฒน์ 2019) ยังพบว่า การรับรู้ด้านสุขภาพนั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่านิยมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อและบริโภคอาหารออร์แกนิก (Wee, et al., 2014 & Srinien & Thapa, 2018) ยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์เพิ่มเติมว่าปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคผักอินทรีย์มากที่สุดได้แก่ ความห่วงใยในสุขภาพ (Kullachai, K. & Kullachai, P., 2006)

การรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม

การรับรู้ด้านสภาพแวดล้อมหมายถึงการรับรู้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งโดยธรรมชาติและเกิดจากการกระทำของมนุษย์ (สทริฐ อ่อนเอี่ยม, 2019) การรับรู้ด้านสภาพแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่านิยมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารออร์แกนิก (Wee, et al., 2014) ผลผลิตอินทรีย์และการผลิตผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์ มีกระบวนการผลิตที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอนการผลิต มีระบบมาตรฐานโดยใช้ปัจจัยการผลิตจากธรรมชาติ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ เสริมสร้างความหลากหลายทางชีวภาพ เน้นการปรับปรุงบำรุงดินด้วยอินทรีย์วัตถุ (กรมส่งเสริมการเกษตร, ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์, 2559)

การรับรู้ด้านคุณภาพ

การรับรู้ด้านคุณภาพ หมายถึง การรับรู้คุณภาพโดยรวมที่มีต่อสินค้าและบริการ การปลูกผักอินทรีย์ตามมาตรฐานการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์จะทำให้ได้ผลผลิตผักอินทรีย์ที่มีคุณภาพทำให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค (ศิษฐ์สพล หนูพรหม, 2015) Wee, et al., (2014) พบว่าผู้บริโภคมีการรับรู้ด้านคุณภาพแต่การรับรู้ด้านคุณภาพไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารออร์แกนิก

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นการรับรู้ด้านสุขภาพและการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมนั้นไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลผลิตออร์แกนิก แต่ในด้านารรับรู้ด้านคุณภาพของ Wee, et al., (2014) ไม่พบผล ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้แนวคิดนี้ไปศึกษาวิจัยอิทธิพลของการรับรู้ทั้งสามด้านต่อความตั้งใจซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์ในกลุ่มตัวอย่างประชากรที่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์ ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง

คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ W.G. Cochran จำนวน 386 คนและเก็บสำรองเพิ่มอีก 14 คน โดยจะทำการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์ จำนวน 400 คน นำที่อยู่ของลิงก์ (URL) แบบสอบถามไปเผยแพร่ในกลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วยช่องทาง เฟซบุ๊กที่เกี่ยวข้องกับผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์ และไลน์แอปพลิเคชัน กระจายไปยังกลุ่มคนใกล้ชิดที่มีความสนใจคล้ายกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Question) เคยหรือไม่เคย โดยกลุ่มตัวอย่างต้องเป็นผู้ที่เคยซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์ การรับรู้ด้านสุขภาพ การรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม การรับรู้ด้านคุณภาพ ปรับปรุงจาก Wee, et al., (2014) เป็นคำถามที่ใช้เกณฑ์แบบมาตรวัดประมาณค่า (Rating scale) ของไลเคิร์ท (Likert scale) มี 5 ระดับ โดย 1 หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 5 หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ใช้การวัดระดับนามบัญญัติ จำนวน 6 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดสอบก่อนการใช้งานจริง (Pre-test) โดยการสัมภาษณ์ จำนวน 5 คน และมีคำแนะนำว่า ควรอธิบายเกี่ยวกับผักออร์แกนิกว่าคืออะไร เป็นอย่างไร ผู้วิจัยจึงเพิ่มความหมายของผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์ในช่วงแรก ของคำอธิบายแบบสอบถามเพื่อความเข้าใจมากขึ้น จากนั้นทำการทดสอบกับประชากรที่ไม่เป็นกลุ่มตัวอย่าง (Pilot testing) อีกจำนวน 34 คน นำข้อมูลที่ได้มาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficients) ผลระดับความเชื่อมั่นของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีค่ามากกว่า 0.7 โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.873-0.931

สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive analysis) ในรูปแบบความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่ออธิบายในส่วนของคุณลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง การรับรู้ด้านสุขภาพ การรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม การรับรู้ด้านคุณภาพ และความตั้งใจซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้การวิเคราะห์ทางสถิติแบบสมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงถดถอยเพื่อพยากรณ์ความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้ด้านสุขภาพ การรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม การรับรู้ด้านคุณภาพและความตั้งใจซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์

ค่าสัมประสิทธิ์						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	VIF
	B	Std. Error	Beta			
ค่าคงที่	0.313	0.149		2.099	0.036	
การรับรู้ด้านสุขภาพ	0.533	0.117	0.485	4.554	0.000	14.960
การรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม	0.477	0.111	0.447	4.317	0.000	14.152
การรับรู้ด้านคุณภาพ	-0.1	0.109	-0.089	-0.920	0.358	12.294

P-value < 0.05, SEE = 0.299 R Square (R²) = 0.70

จากตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ด้านสุขภาพ การรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม การรับรู้ด้านคุณภาพ และความตั้งใจซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์ จากตัวแปรอิสระทั้งหมด 3 ตัว พบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 2 ตัวแปร คือการรับรู้ด้านสุขภาพ (Beta = 0.485) และการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม (Beta = 0.447) จากผลการทดสอบจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1-2 สมมติฐานที่ 3 ไม่พบผล

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่าการรับรู้ด้านสุขภาพและการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์ แต่การรับรู้ด้านคุณภาพไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์ ในข้อนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอื่นมากกว่า โดยอันดับที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านสุขภาพ รองลงมาคือด้านสิ่งแวดล้อม หากพิจารณาเรื่องระดับการรับรู้ กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้ทั้ง 3 ด้านของผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเมื่อเปรียบเทียบกับใน 3 ด้านนี้ การรับรู้ด้านคุณภาพมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงสุดและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานต่ำสุด จึงอาจเป็นไปได้ว่าผู้บริโภครับรู้และให้ความสำคัญในด้านนี้มากอยู่แล้ว จึงพิจารณาความสำคัญด้านอื่นประกอบการตัดสินใจ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภครับรู้และใส่ใจในเรื่องของสุขภาพและสิ่งแวดล้อมอย่างมาก ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายควรสร้างการรับรู้อย่างต่อเนื่อง ให้กับกลุ่มผู้บริโภคเดิมและขยายการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่เพิ่มเติมด้วย

เสริมสร้างการรับรู้ด้านคุณภาพเช่น ตรารับรองคุณภาพสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของผักออร์แกนิกหรือผักอินทรีย์เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคมากขึ้น

เจ้าของธุรกิจสามารถนำผลวิจัยนี้ไปใช้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดที่เกี่ยวข้องได้

ศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด เช่น ราคาและช่องทางการจัดจำหน่าย และความแตกต่างด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการทำธุรกิจมากที่สุด

การวิจัยครั้งนี้เป็นการแจกแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์เพียงอย่างเดียว ในการวิจัยในอนาคตอาจมีการแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างโดยตรงเพื่อให้การวิจัยได้ประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร, (2559) ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, (2564) แนวโน้มอาหารและเครื่องดื่มในตลาดโลกปี 2021
- ศรีสุวิมล หนูพรหม. (2015). การผลิตผักอินทรีย์. Thai Science and Technology Journal, 955-969.
- คณิต สุขรัตน์ และดุสิต อธิวัฒน์ (2019). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและทัศนคติของผู้บริโภคสินค้าอินทรีย์
- คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ, (2560) ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ.2560-2564
- นางณัฐชยา แก้วโกคา. (2018). การรับรู้ด้านสุขภาพที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันโรคความดันโลหิตสูงของ
ประชาชนแขวงยานนาวาเขตสาทร กรุงเทพมหานคร. Primary Health Care Division Journal-วารสาร สุขภาพ
ภาค ประชาชน, 12(4).
- มูลนิธิชีววัน. (2553). ตรารับรองมาตรฐานสินค้าอินทรีย์ที่ควรรู้จัก ค้นเมื่อ 02 พฤศจิกายน 2564 จาก
<http://www.nawachione.org/articles/ตรารับรองมาตรฐานสินค้า>
- สหรัฐ อ่อนเอี่ยม. (2021). การรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารที่มีฉลากออร์แกนิกของผู้บริโภค
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2560). ค้นเมื่อ 02 พฤศจิกายน 2564 จาก
[https://www.thaihealth.or.th/Content/37647-เชิญร่วม%20%27กินผัก%20สร้างสุข%20กับบุคคล
ต้นแบบ/%27.html](https://www.thaihealth.or.th/Content/37647-เชิญร่วม%20%27กินผัก%20สร้างสุข%20กับบุคคลต้นแบบ/%27.html)
- Kullachai, K., & Kullachai, P. (2006). Behavior, attitude and factors influencing for organic vegetable eating in Bangkok. King Mongkut's Institute of Technology Chaokuntaharn Ladkrabang.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., Kumar, S. R., & Wisenblit, J. (2010). Consumer behavior.
- Srinieng, S., & Thapa, G. B. (2018). Consumers' perception of environmental and health benefits, and consumption of organic vegetables in Bangkok. Agricultural and Food Economics, 6(1), 1-17.
- Wee, C. S., Ariff, M. S. B. M., Zakuan, N., Tajudin, M. N. M., Ismail, K., & Ishak, N. (2014). Consumers perception, purchase intention and actual purchase behavior of organic food products. Review of Integrative Business and Economics Research, 3(2), 378.