

## WEPs IN ACTION



หลักการที่ 6 วัฒนธรรมและปลูกฝังแนวคิดเรื่องความเท่าเทียมกันทางเพศในองค์กร/ชุมชน

### เนื้อหา

1. บทเรียนที่ได้รับ
2. บริบท
3. แนวทางการปฏิบัติ
4. ความท้าทาย
5. ผลลัพธ์
6. ข้อเสนอแนะ

## CASE STUDY: บริษัท ออร์กานอน (ประเทศไทย) จำกัด ส่งเสริมสุขภาพที่ดีของสตรีเพื่อสังคมและเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

### บทเรียนที่ได้รับ

- การทำงานร่วมกับหน่วยงานรัฐและเอกชนช่วยให้บริษัทสามารถกำหนดปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพของผู้หญิงที่ควรแก้ไขเป็นอันดับแรกได้อย่างชัดเจน
- การใช้เทคโนโลยี และช่องทางออนไลน์ช่วยให้บริษัทสามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- การจัดทำโครงการที่สร้างความตระหนักและให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพของผู้หญิง ส่งเสริมให้ผู้คนเห็นคุณค่าและความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการด้านสุขภาพ สามารถสร้างประโยชน์ต่อธุรกิจของบริษัทได้ในระยะยาว
- การแก้ปัญหาสุขภาพของผู้หญิงจะส่งผลให้สังคมและเศรษฐกิจของประเทศมีความยั่งยืนมากขึ้น ซึ่งจะส่งเสริมให้บริษัทมีความยั่งยืนเช่นกัน

### บริบท

บริษัท ออร์กานอน จำกัด เป็นบริษัทยาและเภสัชภัณฑ์ชั้นนำของโลกที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์นิวยอร์ก และเป็นเพียงบริษัทเดียวในขณะนี้ที่มุ่งให้ความสำคัญกับสุขภาพของผู้หญิงโดยเฉพาะ บริษัทมีมูลค่ากว่า 6.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ ที่สร้างขึ้นจากรากฐานอันแข็งแกร่งของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัลมากกว่า 60 รายการ และรวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์อื่น ๆ ที่ครอบคลุมการดูแลสุขภาพในหลาย ๆ ด้าน เช่น อนามัยการเจริญพันธุ์ โรคหัวใจ โรคผิวหนัง โรคภูมิแพ้ และโรคหอบหืด เป็นต้น ปัจจุบันบริษัทมีการให้บริการด้านเภสัชภัณฑ์และนวัตกรรมการรักษาโรคเหล่านี้ในประเทศต่าง ๆ ครอบคลุมกว่า 140 แห่งทั่วโลก

ออร์กานอน แยกตัวออกมาจาก บริษัท เมอร์ค จำกัด (หรือเรียกว่า บริษัท เอ็มเอสดี จำกัด นอกสหรัฐอเมริกาและแคนาดา) และก่อตั้งเป็นบริษัทใหม่อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน ปี พ.ศ. 2564 เพื่อดำเนินการและให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพของผู้หญิงโดยเฉพาะ ออร์กานอนเชื่อว่าความหลากหลายในภาคธุรกิจจะเป็นตัวขับเคลื่อนการเติบโตที่ยั่งยืน เพื่อให้บริษัทลงทุนและพัฒนาและการรักษาใหม่ ๆ ที่ผู้หญิงต้องการอย่างเร่งด่วนต่อไปได้

ในฐานะบริษัทก่อตั้งใหม่ ออร์กานอน เริ่มต้นจากการให้ผู้หญิงเป็นศูนย์กลาง โดยรับฟังและทำความเข้าใจทุกความต้องการด้านสุขภาพของผู้หญิง ไม่ว่าจะเป็น

เรื่องเล็กหรือใหญ่ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทจะสามารถพัฒนาการรักษา และส่งมอบ ยาและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับความต้องการเหล่านั้น

วัตถุประสงค์และวิสัยทัศน์ของออร์กานอน เน้นเรื่องการดูแลสุขภาพของผู้หญิง เพราะบริษัทเชื่อว่าผู้หญิงมีบทบาทสำคัญในการสร้างครอบครัว เป็นกุญแจที่จะ เปิดโอกาสการส่งเสริมสุขภาพที่ดีภายในครอบครัว รวมไปถึงดูแลและเลี้ยงดู ประชากรให้มีคุณภาพ เพื่อส่งเสริมและเพิ่มมูลค่าให้เศรษฐกิจและสังคม ดังนั้น ผู้หญิงจึงเป็นรากฐานสำคัญต่อการเติบโตและความยั่งยืนของโลก การทำให้ ผู้หญิงมีสุขภาพที่ดีขึ้นจึงหมายถึงการสร้างครอบครัว สังคม และโลกที่มีสุขภาพ ที่ดีขึ้นในอนาคตด้วย

ออร์กานอน ร่วมลงนามประกาศเจตนารมณ์สนับสนุน Women's Empowerment Principles (WEPs) หรือหลักการเสริมสร้างศักยภาพสตรีตั้งแต่วันแรก ที่ก่อตั้งบริษัท เนื่องจากหลักการของ WEPs มีความสอดคล้องกับปรัชญา และเจตนารมณ์ของบริษัทเกี่ยวกับความเสมอภาคทางเพศในการเข้าถึง การบริการด้านสุขภาพ (Healthcare) โดยเฉพาะสิทธิของผู้หญิงในการตัดสินใจ เกี่ยวกับสุขภาพของพวกเธอ

“การดูแลสุขภาพและความต้องการของผู้หญิงมีอยู่น้อยและได้รับความสนใจน้อย กว่า เมื่อเทียบกับบริการและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพสำหรับผู้ชาย ดังนั้นเราจึง ต้องการฟังเสียงของผู้หญิง เพื่อหาคำตอบว่าความต้องการของพวกเธอ คืออะไร และพวกเธอต้องการอะไรเร่งด่วนที่สุด เพื่อที่เราจะได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ และวิธีแก้ปัญหาเรื่องสุขภาพของผู้หญิงให้ได้มากที่สุด” คุณคาเรล เคราท์บ็อก กรรมการผู้จัดการ บริษัท ออร์กานอน (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยถึง เจตนารมณ์และพันธกิจของบริษัท

## แนวทางการปฏิบัติ

เพื่อแก้ไขปัญหาที่กล่าวถึงข้างต้น บริษัทออร์กานอน (ประเทศไทย) จำกัด เริ่มดำเนินโครงการส่งเสริมสุขภาพของผู้หญิงตั้งแต่วันแรกที่ก่อตั้งบริษัท โดยเริ่มจากการพูดคุยเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพของผู้หญิงที่เกิดขึ้นร่วมกับ หลายภาคส่วน เช่น กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข UN Women และ มูลนิธิซินันแห่งเอเชีย เป็นต้น<sup>1</sup>

เมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2564 ที่ผ่านมา ออร์กานอน (ประเทศไทย) เลือกซินดี้ สิริญา บิชอพ ทูตสันถวไมตรีของ UN Women ประจำภูมิภาคเอเชียและ แปซิฟิก เป็นผู้แทนของผู้หญิงในประเทศไทยในการแสดงออกถึงประเด็นด้าน สุขภาวะสตรีผ่านกิจกรรม Wall of Voices ที่จัดแสดงอยู่บริเวณด้านนอก ของตลาดหลักทรัพย์นิวยอร์ก ร่วมกับผู้แทนสตรีอีกกว่า 81 คนจากประเทศ ต่าง ๆ ทั่วโลก<sup>2</sup>

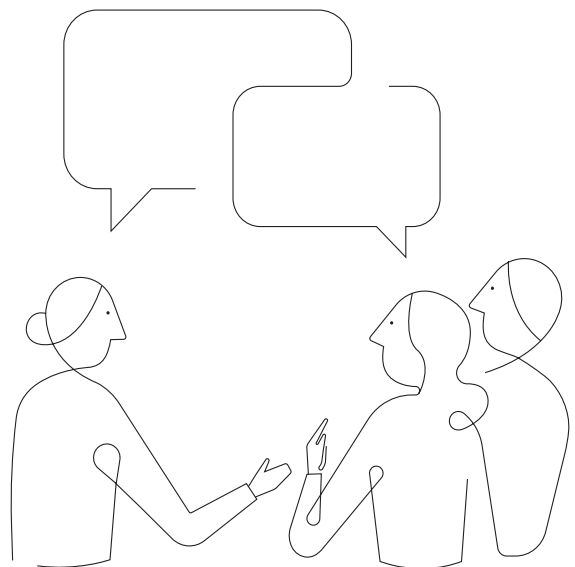
สำหรับในประเทศไทย บริษัทได้จัดกิจกรรมเพื่อฟังเสียงของผู้หญิง ขับเคลื่อน แนวทางการสร้างครอบครัวคุณภาพ และวางรากฐานสู่ความยั่งยืนของประเทศ ได้แก่ 1) HER VOICE: “From Smart Family to Sustainable Country” 2) TEEN CLUB Line Official Account และ 3) Virtual Women's Health Medical Education

หลังจากบริษัทได้ทำงานร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ก็พบว่า ประเทศไทยกำลัง เผชิญกับสองปัญหาหลัก ได้แก่ 1) การท้องไม่พร้อม และ 2) การพร้อมไม่ท้อง

สังคมไทยรับมือกับปัญหาเรื่องการท้องไม่พร้อมมาอย่างยาวนาน ซึ่งเป็นปัญหา ที่ส่งผลกระทบต่อเชิงลึกให้กับโครงสร้างสังคม โดยเฉพาะคุณภาพชีวิตของผู้หญิง และเด็กในประเทศไทย ขณะเดียวกัน ในปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยมีประชากร ที่มีอายุเกิน 60 ปี มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ จำนวนผู้สูงอายุ สูงขึ้นต่อเนื่อง สวนทางกับอัตราการเกิดที่ลดลงซึ่งมีเพียง 600,000 คน ในปี พ.ศ. 2564 และมีแนวโน้มที่จะลดลงอีกในปี พ.ศ. 2565 จากสถิติของกรม อนามัย ยิ่งไปกว่านั้นวิกฤตโควิด-19 ยังเป็นปัจจัยที่ทำให้อัตราการเกิดลดลง และ ทำให้ปัญหาเรื่องการท้องไม่พร้อมทวีความรุนแรงขึ้นด้วย

เมื่อทั้งสองปัญหานี้เกิดขึ้น ไม่เพียงแต่ตัวผู้หญิงเท่านั้นที่จะได้รับผลกระทบ สมาชิกในครอบครัวและหลายภาคส่วนในสังคมก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน ทั้งเชิงเศรษฐกิจ การศึกษา และสังคม ท้ายที่สุดจะนำไปสู่ปัญหาเรื่องคุณภาพ ของประชากรในระยะยาว ดังนั้นบริษัทจึงต้องการให้ความสำคัญและมีส่วนร่วม ในการแก้ไขสองปัญหานี้ก่อน

“ก่อนที่ผู้หญิงจะพร้อมและมีอำนาจตัดสินใจว่าเมื่อไหร่ควรจะมีบุตร พวกเธอ ควรเริ่มต้นจากการมีองค์ประกอบภายใต้แนวคิด ‘3As’ ได้แก่ 1) Awareness ต้องมีความรู้ว่าจะรับมือปัจจัยในการสร้างครอบครัวคุณภาพและความพร้อม ในการมีบุตร 2) Access ต้องเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการด้านสุขภาพของผู้หญิง ได้ เช่น บริการเรื่องอนามัยเจริญพันธุ์ การคุมกำเนิด และการรักษาภาวะผู้มีบุตร ยาก 3) Affordability ภาครัฐและเอกชนควรช่วยให้ผู้หญิงเข้าถึงผลิตภัณฑ์ และบริการต่าง ๆ ในราคาที่จับต้องได้” คุณคาเรลกล่าว



1) HER VOICE: “From Smart Family to Sustainable Country” คือแพลตฟอร์มที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือระหว่างกระทรวงสาธารณสุข UN Women มูลนิธิคีนันแห่งเอเชีย และ บริษัท ออร์กานอน (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อรับฟังเสียงและความต้องการของผู้หญิงจากตัวแทนภาคส่วนต่าง ๆ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นในการผลักดันนโยบายที่มุ่งส่งเสริมการสร้างครอบครัวคุณภาพ ตั้งแต่ก่อนการตั้งครรภ์ การฝากครรภ์อย่างมีคุณภาพ การดูแลหลังคลอดที่ดี ตลอดจนการเลี้ยงดูในครอบครัวที่มีคุณภาพซึ่งเอื้อต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการสมวัย พร้อมทั้งจะเป็นประชากรที่มีคุณภาพ และก่อให้เกิดสังคมที่ยั่งยืนในที่สุด<sup>3</sup>

2) TEEN CLUB Line Official Account คือการใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางสื่อสารกับคนรุ่นใหม่ ที่รวบรวมข้อมูลข่าวสาร ประเด็นความรู้ที่น่าสนใจ รวมไปถึงข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ในการเข้ารับบริการด้านอนามัยการเจริญพันธุ์ของวัยรุ่น โดยมีจุดประสงค์เพื่อลดและป้องกันปัญหาท้องไม่พร้อมในสังคมไทย<sup>4</sup>

3) Virtual Women’s Health Medical Education คือโปรแกรมการเรียนรู้ออนไลน์ที่บริษัท เอ็มเอสดี (ประเทศไทย) จำกัด จัดขึ้นร่วมกับสำนักอนามัยการเจริญพันธุ์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 เพื่อส่งเสริมความรู้ให้แก่ผู้ให้บริการด้านการดูแลสุขภาพและบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับสุขภาพของผู้หญิง เช่น การตั้งครรภ์ในวัยรุ่น ปัจจัยเสี่ยงด้านพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดปัญหาด้านอนามัยเจริญพันธุ์ รวมไปถึงการปรับเปลี่ยนนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัว เพื่อที่บุคลากรทางการแพทย์จะได้ส่งต่อความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องให้แก่กลุ่มเป้าหมายต่อไป บริษัท ออร์กานอน (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินโครงการดังกล่าวนี้ต่อภายใต้ชื่อ ‘Women’s Health Online’ โดยตั้งแต่นั้นปี พ.ศ. 2562 ทางบริษัทได้จัดกิจกรรมดังกล่าวแล้วทั้งหมด 14 ครั้ง<sup>6</sup>

## TIMELINE

**2019**  
(พ.ศ. 2562)

- บริษัท เอ็มเอสดี (ประเทศไทย) จำกัด เปิดตัวโครงการ Virtual Women’s Health Medical Education ร่วมกับสำนักอนามัยการเจริญพันธุ์

**2021**  
(มิถุนายน พ.ศ. 2564)

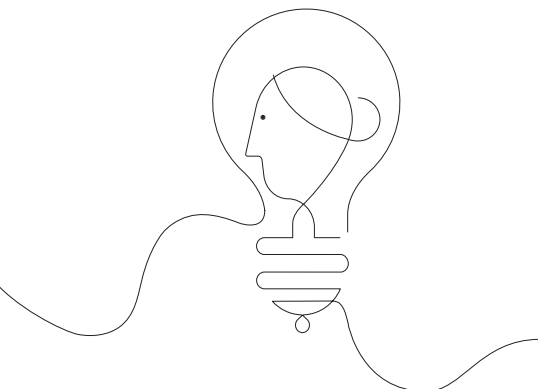
- ก่อตั้งบริษัท ออร์กานอน (ประเทศไทย) จำกัด
- ลงนามสนับสนุน Women’s Empowerment Principles (WEPs)
- เลือก ซินดี้-สิรินยา บิชอพ เป็นตัวแทนจากประเทศไทยเข้าร่วมกิจกรรม Wall of Voices ในนครนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา
- เปิดตัวโครงการ HER VOICE: “From Smart Family to Sustainable Country”

**2022**  
(กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565)

- เปิดตัวโครงการ TEEN CLUB Line Official Account

**2022**  
(พฤษภาคม พ.ศ. 2565)

- ฉลองครบรอบ 1 ปี บริษัท ออร์กานอน (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ออร์กานอน (ประเทศไทย) จำกัด ร่วมกับสถานเอกอัครราชทูตสหรัฐอเมริกา กระทรวงสาธารณสุข และภาคีเครือข่าย ประกาศความร่วมมือในการผลักดันนโยบายครอบครัวคุณภาพ (Smart Family Planning) ภายใต้แนวคิด “Her Promise on Her Day” ณ ทำเนียบเอกอัครราชทูตสหรัฐอเมริกาประจำประเทศไทย



## ความท้าทาย

ความท้าทายที่ บริษัท ออร์แกนอน (ประเทศไทย) จำกัด เผชิญจากการทำโครงการส่งเสริมสุขภาพของผู้หญิงในประเทศ แบ่งออกเป็นสามข้อหลัก ได้แก่

- 1) สังคมไม่ได้ให้ความสำคัญต่อเรื่องสุขภาพของผู้หญิงเป็นอันดับแรก
- 2) การสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับสุขภาพและอนามัยเจริญพันธุ์
- 3) วิกฤตโควิด-19 ทำให้การสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูลทำได้ยากขึ้น

### ความท้าทาย

สังคมไม่ได้ให้ความสำคัญต่อเรื่องสุขภาพของผู้หญิงเป็นอันดับแรก

เนื่องจากปัจจุบัน บนโลกออนไลน์มีแหล่งข้อมูล และข่าวปลอมเผยแพร่อยู่จำนวนมาก ทำให้ผู้คนที่ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้องได้

วิกฤตโควิด-19 ทำให้การสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูลทำได้ยากขึ้น เนื่องจากมีมาตรการและข้อจำกัดเรื่องการจัดอบรมหรือการกิจกรรมนอกสถานที่

ร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เช่น กรมอนามัย UN Women และมูลนิธิคีนันแห่งเอเชีย จัดเสวนาสะท้อนเสียงของผู้หญิงเพื่อรับฟังทุกปัญหาสุขภาพของผู้หญิง ขับเคลื่อนนโยบายให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น และสนับสนุนการสร้างครอบครัวคุณภาพซึ่งเป็นรากฐานสู่ความยั่งยืนของประเทศ

จัดทำ TEEN Club Line Official Account เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลข่าวสาร ประเด็นความรู้ที่น่าสนใจ และข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ในการเข้ารับบริการด้านอนามัยเจริญพันธุ์ของวัยรุ่น เพื่อให้คนรุ่นใหม่เข้าถึงข้อมูลที่เข้าใจง่ายและเป็นประโยชน์ได้มากขึ้น

ปรับใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Microsoft Teams, Zoom และ Webex ในการให้ความรู้แก่บุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับสุขภาพของผู้หญิง และการปรับเปลี่ยนนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัว

แนวทางการแก้ปัญหา

## ผลลัพธ์

หลังจากก่อตั้งขึ้น บริษัท ออร์แกนอน (ประเทศไทย) จำกัด ก็ได้ทำงานร่วมกับหลายภาคส่วน ผ่านโครงการ HER VOICE และพบว่าปัญหาสำคัญที่ควรได้รับการแก้ไขอย่างยั่งยืน ได้แก่ 1) การท้องไม่พร้อม และ 2) การพร้อมไม่ท้อง ซึ่งทั้งสองล้วนเป็นปัญหาโครงสร้างเชิงประชากรที่ใหญ่และค่อนข้างซับซ้อน เพราะฉะนั้น หากต้องการแก้ไขปัญหาดังกล่าว บริษัทต้องขับเคลื่อนและผลักดันไปสู่แผนนโยบายระดับประเทศ

สำหรับ TEEN CLUB Line Official Account โครงการที่มุ่งสื่อสารข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับสุขภาพและอนามัยเจริญพันธุ์ให้แก่คนรุ่นใหม่ผ่านช่องทางออนไลน์ ปัจจุบันมีจำนวนผู้ใช้งานกว่า 41,700 คน<sup>7</sup> ส่วนโครงการ Women's Health Online มีบุคลากรทางการแพทย์เข้ารับฟังความรู้และข้อมูลใหม่ ๆ เกี่ยวกับสุขภาพของผู้หญิงมากกว่า 500 คนต่อครั้ง

ยิ่งไปกว่านั้น ในการสนับสนุนและการทำงานกับหลายภาคส่วน ออร์แกนอนยังมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการผลักดันเชิงนโยบาย เนื่องจากทางสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สภาพัฒน์) ได้วางแผนพัฒนาประชากรระยะเวลา 15 ปีขึ้นมา โดยแผนระดับชาตินี้เริ่มต้นในปี พ.ศ. 2565 และได้กำหนดองค์ประกอบและกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการสร้างครอบครัวคุณภาพ ซึ่งในแผนนี้ยังระบุถึงปัญหาเรื่องท้องไม่พร้อมและการพร้อมไม่ท้องของสังคมไทย<sup>8</sup> ซึ่งเป็นสองปัญหาหลักที่ทางบริษัท ร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ กำหนดว่ามีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อสุขภาพผู้หญิงในสังคมไทย และควรได้รับการแก้ไขเป็นอันดับแรก

ออร์แกนอนมุ่งมั่นที่จะทำงานร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

สถานพยาบาล และองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร เพื่อผลักดันนโยบายเกี่ยวกับสุขภาพของผู้หญิงให้เกิดขึ้น รวมไปถึงดำเนินการโครงการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

## ข้อเสนอแนะ

ออร์แกนอนมีวิสัยทัศน์และจุดมุ่งหมายชัดเจนที่จะแก้ไขปัญหาเรื่องสุขภาพของผู้หญิงอย่างยั่งยืน เพื่อดำเนินการตามวิสัยทัศน์ และบรรลุเป้าหมายดังกล่าว บริษัทได้ดำเนินธุรกิจตามแนวคิดที่เรียกว่า ‘PASS Triangle’

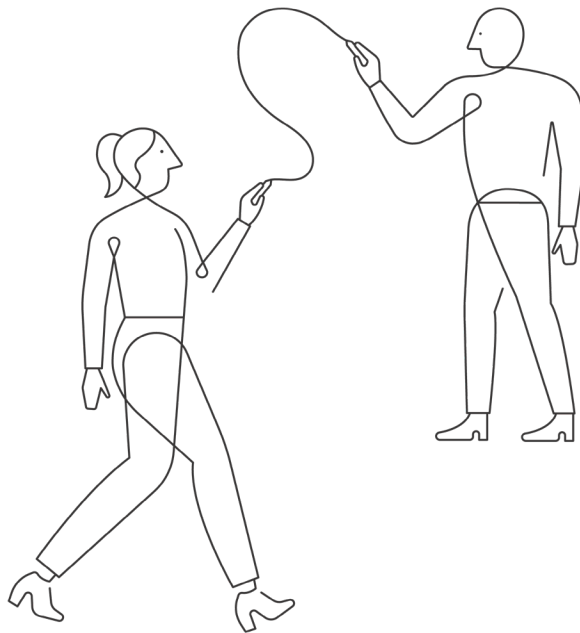
‘P’ ย่อมาจาก ‘Public Health Outcome’ คือการตั้งเป้าหมายผลลัพธ์ด้านสาธารณสุขเชิงปริมาณ เช่น เปรอร์เซ็นต์การลดอัตราการตั้งครรภ์ และเปอร์เซ็นต์การเพิ่มขึ้นของบุคคลที่เข้าถึงบริการด้านสาธารณสุข เป็นต้น เพื่อให้บริษัทเห็นแนวทางแก้ปัญหาได้อย่างชัดเจน

‘A’ ย่อมาจาก ‘Affordability’ บริษัทไม่สามารถสร้างกำไรจากการทำธุรกิจ และแก้ปัญหาเรื่องสุขภาพของผู้หญิงได้ หากผู้บริโภคยังเผชิญความยากลำบากทางเศรษฐกิจ ยังขาดความตระหนัก (Awareness) และไม่สามารถเข้าถึงบริการด้านสุขภาพ (Access) ได้ ดังนั้นบริษัทต้องทำงานร่วมกับหลายภาคส่วนเพื่อให้สินค้าและบริการด้านสุขภาพมีราคาที่จับต้องได้ (Affordability)

เพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องการท้องไม่พร้อมและการพร้อมไม่ท้อง และสร้างสังคมและเศรษฐกิจที่ยั่งยืนให้ได้ในที่สุด

‘S’ ย่อมาจาก ‘Sustainability for Government or Country’ คือการตั้งเป้าหมายที่ทำให้เกิดความยั่งยืนต่อประเทศ ตัวอย่างเช่น การกำหนดแผนการเพิ่มอัตราการเกิดในประเทศไทยให้เป็นเป้าหมายที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกในแผนระยะยาว 15 ปี ดังนั้นบริษัทจำเป็นต้องวางแผนเพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่องค์กรของภาครัฐเพื่อร่วมกันขับเคลื่อนประเทศให้ได้

‘S’ ย่อมาจาก ‘Sustainability for Company’ คือความยั่งยืนของธุรกิจเพื่อที่จะสร้างผลลัพธ์ที่ต้องการได้ในระยะยาว ซึ่งธุรกิจจะเติบโตได้หากสังคมมีความยั่งยืน ดังนั้นความยั่งยืนของธุรกิจจึงต้องสอดคล้องกับความยั่งยืนของประเทศ



## บทบาทของ WEPs

บริษัท ออร์แกนอน (ประเทศไทย) จำกัด มุ่งมั่นที่จะแก้ไขปัญหาเรื่องสุขภาพของผู้หญิง และขับเคลื่อนให้ผู้หญิงทุกคนเข้าถึงผลิตภัณฑ์ยาและบริการด้านสาธารณสุขได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ ผ่านการทำโครงการต่าง ๆ ที่มีจุดประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักและให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพของผู้หญิง เนื่องจากบริษัทเชื่อว่า ผู้หญิงคือรากฐานสำคัญที่จะทำให้สังคม ประเทศ และโลกมีสุขภาวะที่ดีขึ้นได้








สำหรับหลักการ Women's Empowerment Principles (WEPs) ที่ออร์แกนอนนำมาใช้ก็คือ หลักการที่ 6 การรณรงค์และปลูกฝังแนวคิดเรื่องความเสมอภาคทางเพศในองค์กร/ชุมชน เนื่องจากหลักการข้อนี้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และความเชื่อของบริษัทที่ระบุว่า คนทุกเพศทุกวัยล้วนมีสิทธิขั้นพื้นฐานในการเข้าถึงโอกาสทางสังคม เศรษฐกิจ การศึกษา และการเมือง รวมไปถึงการบริการด้านสุขภาพ


ทั้งนี้ บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของหลักการข้ออื่น ๆ ของ WEPs เพื่อส่งเสริมผู้หญิงและความเสมอภาคทางเพศอย่างรอบด้าน เช่น การสร้างรากฐานในบริษัทให้ผู้หญิงมีโอกาสเติบโตไปสู่ตำแหน่งผู้บริหารหรือตำแหน่งอาวุโสมากขึ้น ซึ่งแต่เดิมบริษัทได้สนับสนุนการเติบโตของผู้หญิงในองค์กรอยู่แล้ว ซึ่งสอดคล้องกับหลักการข้อที่ 1 เปิดโอกาสสู่การเป็นผู้นำระดับสูงขององค์กรให้กับทุกเพศอย่างเท่าเทียมกัน และ ข้อที่ 2 ปฏิบัติต่อผู้หญิงและผู้ชายในสถานที่ทำงานอย่างเป็นธรรม เคารพและสนับสนุนสิทธิมนุษยชนและการไม่เลือกปฏิบัติ และเชื่อว่าการปรับใช้หลักการของ WEPs จะช่วยกำหนดทิศทางของบริษัทเกี่ยวกับความเสมอภาคทางเพศได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น


การลงนามสนับสนุน WEPs จึงช่วยให้ออร์แกนอนสามารถสร้างสภาพแวดล้อมในองค์กรที่ส่งเสริมสุขภาพ ความปลอดภัย และความเสมอภาคต่อคนทุกเพศ และทุกวัย นอกจากนี้ยังช่วยให้บริษัทดำเนินกิจการโดยคำนึงถึงสุขภาพของผู้หญิงในสังคมเป็นหลัก เนื่องจากผู้หญิงมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนให้สังคมและเศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างยั่งยืน ดังนั้นผู้หญิงทุกคนจึงควรเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการด้านสุขภาพที่มีประสิทธิภาพและเสมอภาคกับคนทุกกลุ่ม


## ENDNOTES

1. See <https://www.kenan-asia.org/th/ministry-public-health-partners-kenan-organon/> (accessed on 13 July 2022).
2. See <https://thestandard.co/organon-wall-of-voices/> (accessed on 13 July 2022).
3. See <https://www.kenan-asia.org/th/ministry-public-health-partners-kenan-organon/> (accessed on 13 July 2022).
4. See <https://www.prachachat.net/csr-hr/news-768911> (accessed on 13 July 2022).
5. See <https://www.rsathai.org/contents/16967/> (accessed on 13 July 2022).
6. ข้อมูลวันที่ 19 เมษายน 2565
7. ข้อมูลวันที่ 21 เมษายน 2022
8. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 “พลิกโฉมประเทศไทยสู่ สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน”

- หลักการที่ 1  เปิดโอกาสสู่การเป็นผู้นำระดับสูงขององค์กรให้กับทุกเพศอย่างเท่าเทียมกัน
- หลักการที่ 2  ปฏิบัติต่อผู้หญิงและผู้ชายในสถานที่ทำงานอย่างเป็นธรรม เคารพและสนับสนุนสิทธิมนุษยชน และการไม่เลือกปฏิบัติ
- หลักการที่ 3  คำนึงถึงสุขภาพ ความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานผู้หญิงและผู้ชายทุกคน
- หลักการที่ 4  ส่งเสริมการศึกษา การฝึกอบรม และการพัฒนาศักยภาพการทำงานเพื่อส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศ
- หลักการที่ 5  สนับสนุนการใช้แผนพัฒนาองค์กร เครื่องมือห่วงโซ่อุปทานและการตลาดที่ช่วยเสริมสร้างศักยภาพสตรี
- หลักการที่ 6  รณรงค์และปลูกฝังแนวคิดเรื่องความเสมอภาคทางเพศในองค์กร/ชุมชน
- หลักการที่ 7  วัดผลและรายงานความคืบหน้าต่อสาธารณะ เพื่อให้เกิดความเสมอภาคทางเพศ

 [weps.org](http://weps.org)

 [weps@unwomen.org](mailto:weps@unwomen.org)

 [WEPs](#)

 [@UNWomenAsia](#)

สนับสนุนการเงินโดย



European Union

ผลิตโดย



เพื่อเป็นการสนับสนุน

**WOMEN'S  
EMPOWERMENT  
PRINCIPLES**

Established by UN Women and the  
UN Global Compact Office