

แผนวิสัยทัศน์ ผู้สมัครตำแหน่งเลขาธิการสภาองค์กรของผู้บริโภค

นายเอกรัฐ อธิธิไกววัล นำเสนอต่ออนุกรรมการสรรหา

ประวัติการทำงาน ในส่วนงานบริหาร

- ผู้จัดการฝ่ายการตลาด เครือโรงพยาบาล เครือร้านอาหาร เครือโรงงาน
- รองเลขาธิการ สมาคม YMCA กรุงเทพฯ
- เลขาธิการองค์กรคริสตธรรมสัมพันธ์แห่งประเทศไทย
- ผู้จัดการมูลนิธิพลังประจำวัน
- ผู้สมัครสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร พรรคก้าวไกล เขตบางรัก
- ทีมนโยบายกรุงเทพฯ พรรคก้าวไกล

งานกรรมมาธิการ

- ที่ปรึกษากรรมมาธิการ E-Sport สภาผู้แทนราษฎร
- อนุกรรมการ งบประมาณรายจ่ายประจำปี 66 สภากรุงเทพมหานคร
- รองประธานอนุกรรมการ เศรษฐกิจ การเงิน การคลัง
- อนุกรรมการ รักษาความสะอาดและสิ่งแวดล้อม
- อนุกรรมการ วัฒนธรรมการท่องเที่ยวและกีฬา
- อนุกรรมการ ระบายน้ำ
- อนุกรรมการ กิจการสภากรุงเทพมหานคร
- อนุกรรมการ สาธารณสุข
- อนุกรรมการ สร้างโรงพยาบาลสังกัดกรุงเทพมหานคร
- อนุกรรมการ สิ่งแวดล้อม สาธารณสุข และงบประมาณ

วิทยาการรับเชิญ

- วิทยาการให้ข้อมูลงานวิจัยปริญญาดุษฎีบัณฑิต
- เป็นประธานการอภิปราย และนำเสนอมติที่ประชุมต่อ รัฐมนตรี จุติ ไกรฤกษ์
- วิทยาการให้กรมพลศึกษา ในงานผสานความร่วมมือ 20 กระทรวง กับรัฐมนตรี
พัฒนา รัชกิจประการ
- วิทยาการบรรยาย ให้คณะกรรมการกฤษฎีกา สภาผู้แทนราษฎร
- งานประชุม และลงพื้นที่ร่วมกับ ผู้ว่าฯ ชาติ สติปัญญา

วิสัยทัศน์

“ขับเคลื่อนองค์กรของผู้บริโภค โดยมีประชาชนเป็นศูนย์กลาง ให้เป็นองค์กรอิสระ
อย่างแท้จริง สร้างความเท่าเทียม เป็นธรรม มีพลัง และโปร่งใสตรวจสอบได้”

โดยทำงานด้วยหลักการ “คม กล้า แกร่ง”

เฉียบคม - ในการทำงานเชิงประเด็น

กล้าหาญ - ในการเป็นแนวหน้าให้กับผู้บริโภค

แข็งแกร่ง - ในระดับองค์กรชั้นแนวหน้า ที่มีแกนหลักเป็นผู้บริโภค

แผนงาน (Roadmap) เลขานุการสภาองค์กรของผู้บริโภค

🚦 100 วันแรก: วางรากฐานและสร้างการรับรู้

1. ประเมินสถานการณ์องค์กร:

- ทบทวนโครงสร้างองค์กร บทบาทหน้าที่ งบประมาณ และกระบวนการทำงานปัจจุบัน
- วิเคราะห์ปัญหาผู้บริโภคเร่งด่วนและจัดลำดับความสำคัญ
- ประเมินประสิทธิภาพการสื่อสารทั้งภายในและภายนอก

2. สร้างความสัมพันธ์และเครือข่าย:

- พบปะหารือกับคณะกรรมการ และบุคลากรเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน
- ประชุมกับองค์กรสมาชิกเพื่อทำความเข้าใจความต้องการและปัญหา
- แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และแนวทางการทำงานต่อสื่อมวลชนและสาธารณะ

3. เริ่มต้นโครงการเร่งด่วน:

- จัดตั้งทีมรับมือปัญหาเฉพาะกิจสำหรับประเด็นเร่งด่วน
- เปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนและองค์กรผู้บริโภค

2 KPI ที่เห็นอย่างแน่นอน

1. เพิ่มสมาชิกสภา 10%
2. โครงการ “คบเด็กสร้างบ้าน” เป็นโครงการที่จะเข้าถึงตัวเยาวชนคนรุ่นใหม่ได้มากขึ้น ทำอย่างไรเมื่อคนรู้สึกถูกเอาเปรียบ จะนึกถึงสภา ทันทิ แทนที่จะนึกถึง สคบ. โดยโครงการนี้ จะร่วมกับ Influencer หรือ ศิลปิน ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคถ่ายทอดการรับรู้ขององค์กรสู่ผู้บริโภค ในรูปแบบ ภาษา ที่เข้าถึงได้ง่าย

1 ปี: เพิ่มประสิทธิภาพ และขยายความร่วมมือ

1. พัฒนาระบบและกลไก:

- ยกระดับระบบรับเรื่องร้องเรียนให้เป็นดิจิทัล สะดวก รวดเร็ว และติดตามผลได้
- จัดทำฐานข้อมูลปัญหาผู้บริโภคเพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและกำหนดนโยบายเชิงรุก
- เพิ่มศักยภาพบุคลากรผ่านการอบรมทักษะที่จำเป็น (ไกล่เกลี่ย, สืบสวน, สื่อสาร)

2. ขับเคลื่อนนโยบายและการบังคับใช้กฎหมาย:

- เสนอแนะนโยบายสาธารณะที่สำคัญ โดยเฉพาะประเด็นที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี
- สร้างกลไกการประสานงานกับหน่วยงานกำกับดูแลภาครัฐ เพื่อบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มแข็ง

3. เสริมสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ:

- จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสัมมนาระหว่างองค์กรสมาชิกและภาคีเครือข่าย
- สร้างความร่วมมือกับภาควิชาการเพื่อทำการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้

2 ปี: สร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างและยั่งยืน

1. ผลักดันกฎหมายและนโยบายเชิงรุก:

- เสนอแก้ไข/ออกกฎหมายใหม่ที่เป็น เช่น กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล หรือการซื้อขายออนไลน์
- ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดทำแผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภคระดับชาติ

2. ขยายบทบาทและอิทธิพล:

- สร้างให้สภา เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่ปรึกษาสำคัญของรัฐบาล
- สร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อรับมือกับปัญหาผู้บริโภคมข้ามชาติ

3. พัฒนองค์กรสู่ความเป็นเลิศ:

- ทบทวนและปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบงานต่างๆ อย่างต่อเนื่อง
- ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเชิงลึกในประเด็นสำคัญของผู้บริโภค

 4 ปี: สร้างความยั่งยืนและพลังขับเคลื่อนผู้บริโภคอย่างมั่นคง

1. สร้างระบบนิเวศการคุ้มครองผู้บริโภคที่เข้มแข็ง:

- พัฒนากลไกความร่วมมือที่ยั่งยืนระหว่างสภา องค์กรสมาชิก หน่วยงานรัฐ และภาคส่วนอื่นๆ
- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการแสดงความคิดเห็นและผลักดันนโยบาย

2. เป็นศูนย์กลางข้อมูลและความรู้ด้านผู้บริโภค:

- สร้างให้สภา เป็นศูนย์กลางข้อมูลและองค์ความรู้ด้านผู้บริโภคที่เชื่อถือได้
- เผยแพร่องค์ความรู้สู่สาธารณะอย่างกว้างขวาง เพื่อยกระดับความเข้าใจของผู้บริโภค

3. สร้างมาตรฐานและธรรมาภิบาล:

- ผลักดันให้ภาคธุรกิจนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการดำเนินงาน
- สร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสภา ในฐานะองค์กรที่เป็นกลางและโปร่งใส

4. ประเมินผลและวางแผนระยะยาว:

- ประเมินผลสัมฤทธิ์ตลอด 4 ปี และจัดทำแผนยุทธศาสตร์ระยะต่อไป 5-10 ปี