

การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของตลาดเกษตรกร
อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
New public management of the Farmers Market,
Muang District, Lopburi Province

พรกมล ศิริอ่อน*

Pornkamol Sirion

pronkamol_goy@hotmail.co.th

Received: 01/05/62 Revised: 26/06/62 Accepted: 26/06/62

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1) เพื่อศึกษา การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ ของตลาดเกษตรกรอำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี (2) เพื่อศึกษาการสร้างการบริการที่มี คุณภาพให้แก่ประชาชน การสนับสนุนให้ลดการควบคุมจากส่วนกลางและเพิ่มอิสระใน การบริหารงาน การวัดผลการปฏิบัติงาน ตลอดจนศึกษาระบบด้านการพัฒนาบุคลากร ของตลาดเกษตรกรอำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี โดยวิธีวิจัยเอกสารและวิจัยสนาม เก็บ รวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 10 คน ผลการวิจัยพบว่า มีการสร้างการบริการที่มีคุณภาพให้แก่ประชาชน ผู้บริโภคหรือ ประชาชนทั่วไปมีความคาดหวังหรือความต้องการการบริการของภาครัฐที่มีความสะดวก รวดเร็ว มีมาตรฐานสูง เช่นเดียวกับการให้บริการในภาคเอกชน การให้บริการของตลาด ด้วยความรวดเร็ว เป็นมิตร มีการเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด สร้างความเข้าใจ สร้างความ ไว้วางใจในคุณภาพ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค หรือรับบริการ เน้นการให้บริการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า/ประชาชน เกิดความพึง พอใจต่อคุณภาพของสินค้าและการให้บริการ ทั้งยังพบว่า การลดการควบคุมจาก ส่วนกลางเพื่อเพิ่มอิสระในการบริหารงานแต่สามารถติดต่อกันอย่างเป็นอิสระนั้นจะช่วย เพิ่มประสิทธิผลให้กับตลาดเกษตรกรในการสร้างสรรค์คุณภาพในการให้บริการกับ ประชาชนอีกด้วย

คำสำคัญ : การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ ตลาดเกษตรกร การพัฒนาบุคลากร

* สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดลพบุรี

Abstract

The objective of this research is to study the new public management of the farmers market in Muang District, Lopburi Province, the creation of quality services for the people, decentralization and increasing of administrative freedom. It also tempted to study the personnel development system, as well. By means of document research and field research, data were collected by structured interviews from 10 key informants. The findings are as followed: quality services were created for the benefit of the people or consumers who have expectations or needs for government services that are convenient, fast, with high standards such as single services in the private sector. The services of the market were fast and friendly. It paid close attention, created understanding, and built trust in quality of the services and products. Moreover, the market provided help or actions and focused on providing services for the benefit of consumers. Also it found that the reduction of central control to increase the freedom of management but can communicate independently should path an effective way to enhance the quality services of the market.

Keywords: new public management, farmers market, personnel development

บทนำ

การจัดการมีความสำคัญต่อผู้บริหารทุกคนในการพัฒนาองค์การให้มุ่งไปสู่ความมีประสิทธิภาพผู้บริหารสามารถดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การได้ เช่น ผู้จัดการโรงงานสามารถดำเนินการผลิตสินค้าสิ่งของเครื่องใช้อุปโภคบริโภคออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสามารถหาตลาดในการจัดจำหน่ายสินค้าเหล่านั้น ผู้จัดการฝ่ายบุคคลมีศักยภาพในความสามารถจัดหาแรงงานและพนักงานเพื่อมาปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้ภารกิจในองค์การลุล่วงไปได้ ผู้จัดการแต่ละฝ่ายอาจมีพื้นฐานความรู้ทางการบริหารแตกต่างกันและมีการศึกษาที่แตกต่างหลากหลาย แต่ต้องทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุความสำเร็จในวัตถุประสงค์ขององค์การ ซึ่งไม่เฉพาะเป็นการกระทำเพื่อองค์การเท่านั้น แต่เป็นการกระทำที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริหารในระดับต่างๆ จะต้องมีความรู้เบื้องต้นในงานทางด้านการบริหาร และกระบวนการบริหาร เพื่อความสำเร็จตามเป้าหมาย ภายใต้การจัดการทรัพยากรทางการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา บรรดารัฐบาลของประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้รับเอากระแสแนวความคิดสมัยใหม่เข้ามาริเริ่มและดำเนินการปฏิรูปการบริหารราชการแผ่นดินของตนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เมื่อพิจารณายุทธศาสตร์การปฏิรูประบบราชการของประเทศต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยแล้ว พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบและวิธีการบริหารงานภาครัฐที่แตกต่างไปจากเดิม รวมถึงมีความหลากหลายและแตกต่างกันออกไปตามบริบทการเมือง การปกครอง ระบบเศรษฐกิจ และสังคมของแต่ละประเทศ จากการศึกษาถึงรูปแบบการบริหารงานภาครัฐในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา มีผลการศึกษาของ B. Guy Peters ที่อธิบายถึงกระบวนการและลักษณะสำคัญของการปฏิรูประบบราชการที่เกิดขึ้นในช่วงทศวรรษ 1980-1990 ที่ผ่านมา ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของการบริหารระบบราชการในประเทศที่พัฒนาแล้วอย่างชัดเจนว่า การบริหารงานภาครัฐด้วยแนวคิดองค์การแบบระบบราชการดั้งเดิม หรือ Bureaucracy ของ Max Weber ไม่เหมาะสมอย่างยิ่งในบริบทปัจจุบัน ดังนั้นการบริหารงานภาครัฐในอนาคตมีแนวโน้มที่จะนำแนวคิดการบริหารภาคธุรกิจเอกชนและให้ภาคประชาชนเข้ามา

มีส่วนร่วมมากขึ้น ดังนั้น ปีเตอร์สจึงได้แสดงทัศนะต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริหารงานภาครัฐในอนาคต โดยการเสนอตัวแบบทางเลือกของการปฏิรูปการบริหารงานภาครัฐไว้สองตัวแบบด้วยกัน คือ ตัวแบบตลาด (Market Model) และ ตัวแบบการมีส่วนร่วม (Participatory Model) ซึ่งทั้งสองตัวแบบตามแนวคิดของปีเตอร์สได้กลายมาเป็นกระแสแนวความคิดหลักสองขั้วที่เข้ามามีอิทธิพลต่อการปฏิรูประบบบริหารงานภาครัฐในปัจจุบัน ได้แก่ 1) แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management) หรือที่นิยมเรียกสั้นๆ ว่า NPM อันเป็นการผสมผสานระหว่างเศรษฐศาสตร์นีโอคลาสสิก เศรษฐศาสตร์เชิงสถาบัน และเทคนิควิธีการบริหารจัดการสมัยใหม่ และ 2) แนวคิดเกี่ยวกับประชาธิปไตยแนวใหม่ (New Democracy) อันเป็นการผสมผสานระหว่างประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมและหลักนิติธรรม (ทศพร ศิริสัมพันธ์, 2549, หน้า 24)

จะเห็นได้ว่าแนวคิดทั้งสองกระแส ได้แก่ (1) การจัดการภาครัฐแนวใหม่ ซึ่งเน้นถึงการปรับเปลี่ยนการทำงานให้มีความทันสมัย และการปรับให้เข้าสู่ระบบตลาด และ (2) ประชาธิปไตยแนวใหม่ ซึ่งเน้นถึงการทำให้เป็นประชาธิปไตย หรือเป็นความพยายามในการเปิดระบอบราชการให้เข้าสู่กระบวนการประชาธิปไตย และยึดหลักนิติธรรมนั้น ต่างมีผลต่อการวางยุทธศาสตร์การปฏิรูประบบราชการของประเทศไทยอย่างชัดเจน (ทศพร ศิริสัมพันธ์, 2549, หน้า 166) ซึ่งการปฏิรูประบบราชการที่เกิดขึ้นในปี 2545 ได้นำแนวคิดทั้งสอง ที่ได้กล่าวมาข้างต้นปรากฏอยู่ในกฎหมายทั้งสองฉบับ คือ พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน ฉบับที่ 5 พ.ศ. 2545 และพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 ภายใต้วิสัยทัศน์ของการพัฒนาระบบราชการในช่วงระยะปี 2546 - 2550 ว่า “พัฒนาระบบราชการไทยให้มีความเป็นเลิศ สามารถรองรับการพัฒนาประเทศในยุคโลกาภิวัตน์ โดยยึดหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีและประโยชน์สุขของประชาชน”

หากพิจารณาจากรายละเอียดของการดำเนินงานแล้ว จะเห็นได้ว่านโยบายการปฏิรูประบบราชการในสมัยรัฐบาลทักษิณ ชินวัตร มีความชัดเจน มีระบบการปฏิบัติงานตลอดจนกลยุทธ์และทิศทางการดำเนินงานที่ดีและเป็นรูปธรรมที่สุดเท่าที่เคยมีมาในประวัติศาสตร์การปฏิรูประบบราชการไทย แต่อย่างไรก็ตามการปฏิรูประบบราชการ

ในช่วงปี 2545-2549 ได้ก่อให้เกิดข้อวิพากษ์วิจารณ์หลายประการเมื่อนำนโยบายปฏิรูประบบราชการไปปฏิบัติ เช่น ประเด็นการลดขนาดองค์การภาครัฐที่ควรปรับปรุงโครงสร้างองค์การให้เล็กคล่องตัว แต่รัฐบาลกลับขยายระบบราชการให้ใหญ่ขึ้น โดยการเพิ่มกระทรวง จาก 16 กระทรวง เป็น 20 กระทรวง และแม้จะมีการจัดกลุ่มภารกิจ แต่ยังคงขาดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนหรือยังมีความลักลั่นกันอยู่มาก นอกจากนี้การปฏิรูประบบราชการครั้งนี้ยังส่งผลให้เกิดการรวมศูนย์อำนาจไว้ที่ส่วนกลางอีกลักษณะหนึ่ง ทำให้ขาดความเชื่อมโยงระหว่างราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น ซึ่งในส่วนของบริหารงานในส่วนภูมิภาคนั้นมิได้มีการปรับโครงสร้างราชการส่วนภูมิภาคด้วยแต่อย่างใด ดังนั้นการบริหารงานในส่วนภูมิภาคจึงขาดความชัดเจนในอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ เนื่องจากยังไม่มีกรอบกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้การปฏิบัติราชการและการบริการประชาชนเป็นไปด้วยความล่าช้า นอกจากนี้ผลจากการที่ส่วนราชการหลายแห่งยุบจากราชการส่วนภูมิภาคไปเป็นราชการส่วนกลางในพื้นที่ ทำให้ไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้กับประชาชนได้ เพราะราชการส่วนภูมิภาคต้องฟังคำสั่งจากส่วนกลางเป็นหลัก ไม่มีการมอบอำนาจ ทำให้จังหวัดขาดเครื่องมือในการบริหารจัดการ ขาดเอกภาพในการบังคับบัญชาและบริหารจัดการ กลายเป็นว่ามีเฉพาะหน้าที่และความรับผิดชอบ แต่การสั่งการยังขึ้นอยู่กับส่วนกลาง (อลงกต วรกี, 2548, หน้า 23-24)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ส่งเสริมการผลิตให้แก่เกษตรกร ได้ตระหนักถึงความเดือดร้อนของเกษตรกรดังกล่าว ดังนั้น การจัดหาสถานที่เพื่อให้มีสถานที่ในการพบปะกันระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตกับผู้ซื้อสินค้า จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเหลือเพิ่มทางเลือกในการระบายสินค้าให้แก่เกษตรกร ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นของรายได้เกษตรกรในท้องถิ่น ลดการสูญเสียของผลผลิตได้ โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อยที่มีผลผลิตต่อรายไม่มากและไม่สามารถเข้าถึงตลาดได้ด้วยตนเอง ซึ่งต้องขายผลผลิตผ่านพ่อค้าคนกลางที่มีความสัมพันธ์ไม่แน่นอนกับเกษตรกรผู้ผลิต จึงมีความเสี่ยงเกิดขึ้นกับเกษตรกร ดังนั้น การมีตลาดให้กับเกษตรกรรายย่อยจะเป็นการช่วยเกษตรกรไม่ให้ประสบกับภาวะขาดทุนได้ทางหนึ่ง เป็นการสร้างโอกาสให้เกษตรกรมีช่องทางการตลาดเป็นของตนเอง และเป็นการลดต้นทุนให้แก่เกษตรกรด้วย ไม่ต้องรวบรวมผลผลิตซึ่งมีจำนวนน้อยไปหาตลาดที่มีระยะทางไกลจากแหล่งผลิต จนทำให้ค่าใช้จ่ายต้นทุนในการขนส่งสูงขึ้นด้วย

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้จัดทำโครงการตลาดเกษตรกร (Farmer Market) มีวัตถุประสงค์เพื่อจำหน่ายผลิตผล/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรโดยตรง เพื่อเสนอขายผลิตผล/ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและปลอดภัยที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน เพื่อเปิดตัวผลิตผล/ผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ และเพื่อให้ภาคเอกชนในจังหวัดได้มีโอกาสร่วมมือในการจัดการตลาดเกษตรกร เริ่มโครงการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 โดยให้ทุกจังหวัด จัดให้เกษตรกรผู้ผลิตได้จำหน่ายสินค้ากับผู้บริโภคโดยตรง สินค้าที่นำมาจำหน่ายต้องเป็นสินค้าที่มาจากเกษตรกรและมีคุณภาพปลอดภัย เป้าหมายการจัดการตลาดอย่างน้อย จังหวัดละ 1 แห่ง สัปดาห์ละ 1 ครั้ง จากการประเมินผลตลาดเกษตรกรทั้ง 77 จังหวัด (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558) พบว่า ผู้จำหน่ายสินค้าเป็นเกษตรกรผู้ผลิตจริง สินค้าส่วนใหญ่มีการบรรจุภัณฑ์ มีการแสดงรายละเอียด ตราสินค้า/เครื่องหมายรับรองมาตรฐาน สถานที่ผลิต ราคาสินค้า น้ำหนักสินค้า และวันเดือนปีที่ผลิต ปัญหาที่พบ ได้แก่ สินค้าส่วนใหญ่ยังไม่ได้มาตรฐาน ผ่านการรับรองเพียงร้อยละ 44 การบรรจุภัณฑ์สินค้ายังไม่น่าสนใจ ราคาสินค้าใกล้เคียงกับตลาดทั่วไป สถานที่ไม่มั่นคงส่วนใหญ่เป็นเต็นท์ผ้าซึ่งชำรุดง่าย รูปแบบการจัดการตลาดไม่เป็นระบบ ไม่แบ่งโซนสินค้าอย่างชัดเจน การประชาสัมพันธ์มีน้อยไม่ต่อเนื่อง และภาคเอกชนมีส่วนร่วมน้อย

การทำเกษตรในปัจจุบันนอกจากเกษตรกรผู้ผลิตต้องมีความรู้ ทักษะ และความเชี่ยวชาญในด้านการผลิตแล้ว ด้านการตลาดก็ยังเป็นเรื่องสำคัญที่เกษตรกรควรจะต้องเรียนรู้และเข้าใจเช่นกัน การขายผลผลิตทางการเกษตร ยังเป็นปัญหาเนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่เชี่ยวชาญในเรื่องการขาย อีกทั้งยังไม่เข้าใจในหลักการตลาด ดังนั้นการตลาดยังคงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่เกษตรกรจะต้องได้รับการพัฒนาทั้งความรู้และประสบการณ์จริง เป็นการกระตุ้นให้เกิดการนำไปปฏิบัติ พร้อมทั้งกระตุ้นให้เกษตรกรเกิดความตระหนักและสนใจ เนื่องจากการตลาดมีผลกระทบต่อเกษตรกรที่ทำการผลิตโดยตรง การส่งเสริมให้เกษตรกรเข้าใจและสามารถบริหารจัดการด้านการตลาดได้ นับว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากในยุคของโลกไร้พรมแดนไทยแลนด์ 4.0 ในปัจจุบัน

“ตลาดเกษตรกร” เป็นหนึ่งในโครงการที่สำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ที่มุ่งเน้นให้ทุกจังหวัดมีสถานที่จำหน่ายผลิตผลและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรคุณภาพที่มี

ความปลอดภัยได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP เกษตรอินทรีย์ และมาตรฐานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น GMP ออ. ให้แก่ผู้ประกอบการ โดยเกษตรกรเป็นผู้จำหน่ายเอง มีผู้จัดการตลาดเกษตรกรเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำ ส่งเสริม สนับสนุน ผลักดันและขับเคลื่อน ในทุกมิติ สอดรับกับนโยบายของรัฐบาลและกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ที่กำหนดให้ “การลดต้นทุนการผลิตทางการเกษตรและเพิ่มโอกาสทางการแข่งขัน” เป็นแนวนโยบายในการพัฒนาการเกษตรและเกษตรกร โดยเน้นใน 4 ประเด็นหลัก คือ 1) ลดต้นทุนการผลิต 2) เพิ่มคุณภาพและผลผลิตต่อหน่วย 3) เน้นการบริหารจัดการ และ 4) การวางแผนการผลิตและเพิ่มช่องทางการตลาด ให้ความสำคัญ กับการลดต้นทุนและการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต อีกทั้งเป็นการเชื่อมโยงผลผลิตที่มีคุณภาพและได้รับการรับรองมาตรฐานจากกิจกรรมแปลงใหญ่เข้าสู่ตลาดเกษตรกร สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าผลิตภัณฑ์ และการเชื่อมโยงตลาดระดับต่างๆ “ตลาดเกษตรกร” ถือเป็นช่องทางสำคัญอีกช่องทางหนึ่งในการช่วยเหลือเกษตรกรในด้านการตลาดให้เข้มแข็งและมั่นคง สามารถพึ่งพาตัวเองได้อย่างยั่งยืน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของเกษตรกร โดยการวางแผนการผลิตรายบุคคล (Individual Farming Production Planning: IFPP) ที่เน้นการผลิตที่ตรงตามความต้องการของตลาด เพื่อให้กระบวนการผลิตที่จะดำเนินการสอดคล้องกับความต้องการของตลาดอย่างแท้จริงและได้สินค้าที่มีมาตรฐานได้รับการรับรองคุณภาพ เข้าใจลักษณะการตลาดปัจจุบันที่มีความหลากหลาย และประชาสัมพันธ์โครงการตลาดเกษตรกรให้เป็นที่รู้จักและกระตุ้นการรับรู้ของผู้บริโภคในวงที่กว้างขึ้น

อีกทั้ง การพัฒนาตลาดเกษตรกร ที่มีศักยภาพให้เป็น ตลาดเกษตรกร “ถาวร” โดยกำหนดเงื่อนไขในการพัฒนา ตลาดเกษตรกรเดิมหรือหาแหล่งจัดสร้างตลาดใหม่ ที่อยู่ในเขตชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการบริหารจัดการ โดยมุ่งเน้นพัฒนาเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกรที่มีศักยภาพ และพัฒนาพื้นที่ให้เป็นตลาดสินค้าเกษตรที่เปิดจำหน่ายอย่างถาวร เพื่อเป็นแหล่งรองรับสินค้าจากการดำเนินการส่งเสริมของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เช่น การส่งเสริมการเกษตรรูปแบบแปลงใหญ่ เกษตรทฤษฎีใหม่และรองรับสินค้าจากเกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริม ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน Young Smart Farmer และ Smart Farmer ผู้ตลาดเกษตรกร สามารถบริหารจัดการและเชื่อมโยงตลาดกับเอกชนในการจำหน่ายสินค้า

จากตลาดไปยังผู้บริโภคโดยตรง ทำให้ตลาดสินค้าการเกษตรเป็นศูนย์กลางในการขายสินค้าจากเกษตรกร พัฒนาเป็นตลาดกลางสินค้าการเกษตรของจังหวัดต่อไป

การดำเนินการโครงการตลาดเกษตรกร (Farmer Market) ในพื้นที่จังหวัดลพบุรี ซึ่งเมืองยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคกลางตอนบน และเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของประเทศ ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมสร้างรายได้ให้กับจังหวัดลพบุรีเป็นอันดับที่ 2 รองจากภาคอุตสาหกรรม และสาขาอาชีพที่สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรส่วนใหญ่ คือภาคเกษตรกรรม ได้แก่ การผลิตพืช ข้าว พืชผัก และการผลิตสัตว์ เช่น ไข่ เป็ด ไก่เนื้อ ไก่ชน และปลาน้ำจืด เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการแปรรูปอาหารที่ได้ผลผลิตจากพืช ประมง และปศุสัตว์ปลอดภัยเพื่อเพิ่มมูลค่าการจำหน่าย สามารถสร้างรายได้เพิ่มให้แก่เกษตรกรและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดลพบุรีได้ ทั้งนี้จังหวัดลพบุรีได้กำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาการเกษตรโดยกำหนดวิสัยทัศน์ให้ "ลพบุรีเป็นฐานผลิตอาหารปลอดภัย" และมีประเด็นยุทธศาสตร์การเกษตรที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มผลผลิตสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัย

จังหวัดลพบุรี ได้มีการจัดตลาดเกษตรกร 2 แห่ง ดังนี้ แห่งแรกเปิดตลาดเกษตรกรเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2557 ณ บริเวณพื้นที่หน้าสำนักงานเกษตรอำเภอเมืองลพบุรี สัปดาห์ละ 2 วันคือ วันอังคารและวันศุกร์ มีร้านค้าเกษตรกร 25 ร้าน แห่งที่ 2 เปิดตลาดเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2559 ณ บริเวณพื้นที่โรงพยาบาลพระนารายณ์มหาราช จัดตลาดในวันพฤหัสบดีที่ 1 และ 3 ของทุกเดือน มีร้านค้าเกษตรกร 16 ร้าน นอกจากนี้ยังได้รับความร่วมมือจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดจัดสินค้า OTOP มาร่วมจำหน่าย 16 ร้าน โดยมีคณะกรรมการบริหารตลาดเกษตรกร จำนวน 9 คน และมีเกษตรกรและสหกรณ์จังหวัดลพบุรี เป็นผู้จัดการตลาด สินค้าที่เกษตรกรนำมาจำหน่ายในตลาดเป็นสินค้าที่เกษตรกรปลูกไว้เพื่อบริโภค เหลือจึงนำมาจำหน่ายในตลาดเป็นการลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือน ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ และสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลปัจจุบัน ซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัดลพบุรีได้เล็งเห็นความสำคัญของโครงการและบรรจุเป็นยุทธศาสตร์พัฒนาจังหวัดและจัดสรรงบประมาณสนับสนุน และมีหน่วยงานอื่น เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด โรงพยาบาลประจำจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด ให้ความสำคัญร่วมบูรณาการและให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี

ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นบุคลากรของสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดลพบุรี จึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของตลาดเกษตรกรอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการแก้ไขในการดำเนินงานพัฒนาตลาดเกษตรกรอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ มีวิธีการวิจัยดังนี้

1. การวิจัยเอกสาร (Documentary research) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ วารสาร สิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ ดุษฎีนิพนธ์ รายงานการประชุม คู่มือการปฏิบัติงาน ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง เอกสารวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่

2. การวิจัยสนาม (Field research) โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างด้วยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง หรือการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) ได้แก่ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับตลาดเกษตรกรอำเภอเมืองและเกษตรกรผู้ขายสินค้าในตลาดเกษตรกรอำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดคุณลักษณะของประชากรที่ต้องการศึกษา (วิโรจน์ ก่อสกุล, 2559, หน้า 37) จึงใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) จำนวน 10 คน โดยพิจารณาจากคุณสมบัติ ดังนี้

2.1 คณะกรรมการตลาดเกษตรกรระดับจังหวัด มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดหลักเกณฑ์แนวทาง สถานที่การจัดตั้งตลาดเกษตรกร อำนาจการ คัดเลือกผู้จัดการตลาดเกษตรกร แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารตลาดเกษตรกร จำนวน 1 คน

2.2 คณะกรรมการบริหารตลาดเกษตรกรอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี แต่งตั้งจากเกษตรกรผู้ขายซึ่งมีหน้าที่กำหนดแนวทางการพัฒนา อำนาจการ ควบคุมดูแลสถานที่อุปกรณ์ จำนวน 4 คน

2.3 ผู้จัดการตลาดเกษตรกรอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เป็นเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบรวบรวมข้อมูลสถิติ จัดทำข้อกำหนดตลาดเกษตรกรจังหวัดลพบุรี เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของตลาดเกษตรกร กำหนดคุณสมบัติผู้ขายสินค้า/คณะกรรมการบริหารตลาดเกษตรกร การดำเนินงานของตลาด การเงินและบัญชี กำหนดบทลงโทษ ติดตามและประเมินผล รายงานผลการดำเนินงานให้คณะกรรมการตลาดเกษตรกรระดับจังหวัด จำนวน 1 คน

2.4 เกษตรกร คือ เกษตรกรผู้เป็นสมาชิก/ผู้ขายสินค้าในตลาดเกษตรกรอำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี จำนวน 4 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมในการวิจัยกรณีศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview guide)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสาร เป็นวิธีการศึกษาค้นคว้าเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไป โดยการรวบรวมเอกสารซึ่งเป็นข้อมูลที่มีการบันทึกไว้แล้วโดยผู้อื่น ได้แก่

1.1 หนังสือทั่วไป ได้แก่ ตำรา คู่มือ เอกสารประกอบการบรรยาย รวมถึงเอกสารทางวิชาการ วารสาร สิ่งพิมพ์ เป็นต้น

1.2 หนังสืออ้างอิง ได้แก่ สารานุกรม พจนานุกรม เป็นต้น

1.3 งานวิจัย วิทยานิพนธ์ เป็นงานที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าในเรื่องนั้นๆ อย่างละเอียด

1.4 เอกสารของทางราชการ เป็นเอกสารที่ส่วนราชการจัดทำขึ้นเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติ เช่น นโยบาย พระราชบัญญัติ คู่มือปฏิบัติงาน ประกาศ คำสั่ง เป็นต้น

2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ติดต่อกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นรายบุคคลเพื่อขออนัดหมายวัน เวลาสัมภาษณ์ เป็นการล่วงหน้า พร้อมทั้งอธิบายประเด็นของการสัมภาษณ์ให้ทราบอย่างคร่าวๆ และก่อนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะอธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัยอย่างชัดเจนว่า จะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ไปใช้ในการวิเคราะห์เชิงวิชาการเท่านั้น รวมทั้งขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการจัดบันทึกการสนทนาและบันทึกเสียงทุกครั้ง และในระหว่างการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะถามตามที่กำหนดไว้ในแบบสัมภาษณ์เท่านั้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาคครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ ดังนี้

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง มาแยกประเด็นตามวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นจึงวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละประเด็นโดยใช้วิธีการ “ตีความ” ตามหลักการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อสรุปผลการวิจัยแยกเป็นประเด็นๆ เรียงลำดับตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้สี่ประเด็น คือ (1) ศึกษาการสร้างการบริการที่มีคุณภาพให้แก่ประชาชน (2) การสนับสนุนให้ลดการควบคุมจากส่วนกลางและเพิ่มอิสระในการบริหารงาน (3) การวัดผลการปฏิบัติงาน และ (4) ศึกษาระบบด้านการพัฒนาบุคลากรของตลาดเกษตรกร

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเอกสารและการวิจัยสนาม พบว่า

การบริหารงานภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management) เป็นการปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการภาครัฐโดยนำหลักการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบราชการและการแสวงหาประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ โดยการนำแนวทางหรือวิธีการบริหารงานของภาคเอกชนมาปรับใช้กับการบริหารงานภาครัฐ เช่น การ

บริหารงานแบบมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ การบริหารงานแบบมีอาชีพ การคำนึงถึงหลักความคุ้มค่า การจัดการโครงสร้างที่กะทัดรัดและแนวราบ การเปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามาแข่งขันการให้บริการสาธารณะ การให้ความสำคัญต่อค่านิยม จรรยาบรรณวิชาชีพ คุณธรรมและจริยธรรม ตลอดทั้งการมุ่งเน้นการให้บริการแก่ประชาชนโดยคำนึงถึงคุณภาพเป็นสำคัญ

เหตุผลที่ต้องนำแนวคิดการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่มาใช้

1. กระแสโลกาภิวัตน์ ส่งผลให้สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกประเทศเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับองค์การทั้งภาครัฐและเอกชน ที่ต้องเพิ่มศักยภาพและความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนเพื่อตอบสนองความต้องการของระบบที่เปลี่ยนแปลงไป

2. ระบบราชการไทยมีปัญหาที่สำคัญคือ ความเสื่อมถอยของระบบราชการและขาดธรรมาภิบาล ถ้าภาครัฐไม่ปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริหารจัดการของภาครัฐเพื่อไปสู่องค์การสมัยใหม่ โดยยึดหลักธรรมาภิบาล ก็จะส่งผลบั่นทอนความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทั้งยังเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในอนาคตด้วย

ดังนั้นการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management) จึงเป็นแนวคิดพื้นฐานของการบริหารจัดการภาครัฐซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงระบบต่างๆ ของภาครัฐและยุทธศาสตร์ด้านต่างๆ ที่เป็นรูปธรรม โดยมีแนวทางในการบริหารจัดการดังนี้

- 1) การให้บริการที่มีคุณภาพแก่ประชาชน
- 2) ลดการควบคุมจากส่วนกลางและเพิ่มอิสระในการบริหารให้แก่หน่วยงาน
- 3) การกำหนด การวัด และการให้รางวัลแก่ผลการดำเนินงานทั้งในระดับองค์การ และระดับบุคคล
- 4) การสร้างระบบสนับสนุนทั้งในด้านบุคลากร (เช่น การฝึกอบรม ระบบค่าตอบแทนและระบบคุณธรรม) เทคโนโลยี เพื่อช่วยให้หน่วยงานสามารถทำงานได้อย่างบรรลุวัตถุประสงค์
- 5) การเปิดกว้างต่อแนวคิดในเรื่องของการแข่งขัน ทั้งการแข่งขันระหว่างหน่วยงานของรัฐด้วยกัน และระหว่างหน่วยงานของรัฐกับหน่วยงานของภาคเอกชน ใน

ขณะเดียวกันภาครัฐก็หันมาทบทวนตัวเองว่าสิ่งใดควรทำเองและสิ่งใดควรปล่อยให้เอกชนทำ

หลักใหญ่ของการจัดการภาครัฐแนวใหม่

หลักใหญ่ของการจัดการภาครัฐแนวใหม่ เป็นการปรับเปลี่ยนระบบราชการที่เน้นระเบียบและขั้นตอนไปสู่การบริหารแบบใหม่ซึ่งเน้นผลสำเร็จและความรับผิดชอบ รวมทั้งใช้เทคนิคและวิธีการของเอกชนมาปรับปรุงการทำงาน

การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของ Hood ที่เรียกว่า “การจัดการภาครัฐแนวใหม่” มีหลักสำคัญ 7 ประการ คือ

1. จัดการโดยนักวิชาชีพที่ชำนาญการ (Hands-on professional management) ให้ผู้จัดการมืออาชีพได้จัดการด้วยตัวเอง ด้วยความชำนาญ โปร่งใส และสามารถใช้อุดมคติ
2. มีมาตรฐานและการวัดผลงานที่ชัดเจน (Explicit standards and measures of performance) กำหนดจุดมุ่งหมายและเป้าหมายของผลงานเพื่อใช้ในการตรวจสอบ
3. เน้นการควบคุมผลผลิต (Greater emphasis on output controls) การใช้ทรัพยากรต้องเป็นไปตามผลงานที่วัดได้
4. แยกหน่วยงานภาครัฐออกเป็นหน่วยย่อยๆ (Shift to disaggregation of units in the public sector) การแยกหน่วยงานใหญ่ออกเป็นหน่วยย่อยๆ ตามลักษณะสินค้าและบริการที่ผลิต ให้เงินสนับสนุนแยกกัน และติดต่อกันอย่างเป็นอิสระ
5. เปลี่ยนภาครัฐให้แข่งขันกันมากขึ้น (Shift to greater competition in the public sector) เป็นการเปลี่ยนวิธีทำงานไปเป็นการจ้างเหมาและประมูล เหตุผลก็เพื่อให้ฝ่ายที่เป็นปรปักษ์กัน (rivalry) เป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้ต้นทุนต่ำและมาตรฐานสูงขึ้น
6. เน้นการจัดการตามแบบภาคเอกชน (Stress on private sector styles of management practice) เปลี่ยนวิธีการแบบข้าราชการไปเป็นการยืดหยุ่นในการจ้างและให้รางวัล
7. เน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีวินัยและประหยัด (Stress on greater discipline and parsimony in resource use) เช่น การตัดค่าใช้จ่าย เพิ่มวินัยการทำงาน หยุดยังการเรียกร้องของสหภาพแรงงาน จำกัดต้นทุนการปฏิบัติ

พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 ได้กำหนด ขอบเขต แบบแผน วิธีปฏิบัติราชการ เพื่อเป็นไปตามหลักการบริหาร ภาครัฐแนวใหม่ ดังนี้

- 1) เกิดประโยชน์สุขของประชาชน
- 2) เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ
- 3) มีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของรัฐ
- 4) ไม่มีขั้นตอนการปฏิบัติงานเกินความจำเป็น
- 5) มีการปรับปรุงภารกิจของส่วนราชการให้ทันต่อเหตุการณ์
- 6) ประชาชนได้รับการอำนวยความสะดวก และได้รับการตอบสนอง
- 7) มีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ ได้แก่ การตรวจสอบและวัดผล การปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดระบบการควบคุมตนเอง

โครงการจัดตั้งตลาดเกษตรกรอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

มีวัตถุประสงค์ของโครงการตลาดเกษตรกร ดังนี้

1. เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลผลิตคุณภาพของเกษตรกรและพัฒนาทักษะ ทางด้านการตลาด เปิดโอกาสให้เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการด้านการตลาด พัฒนาตลาด สินค้าการเกษตรไปสู่ความเข้มแข็งมั่นคงและยั่งยืน
2. เพื่อพัฒนาศักยภาพและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของเกษตรกร ลดต้นทุนการ ผลิต เพิ่มผลผลิตต่อหน่วยพื้นที่และผลิตสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรอง มาตรฐาน
3. เพื่อให้เกษตรกรมีกรวางแผนการผลิตที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
4. เพื่อพัฒนาตลาดสินค้าการเกษตร ให้เป็นเอกลักษณ์และเป็นแหล่งจำหน่ายผลผลิต ทางการเกษตรหลักของเกษตรกร
5. เพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดเกษตรกรเป็นที่รู้จักและกระตุ้นการรับรู้ของผู้บริโภคใน วงที่กว้างขึ้น
6. เพื่อสร้างเครือข่ายด้านการตลาด ด้วยการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลผลิต คุณภาพของเกษตรกรที่ส่งเสริมการเกษตรรูปแบบแปลงใหญ่ เกษตรทฤษฎีใหม่ รองรับ สินค้าจากเกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริม ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร

วิสาหกิจชุมชน Young Smart Farmer และ Smart Farmer ตลาดเกษตรกรและขาย
ในตลาดในระดับสูงขึ้น เช่น ตลาดในกลุ่ม HORECA, Online market พื้นที่ห้าง
สรรพสินค้า หรือเชื่อมโยงตลาดอื่น

7. เพื่อพัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพในด้านการตลาดให้เป็น ตลาดเกษตรกรถาวร เป็น
แหล่งจำหน่ายสินค้าการเกษตร สินค้าแปรรูปด้านการเกษตรและสินค้าอุปโภคบริโภคที่
จำเป็น ในพื้นที่ได้อย่างต่อเนื่องทุกวัน เป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

การดำเนินงานของตลาดเกษตรกรของจังหวัดลพบุรี มีกำหนดขั้นตอน
กระบวนการตลาดเกษตรกร ดังนี้

1. จัดให้มีสถานที่ตั้งตลาดเกษตรกรและบริหารจัดการให้มีโครงสร้างพื้นฐานที่เป็น
ระเบียบ สะดวก สะอาด ถูกหลักสุขอนามัยพืชและสุขอนามัยสัตว์ และต้องพัฒนาสู่สถานที่
ที่ตั้งแบบถาวรโดยเร็วที่สุด

2. จัดให้มีผู้จัดการตลาดเกษตรกร รับผิดชอบบริหารจัดการตลาดเกษตรกรให้เป็นไป
ตามวัตถุประสงค์ตามโครงการตลาดเกษตรกรที่กำหนด

3. คัดเลือก คัดสรร ตรวจสอบ ควบคุม กำกับสินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตรกรที่
จำหน่ายในตลาดเกษตรกร

4. คัดเลือกคัดสรรตรวจสอบ ควบคุม กำกับ ดูแล ผู้ผลิตและจำหน่ายในตลาด
เกษตรกร

5. กำหนดพื้นที่ (โซน) และบริหารจัดการพื้นที่สินค้าและผู้ค้าที่นำสินค้ามา
จำหน่ายให้เป็นไปตามพื้นที่ที่กำหนดเพื่อความเป็นระเบียบและความสะดวกในการเลือก
ซื้อสินค้าของผู้บริโภค

6. จัดทำข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น ทะเบียนผู้ผลิตและจัดจำหน่ายในตลาดเกษตรกร
ทะเบียน/รายการสินค้า และผลิตภัณฑ์ ปริมาณและราคาสินค้าที่เสนอขาย ปริมาณสินค้า
ที่จำหน่าย สำรวจวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคผู้ซื้อสินค้า และความต้องการของผู้บริโภค ผู้ผลิต
และจัดจำหน่าย เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ สังเคราะห์ออกแบบกลยุทธ์และแผนงานพัฒนา
ตลาดเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มขึ้น

7. บริหารจัดการให้มีการเปิดตลาดเกษตรกรเพื่อจำหน่ายสินค้าตามวันเวลา (เปิด-ปิด) สถานที่ที่กำหนดทั้งนี้ก่อนเปิดและปิดตลาดในแต่ละครั้งจะต้องบริหารจัดการให้มีความสะอาด ระเบียบ เรียบร้อย เพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงคุณภาพของตลาดเกษตรกร

8. บริหารจัดการให้มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ตลาดเกษตรกร สินค้าและผลิตภัณฑ์ ตลอดจนส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสมสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความยั่งยืน

9. กำหนดให้มีการประชุม ติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานตลาดเกษตรกรอย่างต่อเนื่องเพื่อทบทวนปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ทั้งการประชุมคณะกรรมการและคณะกรรมการของจังหวัด การประชุมผู้รับผิดชอบตลาด (ผู้จัดการตลาดและทีมงาน) ประชุมผู้ค้า (ผู้ผลิตและจัดจำหน่าย)

ในส่วนของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง สรุปได้ดังนี้

1. การสร้างบริการที่มีคุณภาพให้แก่ประชาชนของตลาดเกษตรกรอำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี มีดังนี้

1.1 การสร้างลักษณะสินค้าที่มีคุณภาพ มีการรับรองมาตรฐานปลอดภัยของตามข้อกำหนดของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

1.2 การเน้นการบริการจากเกษตรกรผู้ผลิตสู่ผู้บริโภค/ลูกค้า ผู้ซื้อสินค้าโดยตรง

1.3 การรักษาคุณภาพของสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภค/ลูกค้า ก็จะเกิดความไว้วางใจในตัวสินค้า

1.4 การบริการให้ความรู้ในตัวสินค้า

1.5 การใส่ใจผู้บริโภค/ลูกค้า รับรู้ถึงความต้องการผู้บริโภค/ลูกค้า

1.6 ความเป็นมิตรให้กับผู้บริโภค/ลูกค้า เน้นการให้บริการที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส

1.7 มีโปรโมชั่นให้ผู้บริโภค/ลูกค้า

2. การสนับสนุนให้ลดการควบคุมจากส่วนกลางและเพิ่มอิสระในการบริหารงานของตลาดเกษตรกรอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยดำเนินการดังนี้

2.1 มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารตลาดเกษตรกรจังหวัดลพบุรีแต่งตั้งจากเกษตรกรผู้ขาย

2.2 มีการกำหนดหน้าที่คณะกรรมการบริหารตลาดเกษตรกร สามารถแนวทางการพัฒนา อำนาจการ ควบคุมดูแลสถานที่ อุปกรณ์ ของตลาดเกษตรกรจังหวัดลพบุรี

2.3 คณะกรรมการบริหารงานตลาดเป็นผู้ดำเนินการกิจกรรมส่งเสริมการขาย การคัดเลือกสมาชิกร้านค้า และหาแหล่งจำหน่ายในช่องทางที่หลากหลาย

2.4 คณะกรรมการบริหารตลาดสามารถจัดประชุมหารือกัน และตัดสินใจร่วมกันได้

3. การวัดผลการปฏิบัติงานของตลาดเกษตรกรอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ดังนี้

3.1 คณะกรรมการบริหารตลาดเกษตรกรดำเนินการรวบรวมข้อมูลสถิติจำนวนร้านที่เข้ามาขายที่ตลาดในแต่ละครั้ง พร้อมกับจำนวนรายได้ต่อร้านในแต่ละครั้ง

3.2 ผลผลิตของสินค้าเป็นไปตามมาตรฐานอาหารปลอดภัยของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ แต่ถ้าหากเกษตรกรยังไม่ผ่านการรับรองทางสำนักงานเกษตรและสหกรณ์ก็ส่งเสริมให้เกษตรกรนำสินค้าไปตรวจรับรองเพื่อสร้างมาตรฐานสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

3.3 การใช้วัสดุ/อุปกรณ์หรือจัดรูปแบบชั้นวางสินค้า การวางสินค้าให้เป็นแบบเดียวกันทุกร้านเพื่อความสวยงาม และเป็นเอกลักษณ์ของตลาด

4. ด้านการพัฒนาบุคลากรของตลาดเกษตรกรอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ประสบปัญหาดังนี้

4.1 คณะกรรมการบริหารตลาดซึ่งเป็นเกษตรกรยังขาดความรู้ความสามารถด้านการพัฒนาบุคลากร/สมาชิกในตลาด ทำให้การบริหารจัดการตลาดเกษตรกรด้านบุคลากรอาจไม่ได้ประสิทธิภาพ

4.2 การพัฒนาบุคลากรของตลาดเกษตรกร มีการพัฒนาค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนสมาชิกที่ดำเนินกิจกรรมในตลาด

4.3 การพัฒนาของบุคลากรของตลาดเกษตรกรเป็นเรียนรู้ด้วยตนเองจากประสบการณ์และศึกษาค้นคว้าความรู้จากสิ่งต่าง ๆ และพัฒนาความรู้จากการเข้าร่วมกิจกรรมที่ภาครัฐและเอกชน

4.4 ขาดการสร้างการรับรู้สิ่งใหม่ๆ เนื่องจากบุคลากรเป็นเกษตรกรอายุมาก การรับรู้หรือการพัฒนาจะค่อนข้างยาก

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่ค้นพบดังกล่าวข้างต้น มีประเด็นนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. กระบวนการการสร้างการบริการที่มีคุณภาพของตลาดอำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี มีรูปแบบ วิธีการและช่องทางการให้บริการที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Denhardt and Denhardt (2007) ที่ว่า การบริการสาธารณะแนวใหม่ต้องตระหนักถึงความรับผิดชอบ ทั้งด้านจริยธรรม กฎหมาย ค่านิยมของชุมชนมาตรฐานวิชาชีพและผลประโยชน์สาธารณะ เช่น คำให้สัมภาษณ์ของนายไชยรัตน์ นวีภาพ บางตอนกล่าวว่า “การสร้างการบริการที่มีคุณภาพให้แก่ประชาชนของตลาดเกษตรกรเราเน้นการให้บริการสินค้าที่นำมาจำหน่ายในตลาดเกษตรกรเป็นสินค้าที่ได้รับรองมาตรฐาน ลักษณะคุณภาพของสินค้า ที่ผู้ซื้อ/ผู้บริโภคมีความมั่นใจในคุณภาพสินค้า ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากใบรับรองมาตรฐานที่แสดงไว้ปลอดภัยสารพิษ” และสอดคล้องกับแนวคิดของ วสันต์ เหลืองประภัสร์ (มปป.) ที่ว่า “ประการที่สอง ความจำเป็นในการยกระดับมาตรฐานการบริการสาธารณะและผลการดำเนินงานตามความคาดหวังที่เปลี่ยนไป กล่าวคือ ประชาชนโดยทั่วไปเริ่มมีความคาดหวังในผลการดำเนินงานและมาตรฐานการบริการต่างๆ ของรัฐที่สูงขึ้น และเริ่มจะไม่อดทนและวิพากษ์วิจารณ์การดำเนินงานต่างๆ ของรัฐบาลที่มีความล่าช้า ไม่ยืดหยุ่น และไม่สามารถสนองตอบต่อความต้องการของประชาชน เหล่านี้จึงเป็นแรงกดดันต่อรัฐบาลให้ต้องมีการปรับปรุงการดำเนินงานให้มีผลงานและมาตรฐานการบริการที่ดีขึ้น กล่าวอีกนัยหนึ่ง การดำเนินงานต่าง ๆ ของไม่ต้อง ไม่เพียงแต่สามารถจัดทำและส่งมอบบริการต่างๆ ให้แก่ประชาชนได้อย่างทั่วถึงเท่านั้น หากแต่มาตรฐานการ

บริการก็จะต้องมีคุณภาพดีขึ้น ตรงกับความต้องการ มีความรวดเร็ว รวมถึงการบริการที่ดี อื่นๆ เฉกเช่นเดียวกันกับที่ประชาชนคาดหวังจากการบริการในภาคเอกชน” ดังเช่น การให้สัมภาษณ์ของนายประจวบ คงอินทร์ บางตอนกล่าวว่า “ความสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับลูกค้าก็มีความสำคัญเพราะลูกค้าสนใจรักษาสุขภาพมากขึ้น อยากรู้ว่าอาหารแบบนี้มีส่วนประกอบอะไรบ้าง มีประโยชน์อย่างไรบ้าง พี่ซผักสมุนไพรนี้ช่วยหรือรักษาอะไรได้บ้าง” การให้สัมภาษณ์ของนายสมเจตน์ กาญจนประทุม บางตอนกล่าวว่า “การบริการที่มีคุณภาพคือการที่เราใส่ใจลูกค้า เรารู้ว่าลูกค้าที่มาซื้อเราต้องการอะไร ต้องการสินค้าที่ดีมีคุณภาพ ราคาไม่สูงเกินไป เมื่อลูกค้าพอใจเราก็กลับมาซื้ออีก” และการให้สัมภาษณ์ของนางสำรา สวงวนพันธุ์ บางตอนกล่าวว่า “ตลาดเรามีมาตรฐานการแต่งกาย จะมีผ้ากันเปื้อนและหมวกใส่เวลาขายสินค้าทางสำนักงานเกษตรและสหกรณ์เอามาให้ใส่ จะได้เหมือนกันและเป็นการรักษาความสะอาด ตอนนี้เรามีป้ายประชาสัมพันธ์การรณรงค์ให้ใช้ถุงผ้าลดการใช้ถุงพลาสติกด้วย” สอดคล้องกับงานเขียนของ ชัชวาล อรวงศ์ศุภกัต (2554) เรื่อง คุณภาพการให้บริการ ที่ได้สรุปว่า การให้บริการประชาชนเป็นนโยบายที่ทุกรัฐบาลให้ความสำคัญ และพยายามผลักดันให้มีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการประชาชนให้ดีขึ้นมาโดยตลอด ทั้งนี้เนื่องจากในสังคมประชาธิปไตยนั้นการตอบสนองความต้องการของประชาชนเป็นพันธกิจสำคัญอันดับแรกของรัฐพึงกระทำ ยิ่งในช่วงปัจจุบันเป็นกระแสการเรียกร้องให้ปรับเปลี่ยนสภาพสังคมให้เข้าสู่ความเป็นประชาธิปไตยที่สมบูรณ์ที่เกิดขึ้นในทุกภูมิภาคของโลกล้วนมุ่งเป้าไปสู่จุดหมายเดียวกันคือ การยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง (Citizen Centered) ประกอบกับในปัจจุบันความสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐและประชาชนได้เพิ่มมากขึ้นรวมทั้งประชาชนมีการเรียกร้องการบริการที่ดีขึ้น เนื่องจากเทคโนโลยีสมัยใหม่เปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปหรือองค์กรประชาชนเปิดเผยความต้องการของตนให้สังคมได้รับรู้ง่ายขึ้น ประชาชนมีระดับการศึกษาและค่านิยมประชาธิปไตยที่สูงขึ้นทำให้ต้องการภาครัฐที่มีความโปร่งใสและรับผิดชอบใน การดำเนินงานมากขึ้น

2. การสนับสนุนให้ลดการควบคุมจากส่วนกลางและเพิ่มอิสระในการบริหารงานของตลาดเกษตรกรอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี การดำเนินการบริหารงานตลาดเกษตรกรอำเภอเมืองจังหวัดลพบุรีมีการเพิ่มอิสระในการบริหารงานโดยการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารตลาดเกษตรกรจังหวัดลพบุรีแต่งตั้งจากเกษตรกรผู้ขาย มีการกำหนดหน้าที่คณะกรรมการบริหารตลาดเกษตรกร สามารถแนวทางการพัฒนาตลาดเกษตรกร อำนวยการ ควบคุมดูแลสถานที่ อุปกรณ์ ของตลาดเกษตรกรจังหวัดลพบุรี คณะกรรมการบริหารงานตลาดเป็นผู้ดำเนินการกิจกรรมส่งเสริมการขาย การคัดเลือกสมาชิกร้านค้า และหาแหล่งจำหน่ายในช่องทางอื่นที่หลากหลาย สามารถจัดประชุมหารือกัน และตัดสินใจร่วมกันได้ ซึ่งการเพิ่มความเป็นอิสระในการตัดสินใจช่วยให้สามารถเกิดการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น การแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้า ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในองค์กรหรือตัวตลาดเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภวัฒน์กร วงศ์ธนวิสุ, ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์, พีรสิทธิ์ คำนวนศิลป์, ลิลี โภคัยกานนท์, ทวณ ชูเพ็ญ และธัชเฉลิม สุทธิพงษ์ประชา (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การปฏิรูปการปกครองท้องถิ่น ตามกระบวนทัศน์แห่งการบริหารกิจการสาธารณะแนวใหม่ ผลการวิจัยสรุปว่า หัวใจของแนวคิดการบริหารกิจการสาธารณะในโลกแห่งอนาคต ใช้หลักการกระจายอำนาจในการตัดสินใจและการให้บริการสาธารณะโดยชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกระจายอำนาจในด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ได้แก่ การศึกษา สาธารณสุข และการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และสอดคล้องกับงานวิจัยของนฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง แนวคิดการบริหารสาธารณะ : จากภาครัฐสู่ภาคพลเมือง ผลการวิจัยสรุปว่า การจัดการภาครัฐแนวใหม่มุ่งเน้นไปที่การจัดการแบบธุรกิจเอกชน ทั้งยังลดทอนและกระจายอำนาจของหน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งละเลยความจริงที่ว่า ประชาชนนั้นไม่ใช่ลูกค้า หากแต่เป็นพลเมืองที่มีความห่วงใยในประโยชน์สาธารณะและมีจิตบริการสาธารณะอยู่ในตนเอง ซึ่งข้อสมมุติฐานดังกล่าวเป็นหัวใจของการบริการสาธารณะแนวใหม่ (New Public service) ที่ให้ความสำคัญกับความเป็นพลเมือง (Citizenship)

3. การวัดผลการปฏิบัติงานของตลาดเกษตรกรอำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี จะมีรูปแบบที่ชัดเจนโดยการดำเนินการของคณะกรรมการบริหารตลาดเกษตรกร มีการรวบรวมข้อมูลสถิติจำนวนร้านที่เข้ามาขายที่ตลาดในแต่ละครั้ง พร้อมกับจำนวนรายได้ต่อร้านในแต่ละครั้ง และการวัดผลผลิตของสินค้าตามมาตรฐานอาหารปลอดภัยของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ แต่ถ้าหากเกษตรกรยังไม่ผ่านการรับรอง หน่วยงานภาครัฐหรือสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จะเข้าไปส่งเสริมให้เกษตรกรสร้างมาตรฐานเพื่อตรวจรับรองเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภค การใช้ทรัพยากรหรือการใช้วัสดุ/อุปกรณ์ของตลาดเกษตรกรมีการจัดรูปแบบชั้นวางสินค้า การวางสินค้าให้เหมือนกันทุกร้านเพื่อความสวยงาม และเป็นเอกลักษณ์ของตลาด ดังเช่น คำให้สัมภาษณ์ของนายมารุต พรหมนาม บางตอนกล่าวว่า "...สินค้าปลอดภัยที่มีการรับรองจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ วัสดุ/อุปกรณ์ที่ใช้ในตลาดก็เป็นของที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานเกษตรและสหกรณ์ซึ่งมีมาตรฐานและเป็นเอกลักษณ์ของตลาดเกษตร..." สอดคล้องกับแนวคิดของปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์ (2532) ได้กล่าวว่า การประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นการเปรียบเทียบระหว่างผลงานระดับบุคคลที่ปรากฏกับมาตรฐานที่กำหนดไว้สำหรับตำแหน่งหน้าที่นั้นๆ โดยอาศัยการยอมรับร่วมกันระหว่างผู้บังคับบัญชาในฐานะผู้กำหนดมาตรฐานกับผู้ใต้บังคับบัญชาในฐานะผู้ปฏิบัติตามมาตรฐาน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการควบคุมและตรวจสอบปริมาณงานและคุณภาพงานของบุคคลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์การ และสอดคล้องกับแนวคิดของ นงลักษณ์ เพิ่มชาติ (2548) ได้กล่าวว่า การประเมินผลการปฏิบัติงาน เป็นกระบวนการประเมินค่าของบุคคลผู้ปฏิบัติงานในด้านต่างๆ ทั้งผลงานและคุณลักษณะอื่นๆ ที่มีคุณค่าต่อการปฏิบัติงานภายในเวลาที่กำหนดไว้อย่างแน่นอน ภายใต้การสังเกต จัดบันทึกและประเมินโดยหัวหน้างาน บนพื้นฐานของความ เป็นระบบและมาตรฐานแบบเดียวกัน มีเกณฑ์การประเมินผลที่มีประสิทธิภาพในทางปฏิบัติให้ความเป็นธรรมโดยทั่วกัน

4. ระบบด้านการพัฒนาบุคลากรของตลาดเกษตรอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ตลาดเกษตรกรมีรูปแบบการปฏิบัติงานที่ชัดเจนและการวัดผลงานมีมาตรฐาน แต่ขาดการพัฒนาบุคลากรของตลาดเกษตรกรอย่างเป็นระบบ ตามแนวคิดของ สมาน รังสิโยภษญ์ (2522) ได้กล่าวว่า การพัฒนาบุคลากรเป็นการดำเนินงานเกี่ยวกับการส่งเสริมให้บุคคลมีความรู้ความสามารถมีทักษะในการทำงานดีขึ้นตลอดจนมีทัศนคติที่ดีในการทำงานอันจะเป็นผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นหรืออีกนัยหนึ่ง การพัฒนาบุคลากรเป็นกระบวนการที่จะสร้างเสริมและเปลี่ยนแปลงผู้ปฏิบัติงานในด้านต่างๆ เช่น ความรู้ ความสามารถ ทักษะ อุปนิสัย ทัศนคติ และวิธีการในการทำงานอันจะนำไปสู่ประสิทธิภาพในการทำงาน และจากงานวิจัยของ กรองทอง คานภู (2558) ได้ศึกษาเรื่องแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านคุณภาพของบริการโรงแรมไฮแอท รีเจนซี่ หัวหิน ผลการวิจัยสรุปว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการที่จะพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ทักษะ ความสามารถ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลให้เกิดการพัฒนาองค์การรวมถึงองค์การสามารถแข่งขันกับธุรกิจบริการอื่นๆ ได้ ในส่วนด้านการพัฒนาบุคลากรของตลาดเกษตรกรมีการส่งเสริมและผลักดันตัวบุคลากรให้มีทักษะและเชี่ยวชาญของตลาดเกษตรกร แต่ยังไม่มีประสิทธิภาพ เกษตรกรที่เป็นสมาชิกของตลาดมีการพัฒนาความรู้ด้วยตนเองจากประสบการณ์และศึกษาค้นคว้าความรู้จากสิ่งต่างๆ และความรู้จากการเข้าร่วมกิจกรรมที่ภาครัฐและเอกชนเปิดโอกาสให้ร่วมฝึกอบรม การพัฒนาบุคลากรของตลาดเกษตรกรมีการพัฒนาค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนสมาชิกที่ดำเนินกิจกรรมในตลาด

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้กับโครงการตลาดเกษตรกร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ดังนี้

1. เนื่องจากเกษตรกรไม่มีสินค้าเกษตรมาจำหน่ายได้ต่อเนื่อง จึงควรพัฒนาความรู้เกษตรกร ให้สามารถสร้างผลผลิตที่มีประสิทธิภาพในการได้รับผลผลิตสูงสุด สามารถวางแผนหรือกำหนดปฏิทินการผลิตทั้งในฤดูกาล และนอกฤดูกาลได้

2. ส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ผลิต/ผู้ขาย มีการรวมกลุ่มการผลิตหรือกลุ่มสหกรณ์ เพื่อเพิ่มปริมาณผลผลิตที่มากพอต่อการนำสินค้ามาจำหน่ายที่ตลาดเกษตรกร และหาแหล่งผลิตแห่งใหม่เพื่อจัดหาปริมาณสินค้ามาจำหน่ายในตลาดได้อย่างต่อเนื่องและเพียงพอ

3. ส่งเสริมให้เกษตรกรเรียนรู้ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์/ออนไลน์ เพื่อเพิ่มช่องทางการซื้อขายสินค้าที่ขาดแคลนเพื่อนำมาจำหน่ายที่ตลาดเกษตรกร ซึ่งช่องทางนี้จะมีความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดงบประมาณ

4. มีการค้นหาเกษตรกรที่ผลิตสินค้าพื้นเมืองหายากหรือเป็นสินค้าผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ เพื่อคัดเลือกเชิญชวนให้มาจำหน่ายในตลาดเกษตรกรเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มความหลากหลายของประเภท และชนิดสินค้า ตลอดจนสร้างจูงใจให้ผู้บริโภคมาจับจ่ายใช้สอยในตลาดเกษตรกรเพิ่มขึ้น

5. ประชาสัมพันธ์การจัดตลาดในภาพรวมโดยขอความร่วมมือจากสื่อของส่วนราชการ และสื่อท้องถิ่นเครือข่ายในพื้นที่ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานตลาดเกษตรกรผ่านสื่อต่างๆ เช่น ทีวี วิทยุท้องถิ่น ใบปลิว แผ่นพับ Social Network เช่น Facebook เป็นต้น พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความปลอดภัยและสุขภาพที่ดีจากการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพ และได้การรับรองมาตรฐานจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อให้ผู้บริโภคหันมาสนใจสินค้า อาหารปลอดภัยเพิ่มขึ้น โดยสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าในตลาดเกษตรกรให้แตกต่างจากตลาดทั่วไป ทั้งด้านคุณภาพของสินค้า ความสดใหม่ และการปลอดภัยพิชิตก้าง ในขณะที่เดียวกันภายในตลาดควรมีกรประชาสัมพันธ์ ด้วยการสร้างแรงดึงดูดในการเข้ามาซื้อสินค้าในตลาดมากขึ้น รวมถึงควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ

6. ให้มีการจัดประชุมเกษตรกรผู้ขายอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อประเมินสถานการณ์ตลาด และพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน เพื่อจัดทำแผนการบริหารตลาดเกษตรกร เช่น แผนระยะ 3 ปี หรือแผนปฏิบัติการประจำปี เป็นต้น เพื่อให้ความรู้เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการตลาด และหรือไปศึกษาดูงานโครงการตลาดเกษตรกรอื่นที่ประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับ รายงานความก้าวหน้าตลาดเกษตรกรจังหวัดลพบุรีให้เกษตรกรทราบอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

7. พัฒนาสมรรถนะหลักด้านการบริหารคนของผู้จัดการตลาดและคณะกรรมการบริหารตลาดเกษตรกรโดยเน้นการประสานสัมพันธ์ (Collaborativeness) สร้างทีมงานมืออาชีพเพื่อการทำงานที่เป็นเอกภาพ โดยจะต้องประสานการทำงานร่วมกับบุคคลอื่นที่เื้อื่อต่อการทำงานในองค์กรโดยสร้างความเคารพ ความเข้าใจซึ่งกันและกัน และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงาน การประสานสัมพันธ์เป็นสมรรถนะหลักของนักบริหารในการบริหารคนในองค์กรที่จะต้องประสานทั้งคนภายนอกเพื่อจูงใจให้เข้ามาสนับสนุนงานองค์กรให้ประสบความสำเร็จ และสร้างความเข้าใจคนภายในองค์กรให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการผลักดันงานขององค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายต่อไป

8. การพัฒนาบุคลากรที่มีส่วนร่วมดำเนินโครงการตลาดเกษตรกร ได้แก่ คณะกรรมการตลาดเกษตรกร ผู้จัดการตลาด เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการ ตลอดจนเกษตรกรผู้ร่วมโครงการ จึงควรพัฒนาความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการจัดการเกษตรแบบครบวงจร การผลิตสู่การตลาด กลยุทธ์การตลาด 4P การวิจัยการตลาด การตลาดดิจิทัล และการสร้าง Brand ตลาดเกษตรกรให้แก่บุคลากรในเรื่องดังกล่าว เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินการของตลาดและบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2558). *คู่มือตลาดเกษตรกร*. ค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2561, จาก http://www2.moac.go.th/download/farmermarket/farmermarket_manual58.pdf

กรองทอง คานภ. (2558). รายงานวิจัย เรื่อง แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านคุณภาพของการบริการโรงแรมไฮแอท รีเจนซี่ หัวหิน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ชัชวาล อรรถศรีศุภทัต. (2554). *คุณภาพการให้บริการ*. ค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2561, จาก http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?pageid=9&bookID=1285&read=true&count=true

ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2549). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารราชการแนวใหม่*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานพัฒนาระบบราชการ.

นงลักษณ์ เพิ่มชาติ. (2548). *การประเมินผลการปฏิบัติงาน*. ราชบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏจอมบึง

นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์. (2558). แนวคิดการบริหารงานสาธารณะ จากภาครัฐสู่ภาคพลเมือง. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 3(2), 161-179.

ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์. (2532). *การประเมินผลการปฏิบัติงาน: แนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

วสันต์ เหลืองประภัสร์ (มปป.). *นโยบายสาธารณะด้านการจัดการการปกครองในบริษัทโลก*. ค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2561, จาก <https://www.stou.ac.th/Schoolnew/polsci/UploadedFile/82328A5%E0%B8%81.pdf>

วิโรจน์ ก่อสกุล. (2559). *เอกสารประกอบการบรรยายกระบวนการวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, โครงการรัฐประศาสนศาสตร์.

- ศุภวัฒน์กร วงศ์ธนวุสุ, ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์, พีรสิทธิ์ คำนวนศิลป์, ลิลลี่ โกศัยยานนท์, หกคุณ ชูเพ็ญ, และธัชเฉลิม สุทธิพงษ์ประชา. (2557). รายงานวิจัย เรื่อง การปฏิรูปการปกครองท้องถิ่น ตามกระบวนทัศน์แห่งการบริหารกิจการสาธารณะแนวใหม่. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สมาน รังสิโยภุชณ์. (2522) *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพมหานคร: สวัสดิการสำนักงาน ก.พ.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2558). *รายงานผลโครงการตลาดการเกษตร*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- อลงกต วรกี. (2548). การปฏิรูประบบราชการ: ก้าวไปข้างหน้าหรือถอยหลังเข้าคลอง. *รัฐสภาสาร*, 53(4), 7-38.
- Denhardt, J. V. and Denhardt, R. B. (2007). *The new public service: Serving, not steering*. New York: M. E. Sharpe.