

อุดมการณ์เอสซีจี

ดำเนินธุรกิจที่ดีจะต้องเป็นไปตามครรลองแห่งความถูกต้องและเป็นธรรม ดังนั้น คณะจัดการเอสซีจี และพนักงานทุกระดับจึงยึดถือและปฏิบัติตามอุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจ คือ

▶ ตั้งมั่น ในความเป็นธรรม

ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเอสซีจี ไม่ว่าจะเป็นผู้ใช้สินค้า ผู้ถือหุ้น หุ้นส่วนธุรกิจ ผู้ที่ดำเนินธุรกิจด้วย หรือพนักงาน จะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม ขณะประกอบธุรกิจ หรือทำงานร่วมกับเครือข่าย

▶ มุ่งมั่น ในความเป็นเลิศ

มุ่งกระทำการทุกอย่าง ด้วยความตั้งใจให้เกิดผลในทางที่ดีกว่าเสมอ โดยมุ่งมั่นที่จะประกอบธุรกิจอย่างดีเยี่ยม เต็มความสามารถ ขณะเดียวกันก็พยายามหาแนวทาง การพัฒนาสู่ความเป็นเลิศ อยู่ตลอดเวลา และอย่างต่อเนื่อง

▶ เชื่อมมั่น ในคุณค่าของคน

ให้ความสำคัญต่อ คุณค่าของพนักงาน และถือว่าเขาเหล่านั้นคือสมบัติที่มีค่าที่สุดพยายามคัดสรรบุคลากร ที่มีความรู้ความสามารถ และมีคุณธรรมเข้ามาร่วมงาน ให้การฝึกฝน พัฒนา และดูแลอย่าง ดี ด้วยสวัสดิการ และผลตอบแทนตามสมควร

▶ ถือมั่น ในความรับผิดชอบต่อสังคม

ตั้งเจตนารมณ์ไว้ว่า จะดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงหน้าที่ และความรับผิดชอบต่อ ประเทศชาติ และสังคมส่วนรวมเป็นสำคัญจะประพฤติดนเป็นพลเมืองดีทำประโยชน์ให้แก่สังคม และทุกชุมชนที่เอส ซีจี ดำเนินธุรกิจอยู่

อุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจทั้ง 4 ประการนี้สามารถสรุปรวมได้ว่าเอสซีจี ยึดมั่นใน

"คุณภาพและเป็นธรรม" โดยมี รุ่งโรจน์ รังสิโยภาส ดำรงตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการใหญ่

บ.ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด(มหาชน) : SCG

SCG องค์กรนวัตกรรม

สร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและบริการ เอสซีจีมุ่งมั่นเพิ่มศักยภาพในการวิจัย และพัฒนา เพื่อสร้างคุณค่าทั้งด้านสินค้าและบริการ กระบวนการทำงาน รวมทั้งรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ อย่าง สม่ำเสมอ โดยเห็นได้จากจำนวนนักวิจัย และพัฒนา และงบลงทุนด้านนี้ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อ ตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุด ให้กับลูกค้า ซึ่งจะส่งผลให้รักษาความเป็นผู้นำ และเติบโตอย่างมั่นคงต่อไป เอสซีจี กำหนดนโยบายให้ทุกธุรกิจพัฒนาสินค้า และบริการที่มีมูลค่า เพิ่มสูงขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา ส่งผลให้มีสินค้าและบริการใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เอสซีจียังคิดค้นนวัตกรรม เพื่อพัฒนาสภาพแวดล้อมและสังคม ให้เติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน การสร้างนวัตกรรมของเอสซีจี ไม่ได้เพียงเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่สามารถแข่งขันได้ใน ปัจจุบันเท่านั้น แต่ยังมองถึงความต้องการที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อตอบสนองรูปแบบชีวิตของผู้ บริโภคที่เปลี่ยนไป สร้างสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น และรองรับกฎเกณฑ์ทางการค้าต่างๆ ที่ อาจเกิดขึ้น ด้วยการลงทุนด้านการพัฒนาเทคโนโลยี อาทิ ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและ สถาบันวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการจัดทำ **Technology roadmap** เพื่อพัฒนา เทคโนโลยีสำหรับการเติบโตในระยะยาว

SCG นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน

คอร์รัปชัน(Corruption)หมายถึงการติดสินบนไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใดๆ โดยการเสนอให้สัญญาว่า จะให้มอบให้ เรียกรับ หรือรับ ซี่เงิน ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดซึ่งไม่เหมาะสม กับเจ้าหน้าที่ของ รัฐ หน่วยงาน ของรัฐ หน่วยงานของเอกชน หรือผู้มีหน้าที่ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อให้ บุคคลดังกล่าวปฏิบัติหรือละเว้นการปฏิบัติหน้าที่ อันเป็นการให้ได้มาหรือรักษาไว้ซึ่งธุรกิจ หรือแนะนำ ธุรกิจให้กับบริษัทโดยเฉพาะ หรือ เพื่อให้ได้มาหรือ รักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์อื่นใดที่ไม่เหมาะสมทาง

ธุรกิจ เว้นแต่เป็นกรณีที่ถูกกฎหมาย ระเบียบ ประกาศ ข้อบังคับ ขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น หรือจารีตทางการค้า ให้กระทำได้

นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน

ห้ามกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของเอสซีจีดำเนินการหรือยอมรับการคอร์รัปชันในทุกรูปแบบทั้งทางตรง หรือทางอ้อม โดยครอบคลุม ถึงทุกธุรกิจในทุกประเทศและทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และให้มีการสอบทานการปฏิบัติตาม นโยบายต่อต้านคอร์รัปชันนี้อย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนทบทวนแนวทางการปฏิบัติ และข้อกำหนดในการดำเนินการเพื่อให้ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจระเบียบ ข้อบังคับและข้อกำหนดของกฎหมาย

SCG กับอาชีวศึกษา

"สานพลังประชารัฐ ยกกระดับคุณภาพวิชาชีพอาชีวศึกษา :Competitive Workforce" จัดโดยคณะทำงานยกระดับวิชาชีพฯ ประกอบด้วยผู้นำทั้ง 3 ฝ่าย ได้แก่ รมว.กระทรวงศึกษา เป็นประธานภาค รัฐ , รุ่งโรจน์ รังสิโยภาส ท.ศ.15653 รุ่น 2521-23 กรรมการผู้จัดการใหญ่ บ.ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด(มหาชน) : SCG เป็นประธานภาคเอกชน , ประธานกรรมการบริหารสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) เป็นผู้แทนภาคประชาสังคมฯ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทัดเทียมเวทีระดับโลก พร้อมตั้งเป้าให้เห็นผลอย่างเป็นรูปธรรมภายใน 2 ปี "การลงนามครั้งนี้ เป็นการประกาศถึงเจตนารมณ์ภาคเอกชนที่อาสาทำงาน เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติเป็นหลัก โดยแนวทางการขับเคลื่อนด้านการยกระดับวิชาชีพแบ่งเป็น 2 ระยะ ได้แก่ ระยะแรก(Quick win) จะใช้เวลา 6 เดือนว่าด้วย

1.Re-Branding เพื่อสร้างแรงจูงใจผ่านภาพลักษณ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมายทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยสื่อสารให้เห็นความก้าวหน้าในวิชาชีพอาชีวศึกษา รวมถึงผลตอบแทนที่ดีตามระดับทักษะความสามารถที่ได้รับการประเมินตามมาตรฐาน นอกจากนี้ ต้องสร้างความภูมิใจให้กับบุคลากรสายอาชีพนี้ว่าเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ 2.Excellence Model Schools การพิจารณาสถานศึกษาที่มีรูปแบบ (Model) การเรียนการสอนที่เหมาะสม รวมทั้งปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้ภาคเอกชนได้เข้ามามีส่วนร่วม 3.Database การพัฒนาฐานข้อมูลทั้งด้านอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ความต้องการแรงงานวิชาชีพในภาพรวมทั้งประเทศ เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจผ่านกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่รวม 10 แขนง

ระยะกลาง (Medium&Long term) ในช่วงที่เหลือได้กำหนดครอบคลุมทั้ง 5 ด้าน คือ 1.กำหนดมาตรฐานวิชาชีพ การเรียนการสอน การจ้างงาน ค่าตอบแทนฯลฯ ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความรู้ ความสามารถและทักษะฝีมือ 2.แก้ไขกฎหมาย เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อภาพรวม 3.ส่งเสริมยกระดับคุณภาพวิชาชีพอาชีวศึกษาให้ยั่งยืน เช่น บรรจุเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 4.ผลักดันหน่วยงานที่รวบรวมข้อมูลพื้นฐานให้เป็นรูปธรรมและ 5.พัฒนาหลักสูตร ครูผู้สอนด้วยสถาบันพัฒนาครูระดับอาชีวศึกษา" รุ่งโรจน์ กล่าวในที่สุด
ทั้งนี้ SCG ยังได้นำร่องผ่านโครงการต่างๆมาแล้ว เช่น โครงการทวิภาคี (Home Solution Career Choice) , โครงการสถานศึกษาต้นแบบ (SCG Model Schools) , โครงการพัฒนาวุฒิ ปวส.ด้านเทคโนโลยีเครื่องกลและการผลิต , โครงการ"ฝีมือชน คนสร้างชาติ"ของมูลนิธิเอสซีจี , สถาบันนายช่างดี ฯลฯ เป็นต้น

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) และกลุ่มบริษัทในเครือ ประกอบธุรกิจร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ รวมทั้งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ภายใต้ชื่อ เอส แอนด์ พี ซึ่งสามารถแบ่งจำแนกประเภทธุรกิจได้ดังนี้

ร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ในประเทศ เปิดดำเนินการสาขาร้านอาหารและสาขาเบเกอรี่ทั่วประเทศ ภายใต้ชื่อร้าน “S & P” “Patio” “Patarara” “Vanilla” “มังกรทอง” และร้านกาแฟ “Bluecup” ร้านอาหาร ในต่างประเทศ เปิดดำเนินการสาขาร้านอาหารไทยในต่างประเทศภายใต้ชื่อร้าน “Patarara” “Siam Kitchen” “Thai” และ “Patio”

ผลิตและจำหน่ายสินค้าอื่น ๆ

ผลิตและจำหน่ายสินค้าเบเกอรี่ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์ใส่กรอกและแฮม เส้นพาสต้า และ สีส , กลิ่น ที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร ภายใต้ชื่อ “S&P” “Delio” “Patio” “Vanilla” “Bluecup” และ “Royallee” ผ่านสาขาร้านอาหารและเบเกอรี่ และซูเปอร์ มาร์เก็ต รวมทั้งส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ

บริการอื่นๆ

ให้บริการที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น บริการจัดส่งอาหารถึงบ้าน และ บริการรับจัดเลี้ยงนอกสถานที่ ประวัติบริษัท

กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเบเกอรี่ภายใต้เครื่องหมายการค้า “เอส แอนด์ พี” ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2516 โดยเริ่มต้นจากการเป็นร้านขาย ไอศกรีม อาหาร และของว่าง ในซอยสุขุมวิท 23 (ซอยประสานมิตร) ซึ่งได้รับความนิยมและการตอบรับจากลูกค้าจำนวนมาก จึงมีแนวคิดในการขยาย ประเภทธุรกิจเพิ่มขึ้นด้วยการทำธุรกิจร้านเบเกอรี่ และประสบความสำเร็จจากการเป็นผู้นำในการผลิตเค้กแต่งหน้าตามสั่งและเค้กถ้วยแรกๆ ในประเทศไทย รวมทั้งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ธุรกิจอาหารและเบเกอรี่ของร้านได้รับความนิยมแพร่หลายในกลุ่มลูกค้า ส่งผลให้มี การขยายสาขาอย่างรวดเร็ว ในแหล่งทำเลที่สำคัญทั้ง ในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด โดยในปี 2523 เอส แอนด์ พี ได้เปิดตัวสาขาสยามสแควร์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นเจ้าแรกๆ ที่นำกลยุทธ์ด้านการตลาดร้านอาหารมาใช้ อาทิ ระบบหน้าม้า และสื่อโฆษณาทางวิทยุ นอกจากนี้ เอส แอนด์ พี ยังเป็นผู้นำ เทรนด์ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้าอีกด้วย สำหรับในต่างจังหวัดนั้น จังหวัดเชียงใหม่ ถือเป็นจังหวัดแรกที่ เอส แอนด์ พี มีการขยายสาขาออกไป

ในปี 2532 บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทมีการลงทุนและขยายงานทั้ง ทางด้านธุรกิจร้านอาหารและการผลิตเบเกอรี่อย่างต่อเนื่อง ภายใต้แบรนด์ “เอส แอนด์ พี” ประกอบด้วย ธุรกิจร้านอาหารเอส แอนด์ พี และธุรกิจ เอส แอนด์ พี เบเกอรี่ซ้อพ โดยมุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น บริษัทสามารถสร้างเครื่องหมายการค้า “เอส แอนด์ พี” ให้เป็นที่ยอมรับได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้บริษัทยังสามารถนำเสนอและสร้างแบรนด์ใหม่ๆ ให้เป็นที่ยอมรับแก่กลุ่มลูกค้าในระดับต่างๆอย่างแพร่หลาย ได้แก่ ร้านอาหารไทยร่วมสมัย “Patarara” ร้านอาหารนานาชาติ “Patio” กลุ่มร้านอาหารในบรรยากาศที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง “Vanilla” ร้านกาแฟ “BlueCup” ผลิตภัณฑ์ขนมไทย “Simply Thai” ลูกก๊ี้ “Delio” วุ้นคาราจีแวน “Jelio Jelly” และที่สำคัญคือ เอส แอนด์ พี ถือเป็น ผู้ริเริ่มพัฒนาธุรกิจการจำหน่ายขนมไหว้พระจันทร์ตรา “S&P” และ “มังกรทอง” ด้วยการบรรจุในซองสวยงามที่ช่วยรักษาคุณภาพขนมได้นานขึ้น พร้อมบรรจุภัณฑ์ดีไซน์หรูและทันสมัย

ในปี 2533 บริษัทได้มีการขยายฐานลูกค้าไปยังต่างประเทศ โดยได้เปิดร้านอาหารไทยแห่งแรก ภายใต้ชื่อร้าน “ภัทรา” (Patarara Fine Thai Cuisine) ที่กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ด้วยต้องการให้ชาวต่างชาติได้ลิ้มรสชาติอาหารไทยที่ดี มีคุณภาพ ซึ่งก็ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ประกอบกับความ นิยมของอาหารไทยในต่างประเทศมีมากขึ้น จึงมีการขยายร้านอาหารอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบัน เอส แอนด์ พี มีร้านอาหารไทยตั้งอยู่ใน 6 ประเทศ ทั่วโลก คือ อังกฤษ สวิสเซอร์แลนด์

ออสเตรเลีย สิงคโปร์ จีน และกัมพูชา รวมทั้งสิ้น 23 สาขา ภายใต้แบรนด์ที่หลากหลายทั้ง Patarra, SUDA, Siam Kitchen, Bangkok Jam รวมไปถึงแบรนด์ เอส แอนด์ พี เองด้วย บริษัทได้มีการวิจัยและพัฒนาด้านธุรกิจอาหารสำเร็จรูป รวมทั้งอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานและผลิตภัณฑ์ไส้กรอก ภายใต้แบรนด์ “Quick Meal” และ “Premo” เพื่อตอบสนองต่อ ทัศนคติและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค บริษัทได้ลงทุน ดำเนินการวิจัยและพัฒนาด้านธุรกิจ อาหารสำเร็จรูป อย่างต่อเนื่องเพื่อให้สินค้าของบริษัทได้รับ การยอมรับจากกลุ่มผู้บริโภคเพิ่มขึ้น โดยเน้น จุดแข็งในด้านคุณภาพ รสชาติ และความหลากหลายของเมนู และเพื่อให้การทำธุรกิจครบวงจร เพิ่มขึ้น กลุ่มเอส แอนด์ พี ได้มีการขยายฐานการให้บริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่ ภายใต้แบรนด์ “Caterman” บริการ จัดส่งอาหารถึงบ้านและบริการอาหารปิ่นโต (Delivery 1344) นอกจากนี้ เพื่อให้การบริการของบริษัทครอบคลุมกลุ่มลูกค้าได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มที่ชื่นชอบ อาหารญี่ปุ่น บริษัทก็ได้นำร้าน Maisen ซึ่งเป็นร้านหมูทอดที่มีชื่อเสียงที่สุดในกรุง โตเกียวมาเปิด บริการนอกประเทศญี่ปุ่นเป็น ครั้งแรกในปี 2555 และในปี 2556 ได้นำร้านอาหารญี่ปุ่นแนวโคเชกิ ที่มีชื่อเสียงมากของญี่ปุ่น คือร้าน Umenohana มาเปิดให้บริการครั้งแรกนอก ประเทศญี่ปุ่น ในปี 2558 ซึ่งเป็นปีที่บริษัทดำเนินกิจการมาครบ 42 ปี บริษัทยังคงมีความมุ่งมั่น ในการพัฒนาและ สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆอย่างต่อเนื่องเพื่อความเป็น ผู้นำด้านธุรกิจร้านอาหารและเบเกอรี่แบบครบ วงจร รวมทั้งการบริการที่ครอบคลุมช่องทางจำหน่ายต่างๆ ในตลาดทั้งในประเทศและต่าง ประเทศ โดยมีหลักปฏิบัติที่ยึดถือตลอดมา คือการนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพดี มีคุณค่ามาตรฐาน สากลเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดีที่สุด

นายประเวศวุฒิ ไรวา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

S&P กับอาชีพศึกษา

สอศ.และ บ.เอส แอนด์ พีฯ ร่วมมือกัน เพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่เยาวชน ส่งเสริมการเรียนรู้ มุ่งสมรรถนะอาชีพเป็นหลักด้วยการปฏิบัติจริงในสถานการณ์จริง สามารถนำความรู้และประสบการณ์ ไปใช้ในการประกอบอาชีพได้ ซึ่งที่ผ่านมาได้ร่วมกันจัดการเรียนการสอนมาแล้วตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2547 ซึ่งความร่วมมือมีทั้งการร่วมจัดการเรียนการสอนทวิภาคี การฝึกงาน และ การทำงาน Part time ของนักเรียน นักศึกษา เป็นการสร้างรายได้และประสบการณ์ให้กับนักเรียน นักศึกษา ด้วย ซึ่งบริษัทดำเนินธุรกิจด้านอาหารมาอย่างยาวนาน ซึ่งมีทั้งความสามารถและความเชี่ยวชาญทางด้านโภชนาการ ดังนั้นจึงมีการส่งเสริมพัฒนาบุคลากรด้านอาหาร และโภชนาการแก่นักเรียน นักศึกษาในสถานศึกษา สังกัด สอศ. โดยการพัฒนาหลักสูตรด้านอาหารและโภชนาการ และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง รวมถึงจัดอบรมความรู้และ เทคโนโลยีให้แก่ครู อาจารย์และบุคลากรทางการศึกษาในสังกัด สอศ. พร้อมทั้งสนับสนุนวิทยากรบรรยาย ความรู้และเทคนิคในสาขาวิชาอาหารและโภชนาการ โดยดำเนินการกิจกรรมต่างๆ อาทิ โปรแกรมการเรียนการสอนอาชีพศึกษาระบบทวิภาคี, โปรแกรมการทำงานพิเศษตามเทศกาล (Part-time) โดยรับนักเรียน นักศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สังกัด สอศ. ในสาขาวิชาอาหาร และโภชนาการเข้าทำงานที่บริษัทตามเทศกาล หรือต่อเนื่องตลอดปี, โปรแกรมการทำงานพิเศษช่วงปิดภาคฤดูร้อน หรือช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งระหว่างปีการศึกษา และโปรแกรมการฝึกงาน เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบาย ของรัฐบาลที่จะนำประเทศไทยเข้าสู่ศรัวิโลก

ศูนย์การเรียนรู้บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

วัตถุประสงค์

- เพื่อยกระดับการศึกษาให้กับแรงงานไทยในบริษัท เป็นการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ ให้มีศักยภาพในการทำงานเพิ่มมากขึ้น
- เพื่อผลิตบุคลากรให้ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรมสายอาหารและการ บริการ ค้าปลีก เข้าทำงานใน บริษัทฯ
- เพื่อสนับสนุนให้บุคคลที่มีความสนใจในการอาหารได้มีโอกาสเรียนรู้ทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ และสามารถทำงานในองค์กรได้ต่อไป

ปัจจุบันศูนย์การเรียนรู้บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) เปิดการเรียนการสอนในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ใน 2 ประเภทวิชา คือ ประเภทวิชา พาณิชยกรรม สาขาวิชาพาณิชยกรรม สาขางานธุรกิจค้าปลีก ประเภทวิชาคหกรรม สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ สาขางานอาหารและโภชนาการ

การจัดการเรียนการสอน แบ่งออกเป็น 2 ภาคเรียน ภาคเรียนละ 18 สัปดาห์ เปิดภาคเรียนที่ 1 ในเดือนมิถุนายน จัดการเรียนการสอนภาคปฏิบัติที่ร้านอาหารของ เอส แอนด์ พี สัปดาห์ละ 4 วัน หยุดเรียนสัปดาห์ละ 1 วัน ตามตารางที่ผู้บริหารร้านอาหารของเอส แอนด์ พี จัดให้ตามความเหมาะสม

ธุรกิจห่วงแรงงานขาด "S&P" ปั่นผู้จัดการร้านตั้งแต่ในรั้ว

[สยามธุรกิจ ฉบับที่ 1414 ประจำวันที่ 2013-06-26 ถึง 2013-06-28]

นายอนุสรณ์ แสงนิ่มนวล ประธานกรรมการการอาชีวศึกษา ได้กล่าวไว้ในงานเสวนาเรื่อง "ทิศทางการผลิตกำลังคนสนองความต้องการ ในการยกระดับการแข่งขันของประเทศไทย" โดยระบุว่า 3 ใน 4 ของจำนวนแรงงานที่ขาดแคลน ทั้งหมดอยู่ในภาคการผลิต เช่น อุตสาหกรรม อิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก รองลงมาคือ ภาคบริการ ได้แก่ สาขาก่อสร้าง การท่องเที่ยว และการโรงแรม เป็นต้น

จากรายงานเรื่องการขาดแคลนแรงงานไทย สภาพปัญหา สาเหตุและแนวทางแก้ไข ซึ่งจัดทำโดยธนาคารแห่งประเทศไทย ระบุว่าสาเหตุหนึ่งของปัญหาการขาดแคลนแรงงานของไทยคือการที่ตลาดแรงงานมีความไม่สอดคล้องกันระหว่างอุปสงค์และอุปทาน ทั้งในด้านทักษะและประสบการณ์ ซึ่งสืบเนื่องมาจากระบบการศึกษา ผลิตแรงงานที่ไม่ตรงกับความต้องการของตลาด เนื่องจากนักเรียนที่จบมัธยม ศึกษาตอนปลายปวช. และ ปวส. นิยมศึกษาต่อระดับปริญญาตรีทำให้กำลังแรงงานถึงมีทักษะ ขยายตัวน้อยกว่ากำลังแรงงานที่มีทักษะ

ดังนั้น สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาจึงได้เปิดสถาบันอาชีวศึกษา การสอนหลักสูตรปริญญาตรีสายปฏิบัติการขึ้นเพื่อเป็นการสร้างหลักสูตรปริญญาตรีสายตรง ให้กับนักเรียนที่จบระดับปวช. และ ปวส. โดยเฉพาะครอบคลุม 16 สาขาวิชาที่กำลังเป็นที่ต้องการในตลาดแรงงาน เช่น เทคโนโลยียานยนต์ เทคโนโลยีไฟฟ้า เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ เทคโนโลยีก่อสร้าง เทคโนโลยียาง การตลาด และการบัญชี เป็นต้น