

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาคำพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อการเลี้ยงปลาทับทิมในกระชังแบบมีสัญญาผูกพันกับบริษัทเอกชน ในเขตอำเภอค้อยหล่อ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งใช้เป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Wolman (อ้างใน นรินทร์ ศรีวิชัย, 2547) กล่าวว่าความพึงพอใจหรือความพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีในสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และดังนั้นการวัดความพึงพอใจอาจจะกระทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยการร้องขอหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามที่ถามอาจจะถามถึงความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่ เช่น ลักษณะของการให้บริการ สถานที่ให้บริการ บุคลากรที่ให้บริการ เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์ เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพอีกวิธีหนึ่ง

3. การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้ โดยวิธีการสังเกตจากพฤติกรรมทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการและหลังจากการได้รับบริการแล้ว เช่น การสังเกตกิริยาท่าทาง การพูด สีหน้า และความถี่ของการมาขอรับบริการ เป็นต้น การวัดความพึงพอใจโดยวิธีนี้ ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอน จึงจะสามารถประเมินถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการทำการเกษตรแบบมีสัญญาผูกพัน (Contract Farming)

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (อ้างใน ปุณณรัตน์, 2547) ให้ความหมายของการเกษตรแบบมีสัญญาผูกพันว่า หมายถึง การทำการผลิตที่มีข้อตกลงหรือสัญญาต่าง ๆ ระหว่างเกษตรกรและนิติบุคคล เช่น โรงงานแปรรูป สัญญาที่อาจตกลงด้วยวาจาหรือลายลักษณ์อักษร โดยระบุเงื่อนไขเกี่ยวกับการผลิต และการตลาดซึ่งจะตกลงกันก่อนจะทำการผลิต เป็นระบบที่มีการตกลงระหว่างคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายคือ โรงงานแปรรูปกับเกษตรกร ซึ่งจะมีการผูกพันกันใน 3 ลักษณะ คือ (1) ผูกพันเฉพาะการผลิต โดยโรงงานแปรรูปให้ความช่วยเหลือด้านปัจจัยการผลิต การให้กู้ยืมเงินแก่เกษตรกร (2) ผูกพันเฉพาะการตลาด โดยการกำหนดปริมาณซื้อขายในราคาที่ได้ตกลงไว้ล่วงหน้าแล้ว และ (3) ผูกพันด้านการผลิตและการตลาด โดยโรงงานแปรรูปจะให้ความช่วยเหลือในด้านสินเชื่อ ปัจจัยการผลิต ความรู้และเทคโนโลยีต่างๆ แต่เกษตรกรต้องขายผลผลิตให้แก่โรงงาน ตามจำนวน และราคาที่ตกลงกันไว้ในสัญญา

กล่าวโดยสรุปการเกษตรแบบมีสัญญาผูกพัน (Contract farming) หรือการเกษตรแบบตลาดข้อตกลง เป็นรูปแบบของการส่งเสริมการเกษตรอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นโดยความยินยอม ร่วมตัว และร่วมมือกันระหว่างบริษัทและเกษตรกร ซึ่งมีการทำสัญญาอย่างเป็นทางการโดยระบุเงื่อนไขเกี่ยวกับการผลิต ปริมาณ คุณภาพ การจัดการ และการตลาดไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะดำเนินการผลิต โดยมีเป้าหมายให้เกิดความสอดคล้องกันระหว่างการผลิต และการตลาด อันเป็นประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่าย

เสกสม คงนุมีติ (2544) ได้กล่าวถึงการดำเนินงานตามระบบข้อตกลงว่าเป็นแบบที่ทำการเกษตรแบบครบวงจร โดยเน้นให้มีการประสานกันระหว่าง องค์กรร่วม เช่น ธนาคาร ภาครัฐ เกษตรกร และโรงงานเอกชน เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรยกระดับผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ ลดต้นทุนการผลิตต่อไร่ต่ำลง พร้อมทั้งแนะนำและถ่ายทอดเทคโนโลยี การกำหนดราคาสินค้าขั้นต่ำที่รับซื้อคืน ซึ่งหลักในการซื้อผลผลิตจะซื้อตามราคาตลาด ถ้าราคาผลผลิตต่ำกว่าราคาขั้นต่ำจะเข้าไปรับซื้อสินค้าทันที หลักการของระบบตลาดข้อตกลงจะระบุต้นทุนขั้นต่ำที่เหมาะสม บวกกำไรที่เหมาะสม โดยแจ้งราคาขั้นต่ำไว้ ทั้งนี้ต้องคำนึงว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่จะได้ต้องเหมาะสมด้วย ส่วนหัวใจการทำงานในระบบนั้นต้องมีเงินทุนพร้อมที่ดินในการดำเนินงาน และต้องมีการประสานร่วมมือของทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง

2.3 แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ

การจัดการทางด้านการตลาดของการบริการประกอบด้วย 7 P's ซึ่งจะต้องผสมผสานกันจนไม่อาจจะแบ่งแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจนจึงจะได้ประสิทธิผลในการให้บริการดังรายละเอียดต่อไปนี้ (ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2549)

1. สินค้า (Product) ผู้บริหารจะต้องตัดสินใจเลือกบริการหลัก และบริการเสริม ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และแข่งขันได้ดีเมื่อเทียบกับบริการของกลุ่มคู่แข่ง

2. ราคาและค่าใช้จ่ายส่วนที่ลูกค้าต้องจ่าย (Price) ในเรื่องของราคาตามปกติที่ผู้บริหารจะต้องตัดสินใจเหมือนกับราคาของสินค้าแบบเดิม ผู้บริหารยังจะต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงิน เวลาที่ลูกค้าต้องเสียไปกับการมาใช้บริการ ตลอดจนความรู้สึกทางด้านร่างกายและจิตใจ ที่อาจออกมาในแง่ลบ ความไม่พึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับ เนื่องจากบริการไม่ได้เป็นไปตามที่คาดหมายไว้

3. การจัดจำหน่าย (Place) ในการส่งมอบบริการต้องคำนึงถึงปัจจัยทางด้านสถานที่ที่ให้บริการ และเวลาที่สะดวกรวดเร็วจากการได้รับบริการ โดยผ่านทาง อีเมลล์ หรือทางเว็บไซต์ก็ได้ เพราะลูกค้าจะคำนึงถึงความสะดวกรวดเร็วในการรับบริการเป็นปัจจัยสำคัญ

4. การส่งเสริมการขายและการสื่อสารทางการตลาด (Promotion & IMC) ไม่มีสินค้าชนิดใดที่จะประสบความสำเร็จได้ ถ้าไม่มีโปรแกรมการสื่อสารการตลาดที่ดี ซึ่งมีบทบาทในการให้ข้อมูลที่จำเป็นกับลูกค้า ชักชวนให้เห็นประโยชน์ที่จะได้รับ ตลอดจนกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อบริการเร็วขึ้น แต่หลักการสื่อสารการตลาดของการบริการมักจะเน้นที่การสอนลูกค้าเกี่ยวกับบริการนั้นๆ ว่ามีประโยชน์อย่างไรบ้าง เมื่อใดจึงควรจะใช้จะหาได้ที่ไหน และจะต้องทำอะไรบ้างในการมารับบริการนั้นๆ

5. พนักงานผู้ให้บริการ (People) และลูกค้าที่มีส่วนร่วมในงานบริการ การส่งมอบบริการ หลายชนิดที่เจาะจงให้ลูกค้าและพนักงานต้องมามีส่วนร่วมในงานบริการร่วมกัน ขาดฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่ได้ เช่น การผลิตแบบมีสัญญาผูกพัน

6. ส่วนประกอบทางกายภาพ (Physical Evidence) ที่ก่อให้เกิดความประทับใจจากสิ่งที่เห็น มีส่วนในการช่วยทำให้ลูกค้ารู้สึกว่า บริการนั้นมีคุณภาพ มีความเหมาะสม มีประสิทธิภาพได้แก่ ลักษณะและรูปแบบอาคารสำนักงานสถานที่ที่ให้บริการมีความทันสมัย เครื่องมือที่ใช้มีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า หรือการแต่งกายของพนักงานที่เหมาะสม

7. กระบวนการออกแบบบริการ (Process Design) เป็นการส่งมอบบริการให้ลูกค้า ถ้าการออกแบบกระบวนการทำได้ดี การส่งมอบบริการก็จะมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตรงเวลา มีคุณภาพ

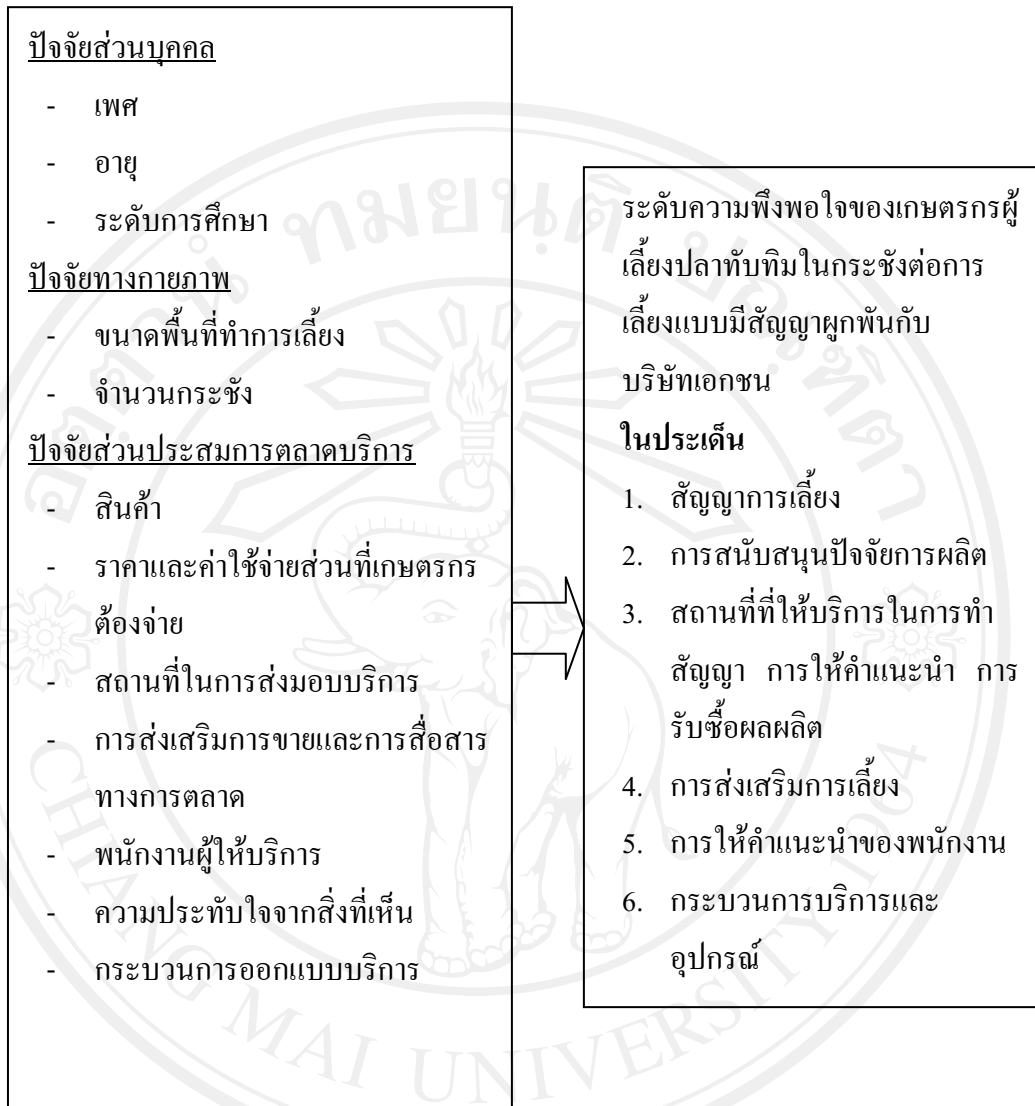
สม่ำเสมอ แต่ถ้าขั้นตอนการออกแบบบริการไม่ดีพอก็จะทำให้ลูกค้ารู้สึกรำคาญ หรือทำให้ลูกค้าไม่พอใจ จนทำให้เลิกใช้บริการไป

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าการจัดการส่วนประสมการตลาดบริการที่เหมาะสมขององค์กร จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าที่รับบริการ ซึ่งผู้บริหารจะต้องมีการทบทวนกระบวนการให้บริการกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันไม่ให้คุณภาพการบริการแย่ง คุณภาพการบริการที่ไม่ดีจะทำให้ลูกค้าไม่พอใจ และไม่ใช้บริการซ้ำอีก

อย่างไรก็ตาม การประยุกต์ใช้แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการที่นำมาใช้กับสัญญาผูกพันการผลิตและการตลาดจะบูรณาการปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ากับบริบทของการทำสัญญาระหว่างเกษตรกรกับบริษัทโดยเน้นให้เห็นถึงประเด็นต่าง ๆ ของความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจแบบมีสัญญาผูกพัน

ตาราง 2.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับประเด็นที่ทำการศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาทับทิม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ประเด็นที่ทำการศึกษา
1. ด้านสินค้า	สัญญาการเลี้ยง
2. ด้านราคาและค่าใช้จ่ายส่วนที่ลูกค้าต้องจ่าย	การสนับสนุนปัจจัยการผลิต
3. การจัดจำหน่าย(สถานที่ในการส่งมอบบริการ) และส่วนประกอบทางกายภาพ(ความประทับใจจากสิ่งที่เห็น)	สถานที่ที่ให้บริการในการทำสัญญา การให้คำแนะนำ การรับซื้อผลผลิต
4. การส่งเสริมการขายและการสื่อสารทางการตลาด	การส่งเสริมการเลี้ยง
5. พนักงานผู้ให้บริการ	การให้คำแนะนำของพนักงาน
6. กระบวนการออกแบบบริการ	กระบวนการบริการและอุปกรณ์



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

2.4 การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สายัญ เทวัน (2540) ได้ศึกษาการศึกษาเปรียบเทียบสภาพเศรษฐกิจและสังคมของผู้เลี้ยงไก่เนื้อประเภทอิสระกับมีสัญญาผูกพัน รวมทั้งเปรียบเทียบผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม และการใช้เทคโนโลยีในการเลี้ยงไก่เนื้อ ตลอดจนปัญหาและข้อเสนอแนะบางประการของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อทั้ง 2 ประเภท ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สภาพเศรษฐกิจ คือ รายได้สุทธิจากการเลี้ยงไก่เนื้อต่อรุ่นต่อเดือนขนาดฟาร์ม แรงงานทั้งหมดในการเลี้ยงไก่เนื้อ และสินเชื่อในการเลี้ยงไก่เนื้อของเกษตรกรที่เลี้ยงไก่เนื้อแบบอิสระมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าของเกษตรกรที่เลี้ยงไก่เนื้อแบบมีสัญญาผูกพัน สภาพสังคม คือ การติดต่อกับเจ้าหน้าที่ ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อแบบอิสระมีค่าเฉลี่ยจำนวนครั้งน้อยกว่าของเกษตรกรที่เลี้ยงไก่เนื้อแบบมีสัญญาผูกพัน แต่การได้รับข่าวสารทางการเกษตรไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ ส่วนการใช้เทคโนโลยีในการผลิตไก่เนื้อ ในด้านอาหาร การให้อาหาร โรงเรือน อุปกรณ์การเลี้ยงไก่ การจัดการในฟาร์มและการสุขาภิบาลต่างๆ ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อทั้ง 2 ประเภท มีความแตกต่างกันทางสถิติ ปัญหาการเลี้ยงไก่เนื้อของเกษตรกรทั้ง 2 ประเภท คือ โรคติดต่อทำให้ไก่ตายเป็นจำนวนมาก แต่เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาในการจำหน่ายไก่เนื้อออกสู่ตลาดแต่อย่างใด การต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐนั้น เกษตรกรที่เลี้ยงไก่เนื้อแบบอิสระมีความต้องการความช่วยเหลือสูงกว่าเกษตรกรที่เลี้ยงไก่เนื้อแบบมีสัญญาผูกพัน เพราะเกษตรกรที่เลี้ยงไก่เนื้อแบบมีสัญญาผูกพันได้รับการช่วยเหลือจากบริษัทเอกชนคู่สัญญา แต่ก็ต้องการให้รัฐเข้ามาช่วยเหลือเรื่องของวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่มีราคาสูง

สุภาลักษณ์ ชัยอนันท์ (2540) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางกายภาพ สังคม เศรษฐกิจ และจิตวิทยา ความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อ โครงการส่งเสริมการปลูกมะเขือเทศแบบมีสัญญาผูกพัน ในจังหวัดลำปาง พบว่า ระดับความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อโครงการส่งเสริมการปลูกมะเขือเทศแบบมีสัญญาผูกพัน ในจังหวัดลำปางอยู่ในระดับปานกลาง มีความพึงพอใจมากที่สุดในประเด็นความสะดวกในการขอรับใบนำหนักจากบริษัท ส่วนประเด็นที่พึงพอใจน้อยที่สุด คือความพึงพอใจในบริการการตรวจเยี่ยมแปลงปลูกมะเขือเทศของเจ้าหน้าที่บริษัท และจากการศึกษาสุภาลักษณ์ กล่าวว่า ความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อ โครงการส่งเสริมการปลูกมะเขือเทศแบบมีสัญญาผูกพัน กับระยะทางจากแหล่งผลิตถึงโรงงาน รายได้สุทธิจากการขายมะเขือเทศ ความเชื่อถือที่มีต่อตัวแทนบริษัท ความเชื่อถือที่มีต่อบริษัท อายุ ระดับการศึกษา พื้นที่ปลูกมะเขือเทศ แรงงานในครัวเรือนที่ปลูกมะเขือเทศ การใช้เทคโนโลยีการผลิต การรับข้อมูลข่าวสารทางเกษตร และแรงจูงใจด้านตลาดและราคาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของเกษตรกรแต่อย่างใด

ถวิล กาวิสูข (2547) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของเกษตรกรในจังหวัดตากต่อการปลูกมันฝรั่งแบบมีสัญญาผูกพันกับบริษัท เบอร์ลี่ ยูคเกอร์ ฟู้ดส์ จำกัด พบว่า จากเกษตรกรทั้งหมด 77 ราย มีสมาชิกในครัวเรือน 4-6 คน มีสมาชิกที่ใช้แรงงานต่อครัวเรือน 1-3 คน ใช้พื้นที่ในการปลูกมันฝรั่ง 11-20 ไร่ต่อรายมากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นการเช่าพื้นที่ปลูกโดยใช้ทุนของเกษตรกรเอง รองลงมาเป็นเงินทุนที่ยืมจากบริษัท จากการศึกษาแบ่งความพึงพอใจเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านรายละเอียดในสัญญา พบว่า มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในเรื่องต่างๆ ในระดับมาก ยกเว้น เรื่องข้อกำหนดเกี่ยวกับหัวพันธุ์ และเรื่องภาวะบรรจุก้อนๆ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ในระดับปานกลาง ส่วนด้านของการปฏิบัติตามสัญญาการปลูกมันฝรั่ง พบว่า เกษตรกร มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในเรื่องต่างๆ ในระดับมาก ยกเว้นเรื่องความสะอาดของจุกับซื่อ เรื่องภาวะบรรจุก้อนๆ ที่จัดให้เกษตรกร และเรื่องความปลอดภัยของจุกับซื่อที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง เกษตรกรมีความพึงพอใจด้านการบริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในเรื่องต่างๆ ทุกเรื่องในระดับมาก ในด้านการบริการข้อมูลข่าวสารและอื่นๆ พบว่าเกษตรกรมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้านข้อมูลและข่าวสาร ในเรื่องต่างๆ ในระดับมาก ยกเว้น เรื่องเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้เห็นว่าไม่ค่อยทันสมัย และเรื่องสถานที่ทำการของบริษัท ที่เกษตรกรมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ปัญหาด้านรายละเอียดในสัญญาการปลูกมันฝรั่ง ที่เกษตรกรพบมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านข้อกำหนดเกี่ยวกับราคาหัวพันธุ์ ด้านข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณภาพของหัวพันธุ์ และด้านข้อกำหนดเกี่ยวกับระดับราคารับซื่อผลผลิต ส่วนปัญหาในด้านการปฏิบัติตามสัญญาการปลูกมันฝรั่ง ที่เกษตรกรพบมาก 3 อันดับแรกได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของหัวมันฝรั่ง ปัญหาเกี่ยวกับราคารับซื่อผลผลิต และปัญหาภาวะบรรจุก้อนๆ ที่จัดหาให้เกษตรกร ในด้านปัญหาที่เกี่ยวกับการปลูกและดูแลมันฝรั่ง เกษตรกรพบปัญหาเกี่ยวกับโรคพืชและแมลงมากที่สุด

นรินทร์ ศรีวิชัย (2547) ได้ศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรที่ร่วมโครงการปลูกมะเขือม่วงญี่ปุ่นแบบมีสัญญาผูกพันกับบริษัท สันติภาพเทคดิง จำกัด ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งมีเกษตรกรรวมทั้งสิ้น 272 ราย โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกร กับความพึงพอใจของเกษตรกรต่อการปลูกมะเขือม่วงญี่ปุ่น และเพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคของเกษตรกรที่ร่วมโครงการพบว่า เกษตรกรมีความพึงพอใจต่อสินเชื่อการเกษตร พนักงานรับซื่อผลผลิต การเข้าซื่อผลผลิตในพื้นที่ การรักษาคุณภาพผลผลิต และการกำหนดวันเวลาซื่อขายผลผลิตในระดับมาก ส่วนในประเด็นของการเตรียมการปลูก การจัดหาต้นกล้า และวัสดุการเกษตรให้เกษตรกร เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ให้คำแนะนำ การกำหนดมาตรฐานการรับรองซื่อผลผลิตตามเกรด และเอกสาร

การรับซื้อผลผลิต เกษตรกรมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และจากการศึกษานรินทร์สามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของเกษตรกรต่อการปลูกมะเขือม่วงญี่ปุ่นแบบมีสัญญาผูกพัน มีเพียงตัวแปรเดียวคือ รายได้จากการขายมะเขือม่วงญี่ปุ่นที่มีความสัมพันธ์ทางเดียวกันกับความพึงพอใจ นั่นคือ ถ้าเกษตรกรมีรายได้จากการขายมะเขือม่วงญี่ปุ่นมากเท่าใดก็ส่งผลให้เกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการปลูกมะเขือม่วงญี่ปุ่นแบบมีสัญญาผูกพันมากขึ้น ส่วนปัจจัยด้านอายุ ขนาดพื้นที่ทำการเกษตร และจำนวนแรงงาน มีความสัมพันธ์เชิงผกผันกับความพึงพอใจของเกษตรกร นั่นคือ เกษตรกรที่มีอายุมาก มีพื้นที่ทำการเกษตรมาก และมีจำนวนแรงงานในครัวเรือนมาก จะมีความพึงพอใจต่อการปลูกมะเขือม่วงญี่ปุ่นแบบมีสัญญาผูกพันน้อย ปัญหาอุปสรรคที่มีต่อการปลูกมะเขือม่วงญี่ปุ่นเรียงตามลำดับจากความสำคัญมากไปน้อย พบว่า 1) ปัญหาต้นทุนค่ามะเขือม่วงญี่ปุ่น 2) ปัญหาด้านการขนส่ง 3) ปัญหาด้านการส่งเสริม 4) ปัญหาด้านการรับซื้อผลผลิต และ 5) ปัญหาผลผลิตไม่สามารถนำมาขายได้วันต่อวัน

ปยุตต์ อนุชิต (2547) ได้ศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหาของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการมะเขือม่วงญี่ปุ่นแบบมีสัญญาผูกพันของ บริษัท ลีโอ ฟู้ดส์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจของเกษตรกรหลังเข้าร่วมโครงการเกษตรกรรมมีรายได้ทั้งหมด และทรัพย์สิน เพิ่มขึ้น ทรัพย์สินที่เพิ่มขึ้นคือ ทองคำ โทรศัพท์ มอเตอร์ไซด์ รถแทรกเตอร์ เครื่องสูบน้ำ และวิทยุ นอกจากนี้ภายหลังเข้าร่วมโครงการเกษตรกรรมส่วนใหญ่ร้อยละ 70.3 มีปริมาณการกู้เงินคงที่ และเกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 54.1 มีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น การเปลี่ยนแปลงทางสังคมภายหลังเข้าร่วมโครงการเกษตรกรรมมีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมของบริษัท เฉลี่ย 5 ครั้งต่อเดือน สามารถนำความรู้จากการแนะนำไปใช้ประโยชน์ได้มาก เกษตรกรที่ร่วมโครงการมีความรู้ด้านการเกษตรมากขึ้นทั้งจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรและเพื่อนบ้านที่มีการแลกเปลี่ยนความรู้และการปฏิบัติระหว่างกัน การเข้าร่วมโครงการไม่ได้ทำให้การเข้าร่วมกิจกรรมของท้องถิ่นลดลงแต่อย่างใด ความสัมพันธ์ต่อเพื่อนบ้านก็ยังคงปกติ ทักษะคิดและความพึงพอใจของเกษตรกรพบว่าเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจมาก ส่วนปัญหา อุปสรรคของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการคือ ปัญหาโรคและแมลงที่ควบคุมได้ยาก การจัดการด้านการใช้สารเคมี การเก็บเกี่ยวไม่ได้ตามขนาดที่ต้องการ และมะเขือม่วงญี่ปุ่นต้องการดูแลเอาใจใส่สูง ดังนั้นการชี้แจงให้เกษตรกรทำความเข้าใจอย่างสม่ำเสมอในวิธีการเพาะปลูกจะช่วยลดปัญหาได้