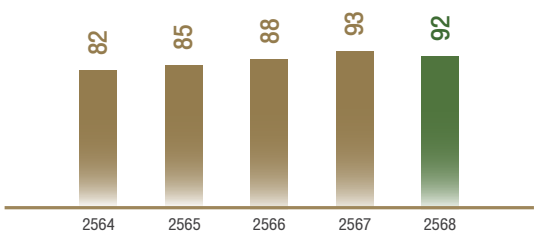


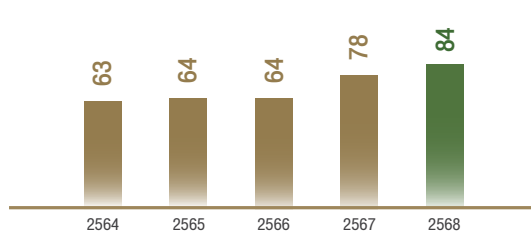
การประเมินความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน (Employee Engagement Evaluation)

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรที่เอื้อต่อทุกคน โดยมุ่งเน้นส่งเสริมการมีส่วนร่วมผ่านการเปิดรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากพนักงาน ครอบคลุมประเด็นความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรโดยรวม ซึ่งสะท้อนถึงระดับความพึงพอใจในการทำงานจากประสบการณ์และความคาดหวัง (Job Experience and Expectation) การรับรู้คุณค่าและจุดมุ่งหมายในการทำงาน (Attainment Value and Purpose) ตลอดจนสุขภาพจิต (Well-being) ทั้งในมิติของความสุขในการทำงาน (Happiness) และความเครียด (Stress) เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาในประเด็นต่างๆ รวมถึงการออกแบบนโยบายที่ช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงาน พร้อมทั้งยกระดับสภาพแวดล้อมการทำงานและคุณภาพชีวิตของพนักงานในทุกมิติ ทั้งนี้ บริษัทใช้เครื่องมือการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่พัฒนาโดย Qualtrics แพลตฟอร์มการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเพิ่มความโปร่งใสสำหรับการประเมินผลประจำปี

ผลสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน ธุรกิจโรงแรม



ผลสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน ธุรกิจอาหาร



ผลสำรวจความผูกพันพนักงานต่อองค์กรประจำปี 2568 ของ **ธุรกิจโรงแรม** อยู่ที่ร้อยละ 92 เทียบกับผลประเมินปีที่แล้ว ลดลงเล็กน้อยร้อยละ 2 แต่ยังคงสูงกว่าค่าเฉลี่ยของบริษัทในประเทศไทยร้อยละ 13 และค่าเฉลี่ยทั่วโลกร้อยละ 19

การประเมินความผูกพันต่อองค์กร	รวมทั้งหมด	ชาย	หญิง
จำนวนพนักงานตอบแบบประเมินความพึงพอใจ	3,527	1,967	1,560
คิดเป็นร้อยละ	100	56	44
ร้อยละของ High Engagement	92	93	92

จากผลการประเมินปี 2568 พบว่า ประเด็นที่พนักงานชื่นชอบ ได้แก่ 1) พนักงานได้ใช้ทักษะและความสามารถของตนตามงานที่ได้รับมอบหมาย 2) พนักงานสามารถเข้าใจความคาดหวังจากองค์กรอย่างชัดเจน 3) บริษัทนี้แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจและการตัดสินใจอย่างมีจริยธรรม

ในส่วนประเด็นที่พนักงานต้องการให้มีการปรับปรุง คือ 1) ความพร้อมในการให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในการทำงานจากผู้บังคับบัญชา 2) พนักงานมีความเชื่อมั่นและไว้วางใจในการทำงานร่วมกับผู้บังคับบัญชา 3) ค่าตอบแทนมีความเป็นธรรมและสอดคล้องกับระดับความรับผิดชอบ จากการประเมินผลข้อมูลเชิงลึก บริษัทได้ตอบสนองความคาดหวังของพนักงาน โดยการเพิ่มการสื่อสารในองค์กรที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจเป้าหมายที่ชัดเจน ผ่านกลไกการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรให้มีความคล่องตัวมากขึ้น รวมถึงสำรวจโครงสร้างเงินเดือนและสวัสดิการต่างๆ ในตลาดแรงงาน เพื่อนำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน กฏระเบียบให้ทันสมัยและใช้ประโยชน์ได้จริง

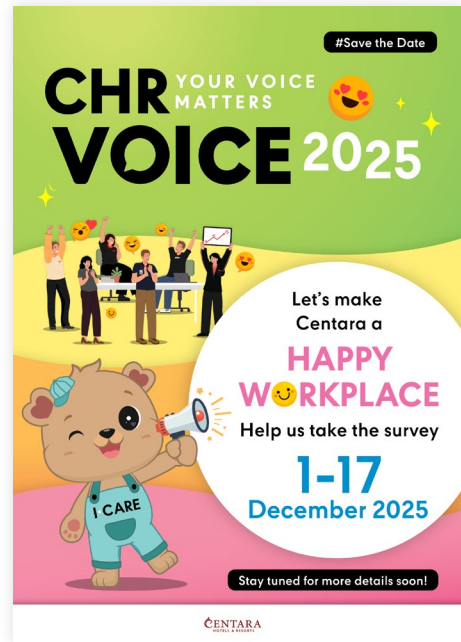
ธุรกิจอาหาร มีผลประเมินความพึงพอใจของพนักงานอยู่ที่ร้อยละ 84 ผลการประเมินเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 6 โดยคะแนนการมีส่วนร่วมขององค์กรสูงกว่าค่าเฉลี่ยองค์กรในประเทศไทยและอุตสาหกรรมค้าปลีกระดับโลก (Global Retail) ในทุกตัวชี้วัด บริษัทมีความมุ่งมั่นในการสร้างความพึงพอใจให้ระดับเทียบเท่าในกลุ่ม Top Quartile เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการพัฒนาไปสู่ Top Employer ในอนาคต

การประเมินความผูกพันต่อองค์กร	รวมทั้งหมด	ชาย	หญิง
จำนวนพนักงานตอบแบบประเมินความพึงพอใจ	4,332	1,213	3,119
คิดเป็นร้อยละ	100	28	72
ร้อยละของ High Engagement	84	87	83

การจับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

จากผลการประเมินปี 2568 พบว่า ประเด็นที่พนักงานพึงพอใจ ได้แก่ 1) ความเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ (Role Fit) 2) อำนาจในการตัดสินใจและการให้อำนาจแก่พนักงาน (Authority & Empowerment) 3) การมีส่วนร่วมอย่างทั่วถึง (Inclusion)

ในส่วนความคาดหวังที่ต้องการให้บริษัทพัฒนาเพิ่มเติม ได้แก่ 1) ความเชื่อมั่นต่อผู้นำ (Trust in Leadership) 2) การสื่อสาร (Communication) 3) ค่าตอบแทนและสวัสดิการ (Pay & Benefit) ทั้งนี้ ฝ่ายทรัพยากรบุคคลได้จัดทำแผนปฏิบัติการที่สำคัญ (Action Plan) เพื่อยกระดับประสบการณ์และความผูกพันของพนักงาน ประกอบด้วยการพัฒนาหลักสูตรอบรมสำหรับพนักงานระดับหัวหน้างานในด้านความเป็นผู้นำการบริหารคน (People Manager) การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารและประชาสัมพันธ์แนวทางการดูแลพนักงานตามแนวคิด SHIP Model (Support-Humanize-Inspire-Partner) การเสริมสร้างการสื่อสารข้อความจากผู้บริหารสู่พนักงานทุกระดับ รวมถึงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมองค์กร นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลสวัสดิการของบริษัทอย่างเป็นระบบ เพื่อสื่อสารผ่านช่องทางที่พนักงานแต่ละกลุ่มสามารถเข้าถึงและทำความเข้าใจได้สะดวก



กิจกรรมสร้างความผูกพันต่อองค์กร (Employee Engagement Activities)

บริษัทมุ่งมั่นในการออกแบบและดำเนินกิจกรรม รวมถึงพัฒนาโครงการที่ส่งเสริมความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลจัดการประชุมประจำปี เพื่อร่วมกันกำหนดแผนการเสริมสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรในแต่ละปีให้สอดคล้องกับปัจจัยที่เอื้อต่อการสร้างความผูกพันของพนักงาน นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน (Well-being) รวมถึงโครงการสนับสนุนการเปลี่ยนผ่าน (Transition Assistance Program) ซึ่งมีส่วนช่วยเสริมสร้างหลักประกันและรากฐานของความรู้สึกปลอดภัยทางจิตใจ (Inclusion Safety) ให้องค์กรสามารถจับเคลื่อนการสร้างความผูกพันของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ธุรกิจโรงแรม ออกแบบกิจกรรมสร้างความผูกพัน (Engagement Activities) โดยคำนึงถึงบริบทและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของพนักงานหลากหลายกลุ่ม เช่น กิจกรรม Staff Party, Staff Birthday, Sport Competition, Townhall, Well-being Program ตลอดจนกิจกรรม CSR ที่เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าให้แก่สังคม สร้างความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรในระยะยาว กิจกรรมเหล่านี้มุ่งเน้นการสร้าง Team Moment เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือในการทำงาน อีกทั้งยังช่วยเสริมความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร (Sense of Belonging) นอกจากนี้ องค์กรยังจัดให้มีโครงการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพ (Training and Development) อย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านการทำงานและเส้นทางอาชีพ โดยสอดแทรกองค์ความรู้ใหม่ และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน เพื่อเตรียมความพร้อมให้พนักงานและรองรับการเปลี่ยนแปลงของทักษะและบริบททางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป



ธุรกิจอาหาร ให้ความสำคัญกับการสร้างความผูกพันของพนักงานในทุกระดับ ครอบคลุมทั้งระดับองค์กร ระดับฝ่าย และระดับบุคคล เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมอย่างทั่วถึงในระดับองค์กร มีการจัด CRG Townhall เพื่อสื่อสารทิศทางเป้าหมายร่วมตลอดจนแนวทางการดูแลและพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ มีการจัด Functional Townhall ปีละ 2 ครั้ง เพื่อเปิดพื้นที่ให้แต่ละสายงานร่วมกันออกแบบกิจกรรมที่ช่วยเสริมสร้างความผูกพันภายในฝ่าย ในระดับฝ่าย มีการจัดโครงการ "1 คน 1 ชั่วโมง 1 ความดี" อย่างต่อเนื่อง โดยเปิดโอกาสให้แต่ละแบรนด์สามารถออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับบริบทของตนเอง สร้างทีมสัมพันธ์ ควบคู่กับการสร้างคุณค่าให้แก่สังคม อีกทั้งบริษัทยังมุ่งส่งเสริมการเปลี่ยนผ่าน โดยเน้นด้านนวัตกรรม (Innovation) ผ่านโครงการฝึกอบรม AI Lab เพื่อพัฒนาทักษะใหม่ ๆ และกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานสำหรับพนักงานทุกวัย โดยมีการเปิดอบรมหลักสูตรทั้งหมด 3 ระดับ ในระดับบุคคล บริษัทให้ความสำคัญกับการยกย่องและสร้างแรงจูงใจผ่านกิจกรรม RGM Meeting สำหรับผู้จัดการร้านทั่วประเทศ ซึ่งมีกรมบรางวัล People Manager Award ให้แก่ผู้จัดการร้านที่มีความโดดเด่นด้านการบริหารจัดการบุคลากร และดำเนินงานสอดคล้องกับนโยบายองค์กร นอกจากนี้ ยังได้จัดทำคลิปวิดีโอชุด "Meet the Maker" จำนวน 7 Episodes ถ่ายทอดเรื่องราวของพนักงานตัวแทนจากหลากหลายแบรนด์ ที่มีผลงานโดดเด่นด้านการบริการลูกค้า ซึ่งไม่เพียงช่วยยกย่องพนักงานต้นแบบ แต่ยังเป็นแรงบันดาลใจให้เพื่อนร่วมงานและสร้างการรับรู้เป็นวงกว้าง

