

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิดและทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของเกษตรกรในจังหวัดตากต่อการปลูกมันฝรั่งแบบมีสัญญาผูกพันกับบริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ ฟู้ดส์ จำกัด ในครั้งนี้ ผู้ศึกษา ได้รวบรวมทฤษฎีและแนวคิด เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา อันประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับ ความพึงพอใจ แนวคิดเกี่ยวกับ ระบบการผลิตแบบมีพันธะสัญญา และแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ทฤษฎีและแนวคิด

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มี ระดับความพอใจที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับตามที่เห็น และเข้าใจกับความคาดหวัง (Expectation) หากบุคคลเห็นและเข้าใจการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความไม่พึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่า ความคาดหวัง ก็จะเกิดความประทับใจ ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้า และประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งดี และไม่ดีของผลิตภัณฑ์ต่อบุคคลอื่นต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับระบบการผลิตแบบมีพันธะสัญญา กรมส่งเสริมการเกษตร (2542) กล่าวสรุปเกี่ยวกับแนวคิด โดยความหมายของระบบการผลิตแบบมีสัญญาผูกพัน (Contract Farming) ว่าเป็นการจัดการทางความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรที่เป็นผู้ผลิตกับผู้รับซื้อผลผลิตแบบ แนวตั้ง (Vertical Integration) หมายถึง ขั้นตอนการผลิตที่มีการต่อเนื่องกัน (Successive Stage of Production) ตั้งแต่สองขั้นตอนขึ้นไปโดยมีลักษณะเป็น Farm และ Non-Farm ซึ่งมาร่วมการดำเนินงานภายใต้หน่วยธุรกิจเดียวกัน โดยมีการตัดสินใจการจัดการและการประสานงานร่วมกัน ภายใต้สัญญา หรือข้อตกลงต่างๆ จากการสำรวจธุรกิจเกษตร ระหว่างเกษตรกรและหน่วยธุรกิจ ที่ร่วมกันดำเนินธุรกิจภายใต้สัญญาข้อตกลงระหว่างกันแล้วสามารถจำแนก Vertical Integration ได้เป็น 4 ประเภท คือ

1) Non-Integration เป็นการดำเนินธุรกิจการผลิตในลักษณะที่ไม่มีการทำสัญญาผูกพันใดๆ ระหว่างเกษตรกรกับหน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันเพียงแต่มีการซื้อขายระหว่างกันเท่านั้น เกษตรกรมีอิสระอย่างเต็มที่ในการตัดสินใจเลือกใช้ปัจจัยการผลิต และขายผลผลิตให้ใครก็ได้ที่ให้ราคาที่ดีที่สุด ผลเสียของลักษณะนี้คือ เกษตรกรจะต้องเป็นผู้ยอมรับความผันผวน (Fluctuation) ทางด้านการผลิตและราคา

2) Quasi-Integration หรือ Contract Farming เป็นการดำเนินธุรกิจการผลิตภายใต้ข้อผูกพันที่ตกลงกันระหว่างเกษตรกรกับหน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (Contractors) ซึ่งสามารถจำแนกตามลักษณะของการผูกพันได้เป็น 2 รูปแบบดังนี้

2.1 Limited Management Contract คือ การทำธุรกิจภายใต้ข้อตกลงผูกพันร่วมกันระหว่างเกษตรกรกับหน่วยธุรกิจ (บริษัทฯ) โดยทั่วไปลักษณะ การผูกพันจะจำกัดเฉพาะด้านการผลิต กล่าวคือ บริษัทฯ จะเป็นผู้จัดหาปัจจัยการผลิตที่จำเป็นให้กับเกษตรกร ในลักษณะที่เป็นสินเชื่อ เกษตรกรจะเป็นผู้รับภาระเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคา และปริมาณของผลผลิต หรือ เกษตรกรมีอิสระในการตัดสินใจ จัดจำหน่ายผลผลิตได้อย่างเต็มที่

2.2 Full Management Contract คือ การทำธุรกิจภายใต้ข้อตกลงผูกพันร่วมกันระหว่างเกษตรกรกับหน่วยธุรกิจ (บริษัทฯ) ทั้งทางด้านการผลิตและการตลาด กล่าวคือ บริษัทฯ จะเป็นผู้จัดหาปัจจัยการผลิตที่จำเป็นให้กับเกษตรกร ในลักษณะที่เป็นสินเชื่อ โดยมีประกันราคาการรับซื้อผลผลิต เพราะการตกลงผูกพันในกรณีนี้ เกษตรกรจะต้องปฏิบัติตามสัญญาอย่างเคร่งครัด และยินยอมให้บริษัทฯ เข้ามาดูแล ควบคุมการผลิต เพราะการตกลงผูกพันในลักษณะเช่นนี้ บริษัทจะเป็นผู้รับความเสี่ยงตามข้อตกลงและเงื่อนไขต่างๆ สำหรับเกษตรกรจะมีความเสี่ยงในการผลิตลดลง ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่ทำให้เกษตรกรสนใจเข้าร่วมโครงการในการผลิต ดังกล่าว

3) Ownership Integration through Profit Type Firms หรือเรียกว่า Company Owned คือ บริษัทฯ (Contractors) จะเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตต่างๆ โดยเกษตรกรเป็นเพียงลูกจ้าง และต้องปฏิบัติตามคำแนะนำของทางบริษัทอย่างเคร่งครัด วิธีการนี้เกิดขึ้นเนื่องจากเกษตรกรไม่มีความสามารถที่จะดำเนินกิจการได้ด้วยตัวเอง คือ ขาดความรู้ในการผลิต ขาดแคลนเงินทุน ตลอดจนลักษณะการผลิตที่มีความเสี่ยงสูงต่อการขาดทุน

4) Farmer Operating Cooperative หรือ Ownership Integration through Cooperative) คือ เกษตรกรจะทำการรวมกลุ่มกันในการจัดตั้งองค์กรที่ไม่แสวงกำไรเพื่อจัดหาปัจจัยการผลิตที่จำเป็นต่างๆ และจัดการการตลาดให้สมาชิกของกลุ่มได้จำหน่าย

ซึ่งในแต่ละประเภทมีทั้งข้อดีและข้อเสียที่ต่างกันอย่างชัดเจน โดยเกษตรกรจะเป็นผู้เลือกในแต่ละลักษณะตามความพร้อมของเกษตรกร ความพอใจ แหล่งเงินทุน และตามแหล่งของที่ชุมชน

อาศัยโดยการจัดทำในลักษณะดังกล่าวเพื่อดำเนินการให้เกิดการผลิตตามแต่ละชนิดที่เกษตรกรเลือก

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ (Service Quality Concept) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ได้ให้ความหมายของคำว่า คุณภาพ (Quality) ไว้ว่าคุณภาพเป็นรูปร่างและลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่สามารถสนองความจำเป็นตามที่กำหนดไว้จากความหมายนี้เป็นความหมายที่มุ่งเน้นความสำคัญที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ซึ่งลูกค้ามีความจำเป็น ความต้องการ และความคาดหวังว่าผู้ขายหรือผู้ให้บริการจะส่งมอบคุณภาพผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ทั้งนี้องค์กรซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ถือว่าเป็นองค์กรที่มีคุณภาพนอกจากนี้ได้กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ไว้ว่า สิ่งสำคัญประการหนึ่งในการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจให้บริการ ก็คือการรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพ การให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ลูกค้าต้องการนั้น ได้จากประสบการณ์ในอดีตจากการบอกเล่าปากต่อปาก หรือจากการโฆษณาของธุรกิจการให้บริการ ซึ่งลูกค้าจะพอใจเป็นอย่างยิ่งถ้าได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ ณ สถานที่ในเวลา และรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการมีลักษณะดังนี้

- 1) การเข้าถึงลูกค้า (Access) ได้แก่การบริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกทั้งในด้าน เวลา สถานที่ลูกค้า รวมถึงความสะดวกในการเข้าพบผู้ให้บริการ โดยไม่ต้องเสียเวลาคอยนาน ทั้งนี้เพื่อแสดงความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าได้ อาทิเช่น การออกติดตามการปลูกมันฝรั่งถึงในไร่เกษตรกรตลอดการปลูก หรือ ให้ลูกค้ามาติดต่อได้ ตลอดเวลา เป็นต้น
- 2) การติดต่อสื่อสาร (Communication) ได้แก่ การสื่อสารและให้ข้อมูลลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย อธิบายได้อย่างถูกต้องชัดเจน โดยพนักงานใช้คำพูดที่สุภาพไพเราะเข้าใจง่าย มีการแสดงออกที่ดีให้เกียรติแก่ผู้ที่มาใช้บริการอยู่เสมอ มีการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และ คำติชมของลูกค้าในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวกับการให้บริการ ข้อความในเอกสารมีความชัดเจนอ่าน เข้าใจง่าย ในสำนักงานมีป้ายแสดงขั้นตอนการให้บริการอย่างละเอียด และมีข้อความอธิบายถูกต้อง เข้าใจง่าย
- 3) ความสามารถ (Competence) ได้แก่บุคลากรที่ให้บริการจะต้องมีความรู้ความสามารถมีความชำนาญในการปฏิบัติงาน ได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว เช่น การวิเคราะห์ เรื่องการเกิดโรคและใช้สารเคมีป้องกันกำจัดได้อย่างถูกต้องและถูกต้องกับโรค สามารถอธิบายตอบข้อสงสัยหรือปัญหาต่างๆ ได้ทุกประเด็นเป็นที่พอใจ สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดีและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ทั้งนี้เพื่อให้การบริการดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง

4) ความมีน้ำใจ (Courtesy) ได้แก่ บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเอง มีความสุภาพเรียบร้อย นับถือและให้เกียรติลูกค้า โดยสนใจเอาใจใส่ กระตือรือร้น ในการให้บริการ มีวิจาร์ณญาณใช้ดุลยพินิจพิจารณาไตร่ตรองปัญหาอย่างรอบคอบก่อนให้ คำแนะนำที่ดี ให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มใจกับลูกค้าทุกครั้ง รวมทั้งยินดีรับฟังความคิดเห็นและการ เถกเถกถนอามณ์ได้ค้กับลูกค้า เป็นต้น

5) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ได้แก่ บริษัทและบุคลากรต้องมีการสร้างความ น่าเชื่อถือโดยมีบุคลิกภาพที่ดี แต่งกายสะอาดเรียบร้อย เหมาะสมกับหน้าที่และสถานที่ มีความ ซื่อสัตย์ อดทน มีความรับผิดชอบ ให้บริการอย่างเป็นมาตรฐานเดียวกัน มีความรอบรู้และรู้จริง เกี่ยวกับการบริการทุกประเภทของบริษัท และมีความเชื่อมั่นในการให้บริการว่าได้เสนอบริการที่ดี ที่สุดให้กับลูกค้าแล้ว ส่วนเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้บริการมีความทันสมัย ทำงานได้อย่างถูกต้องและมี จำนวนเพียงพอมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมืออุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ

6) ความไว้วางใจ (Reliability) ได้แก่ บริการที่ให้กับลูกค้ามีความสม่ำเสมอและ ถูกต้องสามารถปฏิบัติตามสัญญาได้อย่างแน่นอนและแม่นยำ มีการจัดส่งเอกสารให้ลูกค้าเป็น ประจำทุกเดือนอย่างสม่ำเสมอในวันที่ใกล้เคียงกัน มีหลักฐานการชำระเงินที่ถูกต้องชัดเจนให้แก่ ลูกค้าทุกครั้ง และพนักงานเก็บความลับหรือข้อมูลของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

7) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ได้แก่ บุคลากรต้องให้บริการด้วยความเต็ม ใจในทันทีทันใด มีความสนใจ เอาใจใส่ และกระตือรือร้นที่จะตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาดในการ ให้บริการ มีการแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ อีกทั้งมีจำนวนเพียงพอกับปริมาณ งาน เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว ทันสมัยมาใช้บริการ และกรณีมีปัญหาเกี่ยวกับการบริการ สามารถ ติดต่อสอบถามพนักงานได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

8) ความปลอดภัย (Security) ได้แก่ บริการที่ให้กับลูกค้าต้องปราศจากอันตราย ความ เสี่ยง รวมถึงปัญหาและความเคลือบแคลงใดๆ โดยในด้านอาคารสำนักงานตั้งอยู่ในชุมชนที่มี สภาพแวดล้อมที่ดีมีความปลอดภัย มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอำนวยความสะดวก ดูแลความ ปลอดภัยตลอดเวลาทั้งในสำนักงาน ที่จอดรถ พนักงานที่ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ไม่มีการ เรียกหรือค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายอื่นใด มีมาตรการและระบบการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าที่ ทันสมัย มีมาตรฐาน และความปลอดภัย

9) การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) ได้แก่ การบริการที่ลูกค้าได้รับสามารถ คาดคะเนถึงคุณภาพการให้บริการดังกล่าวได้ การกำหนดเพื่อส่งเอกสาร ไปให้ลูกค้าที่มีความ เหมาะสม การประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้รับทราบถึงการบริการต่างๆ การแจ้งเตือนให้ลูกค้าทราบ ทุกครั้งก่อนการปรับเปลี่ยนวิธีการให้บริการ และการใช้บริการทุกครั้งได้รับการบริการที่ดี มี คุณภาพ สะดวก รวดเร็ว ตรงตามที่ประชาสัมพันธ์ไว้

10) การเข้าใจและการรู้จักลูกค้า (Understanding and Knowing customer) ได้แก่ บุคลากรต้องทำความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจกับลูกค้า โดยพนักงานที่ให้การบริการคำนึงถึงความเร่งรีบของลูกค้าเป็นสำคัญ พยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า พนักงานไม่พูดคุยกันหรือรับโทรศัพท์ขณะปฏิบัติงานเนื่องจากทำให้เสียเวลา มีบริการหลายวิธีเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้ามากขึ้น การติดตั้งกล่องรับความคิดเห็นสำรวจความต้องการของลูกค้า เพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการต่อไป

บททวนวรรณกรรม

สมอ ฝอยทอง (2544) ศึกษาการส่งเสริมการปลูกมันฝรั่งแบบมีสัญญาของเกษตรกรในอำเภอพบพระ จังหวัดตาก พบว่าจากการศึกษาเกษตรกรส่วนใหญ่ที่ปลูกมันฝรั่งจะมีอายุอยู่ระหว่าง 26 – 35 ปี (ร้อยละ 43.7) และมีพื้นที่ปลูกมันฝรั่งต่ำกว่า 5 ไร่ (ร้อยละ 52) พันธุ์ที่นำมาส่งเสริมให้กับเกษตรกร คือ พันธุ์แอตแลนติก โดยปีหนึ่งๆ เกษตรกรจะมีการปลูกมันฝรั่งประมาณ 3 รุ่นใน แต่ละปีจะมีรายได้จากการปลูกมันฝรั่งระหว่าง 40,000 – 180,000 บาท โดยลักษณะการส่งเสริมเป็นการส่งเสริมแบบครบวงจร โดยมีบริษัทเอกชนส่งเสริมกับเกษตรกรแบบครบวงจร โดยให้การสนับสนุนปัจจัยการผลิต เช่น หัวพันธุ์มันฝรั่ง ปุ๋ย และสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช โดยบริษัทฯ จะทำการคัดเลือกเกษตรกร โดยมีนักวิชาการของบริษัทฯ โดยการคัดเลือกเกษตรกรในพื้นที่ที่มีความขยันซื่อสัตย์ และมีความรับผิดชอบในการผลิตมันฝรั่ง

ชาติ เกตุแก้ว (2532) ศึกษาโครงการส่งเสริมการปลูกมันฝรั่งแบบครบวงจรในอำเภอ สันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในการศึกษาเป็นการส่งเสริม การปลูกมันฝรั่งแบบครบวงจร โดยมี การนำเอาสัญญาใช้ในการปลูกมันฝรั่งของเกษตรกรของบริษัทฯ ที่ทำการส่งเสริมการปลูกมันฝรั่ง ภายใต้อาณัติระหว่างสำนักงานเกษตรอำเภอสันทราย ผลการศึกษาพบว่า โครงการส่งเสริม การปลูกมันฝรั่งแบบครบวงจรทำให้เกิดเสถียรภาพแก่เกษตรกรในเรื่องรายได้ที่แน่นอนเพิ่มขึ้น เพราะมีตลาดรองรับแน่นอน และลดการขาดแคลนเงินทุนตลอดจนปัจจัยการผลิตต่างๆ เพราะ บริษัทฯ เป็นผู้ลงทุนให้แก่เกษตรกรเพื่อบริษัทฯ จะได้มีวัตถุดิบป้อน โรงงานอุตสาหกรรมเพียงพอ

สุภาลักษณ์ ชัยอนันท์ (2540) ศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อโครงการส่งเสริม การปลูกมะเขือเทศ แบบมีสัญญาผูกพันในจังหวัดลำปางพบว่าเกษตรกรมีความพึงพอใจในเรื่อง ราคาของผลผลิตมากที่สุด เพราะทางบริษัทฯ มีราคาประกันที่แน่นอนให้กับ เกษตรกรสมาชิก มากกว่าการที่เกษตรกรปลูกมะเขือเทศกันเอง โดยทั่วไปอีกทั้งเกษตรกรมีความมั่นใจในเรื่องผลผลิต ที่จะออกมาว่ามีตลาดรองรับที่แน่นอน เพราะทางบริษัทฯ