

รางวัลอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมดีเด่น
(The Prime Minister's Small and Medium Industry Award)
ประเภทการบริหารธุรกิจสู่สากล (Global SME Award)



ติดต่อได้ที่ : กองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ชั้น 5
ถนนพระรามที่ 6 แขวงทุ่งพญาไท
เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

นายวิระพล ผ่องสุภา
นางสุวรรณา วัฒนรัตน์
นางสาวทิษฏยา วงศ์ธวัชนุกูล
นายปิยะวุฒิ ศิริศรีสุตากุล

โทรศัพท์ : 0 2430 6869 ต่อ 1235
0 2430 6869 ต่อ 1290

Email : globalsmeaward@gmail.com

เกณฑ์การประเมินคัดเลือกอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมดีเด่น
ประจำปี พ.ศ. 2565
ประเภทการบริหารธุรกิจสู่สากล (Global SME Award)

เกณฑ์สำหรับ SME ภาคการผลิตที่มีการส่งออก			เกณฑ์สำหรับ SME ภาคการค้า/บริการที่มีการส่งออก		
เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก แบ่งออกเป็น 6 หมวด คะแนนรวม 1,000 คะแนน มีรายละเอียด ดังนี้			เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก แบ่งออกเป็น 6 หมวด คะแนนรวม 1,000 คะแนน มีรายละเอียด ดังนี้		
หมวดที่ 1	บทบาทผู้บริหารและความเป็นผู้นำ (Leadership) ต่อการบริหารธุรกิจสู่สากล	150 คะแนน	หมวดที่ 1	บทบาทผู้บริหารและความเป็นผู้นำ (Leadership) ต่อการบริหารธุรกิจสู่สากล	150 คะแนน
หมวดที่ 2	การวางแผนการดำเนินธุรกิจ (Business Plan)	150 คะแนน	หมวดที่ 2	การวางแผนการดำเนินธุรกิจ (Business Plan)	150 คะแนน
หมวดที่ 3	การบริหารการตลาดและการขาย (Marketing Management) ในระดับสากล	200 คะแนน	หมวดที่ 3	การบริหารการตลาดและการขาย (Marketing Management) ในระดับสากล	200 คะแนน
หมวดที่ 4	การบริหารงานคุณภาพและพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่สากล (Quality and Product Management)	150 คะแนน	หมวดที่ 4	การบริหารงานคุณภาพและพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่สากล (Quality and Product Management)	150 คะแนน
หมวดที่ 5	การบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ (Supply Chain and Logistics Management)	150 คะแนน	หมวดที่ 5	การบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ (Supply Chain and Logistics Management)	150 คะแนน
หมวดที่ 6	ผลลัพธ์ในการดำเนินกิจการ (Business Result)	200 คะแนน	หมวดที่ 6	ผลลัพธ์ในการดำเนินกิจการ (Business Result)	200 คะแนน
คะแนนรวม		1,000 คะแนน	คะแนนรวม		1,000 คะแนน

เกณฑ์สำหรับ SME ภาคการผลิตที่มีการส่งออก	คะแนน
<p>หมวดที่ 1 บทบาทผู้บริหารและความเป็นผู้นำ (Leadership)</p> <p>ต่อการบริหารธุรกิจสู่สากล</p> <p>1.1 ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์และนโยบายทางธุรกิจเพื่อนำองค์กรไปสู่ระดับสากล ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ สถานประกอบการ การบริหารจัดการ ไปจนถึงบุคลากรในองค์กร</p> <p>1.2 ผู้บริหารมีการสื่อสารและมอบหมายนโยบายทางธุรกิจภายในสถานประกอบการให้สามารถเข้าถึงบุคลากรในองค์กรอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ</p> <p>1.3 ผู้บริหารมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการพัฒนาธุรกิจไปสู่สากลที่เป็นรูปธรรม</p> <p>1.4 ผู้บริหารมีนโยบายการพัฒนาองค์กรและบุคลากรให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล</p> <p>1.5 ผู้บริหารมีการจัดการองค์กรและกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน</p> <p>1.6 ผู้บริหารมีการนำหลักธรรมาภิบาล ความโปร่งใส มาใช้ในการบริหารองค์กร ทั้งหลักนิติธรรม คุณธรรมต่อลูกค้า พนักงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกิจการ</p> <p>1.7 ผู้บริหารมีจรรยาบรรณทางธุรกิจ ไม่ปิดเบียดตราสินค้าและชื่อบริษัทไม่ลอกเลียนแบบสินค้าหรือบริการของผู้อื่น รวมถึงการโฆษณาที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด</p> <p>1.8 การดำเนินธุรกิจมีการปฏิบัติตามกฎระเบียบ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งศาสนา ศีลธรรม ประเพณีวัฒนธรรมของชาติ และท้องถิ่น เช่น มีการเสียภาษีอย่างถูกต้องตามข้อเท็จจริง มีการจ้างแรงงานและจ่ายค่าตอบแทนตามกฎหมาย</p> <p>1.9 ผู้บริหารให้ความสำคัญและมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมทางสังคมและมีการจัดสรรงบประมาณที่เหมาะสม</p>	150
<p>หมวดที่ 2 การวางแผนการดำเนินธุรกิจสู่สากล (Business Plan)</p> <p>2.1 มีการวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจทั้งปัจจัยภายนอกและภายใน อิทธิพลต่อการแข่งขัน และการวิเคราะห์อนาคตของธุรกิจสู่สากล</p> <p>2.2 จัดทำแผนกลยุทธ์ธุรกิจที่ชัดเจน และสอดคล้องกับเป้าหมาย พันธกิจขององค์กร เพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันระดับสากล</p> <p>2.3 ภายใต้อันตรายของธุรกิจ มีการกำหนดกลยุทธ์การส่งออก (ระยะสั้น กลาง ยาว) โดยมีการกำหนดตลาดต่างประเทศเป้าหมายหรือกำหนดมูลค่าการส่งออกที่แน่นอน</p> <p>2.4 มีการวางแผนการจัดการทรัพยากรและแผนการพัฒนาบุคลากรให้เกิดการนำไปสู่การปฏิบัติให้เกิดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรระดับสากล</p> <p>2.5 มีแผนการรับมือสำหรับการปรับตัวด้านการส่งออกภายใต้สภาวะการณ์ที่ไม่ปกติต่างๆ ที่ชัดเจน</p> <p>2.6 มีการติดตาม ประเมินผล และทบทวน ปรับปรุงแผนการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง</p>	150

เกณฑ์สำหรับ SME ภาคการผลิตที่มีการส่งออก	คะแนน
<p>หมวดที่ 3 การบริหารการตลาดและการขาย (Marketing Management)</p> <p>ในระดับสากล</p> <p>3.1 มีการศึกษา วิจัยตลาด และวิเคราะห์สภาวะการเปลี่ยนแปลงภายนอกองค์กร รวมถึงจัดทำส่วนประสมทางการตลาด และวงจรชีวิตของสินค้า</p> <p>3.2 มีแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการด้านตลาดและการขาย ทั้งในและต่างประเทศ</p> <p>3.3 มีการติดตามประเมินผลตัวชี้วัดหลัก เช่น ยอดขาย ส่วนแบ่งตลาด และจำนวนลูกค้า</p> <p>3.4 มีบุคลากรที่มีความสามารถและมีจำนวนเพียงพอรองรับการบริหารการตลาดและการขาย</p> <p>3.5 มีการสร้างภาพลักษณ์ และตราสินค้า สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่วางไว้</p> <p>3.6 มีการเก็บข้อมูลและจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า สำนวญความพึงพอใจของลูกค้า และปรับปรุงเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า</p> <p>3.7 มีกระบวนการแก้ไขข้อร้องเรียนและการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนในสินค้าและบริการของลูกค้า</p> <p>3.8 มีการนำเทคโนโลยี นวัตกรรม มาใช้ในการบริหารการตลาดและการขายอย่างมีประสิทธิภาพ</p>	200
<p>หมวดที่ 4 การบริหารงานคุณภาพและพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่สากล</p> <p>(Quality and Product Management)</p> <p>4.1 มีการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์และบริหารโครงสร้างต้นทุนผลิตภัณฑ์</p> <p>4.2 มีการบริหารจัดการการผลิตที่เป็นระบบ ตั้งแต่การวางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบ การบริหารทรัพยากรการผลิต เพื่อให้สามารถผลิตและจัดส่งสินค้าที่มีคุณภาพได้ทันระยะเวลาส่งมอบ</p> <p>4.3 มีกระบวนการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยตลอดกระบวนการผลิต ไปจนถึงการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้า</p> <p>4.4 มีการบริหารความพึงพอใจและการจัดการข้อร้องเรียนของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านกระบวนการผลิต</p> <p>4.5 มีการศึกษา รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสู่การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ</p> <p>4.6 ได้รับการรับรองมาตรฐานการบริหารจัดการ มาตรฐานการผลิตหรือมาตรฐานสินค้าหรือมาตรฐานอื่นๆ ที่เหมาะสม ในระดับสากล เช่น ISO9000 GMP HACCP เป็นต้น</p>	150

เกณฑ์สำหรับ SME ภาคการผลิตที่มีการส่งออก	คะแนน
<p>หมวดที่ 5 การบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ (Supply Chain and Logistics Management)</p> <p>5.1 มีการบริหารจัดการองค์กรที่เป็นระบบ ตั้งแต่การวางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบ การบริหารทรัพยากรการผลิต เพื่อให้สามารถผลิตและจัดส่งสินค้าที่มีคุณภาพได้ทันระยะเวลาส่งมอบ</p> <p>5.2 มีการจัดเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ต้นทุนการบริหารจัดการโลจิสติกส์ อาทิ การจัดการคลังสินค้า การจัดการสินค้าคงคลัง และการขนส่ง เป็นต้น</p> <p>5.3 มีการใช้เครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์</p> <p>5.4 มีแผนการจัดการ ทบทวน ปรับปรุง และพัฒนาการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์อย่างต่อเนื่อง</p>	150
<p>หมวดที่ 6 ผลลัพธ์ในการดำเนินกิจการ (Business Result)</p> <p>6.1 สัดส่วนของยอดขายจากตลาดต่างประเทศต่อยอดขายรวมต่อปี</p> <p>6.2 ผลประกอบการ (ยอดขายหรือกำไรสุทธิต่อปี) ในตลาดต่างประเทศเป็นไปตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้</p> <p>6.3 อัตราการเติบโต (Growth Rate) ของยอดขายต่อปีในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง</p> <p>6.4 จำนวนตลาดหรือประเทศใหม่ที่มีการส่งออกสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง</p> <p>6.5 จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ส่งออกไปตลาดต่างประเทศ</p> <p>6.6 ดัชนีความพึงพอใจของลูกค้า</p> <p>6.7 อัตราการรับคืนสินค้า</p> <p>6.8 ได้รางวัล ใบประกาศเกียรติคุณ หรือเครื่องหมายส่งเสริมสนับสนุนจากองค์กรต่างๆ</p>	200
คะแนนรวม	1,000

เกณฑ์สำหรับ SME ภาคการค้า/บริการที่มีการส่งออก	คะแนน
<p>หมวดที่ 1 บทบาทผู้บริหารและความเป็นผู้นำ (Leadership)</p> <p>ต่อการบริหารธุรกิจสู่สากล</p> <p>1.1 ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์และนโยบายทางธุรกิจเพื่อนำองค์กรไปสู่ระดับสากล ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ สถานประกอบการ การบริหารจัดการ ไปจนถึงบุคลากรในองค์กร</p> <p>1.2 ผู้บริหารมีการสื่อสารและมอบหมายนโยบายทางธุรกิจภายในสถานประกอบการ ให้สามารถเข้าถึงบุคลากรในองค์กรอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ</p> <p>1.3 ผู้บริหารมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการพัฒนาธุรกิจไปสู่สากลที่เป็นรูปธรรม</p> <p>1.4 ผู้บริหารมีนโยบายการพัฒนาองค์กรและบุคลากรให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล</p> <p>1.5 ผู้บริหารมีการจัดการองค์กรและกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน</p> <p>1.6 ผู้บริหารมีการนำหลักธรรมาภิบาล ความโปร่งใส มาใช้ในการบริหารองค์กร ทั้งหลักนิติธรรม คุณธรรมต่อลูกค้า พนักงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกิจการ</p> <p>1.7 ผู้บริหารมีจรรยาบรรณทางธุรกิจ ไม่บิดเบือนตราสินค้าและชื่อบริษัท ไม่ลอกเลียนแบบสินค้าหรือบริการของผู้อื่น รวมถึงการโฆษณาที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด</p> <p>1.8 การดำเนินธุรกิจมีการปฏิบัติตามกฎระเบียบ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งศาสนา ศีลธรรม ประเพณีวัฒนธรรมของชาติ และท้องถิ่น เช่น มีการเสียภาษีอย่างถูกต้องตามข้อเท็จจริง มีการจ้างแรงงานและจ่ายค่าตอบแทนตามกฎหมาย</p> <p>1.9 ผู้บริหารให้ความสำคัญและมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมทางสังคมและมีการจัดสรรงบประมาณที่เหมาะสม</p>	150
<p>หมวดที่ 2 การวางแผนการดำเนินธุรกิจสู่สากล (Business Plan)</p> <p>2.1 มีการวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจทั้งปัจจัยภายนอกและภายใน อิทธิพลต่อการแข่งขัน และการวิเคราะห์อนาคตของธุรกิจสู่สากล</p> <p>2.2 จัดทำแผนกลยุทธ์ธุรกิจที่ชัดเจน และสอดคล้องกับเป้าหมาย พันธกิจขององค์กร เพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันระดับสากล</p> <p>2.3 ภายใต้อันตรายของธุรกิจ มีการกำหนดกลยุทธ์การส่งออก (ระยะสั้น กลาง ยาว) โดยมีการกำหนดตลาดต่างประเทศเป้าหมายหรือกำหนดมูลค่าการส่งออกที่แน่นอน</p> <p>2.4 มีการวางแผนการจัดการทรัพยากรและแผนการพัฒนาบุคลากรให้เกิดการนำไปสู่การปฏิบัติให้เกิดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรระดับสากล</p> <p>2.5 มีแผนการรับมือสำหรับการปรับตัวด้านการส่งออกภายใต้สภาวะการณ์ที่ไม่ปกติต่างๆ ที่ชัดเจน</p> <p>2.6 มีการติดตาม ประเมินผล และทบทวน ปรับปรุงแผนการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง</p>	150

เกณฑ์สำหรับ SME ภาคการค้า/บริการที่มีการส่งออก	คะแนน
<p>หมวดที่ 3 การบริหารการตลาดและการขาย (Marketing Management)</p> <p>ในระดับสากล</p> <p>3.1 มีการศึกษา วิจัยตลาด และวิเคราะห์สภาวะการเปลี่ยนแปลงภายนอกองค์กร รวมถึงจัดทำส่วนประสมทางการตลาด และวงจรชีวิตของสินค้า</p> <p>3.2 มีแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการด้านตลาดและการขายทั้งในและต่างประเทศ</p> <p>3.3 มีการติดตามประเมินผลตัวชี้วัดหลัก เช่น ยอดขาย ส่วนแบ่งตลาดและจำนวนลูกค้า</p> <p>3.4 มีบุคลากรที่มีความสามารถและมีจำนวนเพียงพอรองรับการบริหารการตลาดและการขาย</p> <p>3.5 มีการสร้างภาพลักษณ์ และตราสินค้า สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่วางไว้</p> <p>3.6 มีการเก็บข้อมูลและจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า สำนวจความพึงพอใจของลูกค้า และปรับปรุงเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า</p> <p>3.7 มีกระบวนการแก้ไขข้อร้องเรียนและการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนในสินค้าและบริการของลูกค้า</p> <p>3.8 มีการนำเทคโนโลยี นวัตกรรม มาใช้ในการบริหารการตลาดและการขายอย่างมีประสิทธิภาพ</p>	200
<p>หมวดที่ 4 การบริหารงานคุณภาพและพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่สากล</p> <p>(Quality and Product Management)</p> <p>4.1 มีการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์และบริหารโครงสร้างต้นทุนของสินค้าและบริการ</p> <p>4.2 มีการวางแผนการสรรหาและการสั่งซื้อ เพื่อให้ได้สินค้าที่มีต้นทุนและคุณภาพที่สามารถแข่งขันได้ รวมถึงมีการทบทวน ปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง</p> <p>4.3 มีกระบวนการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยตลอด ตั้งแต่วัตถุดิบ กระบวนการผลิต การจัดการ ไปจนถึงกระบวนการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า</p> <p>4.4 มีการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์และบริหารโครงสร้างต้นทุนของสินค้าและบริการ</p> <p>4.5 มีการบริหารความพึงพอใจและการจัดการข้อร้องเรียนของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านคุณภาพและผลิตภัณฑ์</p> <p>4.6 มีการศึกษา รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสู่การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ</p> <p>4.7 สินค้าที่ส่งออกได้รับการรับรองมาตรฐานการบริหารจัดการ มาตรฐานสินค้าหรือมาตรฐานอื่นๆ ที่เป็นที่ยอมรับและเหมาะสมในระดับสากล เช่น GMP HACCP ISO HALAL BRC KOSHER IFS เป็นต้น</p>	150

เกณฑ์สำหรับ SME ภาคการค้า/บริการที่มีการส่งออก	คะแนน
<p>หมวดที่ 5 การบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ (Supply Chain and Logistics Management)</p> <p>5.1 มีการบริหารจัดการองค์กรที่เป็นระบบ ตั้งแต่การวางแผนการผลิต/ซื้อสินค้า จนถึงการส่งออกไปยังลูกค้าต่างประเทศได้ทันระยะเวลาส่งมอบ</p> <p>5.2 มีการจัดเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ต้นทุนการบริหารจัดการโลจิสติกส์ อาทิ การจัดการคลังสินค้า การจัดการสินค้าคงคลัง และการขนส่ง เป็นต้น</p> <p>5.3 มีการใช้เครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์</p> <p>5.4 มีแผนการจัดการ ทบทวน ปรับปรุง และพัฒนาการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์อย่างต่อเนื่อง</p>	150
<p>หมวดที่ 6 ผลลัพธ์ในการดำเนินกิจการ (Business Result)</p> <p>6.1 สัดส่วนของยอดขายจากตลาดต่างประเทศต่อยอดขายรวมต่อปี</p> <p>6.2 ผลประกอบการ (ยอดขายหรือกำไรสุทธิต่อปี) ในตลาดต่างประเทศเป็นไปตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้</p> <p>6.3 อัตราการเติบโต (Growth Rate) ของยอดขายต่อปีในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง</p> <p>6.4 จำนวนตลาดหรือประเทศใหม่ที่มีการส่งออกสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง</p> <p>6.5 ดัชนีความพึงพอใจของลูกค้า</p> <p>6.6 อัตราการรับคืนสินค้า</p> <p>6.7 จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ส่งออกไปตลาดต่างประเทศ</p> <p>6.8 ได้รางวัล ใบประกาศเกียรติคุณ หรือเครื่องหมายส่งเสริมสนับสนุนจากองค์กรต่าง ๆ</p>	200
คะแนนรวม	1,000