

รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การประชาสัมพันธ์ประวัติศาสตร์
ตำนานทุ่งบางเขน

จัดทำโดย นางภุชณิศ มั่งคั่ง
ตำแหน่งนักจัดการงานทั่วไปชำนาญการ
สังกัดฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขตบางเขน

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารมหานครระดับต้น รุ่นที่ ๓๓
สถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานคร
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑

๑. ชื่อเรื่อง การประชาสัมพันธ์ประวัติศาสตร์ตำนานทุ่งบางเขน

“การรำลึกการเสด็จมาทรงหว่านข้าวของสองกษัตริย์ (รัชกาลที่ ๘ และรัชกาลที่ ๙) ณ อำเภอบางเขน เมื่อวันที่ ๕ มิถุนายน ๒๔๘๙”

๒. หลักการและเหตุผล

“เปิดตำนานทุ่งบางเขน” ท่องเที่ยวท่องถิ่นเชิงประวัติศาสตร์ รำลึกการเสด็จมาทรงหว่านข้าวของสองกษัตริย์ คือ รัชกาลที่ ๘ และรัชกาลที่ ๙ ณ อำเภอบางเขน เมื่อวันที่ ๕ มิถุนายน ๒๔๘๙ ซึ่งเป็นพระราชกรณียกิจครั้งสุดท้ายที่ทรงประทับรอยพระบาทบนผืนแผ่นดินไทยขององค์รัชกาลที่ ๘ (อำเภอบางเขนเดิมได้รวมพื้นที่ของเขตในปัจจุบันคือ ดอนเมือง หลักสี่ จตุจักร บางเขน สายไหม)

สืบเนื่องจากนโยบายของรัฐบาล และการนำพาประเทศก้าวสู่ “ประเทศไทย ๔.๐ หรือไทยแลนด์ ๔.๐” โดยการนำจุดเด่นความหลากหลายเชิงวัฒนธรรมและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมาฟื้นฟูและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับประเด็นวิสัยทัศน์กรุงเทพมหานคร “กรุงเทพฯ มหานครแห่งเอเชีย Bangkok : Vibrant of Asia” ด้านที่ ๖ มหานครแห่งเศรษฐกิจและการเรียนรู้ ข้อ (๒๖) ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม และนโยบายผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร (พล.ต.อ.อัศวิน ขวัญเมือง) นโยบายทันใจที่ ๕ วิถีพอเพียง (COMMON WAYS OF LIVING) : ภูมิใจในรากฐานไทยพอใจในความเป็นอยู่ ประกอบกับมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครได้ทำการวิจัย เรื่อง “ร่องรอยการเสด็จมาทรงหว่านข้าวของสองกษัตริย์ ณ บางเขน” และได้สร้างพระบรมราชานุสาวรีย์รัชกาลที่ ๘ เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๕๔ ปัจจุบันสำนักงานเขตบางเขนได้ทำการจัดแสดงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์อันทรงคุณค่ายิ่ง ณ พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร เขตบางเขน ซึ่งตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร จากการศึกษาเพิ่มเติมพบว่า เมื่อปี พ.ศ.๒๕๕๒ ได้มีเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องทางประวัติศาสตร์ทุ่งบางเขนดังนี้

๑. นางสาวพัฒนา อรรถกานนท์ อดีตข้าราชการครูชำนาญการ กรุงเทพมหานครโรงเรียนไทยนิยมสงเคราะห์ เป็นผู้นำ “คันไถโบราณและคราด” ของนายใจ ม่วงเอม ชาวบางเขน ที่ได้ใช้แสดงถวายทอดพระเนตรการทำนาต่อหน้าพระที่นั่ง มามอบให้กับมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ปัจจุบันได้มอบคันไถมาจัดแสดงไว้ ณ พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานครเขตบางเขน เมื่อปี พ.ศ.๒๕๖๐

๒. พบว่ามีภาคประชาชนชาวบางเขนที่อาศัยใกล้บริเวณตรงข้ามพระบรมราชานุสาวรีย์รัชกาลที่ ๘ คือนางพูนสุข เรื่องวิथाโชติ ชุมชนหมู่บ้านอัมรินทร์นิเวศน์ ๑ ถนนพหลโยธิน แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน ได้อนุรักษ์และสืบสานประเพณีโบราณเกี่ยวกับข้าว คือ การทำพิธีไหว้แม่โพสพ มาตั้งแต่ปี พ.ศ.๒๕๕๒ ทำเป็นประจำทุกปีในวันพืชมงคลพร้อมทั้งพิธีทางสนามหลวง โดยจะเตรียมการปลูกต้นข้าวไว้ล่วงหน้าด้วยตนเองประมาณ ๓ เดือน

๓. มติของคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๒๓ มิถุนายน ๒๕๕๒ เห็นชอบให้วันที่ ๕ มิถุนายน ของทุกปีเป็นวันข้าวและชาวนาแห่งชาติ สืบเนื่องจากทั้งสองพระองค์เสด็จทุ่งบางเขนในวันที่ ๕ มิถุนายน ๒๔๘๙

ดังนั้น เพื่อเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และรำลึกประวัติศาสตร์การเสด็จมาทรงหว่านข้าวของสองกษัตริย์ (รัชกาลที่ ๘ และรัชกาลที่ ๙) ณ อำเภอบางเขน เมื่อวันที่ ๕ มิถุนายน ๒๔๘๙ จึงเป็นการสมควรอย่างยิ่งที่สำนักงานเขตบางเขนจะได้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการเปิดตำนานทุ่งบางเขน ท่องเที่ยวท่องถิ่นเชิงประวัติศาสตร์ รำลึกการเสด็จมาทรงหว่านข้าวของสองกษัตริย์ (รัชกาลที่ ๘ และรัชกาลที่ ๙) ณ อำเภอบางเขน เมื่อวันที่ ๕ มิถุนายน ๒๔๘๙ เพื่อความเป็นสิริมงคลต่อปวงชนชาวไทย และสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณของพระมหากษัตริย์ไทยที่ทรงมีต่อข้าว ชาวนาและการเกษตรไทย ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น การประชาสัมพันธ์ตำนานทุ่งบางเขน ถือเป็นส่วนหนึ่งในยุทธศาสตร์การพัฒนา

กรุงเทพมหานคร ตามแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑ – ๒๕๖๕) ด้านที่ ๓ มหานคร สำหรับทุกคน มิติที่ ๓.๔ สังคมพหุวัฒนธรรม เป้าหมายที่ ๓.๔.๑ คนกรุงเทพฯ ที่มีความแตกต่างหลากหลายทางวัฒนธรรมอยู่ร่วมกันได้อย่างสันติสุขและปรองดอง เป้าประสงค์ที่ ๓.๔.๑.๑ สร้างเนื้อหาความสุขด้านพหุวัฒนธรรมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มาตรการ พัฒนา ปรับปรุงเนื้อหาความรู้ท้องถิ่นในแหล่งเรียนรู้ด้านพหุวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร

๓. วัตถุประสงค์

๓.๑ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนและหน่วยงานต่าง ๆ ได้รู้จักประวัติศาสตร์ตำนานทุ่งบางเขนมากขึ้น

๓.๒ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลประวัติศาสตร์ตำนานทุ่งบางเขนผ่านช่องทางเว็บไซต์ของสำนักงานเขตบางเขน และ QR Code

๓.๓ เพื่อเป็นข้อมูลการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมทุ่งบางเขนของนักเรียนนักศึกษา คนในชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไปทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

๔. เป้าหมาย

๔.๑ จัดทำแผ่นพับข้อมูลประวัติศาสตร์ตำนานทุ่งบางเขนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และประชาสัมพันธ์ไปยังหน่วยงานต่าง ๆ จำนวน ๒๒๐ แห่ง

๔.๒ จัดทำข้อมูลประวัติศาสตร์ตำนานทุ่งบางเขนสำหรับประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเว็บไซต์ของสำนักงานเขตบางเขน และ QR Code

๕. ความรู้ที่นำมาใช้ในการจัดทำรายงานฯ

๕.๑ ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ (History)

ประวัติศาสตร์ หมายถึง การศึกษาเรื่องราวเหตุการณ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ในอดีตซึ่งต้องอาศัยการค้นคว้าหาหลักฐาน การวิเคราะห์ การตีความ การสังเคราะห์ โดยอาศัยข้อมูล ร่องรอยหลักฐานต่างๆ มาพิจารณา เพื่อให้เข้าใจสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีตให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ความสำคัญของประวัติศาสตร์

๑. ประวัติศาสตร์ช่วยให้มนุษย์รู้จักและเข้าใจตัวเองมากขึ้น รวมทั้งเข้าใจสังคมของมนุษย์โดยส่วนรวมด้วย

๒. ประวัติศาสตร์ช่วยให้เกิดความเข้าใจในมรดก วัฒนธรรมของมนุษยชาติ ความรู้ ความคิดอ่าน กว้างขวาง ทันเหตุการณ์ ทันสมัย ทันคน และสามารถเข้าใจคุณค่าสิ่งต่างๆในสมัยของตนได้

๓. ประวัติศาสตร์ช่วยเสริมสร้างให้เกิดความระมัดระวัง ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ฝึกฝนความอดทน ความสุขุมรอบคอบ ความสามารถในการวินิจฉัย และมีความละเอียดเพียงพอที่จะเข้าใจปัญหา สลับซับซ้อน

๔. ประวัติศาสตร์เป็นเหตุการณ์ในอดีตที่มนุษย์สามารถนำมาเป็นบทเรียน ให้แก่ปัจจุบัน โดยบทเรียนประวัติศาสตร์ อาจใช้เป็นประสบการณ์พื้นฐานการตัดสินใจ เหตุการณ์ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันหรืออนาคต และประยุกต์ใช้ในกระบวนการแก้ไขปัญหา และวิกฤตการณ์ต่างๆ ให้เป็นไปตามหลักจริยธรรม คุณธรรม ทั้งนี้เพื่อสันติสุขและพัฒนาการของสังคมมนุษย์เอง

๕. ประวัติศาสตร์สอนให้คนรู้จักคิดเป็น ไม่หลงเชื่อสิ่งใดง่าย ๆ โดยมีได้ไตร่ตรองพิจารณาให้ถี่ถ้วนเสียก่อน

๖. ประวัติศาสตร์ของชาติย่อมทำให้เกิดความภาคภูมิใจในบรรพบุรุษ ในตระกูล และในความเป็นชาติประเทศ ซึ่งก่อให้เกิดความรักชาติและช่วยกันรักษาชาติบ้านเมืองให้คงอยู่ ทั้งก้าวไปสู่ความเจริญ

๕.๒ ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง การสื่อสารเพื่อจัดการขององค์กรให้เกิดสัมพันธภาพอันดีกับผู้รับข่าวสารกลุ่มต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็น (Opinion) ทศนคติ (Attitude) และ ค่านิยม(Value) หรือเป็นการติดต่อสื่อสารกับชุมชนทั้งภายในภายนอกเพื่อสร้างภาพพจน์ขององค์กรกับสาธารณชน หัวใจสำคัญของการประชาสัมพันธ์ คือการสร้าง ความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อันหมายรวมถึงลูกค้า ประชาชน ชุมชน สมาคม หน่วยงานราชการ และเจ้าหน้าที่ พนักงานทุกระดับในองค์กร

การประชาสัมพันธ์จะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยการสื่อสารที่ดีมีประสิทธิภาพ ต้องมีการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ ดำเนินการจริงตามแผนงานที่วางไว้อย่างเหมาะสม และสามารถปรับเปลี่ยนได้

กลยุทธ์ที่ช่วยทำให้การประชาสัมพันธ์สัมฤทธิ์ผล

๑. กลยุทธ์ทางด้านเนื้อหาหรือข้อความข่าวสาร (Message Strategies)
๒. กลยุทธ์ทางด้านสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร (Media Strategies)

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

ข้อมูลที่เพียงพอและถูกต้อง/มีบุคคลที่สามารถให้รายละเอียดลึกๆกับสื่อมวลชนได้ ต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหน่วยงานของรัฐกับประชาชนและทุกองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง/มีแผนงานที่เหมาะสมทั้งยุทธศาสตร์ ยุทธวิธี และยุทธศิลป์ ระยะเวลา งบประมาณ บุคคล เป็นต้น /มีการบริหารเชิงยุทธ (ISSUEMANAGEMENT) กำหนดประเด็นที่เกี่ยวข้องกับชุมชนที่ต้องการเข้าไปพัฒนาหรือดำเนินงานด้วย มีการกำหนดภารกิจต่าง ๆ อย่างชัดเจนในประเด็นที่น่าสนใจและได้รับประโยชน์แท้จริง/ต้องสร้างและเอาใจใส่อย่างสม่ำเสมอกับสื่อมวลชนทุกประเภทที่สามารถกระจายข่าวสารของหน่วยงานไปยังประชาชนได้

วัตถุประสงค์ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานของรัฐ

๑. ทำให้ภารกิจที่ได้รับมอบหมายประสบความสำเร็จ
๒. มีทิศทางในการดำเนินงานอย่างรอบคอบรัดกุม
๓. ใช้ทรัพยากรและบุคคลที่มีอยู่อย่างเหมาะสมแก่ความจำเป็นเข้าหลักการประโยชน์สูงสุด
๔. เพื่อสร้างความสามัคคีในทุกหมู่เหล่า
๕. สร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ อันจะส่งผลไปถึงความรู้สึกร่วมกันต่อการปฏิบัติงานของภาครัฐ
๖. สร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของประชาชนในภารกิจที่หน่วยงานของภาครัฐจะต้องดำเนินการ

๕.๓ การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กรหรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งทีอาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต SWOT เป็นคำย่อที่มาจากคำที่มีความหมายดังนี้

Strengths: S - จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ

Weaknesses: W - จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ

Opportunities: O - โอกาสที่จะดำเนินการได้

Threats: T - อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์กร

หลักการสำคัญและประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT

หลักการสำคัญของ SWOT คือการวิเคราะห์สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จัก สภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร จะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลง เหล่านี้ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ จุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถ ด้านต่าง ๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กรที่เหมาะสมต่อไป

ขั้นตอนการดำเนินการ SWOT Analysis

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร มีขั้นตอนดังนี้

๑. การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กรจะเกี่ยวกับการวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กรทุก ๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร แหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือระบบข้อมูลเพื่อการบริหาร ที่ครอบคลุมทุกด้านทั้งในด้านโครงสร้าง ระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงาน และทรัพยากรในการบริหาร (คน เงิน วัสดุ การจัดการ) รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมาขององค์กรเพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์และผลกลยุทธ์ก่อนหน้านี้

- จุดแข็งขององค์กร (S-Strengths) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในภายในองค์กรว่าปัจจัยใดที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นขององค์กรที่องค์กรควรนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรได้และควรดำรงไว้เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร

- จุดอ่อนขององค์กร (W-Weaknesses) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในภายในองค์กร ปัจจัยที่เป็นจุดด้อย ข้อเสียเปรียบขององค์กรที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือขจัดให้หมดไปอันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

๒. การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก

การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกสามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรคขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบาย การเงิน การงบประมาณ สภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น การตั้งถิ่นฐานและการอพยพของประชาชน ลักษณะชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม

ความเชื่อและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการเมือง เช่น พระราชบัญญัติ มติคณะรัฐมนตรี และสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี หมายถึงกรรมวิธีใหม่ๆ และพัฒนาการทางด้านเครื่องมืออุปกรณ์ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและให้บริการ

- โอกาสทางสภาพแวดล้อม (O-Opportunities) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อประโยชน์ ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กรในระดับมหภาค ที่มาเสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็งขึ้นได้

- อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-Threats) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อในระดับมหภาคในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพองค์กรให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญแรงกระทบดังกล่าวได้

๓. ระบุสถานการณ์จากการประเมินสภาพแวดล้อม

เมื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับ จุดแข็ง-จุดอ่อน โอกาส-อุปสรรค จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วย การประเมินสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกแล้ว ให้นำจุดแข็ง-จุดอ่อนภายในมาเปรียบเทียบกับ โอกาส-อุปสรรค จากภายนอกเพื่อดูว่าองค์กรกำลังเผชิญสถานการณ์เช่นใดและภายใต้ สถานการณ์เช่นนั้น องค์กรควรจะทำอย่างไร โดยทั่วไปในการวิเคราะห์ SWOT ดังกล่าวนี้องค์กรจะอยู่ในสถานการณ์ ๔ รูปแบบ ดังนี้

๓.๑ สถานการณ์ที่ ๑ (จุดแข็ง-โอกาส) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่พึงปรารถนาที่สุดเนื่องจากองค์กรค่อนข้างจะมีหลายอย่าง ดังนั้น ผู้บริหารขององค์กรควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive -Strategy) เพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้างและปรับใช้และฉกฉวยโอกาสต่างๆ ที่เป็นประโยชน์อย่างเต็มที่

๓.๒ สถานการณ์ที่ ๒ (จุดอ่อน-ภัยอุปสรรค) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุดเนื่องจากองค์กรกำลังเผชิญอยู่กับอุปสรรคจากภายนอกและมีปัญหาจุดอ่อนภายในหลายประการ ดังนั้น ทางเลือกที่ดีที่สุดคือกลยุทธ์การตั้งรับหรือป้องกันตัว (Defensive Strategy) เพื่อพยายามลดหรือหลบหลีกภัย อุปสรรค ต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนหามาตรการที่จะทำให้องค์กรเกิดความสูญเสียที่น้อยที่สุด

๓.๓ สถานการณ์ที่ ๓ (จุดอ่อน-โอกาส) สถานการณ์นี้เององค์กรมีโอกาเป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันอยู่หลายประการ แต่ติดขัดอยู่ตรงที่มีปัญหาอุปสรรคที่เป็นจุดอ่อนอยู่หลายอย่างเช่นกัน ดังนั้น ทางออกคือกลยุทธ์การพลิกตัว (Turnaround-oriented Strategy) เพื่อจัดหรือแก้ไขจุดอ่อนภายในต่าง ๆ ให้พร้อมที่จะฉกฉวย โอกาสต่าง ๆ ที่เปิดให้

๓.๔ สถานการณ์ที่ ๔ (จุดแข็ง-อุปสรรค) สถานการณ์นี้เกิดขึ้นจากการที่สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน แต่ตัวองค์กรมีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งหลายประการ ดังนั้น แทนที่จะรอจนกระทั่ง สภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป ก็สามารถที่จะเลือกกลยุทธ์การแตกตัวหรือขยายขอบข่ายกิจการ (Diversification Strategy) เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีสร้างโอกาสในระยะยาวด้านอื่น ๆ แทน

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลทางประวัติศาสตร์ท่งบางเขน ได้นำมาวิเคราะห์ SWOT เพื่อนำผลมาเป็นข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้นักเรียน นักศึกษา ชุมชนในพื้นที่ ประชาชนทั่วไปทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และหน่วยงานต่างๆ ได้ภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น ซึ่งผลการวิเคราะห์ SWOT มีรายละเอียดตามตารางดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS ข้อมูลที่เกี่ยวข้องประวัติศาสตร์ตำนานทุ่งบางเขน

ปัจจัยภายใน	
จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
<p>๑. หนึ่งในเดียวของประวัติศาสตร์ที่น่าภาคภูมิใจ ตำนานทุ่งบางเขนการเสด็จมาทรงหว่านข้าวของสองกษัตริย์ คือ องค์กรชกาลที่ ๘ และพระอนุชา องค์กรชกาลที่ ๙ เมื่อวันที่ ๕ มิถุนายน ๒๔๘๙ เมื่อ ๗๒ ปีผ่านมา ทุ่งบางเขนในอดีตเป็นทุ่งนาข้าวและนาบัว การเสด็จมาทรงหว่านข้าว นับเป็นสิริมงคลแก่ชาวนาไทย และในปี พ.ศ.๒๕๕๒ คณะรัฐมนตรี ได้มีมติให้วันที่ ๕ มิถุนายน ของทุกปี ได้ถูกกำหนดให้เป็นวันข้าวและชาวนาแห่งชาติ ซึ่งเป็น อาชีพเกษตรกรรมกระดูกสันหลังของไทย</p> <p>๒. การจัดแสดงค้นไถโบราณและคราดของชาวนา ชื่อ นายใจ ม่วงเอม ที่ใช้แสดงสาธิตการทำนาต่อหน้าพระพักตร์ และเรื่องราวประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจของท้องถิ่นทุ่งบางเขนที่พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานครเขตบางเขน ตั้งอยู่ใน มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร เขตบางเขน</p> <p>๓. พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานครเขตบางเขน อยู่ในความรับผิดชอบของฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขตบางเขน และมีงบประมาณสนับสนุนในการดำเนินงานเป็นประจำทุกปี</p> <p>๔. มีเจ้าหน้าที่อาสาสมัครพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นที่ปฏิบัติงานในการให้บริการ จำนวน ๒ คน และมีหนึ่งคนที่ทำงานด้วยใจรักตั้งแต่เริ่มก่อตั้งพิพิธภัณฑ์ เมื่อปี พ.ศ.๒๕๔๘ จนปัจจุบัน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์เป็นอย่างดี เจ้าหน้าที่อาสาสมัครทั้งสองคนเป็นคนที่อาศัยในพื้นที่เขตบางเขนมานาน เป็นชุมชนที่มีญาติชาวนาที่อยู่ในเหตุการณ์ด้วย สร้างความน่าเชื่อถือทางข้อมูล</p> <p>๕. ความรู้สึกภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์สองกษัตริย์เสด็จมาทรงหว่านข้าว ณ อำเภอบางเขน ไปสู่ชุมชน หน่วยงานในพื้นที่ จะทำให้ประชาชนในพื้นที่รู้สึกรักถิ่นฐานและเห็นคุณค่าของตนเอง</p>	<p>๑. ที่ผ่านมาข้อมูลแผ่นพับประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานครเขตบางเขน ซึ่งเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้เล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ของเขตบางเขน ไม่ได้มีการเล่าถึงประวัติการเสด็จมาทรงหว่านข้าวของสองกษัตริย์แต่อย่างใด</p> <p>๒. สถานที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานครเขตบางเขน ตั้งอยู่ ณ อาคาร ๑๘ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ซึ่งอยู่ลึกจากหน้ามหาวิทยาลัย ทำให้การเดินทางมาเยี่ยมชมไม่ค่อยสะดวก บ้ายบอกเส้นทางมีน้อย</p> <p>๓. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลประวัติศาสตร์ไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ในพื้นที่ยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ช่องทางการเข้าถึงข้อมูลของสื่อ Social media ในยุคดิจิทัลในสถานการณ์ปัจจุบันยังไม่มี</p> <p>๔. อาคารที่จัดแสดงพิพิธภัณฑ์มีการก่ออิฐเพื่อป้องกันน้ำท่วมตั้งแต่ ปี พ.ศ. ๒๕๔๐ จนปัจจุบัน ยังไม่มีการรื้อออก ทำให้ไม่สะดวกในการเดินเข้าชม โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้พิการและผู้สูงอายุ</p>

ปัจจัยภายนอก	
โอกาส (Opportunity)	ข้อจำกัด (Threats)
<p>๑. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ได้ทำวิจัยประวัติศาสตร์ตำนานทุ่งบางเขน “ร่องรอยการเสด็จมาทรงหว่านข้าวของสองกษัตริย์ ณ บางเขน” เมื่อปี พ.ศ.๒๕๒๑ ซึ่งเป็นจุดสำคัญของการเริ่มต้นฟื้นฟูเรื่องราวประวัติศาสตร์อันทรงคุณค่าของกรุงเทพมหานคร พื้นที่เขตบางเขน</p> <p>๒. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ได้ก่อสร้างพระบรมราชานุสาวรีย์รัชกาลที่ ๘ ณ บริเวณด้านทิศตะวันออกของอาคารพุทธวิชาลัย วงเวียนบางเขน ใกล้กับถนนที่ประชาชนสัญจรผ่านไปมา ซึ่งเป็นสถานที่เสด็จมาทรงหว่านข้าว เมื่อวันที่ ๕ มิถุนายน ๒๔๘๙</p> <p>๓. อดีตข้าราชการครูบำนาญของกรุงเทพมหานคร จากโรงเรียนไทยนิยมสงเคราะห์ได้นำค้นไถโบราณ และคราดมามอบไว้เพื่อการศึกษาให้กับมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร เมื่อปี พ.ศ.๒๕๕๒ และปี พ.ศ.๒๕๖๐ ได้นำมาจัดแสดง ณ พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานครเขตบางเขน</p> <p>๔. ข้อมูลเอกสารการวิจัยที่ได้สัมภาษณ์ผู้ที่ได้เคยอยู่ในเหตุการณ์ วันที่ ๕ มิถุนายน ๒๔๘๙ และยังมีชีวิตอยู่ในปัจจุบันที่จะมาให้ข้อมูลและเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ท่านเป็นกรรมการสภามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครและอดีตรองผู้อำนวยการสำนักการศึกษา ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ ชื่อ อาจารย์ไพรัช อรรถกานนท์ คน กทม. เล่าเรื่องประวัติศาสตร์ของ กทม.</p> <p>๕. ในกระแสสังคมปัจจุบัน ที่มีการสนใจศึกษาเรียนรู้ในประวัติศาสตร์เพิ่มมากขึ้น และเป็นโอกาสที่ดีของเขตบางเขนที่จะได้รับความสนใจในการศึกษาเรียนรู้ที่มีแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ</p> <p>๖. การมีส่วนร่วมจากเครือข่ายที่เข้มแข็ง และปรากฏมีชาวบ้านที่สืบทอดประเพณีโบราณที่เกี่ยวข้องกับข้าวคือ การไหว้แม่โพสพ มาตั้งแต่ปี ๒๕๕๒ แสดงให้เห็นถึงความศรัทธาและผูกพันเกี่ยวกับข้าว</p>	<p>๑.สถานที่จัดแสดงพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานครเขตบางเขน กับพระบรมราชานุสาวรีย์รัชกาลที่ ๘ อยู่ห่างไกลกันประมาณเกือบ ๑ กิโลเมตร การมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์เรื่องราวประวัติศาสตร์เรียบร้อยแล้วหากจะประสงค์ไปกราบสักการะพระบรมราชานุสาวรีย์องค์รัชกาลที่ ๘ ก็จะไม่สะดวกเท่าที่ควร ทำให้ไม่ต่อเนื่องในเรื่องราวและข้อเท็จจริงของการเยี่ยมชมและรับทราบข้อมูล</p>

๖. กรอบแนวทางการดำเนินการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

แผนการดำเนินงาน															
		ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒													
ลำดับที่	การดำเนินการ	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
๑	ขั้นวางแผน														
	๑.๑ สํารวจ รวบรวม ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	↔												ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ	
	๑.๒ จัดทำข้อมูลประชาสัมพันธ์		↔											ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ	
๒	ขั้นนำแผนสู่การปฏิบัติ														
	๒.๑ จัดทำคำสั่งคณะทำงาน		↔											ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ	
	๒.๒ ประชุมชี้แจงและมอบหมายงาน		↔	→										ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ	
	๒.๓ การส่งหนังสือแจ้งหน่วยงานต่าง ๆ				↔									ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ	
	๒.๔ การประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์เขต				←								→	ฝ่ายปกครอง	
	๒.๕ การประชาสัมพันธ์ทาง QR-CODE				←								→	ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ	
๓	ขั้นติดตามและประเมินผล														
	๓.๑ ตรวจสอบข้อมูลเว็บไซต์ และ QR CODE				←								→	ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ	
	๓.๒ สถิติผู้เข้าชมพินิจภัณฑ์และรายงานผล				←								→	ฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ	

๖. กรอบแนวทางการดำเนินการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (ต่อ)

จากการศึกษา สํารวจ รวบรวม ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ตำนานทุ่งบางเขน รําลึกการเสด็จมาทรงหว่านข้าวของสองกษัตริย์ คือ องค์รัชกาลที่ ๘ และพระอนุชา องค์รัชกาลที่ ๙ เมื่อวันที่ ๕ มิถุนายน ๒๔๘๙ และได้มีการจัดแสดงพระราชประวัติและคําน้โโบราณไว้ ณ พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร เขตบางเขน มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร และเพื่อให้การประชาสัมพันธ์ประวัติศาสตร์ตำนานทุ่งบางเขนเป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไปและหน่วยงานต่าง ๆ เพิ่มมากยิ่งขึ้น จึงได้วางแผนดำเนินการโดยใช้กลยุทธ์การตลาดภาครัฐ ดังนี้

๑. **Product** (ผลิตภัณฑ์) จัดทำข้อมูลองค์ความรู้ทางประวัติศาสตร์เขตบางเขน ข้อมูลพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานครเขตบางเขน การจัดแสดงคําน้โและคราดโบราณ และเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง ดังนี้คือ สักการะพระบรมราชานุสาวรีย์รัชกาลที่ ๘ และไหว้พระพุทธรเจ้าองค์ดำ ณ พุทธวิซาลย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานครเขตบางเขน เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์การฝึกหัดครูไทย ชมบ้านเรือนไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กราบสักการะพระบรมสารีริกธาตุ ณ เจดีย์ วัดพระศรีมหาธาตุ วรมหาวิหาร ศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์บนผนังเจดีย์ พักผ่อนธรรมชาติชมทัศนียภาพต้นพระศรีมหาโพธิ์ที่อัญเชิญโดยรัฐบาลจากอินเดียและร่วมทำบุญตามศรัทธา และชิมอาหารอร่อยในพื้นที่

๒. **Price** (มูลค่าหรือความค้คุณค่า) การได้ศึกษาเรียนรู้เกร็ดประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่มีคุณค่ายิ่ง

๓. **Place** (สถานที่) พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานครเขตบางเขน พระบรมราชานุสาวรีย์รัชกาลที่ ๘ พุทธวิซาลย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร วัดพระศรีมหาธาตุ วรมหาวิหาร เขตบางเขน

๔. **Promotion** (การประชาสัมพันธ์) โดยใช้ช่องทางการจัดเข้าถึงโดยสื่อข้อมูลประชาสัมพันธ์โดยตรง และสื่อ Social Media ทางเว็บไซต์ของสำนักงานเขตบางเขน และการสร้าง QR Code

๕. **Prove** (การพิสูจน์) โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจของประชาชนผู้มาเยี่ยมชม และสถิติจำนวนผู้มาใช้บริการ

๖. **Process** (กระบวนการ) จัดทำโครงการ จัดทำแผนการดำเนินงาน คือ จัดทำข้อมูล การประชาสัมพันธ์โดยตรงโดยการจัดส่งเอกสารไปยังหน่วยงานต่าง ๆ และสื่อ Social Media ทางเว็บไซต์ของสำนักงานเขตบางเขน และ QR Code ซึ่งสามารถเข้าถึงได้ง่าย การประเมินผลโดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจ การจัดทำสถิติผู้มาใช้บริการ และรายงานผล

๗. **People** (คน) ประชาชน นักเรียน นักศึกษา ชุมชน และหน่วยงานต่าง ๆ ได้ศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น มีความสุข ร่วมความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์อันทรงคุณค่าและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นทุ่งบางเขน โดยข้อมูลหน่วยงานที่จะส่งเอกสารการประชาสัมพันธ์ มีจำนวน ๒๒๐ แห่ง ประกอบด้วย

- | | |
|--|---------------|
| ๑. โรงเรียนกรุงเทพมหานครสังกัดสำนักงานเขตบางเขน | จำนวน ๕ แห่ง |
| ๒. สถานศึกษาในพื้นที่
(มหาวิทยาลัย ๓ แห่ง โรงเรียนเอกชน ๘ แห่ง) | จำนวน ๑๑ แห่ง |
| ๓. สถานีตำรวจนครบางบางเขน | จำนวน ๑ แห่ง |
| ๔. หน่วยงานทหาร | จำนวน ๒ แห่ง |
| ๕. หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ (ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์) | จำนวน ๓ แห่ง |

๖. ชุมชนที่จัดตั้งโดย กทม. ในพื้นที่เขตบางเขน	จำนวน ๗๗ แห่ง
๗. ห้องสมุดประชาชนเขตบางเขน	จำนวน ๑ แห่ง
๘. ศูนย์เยาวชนบางเขน	จำนวน ๑ แห่ง
๙. ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนเขตบางเขน	จำนวน ๑ แห่ง
๑๐. หน่วยงานภาครัฐกิจเอกชนในพื้นที่ (ตลาด ๒ แห่ง, ห้างสรรพสินค้า ๕ แห่ง)	จำนวน ๗ แห่ง
๑๑. สภาวัฒนธรรมเขต	จำนวน ๕๐ แห่ง
๑๒. ผู้อำนวยการเขต	จำนวน ๔๙ เขต
๑๓. กองวัฒนธรรม สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว	จำนวน ๑ แห่ง
๑๔. กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว	จำนวน ๑ แห่ง
๑๕. ฝ่ายทุกฝ่ายในสำนักงานเขตบางเขน	จำนวน ๑๐ แห่ง

๗. ระยะเวลาการดำเนินการ

กำหนดระยะเวลาในการดำเนินการเริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม ๒๕๖๑ ถึงเดือนกันยายน ๒๕๖๒

๘. งบประมาณ

ไม่ใช้งบประมาณจากทางราชการแต่อย่างใด

๙. แนวทางการติดตามและประเมินผล

๙.๑ ตัวชี้วัดความสำเร็จระดับผลผลิต (Output) และหรือตัวชี้วัดระดับผลลัพธ์ (Outcome)

๙.๒ วิธีการและเครื่องมือในการติดตามและประเมินผลความสำเร็จ

ตามตารางเปรียบเทียบตัวชี้วัดความสำเร็จ

เป้าหมาย/วัตถุประสงค์	ตัวชี้วัด	วิธีการ/เครื่องมือ
เป้าหมาย ๑. จัดทำแผ่นพับข้อมูลประวัติศาสตร์ ตำนานทุ่งบางเขนทั้งภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ และประชาสัมพันธ์ ไปยังหน่วยงานต่าง ๆ จำนวน ๒๒๐ แห่ง	ระดับผลผลิต (Output) ๑. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๒๒๐ แห่ง ได้รับแผ่นพับข้อมูล ประวัติศาสตร์ตำนานทุ่งบางเขน	๑. แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ๒. รายชื่อหน่วยงานที่ได้รับ แผ่นพับข้อมูลประวัติศาสตร์ ตำนานทุ่งบางเขน
๒. จัดทำข้อมูลประวัติศาสตร์ ตำนานทุ่งบางเขนสำหรับ ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง เว็บไซต์ของสำนักงานเขตบางเขน และ QR Code	ระดับผลผลิต (Output) ๑. มีข้อมูลประวัติศาสตร์ตำนาน ทุ่งบางเขนสำหรับประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางเว็บไซต์ของสำนักงาน เขตบางเขน และ QR Code	๑. เว็บไซต์ของสำนักงานเขตบางเขน ๒. QR Code ข้อมูลประวัติศาสตร์ ตำนานทุ่งบางเขน

เป้าหมาย/วัตถุประสงค์	ตัวชี้วัด	วิธีการ/เครื่องมือ
<p><u>วัตถุประสงค์</u></p> <p>๑. เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนและหน่วยงาน ๆ ได้รู้จักประวัติศาสตร์ตำนานทุ่งบางเขนมากขึ้น</p>	<p><u>ระดับผลผลิต (Output)</u></p> <p>๑. ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรู้จักประวัติศาสตร์ตำนานทุ่งบางเขน ร้อยละ ๘๐</p> <p><u>ระดับผลลัพธ์ (Outcome)</u></p> <p>๒. ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีความรู้และเข้าใจประวัติศาสตร์ตำนานทุ่งบางเขน เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๘๐</p>	<p>๑. จำนวนประชาชนและหน่วยงานที่ได้รับการประชาสัมพันธ์</p> <p>๒. แบบสอบถามความรู้ความเข้าใจ</p>
<p>๒. เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลประวัติศาสตร์ตำนานทุ่งบางเขนผ่านช่องทางเว็บไซต์ของสำนักงานเขตบางเขน และ QR Code</p>	<p><u>ระดับผลผลิต (Output)</u></p> <p>๑. มีข้อมูลประวัติศาสตร์ตำนานทุ่งบางเขนเผยแพร่ผ่านช่องทางเว็บไซต์ของสำนักงานเขตบางเขน และ QR Code</p> <p><u>ระดับผลลัพธ์ (Outcome)</u></p> <p>๒. ประชาชนมีความพึงพอใจต่อข้อมูลประวัติศาสตร์ตำนานทุ่งบางเขนที่เผยแพร่ผ่านช่องทางเว็บไซต์ของสำนักงานเขตบางเขน และ QR Code</p>	<p>๑. ข้อมูลประวัติศาสตร์ตำนานทุ่งบางเขนที่เผยแพร่อยู่ในเว็บไซต์ของสำนักงานเขตบางเขน และ QR Code</p> <p>๒. แบบสอบถามวัดความพึงพอใจ</p>
<p>๓. เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมทุ่งบางเขนของประชาชนในพื้นที่และของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ</p>	<p><u>ระดับผลผลิต (Output)</u></p> <p>๑. จำนวนผู้มาใช้บริการพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเขตบางเขนเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๐ ต่อปี</p>	<p>๑. สถิติผู้มาใช้บริการพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร เขตบางเขน</p>

๑๐. ข้อเสนอแนะ

๑๐.๑ พัฒนาระบบบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นให้ครอบคลุมแบบบูรณาการในทุกด้าน เพื่อให้มีประสิทธิภาพและประชาชนเกิดความพึงพอใจสูงสุด

๑๐.๒ การนำประโยชน์จากฐานข้อมูลประวัติศาสตร์ไปเป็นข้อมูลส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น

๑๐.๓ การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเป็นประจำทุกปีต่อไป เพื่อให้เป็นงานประจำปีของชาวบางเขนให้ยั่งยืน

๑๐.๔ ขยายกิจกรรมการตลาดภาครัฐให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

๑๐.๕ การวางแผนบูรณาการร่วมกันอย่างยั่งยืนในการฟื้นฟูประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและแหล่งเรียนรู้ตำนานทุ่งบางเขนระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครและสำนักงานเขตบางเขน