

สรุปการปาฐกถาพิเศษ เรื่อง “216 โครงการกับการพลิกโฉมมหานคร”¹

โดย ชัชชาติ สิทธิพันธุ์²

ณัฐภัทร์ รังวงศ์วาน³

การกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการบริหารมหานครที่จะนำมาใช้ในการบริหารกรุงเทพมหานครนั้นว่ายาก แต่สิ่งที่ยากกว่าคือ การชนะการเลือกตั้งเพื่อให้ได้เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นหากจะคิดแผนได้ดีเพียงใด แต่จุดเริ่มต้นไม่เกิดขึ้น แผนที่ดีไว้ก็จะยากที่จะประสบความสำเร็จ ดังนั้นการบรรยายในครั้งนี้คือ การวางแผนและการดำเนินการยุทธศาสตร์เพื่อชนะการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ซึ่งใช้เวลานาน และนิสิตสามารถนำไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิต แต่อย่างไรก็ตามสิ่งที่จะบรรยายก็จะมีเกี่ยวข้องข้องกับ “216 โครงการกับการพลิกโฉมมหานคร”

การกำหนดยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ มี 3 ขั้นตอน ซึ่งนำมาจากหนังสือ “Good Strategy & Bad Strategy: The Difference and Why It Matters” ของ Richard Rumelt คือ

1. วิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันว่าเป็นอย่างไร (Diagnosis)
2. กำหนดภาพนโยบายโดยรวม (Guiding Policy)
3. กำหนดแผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกันระหว่างสถานการณ์ปัจจุบันและนโยบายโดยภาพรวม (Set of Coherent Actions)

ดังนั้นยุทธศาสตร์ที่ไม่มีแผนการดำเนินการรองรับจะเรียกว่ายุทธศาสตร์ไม่ได้ ถือเป็นแค่คำขวัญ ซึ่งหลายครั้งในการกำหนดยุทธศาสตร์กลายเป็นคำขวัญเนื่องจากไม่มีแผนการดำเนินการรองรับ ซึ่ง 216 โครงการนั้นคือแผนการดำเนินงานที่คิดขึ้นเพื่อรองรับยุทธศาสตร์ในการพลิกโฉมมหานคร โดยยุทธศาสตร์จะถูกกำหนดโดยผู้บริหารระดับสูงขององค์กร (Chief Executive Officer หรือ CEO) และ ผู้กำหนดกลวิธีให้แผนการดำเนินงานประสบความสำเร็จคือ ผู้จัดการในองค์กร (Manager) ดังนั้น

¹ การปาฐกถาพิเศษในโครงการ Reskill & Upskill ประจำปีการศึกษา 2564 หัวข้อ CEO Vision: ภาวะผู้นำกับการยกระดับเมืองหลวง จัดโดยหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ และ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา รัฐศาสตร์ ภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ณ ห้องประชุม สุธรรม อารีกุล อาคารสารนิเทศ 50 ปี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วันที่ 30 กรกฎาคม พ.ศ. 2565

² รศ. ดร. ชัชชาติ สิทธิพันธุ์, ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

³ ดร. ณัฐภัทร์ รังวงศ์วาน, อาจารย์ประจำภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. Email: faasnpr@ku.ac.th

ผู้บริหารระดับสูงจะต้องกำหนดยุทธศาสตร์เป็นตัวตั้งต้น หลังจากนั้นผู้จัดการจึงมากำหนดแนวทางเพื่อให้ยุทธศาสตร์ประสบความสำเร็จ เปรียบเหมือนการปีนภูเขาผู้บริหารระดับสูงขององค์กรจะกำหนดว่านักปีนภูเขาจะปีนภูเขาในเส้นทางไหน (เปรียบเหมือนการกำหนดยุทธศาสตร์) หลังจากนั้นผู้จัดการในองค์กรจะกำหนดว่า นักปีนภูเขาจะปีนอย่างไร จะใช้เครื่องมืออะไร จะใช้วิธีการอย่างไร ในการปีนภูเขาให้สำเร็จ (เปรียบเหมือนการดำเนินการเพื่อให้ยุทธศาสตร์ประสบผลสำเร็จ) ซึ่งทั้งสองอย่างต้องไปควบคู่กัน

ซึ่งจะมี 3 คำถามสำคัญในการกำหนดยุทธศาสตร์ ซึ่งถือเป็นข้อคำนึงในการกำหนดยุทธศาสตร์ในแต่ละครั้ง คือ

1. เราเชี่ยวชาญในด้านนั้นหรือไม่: เราจริงจังในเรื่องนั้นไหม มีผู้เชี่ยวชาญในด้านนั้นๆ แล้วหรือไม่ มีคนที่รู้มากกว่าเราในเรื่องนั้นๆ หรือไม่ และเราจะขอความช่วยเหลือจากพวกเขาได้หรือไม่ การกำหนดยุทธศาสตร์บริหารกรุงเทพมหานครนั้นหากเรากำหนดยุทธศาสตร์เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงให้พื้นที่กรุงเทพฯ แต่ในกรุงเทพมหานครมีข้าราชการที่ทำงานในการบริหารและจัดการประเด็นต่าง ๆ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมาหลายสิบปี ดังนั้นผู้ที่มากำหนดยุทธศาสตร์ในการบริหารกรุงเทพมหานครจะต้องมีความเชี่ยวชาญมากกว่าข้าราชการในกรุงเทพมหานครทั้ง 50 เขต 16 สำนัก ได้หรือไม่ หรืออย่างน้อยผู้กำหนดยุทธศาสตร์ก็ต้องรู้เท่าๆ กับข้าราชการที่ทำงานในเรื่องนั้นมาหลายสิบปี ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่าย หากเราไม่เชี่ยวชาญในด้านนั้นก็ต้องศึกษาเพิ่มเติม เช่น การอ่านหนังสือในหลาย ๆ ประเด็น หาข้อมูล หาทีมงานมาช่วย การสร้างเครือข่ายผู้รู้บนเครือข่ายสังคม (Social Media) เป็นต้น จึงมีลักษณะการทำงานเมือง ไม่ใช่การทำงานเมือง หรือ เปรียบเหมือนการยืนบนป่าของยักษ์ เราจะได้ตัวสูงเท่ายักษ์ ทำให้เรามองเห็นได้ไกลเท่ากับยักษ์ ในประการนี้เราจึงต้องลดความเป็นตัวตนและอัตตาของตนเองลง ส่งผลให้มีชุมชนที่เป็นเครือข่ายในการทำงานมากมายในการทำงาน ส่งผลให้มีความพร้อมในการทำงานให้กรุงเทพมหานคร

2. สิ่งที่เราทำยังสัมพันธ์กับโลกอยู่หรือไม่: สิ่งที่เราทำหรือเคยทำยังจำเป็นอยู่ไหม ยังมีคนใช้อยู่ไหม หรือล้าสมัยไปแล้วเพราะโลกเปลี่ยนแปลงเร็วมากในยุคปัจจุบัน ในการเมืองท้องถิ่นพรรคการเมืองไม่สัมพันธ์กับโลกซึ่งแตกต่างจากการเมืองระดับชาติ ดังนั้นการไม่สังกัดพรรคการเมืองในการเลือกตั้งการปกครองส่วนท้องถิ่นจึงน่าจะทำงานได้ง่ายกว่าสังกัดพรรคการเมือง โดยคิดแนวทางในการหาเสียงในการลงรับสมัครผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เช่น

- จากฐานคิดที่ว่า ความสุขชั่วทำให้มีเสน่ห์ ซึ่งจะสื่อถึงความมุ่งมั่นและเป้าหมายของชีวิต แต่ที่สำคัญเราไม่ต้องสุดขีดทางการเมือง โดยพยายามทำความสุดขีด (Extreme) ให้เป็นความหลงใหล (Passion) จึงเกิดแนวคิด “การทำงานเมือง” ไม่ใช่ “การทำงานการเมือง” จึงนำการทำงานเมืองมาเป็นสิ่งหลงใหลในการทำงาน จึงพัฒนามาสู่คำขวัญ “ทำงาน ทำงาน ทำงาน” เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาเมือง

- สร้างคุณภาพร่วมกัน (Shar Values) เช่น ใส่ใจในรายละเอียด การมีส่วนร่วม การคิดเพื่ออนาคต เป็นต้น ส่งผลให้เกิด “อาสาสมัครเพื่อนซี้ชาติ” ซึ่งเป็นการรณรงค์หาเสียงโดยใช้ฐานอาสาสมัคร (Volunteer Base Campaign) เพื่อสื่อสารกับประชาชนว่าสิ่งที่ทางทีมงานหาเสียงคิดเหมือนกับประชาชนหรือไม่ โดยแบ่งเป็นกลุ่มย่อย เช่น อาสาเมือง อาสาชุมชน อาสาผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนซี้ชาติและสภากาแฟ ถือเป็นแนวทางการหาเสียงในรูปแบบใหม่ คิดแบบสร้างสรรค์และการคิดนอกกรอบ ถือเป็นแนวทางใหม่ที่ดีกว่าเดิม

- การลดการตัดสินจากบุคลิกภาพจากตัวผู้สมัคร (Personality Judgment) โดยใช้วิธีการสื่อสารด้วยการ์ตูน โดยให้ความสำคัญกับเนื้อหา ความสร้างสรรค์มากกว่าใบหน้าของผู้สมัครรับเลือกตั้งฯ เพื่อสอดคล้องกับอารมณ์หลัก (Key Emotions) ในการหาเสียง คือ สนุกและมีความหวัง รวมถึงเพิ่มความนุ่มนวล เข้าถึงง่าย ในการชี้แจงประเด็นทางการเมือง ต่อให้มียุทธศาสตร์ในการพัฒนากรุงเทพฯ ด้อย่างไร แต่สื่อสารกับประชาชนไม่ได้ ยุทธศาสตร์นั้นก็ไม่ได้เกิดประโยชน์

- ใช้วิธีการหาเสียงและสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ เช่น การใช้สื่อสังคม (Social Media) คือ แอปพลิเคชันติ๊กต็อก (Tik Tok) การใช้หนังสือพิมพ์ การใช้แผ่นป้ายหาเสียงขนาดเล็ก การให้นักร้องแร็ปนโยบายทั้ง 216 โครงการ กระจายหาเสียงตามย่านต่างๆ ทั่วกรุงเทพฯ เป็นต้น

3. การติดตามข้อมูลตลอดเวลา: การติดตามข้อมูลในการหาเสียงโดยตลอดจากทุกช่องทาง เช่น สื่อมวลชน สื่อสังคมและปรับวิธีการหาเสียงเพื่อให้ได้คะแนนเสียงส่งผลให้ชนะการเลือกตั้ง เป็นสิ่งแสดงว่าการสื่อสารกับสาธารณะมีความสำคัญ

การพัฒนานโยบายสาธารณะ

หลักคิดของการพัฒนานโยบายทั้ง 216 นโยบาย คือ

1. โครงสร้างพื้นฐานเหมือนระบบเส้นเลือดในร่างกาย: กรุงเทพมหานครเปรียบเสมือนร่างกายมนุษย์ที่ผ่านมากองกรุงเทพมหานครมีลงทุนกับโครงการขนาดใหญ่ที่เหมือนเส้นเลือดใหญ่ เช่น ระบบรถไฟฟ้า ระบบทางด่วน อุโมงค์ระบายน้ำ โรงพยาบาลขนาดใหญ่ โรงเผาขยะ เป็นต้น แต่เครือข่ายที่เชื่อมเส้นเลือดใหญ่ที่เปรียบเป็นเส้นเลือดฝอยไม่ได้รับการพัฒนา เช่น การเดินทางเข้าสู่ชุมชน คลองระบายน้ำขนาดเล็ก ศูนย์อนามัยชุมชน จุดทิ้งขยะชุมชน เป็นต้น ดังนั้นจะเกิดลักษณะที่ว่า “ความแข็งแรงของโซ่จะขึ้นอยู่กับข้อที่อ่อนแอที่สุด (A chain is only as strong as its weakest link)” กล่าวคือ หากกรุงเทพมหานครมีโครงการขนาดใหญ่มากมายแต่การเชื่อมต่อกับโครงการขนาดใหญ่ไม่ได้รับการพัฒนา ปัญหาต่างๆ ในกรุงเทพฯ ก็จะไม่ได้รับการแก้ไขอย่างแท้จริง เช่น ปัญหาน้ำท่วม ปัญหาการจราจร ปัญหาสาธารณสุข ปัญหาการจัดการขยะ เป็นต้น ดังนั้นหน้าที่ของผู้ว่ากรุงเทพมหานครต้องพัฒนาระบบเส้นเลือดฝอยหรือโซ่ข้อที่อ่อนแอเหล่านี้

2. กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวอันดับ 1 แต่เป็นเมืองที่น่าอยู่อันดับ 98: จากการจัดอันดับดังกล่าวทั้งสองจะเห็นว่าเป็นสิ่งที่แตกต่างกันมาก และเป็นการสื่อให้เห็นว่า กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่เหมาะสมแก่การพำนักชั่วคราวเท่านั้นและไม่เหมาะที่จะพักอาศัย ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครควรจะทำให้กรุงเทพฯ เป็นเมืองที่น่าอยู่ เมื่อกรุงเทพฯ เป็นเมืองที่น่าอยู่แล้ว กรุงเทพฯ จะเป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวตามมา เช่น ประเทศญี่ปุ่นหลายเมืองเป็นเมืองที่น่าอยู่และในขณะเดียวกันก็เป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวด้วย ซึ่งอาจจะเหมาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะที่ไม่ต้องการสิ่งหวือหวา สิ่งเร้าใจแบบในปัจจุบันที่กรุงเทพมหานครเป็นอยู่ ด้วยแนวคิดนี้จึงนำมากำหนดนโยบายสาธารณะ 9 ด้าน หรือ 9 ดี คือ สิ่งแวดล้อมดี สุขภาพดี เดินทางดี ปลอดภัยดี บริหารจัดการดี โครงสร้างดี เศรษฐกิจดี สร้างสรรค์ดีและเรียนดี ซึ่งการออกแบบนโยบายทั้ง 9 ด้าน จึงออกมาเป็น 216 โครงการ หรือ นโยบายในการพัฒนากรุงเทพมหานคร โดยมากกว่า 70 นโยบาย

สอดคล้องกับนโยบายเดิมที่กรุงเทพมหานครมีอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนประชากรของกรุงเทพมหานครที่มีถึง 5 ล้านกว่าคน ที่มีความต้องการที่หลากหลาย จึงต้องทำนโยบายที่มีความละเอียดขึ้นและเหมาะสมกับคนทุกกลุ่ม

แนวทางการดำเนินนโยบายสาธารณะ

การดำเนินนโยบายสาธารณะของกรุงเทพมหานครควรจะมีลักษณะ คือ

1. อย่ายึดติดกับเทคโนโลยี ต้องเอาคนเป็นแกนหลัก: การเป็นเมืองอัจฉริยะ (Smart City) หรือการเอาเทคโนโลยีเป็นตัวนำจะเป็นเรื่องอันตราย เนื่องจากเทคโนโลยีไม่สามารถเข้าถึงคนได้ทุกกลุ่ม เนื่องจากเทคโนโลยีไม่สามารถให้คำตอบได้ ซึ่งจากแนวคิดของ Ben Green จากหนังสือ The Smart Enough City: Putting Technology in Its Place to Reclaim Our Urban Future ที่ว่า “Technology cannot provide answer or even question on its own” หมายถึง ลงทุนเทคโนโลยีให้แก่เมืองในระดับพอเหมาะเพื่อสนองต่อความต้องการของประชาชน ซึ่งการกำหนดนโยบายในการจัดการกรุงเทพมหานครพยายามสร้างความสมดุลระหว่างความต้องการของประชาชน (High Touch) กับเทคโนโลยี (High Tech) หรือ พยายามใช้แนวคิด O – M – O (Online Marge Offline) คือ การผสมระหว่างกันระหว่างระบบดิจิทัลและระบบที่ไม่มีดิจิทัล โดยแนวคิดทั้งหมดนี้นำมาใช้ตอนการรับมือกับการระบาดทั่วของโควิด-19

2. มุ่งหน้าความร่วมมือสี่ประสาน: ต้องประสานงานกับภาครัฐ ภาควิชาการ ภาคเอกชนและภาคประชาชน ร่วมกันในการแก้ปัญหาของกรุงเทพมหานคร และ การแก้ปัญหาต่างของความเป็นเมืองได้ เนื่องจาก ความร่วมมือหรือการสร้างเครือข่ายจะนำพาคนที่มีความรู้และความสามารถเข้ามาช่วยในการทำงาน เช่น การรับมือกับการระบาดทั่วของโควิด-19 ของกรุงเทพมหานครที่ผ่านมา ทางกรุงเทพมหานครสร้างความร่วมมือทั้งสี่ฝ่าย จนสามารถคลี่คลายปัญหาที่เกิดขึ้นได้

3. ต้องร่วมกันจากบนลงล่าง (ภาครัฐนำ) และล่างขึ้นบน (ชุมชนนำ): โดยใช้ชุมชนมีส่วนกำหนดนโยบายได้ด้วยตนเอง ซึ่งมีตัวอย่างในการบริหารเมืองในต่างประเทศที่แบ่งงบประมาณจากภาครัฐมาให้ชุมชนในการดำเนินนโยบายสาธารณะ ซึ่งกรุงเทพมหานครก็นำแนวคิดนี้มาปรับใช้ ซึ่งถือเป็นการสนองตอบความต้องการของประชาชนอย่างชัดเจน เช่น การสร้างถนนเรียบคลองในชุมชน เป็นต้น

4. สร้างกรอบการทำงานด้านยุทธศาสตร์ให้ชัดเจน: การดำเนินงานต้องมีกรอบยุทธศาสตร์และกรอบแผนงานที่ชัดเจนจึงสามารถนำมาดำเนินงานต่าง ๆ ได้ นอกจากนี้มีการทำคู่มือในการดำเนินงานเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานดำเนินการไปในแนวทางเดียวกัน

5. เร่งสร้างนวัตกรรมทางสังคม โดยเริ่มโครงการเร่งด่วน: โดยเน้นไปที่ยุทธศาสตร์ที่วางไว้ ซึ่งมีความต้องการของพื้นที่เป็นฐาน (Area – base Opportunity) เพื่อจะทำให้ยุทธศาสตร์ที่วางไว้สัมฤทธิ์ผลได้เร็วที่สุด

6. ทำการเชื่อมโยงระหว่างไซโลต่างๆ ให้เกิดการทำงานร่วมกัน: เนื่องจากหน่วยงานต่างๆ ของกรุงเทพมหานครมีข้อมูลและความรู้อยู่มากมาย จึงต้องมีการจัดการความรู้ (Knowledge Management หรือ KM) โดยใช้ระบบดิจิทัลเป็นตัวเชื่อมโยงความรู้และข้อมูลทั้งหมดเข้าด้วยกัน โดยทางกรุงเทพมหานครนำมาใช้ในการสร้างอาสาสมัครเทคโนโลยีประจำชุมชน (อสท.) ซึ่งจะเป็นผู้ถ่ายทอดทักษะทางเทคโนโลยีให้แก่

ชุมชน หรือ มีผู้นำด้านเทคโนโลยีทางการศึกษาประจำโรงเรียน (ICT Talent) เพื่อเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ทางเทคโนโลยีให้แก่โรงเรียน เป็นต้น

ตัวอย่างในการพัฒนานโยบายสาธารณะ

216โครงการเพื่อนำมาเป็นนโยบายในการแก้ปัญหาให้กับกรุงเทพมหานครนั้น มีตัวอย่างคือ

1. นโยบายเกี่ยวกับฝุ่น: ทางกรุงเทพมหานครได้มีแนวทางในการแก้ปัญหาฝุ่น P.M. 2.5 ซึ่งเป็นอันตรายต่อสุขภาพประชาชน เช่น จัดทีมนักสืบฝุ่นเพื่อหาสาเหตุของฝุ่น P.M. 2.5 ขยายระบบการติดตามและแจ้งเตือนฝุ่นระดับแขวงจำนวน 1,000 จุด ตรวจสอบรถยนต์ควันดำจากต้นตอ เป็นต้น

2. นโยบายเกี่ยวกับการเดินทาง: ระบบขนส่งสาธารณะที่ขาดการเชื่อมต่อและทางเท้าที่มีปัญหาส่งผลให้คนในกรุงเทพมหานครเดินทางลำบาก จึงได้พัฒนาโครงการ เช่น กรุงเทพฯ เดินได้ซึ่งพัฒนาทางเดินเท้าคุณภาพ 1,000 กิโลเมตร BBKK Trail เส้นทางวิ่งตีกอล์ฟกลางแจ้ง หรือ เดินได้ดี เพิ่มรถเมล์สายหลักและสายรองที่ราคาถูกหรือราคาเดียว เป็นต้น

3. นโยบายเกี่ยวกับเศรษฐกิจ: ผลกระทบของการระบาดทั่วของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลโดยตรงต่อภาวะเศรษฐกิจและปากท้องของประชาชน กรุงเทพมหานครจึงมีโครงการ ได้แก่ ดึงอัตลักษณ์ สร้างเศรษฐกิจ 50 ย่านทั่วกรุงเทพฯ 12 เทศกาลตลอดปีทั่วกรุงเทพมหานคร ขยายโอกาสขยายช่องทางให้กับสินค้าสร้างสรรค์ในกรุงเทพฯ (MIB: Make in Bangkok)

4. นโยบายเกี่ยวกับพื้นที่สีเขียว: กรุงเทพมหานครประสบปัญหาพื้นที่สีเขียวทั้งในแง่ปริมาณและการเข้าถึง ซึ่งมีแต่เขตในเมืองชั้นในที่มีพื้นที่สีเขียวขนาดใหญ่ ดังนั้นจึงได้มีโครงการปลูกต้นไม้ 1 ล้านต้น สร้างกำแพงสีเขียวและพื้นที่กรอบฝุ่นรอบกรุง จัดหารุกขรถดูแลต้นไม้ประจำเขต สวน 15 นาที (ระยะทางจากบ้านมาถึงสวนสาธารณะไม่เกิน 15 นาที) ทั่วกรุงเทพฯ เป็นต้น

ปัจจัยที่ทำให้นโยบายสาธารณะที่กำหนดไว้ประสบความสำเร็จ

ปัจจัยที่ทำให้นโยบายสาธารณะของกรุงเทพมหานครได้ดำเนินการอย่างรวดเร็ว ได้แก่

1. แผนปฏิบัติที่ชัดเจน (Clear Coherent Action Plans): ซึ่งโครงการทั้งหมดทั้ง 216 โครงการมีความชัดเจน ทุกสำนักและสำนักงานเขตของกรุงเทพมหานครเริ่มศึกษาและนำนโยบายไปปฏิบัติโดยไม่ต้องออกคำสั่ง เนื่องจากทุกโครงการทางทีมงานหาเสียงได้นำไปแสดงไว้บนเว็บไซต์ ดังนั้นทางหน่วยงานของกรุงเทพมหานครจึงนำไปปฏิบัติโดยไม่ต้องออกคำสั่ง ซึ่งถือเป็นมิติใหม่ของการเมืองที่ผู้ลงสมัครเลือกตั้งมีแผนปฏิบัติงานที่ชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้น

2. เปลี่ยนรูปแบบการทำงานของราชการ (Platform Revolution): เมื่อก่อนระบบราชการทำงานจะต้องทำงานตามสายบังคับบัญชา ทำให้การทำงานเหมือนท่อที่ต้องส่งการสั่งงานเป็นทอดๆ จากผู้บังคับบัญชาสู่ผู้ปฏิบัติงาน ดังนั้นหากเรื่องที่ได้รับการร้องเรียนจากประชาชน หากผู้ร้องเรียนเป็นบุคคลที่มีอำนาจเรื่องร้องเรียนก็จะได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว หากเรื่องร้องเรียนมาจากผู้ที่ไม่มีความอำนาจเรื่องนั้นๆ

ก็จะไม่ได้รับการเหลียวแล ส่งผลให้ปัญหานั้น ๆ ก็คงอยู่ ดังนั้นหากเปลี่ยนจากระบบสายบังคับบัญชา เป็น Platform ซึ่งภาคเอกชนใช้กันมานานแล้ว คือ การที่ประชาชนร้องเรียนมาแล้วใส่ใน Platform ที่ชื่อว่า Traffy Fondue ที่เป็นเหมือนกล่องข้อมูลกลางที่ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ พอหน่วยงานที่รับผิดชอบ มาเห็นเรื่องก็จะแก้ไขปัญหาเหล่านั้นได้อย่างรวดเร็ว ทำให้งานแก้ปัญหามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ปัญหาที่ได้รับการแก้ปัญหา เช่น ถนน ทางเท้า แสงสว่าง น้ำท่วม ขยะ เป็นต้น นอกจากนี้ยังเชื่อมโยงกับหน่วยงานราชการอื่นๆ เช่น ตำรวจ การไฟฟ้านครหลวง เป็นต้น

3. การเปิดเผยข้อมูล (Open Data): มีการเปิดเผยข้อมูลในการบริหารงบประมาณของกรุงเทพมหานครให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูล

4. แก้ปัญหาระบบเส้นเลือดฝอย (Capillaries): กรุงเทพมหานครมีการระบายน้ำที่มีแม่น้ำหรือคลอง เป็นเส้นเลือดใหญ่ แต่ท่อระบายน้ำเป็นเส้นเลือดฝอย ที่ผ่านมาระบบแม่น้ำและคลองในเขตกรุงเทพฯ ได้รับการดูแล แต่ระบบเส้นเลือดฝอยคือท่อระบายน้ำไม่ได้รับการดูแลส่งผลให้เกิดปัญหาน้ำท่วมซ้ำซาก จึงต้องดำเนินการแก้ปัญหาท่อระบายน้ำ เช่น ขุดลอกท่อโดยผู้ต้องขัง ดูแลและติดตั้งเครื่องสูบน้ำ ทำแผนเชื่อมกันน้ำจากแม่น้ำ แก้ไขปัญหาผิวการจราจรไม่เรียบ เป็นต้น

5. ประชาชนเป็นตัวตั้ง (People Centric): มีกิจกรรมผู้ว่าฯ สัญจรออกพบประชาชนหรือชุมชนใน กรุงเทพมหานครทุกสัปดาห์หรือลงไปรับฟังข้อมูลจากเขตทุกสัปดาห์ การขยายเวลาเปิด-ปิดสวนสาธารณะ เป็นต้น

6. แสวงหาความร่วมมือ (Collaboration): แสวงหาความร่วมมือและสร้างเป็นเครือข่ายจากภาครับ ภาคเอกชน ภาควิชาการและภาคประชาชน เช่น การเคหะแห่งชาติแก้ไขปัญหาด้านที่อยู่อาศัยและประสาน เรื่องที่ดินทำสวนสาธารณะ 15 นาที สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) พัฒนา เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาชีวิตคนกรุงเทพฯ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ตัดสายสื่อสารที่ไม่ใช้และนำสายสื่อสารลงดิน ร่วมมือกับทุกภาคส่วนการปลูก ต้นไม้ 1 ล้านต้น กิจกรรมดนตรีในสวน กิจกรรมหนังสือกลางแปลง เป็นต้น