

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทในเครือ

บริษัทเอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) และกลุ่มบริษัทในเครือประกอบธุรกิจร้านอาหาร กาแฟ และเครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และอาหารสำเร็จรูปต่างๆ พร้อมทั้งเป็นผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอาหาร ภายใต้ชื่อ เอส แอนด์ พี ซึ่งมีรายละเอียดการดำเนินธุรกิจ ประเภทผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ และโครงสร้างกลุ่ม บริษัท เอส แอนด์ พี ดังต่อไปนี้

1.1 กลุ่มธุรกิจที่ดำเนินการโดย บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

1.1.1 ธุรกิจร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ในประเทศ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ที่ดำเนินการอยู่ภายใต้การดำเนินการของ เอส แอนด์ พี รวม 446 สาขา ถือเป็นช่องทางจัดจำหน่ายที่สำคัญและทำรายได้หลักของบริษัท ซึ่งบริษัทได้วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และบริการของร้านแยกตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยแต่ละร้านมีความโดดเด่นเฉพาะตัวที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพื่อให้สามารถเข้าถึงและครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างทั่วถึง อาทิ ร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ เอส แอนด์ พี มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าในวงกว้าง (Mass Customization) ในขณะที่ร้านอาหารแบรนด์อื่นมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจง (Specialty Restaurant) โดยสรุปรายละเอียดของร้านอาหารและเบเกอรี่ในประเทศของบริษัท ได้ดังนี้

กลุ่มร้านอาหารและเบเกอรี่	จำนวนสาขา		
	กรุงเทพและปริมณฑล	ต่างจังหวัด	รวม
S&P Bakery Shop	115	202	317
S&P Restaurant & Bakery	63	56	119
Vanilla Group	4	-	4
BlueCup	2	1	3
Patio	1	-	1
Patara	1	-	1
Grand Seaside	-	1	1
รวม	186	260	446

หมายเหตุ : บริษัทมีเคาน์เตอร์กาแฟ “BlueCup” อยู่ในร้านอาหารและเบเกอรี่ S&P จำนวน 236 แห่ง

(1) S&P Restaurant & Bakery

ร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบด้วยอาหารไทยและนานาชาติหลากหลาย เครื่องดื่ม และของหวานที่มีให้เลือกมากมาย อาทิ เครื่องดื่ม BlueCup ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ไอศกรีม รวมถึงสินค้าพร้อมรับประทานมากมาย ใส่ใจในทุกรายละเอียด คุณภาพ ความสดใหม่ ความสะอาด ความปลอดภัยตลอดจนการเลือกคัดสรรวัตถุดิบอย่างมีคุณภาพ สร้างสรรค์เมนูจากเชฟมืออาชีพ โดยให้บริการลูกค้าหลากหลายกลุ่มตั้งแต่วัยรุ่น คนทำงาน และครอบครัว มีบริการหลากหลายให้เลือกทั้งการรับประทานที่ร้าน (Eat in) การซื้อกลับบ้าน (Take away) และบริการจัดส่งให้ที่บ้าน (Delivery) นอกจากนี้ยังเป็นร้านอาหารที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง ลูกก๊ี้ที่หลากหลาย และขนมไทย ซึ่งถือเป็นทางเลือกง่าย ๆ ที่อร่อยสำหรับทุก ๆ คนตลอดวัน

(2) S&P Bakery Shop & Corner

ร้านเบเกอรี่ที่เลือกทำเลเข้าหาลูกค้าในกลุ่มต่างๆ ในแหล่งชุมชนทั่วไป เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า อาคารสำนักงาน เพื่อความสะดวกในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม กาแฟ BlueCup เบเกอรี่ เค้กคุกกี้ แขนวิชและขนมปังพร้อมทั้งอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ โดยเน้นทำเลในกรุงเทพฯ ปริมาณพล ให้ครอบคลุมพื้นที่สำคัญ ๆ ในแต่ละภาคของประเทศ

(3) Vanilla Group

Vanilla Group เป็นกลุ่มร้านอาหารที่ออกแบบมาเพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่ทันสมัย มีรสนิยม และความเป็นตัวของตัวเอง ร้านอาหารใน **Vanilla Group** จะนำเสนออาหารที่มีคุณภาพ ในบรรยากาศที่มีเอกลักษณ์ของตัวเอง

■ ร้าน Vanilla Brasserie: Cafe/patisserie Salon de the Creperie/ Chocolatier/ Confiseri

มีแรงบันดาลใจจากรูปแบบของ French Café นำมาประยุกต์เพื่อให้เข้ากับ Lifestyle ที่ทันสมัยของกลุ่มลูกค้าของสถานที่ตั้ง (สยามพารากอน ซีโอปิ้งมอลล์) นำเสนอความพิถีพิถันของการสร้างสรรค์เมนู อาทิ พาสต้า สลัด-แซนวิช และขนมหวานสไตล์ฝรั่งเศส พร้อมทั้งสินค้าที่ระลึก

■ ร้าน Vanilla Café: Japanese Style Café

ร้านอาหารสไตล์อิตาเลียน-ญี่ปุ่นบรรยากาศการตกแต่ง Retro สไตล์ญี่ปุ่นที่เน้นความเรียบง่ายให้แต่ละมุมในร้านมีความเป็นส่วนตัว จูงใจด้วยการคิดค้นเค้กและขนมญี่ปุ่นที่หลากหลายเหมือนมารับประทานอาหารที่บ้านเพื่อนทางเลือกใหม่ที่ประสบความสำเร็จอย่างมากในการสร้างความพึงพอใจให้กลุ่มลูกค้าระดับบน

■ Vanilla Home Café: Quick Lunch & Street Food

ร้านสไตล์วานิลลาภายใต้คอนเซ็ปต์ “อาหารไทยพื้นบ้านทานง่าย” ใส่ใจในเรื่องการคัดสรรวัตถุดิบที่สดใหม่มีคุณภาพและนำมาปรุงอย่างพิถีพิถัน พร้อมนำเสนอเบเกอรี่ เครื่องดื่ม และขนมหวานที่ผสมผสานวัตถุดิบแบบไทย

■ ร้าน Vanilla Bake Shop

ร้านขนมอบแบบโฮมเมดคาเฟ่ ในบรรยากาศแบบ Industrial Look ออกแบบตกแต่งด้วยถ้วยวัสดุที่เป็นเหล็ก ไม้ กระเบื้อง และมีการเปิดผิวของวัสดุตกแต่งให้เห็นความเป็นธรรมชาติ รูปแบบการจัดเสิร์ฟของเมนูร้านจะเน้นเป็นแบบ sharing นอกจากนี้ในร้านยังมีมุมสำหรับบริการอาหารแบบ chef's table และ cooking workshop อีกด้วย

(4) Patio: Delicatessen

ร้านอาหารนานาชาติ Delicatessen บริการลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่ชื่นชอบอาหารนานาชาติในลักษณะ Home Style Cooking ในบรรยากาศเรียบง่าย และสบาย ๆ

(5) Patara: Fine Thai Cuisine

บริการอาหารไทยร่วมสมัย สำหรับงานเลี้ยงสังสรรค์เชิงธุรกิจ และโอกาสพิเศษต่าง ๆ รวมทั้งการจัดงานประชุม และงานพิธีมงคล ในบรรยากาศวัฒนธรรมไทยอันอบอุ่นสบายแต่มีระดับ และได้รับรางวัล Thailand Best Restaurant ติดต่อกันมา 9 ปี

(6) Grand Seaside: Seafood

ร้านอาหารทะเล และอาหารไทยร่วมสมัยในบรรยากาศสบายๆชายทะเลบริเวณปลายแหลมฟาน อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

(7) BlueCup Coffee

ร้าน BlueCup Coffee เป็นจุดจำหน่ายกาแฟสดคุณภาพในร้านเอสแอนด์พี เริ่มต้นขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 21 มกราคม 2545 ที่ ร.พ. ศิริราช ซึ่งในขณะนั้นเป็นช่วงที่ตลาดกาแฟสดกำลังเริ่มพัฒนาในประเทศไทย เมื่อหันกลับมาเห็นถึงความพร้อมของบริษัท ศักยภาพและทรัพยากรที่ต้องการให้ร้านเอสแอนด์พี มีกาแฟสดคุณภาพไว้คอยให้บริการจึงถือเป็นจุดกำเนิดของชื่อ BlueCup Coffee ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ปัจจุบันกาแฟ BlueCup ในร้านเอสแอนด์พีมีทั้งหมด 236 จุดขายทั่วประเทศ เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของ BlueCup Coffee คือเป็นร้านกาแฟชั้นนำที่อยู่ในใจของผู้บริโภคคนไทย มีกาแฟสดคุณภาพ อาหาร และเบเกอรี่อร่อย ในบรรยากาศแบบสบายๆ และบริษัทมีแผนที่จะขยายร้านกาแฟ BlueCup เพื่อให้ถึงกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ ทั้งนี้นอกจากจุดขายในร้านเอสแอนด์พีแล้ว ยังมีการริเริ่มเปิดร้านกาแฟ BlueCup ที่เป็นแบบ ‘standalone store’ ให้บริการอีกด้วย โดยสาขาแรกคือร้านกาแฟ BlueCup ที่ห้างเซ็นทรัลเวิร์ล และสาขาล่าสุดที่เปิดคือที่สนามบินสุวรรณภูมิ

1.2 กลุ่มธุรกิจที่ดำเนินการโดย บริษัทย่อย

1.2.1 บริษัท เอส แอนด์ พี อินเทอร์เน็ตชั่นแนล ฟู้ดส์ จำกัด

ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว 10 ล้านบาท จัดตั้งบริษัทขึ้นเมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม 2555 โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.99 ดำเนินธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย ปัจจุบันมีร้านอาหารญี่ปุ่นแบบฟรนไชส์ ภายใต้แบรนด์ Maisen

▪ ร้านไมเซน

ทงคัตสึไมเซน คือ ร้านอาหารประเภททงคัตสึ หรือ หมูชุบแป้งทอด ที่มีประวัติอันยาวนานมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1965 และได้รับความนิยมจากคนไทยทั่วประเทศ โดยได้รับการขนานนามว่าเป็น “ทงคัตสึที่อร่อย..นุ่ม จนใช้ตะเกียบตัดได้” ในปี 2554 ทงคัตสึไมเซนได้ทดลองการเข้าสู่ปีที่ 48 ด้วยการร่วมมือทางธุรกิจกับ S&P เปิดร้านทงคัตสึไมเซนร้านแรกในประเทศไทย ที่ชั้น B สีสคอมเพล็กซ์ เพื่อให้คนไทยได้ลิ้มลองทงคัตสึที่ปรุงด้วยกรรมวิธีที่พิถีพิถัน ชูเกล็ดขนมปังกรอบ เบา รวากับกลีบดอกไม้ที่ฝลิดาน และซอสสูตรเฉพาะทงคัตสึ จนได้ทงคัตสึในฝันที่อร่อยนุ่ม...ไม่เหมือนใคร โดย ณ 31 ธันวาคม 2557 มีทั้งหมด 6 สาขา

1.2.2 บริษัท เอส แอนด์ พี อินเตอร์เนชั่นแนล ฟู้ดส์ (กัมพูชา) จำกัด

ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว 1,830 ล้านบาท (เทียบเท่า 14.88 ล้านบาท) จัดตั้งบริษัทขึ้นเมื่อวันที่ 30 เมษายน 2557 โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.96 ดำเนินธุรกิจร้านอาหารในประเทศกัมพูชา ปัจจุบันมีร้านอาหารเอส แอนด์ พี อยู่ 1 สาขา คือ ที่ห้างอโชน มอลล์ กรุงพนมเปญ

1.2.3 บริษัท เอส แอนด์ พี แอสเซท จำกัด

ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว 1 ล้านบาท โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.93 ดำเนินธุรกิจในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

1.2.4 บริษัท เอส แอนด์ พี โกลเบล จำกัด

ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว 50 ล้านบาท โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 80 ดำเนินธุรกิจร้านอาหารในต่างประเทศ มีรายละเอียดดังนี้

(1) ธุรกิจร้านอาหารในต่างประเทศ

กลุ่ม เอส แอนด์ พี เป็นตัวอย่างหนึ่งของการทำธุรกิจร้านอาหารที่ประสบความสำเร็จทั้งตลาดในประเทศ และต่างประเทศ และบริษัทถือได้ว่าเป็นหนึ่งของตัวแทนวัฒนธรรมไทยด้านอาหารในต่างแดนโดยมีการขยายสาขาในต่างประเทศ ในลักษณะลงทุนทางตรงและการร่วมทุนกับนักลงทุนท้องถิ่นในต่างประเทศ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีร้านอาหารในต่างประเทศ รวม 25 สาขา ใน 7 ประเทศ ดังนี้

	อังกฤษ	สวิสเซอร์แลนด์	ออสเตรเลีย	ไต้หวัน	สิงคโปร์	จีน	มาเลเซีย	รวม
Patara	4	1	1	-	1	1	-	8
SUDA	1	-	-	-	-	-	-	1
Siam Kitchen	-	-	-	-	5	-	-	5
Bangkok Jam	-	-	-	2	8	-	-	10
Bangkok Beat Bistro	-	-	-	-	-	-	1	1
รวม	5	1	1	2	14	1	1	25

■ Patara: Fine Thai Cuisine

ร้านอาหารไทยให้บริการในบรรยากาศหรู อาหารไทยรสแต่เก่าพันยุคสมัยสไตล์ตะวันตก มี 4 สาขา ในประเทศอังกฤษ และมี 1 สาขา ในประเทศ สวิสเซอร์แลนด์ ออสเตรเลีย สิงคโปร์ และจีน

■ SUDA: Thai Cafe Restaurant

แบรนด์น้องใหม่ได้ปักบริหารของ S&P Global เป็นร้านอาหารไทยที่นำเสนอความหลากหลายของอาหารไทยที่ถูกใจผู้บริโภครุ่นใหม่ของศตวรรษที่ 21 ทั่วโลก

■ Siam Kitchen: Authentic Thai Restaurant

ร้านอาหารที่ขายอาหารไทยที่เป็นที่นิยม และเป็นที่ยอมรับของคนต่างชาติ ร้าน Siam Kitchen ได้รับสัญลักษณ์ Halal จึงเป็นร้านอาหารไทยแบรนด์เดียวที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคชาวมุสลิม ตั้งอยู่ในประเทศสิงคโปร์ 5 สาขา

■ Bangkok Jam (Singapore) / Bangkok Beat Bistro (Malaysia): Thai and Pan-Asian

Cuisine

อาหารไทยที่ได้อิทธิพลจากประเทศในภูมิภาคเอเชียเป็นร้านสำหรับหนุ่มสาววัยทำงานที่ต้องการความทันสมัย ทันใจทุกความต้องการ มี 8 สาขาในประเทศสิงคโปร์ และ 2 สาขาในประเทศไต้หวัน และเปิดใหม่ 1 สาขาในประเทศมาเลเซีย ภายใต้ Brand “Bangkok Beat Bistro”

1.2.5 บริษัท อุเมะโนะฮานะ เอส แอนด์ พี จำกัด

ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว 25 ล้านบาท จัดตั้งบริษัทขึ้นเมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2556 โดยบริษัท S&P Syndicate Public Company Limited ถือหุ้นร้อยละ 60 และบริษัท Umenohana Co.,Ltd ถือหุ้นร้อยละ 40 ดำเนินธุรกิจภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารภายใต้แบรนด์ Umenohana ในประเทศไทย

■ ร้านอุเมะโนะฮานะ

ร้านอาหารอุเมะโนะฮานะ (Umenohana) ถือเป็นร้านอาหารญี่ปุ่นที่มีคอนเซ็ปต์หลักสามประการได้แก่ (1) การเป็นร้านอาหารญี่ปุ่นแบบโคเชกิดังเดิม ที่ถือว่าการรับประทานอาหารไม่ใช่เป็นเพียงแค่การดับความหิวกระหาย แต่เป็นสิ่งที่ช่วยเติมเต็มคุณค่าทางจิตใจ (2) การนำเสนอความอร่อยที่เหนือความคาดหมาย เพราะเน้นให้อาหารทุกจานที่เสิร์ฟเป็นอาหารจานพิเศษสุดเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมนูที่เป็นเอกลักษณ์คือเมนูปูและเมนูเต้าหู้หลากหลายรายการ และ (3) การมอบความประทับใจที่ไม่มีวันลืม ด้วยบริการจากพนักงานที่ได้รับการฝึกฝนมาอย่างเข้มงวดและต่อเนื่องเป็นเวลานาน เพื่อมุ่งมั่นในการให้บริการด้วยหัวใจอย่างเต็มที่ในทุกๆ วัน

1.3 กลุ่มธุรกิจที่ดำเนินการโดย บริษัทร่วม

(1) บริษัท เดอะ ไทย คูซีน จำกัด

ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว 40 ล้านบาทโดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 50.00 ดำเนินธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเพื่อส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรผู้ที่มีความสนใจในธุรกิจด้านอาหารไทย โดยเปิดดำเนินการ ณ อาคารสำนักงานทองหล่อ ซอยสุขุมวิท 55 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

(2) บริษัท ฟู้ดเฮ้าส์ เคเทอร์ริ่ง เซอร์วิสเชส จำกัด

ทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว 10 ล้านบาทโดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 49.97 ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านโภชนาการที่หลากหลายในลักษณะแคนทีน หรือรับจ้างเหมา การทำอาหารให้กับกลุ่มสถาบันต่างๆ เช่น โรงพยาบาล โรงงาน อุตสาหกรรม และสถานศึกษาต่างๆ โดยเป็นการร่วมทุนกับบริษัทฟรอฟเพอร์ตี แคร้ เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัดในเครือบริษัทไอซีเอส ประเทศอังกฤษ ภายใต้แบรนด์ “ฟู้ดเฮ้าส์” (Food house)

(3) บริษัท เฮลตี้ ดิสทริบิวเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด

ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว 100 ล้านบาทโดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 47.99 ดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายไอศกรีม “ฮาเก้น-ดาส”

■ Häagen Dazs Café: Super Premium Ice-Cream

ฮาเก้น-ดาส ไอศกรีมซูเปอร์พรีเมียมคุณภาพสูงระดับโลก ด้วยการบรรจงคัดสรรเฉพาะส่วนผสมชั้นเยี่ยมจากทั่วทุกมุมโลก นำมาผลิตเป็นไอศกรีมเนื้อแน่นนุ่มละมุนกับรสชาติที่หลากหลาย อร่อย เข้มข้น สัมผัสช่วงเวลาอันแสนพิเศษนี้ได้ที่ ฮาเก้น-ดาสคาเฟ่ ทั้ง 38 แห่งทั่วประเทศไทย และจุดขายทั้งในโรงแรม ร้านอาหารไฮเปอร์มาร์เก็ต และซูเปอร์มาร์เก็ต ขึ้นมาทั่วไป

1.2 วิสัยทัศน์ในการดำเนินงานของบริษัท

เราจะก้าวเข้าสู่การดำเนินธุรกิจในปีที่ 42 โดยยังคงยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีตลอดไป

สารจากประธานกรรมการบริษัท

ปี 2557 เป็นอีกหนึ่งปีที่ เอส แอนด์ พี ยังคงมุ่งมั่นผลักดันให้ธุรกิจของเราดำเนินต่อไปได้อย่างดีที่สุด แม้ว่าการดำเนินธุรกิจของเราจะได้รับผลกระทบมากมายจากสถานการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้นภายในประเทศ รวมทั้งภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังกระเตื้องขึ้นมาไม่มากนัก แต่เราได้มีการดำเนินการทางธุรกิจที่สำคัญหลายเรื่อง ทั้งการเปิดขอพและสาขาใหม่โดยเลือกพื้นที่ที่ผ่านการพิจารณาอย่างรอบคอบว่าเป็นการลงทุนที่เหมาะสม มีการปรับปรุงสาขาที่เปิดมายาวนานเพื่อให้สามารถคงคุณภาพของการบริการให้ได้ตามมาตรฐานเอส แอนด์ พี

สำหรับประเทศในกลุ่ม AEC เรามีการขยายสาขาแห่งแรกที่กรุงเทพมหานคร ประเทศกัมพูชา นับเป็นครั้งแรกที่เรานำร้านภายใต้แบรนด์ เอส แอนด์ พี ไปต่างประเทศ ซึ่งก็ได้รับการต้อนรับเป็นอย่างดี และกำลังมีแผนจะขยายสาขาเพิ่มขึ้นอีกเช่นเดียวกับประเทศในกลุ่ม AEC อื่นๆที่เรามีการวางแผนที่จะเปิดร้านเพิ่มขึ้นเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจของเราและเป็นการขยายพื้นที่การให้บริการอาหารให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

ในส่วนของสินค้าและบริการ เรามีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้ลูกค้ามีโอกาสได้เลือก สรรอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ รสชาติอร่อย และมีความหลากหลายมากขึ้น นอกจากนั้นเรายังได้มีการจัดงานพบปะสังสรรค์กับลูกค้าที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจเรามาตลอดเพื่อกระชับความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้น และเพื่อร่วมช่วยกันสนับสนุนการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพเพื่อลูกค้าของเราทุกท่าน

ในนามของคณะกรรมการบริษัท ขอขอบคุณผู้ถือหุ้น คู่ค้า ลูกค้า รวมทั้งผู้บริหารและพนักงานทุกท่านที่ให้การสนับสนุนบริษัทด้วยดีตลอดมา เรายังคงมุ่งมั่นที่จะรักษาคุณภาพความเป็น เอส แอนด์ พี ในการให้บริการอาหารอร่อย ในบรรยากาศดี บริการเยี่ยม รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม เรายังก้าวเข้าสู่การดำเนินธุรกิจในปีที่ 42 โดยยังคงยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีตลอดไป

1.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเบเกอรี่ภายใต้เครื่องหมายการค้า “เอส แอนด์ พี” ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2516 โดยเริ่มต้นจากการเป็นร้านขายไอศกรีม อาหาร และของว่างในซอยสุขุมวิท 23 (ซอยประสานมิตร) ซึ่งได้รับความนิยมและการตอบรับจากลูกค้าจำนวนมาก จึงมีแนวคิดในการขยายประเภทธุรกิจเพิ่มขึ้นด้วยการทำธุรกิจร้านเบเกอรี่ และประสบความสำเร็จจากการเป็นผู้นำในการผลิตเค้กแต่งหน้าตามสั่งและเค้กสายการตูนรายแรกในประเทศไทย รวมทั้งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ธุรกิจอาหารและเบเกอรี่ของร้านได้รับความนิยมแพร่หลายในกลุ่มลูกค้า ส่งผลให้มีการขยายสาขาอย่างรวดเร็วในแหล่งทำเลที่สำคัญทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด โดยในปี 2523 เอส แอนด์ พี ได้เปิดตัวสาขาสยามสแควร์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นเจ้าแรกที่นำกลยุทธ์ด้านการตลาดร้านอาหารมาใช้ อาทิ ระบบหมักน้ำ และสื่อโฆษณาทางวิทยุ นอกจากนี้ เอส แอนด์ พี ยังเป็นผู้นำเทรนด์ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้าอีกด้วย สำหรับในต่างจังหวัดนั้น จังหวัดเชียงใหม่ถือเป็นจังหวัดแรกที่ เอส แอนด์ พี มีการขยายสาขาออกไป

ในปี 2532 บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทมีการลงทุนและขยายงานทั้งทางด้านธุรกิจร้านอาหารและการผลิตเบเกอรี่อย่างต่อเนื่อง ภายใต้แบรนด์ “เอส แอนด์ พี” ประกอบด้วย ธุรกิจร้านอาหารเอส แอนด์ พี และธุรกิจเอส แอนด์ พี เบเกอรี่ซ้อพ โดยมุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น บริษัทสามารถสร้างเครื่องหมายการค้า “เอส แอนด์ พี” ให้เป็นที่ยอมรับได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ บริษัทยังสามารถนำเสนอและสร้างแบรนด์ใหม่ๆ ให้เป็นที่ยอมรับแก่กลุ่มลูกค้าในระดับต่างๆ อย่างแพร่หลาย ได้แก่ ร้านอาหารไทยร่วมสมัย “Patarā” ร้านอาหารนานาชาติ “Patio” กลุ่มร้านอาหารในบรรยากาศที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง “Vanilla” ร้านกาแฟ “BlueCup” ผลิตภัณฑ์ขนมไทย “Simply Thai” ลูกก๊ี้ “Delio” วนคาราจีแน “Jelio Jelly” และที่สำคัญคือ เอส แอนด์ พี ถือเป็นผู้ริเริ่มพัฒนาธุรกิจการจำหน่ายขนมไหว้พระจันทร์ตรา “S&P” และ “มังกรทอง” ด้วยการบรรจุในซองสวยงามที่ช่วยรักษาคุณภาพขนมได้นานขึ้น พร้อมบรรจุภัณฑ์ดีไซน์หรูและทันสมัย

ในปี 2533 บริษัทได้มีการขยายฐานลูกค้าไปยังต่างประเทศ โดยได้เปิดร้านอาหารไทยแห่งแรกภายใต้ชื่อร้าน “ภัทรา”(Patarā Fine Thai Cuisine) ที่กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ด้วยต้องการให้ชาวต่างชาติได้ลิ้มรสชาติอาหารไทยที่ดี มีคุณภาพ ซึ่งก็ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ประกอบกับความนิยมของอาหารไทยในต่างประเทศมีมากขึ้น จึงมีการขยายร้านอาหารอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบัน เอส แอนด์ พี มีร้านอาหารไทยตั้งอยู่ใน 8 ประเทศทั่วโลก คือ อังกฤษ สวิสเซอร์แลนด์ ออสเตรเลีย ไต้หวัน สิงคโปร์ จีน มาเลเซีย และกัมพูชา รวมทั้งสิ้น 26 สาขา ภายใต้แบรนด์ที่หลากหลายทั้ง Patarā, SUDA, Siam Kitchen, Bangkok Jam Bangkok Beat Bistro รวมทั้งแบรนด์ S&P ด้วย

บริษัทได้มีการวิจัยและพัฒนาด้านธุรกิจอาหารสำเร็จรูปรวมทั้งอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานและผลิตภัณฑ์ไส้กรอกภายใต้แบรนด์ “Quick Meal” และ “Premo” เพื่อตอบสนองต่อทัศนคติและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค บริษัทได้ลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาด้านธุรกิจอาหารสำเร็จรูปอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สินค้าของบริษัทได้รับการยอมรับจากกลุ่มผู้บริโภคเพิ่มขึ้น โดยเน้นจุดแข็งในด้านคุณภาพ รสชาติ และความหลากหลายของเมนู และเพื่อให้การทำธุรกิจครบวงจรเพิ่มขึ้น กลุ่มเอส แอนด์ พี ได้มีการขยายฐานการให้บริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่ ภายใต้แบรนด์ “Caterman” บริการจัดส่งอาหารถึงบ้านและบริการอาหารปันโต (Delivery: 1344) นอกจากนี้ เพื่อให้การบริการของบริษัทครอบคลุมกลุ่มลูกค้าได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มที่ชื่นชอบอาหารญี่ปุ่น บริษัทก็ได้นำร้าน Maisen ซึ่งเป็นร้านหมูทอดที่มีชื่อเสียง

ที่สุดในกรุงโตเกียวมาเปิดบริการนอกประเทศญี่ปุ่นเป็นครั้งแรกในปี 2555 และในปี 2556 ได้นำร้านอาหารญี่ปุ่นแนวไคเซกิ
ดั้งเดิมที่มีชื่อเสียงมากของญี่ปุ่น คือร้าน Umenohana มาเปิดให้บริการครั้งแรกนอกประเทศญี่ปุ่น

ในปี 2557 ซึ่งเป็นปีที่บริษัทดำเนินการมาครบ 41 ปี บริษัทยังคงมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาและสร้างผลิตภัณฑ์
ใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อความเป็นผู้นำด้านธุรกิจร้านอาหารและเบเกอรี่แบบครบวงจร รวมทั้งการบริการที่ครอบคลุมช่องทาง
การจำหน่ายต่างๆในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยมีหลักปฏิบัติที่ยึดถือตลอดมา คือการนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ
ดี มีคุณค่ามาตรฐานสากลเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดีที่สุด

1.4 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



หมายเหตุ

* ยังไม่เปิดดำเนินงาน

บริษัทย่อยและบริษัทในเครือ

ชื่อ / ที่ตั้ง	ธุรกิจหลัก	จำนวนหุ้นสามัญ (หุ้น)		อัตรา การถือหุ้น (ร้อยละ)
		จำนวน หุ้นรวม	จำนวนหุ้น ที่ถือ	
บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) เลขที่ 2034/100-107 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : +66 (0) 2785-4000 โทรสาร : +66 (0) 2785-4040	ประกอบกิจการร้านอาหารและเบเกอรี่ ผู้ผลิตเค้ก ขนมปัง ขนมไทย ผลิตภัณฑ์ อาหารและเบเกอรี่ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง บริการส่งอาหารถึงบ้าน บริการจัดเลี้ยง นอกสถานที่ บริหารและลงทุนเปิดร้าน อาหารไทยในต่างประเทศ			
บริษัท เอส แอนด์ พี อินเตอร์เนชั่นแนล ฟู้ดส์ จำกัด เลขที่ 2034/100 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ โทรศัพท์ : +66 (0) 2785-4000 โทรสาร : +66 (0) 2785-4506	ดำเนินกิจการร้านอาหารญี่ปุ่น ภายใต้ชื่อ "MAISEN"	500,000	499,970	99.99%
บริษัท เอส แอนด์ พี อินเตอร์เนชั่นแนล ฟู้ดส์ (กัมพูชา) จำกัด Level 6 th , Phnom Penh Tower, No. 445, Preah Monivong Boulevard, Sangkat Beoung Prolit, Khan7 Makara, Phnom Penh, Cambodia Tell : +855 23 901 415 โทรสาร : -	ดำเนินกิจการร้านอาหาร ภายใต้ชื่อ "S&P Restaurant" และ "BlueCup" ในประเทศกัมพูชา	45,750	45,730	99.96%
บริษัท เอส แอนด์ พี แอสเซท จำกัด เลขที่ 1/2 ซอยอรชรกระวี 1 ถนนสุขุมวิท 26 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : +66 (0) 2185-1313 โทรสาร : +66 (0) 2185-1290	ดำเนินกิจกรรมในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เพื่อให้ร้านอาหารเช่า	10,000	9,993	99.93%

ชื่อ / ที่ตั้ง	ธุรกิจหลัก	จำนวนหุ้นสามัญ (หุ้น)		อัตรา การถือหุ้น (ร้อยละ)
		จำนวน หุ้นรวม	จำนวนหุ้น ที่ถือ	
บริษัท เอส แอนด์ พี โกลเบล จำกัด เลขที่ 2034/100 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : +66 (0) 2785-4000	ประกอบกิจการร้านอาหารไทยในต่างประเทศ โดยมีบริษัทในเครือ 10 บริษัท ดังนี้	500,000	400,000	80.00%
บริษัท เอส แอนด์ พี เรสทัวรองท์ จำกัด * Suite 4.16 130 Shaftesbury Ave, London, W1D 5EU,UK Tel : (44) 020 7031 1168, 020 7031 1169 Fax : (44) 020 7031 1167	ประกอบกิจการร้านอาหารไทย ภายใต้ชื่อ "ภัทรา" ปัจจุบันมี 4 สาขา และ ภายใต้ชื่อ "สุดา" ปัจจุบันมี 1 สาขา	100,000	96,000	96.00%
ภัทรา (เจนีวา) เอสเอ * No.94, Rue des Eaux-Vives CH-1207, Geneva Switzerland Tel : (4122) 735-0517 Fax : (4122) 735-0538	ประกอบกิจการร้านอาหารไทย ภายใต้ชื่อ "ภัทรา" ที่กรุงเจนีวา ปัจจุบันมี 1 สาขา	200	124	62.00%
ภัทรา ไลน์ ไทย คูซีน (ฟิทีอี) จำกัด * จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัทจาก บริษัท ฮิม ฟูดส์ (ฟิทีอี) จำกัด ** 211 Henderson Road #05-03 Singapore 159552 Tel : (65) 6411-4990 Fax : (65) 6411-4991	ประกอบกิจการร้านอาหารไทย ภายใต้ชื่อ "ภัทรา" ที่ประเทศสิงคโปร์ ปัจจุบันมี 1 สาขา	600,000	300,000	50.00%
เอส เค เคเทอร์ริง (ฟิทีอี) จำกัด * 211 Henderson Road #05-03 Singapore 159552 Tel : (65) 6411-4990 Fax : (65) 6411-4991	ประกอบกิจการร้านอาหารไทย ภายใต้ชื่อ "สยามคิทเชน" ปัจจุบันมี 5 สาขา และชื่อ "บางกอกแจ่ม" ปัจจุบันมี 8 สาขา	300,000	150,000	50.00%

ชื่อ / ที่ตั้ง	ธุรกิจหลัก	จำนวนหุ้นสามัญ (หุ้น)		อัตรา การถือหุ้น (ร้อยละ)
		จำนวน หุ้นรวม	จำนวนหุ้น ที่ถือ	
บริษัท ภัทรา ไฟน์ ไทย คูซีน จำกัด Sutherland House , 1795 London Road , Leigh on Sea Essex SS9 2RZ, UK Tel : +44 (0) 20 8874 6503	ประกอบกิจการร้านอาหารไทย ภายใต้ชื่อ "ภัทรา" ที่สหราชอาณาจักร ปัจจุบันยังไม่เปิดดำเนินการ	1	0.96	96.00%
บริษัท สุธา จำกัด Sutherland House , 1795 London Road , Leigh on Sea Essex SS9 2RZ ,UK Tel : +44 (0) 20 7240 8010	ประกอบกิจการร้านอาหารไทย ภายใต้ชื่อ "สุธา" ที่สหราชอาณาจักร ปัจจุบันยังไม่เปิดดำเนินการ	1	0.69	96.00%
บริษัท ภัทรา อินเตอร์เนชั่นแนล เรสทัวรองท์ แมนเนจเม้นท์ (ปักกิ่ง) จำกัด * 6 th Floor, Jinbao Place, 88 Jinbao Street, Dongcheng District, Beijing, China Tel : (8610) 852-21678 Fax : (8610) 852-21369	ประกอบกิจการร้านอาหารไทย ภายใต้ชื่อ "ภัทรา" ปัจจุบันมี 1 สาขา	4,000,000	3,650,000	91.25%
ภัทรา เรสทัวรองท์ เวียนนา จีเอ็มบีเอช ** Petersplatz 1 / Goldschmiedgasse 9 / Graben 27 – 28 / Top.Nr.7 1010 Wien / Vienna, Austria Tel : +43 199 719 38 Fax : -	ประกอบกิจการร้านอาหารไทย ภายใต้ชื่อ "ภัทรา" ปัจจุบันมี 1 สาขา	1,200,000	1,116,600	93.05%
บริษัท บางกอกแฉม จำกัด *** 1F, No.12, Ln.247, Sec 1, Dun-hua S. RD., Taipei, Taiwan Tel : (8862) 2731-5288 Fax : (8862)2731-5243	ประกอบกิจการร้านอาหารไทย ภายใต้ชื่อ "บางกอกแฉม" ปัจจุบันมี 2 สาขา	5,000,000	2,500,000	50.00%

ชื่อ / ที่ตั้ง	ธุรกิจหลัก	จำนวนหุ้นสามัญ (หุ้น)		อัตรา การถือหุ้น (ร้อยละ)
		จำนวน หุ้นรวม	จำนวนหุ้น ที่ถือ	
บริษัท บางกอกเจม เอสดีเอ็น บีเอชดี**** No.79A Jalan SS 21/37 Damansara Utama 47400 Petaling Jaya Selangor Darul Ehsan Malaysia โทรศัพท์ : +66 (0) 2696-1001	ประกอบกิจการร้านอาหารไทย ภายใต้ชื่อ “บางกอก ปีช ปีสโตร์” ปัจจุบันมี 1 สาขา	350,000	174,999	49.99%
บริษัท อุเมะโนะฮานะ เอส แอนด์ พี จำกัด เลขที่ 2034/100 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : +66 (0) 2785-4000	ดำเนินกิจการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น และ ผลิตภัณฑ์อาหาร ภายใต้ชื่อ “UMENOHANA”	250,000	150,000	60.00%
บริษัท เดอะ ไทย คูซีน จำกัด เลขที่ 457-457/1-6 ซอยสุขุมวิท 55 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : +66 (0) 2636-6901 โทรสาร : +66 (0) 2636-7660	เน้นกิจการโรงเรียนสอน ภายใต้ชื่อ “โรงเรียนการอาหารไทย เอ็ม เอส ซี”	400,000	200,000	50.00%
บริษัท ฟู้ดแฮร์ส เคเทอร์ริ่ง เซอร์วิสเชส จำกัด เลขที่ 234 ซอยสุขุมวิท 101 (ปทุมวัน) (วิลิ) ถ.สุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : +66 (0) 2741-8800 โทรสาร : +66 (0) 2741-8260	ให้บริการด้านโภชนาการที่หลากหลาย ในลักษณะแคนทีนหรือรับทำอาหารให้กับ กลุ่มสถาบันต่าง ๆ เช่น โรงพยาบาล โรงงานอุตสาหกรรม และสถานศึกษาต่าง ๆ	10,000	4,997	49.97%
บริษัท เอชดี ดิสทริบิวเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 539/2 อาคารมหานครยิบซัม ชั้น 20 ถ.ศรีอยุธยา แขวงถนนพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ โทรศัพท์ : +66 (0) 2696-1000 โทรสาร : +66 (0) 2696-1001	นำเข้าและจัดจำหน่ายไอศกรีม ภายใต้ชื่อ “ฮาเก้น-ดาส”	200,000	95,996	47.99%

หมายเหตุ	* เป็นบริษัทที่ถือหุ้นโดยบริษัท เอส แอนด์ พี โกลเบล จำกัด
	** เป็นบริษัทที่บริษัท เอส แอนด์ พี โกลเบล จำกัด ถือหุ้นโดยผ่านบริษัท เอส แอนด์ พี เรสทัวรองท์ จำกัด ในประเทศอังกฤษ จำนวน 510,000 หุ้น
	*** เป็นบริษัทที่บริษัท เอส แอนด์ พี โกลเบล จำกัด ถือหุ้นโดยผ่านบริษัท เอส เค เคเทอริง พีทีอี จำกัด ในประเทศสิงคโปร์ จำนวน 2,500,000 หุ้น
	**** เป็นบริษัทที่บริษัท เอส แอนด์ พี โกลเบล จำกัด ถือหุ้นโดยผ่านบริษัท เอส เค เคเทอริง พีทีอี จำกัด ในประเทศสิงคโปร์ จำนวน 174,999 หุ้น
	บริษัท เอส แอนด์ พี ฟู้ดส์ โซลูชั่น จำกัด มิได้แสดงรายละเอียดไว้โครงสร้างผู้ถือหุ้นเนื่องจากได้หยุดดำเนินกิจการและได้จดทะเบียนชำระบัญชีแล้วเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2557
	บริษัท ภัทรา ไต้หวัน จำกัด และบริษัท พาทีโอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มิได้แสดงรายละเอียดไว้โครงสร้างผู้ถือหุ้นเนื่องจากได้หยุดดำเนินกิจการและได้จดทะเบียนชำระบัญชีแล้วในระหว่างปีสิ้นสุดวันที่ 30 ธันวาคม 2557

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

2.1.1 ธุรกิจร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ในประเทศ

ในปี 2557 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการขายและบริการจำนวน 7,257 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อน เป็นจำนวน 257 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 3.67 โดยมีกำไรสุทธิจำนวน 498 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากปีก่อน 128 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรที่ลดลงร้อยละ 20.45 โดยสาเหตุสำคัญมาจากรายได้จากการขายในประเทศมีการเติบโตน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ โดยมีอัตราการเติบโตเพียงร้อยละ 2.69 ซึ่งเป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว และการเข้ามาของธุรกิจอาหารจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตามในปี 2557 กลุ่มบริษัทได้มีการขยายธุรกิจเพื่อรองรับการเจริญเติบโตในอนาคตอย่างต่อเนื่อง โดยมีการเปิดร้านอาหารและเบเกอรี่ซัฟ ภายใต้แบรนด์ “S&P” จำนวน 437 จุดขาย นอกจากนั้นยังได้ขยายธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นประเภทหมูทอด ทงคัตสึ ภายใต้แบรนด์ “Maisen” โดยในปี 2557 เปิดเพิ่มอีก 3 สาขา และในเดือนมิถุนายน 2557 บริษัทได้ขยายธุรกิจร้านอาหารไทย ภายใต้แบรนด์ “S&P” ในประเทศกัมพูชา ซึ่งจากการขยายตัวของยอดขายในต่างประเทศดังกล่าว ส่งผลให้สัดส่วนของรายได้จากต่างประเทศเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 12.75 ในปี 2556 เป็นร้อยละ 14.02 ในปี 2557

รายได้จากการขายและบริการ

รายได้จากการขายและบริการเพิ่มขึ้นจาก 7,000 ล้านบาท ในปี 2556 เป็น 7,257 ล้านบาทในปี 2557 หรือมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 3.67 สามารถแบ่งแยกตามประเภทช่องทางการจัดจำหน่ายได้ ดังนี้

รายได้แยกตามประเภทช่องทางการจัดจำหน่าย

(หน่วย: ล้านบาท)

ช่องทางการจำหน่าย	ปี 2557		ปี 2556		เพิ่มขึ้น (ลดลง) ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ธุรกิจร้านอาหารและเบเกอรี่ภายในประเทศ	5,528	76.17	5,382	76.89	2.84
ธุรกิจขายส่งอาหารและเบเกอรี่สำเร็จรูป	711	9.80	722	10.31	(2.49)
ธุรกิจร้านอาหารในต่างประเทศ	1,017	14.02	892	12.74	14.01
อื่น ๆ *	1	0.01	4	0.06	(82.50)
รวมทั้งสิ้น	7,257	100.00	7,000	100.00	3.67

* รายได้จากการให้เช่าสถานที่แก่บุคคลภายนอก

(1) ธุรกิจร้านอาหารและเบเกอรี่ภายในประเทศ

ในปี 2557 รายได้จากธุรกิจนี้มีสัดส่วนร้อยละ 76.27 ของรายได้จากการขายและบริการเพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อนเป็นจำนวน 153 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 2.84 อันเนื่องมาจากยอดขายของร้านอาหารและเบเกอรี่ของจุดขายเดิมประกอบกับยอดขายจากการเปิดจุดขายเพิ่มเติม ทั้งแบรนด์ “S&P” และ แบรนด์ “Maisen” ซึ่งในปี 2557 บริษัทมีการขยายสาขาร้านอาหารและเบเกอรี่ภายใต้แบรนด์ต่างภายในประเทศจำนวน 33 สาขา โดยแบ่งเป็นร้านอาหาร 15 สาขา และร้านเบเกอรี่ 18 สาขา รวมจุดขายของบริษัท ณ วันสิ้นปี 2557 มีจำนวน 446 สาขา โดยแบ่งเป็นร้านอาหาร 126 สาขา และร้านเบเกอรี่ 320 สาขา โดยบริษัทยังคงมุ่งเน้นการเปิดสาขาใหม่สำหรับแบรนด์ “S&P” ในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล เนื่องจากบริษัทมองเห็น ศักยภาพและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มที่ดีขึ้นและเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของบริษัท นอกจากนี้บริษัทยังได้มีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการขายผ่านสื่อโฆษณาออนไลน์

ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลักได้อย่างทั่วถึง เป็นการสร้างความรู้สึกที่ดี มั่นใจและรับรู้ในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตราสินค้า (แบรนด์) “S&P” อย่างต่อเนื่อง

(2) ธุรกิจขายส่งอาหารและเบเกอรี่สำเร็จรูป

ในปี 2557 รายได้จากธุรกิจนี้มีสัดส่วนร้อยละ 9.70 ของรายได้จากการขายและบริการ ลดลงจากงวดเดียวกันของปีก่อนเป็นจำนวน 18 ล้านบาท โดยมีอัตราการลดร้อยละ 2.49 เนื่องจากธุรกิจ Modern Trade ในปัจจุบันเริ่มผลิตสินค้าใน แบรนด์ของตัวเอง ซึ่งสินค้าบางรายการเป็นสินค้าที่ทางบริษัทเคยจำหน่ายให้แก่กลุ่มธุรกิจนี้ ทำให้รายได้จากกลุ่มธุรกิจนี้ลดลง แต่ในขณะเดียวกันบริษัทได้ใช้กลยุทธ์การขยายฐานลูกค้าโดยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าและการจัดหาวัตถุดิบพันธมิตรร้านค้ารายใหม่ที่มีศักยภาพในการสนับสนุนธุรกิจให้มีการเติบโตเพิ่มขึ้น

(3) ธุรกิจร้านอาหารในต่างประเทศ

ในปี 2557 รายได้จากธุรกิจนี้มีสัดส่วนร้อยละ 14.02 ของรายได้จากการขายและบริการ เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อนเป็นจำนวน 125 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 14.01 กลุ่มบริษัทก็มีรายได้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากร้านอาหารไทยในต่างประเทศของบริษัท เป็นที่ยอมรับถึงมาตรฐานของคุณภาพของอาหารและการให้บริการ ทั้งแบรนด์ “Patarra” ที่เป็นที่รู้จักและประสบความสำเร็จอย่างดียิ่งในประเทศไทย อังกฤษ และแบรนด์ “Bangkok Jam” ซึ่งเป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศสิงคโปร์ โดยในปี 2557 มีการเปิดสาขาใหม่ จำนวน 4 สาขา และการขยายธุรกิจร้านอาหารภายใต้แบรนด์ “S&P” ในประเทศกัมพูชา

2.1.2 รายได้แยกตามรายผลิตภัณฑ์

รายได้จากการขายและบริการเพิ่มขึ้นจาก 7,000 ล้านบาท ในปี 2556 เป็น 7,257 ล้านบาทในปี 2557 หรือมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 3.67 สามารถแบ่งแยกตามประเภทช่องทางการจัดจำหน่ายได้ ดังนี้

รายได้แยกตามรายผลิตภัณฑ์

(หน่วย: ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์	ปี 2557		ปี 2556		เพิ่มขึ้น (ลดลง) ร้อยละ
	จำนวนเงิน	ร้อยละ	จำนวนเงิน	ร้อยละ	
เบเกอรี่	3,145	43.34	3,144	44.92	0.03
อาหารและเครื่องดื่มในประเทศ	2,247	30.96	2,117	30.24	6.14
อาหารในต่างประเทศ	1,017	14.02	892	12.74	14.01
ผลิตภัณฑ์อาหาร **	605	8.33	625	8.93	(3.20)
ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ***	243	3.35	222	3.17	9.46
รวมทั้งสิ้น	7,257	100.00	7,000	100.00	3.67

** ผลิตภัณฑ์อาหารที่ผลิตโดยโรงงานของบริษัท ประกอบด้วย อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง ไส้กรอก เยลลี่ และผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูปอาหาร

*** ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์รับจ้างผลิตภายใต้แบรนด์ S&P สินค้าฝากขาย ผลิตภัณฑ์เบ็ดเตล็ดอื่นๆ และรายได้จากการให้เช่าสถานที่

ในปี 2557 ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ยังคงครองสัดส่วนแบ่งรายได้จากการขายและบริการสูงสุด คือร้อยละ 43.34 ในขณะที่สัดส่วนของอาหารและเครื่องดื่มในประเทศอยู่ที่ร้อยละ 30.96 ด้านอัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มเบเกอรี่ มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 0.03 เนื่องจากกระแสเรื่องการรักษาสุขภาพและการมีแบรนด์ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จากผู้ขายรายใหม่และแบรนด์จากต่างประเทศ จึงส่งผลให้อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่มีสัดส่วนที่น้อยลง ส่วนอาหารและเครื่องดื่มในประเทศมีการขยายตัวในอัตราร้อยละ 6.14 โดยบริษัทได้มีการพัฒนารายการอาหารใหม่ ๆ โดยเพิ่มรายการอาหารเพื่อสุขภาพ การจัดกลุ่มชุดอาหารพิเศษตามเทศกาลต่าง ๆ การส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ซึ่งทำให้บริษัทได้รับการตอบรับจากกลุ่มลูกค้าเป็นอย่างดี

2.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

2.1.2 ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่

จากการเป็นผู้นำด้านธุรกิจเค้กและเบเกอรี่ ภายใต้แบรนด์ เอส แอนด์ พี มากกว่า 41 ปี บริษัทได้มีการพัฒนาและแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่รวมทั้งออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย ทั้งกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน และกลุ่มครอบครัวระดับกลางขึ้นไป อีกทั้งยังสามารถแข่งขัน กับคู่แข่งได้ในตลาด ซึ่งในการพัฒนาหรือผลิตผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ใหม่ๆ บริษัทได้ให้ความสำคัญทั้งด้านคุณภาพของสินค้า และวัตถุดิบด้านความสดและด้านความอร่อย เพื่อเป็นการตอกย้ำโลแกนที่ว่า เอส แอนด์ พี ซีนี มีแต่ของอร่อย

(1) เค้ก: Fresh Cake

จากการสั่งสมประสบการณ์อย่างยาวนานจนเป็นที่ยอมรับ ตลอดจนลูกค้าทุกท่านยังคอยให้การสนับสนุน ไว้วางใจในความเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะการทำเค้ก ทำให้เรายิ่งมุ่งมั่นรักษาคุณภาพทุกขั้นตอน ตั้งแต่การคัดสรรส่วนประกอบวัตถุดิบ และกรรมวิธีในการผลิตให้ได้เค้กที่มีรสสัมผัสที่กลมกล่อม หอมมัน อย่างดีที่สุด และบริษัทไม่หยุดพัฒนารูปแบบใหม่ๆ ในการสร้างสรรค์ตกแต่งเพื่อให้เป็นที่ถูกใจลูกค้าทุกกลุ่มให้มากที่สุด บริษัทตั้งใจที่จะให้เค้กแสนอร่อยจากเอส แอนด์ พี เป็นตัวแทนส่งมอบความสุขทุกโอกาสให้กับคนพิเศษ โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลแห่งความสุขของทุกๆ ปี

(2) คัพเค้ก: Cupcake

จากความสำเร็จของเค้กปอนด์และเค้กชั้นที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง ทำให้เรามุ่งมั่นที่จะพัฒนาและคิดค้นไอเดียเค้กใหม่ๆ อยู่เสมอจนได้คัพเค้ก เค้กดีไซน์ใหม่รูปแบบกะทัดรัดที่ตกแต่งหน้าเค้กเน้นความหลากหลายของรสชาติและรูปแบบรส ให้คุณเลือกส่งต่อความสุขได้ทุกโอกาสและตามสไตล์ที่ต้องการ ทั้งแบบน่ารัก เรียบหรู หรือออกแบบเองก็ได้ และคัพเค้กของเรายังคงความสด อร่อยได้รสชาติของเค้กคุณภาพระดับ เอส แอนด์ พี ไว้ในทุกคัพ โดยในปี 2557 นี้ เอส แอนด์ พี ได้นำเสนอคัพเค้กรสชาติใหม่คือ คัพเค้กฟีนทัทเทอร์ และคัพเค้กฟีนทเรดเวลเวท

(3) เค้กแช่แข็ง: Frozen Cake

จากชื่อเสียงในด้านผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ บริษัทได้ขยายธุรกิจเค้กแช่แข็งพร้อมรับประทาน เพื่อตอบสนองวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค โดยมีหลายรสชาติให้เลือกรับประทาน ทุกๆ รายการเราเลือกสรรวัตถุดิบชั้นดีและควบคุมการผลิตทุกขั้นตอนตามมาตรฐาน สะอาด และปลอดภัย

(4) ขนมอบ: Puff and Pastry

ขนมอบของเอส แอนด์ พี จะเน้น “ความสด” และ “อร่อย” ใหม่ทุกวัน ประกอบด้วย “กลุ่มพาย/พัฟ” เนื้อแป้งพาย/พัฟ ของเอส แอนด์ พี โดดเด่นเฉพาะตัว เพราะเราใช้วิธีรีดพับแป้งสลับเนยสดถึง 144 ชั้น ทำให้แป้งพายของเอส แอนด์ พี กรอบ เบา “กลุ่มครัวซองท์ เดนิช” เนื้อแป้งนุ่ม ชุ่มฉ่ำด้วยเนยสดแท้ๆ มีให้เลือกทั้งครัวซองท์สไตล์ฝรั่งเศส ครัวซองท์ฮอตดอกโรล และเดนิชผักโขม และ “กลุ่มพิซซา” สามารถทานเล่นได้เลย รสชาติเข้มข้นในแบบฉบับของไทยสไตล์

(5) ขนมปัง: Fresh Bread

ขนมปัง แบ่งเป็น “กลุ่มขนมปังมีไส้” เป็นขนมเนื้อนุ่มมีรูปมีไส้ต่างๆ ทั้งไส้เค็มและไส้หวาน และขนมปังแซนวิช เป็นขนมปังแผ่นที่มีหลากหลายรสชาติ นอกจากนี้ เอส แอนด์ พี ยังให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพโดยบริษัทได้แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มารองรับผู้บริโภคที่ใส่ใจคุณภาพ อาทิ ขนมปังข้าวกล้องงอก ขนมปังนมไฮแคลเซียม ขนมปังฟักทอง ขนมปังแครอท

(6) คุกกี้: Cookies

บริษัทได้ใช้ส่วนผสมของเนยสดแท้ๆ จึงทำให้คุกกี้เอส แอนด์ พี มีความหอมกรอบและอร่อย มีให้เลือกรับประทานหลากหลายรูปแบบในบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม คุกกี้คลาสสิก รส นม เนย กาแฟ และใบเตย คริสป์ไลท์ รสอัลมอนด์ ช็อกโกแลตชิพ และพิสทาชิโอ คุกกี้เดนิช คุกกี้แฟนซี รสเนย ที่รามีสู ช็อกโกแลต มอลท์ และคาราเมล คุกกี้พรีเมียม รสช็อกโกแลตชิพ อัลมอนด์ เอิร์ลเกรย์ และมอคค่าอัลมอนด์ และ ชอร์ตเบรดที่มีปริมาณเนยสดมากกว่าคุกกี้อื่นๆ สำหรับปี 2557 นี้ ทางบริษัทได้นำเสนอคุกกี้ลาวา (Lava Cookie) ซึ่งเป็นคุกกี้พรีเมียมที่สอดไส้ช็อกโกแลตเข้มข้น โดยมีสองแบบให้เลือกคือ คุกกี้ช็อกโกแลตลาวา และคุกกี้ช็อกโกแลตชิพลาวา

นอกจากนี้ บริษัทยังมีแบรนด์ เดลิโอ (Delio) คุกกี้ เพื่อนำเสนอคุกกี้หลากหลายชนิด เพื่อขยายฐานของกลุ่มลูกค้าให้มากขึ้น โดยมีจำหน่ายในร้าน S&P ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป ร้านสะดวกซื้อ และร้านมินิมาร์ททั้งในเขตกรุงเทพและต่างจังหวัด

(7) ขนมไหว้พระจันทร์: Mooncake

บริษัทให้ความสำคัญในการนำเสนอขนมไหว้พระจันทร์ที่ใหม่ สด สะอาด ปลอดภัย และมีอายุผลิตภัณฑ์ที่สามารถเก็บไว้รับประทานได้นานขึ้นบริษัทยังครองความเป็นผู้นำ และได้รับการยอมรับจากลูกค้าในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ ภายใต้ยี่ห้อ S&P และ Golden Dragon (มังกรทอง) ตลอดมาในแต่ละปี เอส แอนด์ พี จะนำเสนอขนมไหว้พระจันทร์หลากหลายไส้เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค นอกเหนือจากความอร่อยของผลิตภัณฑ์ที่บรรจงคัดสรรแล้ว เอส แอนด์ พี ยังให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ขนมไหว้พระจันทร์ ด้วยดีไซน์คลาสสิกของดอกโบตั๋น ซึ่งถือเป็นสัญลักษณ์ของความมงคล ความร่ำรวย โชคลาภ สุขภาพร่างกายดี ครอบครัวที่อบอุ่นมั่นคง การงานอันเจริญก้าวหน้า ความรักที่ยืนยงตลอดจนความอุดมสมบูรณ์ต่างๆ ของครอบครัว ซึ่งจะสร้างความประทับใจให้กับผู้รับเป็นอย่างยิ่ง โดยในปี 2557 เอส แอนด์ พี ได้นำเสนอขนมไหว้พระจันทร์รสชาติใหม่คือ ไส้แครนเบอร์รี่ & เอิร์ลเกรย์

(8) ขนมไทย: Thai Sweet Delicacies

ขนมไทยหลากหลายรูปแบบและรสชาติ ทั้งขนมตำรับโบราณหารับประทานยากและขนมไทยประยุกต์ที่ผสมผสานขนมแบบตะวันตกกับรสชาติแบบไทยๆ ในบรรจุภัณฑ์สวยงามร่วมสมัย

2.1.3 ผลิตภัณฑ์อาหาร

(1) อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง: Quick Meal

ในฐานะผู้บุกเบิกธุรกิจอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน บริษัทได้ลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จุดเด่นของอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของบริษัทที่แตกต่างจากคู่แข่งอื่น คือ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง เอส แอนด์ พี ทุกเมนูได้รับการปรุงอย่างพิถีพิถันเพื่อให้อร่อยถูกใจผู้บริโภคทั้งให้คุณค่าและความปลอดภัยในด้านโภชนาการมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งภายในและภายนอกที่ทันสมัยเพื่อให้เหมาะกับชีวิตแบบเร่งรีบ ของผู้บริโภคมากขึ้น สะดวกและช่วยในเรื่องเวลาการอุ่นอาหารน้อยลงรวมถึงเมนูอาหารแช่แข็งที่มีหลากหลายมีการพัฒนาสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง

(2) ไส้กรอก: Premo

ผลิตภัณฑ์ไส้กรอกประเภทต่างๆ แฮม และเบคอนด้วยแบรนด์ “พรีเม” สำหรับลูกค้าระดับกลางขึ้นไป ซึ่งผลิตภัณฑ์ไส้สุตรเฉพาะของ เอส แอนด์ พี คัดสรรเฉพาะเนื้อหมูเกรด A คุณภาพดี เนื้อแน่น อร่อย ในแบบฉบับรสชาติที่คนไทยคุ้นเคย สะอาดปลอดภัยได้มาตรฐาน โดยผลิตภัณฑ์ใช้เป็นวัตถุดิบของร้านอาหาร เอส แอนด์ พี และจำหน่ายให้แก่ลูกค้าทั้งแบบบรรจุซอง และแบบไส้กรอกดักขายในช่องทางค้าปลีกในโมเดิร์นเทรด รวมทั้งการรับจ้างผลิตให้กับกลุ่มธุรกิจอาหารอื่นๆ

(3) จูเนคาราจีแน: Jelio Jello

เป็นการคิดค้นขนมเจลลี่ ซึ่งสามารถนำลงในสายการผลิต เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้า เจลลี่ คาราจีแนสำเร็จรูปทั้งในรูปแบบเจลลี่ผสมเนื้อผลไม้และเจลลี่พร้อมดื่มผสมน้ำผลไม้ให้วิตามินซีสูง

(4) ผลิตภัณฑ์ปรุงแต่งอาหาร: Royallee

ผลิตภัณฑ์ปรุงแต่งอาหาร (Dry Mix) ผ่านการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐานสากล ได้แก่ สีส้มอาหาร แป้งคัสตาร์ด เป็นต้น

(5) ผลิตภัณฑ์อาหารนานาชาติ: Delicatessen

เอส แอนด์ พี เป็นผู้ผลิตอาหารนานาชาติ (Delicatessen) ภายใต้เครื่องหมายการค้า Patio ได้แก่ น้ำสลัดซูปแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปอื่นๆที่มีรสชาติที่อร่อยและใส่ใจต่อสุขภาพของผู้บริโภค ซึ่งมีจำหน่ายที่ร้านอาหาร เอส แอนด์ พี และในห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป

2.2.4 บริการอื่น ๆ

(1) บริการจัดส่งอาหาร: Delivery 1344

เอส แอนด์ พี Delivery เพียงแค่กดเบอร์โทร 1344 บริการจัดส่งอาหาร เครื่องดื่ม เค้ก เบเกอรี่ที่หลากหลาย และผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจัดส่งถึงบ้านเพื่อตอบสนองความต้องการทุกไลฟ์สไตล์ด้วยความสะดวกและความรวดเร็ว รวมถึงการบริการปันโดที่จัดส่งอาหารถึงบ้านในแต่ละมือทุกวันโดยเน้นให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพ ความสดใหม่และความรวดเร็วในการบริการ

(2) บริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่: Caterman

บริการจัดเลี้ยงสำหรับทุกโอกาสสำคัญ ด้วยเมนูหลากหลาย ใส่ใจทุกรายละเอียด สามารถนำเสนอรูปแบบการจัดเลี้ยงครบวงจร ทั้งอาหารไทย จีน ฝรั่ง ของทุกๆแบรนด์

2.3. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

นโยบายการตลาดที่บริษัท ยึดถือเป็นปรัชญาหลักในการดำเนินงานเสมอมาตลอดระยะเวลา 41 ปี คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และให้ลูกค้าตระหนักถึงชื่อของ เอส แอนด์ พี “ชื่อนี้มีแต่ของอร่อย” เมื่อนึกถึงอาหารและเบเกอรี่ที่มีรสชาติอร่อย มีคุณภาพและบริการอันอบอุ่นประทับใจ

2.3.1 กลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัท

การมองกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทแยกเป็นแต่ละแบรนด์ซึ่งจะเน้นให้ความสำคัญทางด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการบริการให้เหมาะสมกับลูกค้าหลักในแต่ละแบรนด์นั้นๆ ปัจจุบันธุรกิจ เอส แอนด์ พี เป็นแบรนด์หลักซึ่งเป็นธุรกิจร้านอาหารและเบเกอรี่ที่ให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าหลากหลายและทุกคนในครอบครัว นอกเหนือจากนี้ เอส แอนด์ พี ยังมีบริการจัดส่งอาหารถึงบ้าน บริการอาหารปิ่นโต บริการจัดเลี้ยงในนาม “Caterman” มีร้านอาหารทั้งในและต่างประเทศ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ที่มีการแข่งขันในตลาด เช่น BlueCup Coffee, ขนมไหว้พระจันทร์, อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง Quick Meal และผลิตภัณฑ์ Delio ที่แพร่หลายในซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป กลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัท แบ่งเป็น 6 ด้าน ดังนี้

(1) ด้านผลิตภัณฑ์

ความอร่อย คุณภาพ และความคุ้มค่าของผู้บริโภคเป็นนโยบายที่บริษัทยึดถือในการดำเนินธุรกิจมาโดยตลอด 41 ปี คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เริ่มตั้งแต่การคัดสรรเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ วัตถุดิบที่สด ซึ่งเป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญมาโดยตลอด ทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการมาใช้บริการที่ เอส แอนด์ พี

นอกจากนี้กลยุทธ์ที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการ บริษัทมีผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับทุกคนในครอบครัวในแต่ละมื้อ รวมทั้งเบเกอรี่ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งและอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค บริษัทยังได้พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์และบริการมากขึ้น เช่น ทางด้านเบเกอรี่ ได้เพิ่มเค้ก และคุกกี้ลิขสิทธิ์ โดราเอมอน แองกี้เบิร์ด เค้กชิฟฟอนแคนเบอร์รี่ นอกจากนี้ยังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่ เช่น ฮอกไกโดคิวิ้เค้ก ฮอกไกโดโรลเค้ก ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างดี ทางด้านอาหาร เอส แอนด์ พี ให้ความสำคัญกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่เน้นในเรื่องความอร่อยหลากหลาย และประโยชน์ต่อสุขภาพ โดยการสร้างสรรค์เมนูใหม่ออกมาในรูปแบบนานาชาติ และการผสมผสาน ระหว่างอาหารไทย กับ อาหารชาติอื่น ๆ แต่ยังคงไว้ซึ่งความอร่อยแบบคุณภาพด้วยวัตถุดิบชั้นดี เช่น เมนูปลาแซลมอนจากนอร์เวย์ หรือเทศกาลปลาทอด

ทางด้านบรรจุภัณฑ์บริษัทเน้นด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มาโดยตลอดและเป็นผู้นำด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สวยงามสำหรับผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และคุกกี้ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งซึ่งช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคเพื่อบอกเป็นของขวัญในโอกาสต่าง ๆ

(2) ด้านโฆษณาและส่งเสริมการขาย

บริษัทได้ต่อยอดความเป็นผู้นำด้านร้านอาหารและเบเกอรี่ด้วยการออกโฆษณาที่สร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับแบรนด์ เอส แอนด์ พี ผลิตภัณฑ์อาหาร เค้ก และเบเกอรี่ต่างๆโดยสื่อถึงคุณภาพสดใหม่ ความพิถีพิถันในการปรุง และรสชาติอร่อย ภายใตส์โลแกน “เอส แอนด์ พี ชื่อนี้มีแต่ของอร่อย” ช่วงเดือนธันวาคม ได้มีการโฆษณา เค้กและคุกกี้ เพื่อเพิ่มยอดขาย ในช่วงเทศกาลปีใหม่ ภายใตส์แนวคิด “เอส แอนด์ พี พุดแทนความรู้สึก ให้เค้กและคุกกี้ เอส แอนด์ พี พุดทุกความรู้สึก ทุกคำอวยพรแทนคุณ” อีกทั้งบริษัทยังจัดให้มีรายการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ ในแต่ละเดือนโดยเฉพาะในเทศกาลสำคัญต่าง ๆ

(3) การกำหนดราคา

บริษัทมีนโยบายในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

- ต้นทุนของวัตถุดิบหลัก และต้นทุนในการผลิต
- ตำแหน่งทางด้านการตลาด ราคาขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่งหรือเกณฑ์ราคาขายโดยทั่วไปเพื่อให้ลูกค้าของ เอส แอนด์ พี รู้สึกถึงความคุ้มค่าเงิน
- อัตราผลกำไรขั้นต้นที่ต้องการสร้างจากผลิตภัณฑ์กลุ่มนั้น ๆ

(4) ด้านการพัฒนาบุคลากรเพื่อการส่งเสริมการขาย

บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของพนักงานว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจจึงได้มีการจัดโปรแกรมการพัฒนาศักยภาพของพนักงานหน้าร้าน เพื่อให้ทำงานด้วยความสุขและความสนุกโดยจัดอบรมให้ความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเทคนิคการขาย และความเข้าใจในเรื่องกิจกรรมส่งเสริมการขายและโปรแกรมการแข่งขันการแนะนำผลิตภัณฑ์ ในเทศกาลต่างๆ

(5) ด้านการเลือกทำเลเปิดสาขา

ในปีนี้นับบริษัทมีการขยายสาขาร้านอาหารและเบเกอรี่ภายใต้แบรนด์ต่างๆ ภายในประเทศจำนวน 33 สาขา โดยแบ่งเป็นร้านอาหาร 15 สาขาและร้านเบเกอรี่ 18 สาขา รวมจุดขายของบริษัท ณ วันสิ้นปี 2557 ที่ 453 สาขา โดยแบ่งเป็นร้านอาหาร 133 สาขาและร้านเบเกอรี่ 320 สาขา ซึ่งวิธีการที่จะเลือกนั้นบริษัทต้องทำการสำรวจความต้องการของตลาดก่อนเพื่อใช้ในการตัดสินใจในเรื่องรูปแบบของสาขารูปแบบของอาหาร และขนาดพื้นที่เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของตลาดให้มากที่สุด

2.3.2 สภาพเศรษฐกิจและการแข่งขัน

โดยภาพรวมของธุรกิจร้านอาหารในปี 2557 พบว่าปัจจัยด้านการชะลอตัวของเศรษฐกิจของประเทศ สถานการณ์ความไม่แน่นอนทางการเมือง หนี้สินภาคครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น และภาวะค่าครองชีพที่สูงมากขึ้นทำให้ผู้บริโภคลดการใช้จ่าย สอยสินค้าและการรับประทานอาหารนอกบ้านลง ในขณะที่การแข่งขันภายในธุรกิจร้านอาหารเองก็มีความรุนแรงเพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากผู้ประกอบการรายเดิมมีการขยายสาขาและแบรนด์ใหม่ๆเพิ่มขึ้น พร้อมๆกับการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ๆ นอกจากนี้ผู้ประกอบการแต่ละรายยังต้องเผชิญกับความท้าทายทั้งในเรื่องของการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่าย ธุรกิจอันเป็นผลเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของ ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าเช่าพื้นที่ ค่าขนส่ง และค่าจ้างแรงงาน และเรื่องอาหารทางเลือกใหม่ๆ ทั้งอาหารพร้อมปรุงและอาหารพร้อมรับประทานที่มีหลากหลายและมีความสะดวกสบายมากกว่าการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน

สำหรับภาพรวมผลการดำเนินงานของ เอส แอนด์ พี ในปี 2557 นั้น ในช่วงครึ่งปีแรกบริษัทได้รับกระทบจากปัญหาเศรษฐกิจและการเมือง ที่ส่งผลให้ตลาดอยู่ในสภาวะถดถอย ทำให้ผลการดำเนินงานเติบโตต่ำกว่าเป้าหมายที่ต้องการ อย่างไรก็ตามในช่วงครึ่งปีหลังผลการดำเนินงานได้ปรับตัวดีขึ้นเนื่องจากบริษัทได้นำนกลยุทธ์การทำการตลาดด้วยการปรับรูปแบบดีไซน์ร้านให้ทันสมัยขึ้น การจัดโปรโมชั่นราคาสินค้า การออกผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ เช่น ลาวาคูกี้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อนำเสนอขายสินค้าที่น่าสนใจขึ้น เช่น กล่องของขวัญปีใหม่ ซึ่งได้รับการตอบรับด้วยดีจากลูกค้า ประกอบกับในไตรมาสที่ 3 และ 4 เป็นช่วงเทศกาลขนมไหว้พระจันทร์ และเทศกาลปีใหม่ ซึ่งเป็นช่วงการขายที่ผลิตภัณฑ์ต่างๆของบริษัทเป็นที่ต้องการและได้รับการตอบรับอย่างสูงจากลูกค้า

ในปี 2557 นี้ บริษัทมีการขยายสาขาร้านอาหารและเบเกอรี่ ในประเทศไทย ภายใต้แบรนด์ต่างๆ รวมประมาณ 30 สาขา โดยใช้งบประมาณการลงทุนประมาณ 6 - 9 ล้านบาทต่อสาขา และจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาให้ความสนใจอาหารญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น บริษัทจึงเน้นการขยายสาขาอาหารญี่ปุ่นประเภททงคัตสึ “โมเซน” ทั้งนี้การที่บริษัทมีแบรนด์ร้านอาหารที่หลากหลายถือเป็นการบริหารความเสี่ยงของธุรกิจ รวมถึงเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคด้วย ขณะเดียวกันปีนี้บริษัทยังพิจารณาปิดร้านเอส แอนด์ พี ในรูปแบบคิออสที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกับร้านขนาดใหญ่และร้านในทำเลที่ตั้งไม่ประสบความสำเร็จด้านยอดขายด้วย

นอกจากนั้น ปี 2557 นับเป็นปีที่สำคัญสำหรับบริษัทในการเริ่มต้นขยายตลาดสู่ประเทศอาเซียน เนื่องจากบริษัทได้เปิดร้านอาหารและเบเกอรี่ ภายใต้แบรนด์ เอส แอนด์ พี ร้านแรกที่ Aeon Mall ประเทศกัมพูชา และได้วางเป้าหมายในระยะ 5 ปีนับจากนี้จะขยายร้านอาหารและเบเกอรี่ ภายใต้แบรนด์เอส แอนด์ พี รวมไม่ต่ำกว่า 10 สาขาด้วยงบประมาณการลงทุนสาขาละ 6 - 9 ล้านบาท

สำหรับธุรกิจของบริษัทในภูมิภาคอื่นๆทั่วโลก แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศยุโรปจะอยู่ในภาวะถดถอยในช่วงที่ผ่านมา แต่ผลการดำเนินงานบริษัทยังเติบโตได้ในอัตรา 8 - 10% มียอดขายจากธุรกิจร้านอาหารต่างประเทศในปีนี้อยู่ที่ 1,000 ล้านบาท โดยปัจจุบัน บริษัทมีร้านอาหารและเบเกอรี่ภายใต้แบรนด์ต่างๆ ในยุโรปและเอเชียรวม 23 สาขา และได้วางเป้าหมายในระยะ 5 ปีนับจากนี้จะขยายร้านอาหารเพิ่มอีก 20 สาขาภายใต้แบรนด์ภัทราเป็นหลัก ใช้งบประมาณการลงทุนสาขาละ 7 แสน - 1 ล้านบาท หรือประมาณ 40 - 54 ล้านบาทต่อสาขา

2.4 เหตุการณ์ที่สำคัญในปี พ.ศ. 2557

ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานในปี 2557 ที่ผ่านมามีบริษัทได้เผชิญความท้าทายทางเศรษฐกิจภายในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการชะลอตัวของเศรษฐกิจในประเทศ สถานการณ์ความไม่แน่นอนทางการเมือง อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงมุ่งมั่นในการผลักดันให้การดำเนินงานของบริษัทเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ไม่ว่าจะเป็นการขยายธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการจัดกิจกรรมด้านการตลาด และการจัดกิจกรรมที่ช่วยสร้างสรรค์สังคมและสิ่งแวดล้อมของประเทศ

(1) การขยายธุรกิจ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- ในปี 2557 นี้ บริษัทมีการขยายธุรกิจหลักโดยดำเนินการเปิดสาขาของร้านเอส แอนด์ พี รวมทั้งสิ้นจำนวน 33 ร้าน และนอกจากนี้ยังได้มีการดำเนินการปรับปรุงและตกแต่งร้านใหม่สำหรับสาขาเดิม 3 สาขาเพื่อความทันสมัยและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการร้านอาหาร และเบเกอรี่ช็อป สามารถตอบสนองต่อความต้องการในการบริโภคของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

- ในวันที่ 27 มีนาคม ได้มีการเปิดร้านวานิลลาสาขาใหม่ **Vanilla Bakeshop** ที่วานิลลา การ์เด็น ชอยเอกมัย 12 สาขานี้มีคอนเซ็ปต์เป็นร้านขนมอบสดใหม่ โดยมีการจัดบรรยากาศในร้านเป็นครัวเปิด สามารถมองเห็นการอบขนม ให้ ความรู้สึกเหมือนมานั่งทานอยู่ในห้องอบขนมและได้กลิ่นหอมของขนมอบอวลอยู่ในร้าน
- ทางบริษัท เอส แอนด์ พี ได้จัดการประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2557 ขึ้นในวันที่ 21 เมษายน ณ ห้องโถงใหญ่ โรงงานบางนา-ตราด กม.23 วัดอุปสมงค์ในการจัดการประชุมครั้งนี้เพื่อรายงานผลประกอบการโดยรวมของบริษัทให้ผู้ถือหุ้นได้รับทราบ
- ในวันที่ 13 มิถุนายน ทางบริษัท เอส แอนด์ พี ได้มีการจัดการประชุม Supplier Conference ประจำปี 2557 ขึ้นที่โรงแรม St. Regis Bangkok กรุงเทพฯ เพื่อเป็นการพบปะพูดคุยกระชับความสัมพันธ์ระหว่าง Supplier กับบริษัทให้ดียิ่งขึ้น
- เพื่อเป็นการต้อนรับการมาถึงของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC และยังเป็นการขยายโอกาสทางธุรกิจ บริษัท เอส แอนด์ พี จึงได้ทำการเปิดร้านเอส แอนด์ พี ขึ้นที่ห้างอิมมอลล์ กรุงเทพมหานคร ประเทศกัมพูชา ในวันที่ 30 มิถุนายน ซึ่งนับเป็นร้านเอส แอนด์ พี สาขาแรกที่เปิดขึ้นนอกประเทศไทย
- เพื่อให้เข้ากับเทศกาลเจในปีี้ ทางบริษัทจึงได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในคอนเซ็ปต์ "สุขใจ - อิ่มเจ" หลากหลายเบเกอรี่เจสดอร่อย เริ่มต้นด้วยเมนูใหม่ **"แซนวิชหมูหยองน้ำพริกเผาเจ"** ซึ่งวางจำหน่ายในวันที่ 24 กันยายน เป็นวันแรก
- ด้านอาหารปรุงสดก็มีการพัฒนาเมนูใหม่ๆมากมายหลากหลายรายการเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้า ได้แก่ เมนูข้าวเหนียวน้ำพริกไข่มุข ที่วางจำหน่ายในวันที่ 1 มิถุนายน - 31 สิงหาคม 2557 และ เมนูข้าว 9 หน้า 99 บาท ที่เริ่มวางจำหน่ายในวันที่ 9 มีนาคม เป็นต้นไป
- บริษัท เอส แอนด์ พี ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของ "อาหารไทย" ที่มีชื่อเสียงถูกปากถูกใจทุกคนทั่วโลก เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนอาหารไทยให้เป็นที่ประจักษ์มากขึ้นในยุคเออีซี จึงได้ร่วมมือกับบริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล ด้วยการเปิด "โรงเรียนการอาหารไทย เอ็ม เอส ซี" (MSC Thai Culinary School) ที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการและสมาคมเชฟโลกแล้ว โดยจัดงานแถลงข่าวเปิดตัวไปในวันที่ 28 กรกฎาคม 2557
- ในวันที่ 11 ตุลาคม ทางบริษัทได้เปิดร้าน เอส แอนด์ พี ขึ้นที่สนามบินสุวรรณภูมิ ซึ่งเป็นร้านอาหารสาขาที่ 2 ในบริเวณพื้นที่เดียวกัน โดยได้รับการต้อนรับอย่างอบอุ่นจากลูกค้าจำนวนมาก ตั้งแต่วันแรกที่เปิดดำเนินการ
- ในปี 2557 ฝ่ายวิจัยและพัฒนาของบริษัทได้คิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดมากกว่า 70 รายการ โดยผลิตภัณฑ์ใหม่ดังกล่าวสามารถสร้างมูลค่าให้บริษัท ำ เกือบ 400 ล้านบาท และนอกจากนี้ได้มีการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์และ/หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่ในดียิ่งขึ้นเพื่อช่วยเพิ่มยอดขายของพวกเขามา นานกว่า 10%
- เนื่องจากบริษัทมีความจำเป็นในการจัดหาพื้นที่โรงงานเบเกอรี่แห่งใหม่เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตและรองรับ การขยายตัวทางธุรกิจ ในเดือนสิงหาคมบริษัทจึงได้ลงทุนสร้างโรงงานผลิตในพื้นที่โครงการนิคม อุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ด้วยเงินลงทุนจำนวน 185 ล้านบาท และขณะนี้โครงการดังกล่าวก็ อยู่ระหว่างการพิจารณาเพื่อขอรับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)

(2) รางวัลและความสำเร็จ

- รับมอบรางวัล Thailand Top Company Awards 2014 สาขาอาหารและเครื่องดื่ม จากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ร่วมกับ บริษัท เออาร์ไอพี จำกัด จัดขึ้นโดยมีศาสตราจารย์เกียรติคุณนายแพทย์เกษม วัฒนชัย องคมนตรี เป็นผู้มอบ
- ร้าน Pataara ได้รับเลือกให้เป็น **"Best Restaurants"** ประจำปี 2014 นับเป็นเวลาถึง 9 ปีติดต่อกัน ที่ร้านอาหาร Pataara fine Thai Cuisine กรุงเทพฯ ได้รับเลือกจาก นิตยสาร Thailand Tatler นอกจากนี้ร้าน Pataara ยังได้รับการโหวตให้เป็น **"ผู้ชนะเลิศการบริการยอดเยี่ยมของ TripAdvisor"** ประจำปี 2014 จากการให้คะแนนโดยแขกบน TripAdvisor ซึ่งความสำเร็จเหล่านี้คือเครื่องการันตีคุณภาพด้านรสชาติอาหารและการบริการได้เป็นอย่างดี
- ได้รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย และมาตรฐานการท่องเที่ยวประเภท **"การบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว"** ประจำปี 2555 และ 2556 จากกรมการท่องเที่ยว เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2557
- บริษัท เอส แอนด์ พี ได้รับรางวัล **"World Class Food Safety Standard Mass Catering Award"** จากการแข่งขันสุดยอดเชฟอาหารไทยชิงแชมป์โลกครั้งที่ 2 (The 2nd Thailand Culinary World Challenge 2014) ในวันที่ 1 สิงหาคม 2557 ณ ลานมรกต ศูนย์การค้าเซ็นทรัล ซิตี้
- บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ได้รับเชิญเข้าพบนายกรัฐมนตรี ร่วมกับบริษัทชั้นนำหลายบริษัท โดยได้รับการขอบคุณจากการสนับสนุนและการพัฒนาการศึกษา รวมทั้งการฝึกอาชีพให้แก่เยาวชนไทย ในงาน "อาชีวศึกษาทวิภาคีไทย" เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2557 ณ ห้องประชุม Phoenix 5 อาคารอิมแพคเมืองทองธานี
- รับมอบรางวัลพัฒนาการโลจิสติกส์ดีเด่น ประจำปี 2557 จากศูนย์ปราชญ์ฯ วิทยาลัยผู้ช่วยรัฐมนตรี ประจำกระทรวงอุตสาหกรรม ในงาน Industrial Supply Chain Logistics Conference 2014 จัดโดยสำนักโลจิสติกส์ กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ กระทรวงอุตสาหกรรม เมื่อ 2 ธันวาคม 2557 ณ ไบเทค บางนา
- ได้รับการเปิดเผยรายชื่อ 100 บริษัทจดทะเบียนที่มีความโดดเด่นในการดำเนินธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG) หรือกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100 ด้วยการคัดเลือกจาก 567 บริษัทจดทะเบียน จากสถาบันไทยพัฒน์ สถาบันไทยพัฒน์ โดยบริษัทจะได้รับมอบมอบ ESG100 Certificate (Environmental Social and Governance) ในโอกาสต่อไป

(3) กิจกรรมการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย

นอกจากการโฆษณาและออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ แล้ว ทางบริษัทยังได้จัดให้มีรายการส่งเสริมการขายและกิจกรรมต่างๆ ตลอดทั้งปี อาทิ

- วันพุธลด 20% เป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ โดยการลดราคา 20% ในทุกวันพุธ กิจกรรมนี้จัดต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2555 และในปี 2557 กิจกรรมนี้ก็ยังได้รับความนิยมจากลูกค้าเป็นอย่างดี
- กิจกรรม Bluecup D-Day ยังคงจัดต่อเนื่อง และปีนี้ยังมีกิจกรรมพิเศษคือ Bluecup Double D-Day

ที่จัดกิจกรรมซื้อ 1 แก้วแถม 1 แก้ว เพิ่มขึ้นเป็น 2 ครั้งต่อ 1 เดือนเพื่อตอบแทนลูกค้าที่อุดหนุนกาแฟบลูคัพด้วยดีตลอดมา

- ในช่วงเทศกาลไหว้พระจันทร์ ทางบริษัทได้จัดกิจกรรมขนมไหว้พระจันทร์ S&P รับความโชคดี 2 ชั้น โดยให้ลูกค้าร่วมสนุกโดยการส่ง SMS ชิงรางวัลโทรศัพท์มือถือ และรางวัลซื้อขนมไหว้พระจันทร์ 4 กล่อง ฟรี 1 กล่อง
- เพื่อให้เข้ากับยุคสมัยที่โซเชียลเน็ตเวิร์คกลายเป็นสิ่งยอดนิยมสำหรับคนในปัจจุบันนี้ บริษัท เอส แอนด์ พี ได้จัดทำสติ๊กเกอร์ไลน์ "Sweet Pat" ที่ลูกค้าสามารถโหลดไปใช้งาน รวมทั้งสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆจากทางบริษัทได้อย่างสะดวกรวดเร็วจากทาง S&P Line Official Account อีกด้วย
- บริษัท เอส แอนด์ พี ได้เพิ่มช่องทางการขายบนโลกออนไลน์ กับโปรโมชั่นพิเศษที่ได้มอบให้ลูกค้าผ่านทางเว็บไซต์ ENSOGO ในรูปแบบของคูปองลดราคา ในโปรโมชั่น 41 ปี “S&P ชื่อนี้มีแต่ของอร่อย” สุขทั้งครอบครัว กับเซตเมนูปลากะพงทอดชอสน้ำปลา ราคาพิเศษเพียง 599 บาท ตั้งแต่วันที่ 20 พ.ย. 2557 – 20 ม.ค. 2558
- เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายตามฤดูกาลและเทศกาลสำคัญต่างๆ จึงมีการออกโปรโมชั่นพิเศษกระตุ้นยอดขายมากมาย ได้แก่ Simply Love on Valentine's Day, Children's Day 2014, Simply Strawberry, Savory & Sweet Summer, Summer Wow ลด 20 บาท, Simply Sandwich, สุขสันต์วันแม่ Happy Mother's Day สิ่งานี้พ้าแม่มาทานลด 20% เป็นต้น
- Loyalty Program พร้อมสิทธิประโยชน์ ซึ่งสมาชิกจะได้รับส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการ ส่วนลดพิเศษในเดือนเกิด และการสะสมคะแนน แลกของรางวัลออนไลน์ รวมถึงสิทธิในการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ มากมาย ตลอดทั้งปี
- กิจกรรม Summer Camp 2014 “ฝึกจิต บริหารกาย ในสวนขวัญ” ซึ่งในปีนี้ได้พาสมาชิก S&P Joy Kids ไปเรียนรู้การดูจิต ฝึกจิต โดยพระอาจารย์ธมฺมทีโป ให้สามารถเข้าใจจิตของตน นำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวัน เติบโตงอกงามสัมผัสดิจิต ท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงามร่มรื่น พร้อมร่วมถวายภัตตาหารเพล ปิดท้ายด้วยกิจกรรมโยคะ เพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อและเพิ่มความยืดหยุ่นให้กับร่างกาย โดย ป้าจิ อัจฉราพรรณ ไพบูลย์สุวรรณ ณ บ้านสวนขวัญ จังหวัดนครปฐม
- กิจกรรม “หลักสูตรพัฒนาจิต กายสมบุรณ์ จิตพิสุทธิ” กิจกรรมดีๆ ส่งเสริมสถาบันครอบครัวให้สมาชิกได้มีโอกาสทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัว ผ่านการฝึกปฏิบัติธรรมเจริญสติ และเข้าใจในหลักการ รวมถึงวิธีฝึกฝนทักษะการเจริญสติกับอิริยาบถย่อยในชีวิตประจำวัน โดยเรียนรู้การฝึกสติให้รู้ตัวในขณะปัจจุบัน อันจะนำไปสู่การพัฒนาสติและปัญญา สามารถจัดการกับอารมณ์ของตนเองเพื่ออยู่ร่วมกับสมาชิกครอบครัวและผู้อื่นอย่างมีความสุข โดยทีมวิทยากรผู้มีความเชี่ยวชาญ และคุณวรกร ไรวา ให้เกียรติเป็นวิทยากรพิเศษ บรรยายธรรมเรื่อง “ภพภูมิ” ณ บ้านไรวา อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชลบุรี
- กิจกรรม “Joy Card Joy Movie” ชมภาพยนตร์รอบพิเศษสำหรับสมาชิก ที่ได้จัดขึ้นเป็นประจำทุกเดือน ซึ่งภาพยนตร์ที่จัดขึ้นนั้นล้วนแต่เป็นภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมและได้รับการตอบรับจากสมาชิกทุกท่านเป็นอย่างดี
- กิจกรรม “S&P Joy Card Top Spender” อีกหนึ่งกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อคืนกำไรให้กับลูกค้ากลุ่มสมาชิก โดยจัดให้มีกิจกรรมเป็นแบบรายไตรมาส หรือรายปี เพื่อบอรางวัลที่ผ่านการคัดสรรมาเป็นอย่างดีและตรงใจลูกค้ามากที่สุด สำหรับสมาชิกที่มียอดซื้อสูงสุดในแต่ละช่วง

- กิจกรรมพิเศษ แจกบัตรชมละครเวที “สี่แผ่นดิน เดอะมิวสิคัล” สำหรับสมาชิกที่มียอดซื้อสูงสุดในแต่ละช่วงที่จัดกิจกรรมพร้อมมอบส่วนลดพิเศษให้กับสมาชิกที่ต้องการซื้อบัตรชมละครเวที “สี่แผ่นดิน เดอะมิวสิคัล”
- กิจกรรมสานสัมพันธ์กับชุมชนออนไลน์ เป็นการจัดกิจกรรมร่วมกับสมาชิกจากท้องถิ่นทั่วไทย ในเว็บไซต์พันทิปดอทคอม ซึ่งเว็บไซต์พันทิปนั้นถือเป็นเว็บไซต์แรกๆ ในประเทศไทย ที่ประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในชุมชนออนไลน์ และได้ใช้ชื่องานในครั้งนี้ว่า “Happy Baking Day with S&P” โดยวิทยากรและทีมงานผู้มีประสบการณ์ ความรู้และความเชี่ยวชาญจาก S&P มาสอนด้านเทคนิคในการแต่งหน้าเค้กชั้นพื้นฐาน อาทิ การปาดหน้าเค้ก การบีบครีมให้เป็นรูปดอกกุหลาบ รวมไปถึงเทคนิคในการปั้นตุ๊กตาน้ำตาล ซึ่งกำลังเป็นที่สนใจอยู่ในขณะนี้ อีกทั้งกิจกรรมที่ได้จัดร่วมกันนี้ยังสามารถสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่าง เว็บไซต์พันทิป ดอทคอม, S&P และสมาชิกของเว็บไซต์รวมถึงการเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์อันดีให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

2.5 การจัดหาวัตถุดิบของบริษัท

2.5.1. นโยบายด้านการจัดซื้อ-จัดหา

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มและด้วยตระหนักถึงความผลิตภัณฑ์ของบริษัทจะต้องมีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัยและมีมาตรฐานเดียวกันเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ของบริษัท ดังนั้นนโยบายด้านการจัดซื้อ-จัดหา วัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในกระบวนการผลิต บรรจุภาชนะและบรรจุภัณฑ์ที่หีบห่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทจากโรงงานไปยังร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ของบริษัท จึงต้องผ่านกระบวนการคัดสรรและมีมาตรฐาน ในปี 2557 บริษัทดำเนินนโยบายการจัดซื้อโดยคำนึงถึงการบริหารจัดการเพื่อให้บริษัทสามารถบรรลุเป้าหมายและสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ของบริษัทในระยะยาว ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

(1) มุ่งเน้นความมีคุณภาพและต่อเนื่อง

โดยวัตถุดิบภาชนะและบรรจุภัณฑ์ที่บริษัทจัดซื้อ บริษัทได้กำหนดให้มีกระบวนการในการคัดสรร/คัดเลือกตั้งแต่คู่ค้า ผู้ให้บริการ ต้องมีคุณสมบัติตรงตามที่บริษัทกำหนด เช่น คู่ค้า เป็นเจ้าของแหล่งผลิตวัตถุดิบ ภาชนะและบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการ คู่ค้า เป็นผู้ให้บริการที่มีศักยภาพในการจัดซื้อ วัตถุดิบ สินค้าและบริการที่มีคุณภาพและสามารถจัดหาวัตถุดิบ สินค้าจัดส่งให้กับบริษัทได้อย่างเพียงพอตามความต้องการของบริษัทในขณะที่ยังไม่ผันแปรอย่างมีนัยสำคัญซึ่งส่งผลกระทบต่อการบริหารต้นทุนการผลิตของบริษัทเป็นสำคัญ

(2) มีมาตรฐานเดียวกัน

โดยวัตถุดิบ ภาชนะและบรรจุภัณฑ์ที่บริษัทจัดซื้อต้องมีมาตรฐานเดียวกัน เช่น มีความสด และใหม่ มีความสะอาด มีความปลอดภัย และไม่มีสารปนเปื้อนซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์และผู้บริโภคซึ่งบริษัทได้จัดให้มีกระบวนการทดสอบวัตถุดิบ ภาชนะและบรรจุภัณฑ์อย่างเพียงพอและเชื่อมั่นได้ว่าวัตถุดิบ ภาชนะและบรรจุภัณฑ์มีคุณภาพและมาตรฐานที่เพียงพอเชื่อถือได้และเมื่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทถึงมือผู้บริโภค มีความสด สะอาดและปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการด้วยมาตรฐานเดียวกัน

(3) สนับสนุนคู่ค้าและพันธมิตรธุรกิจ

บริษัทได้ให้ความสำคัญต่อการสนับสนุนและเสริมสร้างพันธมิตรธุรกิจในระยะยาวด้วยเหตุผลที่ว่า การดำเนิน

ธุรกิจให้เติบโตในระยะยาวนั้นปัจจัยความสำเร็จหนึ่งคือการส่งเสริมและสนับสนุนแก่ คู่ค้าและพันธมิตรให้เติบโตเคียงข้างไปพร้อมกับบริษัท โดยการจัดให้มีการช่วยเหลือเพื่อแก้ปัญหาาร่วมกันในการเสริมสร้างศักยภาพให้แก่คู่ค้าและพันธมิตรเพิ่มขึ้น เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์สำหรับแต่ละช่วง ระยะเวลาตามแผนงานการผลิตและแผนการตลาด

(4) บริหารคลังสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

โดยในกระบวนการจัดซื้อและจัดหาวัตถุดิบ ภาชนะ และ บรรจุภัณฑ์ บริษัทมีการจัดทำแผนงานการจัดซื้อ - จัดหาวัตถุดิบ ภาชนะ และบรรจุภัณฑ์เป็นการล่วงหน้าตามระยะเวลาและความต้องการของโรงงานและแผนการตลาด จึงมีผลทำให้การบริหารคลังสินค้ามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นโดยสามารถประมาณการความต้องการซึ่งส่งผลต่อการบริหารและจัดการต้นทุนสินค้าในภาพรวมได้เป็นอย่างดี มีการประสานงานร่วมกับฝ่ายวิจัย และพัฒนา ฝ่ายการตลาดเพื่อวางแผนในการจัดหาวัตถุดิบ ภาชนะ และบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ให้เหมาะสมกับภาวะกาลในปัจจุบันส่วนวัตถุดิบที่คุณสมบัติผันแปรเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล มีการกำหนดคุณสมบัติและสิ่งทดแทนอย่างชัดเจน

ในปี 2557 บริษัทยังคงสร้างความต่อเนื่องและให้ความสำคัญในเรื่องมาตรฐานคุณภาพ ความสะอาด ความปลอดภัยและคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์อาหาร การบริหารต้นทุนวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์และอุปกรณ์อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ขั้นตอนในการจัดซื้อ-จัดหา คู่ค้า ผู้จัดจำหน่าย (Suppliers) กระบวนการผลิต กระบวนการขนส่ง การควบคุมคุณภาพระหว่างการจัดเก็บก่อน การบริหารคลังสินค้า ดังนี้

- พัฒนาการดำเนินงานของทุกหน่วยงานเพื่อความสอดคล้องกับมาตรฐานและข้อกำหนดกฎหมาย
- สื่อสารและให้ความรู้ด้านความปลอดภัย คุณภาพ โภชนาการ และสุขภาพแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจของ เอส แอนด์ พี และ พนักงานในองค์กร
- พัฒนาเครือข่ายวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อความมั่นใจในการพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพอาหาร
- พัฒนาทีมคุณภาพให้มีทักษะการประเมินความเสี่ยงเพื่อความมั่นใจในการบริหารจัดการเชิงป้องกัน
- นำมาตรฐานสากล และเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาและประยุกต์ใช้มาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพอาหาร
- จัดระบบงาน/ผู้รับผิดชอบ ให้รองรับกรณีเกิดปัญหา/แก้ปัญหา ให้มีกระบวนการที่สั้น กระชับ รวดเร็ว
- ทบทวนผู้ขาย และต้นทุนวัตถุดิบ สินค้า กระบวนการในการขนส่งและส่งมอบสินค้าของสาขา/เบเกอรี่ชอฟที่ตั้งอยู่ในต่างจังหวัดตามภูมิภาคต่าง ๆ
- สร้างระบบการบริหารคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพให้ดียิ่งขึ้น

3. ปัจจัยความเสี่ยง

จากสภาพแวดล้อมอุตสาหกรรม ภาวะการแข่งขัน, พฤติกรรมของผู้บริโภค, การเปิดเสรีทางการค้าและบริการ, การก่อตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) การพัฒนาของระบบสารสนเทศ, การดำเนินงาน, กฎระเบียบและมาตรฐานที่มี การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ปัจจัยและโอกาสการเกิดความเสี่ยงทั้งภายในและภายนอกของบริษัทมีเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ บริษัทให้ความสำคัญด้านการบริหารความเสี่ยงมาโดยตลอด และได้จัดตั้งคณะกรรมการความเสี่ยงเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2555 เพื่อกำหนดนโยบาย แนวทางและการติดตาม รวมทั้งประเมินผลของการบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้ดำเนินการกำหนดนโยบายและพิจารณาการบริหารความเสี่ยงของทุกหน่วยงาน ในองค์กรตามความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท ซึ่งรวมถึงการประเมินความเสี่ยงในโครงการสำคัญ ที่มีงบการลงทุนสูง ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท ทั้งนี้คณะกรรมการบริหารพิจารณาแล้วว่าปัจจัยความเสี่ยงหลักของ บริษัทและแนวทางการบริหารมีดังต่อไปนี้

3.1 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

การวางแผนกลยุทธ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานเพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินการได้ สำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด คณะกรรมการบริษัทจึงกำหนดให้มีการจัดทำแผนกลยุทธ์และงบประมาณ เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจทั้งระยะสั้นและระยะยาว โดยในการดำเนินงานได้มีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจอันได้แก่ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ภาวะ อุตสาหกรรม และคู่แข่ง รวมทั้งการพิจารณาโอกาสในการขยายธุรกิจในต่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันบริษัทได้จัดตั้งสำนักกล ยุทธ์ที่มีหน้าที่ รับผิดชอบโดยตรง คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีหน้าที่พิจารณาและให้คำแนะนำต่อสำนักกลยุทธ์ใน ภาพรวม

3.2 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ

ในขบวนการดำเนินการปฏิบัติการปฏิบัติงานของแต่ละหน่วยงานในองค์กร ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการ ขับเคลื่อน ให้บริษัทสามารถบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดได้ บริษัทมีการขยายธุรกิจมาโดยตลอดทั้งจำนวนสาขา และจุด ให้บริการเพิ่มขึ้น รวมทั้งเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่และแตกแขนงธุรกิจ เช่น ร้านอาหารญี่ปุ่นโดยบริษัท มีการจัดรับพนักงานเพิ่ม อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นในการดำเนินงานหากผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามภารกิจที่กำหนดได้ก็จะส่งผลให้การ ขับเคลื่อนองค์กรเป็นไปอย่างเชื่องช้า ขาดประสิทธิภาพ คณะกรรมการบริษัทและฝ่ายบริหาร ได้ตระหนักถึงปัจจัย ดังกล่าว จึง ได้จัดให้มีการฝึกอบรม เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจให้แก่พนักงานแต่ละระดับชั้น มีการจัดทำคู่มือ/แนวทางการปฏิบัติงาน สำหรับกิจกรรมที่สำคัญ มีการแบ่งแยกหน้าที่งานเพื่อให้มีการสอบทานงานระหว่างกัน มีการรายงานและติดตามอย่างเป็น ระบบรวมทั้งพิจารณาแนวทางการพัฒนาวิธีการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ความรวดเร็ว มีความถูกต้องและควบคุม ต้นทุนทั้งการผลิต การบริหารและการให้บริการ นอกจากนี้บริษัทได้จัดให้มีฝ่ายตรวจสอบภายในเพื่อทำหน้าที่ในการ ตรวจสอบและติดตาม ทั้งนี้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีหน้าที่พิจารณาความเสี่ยงด้านปฏิบัติการทั้งระดับผลกระทบต่ อองค์กรและโอกาสที่จะเกิดขึ้น รวมถึงแนวทางป้องกันและบริหารความเสี่ยงนั้นๆ

3.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน

บริษัทมีการบริหารจัดการด้านการเงิน โดยคำนึงถึงความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk) ด้านคู่ค้า (Credit Risk) และด้านตลาด เช่น ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนหรือการปรับตัวของอัตราดอกเบี้ย (Market Risk) เป็นหลัก ทั้งนี้ บริษัทมีการจัดทำประมาณการทางการเงิน แนวทางการบริหาร การติดตามและกำหนดมาตรฐานต่างๆ เช่น สัดส่วนหนี้สิน ต่อทุน ทรัพย์สินระยะสั้นหรือเงินสดอย่างชัดเจน เพื่อนำมาใช้ในการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน

3.4 ความเสี่ยงด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

บริษัทมีการขยายธุรกิจ อาทิการเพิ่มจำนวนสาขา และจุดให้บริการ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศจึงมีบทบาทสำคัญ ในการสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานต่างๆ ในองค์กรให้มีประสิทธิภาพ การเชื่อมต่องานย่อยต่าง ๆ ความปลอดภัยของข้อมูลและการเข้าถึงข้อมูลในระบบงาน การส่งผ่านข้อมูลเพื่อช่วยสนับสนุนในการจัดทำรายงานต่าง ๆ ให้หัวหน้าฝ่ายงานและผู้บริหารจะเป็นส่วนช่วยให้บริษัทมีการบริหารจัดการข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ บริษัทจึงได้กำหนดให้มีหน่วยงานเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลระบบงาน และเสริมสร้างให้องค์กรมีความพร้อมในการรองรับนวัตกรรมใหม่ๆ ทางด้านเทคโนโลยี มีการกำหนดให้มีการจัดทำแผนแม่บททางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับแผนธุรกิจขององค์กร มีการจัดทำแผนความมั่นคงปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ แผนธุรกิจต่อเนื่อง แผนสำรองฉุกเฉิน เพื่อช่วยในการสนับสนุนงานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีการรายงานและติดตามการปฏิบัติตามแผนงานดังกล่าวข้างต้นให้ผู้บริหารรับทราบอย่างสม่ำเสมอ

3.5 ความเสี่ยงด้านภัยพิบัติทางธรรมชาติและการเมือง

บริษัทได้ตระหนักถึงภัยพิบัติทางธรรมชาติที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจปกติของบริษัท เช่น น้ำท่วม โรคระบาด (เช่น ไข้หวัดนก) ความไม่สงบทางการเมือง เป็นต้น ดังนั้น บริษัทจึงได้เตรียมแผนการรองรับรวมทั้งการฝึกอบรมพนักงานในการรับมือกับภัยธรรมชาติต่างๆรวมทั้งภัยที่เกิดจากอุบัติเหตุหรือจากการกระทำของมนุษย์ เช่น ไฟไหม้ การประท้วงต่างๆ โดยแผนรองรับดังกล่าวได้แบ่งเป็นระยะสั้นในกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉินและบริษัทจำเป็นต้องดำเนิน การทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan (BCP) และแผนระยะปานกลางถึงยาว เพื่อรองรับหรือบรรเทาเหตุการณ์เฉพาะหน้าตามเหตุการณ์นั้น ๆ และให้มีผลกระทบกับการดำเนินธุรกิจให้น้อยที่สุด โดยแผน BCP จะต้องได้รับการทบทวนจากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเป็นระยะๆ และหากมีเหตุการณ์ฉุกเฉินเกิดขึ้น คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจะประเมินผลการบริหารความเสี่ยงกับเหตุการณ์นั้นๆ เพื่อหาแนวทางปรับปรุงแผนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในอนาคต

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวร

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีทรัพย์สินที่เป็นที่ดินและอาคารใช้เป็นสำนักงาน และโรงงาน มีมูลค่าทางบัญชีสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ที่ดินและอาคาร	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)
ที่ดิน 3 แปลง รวมเนื้อที่ 109 ตารางวา เลขที่ 457-457/6 ซอยสุขุมวิท 55 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร	เจ้าของ	7.88
ที่ดิน 16 แปลง รวมเนื้อที่ 7 ไร่ 93 ตารางวา เลขที่ 2-2/1 ซอยสุขุมวิท 62 แยก 3 แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร	เจ้าของและสิทธิการ เช่า	21.10
ที่ดิน 1 แปลง รวมเนื้อที่ 147 ตารางวา ซอยสุขุมวิท 62 แยก 3 แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร	เจ้าของ	5.59
ที่ดิน 4 แปลง รวมเนื้อที่ 88 ตารางวา เลขที่ 335 ถนนบอนดส์สตรีท อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	เจ้าของ	14.96
ที่ดิน 1 แปลง เนื้อที่ 2 ไร่ 2 งาน 95 ตารางวา นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เลขที่ 65/5 หมู่ที่ 4 แขวงลำปลาทิว เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	เจ้าของ	17.93
ที่ดิน 1 แปลง เนื้อที่ 2 ไร่ 3 งาน 95 ตารางวา นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เลขที่ 65/4 หมู่ที่ 4 แขวงลำปลาทิว เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	เจ้าของ	20.00
ที่ดิน 1 แปลง เนื้อที่ 38 ไร่ 3 งาน 46 ตารางวา เลขที่ 86 หมู่ 4 ถนนบางนา-ตราด กม. 23.5 ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ	เจ้าของ	142.60
ที่ดิน 3 แปลง 3 คูหา เนื้อที่ 80 ตารางวา เลขที่ 75/51-53 หมู่ 6 ตำบลรัชฎา อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต	เจ้าของ	0.57

ที่ดินและอาคาร	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)
ที่ดิน 3 แปลง 3 คูหา เนื้อที่ 97 ตารางวา เลขที่ 300/9 ถนนมณีนพรัตน์ ตำบลศรีภูมิ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่	เจ้าของ	7.13
ที่ดิน 3 แปลง เนื้อที่ 3 ไร่ ถนนกรุงเทพกรีฑา แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร	เจ้าของ	23.30
ที่ดิน 1 แปลง เนื้อที่ 3 ไร่ 2 งาน 48 วา เลขที่ 81 หมู่ 4 ตำบลบ้านกลาง อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน	เจ้าของ	18.43
อาคารสำนักงานใหญ่ 7 คูหา 5 ชั้น เลขที่ 457-457/6 ซอยสุขุมวิท 55 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร	เจ้าของ	0.00
อาคารโรงงานเบเกอรี่ สุขุมวิท 62 เลขที่ 2-2/1 ซอยสุขุมวิท 62 แยก 3 แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร	เจ้าของ	0.00
อาคารสำนักงาน ร้านอาหาร สาขาเมืองทอง สูง 6 ชั้น เลขที่ 335 ถนนบอนด์สตรีท อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	เจ้าของ	1.34
อาคารโรงงานไส้กรอก ครีวกลาง เส้นพลาสติก 2 ชั้น 3 หลัง นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เลขที่ 65/5 หมู่ที่ 4 แขวงลำปลาตี เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	เจ้าของ	31.63
อาคารโรงงานเบเกอรี่เชียงใหม่ เลขที่ 11/2 ถนนเชียงใหม่-ลำพูน อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่	เจ้าของ	0.13
อาคารโรงงานถนนบางนา-ตราด กม.23.5 เลขที่ 86 หมู่ 4 ถนนบางนา-ตราด กม. 23.5 ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ	เจ้าของ	29.84
อาคารโรงงานทำเบเกอรี่ภูเก็ต เลขที่ 75/51-53 หมู่ 6 ตำบลรัชฎา อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต	เจ้าของ	1.51
ร้านอาหาร สาขา บางพลี เลขที่ 86 หมู่ 4 ถนนบางนา-ตราด กม. 23.5 ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ	เจ้าของ	2.73
อาคารสำนักงาน ร้านอาหาร สาขาช้างเผือก เลขที่ 300/9 ถนนมณีนพรัตน์ ตำบลศรีภูมิ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่	เจ้าของ	1.17



ที่ดินและอาคาร	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)
อาคารโรงงาน จำนวน 2 หลัง นิคมอุตสาหกรรมลำพูน เลขที่ 81 หมู่ 4 ตำบลบ้านกลาง อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน	เจ้าของ	13.29

หมายเหตุ : * บริษัท ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

4.2 พื้นที่เช่าดำเนินงาน

พื้นที่การดำเนินงานของกิจการร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ของ S&P ส่วนใหญ่จะทำสัญญาเช่าระยะเวลาสั้น 3 ปี เพื่อลดภาระการผูกพันและเงินลงทุนที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากความผันแปรของสภาพเศรษฐกิจและการค้าที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วมาก อย่างไรก็ตาม มีร้านอาหารบางสาขาจะเป็นการเช่าพื้นที่ระยะยาวภายในอาคารและศูนย์การค้า มีมูลค่าสินทรัพย์ที่รวมส่วนปรับปรุงแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 สรุปได้ดังนี้

สาขา	ระยะเวลาเช่า	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)
ฟอรัม ชลบุรี ศูนย์การค้าฟอรัม ชลบุรี เนื้อที่ 233 ตรม.	เช่าระยะเวลา 25 ปี สิ้นสุดปี 2557	0.00
อิมพีเรียล ลำปาง ศูนย์การค้าอิมพีเรียลพลาซ่าลำปาง เนื้อที่ 302 ตรม.	เช่าระยะเวลา 25 ปี สิ้นสุดปี 2560	2.17
เซ็นทรัล บางนา ศูนย์การค้าเซ็นทรัลบางนา เนื้อที่ 381 ตรม.	เช่าระยะเวลา 30 ปี สิ้นสุดปี 2566	5.59
อาร์ซีเอ ศูนย์การค้ารอยัล ซิตี อเวนิว อาคารแถว 4.5 ชั้น บล็อก บี (3 คูหา) เนื้อที่ 901.68 ตรม.	เช่าระยะเวลา 26 ปี สิ้นสุดปี 2562	3.60
อาร์ซีเอ ศูนย์การค้ารอยัล ซิตี อเวนิว อาคารแถว 4.5 ชั้น บล็อก ซี (3 คูหา) เนื้อที่ 649.68 ตรม.	เช่าระยะเวลา 11 ปี 5 เดือน สิ้นสุดปี 2563	3.91
เฉลิมกรุง โรงภาพยนตร์เฉลิมกรุง เนื้อที่ 387 ตรม.	เช่าระยะเวลา 30 ปี สิ้นสุดปี 2563	6.50
เซ็นทรัล ปิ่นเกล้า ศูนย์การค้าเซ็นทรัลปิ่นเกล้า เนื้อที่ 253 ตรม.	เช่าระยะเวลา 20 ปี สิ้นสุดปี 2558	0.15
ไดอาน่า หาดใหญ่ ห้างสรรพสินค้าไดอาน่า หาดใหญ่ เนื้อที่ 310 ตรม.	เช่าระยะเวลา 13 ปี 11 เดือน สิ้นสุดปี 2565	6.18

สาขา	ระยะเวลาเช่า	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)
มาบุญครองเซ็นเตอร์ อาคาร เอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ เนื้อที่ 40.67 ตรม.	เช่าระยะเวลา 10 ปี สิ้นสุดปี 2563	8.49
เดอะมอลล์ โคราซ ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ โคราซ เนื้อที่ 225 ตรม.	เช่าระยะเวลา 26 ปี สิ้นสุดปี 2570	8.09
อาคารโรงงานเบเกอร์รี่ สุขุมวิท 62 เลขที่ 2-2/1 ซอยสุขุมวิท 62 แยก 3 แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร	สิทธิการเช่าที่ดิน สิ้นสุดปี 2563	0.28

สำหรับเครื่องจักรและอุปกรณ์การดำเนินงานที่ใช้ผลิตสินค้าของบริษัทจะมีขนาดเล็กจนถึงปานกลางมีมูลค่าสินทรัพย์รวม ณ 31 ธันวาคม 2557 ดังนี้

เครื่องจักรและอุปกรณ์	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)
เครื่องจักรและอุปกรณ์	294.91
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์	499.90

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ มีเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมที่ยังเปิดดำเนินงานอยู่ ซึ่งประกอบธุรกิจต่าง ๆ ที่จะเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจอาหารเป็นส่วนใหญ่ มีมูลค่ารวมประมาณ 195 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมประมาณร้อยละ 6.14 ของสินทรัพย์รวม ทั้งนี้ นโยบายด้านการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมจะพิจารณาจากภาวะเศรษฐกิจและจำกัดเฉพาะธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท ซึ่งหากมี ธุรกิจใดที่น่าสนใจและมีผลตอบแทนที่ดีบริษัทฯ ก็อาจจะพิจารณาเข้าไปลงทุน โดยการเข้าลงทุนดังกล่าวต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริษัทเป็นสำคัญสำหรับนโยบายการบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมบริษัทจะส่งกรรมการที่เป็นตัวแทนของบริษัทเข้าร่วมบริหารงานตามสัดส่วนที่บริษัทถืออยู่ เพื่อกำหนดนโยบายที่สำคัญ และควบคุมการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้ถูกต้องเหมาะสมเป็นไปตามนโยบายของคณะกรรมการบริษัท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ปัจจุบันบริษัท ไม่มีคดีหรือข้อพิพาทใด ๆ ที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนผู้ถือหุ้น หรือคดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ หรือคดีที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัท

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)
ประกอบธุรกิจหลักประเภท	เครือร้านอาหารและเบเกอรี่ ผู้ผลิตเค้ก ขนมปัง ขนมอบ ขนมไทย ผลิตภัณฑ์อาหารและเบเกอรี่สำเร็จรูปแช่แข็ง บริการส่งอาหารถึงบ้าน บริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่ บริหารและลงทุนเปิดร้านอาหารไทยในต่างประเทศ
ทุนจดทะเบียน	490,408,365 บาท (สี่ร้อยเก้าสิบล้านสี่แสนแปดพันสามร้อยหกสิบห้าบาทถ้วน)
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	490,408,365 บาท (สี่ร้อยเก้าสิบล้านสี่แสนแปดพันสามร้อยหกสิบห้าบาทถ้วน) ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 490,408,365 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 2034/100-107 ชั้น 23-24 อาคารอิตัลไทย ทาวเวอร์ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
เลขทะเบียนบริษัท	0107537001170 (เดิมเลขที่ บมจ. 364)
โทรศัพท์	(02) 785-4000
โทรสาร	(02) 785-4040
อีเมล	presidentoffice@snpfood.com
โฮมเพจบริษัท	www.snpfood.com
นายทะเบียนหลักทรัพย์	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด (TSD) เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 229-2800 โทรสาร (02) 654-5642
ผู้ตรวจสอบบัญชี	บริษัท ดีลอยท์ ทูช โรมัทสึ ซายะสึ จำกัด อาคารจักรนาการ ชั้น 25 เลขที่ 183 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ (02) 676-5700 โทรสาร (02) 676-5757
ที่ปรึกษากฎหมาย	สำนักงานกฎหมาย ดร.สุวรรณ วลัยเสถียร เลขที่ 68 ซอยสุขุมวิท 8 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 253-3427 โทรสาร (02) 653-1135

รายละเอียดของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดโปรดดูรายละเอียดในหัวข้อ “โครงสร้างกลุ่มบริษัท เอส แอนด์ พี”