



THAILAND PEOPLE TRENDS INSIGHT RESEARCH 2025

BUILDING INCLUSIVE WORKPLACES

องค์กรที่ทุกคนมีตัวตน มีคุณค่า และมีความสุข



CONTENT

สารบัญ

	Page
Executive Summary	03
Introduction	04
You Speak, We Listen - ข้อมูลผู้ตอบแบบสำรวจ	05
Insight That Speak Volumes - เสียงสะท้อนที่ไม่ควรมองข้าม	06
The Gen Factor - เข้าใจเจเนอเรชัน เข้าใจคนทำงาน	10
More Than Perks - มุมมองของคนทำงานต่อ “สวัสดิการ” ที่ได้รับจากองค์กร	14
Culture Builds Belonging - วัฒนธรรมที่ดี สร้างพื้นที่ที่ใคร ๆ ก็อยากมีส่วนร่วม	16
Mental Wellness, Workplace Readiness - ใจที่มั่นคง คือจุดเริ่มต้นขององค์กรที่พร้อมเติบโต	17
Moves To Make Tomorrow Better - 3 แนวทางที่องค์กรควรเริ่มทำให้เกิดขึ้นจริงได้แล้ว	21
Building Inclusive Workplaces - องค์กรที่ทุกคนมีตัวตน มีคุณค่า และมีความสุข	24
SC Asset Story	26
QGEN Story	27



THAILAND PEOPLE TRENDS INSIGHT RESEARCH 2025

Building Inclusive Workplaces : องค์กรที่ทุกคนมีตัวตน มีคุณค่า และมีความสุข

ในยุคที่บริบทของการทำงานเปลี่ยนผ่านอย่างรุนแรง องค์กรจำเป็นต้องมองพนักงาน ไม่ใช่เพียงในฐานะ ‘ทรัพยากร’ แต่คือ ‘หัวใจ’ ของการเติบโตอย่างยั่งยืน รายงานฉบับนี้จัดทำจากผลการสำรวจพนักงาน 456 คน ครอบคลุมกลุ่มอุตสาหกรรมและช่วงวัยหลักทั้ง Gen X, Y และ Z เพื่อเข้าใจมุมมอง ความต้องการ และความรู้สึกที่แท้จริงของพนักงานไทยในปี 2025

► Key Findings

1. Generational Diversity Matters

- Gen X ต้องการเสถียรภาพและการยอมรับในฐานะผู้มีประสบการณ์
- Gen Y มองหาอิสระ ความยืดหยุ่น และความยุติธรรม
- Gen Z ให้ความสำคัญกับสุขภาพจิต และพื้นที่ปลอดภัย

2. Flexible & Modular Benefits

ระบบสวัสดิการ One-size-fits-all ไม่สามารถตอบโจทย์อีกต่อไป องค์กรควรออกแบบสวัสดิการที่ยืดหยุ่น และสอดคล้องกับ Life Stage

3. Organizational Culture

องค์กรที่ไม่รับฟัง ไม่ยืดหยุ่น และยังยึดติดกับ Top-down จะกลายเป็น Red Flag สำหรับพนักงานรุ่นใหม่

4. Mental Health is Strategic

ภาวะ Burnout เกิดขึ้นในทุกช่วงวัย โดยเฉพาะ Gen Z องค์กรต้องมีระบบดูแลสุขภาพใจที่เข้าถึงง่ายและไม่ตีตรา

► องค์กรควรดำเนินการเร่งด่วนใน 3 ประเด็น

1. Deep Listening Infrastructure

สร้างระบบรับฟังที่ต่อเนื่อง
เช่น Pulse Survey และ Feedback Loop

2. Personalized Experience

Flexible Benefits, Career Path ตาม Life Stage, Mental Wellness Program

3. Leadership Transformation

หัวหน้าต้องเปลี่ยนจากผู้สั่งการเป็นผู้นำที่เข้าใจและสร้างความไว้วางใจ



Building Inclusive Workplaces

โดยสรุป Building Inclusive Workplaces ไม่ใช่แค่แนวคิด แต่คือยุทธศาสตร์ที่เชื่อมโยงคุณค่าของพนักงานเข้ากับผลลัพธ์ธุรกิจ องค์กรที่คนอยากอยู่ด้วย คือ องค์กร ที่ทำให้พนักงานรู้สึกว่า

"มีที่ยืน มีคุณค่า และมีความสุขพอจะอยู่ต่อ"



เพราะเสียงของ พนักงานวันนี้ คือกลยุทธ์องค์กร ของวันพรุ่งนี้



ไม่ใช่แค่เทรนด์ และไม่ใช่แค่สิ่งที่ควรมีเพราะใคร ๆ ก็พูดถึง เรื่องของ สุขภาพจิต พื้นที่ปลอดภัยในการแสดงออก และความหลากหลาย ที่แท้จริง กลายเป็นตัวแปรสำคัญที่องค์กรยุคใหม่ต้องเข้าใจให้ลึกและ ออกแบบให้เกิดขึ้นได้จริงในทุกระดับงาน เรากำลังก้าวเข้าสู่ยุคที่ คำว่า “อยู่ในองค์กร” ไม่ได้แปลว่า “แค่มีงานทำ” อีกต่อไป แต่แปลว่า “มีที่ยืนและมีความสุขพอจะอยู่ต่อ”

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โลกของการทำงานได้ให้ความสำคัญกับ สุขภาวะของพนักงานมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในประเด็นเกี่ยวกับ สุขภาพจิต (Mental Health) ความปลอดภัยทางจิตใจ (Psychological Safety) และความหลากหลาย ความเสมอภาค และการมีส่วนร่วม (Diversity, Equity, Inclusion & Belonging: DEI&B) ซึ่งล้วนมี บทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อประสบการณ์ของพนักงาน (Employee Experience) โดยเฉพาะในบริบทที่คนแต่ละรุ่นมีความคาดหวังและ ประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกันอย่างชัดเจน

**เริ่มต้นจาก “คนทำงานอยากบอกอะไร”
ไม่ใช่แค่ “องค์กรอยากรู้อะไร”**

Thailand People Trends Insight Research 2025 ฉบับนี้จึง ถูกรวบรวมขึ้นจากความตั้งใจที่จะฟังเสียงของคนทำงานจากทุก Generation โดยมีเป้าหมายเพื่อค้นหา Insight ที่สะท้อนมุมมอง ประสบการณ์ และความต้องการที่แท้จริงของพนักงานยุคใหม่ จากการ สัมภาษณ์พนักงาน 456 คน ครอบคลุมหลากหลายช่วงวัย อุตสาหกรรม และระดับงาน

เราเลือกใช้วิธีการตีความเชิงคุณภาพควบคู่กับเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ เสียงจริงที่องค์กรต้องฟังและความรู้สึกจริงที่องค์กรไม่ควรมองข้าม

**SC Asset ร่วมกับ QGEN เล็งเห็นความสำคัญ
ในการขับเคลื่อนแนวคิด “สมดุลดี สังคมดี อนาคตดี”**

มุ่งหวังให้ผลลัพธ์จากการสำรวจครั้งนี้ เป็นมากกว่าข้อมูลแต่คือ เครื่องมือที่ช่วยให้องค์กรไทยเข้าใจ พนักงานของตนอย่างลึกซึ้ง และนำไปสู่การพัฒนาที่แท้จริง

**ความหลากหลาย ความเสมอภาค
และการมีส่วนร่วม (Diversity, Equity,
Inclusion & Belonging: DEI&B) :
ไม่ใช่แค่แนวคิดที่ดี แต่คือกลยุทธ์หลัก**

เพื่อส่งเสริม DEI&B ปัจจุบันองค์กรทั่วโลกต่างตระหนักว่า ความหลากหลาย และความปลอดภัยทางจิตใจในที่ทำงานไม่ใช่ เพียงแค่แนวคิดที่ดี แต่คือ กลยุทธ์หลักในการดึงดูดและรักษาคนเก่ง ทุก Generation ต้องการพื้นที่ที่ตนสามารถเป็นตัวของตัวเองได้อย่างปลอดภัย มีเสียง และได้รับความเคารพ การส่งเสริม DEI&B จึงเป็นภารกิจสำคัญ ที่องค์กรไม่อาจมองข้ามทั้งในมุมของวัฒนธรรมองค์กร นโยบาย HR

ไปจนถึงการออกแบบ สิ่งแวดล้อมในการทำงานให้เอื้อต่อความ หลากหลาย และการมีส่วนร่วม อย่างแท้จริง

**ความสุขของคนทำงาน
คือรากฐานขององค์กรแห่งอนาคต**

เราพบว่า คนแต่ละเจนมีความต้องการไม่เหมือนกัน แต่มีสิ่งหนึ่ง ที่เหมือนกัน คือ ทุกคนอยากรู้สึกว่าตัวเองมีค่า และนั่นคือจุดเริ่มต้นของ “องค์กรที่มีความสุขแบบไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง” การเข้าใจ ความแตกต่างของพนักงานแต่ละรุ่นไม่เพียงแต่จะช่วยให้องค์กร ออกแบบแนวทางบริหารคนได้อย่างเหมาะสม แต่ยังเป็นการเสริมสร้าง ความยั่งยืนในระดับธุรกิจและสังคมเมื่อพนักงานรู้สึกว่าเป็น “มีตัวตน มีคุณค่า และมีความสุข” ในที่ทำงานย่อมส่งผลต่อแรงจูงใจ ผลงาน และความภักดีในระยะยาว ในขณะเดียวกัน องค์กรที่ปรับตัว รับมือกับความหลากหลายได้อย่างมีระบบ ย่อมมีความสามารถในการ แข่งขันที่เหนือกว่า และพร้อมสร้างคุณค่าร่วมกับสังคมในทุกมิติ ดังนั้น ผลสำรวจนี้จึงไม่ใช่เพียงรายงานฉบับหนึ่ง แต่เป็นจุดเริ่มต้นของ การออกแบบองค์กรแห่งอนาคตที่ทุกคนมีโอกาสเปล่งเสียง มีพื้นที่ ให้เติบโต และมีความสุขร่วมกันอย่างยั่งยืน



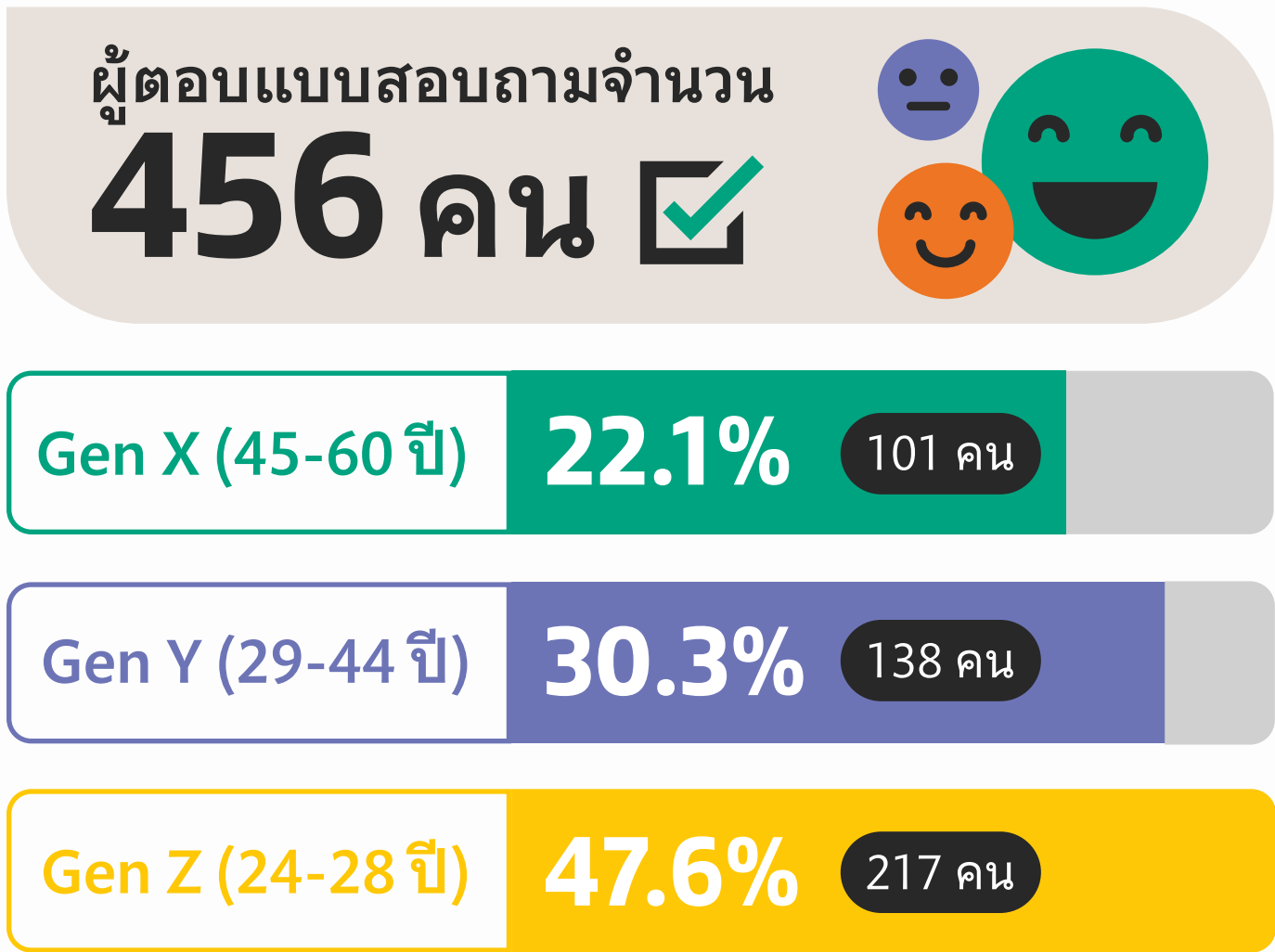
YOU SPEAK, WE LISTEN

ข้อมูลผู้ตอบแบบสำรวจ

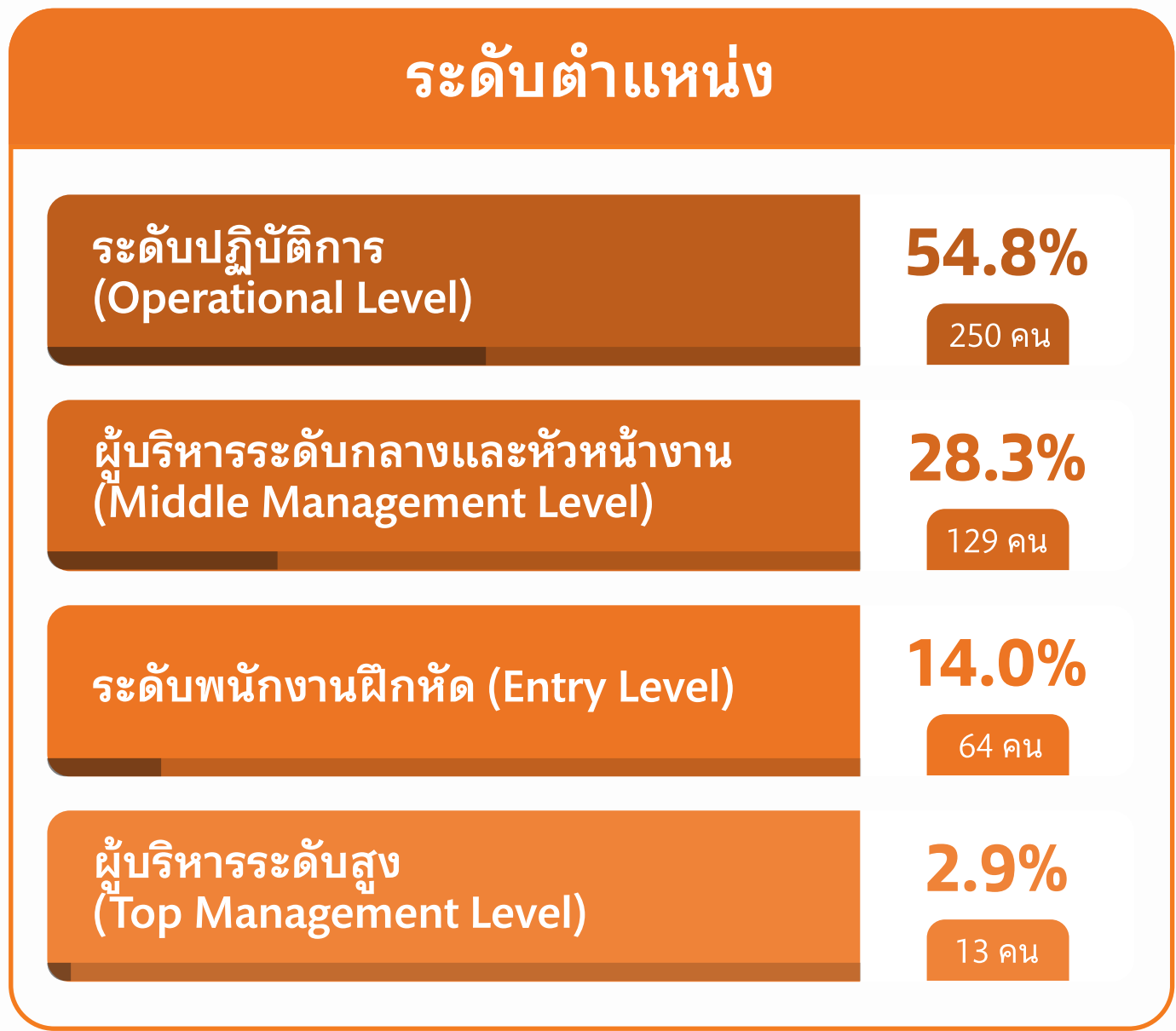
เราไม่ได้สำรวจเพราะอยากรู้แค่ตัวเลขแต่เพื่อเข้าใจหัวใจของคนทำงานในทุกการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมองค์กร จุดเริ่มต้นคือการฟัง ไม่ใช่ฟังเพื่อตอบ แต่ฟังเพื่อตั้งคำถามใหม่ให้ถูกทาง

เราทำการสำรวจกับมนุษย์เงินเดือน จำนวน 456 คน ครอบคลุมทุก Generation ที่ทำงานร่วมกันในองค์กรไทย ตั้งแต่ Gen X, Gen Y ไปจนถึง Gen Z โดยเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้เข้าใจทั้งสิ่งที่พวกเขาพูด และสิ่งที่ซ่อนอยู่ในความรู้สึก

นอกจากคำตอบจากแบบสอบถามเรายังใช้วิธีการพูดคุยเชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่น่าสนใจ เพื่อถอดรหัสความคิดแบบที่กราฟบอกไม่ได้



*จัดเก็บข้อมูลผ่านแบบสำรวจออนไลน์ในช่วงวันที่ 24 มีนาคม - 16 เมษายน 2025



INSIGHT THAT SPEAK VOLUMES

เสียงสะท้อนที่ไม่ควรมองข้าม

- ▶ องค์การที่ดีไม่ใช่แค่ทำให้คนอยู่
แต่ต้องทำให้คนรู้สึกว่ายากอยู่ต่อไปนาน ๆ



INSIGHT THAT SPEAK VOLUMES

เสียงสะท้อนที่ไม่ควรมองข้าม

ในยุคที่ความเปลี่ยนแปลงเกิดเร็วกว่าแผนกลยุทธ์ การมีข้อมูลไม่พอ ต้องมีความเข้าใจที่ลึกและเชื่อมโยงได้กับคนจริง ๆ ด้วย

เสียงจากการสำรวจครั้งนี้บอกเราว่า ‘การอยู่ต่อ’ และ ‘การลาออก’ มักเริ่มจากสิ่งเล็ก ๆ ที่ผู้นำมองข้าม เช่น คำพูดของหัวหน้า การจัดการงานที่ไม่ยืดหยุ่น หรือวัฒนธรรมที่บอกเป็นนัยว่า คนบางกลุ่มมีค่ามากกว่าอีกกลุ่ม

" เพราะแต่ละช่วงวัยมีความต้องการและมุมมองที่แตกต่าง สวัสดิการต้องตอบโจทย์ชีวิต ไม่ใช่แค่การทำงานเพียงอย่างเดียว"



1. ความหลากหลายของช่วงวัย สะท้อนว่าสวัสดิการเดิม ๆ ไม่เพียงพออีกต่อไป

Gen X → เสถียรภาพและความมั่นคงสำคัญที่สุด

ประกันสุขภาพแบบครอบคลุม (Comprehensive Health Insurance) (36.6%) ต้องการให้ครอบคลุมทั้งตนเองและครอบครัว
เวลาทำงานยืดหยุ่น (Flexible Working Hours) (36.1%) เพื่อบาลานซ์งานกับการดูแลครอบครัว และสุขภาพของตนเอง

Insight : Gen X อยู่ในวัยที่ความรับผิดชอบสูงและมีภาระดูแลครอบครัว พวกเขาต้องการความอุ่นใจและความมั่นคงมากกว่าความท้าทาย สนใจสวัสดิการที่คุ้มครองและช่วยแบ่งเบามากกว่าสิทธิที่สร้างความสนุกสนาน

Gen Y → อิสระและการเลือกเป็นหัวใจสำคัญ

ทำงานแบบ Hybrid หรือ Work from Anywhere (23.6%) และ เงินสนับสนุนการท่องเที่ยว (32.3%) ต้องการความยืดหยุ่นในการเลือกสถานที่ทำงานและรักในอิสระ
--

Insight : Gen Y กำลังก้าวสู่ช่วงสร้างครอบครัวและมีภาระส่วนตัวมากขึ้น ความยืดหยุ่นในการทำงานจึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้พวกเขาสามารถบาลานซ์ชีวิตและงานได้อย่างลงตัว พวกเขาไม่ชอบระบบที่ควบคุม จนเกินไป

Gen Z → สุขภาพจิตและพื้นที่ปลอดภัยต้องมาก่อน

การสนับสนุนด้านสุขภาพจิต (Mental Health Support) (26.3%) มองหาการสนับสนุนจากองค์กรในด้านสุขภาพจิต
วันลาเพื่อพักผ่อนทางจิตใจ (Mental Health Day) (19.6%) ต้องการพื้นที่ในการพักฟื้นใจจากความเครียด

Insight : Gen Z เติบโตท่ามกลางความไม่แน่นอนและการแข่งขันสูง สิ่งที่เขาต้องการจากองค์กรไม่ใช่แค่ค่าตอบแทนแต่คือการยอมรับตัวตนและการดูแลสุขภาพใจ พวกเขาไม่ยอมรับวัฒนธรรมอดทนและทนต่อไป

Highlight

Flexible + Modular Benefit ไม่ใช่แค่เทรนด์ แต่คือสิ่งจำเป็นของโลกการทำงานยุคใหม่ ทุก Gen ต้องการสวัสดิการที่เลือกได้และตอบโจทย์ชีวิตที่หลากหลาย

2. วัฒนธรรมคือปัจจัยชี้เป็นชี้ตายของความรู้สึกรักอยากอยู่ต่อ (Generational diversity: Welfare outdated)



เพราะความรู้สึกว่า
ตัวเองมีคุณค่าและได้รับโอกาส
ไม่ใช่แค่เรื่องเล็ก

Gen X → หัวหน้าที่้มงาน และโอกาสในการเติบโตคือทุกอย่าง

หัวหน้าไม่รับฟังความคิดเห็นและใช้อำนาจสั่งการ (Authoritative & Dismissive Leaders) (59.4%)
ปัญหาอันดับ 1 ที่ Gen X ไม่ทน เพราะมองว่าหัวหน้าคือ ผู้ชี้ชะตาโอกาส และการเติบโตในสายอาชีพ

ไม่มีโอกาสเติบโตหรือได้รับการพัฒนา (Dead-end Career) (35.6%)
หากไม่เห็นเส้นทางเติบโต คนกลุ่มนี้พร้อมจะ Move on

Insight : Gen X ยังคงให้ความสำคัญกับหัวหน้าและการเติบโตเป็นหลัก หากองค์กรไม่มีโอกาสให้ก้าวหน้าและหัวหน้าขาดการรับฟัง คนกลุ่มนี้พร้อมจะออกเสมอ

Gen Y → เบื่อการเมืองภายในองค์กรและการทำงานที่ไม่มีความสุข

การเมืองในองค์กร (Office Politics) (42.0%)
เรื่องใหญ่อันดับ 1 เพราะ Gen Y ต้องการความแฟร์ ไม่ชอบวัฒนธรรมการเล่นพรรคเล่นพวก

Work-life Balance ที่แย่ (Overworked & Burnout Culture) (38.4%)
พวกเขาไม่ต้องการให้ชีวิตมีแต่งาน และมองหาสมดุลที่ดีกว่า

Insight : Gen Y ต้องการองค์กรที่แฟร์ โปร่งใส และให้ความสำคัญกับชีวิตส่วนตัวพอ ๆ กับงาน หากสองอย่างนี้ไม่ตอบโจทย์ การย้ายองค์กรเป็นทางเลือกที่ไม่ลังเล

Gen Z → หลีกหนีจาก Toxic Culture ที่ไม่รับฟัง ปิดกั้นการเปลี่ยนแปลง และค่าตอบแทนที่ไม่สมน้ำสมเนื้อ

การไม่เปิดรับการเปลี่ยนแปลง (Resistant to Change & Close-minded Culture) (30.0%)
พวกเขาต้องการพื้นที่ที่เปิดกว้างและพร้อมยอมรับไอเดียใหม่

ระบบค่าตอบแทนและสวัสดิการไม่เป็นธรรม (Unfair Compensation & Benefits) (30.0%)
พวกเขาไม่ต้องการการทำงานที่ไม่คุ้มกับค่าเหนื่อย

Insight : Gen Z ต้องการวัฒนธรรมที่ปลอดภัย เปิดรับ และยืดหยุ่น องค์กรที่ยังยึดติดกับความคิดแบบเดิมและ Top-down อาจกลายเป็น "Red Flag" ทันที

Highlight

"Culture ที่ Inclusive และเปิดรับ ไม่ใช่สิ่งอย่างเดียว คือค่าตอบแทน"

ทุก Gen ล้วนให้ความสำคัญกับการได้รับการยอมรับ รับฟัง และมีโอกาสเติบโต องค์กรที่ยังไม่เปลี่ยนแนวคิด อาจเสียคนเก่ง ๆ ไปอย่างต่อเนื่อง

3. ความเจ็บที่กำลังดังขึ้นเรื่อย ๆ (Silent Struggles in the Workplace)



แม้ไม่พูด..
แต่ความเครียดและ
ความเปราะบางก็ซ่อนอยู่

Gen X → อาการ Burnout และพลังชีวิตที่ลดลง

นอนไม่หลับ (Insomnia) 23.0% ร่างกายเริ่มส่งสัญญาณว่ากำลังรับภาระหนักเกินไป
หมดแรง/พลัง (Exhaustion) 20.4% แม้ไม่พูด แต่กำลังสูญเสียแรงขับเคลื่อนอย่างช้า ๆ

Insight : Gen X มักไม่แสดงออกตรง ๆ ว่าตนเองไม่ไหว เพราะถูกปลูกฝังให้เข้มแข็ง แต่สัญญาณความเหนื่อยล้าเริ่มชัดเจน พวกเขาต้องการ การดูแลเชิงป้องกัน ไม่ใช่แค่การเยียวยาเมื่อสายไปแล้ว

Gen Y → ความกดดันและการตั้งคำถามในตัวเอง

กังวล (Anxiety) (22.2%) ถูกกดดันจากทั้งความรับผิดชอบในชีวิตและหน้าที่การงาน
ความคิดด้านลบ (Negative Thoughts) (18.6%) ตั้งคำถามถึงตัวเองและความสำเร็จในชีวิต

Insight : Gen Y อยู่ในช่วงชีวิตที่ต้องแบกรับหลายบทบาททั้งความก้าวหน้า การดูแลครอบครัว และเป้าหมายส่วนตัวจึงเกิด Self-doubt ได้ง่าย องค์กรควรเน้นการสร้างเชื่อมั่นและพื้นที่ปลอดภัยทางอารมณ์ให้มากขึ้น

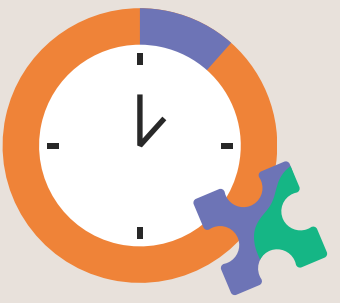
Gen Z → กลุ่มที่เปราะบางที่สุดและต้องการการดูแลแบบใหม่

ความคิดด้านลบ (Negative Thoughts) 28.9% สูงที่สุดในทุก Gen สะท้อนถึงความไม่มั่นคงในตัวตนและอนาคต
กังวล (Anxiety) 25.1% เติบโตในยุคที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอนและการแข่งขันสูง

Insight : Gen Z ไม่ยอมรับแนวคิด "ต้องอดทน" แบบเดิมอีกต่อไป พวกเขาต้องการ Mental Health Solution ที่เข้าถึงง่ายและไม่เป็นทางการ เช่น Peer Support, Group Therapy หรือ Safe Space ในองค์กร มากกว่าเพียง Hot Line หรือการให้คำปรึกษาแบบเป็นทางการ

Highlight

"Mental Health ต้องเป็นวาระระดับองค์กร"
ไม่ใช่สวัสดิการทางเลือกอีกต่อไป
วันนี้สุขภาพใจกลายเป็น หัวใจของการรักษาคนเก่ง
และต้อง integrate เข้ากับชีวิตการทำงานจริงๆ



THE GEN FACTOR

เข้าใจเจเนอเรชัน เข้าใจคนทำงาน

- ▶ องค์กรที่เข้าใจความต่างระหว่างเจน มีโอกาสสร้างทีมที่แข็งแกร่งหลากหลาย และเป็นพื้นที่ที่คนทุกวัยอยากอยู่ เพราะทุกคนต่างมีความคาดหวังและความต้องการที่แตกต่างกัน
- ▶ เพราะทุกเจนล้วนอยากรู้สึกว่า "ตนเองมีคุณค่าและเป็นส่วนหนึ่ง" ของที่นี่ องค์กรจึงต้องเรียนรู้ เข้าใจ และออกแบบประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับหัวใจของคนทุกวัยให้ได้อย่างแท้จริง



GEN X: THE STABLE ACHIEVER

ผู้แสวงหาความมั่นคงและการยอมรับ



Gen X คือพลังสำคัญที่พาองค์กรฝ่าฟันหลายยุคสมัย สะพานเชื่อมสองเจน มีประสบการณ์สูงแต่ไม่ต้องการให้ใคร ‘มองข้าม’ คลังสมองขององค์กร ที่อยากให้คนรุ่นใหม่เห็นคุณค่า ไม่ใช่มองว่าเชยในวัยนี้ "ความมั่นคง" คือสิ่งที่พวกเขาให้คุณค่ามากที่สุด

Top Priority

ประกันสุขภาพและความคุ้มครอง (36.6%)
เนื่องจากวัยนี้เริ่มมีความเสี่ยงทางสุขภาพและภาระดูแลครอบครัว จึงมองว่าการมีหลักประกันจะทำให้ตนเองและครอบครัว "ปลอดภัย"

Flexible Working Hours (36.1%)
แม้จะเป็นเจนที่เติบโตมากับ Work Ethic แบบเข้มงวดแต่เมื่อ ถึงจุดหนึ่งพวกเขาก็มองหาความสมดุลระหว่างงานและชีวิต

Career Path และโอกาสเติบโต
แม้อยู่ในช่วงกลางอาชีพ แต่ "การถูกท้าทายและเติบโต" ยังคงสำคัญ เพราะมันคือสัญลักษณ์ของ "คุณค่า" และ "การไม่ถูกมองข้าม"

Green Flag & Red Flag Culture

47.5% ✓ หัวหน้าที่รับฟังและสนับสนุน	35.6% ✗ วัฒนธรรมองค์กรแบบการเมือง
59.4% ✗ หัวหน้าที่ไม่รับฟัง	35.6% ✗ ไม่มีโอกาสเติบโตในหน้าที่การงาน

ประเด็นสำคัญที่ควรรู้

Gen X ไม่แสดงออกชัดเจน แต่ต้องการการยืนยันว่าตนเองยังมีคุณค่า

โครงสร้างและระบบที่ให้ "เส้นทางเติบโต" + "หัวหน้าที่เห็นและเข้าใจ" คือสองสิ่งที่ Gen X ต้องการมากที่สุดในช่วงวัยนี้ เพราะพวกเขาไม่ต้องการถูกกีดกัน แต่ต้องการเป็น "คนสำคัญ" ที่องค์กรยังให้คุณค่า

GEN Y: THE FREEDOM SEEKER

ผู้แสวงหาสมดุลและการเลือกได้



Gen Y ต้องการทั้ง
ยืดหยุ่นและ มีทางเลือก
+ องค์กรที่ยุติธรรม

Gen Y หรือ Millennials คือกำลังสำคัญขององค์กรวันนี้เติบโตมากับโลกที่เปิดโอกาสให้ "เลือก" และ "ใช้ชีวิตตามต้องการ" พวกเขาต้องการความก้าวหน้า การยอมรับ และ Work-Life Integration

Top Priority

องค์กรที่แฟร์และลด Politics (42%)
บอกว่าองค์กรมีการเมืองเยอะเกินไป คนเจนนีเกลียดการเล่นพรรคเล่นพวก ต้องการองค์กรที่ "โปร่งใส" และให้โอกาสอย่างเท่าเทียม

Hybrid / Work from Anywhere (23.6%) และ Flexible Working Hours (22.8%)
องค์กรควรมีความยืดหยุ่นการมีทางเลือกในการทำงาน คือสิ่งที่พวกเขารู้สึกว่าองค์กร "เชื่อใจ" และให้เกียรติ

Career Path และโอกาสเติบโต
แม้อยู่ในช่วงกลางอาชีพ แต่ "การถูกท้าทายและเติบโต" ยังคงสำคัญ เพราะมันคือสัญญาณของ "คุณค่า" และ "การไม่ถูกมองข้าม"

Green Flag & Red Flag Culture

36.2%

✓

หัวหน้า ทีม และสังคมแห่งความร่วมมือ และการช่วยเหลือกันและกัน

50%

✗

หัวหน้าที่ไม่รับฟัง

38.4%

✗

Work-life Balance แย่

ประเด็นสำคัญที่ควรรู้

- Fairness เป็น Core value สำคัญของ Gen นี้
- ชีวิตและครอบครัวสำคัญพอ ๆ กับงาน
→ การยืดหยุ่นจึงกลายเป็น Must have
- ชอบมีทางเลือก
→ ยิ่งเลือกได้ ยิ่งมีแรงขับเคลื่อนในการทำงาน

GEN Z: THE SENSITIVE CREATOR

ผู้แสวงหาความเข้าใจและพื้นที่ปลอดภัย



Gen Z ต้องการทั้ง
ยืดหยุ่นและเข้าถึงง่าย
+ เติบโตอย่างมีความสุข

Gen Z เติบโตมากับโลกที่เปิดรับความหลากหลาย มีความกล้าแสดงออก พวกเขาเชื่อมตรงกับความรู้สึก ต้องการ Psychological Safety อย่างยิ่ง และมองหาความหมายในงาน

Top Priority

**องค์กรมีความยืดหยุ่นในการทำงาน
(Flexible Work, Work-Life Balance) (36.9%)**
เพราะเวลาและรูปแบบการทำงาน ต้องตอบโจทย์ "ชีวิต"

**องค์กรเปิดกว้างต่อความคิดเห็นและนวัตกรรมใหม่ ๆ
(Innovation & Open Mindset) (35.5%)**
การไม่ปิดกั้นไอเดีย แปลว่าองค์กร "ฟัง"
ส่งผลให้รู้สึกกว่าตัวเอง "มีตัวตน"

**Mental Health Support (26.3%) และ
วันลาเพื่อสุขภาพจิต (19.6%)**
การดูแลสุขภาพจิตต้อง "เข้าถึงง่าย
และจริงจัง" ไม่ใช่แค่ทำตามแพชชั่น

Green Flag & Red Flag Culture

35.5%

✓

องค์กรที่รับฟังไอเดีย และเปิดโอกาส
ซึ่งกลายเป็นสัญลักษณ์ของ
วัฒนธรรมที่ Gen Z ยอมรับ

33.2%

✗

องค์กรที่ Top Down
และไม่เข้าใจเรื่องสุขภาพจิต ถ้าองค์กรสั่งการ
แบบ "Old School" และไม่ให้ความสำคัญกับ
Mental Health Gen Z มองว่าไม่ใช่ที่สำหรับเขา

ประเด็นสำคัญที่ควรรู้

- Gen Z อ่อนไหวต่อบรรยากาศและความสัมพันธ์
→ ต้องการ "Safe Zone"
- การไม่รับฟัง = องค์กรไม่เข้าใจฉัน
→ พร้อมลาออกโดยไม่ลังเล
- ต้องการวัฒนธรรมที่ "ได้เป็นตัวของตัวเอง"
→ มากกว่าการแข่งขันหรือการกดดัน

MORE THAN PERKS

มุมมองของคนทำงานต่อ “สวัสดิการ” ที่ได้รับจากองค์กร

- ▶ เพราะถ้าสวัสดิการยังเหมือนเดิมสำหรับทุกคน
นั้นอาจไม่ใช่ความเท่าเทียม แต่คือการละเลยความหลากหลาย



MORE THAN PERKS

มุมมองของคนทำงานต่อ “สวัสดิการ” ที่ได้รับจากองค์กร

เมื่อชีวิตการทำงานไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป และองค์กรมีพนักงานหลากหลาย ช่วงวัย สิ่งที่แตกต่างกันออกไป เราพบว่า คนในองค์กรไม่ได้ต้องการเพียงของฟรีหรือสวัสดิการที่อลังการ แต่ต้องการสิ่งที่ “ตอบโจทย์ชีวิตจริง” และ “เข้าใจความต้องการอย่างแท้จริง” ของตนเอง

Gen X : ต้องการ “เสถียรภาพ” และ “ความคุ้มครอง” เป็นหลัก

Gen X คือพลังสำคัญที่พาองค์กรผ่านหลายยุคสมัย ในวัยที่เข้าสู่ช่วงชีวิต ที่มั่นคงขึ้น พวกเขาให้ความสำคัญกับสุขภาพ การดูแลครอบครัวและการพัฒนาตัวเอง

ประกันสุขภาพแบบครอบคลุม (36.6%) และโบนัสประจำปี (35.1%)

สะท้อนผลตอบแทนเชิงตัวเงินเพื่อความมั่นคงในทุกสถานการณ์ ไม่ว่าจะเป็นด้านความเป็นอยู่หรือสุขภาพ

Flexible Working Hours (36.1%) และทำงาน 4 วันต่อสัปดาห์ (15.3%)

ให้ชีวิตมีแบบแผนและสมดุลระหว่างงานและครอบครัว เพราะวัยนี้มีภาระครอบครัวที่ต้องดูแล จึงต้องการความยืดหยุ่นในการบริหารเวลา

Insight : Gen X ต้องการสวัสดิการที่ให้ความมั่นคงเพื่อดูแลทั้งตัวเองและครอบครัวในระยะยาว

Gen Y : มองหา “ทางเลือก” และ “ไลฟ์สไตล์” ที่ลงตัว

Gen Y หรือ Millennials คือกำลังสำคัญขององค์กรในวันนี้พวกเขาเติบโต มากับโลกที่เปิดโอกาสให้ “เลือก” และต้องการ Work-Life Integration

Hybrid / Work from Anywhere (23.6%) และ Flexible Working Hours (22.8%)

ไม่ยึดติดสถานที่ทำงาน อยากเลือกได้ให้ชีวิตและงานสมดุล

เงินสนับสนุนการท่องเที่ยว (Travel Budget) (23.6%)

ไม่ยึดติดสถานที่ทำงานอยากเลือกได้ ให้ชีวิตและงานสมดุล

การรักษาทางเลือก (Alternative Treatment) (18.1%)

ต้องการสวัสดิการที่เข้าใจและครอบคลุมมากขึ้น

Insight : Gen Y ต้องการสวัสดิการที่ให้ทางเลือกและความยืดหยุ่นเพื่อบาลานซ์ชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัวอย่างลงตัว

Gen Z : ชัดเจนที่สุดในเรื่อง “สุขภาพจิต” และ “ความยืดหยุ่นสูงสุด”

Gen Z เติบโตมากับโลกแห่งข้อมูลและความไม่แน่นอน พวกเขา เชื่อตรงกับความรู้สึก และมองหาสวัสดิการที่เข้าใจความเป็นตัวเอง

Mental Health Support (26.3%) และ วันลาพักรักษาสุขภาพจิต (19.6%)

องค์กรต้องเข้าใจและดูแลด้านอารมณ์ ความเครียด และการพักใจสำคัญซึ่งพอๆ กับการพักร่างกาย

เลือกเวลาเข้างาน-ออกงานได้ (Flexible Working Hours) และ Hybrid / Work from Anywhere (18.6%)

ต้องการอิสระในการเลือกสถานที่ทำงาน

Insight : Gen Z ต้องการ “สวัสดิการที่เข้าใจโลกยุคใหม่” เน้นทั้งสุขภาพจิต อิสระ และความยืดหยุ่น พวกเขาไม่ทนต่อวัฒนธรรมแบบ Top-down และพร้อมลาออกหากไม่รู้สึกว่ายองค์กรเข้าใจตนเอง

Flexible + Modular Benefit คือตัวเลือกที่ดีที่สุด

หากองค์กรต้องการออกแบบสวัสดิการให้ตอบโจทย์ทุก Gen ทางเลือกที่ดีที่สุดคือ “Flexible Benefit” ให้พนักงานเลือกสิ่งที่ตรงกับช่วงวัยและความต้องการเพราะ “สวัสดิการที่ใช้” ไม่ได้เริ่มจาก “มีอะไรให้บ้าง” แต่เริ่มจาก “เข้าใจจริงไหมว่า คนต้องการอะไร” และเมื่อเข้าใจได้อย่างแท้จริง นั่นแหละ คือคำตอบว่า “ที่นี่...ใช่เลย”



CULTURE BUILDS BELONGING

วัฒนธรรมที่ดี สร้างพื้นที่ที่ใคร ๆ ก็อยากมีส่วนร่วม

- ▶ ความคาดหวังที่ไม่เหมือนกัน
จากคนทำงานต่าง Gen ที่มีต่อวัฒนธรรมองค์กร
- ▶ จากผลสำรวจพนักงานหลายร้อยคน ความหมายของ
"วัฒนธรรมที่ดี" แตกต่างกันไปตามช่วงวัย Gen X, Gen Y
และ Gen Z ต่างให้ความสำคัญกับสิ่งที่ไม่เหมือนกัน
และบางครั้ง...ขัดแย้งกันอย่างน่าสนใจ



CULTURE BUILDS BELONGING

วัฒนธรรมที่ดี สร้างพื้นที่ที่ใคร ๆ ก็อยากมีส่วนร่วม

วัฒนธรรมไม่ใช่เรื่องที่อยู่ ‘บนเวที’ แต่มันคือสิ่งที่เกิดขึ้นทุกวันในที่ทำงาน พนักงานบอกเราว่า พวกเขาไม่อยากจะแค่วัฒนธรรมที่เป็น “คำพูดสวยหรู” แต่ต้องการสิ่งที่ สัมผัสได้จริง

- หัวหน้าต้องเป็นผู้ฟังที่ดี ไม่ด่วนสรุป
- คนในที่มกล้าบอกความจริงไม่กลัวโดนตีตรา
- มีระบบที่ให้รางวัลกับการร่วมมือ ไม่ใช่แค่แข่งกันชนะ
- องค์กรที่สร้าง Sense of Belonging ได้จริง คือองค์กรที่มีพื้นที่ปลอดภัยให้คนได้เป็นตัวเอง และเติบโตไปพร้อมกัน

Gen X : วัฒนธรรมที่ "หัวหน้าและทีมงาน" คือหัวใจ และต้องมี "โอกาสเติบโต"

พนักงานรุ่นใหญ่ที่ผ่านร้อนผ่านหนาวในองค์กร มองว่าวัฒนธรรมที่ดี คือ "การมีผู้นำที่ฟังและสนับสนุน" และที่สำคัญ ต้องมีโอกาสเติบโต ไม่ใช่ Dead-end Job

หัวหน้าไม่รับฟัง (59.4%) ปัญหาใหญ่ที่ต้องแก้ หัวหน้าสนับสนุนและรับฟัง (47.5%) สำคัญต่อการอยู่ต่อ ไม่มีโอกาสเติบโต (35.6%) และ วัฒนธรรมการเมือง (35.6%) เป็นเหตุผลที่ทำให้อยากออกทีมงานช่วยเหลือกันดี (40.5%) สิ่งที่ทำให้อยู่ได้

Insight : Gen X ต้องการสวัสดิการที่ให้ความมั่นคงเพื่อดูแลทั้งตัวเอง และครอบครัวในระยะยาว

Gen Y : "สมดุล" และ "ความยุติธรรม" คือแกนกลาง

วัยกลางที่เริ่มมีครอบครัวและรับผิดชอบชีวิต ต้องการวัฒนธรรมที่ "แฟร์ + มีชีวิตส่วนตัว"

หัวหน้าไม่รับฟังและใช้อำนาจตัดสินใจโดยไม่ สนใจพนักงาน (50%) ปัญหาสำคัญ การเมืองในองค์กร (42%) ต้องการลด Work-life balance แย่ ไม่มีเวลาพัก (38.4%) อยากได้เวลาชีวิตคืน

Insight : Gen Y ต้องการ "องค์กรที่แฟร์ + ไม่ Toxic + สมดุลชีวิต" หาก Work-life balance แย่และหัวหน้าไม่รับฟัง → พร้อมโบกมือลา



Gen Z : อยากได้ "ยืดหยุ่น" และ "พื้นที่แสดงออก"

Gen Z เติบโตมากับโลกที่เปิดกว้าง ต้องการ วัฒนธรรมที่ให้อิสระและเคารพเสียงของพวกเขา

เติบโตมากับโลกที่เปิดกว้าง ต้องการวัฒนธรรม ที่ให้อิสระ และเคารพเสียงของพวกเขา Flexible Working (36.9%) ไม่ต้องเข้าออฟฟิศทุกวัน องค์กรเปิดรับนวัตกรรมใหม่ ๆ (35.5%) อยากให้ไอเดียได้รับการยอมรับ Career Growth (35%) ยังมองอนาคตและการพัฒนา

Insight : Gen Z ต้องการ พื้นที่ที่ยืดหยุ่น + เปิดกว้าง + เคารพความคิดเห็น ไม่ใช่องค์กรแบบ Top-down หรือ Work hard only → หากไม่ใช่ก็ขอย้าย

วัฒนธรรมองค์กรที่ตอบโจทย์ = ต้องเป็น Hybrid Culture

เพื่อให้เหมาะกับคนทุกช่วงวัย องค์กรควรออกแบบวัฒนธรรม ให้เป็น "Hybrid Culture" ที่ทำให้ทุกเจเนอเรชันรู้สึกว่าได้เป็นตัวของตัวเอง เพราะวัฒนธรรมที่ดี ไม่ใช่แค่การประกาศบนเวที แต่มันคือ "สิ่งที่เกิด ขึ้นจริง ทุกวันในที่ทำงาน"

MENTAL WELLNESS, WORKPLACE READINESS

ใจที่มั่นคง คือจุดเริ่มต้นขององค์กรที่พร้อมเติบโต

- ▶ สุขภาพจิตไม่ใช่แค่เรื่องของแต่ละบุคคลอีกต่อไป แต่มันคือเรื่องกลยุทธ์ขององค์กร เราไม่สามารถคาดหวัง Performance ที่ดีจากคนที่รู้สึกว่ามีคุณค่า หรือไม่มีพลังจะตื่นมาทำงานได้อีกแล้ว



MENTAL WELLNESS, WORKPLACE READINESS

ใจที่มั่นคง คือจุดเริ่มต้นขององค์กรที่พร้อมเติบโต

อาการที่บอกเล่า... สะท้อนความรู้สึกและ ความคาดหวัง ของคนทำงาน แต่ละเจน

เมื่อสุขภาพจิตกลายเป็นเรื่องใหญ่ในที่ทำงาน ไม่ใช่ทุก Generation จะรับมือกับความเครียดหรือความท้าทายเหมือนกัน Mental Health จึงเป็นสัญญาณสำคัญที่สะท้อน “ความอ่อนไหว” และ “แรงกดดัน” ของ แต่ละช่วงวัยได้อย่างชัดเจน

► จากการสำรวจพบว่า

60% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
รู้สึก Burnout อย่างน้อย เดือนละครั้ง

คนจำนวนมากไม่กล้าบอกหัวหน้า
เมื่อรู้สึกหมดแรงเพราะกลัวถูกตัดสิน

สิ่งที่พนักงานต้องการไม่ใช่แค่วันลาเพิ่ม แต่คือหัวหน้าที่เข้าใจความเป็นมนุษย์ของลูกทีม และระบบที่สนับสนุนสุขภาพใจได้จริง องค์กรที่ใส่ใจ Mental Wellness จึงกำลังสร้างพื้นฐานของ Resilience และ Productivity ในระยะยาว ไม่ใช่แค่เพื่อผลลัพธ์ระยะสั้น

Gen X : แบกภาระและรู้สึก "หมดแรง" มากที่สุด

Gen X แบกภาระและรู้สึก "หมดแรง" มากที่สุด วัยที่ต้องรับผิดชอบทั้งงานและครอบครัว Gen X เผชิญกับการ "หมดแรง" และ "นอนไม่หลับ" สูงกว่ากลุ่มอื่น

นอนไม่หลับหรือหลับไม่สนิท (23.0%)

หมดแรงและไม่มีแรงจูงใจ และรู้สึกกังวลหรือเครียด (20.4%)

Insight : Gen X ต้องการ "การสนับสนุนด้านพลังใจ" ไม่ใช่แค่รอให้เกิดปัญหาแล้วค่อยแก้ไข แต่ควรป้องกันตั้งแต่ต้น

Gen Z : ความเปราะบางชัดเจน ใน "อารมณ์และความรู้สึก"

วัยเริ่มต้นการทำงาน Gen Z ชัดเจนกับความรู้สึกของตัวเอง และ เผชิญความเปราะบางมากที่สุด

มีความคิดด้านลบเกี่ยวกับตัวเอง (28.9%)

รู้สึกกังวลหรือเครียด (25.2%)

อารมณ์แปรปรวนง่าย (16.3%)

Insight : Gen Z ต้องการ "ความเข้าใจ + การยอมรับ + พื้นที่ปลดปล่อย" ไม่ใช่แค่สวัสดิการสุขภาพจิตแบบเดิม แต่ต้องเป็นรูปแบบใหม่ที่เข้าถึงง่าย ไม่ตีตรา และเข้าใจความเป็นตัวตนของพวกเขา อย่างแท้จริง

Gen Y : ความกังวล แรงกดดัน และ "ความเป็นส่วนตัว" ที่ไม่ควรถูกมองข้าม

วัยที่กำลังสร้างครอบครัวและเติบโตในสายอาชีพ Gen Y เผชิญกับ ความกังวลและความคิดด้านลบมากขึ้น พวกเขาให้ความสำคัญกับ การดูแลสุขภาพจิตในมิติของความเป็นส่วนตัว มากเป็นพิเศษ

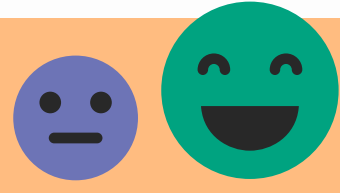
รู้สึกกังวลหรือเครียด (22%)

มีความคิดด้านลบเกี่ยวกับตัวเอง (18.6%)

หมดแรงและไม่มีแรงจูงใจ (18.1%)

Insight : Gen Y ต้องการ "พื้นที่ปลอดภัย + การยอมรับ + เวลาสำหรับการฮีลใจ" พร้อมทั้งย้ำว่า "ถึงแม้จะสนับสนุนให้เรื่องสุขภาพจิตถูกพูดถึงอย่างปกติ แต่ขณะเดียวกันก็คือเรื่องส่วนตัวเช่นกัน... เราไม่อยากให้เพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้ารับรู้และตัดสิน " นี่คือการความต้องการที่ชัดเจน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า องค์กรไม่ควรมองข้าม "ความเป็นส่วนตัว" ควบคู่ไปกับการสร้างระบบสนับสนุนที่ปลอดภัยและเข้าถึงง่าย

Mental Health



ในยุคนี้ องค์กรต้องทำให้ Mental Health เป็นส่วนหนึ่งของ Culture อย่างแท้จริงเพราะการดูแล "ใจ" ของพนักงาน ไม่ใช่แค่การลงทุนในศักยภาพเท่านั้น แต่คือการยอมรับในความเป็นมนุษย์ของคนทำงานทุกคน

WHAT THEY SEE, WHAT THEY FEEL

ความเห็นจริงจากสิ่งที่รู้สึก

สิ่งที่องค์กรมองตัวเอง อาจไม่ใช่ สิ่งที่พนักงานรับรู้และรู้สึกด้วย

เราพบ 'ช่องว่าง' ระหว่างภาพลักษณ์ที่องค์กรพยายามสื่อสารกับความรู้สึกจริงของคนทำงาน เช่น:

- องค์กรที่บอกว่าตัวเอง 'เปิดกว้าง' แต่พนักงานไม่กล้าพูดความจริง
- องค์กรที่บอกว่า 'ใส่ใจคน' แต่หัวหน้ากลับตอบไลน์งานตอนตี 1

Culture ที่ดีไม่ควรอยู่แค่ในคู่มือพนักงาน แต่ต้องสะท้อนผ่านพฤติกรรมของผู้นำ และประสบการณ์ของคนทุกวันภาพที่พนักงานเห็น กับความรู้สึกที่เขามี คือกระจกสะท้อนองค์กรในแบบที่แท้จริงที่สุด

หัวหน้ามีส่วนสำคัญ กับสุขภาพจิต

ต้องเริ่มจากผู้บริหารเปิดกว้างมากพอ

กิจกรรมสันทนาการ “ไม่ตอบโจทย์ชีวิตจริง”,
บางคนมีการส่วนตัวไม่สามารถร่วมได้

จัดเลี้ยงทุกวันศุกร์หรือเดือนละครั้ง
มันไร้สาระ ไม่ช่วยอะไร

อยากให้มียิตแพทย์/นักจิตวิทยาประจำบริษัท

More care to treat employees
during the current situation

Mental health is
part of health
so it should not
be overlooked

อยากให้ HR พังพนักงานมากขึ้น

การจัดอบรม เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ได้
แก้ปัญหาได้อย่างแท้จริง กลับกันทำให้คนเรียนรู้
แต่การสร้างภาพ ซึ่งหาความพึงพอใจที่แท้จริงไม่ได้

รู้สึกว่าไม่มีแรงจูงใจจริง หรือ
เข้าไม่ถึงมูลค่าจริงของสวัสดิการ

ทุกคนทำงานเพื่อใช้ชีวิต
ไม่ได้ใช้ชีวิตเพื่อการทำงาน

ไม่ชอบวัฒนธรรมที่ต้องมีคนผิด
ควรทำงานให้บรรลุเป้าหมายโดยหา
ทางปรับปรุงพัฒนา ไม่ใช่หาคนผิด

ควรเปิดพื้นที่ให้มีการรับฟังกันจริง ๆ

ต้องการเลือกเวลาเข้า-ออกงานได้
Flexible Hour & Work from anywhere

ส่งเสริมการจัดการบริหารเวลา ไม่สนับสนุนระบบโอที

ต่อให้สวัสดิการดีแค่ไหนแต่ถ้า
คนที่ทำงานด้วย Toxic ก็ไม่โอเค

นอกจากองค์กรตระหนัก และส่งเสริม DEI&B
(ความหลากหลาย ความเสมอภาค และการมีส่วนร่วม) แล้ว
ยังยึดถือปฏิบัติจริง เช่น การจ้างงานอย่างเท่าเทียม
ไม่เลือกปฏิบัติ เช่น LGBTQ+ และ อนุญาตให้พนักงาน สวมใส่
uniform ตามความเหมาะสม ไม่บังคับตามเพศโดยกำเนิด

MOVES TO MAKE TOMORROW BETTER

3 แนวทางที่องค์กรควร
เริ่มทำให้เกิดขึ้นจริงได้แล้ว

► จาก Insight สู่ Action องค์กรต้องขยับ ไม่ใช่แค่ฟัง



MOVES TO MAKE TOMORROW BETTER

3 แนวทางที่องค์กรควรเริ่มทำให้เกิดขึ้นจริงได้แล้ว

การรับฟังอย่างเดียวไม่เพียงพออีกต่อไป เมื่อโลกของการทำงานและความคาดหวังของคนทำงานในแต่ละ Generation เปลี่ยนไปองค์กรจำเป็นต้อง "ฟังให้ลึก" และ "ขยับและปรับให้จริง" เพื่อเปลี่ยนข้อมูลที่ได้จาก Insight ให้กลายเป็นการกระทำที่จับต้องได้

และนี่คือ **3 แนวทางสำคัญ** ที่องค์กรควรเริ่มต้น เพื่อสร้างพื้นที่ทำงานที่คนอยากอยู่และเติบโตไปด้วยกัน



1. ฟังอย่างลึก ไม่ใช่แค่ฟัง แต่ต้องเข้าใจ

การฟังให้ลึกกว่าที่เคยเป็นกุญแจดอกแรกของการเปลี่ยนแปลงองค์กรต้องมีกลไกการฟังเสียงพนักงานอย่างสม่ำเสมอและหลากหลาย เช่น Pulse Survey, Dialogue Circle หรือ Feedback Platform เพื่อให้ได้ยินเสียงที่แท้จริง

ทำไมต้องฟังให้ลึก?

เพราะความต้องการของแต่ละ Gen แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

- Gen X กำลังเผชิญ Burnout ต้องการ เสถียรภาพและการสนับสนุน
- Gen Y เต็มไปด้วยความกดดันและ Self-doubt แต่ยังต้องการพื้นที่ปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวในการจัดการสุขภาพจิต
- Gen Z อ่อนไหวและต้องการให้การดูแลสุขภาพจิตกลายเป็นเรื่องปกติที่พูดคุยได้

การฟังที่ลึกจะทำให้เข้าใจว่า สวัสดิการแบบ "One-size-fits-all" ใช้ไม่ได้กับทุกคนอีกต่อไป" และเปิดทางให้เกิดการออกแบบสวัสดิการที่ยืดหยุ่นขึ้น เช่น Flexible & Modular Benefits รวมถึง Mental Health Options ที่ตอบโจทย์ Life Stage ของแต่ละคน

**เพราะเมื่อเข้าใจจริง
ถึงจะตอบสนองได้จริง**

2. ปรับแบบ Personalization ออกแบบให้ตรงกับชีวิตจริง ไม่ใช่ตามแบบแผนเดิม

การฟังให้ลึกกว่าที่เคยเป็นกุญแจดอกแรกของการเปลี่ยนแปลงองค์กรต้องมีกลไกการฟังเสียงพนักงานอย่างสม่ำเสมอและหลากหลาย เช่น Pulse Survey, Dialogue Circle หรือ Feedback Platform เพื่อให้ได้ยินเสียงที่แท้จริง

หนึ่งในสัญญาณชัดเจนจาก Insight คือ "One-size-fits-all" หมดความหมายไปแล้ว

พนักงานในแต่ละ Gen ต้องการสิ่งที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน

- Gen X → ต้องการความเสถียร
- Gen Y → ต้องการความยืดหยุ่นและพื้นที่ส่วนตัว
- Gen Z → ต้องการการดูแลสุขภาพจิตอย่างลึกซึ้ง

ดังนั้น องค์กรต้อง ออกแบบสวัสดิการ ระบบงาน และรูปแบบการเติบโต ที่ Personalize ตามบริบทชีวิตของแต่ละ Gen

แนวทางที่ควรทำได้แก่ :

- นำเสนอ Flexible Benefits ที่เลือกได้
- ใส่ Mental Health Options ในสวัสดิการหลัก
- ออกแบบ Career Path และ Development ที่เหมาะกับ Life Stage
- สร้าง Work Model ที่ให้ความสำคัญกับ Work-Life Balance

ดังนั้น Personalization = การให้คุณค่ากับความแตกต่างไม่ใช่แค่ตอบโจทย์แบบกว้าง ๆ

บทสรุปของ Moves to Make Tomorrow Better

3. ลงมือเปลี่ยนผ่านผู้นำ เพราะวัฒนธรรมเริ่มที่หัวหน้า

หัวหน้าคือภาพสะท้อนวัฒนธรรมที่แท้จริงขององค์กร

จากข้อมูล Culture เราเห็นว่า:

- Gen X → ต้องการหัวหน้าที่รับฟังและสนับสนุน
- Gen Y → เปื่อการเมืองและต้องการความแฟร์
- Gen Z → ต้องการพื้นที่สำหรับไอเดียและการมีส่วนร่วม

การสร้างวัฒนธรรมใหม่ที่ตอบโจทย์ทุกคนต้องเริ่มจากการ Reshape Leadership Model ให้หัวหน้าเปลี่ยนจาก "Commander" เป็น "Empowerer"

สิ่งที่ควรทำ เช่น :

- พัฒนา Leadership Program รุ่นใหม่ ที่เน้น Soft Power + Coaching + Listening
- สร้าง Platform รับฟังอย่างจริงจัง เช่น Townhall และ Feedback Loop
- สนับสนุน Team Collaboration & Openness เพื่อลดการเมืองและลดลำดับชั้น
- โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่อง Mental Health หัวหน้าต้องเป็นคนแรกที่พร้อมรับมือ ไม่ใช่เพียงสนับสนุน
- อบรมหัวหน้าให้เป็น Mental Health First Aider ทำให้สุขภาพจิตเป็นเรื่องธรรมดาที่พูดคุยและดูแลกันได้

หัวหน้าที่เข้าใจ + เปิดใจรับฟัง = หัวใจของวัฒนธรรมที่ยั่งยืน

► สรุปแนวทางที่องค์กรควรเริ่มต้น

1 ฟัง

ฟังให้ลึก ให้เข้าใจ เพื่อตอบสนอง ได้อย่างตรงจุด

2 ปรับ

ปรับรูปแบบให้ ตรงกับการใช้งาน ในชีวิตจริง

3 เปลี่ยน

เปลี่ยนแปลง ให้ดียิ่งขึ้น เริ่มต้นจากผู้นำ

วันพรุ่งนี้ที่ดีขององค์กร
เริ่มจากการลงมือเปลี่ยนวันนี้
ให้คนรู้สึกว่าเขาคือคนสำคัญ



สรุป..
3 แนวทาง

สวัสดิการองค์กร

Customizable + Mental Health Friendly

วัฒนธรรมองค์กร

Head + Heart Leadership

Mental Health

Everyday Normal Practice



BUILDING INCLUSIVE WORKPLACES

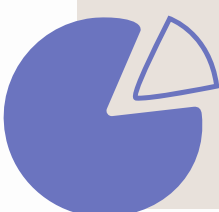
องค์กรที่ทุกคนมีตัวตน
มีคุณค่า และมีความสุข

- การเดินทางนี้ไม่ใช่แค่เรื่องของตัวเลขในแบบสำรวจ แต่คือภารกิจร่วมกันระหว่างคนกับองค์กร



BUILDING INCLUSIVE WORKPLACES

องค์กรที่ทุกคนมีตัวตน มีคุณค่า และมีความสุข



"การเดินทางนี้ไม่ใช่แค่เรื่องของตัวเลข
ในแบบสำรวจ แต่คือภารกิจร่วมกัน
ระหว่างคนกับองค์กร"

องค์กรที่ชนะในอนาคตไม่ใช่แค่มีพนักงาน แต่คือ **องค์กรที่มองพนักงานเป็น "คน"** ที่มีหัวใจ มีฝัน และมีเสียงที่ควรถูกฟัง ความหลากหลายไม่ใช่แค่จำนวน แต่คือคุณภาพของความรู้สึกว่า **"เราเป็นส่วนหนึ่งจริง ๆ"**

► คำถามสำคัญที่องค์กรต้องเริ่มตอบให้ได้

"คนในองค์กร...ต้องการอะไร?"

ในวันนี้ คำถามนี้ไม่ง่ายอีกต่อไป ...
แต่คำตอบกลับชัดเจนขึ้นจาก การฟังเสียงของพนักงานอย่างลึกซึ้ง

- Gen X ต้องการ เสถียรภาพและการยอมรับ
- Gen Y ต้องการ อิสระ ความแพร่ และสมดุลชีวิต
- Gen Z ต้องการ พื้นที่ปลอดภัย และการเข้าใจตัวตน

ไม่ใช่แค่เพียงสิ่งที่พวกเขาอยากได้หรือคำพูดสวยหรู แต่คือสิ่งที่พวกเขาต้องการให้เกิดขึ้นจริงในองค์กร

องค์กรต้องตื่นตัวได้แล้ว ว่าสิ่งเหล่านี้

ไม่ใช่ Nice To Have แต่เป็น Must Have

สวัสดิการ

ต้องไม่ใช่แค่สิทธิขั้นพื้นฐาน แต่ต้อง "เลือกได้" และ "สอดคล้องกับชีวิต"

วัฒนธรรม

ต้องไม่ใช่แค่ค่านิยมบนกระดาษ แต่ต้อง "สัมผัสได้" ผ่าน หัวหน้าและทีม

สุขภาพจิต

ควรยกระดับให้เป็น "โจทย์สำคัญ" ที่ทุกคนดูแลกัน แต่ต้องไม่ลืม การเคารพความเป็นส่วนตัว

การดูแลสุขภาพจิตไม่ใช่ต้นทุน แต่คือการลงทุนในพลังที่ยั่งยืนที่สุดขององค์กร การสร้างวัฒนธรรมที่เป็นธรรมและยืดหยุ่นคือการวางรากฐานให้คนอยากอยู่ต่อแม้ไม่มีใครบังคับ

องค์กรพร้อมหรือยัง?

สำหรับ Building Inclusive Workplaces อย่างแท้จริง

- เราออกแบบ สวัสดิการให้พนักงานเลือกได้ ตามชีวิตจริง แล้วหรือยัง?
- เราสร้าง หัวหน้าและทีมที่ฟังและเข้าใจ คนแต่ละเจนแล้วหรือยัง?
- เราใส่ใจ สุขภาพจิตและมอบพื้นที่ปลอดภัย ให้ทุกคนจริงหรือยัง?

Inclusive ไม่ใช่แค่การไม่แบ่งแยก แต่คือการทำให้ทุกคนรู้สึกว่าตัวเองมีคุณค่า

การเดินทางสู่ Building Inclusive Workplaces
ไม่ใช่ทางเลือก แต่มันคือ "เส้นทางเดียว"
ที่องค์กรจะสร้างวัฒนธรรมที่ทำให้คนทุกช่วงวัย

ทุก Generation ต้องการ เป็นที่ยอมรับ
พวกเขารู้สึกปลอดภัยที่ได้เป็นตัวของตัวเอง
และมีโอกาสเติบโตในทางที่ตัวเองเลือก

GEN X

การยอมรับในฐานะคนที่มีประสบการณ์ +
ไม่ต้องการถูกมองว่าแก่เกินไป

GEN Y

การยอมรับในฐานะคนที่ต้องการสมดุลชีวิต
และการมีส่วนร่วมไม่ใช่แค่การมาทำงาน

GEN Z

การยอมรับในฐานะคนรุ่นใหม่ที่มีวิธีคิดและ
จังหวะชีวิตเฉพาะตัวไม่ใช่ทำตามระบบ

ABOUT SC ASSET

SC Asset เชื่อว่าการเป็นองค์กรที่ดีและยั่งยืนต้องเริ่มจาก **การเข้าใจ และให้คุณค่ากับ "คน"** ไม่ใช่เพียงในฐานะพนักงานแต่ในฐานะหัวใจสำคัญของการส่งต่อคุณภาพชีวิตที่ดีที่สุดให้ถึงมือผู้อยู่อาศัย

ในฐานะ Living Solutions Provider ที่สร้างสรรค์นวัตกรรม และส่งมอบสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์วิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ SC Asset ไม่ได้ มองเพียงการเติบโตทางธุรกิจแต่ยังให้ความสำคัญ กับ **การออกแบบพื้นที่และวัฒนธรรมการทำงานที่พนักงานทุกคน** รู้สึกว่า **"เป็นส่วนหนึ่ง"** อย่างแท้จริง

Inside SC พื้นที่การทำงานที่ทุกคนสามารถ เป็นตัวเอง และเติบโตได้อย่างดีที่สุด

SC Asset เริ่มต้นการเดินทางแห่งความเข้าใจคนด้วยการฟังอย่างลึกซึ้งเพื่อออกแบบพื้นที่การทำงานที่ตอบโจทย์คนทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็น เป็นสวัสดิการ ความยืดหยุ่นหรือการเปิดพื้นที่ให้ทุกเจนมีสิทธิ์ในการแสดงตัวตน

แนวคิด Inside SC Freedom to Be Our Best

จึงถือกำเนิดขึ้น เพื่อสร้างวัฒนธรรมที่เปิดกว้างให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างเต็มที่แบบมีคุณค่า พร้อมส่งเสริมให้ทุกคนคือ **"หัวใจสำคัญ"** ที่ร่วมขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตท่ามกลางโลกที่เปลี่ยนแปลงความมุ่งมั่นนี้สะท้อนผ่านการได้รับรางวัล "องค์กรนำทำงานอันดับต้นด้านวัฒนธรรมองค์กร" จาก WorkVenture ในปี พ.ศ. 2566

วัฒนธรรม #SCSkydive พลังแห่งการทำงานร่วมกันอย่างมีเป้าหมาย

Care ใส่ใจเพื่อนร่วมงาน รู้ใจ และเข้าใจลูกค้าอย่างแท้จริง

Courage กล้าคิด กล้าพูด กล้าทำ พร้อมนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น

Collaboration ร่วมมือกันทำงานข้ามแผนกและองค์กร เพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน

Continuous Improvement เรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเติบโตไปพร้อมกับธุรกิจ

3 ดี โปรแกรม สมดุลดี สุขภาพดี อนาคตดี

SC Asset ยังตอบโจทย์คนทุก Generation ผ่านแบรนด์ Inside SC ด้วยโปรแกรม **"3 ดี"** ได้แก่

1 สมดุลดี สนับสนุน Work-Life Balance ให้พนักงานมีชีวิตที่สมดุลทั้งการทำงานและชีวิตส่วนตัว

2 สุขภาพดี ดูแลสุขภาพแบบองค์รวมทั้งกายและใจ เพื่อให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุข

3 อนาคตดี ส่งเสริมโอกาสในการเติบโตและการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

เพราะ SC Asset เชื่อว่า...

ความสุขของคนในองค์กร

คือจุดเริ่มต้นของคุณค่าที่ส่งต่อถึงลูกค้า และนำพาองค์กรสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืนในวันข้างหน้า



ABOUT QGEN

QGEN Consultant คือที่ปรึกษาด้าน People Management และ Talent Strategy ที่ทำงานเคียงข้างองค์กรไทยและต่างประเทศ เพื่อออกแบบระบบบริหาร “คน” อย่างมีประสิทธิภาพและตอบโจทย์โลกการทำงานยุคใหม่ เราไม่เพียงช่วย “แก้ปัญหา” แต่มองความท้าทายเรื่องคนในองค์กรให้เป็น “โอกาส” ในการดึงดูด รักษาและพัฒนา Talent อย่างยั่งยืน

HR as Strategic Partner ไม่ใช่แค่ฝ่ายสนับสนุน

QGEN เชื่อว่า HR ไม่ใช่แค่ฝ่ายสนับสนุนอีกต่อไป แต่คือพลังเชิงกลยุทธ์ที่เชื่อมโยงเป้าหมายขององค์กรเข้ากับศักยภาพของคน เราทำงานร่วมกับลูกค้าเพื่อสร้าง Leadership, Experience และ Culture ที่ส่งผลทั้งต่อ Performance และ ความผูกพันในระยะยาว

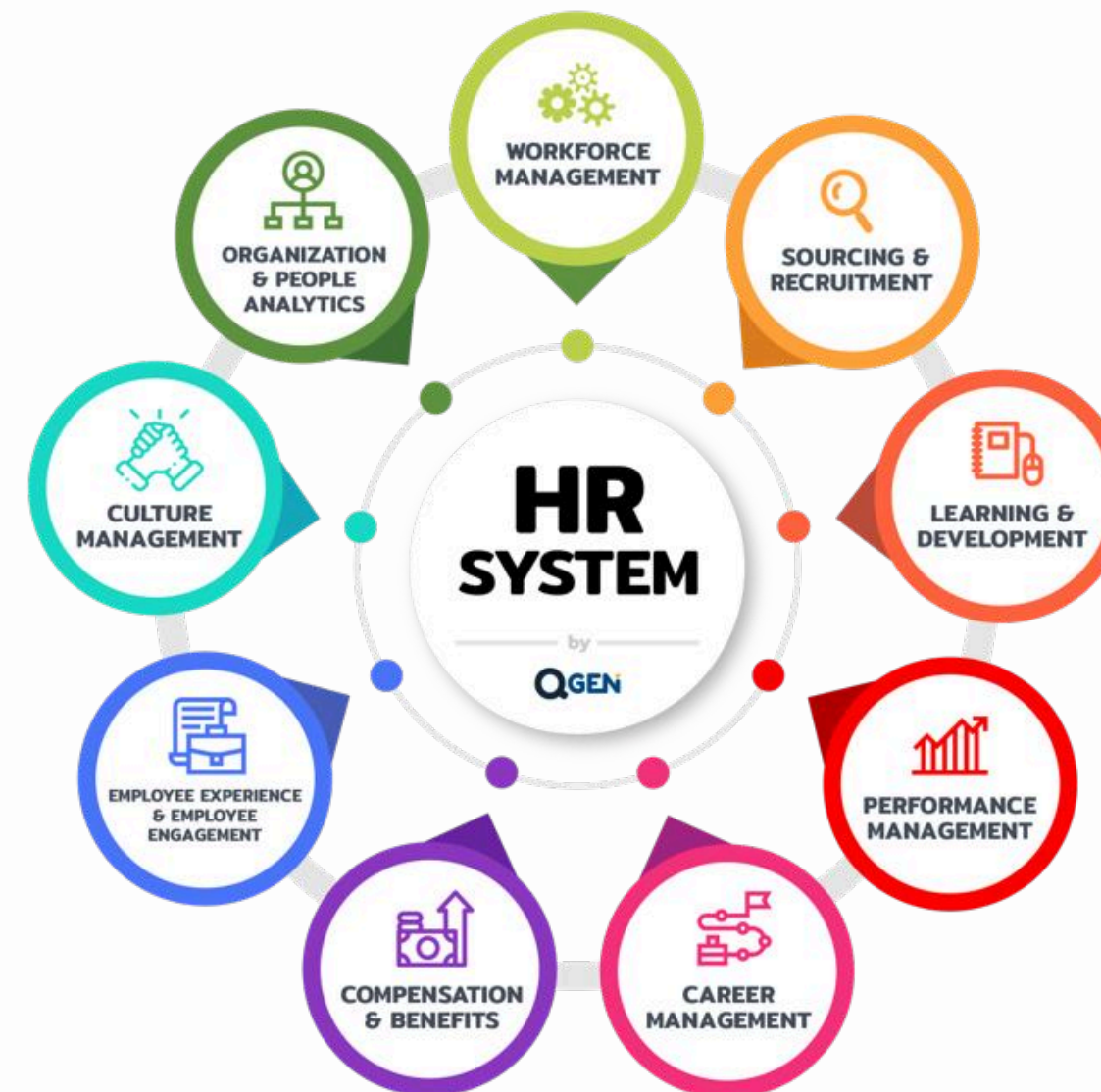
เราออกแบบ HR Solutions ด้วยแนวคิดที่ผสานทั้ง

- Creative Driven (ความคิดสร้างสรรค์)
- Data Driven (ข้อมูลเชิงลึก)
- Marketing Driven (การสื่อสารและแบรนด์องค์กร)
- Technology Driven (เทคโนโลยีทันสมัย)

เพื่อให้เหมาะสมและยืดหยุ่นกับบริบทของแต่ละองค์กรอย่างแท้จริง

HR SYSTEM by QGEN ครอบคลุมทุกมิติของการบริหารคน

เราออกแบบโซลูชันครบวงจรที่ครอบคลุมตั้งแต่



- Organization & People Analytics
- Workforce Planning & Manpower Strategy
- Recruitment Strategy & Employer Branding
- Learning & Development Design
- Performance & KPI System
- Career Path & Succession
- Compensation & Benefit
- Culture & Engagement

นอกจากนี้ เรายังพร้อมบริการหลักสูตรฝึกอบรมที่พัฒนาโดยผู้เชี่ยวชาญจริง ตั้งแต่ ทักษะผู้นำ, การจัดการทีม, การสื่อสารยุคใหม่, แนวคิด DEI&B และ Employee Experience ที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในองค์กรเพื่อสร้างทีมที่แข็งแกร่งและพร้อมเผชิญกับความเปลี่ยนแปลง

QGEN Thailand Most Attractive Companies (QMAC) เสียงของพนักงานเพื่ออนาคตองค์กร

นอกจากการเป็นที่ปรึกษา QGEN ยังเป็นผู้ริเริ่ม QMAC (QGEN - Thailand Most Attractive Companies) รางวัลการจัดอันดับบริษัทที่คนไทยอยากร่วมงานด้วยมากที่สุด จากการสำรวจความคิดเห็นของพนักงานไทยอายุ 20-40 ปี ซึ่งจัดทำขึ้นเป็นประจำทุกปี และได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในแวดวงธุรกิจไทย รางวัลนี้ไม่เพียงช่วยให้องค์กรต่าง ๆ เข้าใจพนักงานยุคใหม่เท่านั้น แต่ยังเป็น เครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถ ปรับกลยุทธ์การบริหารคน ให้สอดคล้องกับความต้องการของพนักงานอย่างแท้จริง

SC ASSET X QGEN

QGEN ร่วมผลิตงานวิจัยนี้กับ SC Asset ไม่ใช่แค่เพื่อหาข้อมูล แต่เพื่อสร้างบทสนทนาที่จริงใจ ระหว่างองค์กรกับคนของเขา เพราะเราเชื่อในวิธีคิดใหม่ๆ ที่ไม่ปล่อยให้ HR ติดอยู่กับระบบเก่า แต่ต้องออกแบบให้ตอบสนองต่อชีวิต และความเป็นมนุษย์ของพนักงาน และนี่คืออีกหนึ่งก้าวสำคัญที่ QGEN ภูมิใจได้เป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลง

“ข้ามความท้าทายเรื่องคน ไปสู่การบริหาร Talent อย่างมีกลยุทธ์และยั่งยืน”



THAILAND PEOPLE TRENDS INSIGHT RESEARCH 2025

BUILDING INCLUSIVE WORKPLACES

องค์กรที่ทุกคนมีตัวตน มีคุณค่า และมีความสุข

