



แสนสิริ-ดีแทค-ยูนิลีเวอร์ ร่วมสร้างบรรทัดฐานองค์กร แห่งความเท่าเทียม



สนสิริ ดีแทค ยูนิลีเวอร์ ร่วมต่อยอดแคมเปญ “Live Equally เราเท่ากันฉันเท่าเธอ” สร้างบรรทัดฐานความเท่าเทียมในองค์กร และสังคม เพิ่มสวัสดิการตอบโจทย์การใช้ชีวิต พร้อมส่งเสริม

LGBTQ+ อย่างเสมอภาค

“**เศรษฐา ทวีสิน**” ประธานอำนวยการและกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า การดำเนินงานภายใต้ 4 เสาหลักของแสนสิริ ที่ประกอบด้วย ผู้ถือหุ้น ลูกค้า พนักงาน และสังคม หนึ่งในกิจกรรมที่แสนสิริทำต่อเนื่อง คือ “Live Equally เราเท่ากัน ฉันเท่าเธอ” ซึ่งได้รับการสนับสนุนจาก UNDP หรือ โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ ประจำประเทศไทย เป็นปีที่ 3 และในปีนี้ ยังร่วมกับ ดีแทค และ ยูนิลีเวอร์ สร้างบรรทัดฐานสนับสนุนความเท่าเทียมและความหลากหลาย ทำให้เกิดความเสมอภาคในองค์กรและสังคมในทุกมิติ

เป้าหมายของแสนสิริและพันธมิตร คือ การสร้างสังคมที่มีความเท่าเทียม ให้กลายเป็นมาตรฐานในทุกมิติ โดยเริ่มจากภายในองค์กร ที่มีการจัดสรรสวัสดิการที่ตอบไลฟ์สไตล์ที่เท่าเทียมของคนทุกกลุ่ม รวมถึง LGBTQ+ เช่น การลาสมรส ไม่เกิน 6 วันต่อปี, ลาผ่าตัดแปลงเพศไม่เกิน 30 วันต่อปี, ลามาปนกิจคู่ชีวิต ไม่เกิน 15 วันต่อปี, ลาเพื่อดูแลคู่ชีวิตและบุตรบุญธรรม ไม่เกิน 7 วันต่อปี รวมถึงการให้สวัสดิการที่ครอบคลุมไปถึง

คู่ชีวิตของพนักงาน ส่งเสริมการจ้างงานกลุ่ม LGBTQ+

นอกจากนี้ ยังร่วมมือกับ 8 พันธมิตรธนาคาร เปิดโอกาสให้ทุกคู่ชีวิตเป็นเจ้าของบ้านแสนสิริได้อย่างเท่าเทียม การให้ความช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจ ทั้งกลุ่ม SMEs และอื่นๆ

ส่วนเรื่องภาษีความมั่งคั่ง ซึ่ง “**เศรษฐา**” มีความเห็นส่วนตัวว่า ภาษีเป็นเรื่องของสังคม ภาษีตัวนี้จะเป็นการนำมาซึ่งความเสมอภาค และคาดว่าหลังโควิด เรื่องนี้อาจมีการหยิบมาพูดจริงจิงมากขึ้น และนำมาอิมพลีเมนต์ให้เป็นรูปธรรม โดยที่คนตัวเล็กต้องไม่เดือดร้อน...ผมในฐานะซีอีโอแสนสิริ ถ้าเรื่องไหนที่แสนสิริเกี่ยวข้อง และเป็นเรื่องความถูกต้องของสังคม บริษัทใหญ่ๆ มีหน้าที่ที่ต้องทำ ต้องคืนกำไรให้สังคม

“**ณัฐธินี เนตรอำไพ**” ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายองค์กรสัมพันธ์ บริษัท ยูนิลีเวอร์ ประเทศไทย กล่าวว่า เรื่องที่เร่งด่วนในการสร้างความเท่าเทียมมีหลายเรื่องที่ยูนิลีเวอร์ดำเนินการ อาทิ การจ้างงานกลุ่มผู้พิการ และ LGBTQ+ การช่วยเหลือร้านค้าขนาดเล็ก ด้วยโมเดลธุรกิจของโมเดลเทรด การใช้จ่ายเงิน 2 พันล้านยูโร ช่วยเหลือเจ้าของร้านค้ากลุ่ม LGBTQ+ รวมถึงการใช้สื่อโฆษณา กระตุ้นและสร้างให้เกิดกระแสตอบรับต่อความเท่าเทียม เช่น โฆษณาเรื่องการตัดผมนักเรียนหญิงของโดฟ เป็นต้น โดยเป้าหมายคือการสร้างโอกาสผ่านการไม่แบ่งแยก และเตรียมชุมชนให้พร้อมสำหรับการทำงานในอนาคตผ่านโครงการความหลากหลายของคู่ค้า ●