

งานเกษตรกำแพงแสน: ถอดบทเรียนงานบริการวิชาการสู่พันธกิจมหาวิทยาลัยเพื่อสังคม

กันยารัตน์ เชี่ยวเวช
นักวิชาการเกษตร ชำนาญการ
สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม กำแพงแสน
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

เสร็จสิ้นลงไปแล้วกับงานเกษตรกำแพงแสน ครั้งที่ 25 ประจำปี 2565 ภายใต้หัวข้อการจัดงาน “เกษตรศาสตร์อัจฉริยะ สุขภาวะคนไทย สู่ภัยเศรษฐกิจ” ระหว่างวันที่ 1-10 ธันวาคม 2565 ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม การจัดงานในปีนี้นับว่าเป็นการกลับมาจัดงานอีกครั้ง ภายใต้สถานการณ์การฉีดวัคซีนป้องกันโรค Covid-19 ของประชาชนในประเทศมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 82.60 ของประชากรทั้งประเทศ (กรมควบคุมโรค, 2 ธันวาคม 2565)



ที่มา: Facebook มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

งานเกษตรกำแพงแสนจัดว่าเป็นรูปแบบงานบริการวิชาการรูปแบบหนึ่งของมหาวิทยาลัยที่นำองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมจากมหาวิทยาลัยไปสู่กลุ่มประชาชนในลักษณะของการจัดงานมหกรรมที่ประกอบด้วย กิจกรรมที่หลากหลาย อาทิ การจัดแสดงนิทรรศการและผลงานวิจัยของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และหน่วยงาน ภายนอก การจัดประชุมวิชาการเพื่อเป็นเวทีในการนำเสนอผลงานของนักวิจัยที่เกิดประโยชน์แก่การพัฒนาประเทศ การจัดเสวนาทางวิชาการเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และมุมมองทางวิชาการ การจัดฝึกอบรมและสาธิตวิชาชีพเพื่อเพิ่มทักษะการทำงานและเป็นทางเลือกในการประกอบอาชีพ เป็นต้น ผลการศึกษาของ Chiewwech (2019) พบว่าการจัดงานเกษตรและงานมหกรรมต่างๆ ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน และวิทยาเขตต่างๆ อาทิ งานเกษตรแฟร์ งานเกษตรกำแพงแสน เป็นรูปแบบการให้บริการวิชาการอันเป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้รับบริการวิชาการจาก มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มากที่สุด ร้อยละ 36.05 รองลงมาคือ การเข้าร่วมฝึกอบรม สัมมนา เสวนา และประชุมที่ มหาวิทยาลัยเป็นผู้ดำเนินการ ร้อยละ 33.80 และการให้บริการเป็นแหล่งศึกษาดูงานและแหล่งเรียนรู้ ร้อยละ 27.90 ตามลำดับ



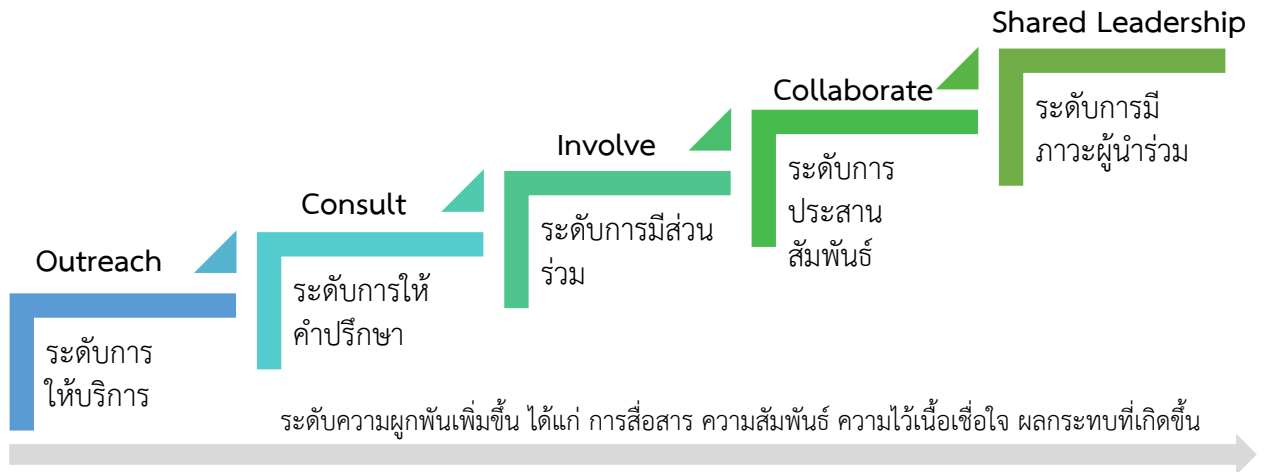
ที่มา: Facebook มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขตกำแพงแสน



ที่มา: Facebook ศูนย์ส่งเสริมและฝึกอบรมการเกษตรแห่งชาติ

มหาวิทยาลัยนับว่าเป็นองค์การหนึ่งในสังคมที่มีบทบาทหน้าที่ด้านการให้การศึกษา (Educational Organization) แก่คนในสังคม จึงไม่สามารถแยกอยู่อย่างโดดเดี่ยวหรือไม่เกี่ยวข้องกับองค์กรหลักอื่น ๆ ในสังคม ในพระราชบัญญัติของสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐ และเอกชน ได้กำหนดภารกิจหลักด้านบริการวิชาการ (Academic Outreach) ไว้เป็นส่วนหนึ่งของภารกิจในมหาวิทยาลัย จึงนับว่าเป็นภารกิจหลักภารกิจหนึ่ง นอกเหนือจากภารกิจด้านการเรียนการสอนและภารกิจด้านวิจัย งานบริการทางวิชาการเป็นภารกิจที่แสดงออกในรูปกิจกรรมด้านสังคมที่สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถาบัน และเป็นประโยชน์ต่อสังคมในการเป็นผู้นำและการเป็นตัวอย่างที่ดีต่อสังคม นอกจากนี้ยังเป็นการเสริมสร้างการเรียนการสอนของคณะ ภาควิชา และสาขาต่าง ๆ อีกด้วย ทำให้เกิดการเรียนรู้ด้วยการบริการสังคม (Service Learning) ซึ่งเป็นวิธีการสอนที่ทำให้นิสิต นักศึกษา เกิดการเรียนรู้และพัฒนาตนเองจากการเข้าไปมีส่วนร่วมโดยตรงในการให้บริการแก่ชุมชนและสังคม ทั้งนี้งานบริการวิชาการดำเนินการบนหลักการสำคัญ 2 หลักการ ได้แก่ 1) การมีความรับผิดชอบ (Responsible) และ 2) การตอบสนอง (Responsive) กล่าวคือมหาวิทยาลัยต้องมีความรับผิดชอบต่อความต้องการในด้านเศรษฐกิจ สังคม ของประชาชนที่มหาวิทยาลัยให้บริการ ซึ่งในอดีตมหาวิทยาลัยเน้นภารกิจในการส่งเสริมและผลักดันให้อาจารย์ นักวิจัย และนักวิชาการเกิดการสร้างความรู้และถ่ายทอดความรู้ให้แก่ประชาชน เพื่อประโยชน์ในการนำความรู้ไปใช้และเป็นการยกระดับคุณภาพของประชาชน

ปัจจุบันงานบริการวิชาการจากหลายมหาวิทยาลัย ได้นำแนวคิด **พันธกิจความผูกพันมหาวิทยาลัยกับสังคม หรือพันธกิจมหาวิทยาลัยเพื่อสังคม (University Social Engagement)** มาเป็นแนวคิดหลักในการพัฒนางานบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยเพิ่มมากขึ้น ด้วยหลักการที่แสดงถึงความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกันระหว่างชุมชนกับมหาวิทยาลัย ย่อมส่งผลให้มหาวิทยาลัยได้วิชาการที่ทันสมัยและตอบสนองให้กับชุมชนมากขึ้น ชุมชนสามารถนำไปใช้ตรงกับความต้องการได้ทันที ในขณะที่เดียวกันหน้าที่ของชุมชนต่อมหาวิทยาลัยก็เป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ชุมชนย่อมมีหน้าที่อำนวยความสะดวกหรือส่งเสริมให้มหาวิทยาลัยสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้โดยสะดวก เนื่องจากลักษณะงานของมหาวิทยาลัยมีความแตกต่างจากหน่วยงานราชการโดยทั่วไป เพราะเป็นงานที่เน้นหนักทางการศึกษา การถ่ายทอดวิชาความรู้ ถ้าหากมหาวิทยาลัยคำนึงถึงเพียงการมีความสัมพันธ์ในกลุ่มคนที่มีพื้นฐานแบบเดียวกันหมด ย่อมไม่ทำให้มหาวิทยาลัยเกิดการพัฒนาทางความคิดได้ ดังนั้นจุดรวมของมหาวิทยาลัยกับชุมชน คือ การอยู่ร่วมกัน และถ่ายทอดวิชาและประสบการณ์ซึ่งกันและกัน การศึกษาของ McClosekey et al.. (2011) แบ่งระดับพันธกิจความผูกพันระหว่างองค์กรกับสังคม ออกเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับต้นจนถึงระดับสูงสุด ได้แก่ ระดับการให้บริการ (Outreach) ระดับการให้คำปรึกษา (Consult) ระดับการมีส่วนร่วม (Involve) ระดับการประสานสัมพันธ์ (Collaborate) และระดับการมีภาวะผู้นำร่วม (Shared Leadership) มีรายละเอียดดังนี้



ภาพแสดงระดับพันธกิจความผูกพันระหว่างองค์กรและชุมชน

1) ระดับการให้บริการ (Outreach) เป็นระดับต้นของการมีส่วนร่วมของชุมชนกับองค์กร มีการสื่อสารทางเดียวจากองค์กรสู่ชุมชน เน้นการให้ข้อมูลแก่ชุมชนทราบว่าองค์กรมีกิจกรรมใดบ้าง

2) ระดับการให้คำปรึกษา (Consult) เป็นระดับที่สูงกว่าระดับการให้บริการ ชุมชนมีส่วนร่วมกับองค์กรมากขึ้น มีการสื่อสารดีขึ้น นอกเหนือจากการให้ข้อมูลแก่ชุมชนแล้ว ยังมีการฟังเสียงสะท้อนกลับจากชุมชนอีกด้วย ซึ่งในระดับนี้สามารถทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่จะผลักดันให้ดำเนินการพัฒนาร่วมกันได้

3) ระดับการมีส่วนร่วม (Involve) เป็นระดับที่สูงขึ้นอีก ชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรดีขึ้นและมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น การสื่อสารเน้นการมีส่วนร่วมมากขึ้น เกิดความร่วมมือจากชุมชนที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น

4) ระดับการประสานสัมพันธ์ (Collaborate) ระดับนี้ชุมชนจะมีส่วนร่วมกับองค์กรดีมาก เกิดความร่วมมือในการดำเนินโครงการเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ร่วมกัน มีการสื่อสารแบบสองทาง นอกจากจะมีความร่วมมือที่ดีขึ้นแล้ว ยังพบว่าคนในชุมชนจะเกิดความไว้วางใจกับองค์กรอีกด้วย

5) ระดับการมีภาวะผู้นำร่วม (Shared Leadership) เป็นระดับสูงสุดของพันธกิจความผูกพันระหว่างองค์กรกับสังคม การมีภาวะผู้นำร่วมระหว่างชุมชนและองค์กรจะอยู่บนพื้นฐานการแบ่งปันข้อมูลและความร่วมมือในการทำงานให้เกิดผลดี เกิดการแบ่งปันความรับผิดชอบและการเป็นผู้นำร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

สมาคมพันธกิจสัมพันธ์มหาวิทยาลัยกับสังคม (2565) ได้เสนอหลักการสำคัญ 4 ประการ ในการดำเนินพันธกิจความผูกพันมหาวิทยาลัยกับสังคม ได้แก่ (1) Partnership เน้นการร่วมคิด ร่วมทำระหว่างมหาวิทยาลัยและองค์กรต่าง ๆ ในชุมชนแบบพันธกิจและหุ้นส่วน (2) Mutual Benefits เน้นที่ผลของการกระทำที่เกิดประโยชน์ร่วมกันกับผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย (3) Knowledge Sharing and Scholarship เป็นการใช้ความรู้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันและเกิดผลงานทางวิชาการ และ (4) Measurable Social Impact เน้นที่ผลกระทบต่อสังคมที่สามารถประเมินได้



ที่มา: Facebook มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขตกำแพงแสน



ที่มา: Facebook ศูนย์ส่งเสริมและฝึกอบรมการเกษตรแห่งชาติ

งานบริการวิชาการในงานเกษตรกำแพงแสน นอกจากกิจกรรมที่เน้นการเผยแพร่ความรู้จากอาจารย์ นักวิจัย และนักวิชาการของมหาวิทยาลัยไปสู่ประชาชนและสังคมแล้ว ยังพบว่าชุมชนและภาคประชาสังคมได้เข้ามา มีบทบาทในการทำกิจกรรมร่วมกับส่วนงานต่างๆ ในงานเกษตรกำแพงแสนอย่างต่อเนื่องและเพิ่มขึ้นในทุกปี อาทิ โชนจัดแสดงผลิตภัณฑ์จากชุมชนที่เข้าร่วมโครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG (U2T for BCG) ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม โชนกิจกรรมของฝ่ายบริการวิชาการและชุมชนสัมพันธ์ที่มีการจัดกิจกรรมสาธิตวิชาชีพและการจัดฝึกอบรมวิชาชีพด้วยความร่วมมือจากกลุ่มเกษตรกร วิชากิจชุมชน ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ สถาบันการศึกษา และเครือข่ายเกษตรกร/ผู้ประกอบการ ในการเป็นวิทยากรและผู้ถ่ายทอดความรู้ (ครูอาชีพ) แก่ผู้เข้าร่วมงานเกษตรกำแพงแสน สิ่งที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงบทบาทของมหาวิทยาลัยในความพยายามที่จะพัฒนางานบริการวิชาการสู่พันธกิจมหาวิทยาลัยเพื่อสังคมได้ กล่าวคือ

1) การยกระดับงานบริการวิชาการให้เกิดพันธกิจความผูกพันระหว่างมหาวิทยาลัยและสังคม โดยมุ่งเน้นการพัฒนางานบริการวิชาการในระดับที่สูงขึ้นกว่าในระดับการให้บริการ (Outreach) ที่มีเพียงการสื่อสารทางเดียวและการให้ข้อมูลจากมหาวิทยาลัยลงสู่ชุมชน หากแต่มหาวิทยาลัยได้พัฒนาระดับการให้บริการที่เกิดความร่วมมือจากชุมชนเพิ่มมากขึ้น เกิดผลผลิต (Output) และผลลัพธ์ (Outcome) ที่ได้รับประโยชน์ด้วยกันทุกฝ่าย

2) งานเกษตรกำแพงแสนได้แสดงให้เห็นว่ารูปแบบในการพัฒนาพันธกิจมหาวิทยาลัยเพื่อสังคมผ่านงานบริการวิชาการ มีรูปแบบในการนำผลงานวิจัย เทคโนโลยี นวัตกรรม และกิจกรรมในการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยลงไปเผยแพร่และให้บริการกับชุมชน ส่วนกลไกที่นำมาใช้ในการสร้างและพัฒนาพันธกิจมหาวิทยาลัยเพื่อสังคมผ่านงานบริการวิชาการสู่ชุมชน ได้แก่ การสร้างทีมงานที่มีศักยภาพและความพร้อม การศึกษาบริบทและศักยภาพของชุมชน การสร้างความคุ้นเคยกับชุมชนเบื้องต้น การสร้างความคุ้นเคยกับชุมชนในระดับแกนนำและรวบรวมข้อมูลที่เป็นปัจจุบันของชุมชน การวางแผนการดำเนินภารกิจร่วมกันระหว่างส่วนงาน ชุมชน และภาคีที่เกี่ยวข้อง การดำเนินกิจกรรมตามแผนงาน การติดตาม ประเมิน และสรุปผลการดำเนินงาน และการขยายผลสำเร็จสู่ชุมชนหรือเครือข่ายอื่น

3) การพัฒนาพันธกิจมหาวิทยาลัยเพื่อสังคมจากงานบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยและชุมชนควร ดำเนินการพันธกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่เพียงการดำเนินการตามมตินโยบายและวาระของรัฐ (Agenda) ที่ สิ้นสุดโครงการแล้วจะยุติการดำเนินงาน ซึ่งหลัก 4 ประการ ได้แก่ Partnership, Mutual Benefits, Knowledge Sharing and Scholarship และ Measurable Social Impact สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาพันธกิจ มหาวิทยาลัยเพื่อสังคม เพื่อให้เกิดการรับรู้และยอมรับคุณค่าของมหาวิทยาลัยและชุมชนร่วมกัน

การมีบทบาทของชุมชนต่างๆ ที่เพิ่มมากขึ้นในงานบริการวิชาการของมหาวิทยาลัย นับว่าเป็นสิ่ง สะท้อนการพัฒนาพันธกิจมหาวิทยาลัยเพื่อสังคม งานเกษตรกำแพงแสนอาจไม่ใช่รูปแบบที่แสดงให้เห็นถึงพันธ กิจมหาวิทยาลัยเพื่อสังคมที่ครบถ้วนสมบูรณ์ หากแต่เป็นพื้นที่หนึ่งที่เปิดโอกาสให้มหาวิทยาลัยกับชุมชนได้ทำงาน ร่วมกัน การพัฒนาพันธกิจมหาวิทยาลัยเพื่อสังคมจึงต้องอาศัยการทำงานแบบต่อเนื่องยาวนาน มีเป้าหมายร่วมกัน ต่างฝ่ายต่างได้ประโยชน์ซึ่งกันและกัน และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นแก่มหาวิทยาลัยและชุมชนอยู่ในวงกว้างขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมโรค. รายงานความก้าวหน้าการให้บริการฉีดวัคซีนโควิด 19 ประจำวันที่ 2 ธันวาคม 2565. ค้น วันที่ 2 ธันวาคม 2565 จาก <https://ddc.moph.go.th/vaccine-covid19>.

สมาคมพันธกิจสัมพันธ์มหาวิทยาลัยกับสังคม. 2565. **หลักการดำเนินงานของ ENT**. ค้นวันที่ 10 ธันวาคม 2565 จาก <http://engagementthailand.org/?p=5074>.

Chiewwech, K. 2019. **The Development of University Social Engagement Mission through Community Academic Outreach for Enhancing of University Uniqueness: A Case of Kasetsart University**. Bangkok: National Institute of Development Administration.

McCloskey and el. 2011. Chapter 1 Community Engagement: Definitions and Organizing Concepts from the Literature. **Clinical and Translational Science Awards Consortium Community Engagement Key Function Committee Task force on the Principles of Community Engagement**. 2nd Edition. Maryland: NIH Publication.